

Madrid, 9 de diciembre de 2021

‘La isla de las tentaciones’ duplica a ‘La noche premium’ de Antena 3 e impulsa al liderazgo de Telecinco en el día

**Con un 15,7% de *share* y 1,9M de espectadores, el *reality* de Telecinco anotó su segundo mejor resultado de esta edición, el doble que los estreno de ‘Los protegidos: el regreso’ (8,5% y 1M) y ‘Cardo’ (6,2% y 537.000). Creció casi 5 puntos en *target* comercial (21,2%) superando el 28% entre sus mayores seguidores, los espectadores de 16 a 34 años.**

**Audiencias martes: ‘Secret Story. Cuenta atrás’ (14,6% y 1,5M) registró su mejor dato de las últimas 5 semanas y se impuso a la oferta de su inmediato competidor en su franja (11%).**

**‘La isla de las tentaciones’** enlazó anoche un nuevo liderazgo tras crecer y anotar su **segunda mejor marca de la temporada** con casi **2M de espectadores y un 15,7% de cuota de pantalla.** Duplicó a la oferta de su directo competidor con ‘La noche premium’ (7,6% y 821.000), contenedor en el que se emitió el doble estreno con ‘Los protegidos: el regreso’ (8,5% y 1M) y ‘Cardo’ (6,2% y 537.000).

El *reality* de Telecinco incrementó casi 5 puntos en público cualitativo, alcanzando un **21,2%** **en *target* comercial**, y volvió a arrasar entre los jóvenes, con un **28,2% de cuota de pantalla** entre los espectadores **16 a 34 años**, con registros por encima del 20% en los mercados regionales de **Andalucía (21,1%) y Murcia (20,6%).**

También destacaron ayer los resultados de **‘Sálvame Limón’** (11,9% y 1,4M) y **‘Sálvame Naranja’** (13,6% y 1,7M) al dominar sus bandas de emisión frente a la oferta de Antena 3 (9,5% y 10,2%, respectivamente).

**Telecinco fue ayer la televisión más vista del miércoles** (12,7%), con 1 punto de ventaja sobre Antena 3 (11,7%). También se impuso en las franjas de mañana (12,9%), tarde (13,1%), *late night* (14,2%), *day time* (14,3%) y *target* comercial (13,6%).

**‘Secret Story. Cuenta atrás’, mejor entrega de las últimas 5 semanas**

El pasado martes, **‘Secret Story. Cuenta atrás’** (14,6% y 1,5M) alcanzó su mejor marca de las últimas 5 ediciones con casi 4 puntos de ventaja sobre la oferta de su inmediato competidor (11%) en cuya franja emitió una nueva entrega de ‘Inocentes’ (9,7% y 1M).

**‘Secret Sto**ry’ registró un 15,8% en *target* comercial, con especial seguimiento entre su público más afín, los jóvenes de entre 16 a 34 años (18,2%), mientras que la serie de Antena 3, que anotó un 4,3% en público cualitativo, congregó a sus mayores seguidores entre los mayores de 65 años (17,4%). El *reality* de Telecinco obtuvo un especial respaldo en el mercado regional de **Murcia (20,4%).**