

Madrid, 1 de mayo de 2022

Telecinco, líder del *target* comercial, registra en abril la única y mayor subida de la televisión generalista en total individuos respecto a marzo

**Con un 12,1% en abril, Telecinco es también la que más sube en el horario estelar. Acumula 44 victorias mensuales consecutivas en el público cualitativo con un 13,4% y mantiene su mayor afinidad con los espectadores de 35 a 54 años con un 13,3%.**

**Mediaset España cierra el mes con un 25,6% en total individuos y se impone en el *target* comercial con un 28,8%, a 1,7 puntos de su inmediato competidor.**

**El grupo lidera un mes más la oferta de canales temáticos, donde Factoría de Ficción se sitúa en primera posición y Boing anota una nueva victoria entre las televisiones infantiles.**

**Mediaset España** se erige en abril como el grupo audiovisual **líder del público cualitativo** de mayor demanda por parte de los anunciantes. Con un **28,8% de *share***, supera a su inmediato competidor en 1,7 puntos en dicho segmento, una cifra que de nuevo se sostiene en su sintonía con los espectadores más jóvenes, alcanzando un **30,3% en el rango de 13-24 años**, casi 6 puntos más que Atresmedia (24,4%) y un **29,7% en la horquilla de 35 a 54 años,** a 2,8 puntos de la segunda opción (26,9%). En total individuos, el grupo alcanza un 25,6% de *share*.

**Telecinco, 44 meses de liderazgo en público cualitativo**

Telecinco alcanza en el mes de abril su **44ª victoria consecutiva en el público cualitativo con un 13,4% de *share* en *target* comercial**, siendo la televisión que más crece en este parámetro respecto a marzo con una ventaja de 2,3 puntos sobre su inmediato competidor (11,1%). La cadena crece 1,3 puntos en el público más atractivo para los anunciantes respecto a su dato de total individuos, donde con un **12,1% se erige como la única televisión generalista que crece sobre el mes anterior**.

Telecinco es asimismo la **cadena con mayor subida en *prime time***, donde anota un 10,7% y también es la única que mejora en el público cualitativo de la franja en casi 1 punto sobre marzo hasta un 12,4%, frente a la conversión negativa de su directo competidor.

La cadena lidera las franjas de la **mañana (13,6%) y *late night* (14%)** y vuelve a tener en el público joven de 35 a 54 a su principal grupo de seguidores, con un 13,3% de cuota.

Entre los contenidos más seguidos de Telecinco en el mes se sitúa la final de la **Copa del Rey** de fútbol entre el Valencia y el Betis, cuya tanda de penaltis, con **más de 6M de espectadores y un 50,6% de cuota de pantalla**, es hasta el momento la emisión más vista del año en todas las televisiones.

En la franja de ***prime time***, ha destacado en abril el estreno de ‘Supervivientes’ (20,5% y 2,2M) y de **‘Supervivientes: conexión Honduras’** (18,4% y casi 2M) como los dos productos más competitivos del mes, así como con los mejores ***targets* comerciales** de todas las franjas en la televisión, con un **23% y un 20,7% de *share***, respectivamente. **‘Supervivientes: última hora’** (11,1% y casi 1,7M) ha crecido igualmente en público cualitativo hasta un 11,8%.

En ficción, han liderado su franja las entregas de **‘Entrevías’** con una media del 14,5% y casi 1,6M con datos destacados en *target* comercial (16,9%) y jóvenes de 25 a 34 años (17,7%). También **‘La que se avecina’**, tras su emisión previa en una plataforma, ha tenido el respaldo del público con una media del 10,7% de cuota, casi 1,5M de espectadores y un *target* comercial que crece hasta el 13,7%.

**‘Viernes Deluxe’** ha crecido en abril hasta el 12,6%, 1,1M de espectadores y un 13,1% en *target* comercial, liderando su franja de los viernes, mientras que el estreno de la nueva tanda de entregas de **‘Mi casa es la tuya’** ha cosechado un 10,1% con 1,1M y un *target* comercial del 10%.

En *day time,***‘El programa de Ana Rosa’** vuelve a ser el **programa matinal más visto de la televisión** con una media del 16,7% y casi 500.000 espectadores, 3,5 puntos más que su directo competidor, **siendo de nuevo además el espacio de entretenimiento con mejor *target* comercial del *day time*** (18,6%).

**‘Ya es mediodía’** (14,2% y 1,1M) continúa imbatible en *target* comercial con un 16,9%, al igual que **‘Sálvame diario’**, con una media del 14,5% en público cualitativo, un 12,5% en total individuos y 1.187.000 espectadores. Por su parte, **‘Ya son las ocho’** ha obtenidoun10,8% y un 13% en *target* comercial; **‘Socialité by Cazamariposas’** ha registrado un 12,9% y un 12,8% en TC; y **‘Viva la vida’** ha sido líder de su franja con un 12,1% y un 11,6% en TC.

Respecto a los **Informativos**, la edición de mediodía de lunes a viernes obtiene una cuota de pantalla del 14,2% y 1,5M de espectadores, ascendiendo al 17,2% en *target* comercial; la de la noche concluye abril con un 10,9% y casi 1,4M, creciendo al 12,5% en *target* comercial; el matinal, un 11,5% y 14,3% en el público comercial y la edición del fin de semana obtiene una media (sábado y domingo) del 12% y 1,3M de espectadores, con un 12,8% en *target* comercial.

**Cuatro crece en *target* comercial y aventaja a su directo competidor en jóvenes y en las franjas de tarde y *late night***

Con un 5% en total individuos en abril, la segunda cadena de Mediaset España ha vuelto a mostrar una conversión positiva en el **perfil comercial,** con un incremento de casi 1 punto hasta obtener un **5,9% de *share***. Espectadores jóvenes y urbanos, los más identificados con Cuatro, le han entregado la victoria en abril en públicos de 13 a 24 años frente a La Sexta (4,8% vs. 4,3%).

*En* ***prime time***, la cadena ha registrado un 5,1% de cuota de pantalla, situándose como el **canal que más crece frente a abril del año pasado** (+3 décimas). Cuatro ha obtenido un 6,1% entre los públicos más dinámicos en esta franja y ha convertido en positivo la marca mensual de todos los espacios emitidos en la franja de máxima audiencia al *target* comercial.

De igual forma, Cuatro se ha impuesto este mes a su inmediato competidor en la **tarde** (5,8% vs. 5,6%) y el ***late night*** (5,6% vs. 4,5%), gracias al registro de sus espacios de actualidad **‘Todo es verdad’** (4,7% y 5,9% en TC), por encima de La Sexta en su franja (4,3%), y **‘Horizonte’** (5,9% y 7,7% en público comercial), que duplica a la oferta de La Sexta (2,5%).

En la franja de máxima audiencia **‘First Dates’** de lunes a jueves (6,9% y 1M), ha alcanzado su mejor cuota de pantalla en abril de los últimos 5 años; ‘**Planeta Calleja’** (8,7% y casi 1M), ha liderado su franja en *target* comercial con un 10,9%, y **‘Cuarto Milenio’** (6,3% y 825.000) ha recuperado el dominio de su franja sobre su directo competidor (5,5%).

**En *day time*** (5%), Cuatro también ha convertido todos sus espacios en positivo en el segmento del público más atractivo para los anunciantes: ‘**Todo es mentira’ (**6% y 7,1% en TC), **‘Cuatro al día’** (5,5% y6,1% en TC), **‘Cuatro al día a las 20h’** (5,2% y 5,9% en TC), **‘Cuatro al día fin de semana mediodía’** (5,8% y 6,9% en TC) y **‘Cuatro al día fin de semana vespertino’** (4,4% y 5,6% en TC). Además, continuando con su tendencia al alza, **‘Alta tensión’ (5% y 271.000)** ha vuelto a anotar en abril un nuevo récord mensual, incrementando su dato hasta el 5,2% en público cualitativo.

**Nueva victoria del grupo de temáticos de Mediaset España con su mejor marca de la temporada (8,5%)**

Con abril son ya 96 los meses consecutivos de liderazgo de Mediaset España en el conjunto de su oferta temática, con un 8,5% frente al 8% de su inmediato competidor. Un mes más, **Factoría de Ficción** lidera los temáticos con un 2,7% de *share* y asciende al 3,7% en *target* comercial, su mejor dato en abril desde 2018 en este parámetro, y repite como tercera televisión nacional en jóvenes de **13-24 años (6,8%)**. **Energy**, por su parte, ha alcanzado un 2,3% de cuota de pantalla e iguala su mejor dato de temporada, con un 2,7% en *target* comercial; **Divinity**, con un 2%, anota su mejor dato anual, y **BeMad** registra un 0,6%. Por su parte, **Boing** (0,8%) vuelve a **liderar entre las televisiones en niños** de 4 a 12 años, donde **crece al 10,8%**.