

Madrid, 26 de mayo de 2023

‘Supervivientes 2023’ suma un nuevo liderazgo y supera el 20% entre los jóvenes

**Con un 17,9% y más de 1,6M de espectadores, la gala presentada por Carlos Sobera y Laura Madrueño superó por más de 6 puntos a la segunda opción (11,7%). Se impuso también en el *target* comercial (18,9%), especialmente entre los jóvenes de 16-34 años (20,4%).**

**Cuatro (4,5%) anotó su mejor jueves de las últimas dos semanas y ascendió al 5,2% en *target* comercial. ‘Horizonte’ (5,7%) registró su mejor entrega desde el pasado 6 de abril y creció 1,5 puntos en *target* comercial (7,2%). Aventajó en 2,2 puntos a su inmediato competidor (3,5%).**

**Mediaset España (27,8%) fue el grupo más visto en el *target* comercial con un 31,6%. Los canales temáticos acumularon un 10,1% con Energy (3%) y FDF (2,7%) a la cabeza de los más vistos.**

**‘Supervivientes 2023’** volvió a dominar anoche su franja de emisión con un **17,9% de *share* y 1.636.000 espectadores**,6,2 puntos por delante de la segunda opción (11,7%).

El programa también fue la referencia en el ***target* comercial (18,9%)**. Registró un especial seguimiento entre el público joven, con un **20,4% entre los espectadores de** **16-34 años** y entre los residentes en **Canarias (25%), Andalucía (22,7%), Madrid (20%) y en el denominado ‘Resto’ (19,4%)**.

**Telecinco** obtuvo un 13,3% en total día y lideró entre el público del ***target* comercial (15,1%)**. La cadena también fue la referencia del ***day time* (13,8%)**, la **mañana (15,8%)** y el ***late night* (22,8%)**, con nuevos liderazgos de sus respectivas franjas de emisión de **‘El programa de Ana Rosa’** (17,4% y 464.000) y **‘Sálvame Naranja’** (13,5%, 1,1M y un 15,5% en TC). **‘25 palabras’** (9,5%), por su parte, se impuso una jornada más en el *target* comercial (12,2%).

**Cuatro** anotó un 4,5% en total día, su mejor jueves de las últimas dos semanas, y ascendió al 5,2% en *target* comercial. **‘Horizonte’** (5,7% y 460.000) que alcanzó su mejor resultado desde el pasado 6 de abril, se impuso a su directo competidor (3,5%) y creció hasta el 7,2% en el *target* comercial. Más de 2,6 millones de espectadores conectaron en algún momento con el programa.

Los **canales temáticos** del grupo firmaron un 10,1% de *share* con **Energy (3%) y FDF (2,7%)** como los más vistos del día. **Mediaset España** acumuló un 27,8% de *share* en total día y lideró en el ***target* comercial** con un 31,6%.