

Madrid, 25 de abril de 2023

‘La isla de las tentaciones’ bate su récord de *share* de la temporada y crece hasta el 34,1% en el público joven

**Con un 15,2% de cuota de pantalla y casi 1,7M de espectadores, la entrega que acogió los reencuentros de las parejas seis meses después lideró su franja y fue la primera opción entre el público más atractivo para los anunciantes con un 20,2% en *target* comercial.**

**El conjunto de televisiones temáticas de Mediaset España volvió a encabezar el ránking con Energy (2,8%), FDF (2,6%) y Divinity (2,2%) como las más vistas.**

**‘La isla de las tentaciones’** firmó anoche un nuevo **récord de *share* de la temporada con un 15,2%** (casi **1,7M de espectadores)** con la emisión de los reencuentros de las parejas seis meses después de la experiencia vivida en República Dominicana. El espacio volvió a crecer respecto a la semana anterior y se convirtió en la opción favorita de los espectadores en su franja, **liderando de forma absoluta** con una ventaja de 1 punto respecto a la segunda opción de la noche (14,2%).

El programa presentado por Sandra Barneda registró 4,4M de contactos y también **se impuso a sus competidores en *target* comercial** con un 20,2% de *share*, disparándose al 34,1% de *share* entre los espectadores de **entre 16 y 24 años**, sus principales seguidores, y un 26,7% entre los de 25 a 44 años. Destacó el especial seguimiento obtenido en **Murcia (24,6%) y Canarias (20,7%).**

Por la mañana, ‘**El programa de Ana Rosa’** obtuvo una jornada más la victoria en su horario de emisión con un 16,9% de *share* y 447.000 espectadores y otorgó a Telecinco el triunfo de la franja matinal con un 15,3% de cuota de pantalla. Además, destacaron por su liderazgo en sus respectivas franjas **‘Sálvame Limón’** (11,8%, 1,1M y 12,8% en TC) y **‘Sálvame Naranja’** (13,6%, 1,1M y un 14,5% en TC). Por su parte, **‘25 palabras’** se impuso en *target* comercial al resto de ofertas en su banda horaria con un 9,8%.

Aupado por estos registros, **Telecinco**, que ayer convirtió en positivo los *targets* comerciales de todas sus emisiones, registró ayer un 12,4% de cuota de pantalla, igualando su **segundo mejor dato en lunes del año.**

El conjunto de **canales temáticos de Mediaset España** anotó un 9,5% de *share*, por encima del dato de la semana pasada, con **Energy**, que volvió aser el canal más visto entre estas televisiones con un **2,8% de cuota de pantalla**,seguido de **FDF** (2,6%) y **Divinity** (2,2%). El capítulo de ‘**FBI Most Wanted’**,en el *prime time* de Energy, se situó como lo más visto de las temáticas (403.000 y 2,7%).