Madrid, 10 de marzo de 2023

**‘Supervivientes 2023’ lidera tras crecer más de 2 puntos sobre su estreno**

**1,7M y un 17,7%, 2,1 puntos más que en su estreno, siguieron el *reality* en Telecinco, a 6,7 puntos de la segunda opción (11%). Es la primera vez que una segunda gala mejora los datos del estreno desde la segunda edición del formato en 2001.**

**‘Supervivientes’ lideró todos los segmentos de público, destacando entre los jóvenes de 25 a 44 años (21,2%) y en target comercial, donde creció hasta el 18,9%.**

**Telecinco obtuvo ayer un 12,9%, su mejor jueves del año**

**1,7 millones y un 17,7% de *share*** siguieron ayer la primera gala de expulsión de ‘Supervivientes’, 2,1 puntos más que el dato de su estreno el pasado jueves. Con **más de 5 millones de contactos**, el programa presentado por **Jorge Javier Vázquez** fue líder indiscutible de su franja a 6,7 puntos de la segunda opción. Lideró todos los perfiles de públicos y en todas las comunidades autónomas, destacando su seguimiento entre los jóvenes de 25 a 44 años con un 21,2% y su victoria en *target* comercial con un 18,9%, a más de 9 puntos de su inmediato competidor en la franja (10,8%).

Gráfico, Histograma

Descripción generada automáticamente ‘Supervivientes’ (22:09–01:59)

Calendario

Descripción generada automáticamente con confianza baja

Telecinco obtuvo ayer un 12,9% en total día, su mejor registro en jueves del año tras liderar el ***day time***, con un 13,5% impulsado por los liderazgos de su franja de ‘Sálvame limón’ (12,3% y 1,2M); la **mañana**, con un 15 %, en la que destacó **‘El programa de Ana Rosa’** (16,4% y 478.000) y el ***late night*,** con un 22%.

**El partido de la Europa League en Cuatro, el más visto de esta competición en abierto desde 2019**

En Cuatro, ayer destacó el partido Roma - Real Sociedad con 708.000 espectadores y un 7,2%, convirtiéndose en el partido de Europa League en abierto con mayor share desde el 21/02/2019. Superó a su inmediato competidor por dos décimas.

Asimismo ‘Horizonte’, con un 5,7% de share y un target comercial del 7,9%, se impuso en su franja a su inmediato competidor (5,3%).

Entre los **canales temáticos, Energy** lideró la jornada con un 3% de *share*, seguido de FDF (2,4%) y Divinity (2,2%), donde destacó ‘Café con aroma de mujer’ (3,1% y 435.000) como la segunda emisión más vista de los temáticos.