

Madrid, 19 de abril de 2023

**‘Supervivientes: Tierra de nadie’, líder del *target* comercial con los jóvenes como principales seguidores**

**Con un 13,1% de *share*, el *reality* presentado por Carlos Sobera se anotó la victoria de su franja en este parámetro, con los jóvenes de 16 a 24 años entre sus principales seguidores (13,8%).**

**El estreno de ‘Código 10’ en Cuatro alcanzó un 5,4% de cuota de pantalla y se impuso en casi 2 puntos a la oferta de su inmediato competidor (3,5%).**

**Energy (2,8%), FDF (2,5%) y Divinity (2,3%) volvieron a ser las televisiones temáticas más vistas de la jornada con el liderazgo de ‘Mentes criminales’ como la emisión con mayor audiencia del martes. ‘Be Mad’, con un 1,2% de *share*, registró su segundo mejor cuota de pantalla en martes de la temporada.**

**‘Supervivientes: Tierra de nadie’** se impuso anoche como **la oferta más seguida por los espectadores con mejor perfil para los anunciantes en su franja de emisión** con un 13,1% de *share* en *target* comercial. El reality de Telecinco, que anotó una media de más de 1,2M de seguidores y un 12,9% de cuota de pantalla, estuvo arropado principalmente por los jóvenes, su público más fiel, con un 13,8% en edades entre 16 a 24 años.

Además, el concurso presentado por Carlos Sobera, por el que pasaron 4,3M de espectadores, superó la media nacional en **Andalucía (17,9%), Canarias (16,8%), Murcia (15,9%), Madrid (13,3%) y en el denominado ‘Resto’ (14,8%)**.

Por la mañana, ‘**El programa de Ana Rosa’** (16,3% y 403.000) se hizo con la victoria de su franja, entregando a Telecinco la hegemonía de la mañana (14,7%). Por la tarde, destacaron los liderazgos en *target* comercial de **‘Sálvame limón’** (10,9%) y **‘Sálvame Naranja’** (13,8%).

Como resultado, **Telecinco** anotó un 11,5% en el día y lideró el *target* comercial con un 12,2% de *share*.

En Cuatro, el estreno de **‘Código 10’** (5,4% y 479.000) se impuso a su directo competidor en la franja (3,5%), con más de 2,3M de contactos, impulsando a la cadena de Mediaset España a superar a su directo adversario en las franjas de *prime time* (5,4% vs. 4,5%) y *late night* (4,8% vs. 3,2%).

Entre las televisiones temáticas, **Energy** (2,8%) se situó a la cabeza del *ranking*,seguido de **FDF** (2,5%) y **Divinity** (2,3%). ‘**Mentes criminales’** (393.000 y 2,7%) en el *prime time* de Energy, volvió a ser la emisión más vista de la jornada. Y **‘Be Mad’**, con un 1,2% de *share*, repitió su segundo mejor *share* en martes de la temporada.

**Mediaset España**, por su parte,anotó un 25,4% en el día y lideró el *target* comercial (27,6%).