

Madrid, 8 de marzo de 2023

**‘Supervivientes: Tierra de nadie’ se estrena líder de su franja y del *target* comercial, con los jóvenes como principales seguidores (21,2%)**

**Más de 1,4M de espectadores y un 15,3% de *share* otorgaron la victoria al concurso frente al resto de ofertas en su franja, con un incremento de casi 1 punto respecto a dato de su estreno de la temporada pasada (14,4%).**

**Creció casi 2 puntos en *target* comercial hasta un 17,1%, con el público más afín en la horquilla de 16 a 34 años, donde superó el 21%.**

**Energy (3,2%) se situó como la televisión temática más vista del martes.**

Más de **1,4 millones de espectadores y un 15,3% de *share*** situaron anoche al estreno de **‘Supervivientes: Tierra de nadie’** como **lo más visto en su franja** de emisión, un dato que supera en casi 1 punto al obtenido en el arranque del espacio en su edición anterior (14,4%).

El concurso presentado por Carlos Sobera en Telecinco, mejoró su registro 1,8 puntos entre el público más demandado por los anunciantes, hasta anotar un **17,1% en *target* comercial**, y elevó hasta el **21,2%** de *share* su dato entre los **espectadores jóvenes de 16 a 34 años**, sus mayores seguidores. Por comunidades autónomas, ‘Supervivientes: Tierra de nadie’ superó la media nacional en **Andalucía (20,1%), Madrid (19,6%) y Murcia (17,6%)**.

Además, Telecinco, que convirtió en positivo el *target* comercial de todos sus programas del martes, lideró el *late night* (17,4%) y dominó también la mañana (16,5%) y el *day time* (13,8%) con los triunfos en sus respectivas franjas de emisión de **‘El programa de Ana Rosa’** (17,6%, 493.000 y un 19,5% en TC); **‘Sálvame Naranja’** (14,4%, casi 1,3M y un 16,1% en TC) y **‘Sálvame Limón’** (12,3%, 1,2M y 14,3% en TC).

De igual forma, destacó **‘Ya es mediodía’** (15,8%, 1,1M y un 21,2% en TC), tras anotar su segundo mejor resultado de la temporada. Además,**’25 palabras’** (10,1% y 940.000), que ayer superó el 10% de cuota de pantalla por segundo día consecutivo, lideró el *target* comercial en su banda de emisión con un 12,6% de *share*, aventajando en 3 puntos a su inmediato competidor.

Como consecuencia, **Mediaset (27,2%) y Telecinco (13%)** anotaron **su mejor martes** desde el 25 de octubre de 2022. Por lo que se refiere a las televisiones temáticas, **‘Energy’** (3,2%) coronó ayer el ranking de las más vistas de la jornada.