

Madrid, 22 de septiembre de 2022

‘La isla de las tentaciones’ lidera en su estreno y arrasa entre los jóvenes con casi el 40% de *share*

**Un 20,5% de cuota de pantalla y 1,6M de espectadores le concedieron la victoria de su franja, con un incremento de casi 10 puntos en *target* comercial (30,3%) con el público de 16 a 44 años (39,7%) como principales seguidores.**

**En Cuatro, ‘First Dates’ (8,3% y 1M) anotó su mejor entrega de la temporada, con un 8,9% en *target* comercial y más de 1 punto por encima del 7% de La Sexta en su franja**

**Energy fue el canal temático más visto del miércoles con un 2,5% de *share*.**

El arranque de la quinta edición de **‘La isla de las tentaciones’ fue anoche la opción favorita para los espectadores** que lo auparon hasta el liderazgo de su franja con 1,6M de espectadores y un 20,5% de cuota de pantalla, convirtiéndose en el mejor estreno de temporada en Telecinco.

**Creció casi 10 puntos en público cualitativo**, alcanzando un 30,3% en *target* comercial, **el más alto de todas las televisiones,** liderando de forma absoluta entre los espectadores menores de 54 años, con un 39,7% de *share* entre los jóvenes de 16 a 44 años, su público más destacado, frente a la oferta de Antena 3, ‘La esposa’, que alcanzó sus mayores seguidores entre los mayores de 75 años (25%). ‘La isla de las tentaciones’ obtuvo registros por encima de la media nacional de cuota de pantalla en Andalucía (26,2%), Valencia (22,7%), Madrid (22,2%) y Castilla y León (21,1%).

Previamente, **‘El programa de Ana Rosa’** (17,3% y 428.000) volvió a liderar la mañana y se impuso al 14,1% de su directo competidor. En la tarde, **‘Sálvame Limón’** (11,5% y 1M) y **‘Sálvame Naranja’** (13,9% y 1M) dominaron sus franjas frente a la oferta de Antena 3 en la franja (10,9% y 13,7%, respectivamente).

**Mejor entrega de la temporada de ‘First Dates’**

En **Cuatro**, la nueva entrega de **‘First Dates’** (8,3% y 1M) registró su **mejor dato de la temporada**. Se impuso a la oferta de su inmediato competidor, con la emisión del programa 2.500 de ‘El Intermedio’ (7%), y creció entre los públicos más dinámicos hasta anotar un 8,9% de *share*.

Además, entre los canales temáticos, **Energy** fue la cadena más vista del miércoles con un 2,5% de *share*.