

Madrid, 1 de junio de 2023

Audiencias mayo: Mediaset España lidera por 14º mes consecutivo el *target* comercial y Telecinco mantiene su evolución al alza con su mejor dato de los últimos seis meses

**Con un 28,5% de *share* entre los públicos más atractivos para los anunciantes, Mediaset España se ha impuesto por 14º mes consecutivo en *target* comercial tras crecer una décima respecto al mes pasado. Ha registrado su tercer mejor dato de la temporada con la segunda mayor ventaja (+3,5 puntos) en este parámetro frente a su directo competidor.**

**Telecinco (11,5%) ha mejorado por cuarto mes consecutivo (+1 décima) y ha marcado el mejor dato mensual de los últimos seis meses. En *target* comercial (11,9%) ha liderado por quinto mes consecutivo, con 1 punto por delante de su inmediato competidor (10,9%). Cuatro (4,7%) ha crecido un punto en *target* comercial (5,7%)**

**Con un 10,1% de *share*, los canales temáticos de Mediaset España han sumado 109 meses de liderazgo consecutivos con la mejor marca alcanzada en un mes de mayo. El ránking de los más vistos está encabezado por Energy (3,1%), líder por décimo mes consecutivo tras igualar su mejor dato histórico; FDF (2,6%), que ha crecido una décima respecto a abril y ha igualado su mejor dato de la temporada; y** **Divinity, tercera con un 2,2% de *share*, su mejor dato en mayo desde 2017.**

**Mediaset España** ha cerrado el mes de **mayo** con un 26,2% de *share* y se ha situado como el grupo audiovisual líder entre los públicos con mejor perfil para los anunciantes con un **28,5% de *share* en *target* comercial**, parámetro en el que ha marcado una ventaja de 3,5 puntos respecto a su inmediato competidor (25%), al que también se ha impuesto entre los espectadores menores de 55 años (29,4% vs. 24,5%). El grupo también se ha alzado con el liderazgo del *target* comercial en el *prime time* por cuarto mes consecutivo con un 26,4% frente al 24,5% de su competencia e igualmente ha anotado la victoria en la franja del *day time* (27%) y del *target* comercial de la franja diurna (29,6%).

Por su parte, **Telecinco** ha finalizado mayo con un 11,5% de *share*, mejorando su marca por cuarto mes consecutivo. La cadena ha igualado su **mejor dato mensual desde noviembre de 2022** y se ha alzado como líder del ***target* comercial (11,9%)**. **Cuatro** (4,7%) ha convertido en positivo su dato entre los públicos más dinámicos tras crecer un punto en este segmento hasta el 5,7% de *share*. Y los **canales temáticos de Mediaset España** han logrado su **mejor marca histórica en un mes de mayo** con un acumulado del 10,1%, con **Energy** (3,1%), **FDF** (2,6%) y **Divinity** (2,2%) encabezando el ranking de los más vistos del mes.

**Telecinco alcanza su mejor dato mensual de los últimos seis meses**

Telecinco ha vuelto a crecer en mayo sobre el mes anterior hasta firmar un 11,5% de *share*, su mejor dato de los últimos seis meses. La cadena ha registrado una conversión positiva en el *target* comercial, donde por quinto mes consecutivo se ha situado como la televisión líder con un 11,9% de cuota de pantalla, 1 punto por delante de la segunda opción (10,9%).

Telecinco ha firmado un 10,2% en *prime time* y ha incrementado su cuota de pantalla en *target* comercial del horario estelar hasta el 10,8% de *share*. Ha destacado el liderazgo de **‘Supervivientes 2023’**, que ha incrementado sus datos tanto en las galas de los jueves (18,1% y 1,7M) como de los martes con **‘Supervivientes: Tierra de Nadie’** (15% y 1,4M). También ha sido lo más visto en su horario los domingos con **‘Supervivientes: Conexión Honduras’** (15,5% y 1,5M).

En ***day time****,* Telecinco ha mejorado dos décimas respecto a abril hasta alcanzar un 12%, su **mejor dato desde noviembre de 2022**, y ha liderado el *target* comercial de la franja diurna con un 12,4%. **‘El programa de Ana Rosa’** ha incrementado seis décimas respecto al mes pasado y ha continuado como líder imbatible en la mañana con un 16,8%, 456.000 espectadores y un *target* comercial del 17,8%. **‘Ya es mediodía’** (13,1% y 955.000), con un dato en *target* comercial que asciende al 14,9%.

Por la tarde, **‘Sálvame diario’** (12,7% y 1,1M) se ha alzado con el liderazgo de su franja tras cuatro décimas y anotar su mejor marca en cuota de los últimos cuatro meses. Se ha impuesto en el *target* comercial con un 14%, mientras que **‘25 palabras’** (9,6% y 751.000) ha igualado su segundo mejor dato mensual en cuota de pantalla y se ha impuesto en el *target* comercial (11,1%). Igualmente, **‘Reacción en cadena’** ha marcado un nuevo **máximo mensual en cuota de pantalla** con un 8,4%, elevando su dato hasta el 11,1% en *target* comercial.

**Cuatro en *prime time* anota un 5% de *share***

Por su parte, **Cuatro** ha anotado en mayo un 4,7% en total individuos y un 5,7% en el *target* comercial. Su audiencia es superior en *prime time,* hasta el 5% de *share*, superando a su competidor en el *target* comercial de este parámetro (6% vs.5,8%).

En el horario estelar han destacado **‘First Dates’** (lunes a jueves) con un 6,9%, su mejor dato en mayo desde 2017, 968.000 espectadores y un 7,3% en TC; **‘First Dates’** (viernes) (5,7% y 631.000); **‘Horizonte’** (5,4% y 6,6% en TC) y **‘Cuarto Milenio’** (5,2%, 672.000 y 7,2% en TC).

En *day time,* todos sus espacios han convertido en positivo sus cifras en el *target* comercial: **‘Todo es mentira’** (4,9% y 463.000) ha cerrado el mes con un 5,6% en TC; **‘Cuatro al día’** (4,1%) y la edición de sobremesa de **‘Cuatro al día Fin de Semana’** (5,2%) han alcanzado un 4,8% y un 6,2% en TC, respectivamente; y **‘En boca de todos’** (3% y 223.000) ha igualado su **récord mensual de *share*** y ha firmado su segundo mejor dato de espectadores, alcanzando el 4,2% en TC.

**Los canales temáticos de Mediaset España alcanzan su mejor dato histórico en mayo**

Los canales temáticos de Mediaset España han registrado un 10,1%, el mejor dato de su historia en un mes de mayo, con el que suman 109 meses consecutivos de hegemonía frente al 6,9% del conjunto de canales temáticos de su competidor. **Energy, FDF y Divinity** han sido de nuevo los más vistos.

**Energy** ha mantenido su récord histórico con un 3,1% y **corona el *ranking* por décimo mes consecutivo**. Ha crecido hasta el 3,2% en el *target* comercial, su máximo histórico en mayo. La serie **‘The Rookie’** (3,6% y 487.000) ha sido el contenido más visto del canal.

**Factoría de Ficción** (2,6%) ha igualado su mejor dato de la temporada y ha **liderado** **el *target* comercial entre las temáticas** con un 3,7% de *share*, su **mejor dato mensual desde julio de 2022 e igualando su mejor cifra en mayo desde 2019**. También ha sido la temática más vista entre los jóvenes de 13 a 24 años con un 7,5%, 1,1 puntos más que el mes pasado y su mejor dato desde julio de 2022. Ha sido también la cuarta opción entre todas las cadenas en este *target*. La película **‘Fast & Furious 7’** (4,7% y 469.000) ha sido lo más visto del mes en el canal.

**Divinity** (2,2%) ha ocupado la tercera posición con su **mejor registro en mayo desde 2017**. Ha vuelto a ser el canal temático femenino líder enel *target* comercial con un 2,1%. En su público objetivo, mujeres de 16-44 años, ha ascendido al 2,7%*.* La serie **‘Chicago Fire’** (2,6% y 367.000) ha sido su oferta con mayor audiencia del mes.

**Boing** ha firmado su 22º mes consecutivo de liderazgo entre los niños con un 11%, marcando una distancia de 3,2 puntos sobre Clan TV (7,8%) y de 3,3 sobre Disney Channel (7,7%). En total individuos, el canal infantil de Mediaset España se ha situado en un 0,8%, por delante de Disney Channel (0,7%). La serie **‘Doraemon, el gato cósmico’** (7,2% y 214.000) ha sido su contenido más seguido.

Por último, **BeMad** ha vuelto a batir en mayo su **récord histórico en total individuos** (1,4%). El largometraje **‘El beso del dragón’**, con 356.000 espectadores y un 2,6% de *share,* ha sido la **emisión con mayor audiencia en la historia del canal**.