

Madrid, 2 de junio de 2023

‘Supervivientes 2023’ continúa al alza y suma un nuevo liderazgo con un 23,6% en público joven

**Con un 18% y más de 1,6M de espectadores, la gala presentada por Carlos Sobera y Laura Madrueño creció 1 décima respecto a su última entrega y amplió su distancia a más de 7 puntos respecto a la segunda opción (10,4%), con un 23,6% de seguimiento entre el público joven de 16 a 24 años.**

**Cuatro (5%) anotó su mejor jueves de las últimas nueve semanas y ascendió al 5,7% en *target* comercial, impulsado por los buenos resultados de ‘Horizonte’ (6%), ‘Todo es mentira’ (6%), ‘Cuatro al día’ (520.000) y ‘Cuatro al día 20 h.’ (6%)**

**Los canales temáticos de Mediaset España registraron su mejor jueves de las últimas ocho semanas (10,5%), con Energy (3%), FDF (que anotó su mejor jueves desde el pasado 10 de noviembre con un 2,8%) y Divinity (2,4%) a la cabeza de los más vistos. Be Mad, con un 1,5%, igualó su mejor jueves histórico.**

**‘Supervivientes 2023’** volvió a dominar anoche su franja de emisión con **1.609.000 espectadores** y un **18% de *share***, **dato que supone 1 décima más que en su última entrega** y una ventaja de 7,6 puntos sobre la segunda opción (10,4%).

El programa registró un especial seguimiento entre el público joven, con un **23,6% entre los espectadores de** **16-24 años** y entre los residentes en **Canarias (28,7%), Murcia (21,7%), Andalucía (20,1%), Madrid (19,1%), Valencia (18,8%), Galicia (18,4%) y en el denominado ‘Resto’ (25%)**.

**Mediaset España** acumuló un 28,1% de *share* en total día y lideró en el *target* comercial con un 30,7%. **Telecinco** obtuvo un 12,5% en total día y lideró entre el público del ***target* comercial (13,8%)**. La cadena también fue la referencia de la **mañana (14,5%)** y el ***late night* (23%). ‘El programa de Ana Rosa’** (16,1%, 439.000 y un 18% en *target* comercial) volvió a liderar su banda de emisión. Y en la tarde **‘Sálvame Limón’** (11,2%), **‘Sálvame Naranja’** (13,3%) y **‘25 palabras’** (10,3%) fueron las ofertas que encabezaron el *target* comercial en sus respectivas franjas.

**Cuatro** anotó un 5% en total día, su mejor jueves de las últimas nueve semanas, y ascendió al 5,7% en *target* comercial. Impulsaron este dato **‘Horizonte’** (6% y 478.000) con su mejor resultado de sus últimas 9 emisiones, duplicó a su directo competidor (3%) y creció hasta el 7,2% en el *target* comercial; **‘Todo es mentira’** (6%) con su mejor *share* de los últimos siete meses; **‘Cuatro al día’** (5,2% y 520.000), con su segunda entrega más vista del año, y su **emisión de las 20h**, que situó el dato de la entrega de ayer entre los mejores de 2023 con un 6% de cuota de pantalla.

Los **canales temáticos** del grupo firmaron un 10,5% de *share,* su mejor registro en jueves de las últimas ocho semanas con **Energy (3%), FDF, que alcanzó su mejor jueves desde el pasado 10 de noviembre con un 2,7%, y Divinity (2,4%),** como los más vistos del día. Además, **Be Mad** (1,5%) igualó su mejor dato histórico en este día de la semana. El grupo también coronó el ranking de las emisiones con mayor audiencia de la jornada con el capítulo de **‘La que se avecina’** de las 20:45h (359.000 y 2,9%) y la película **‘Taxi 2’** (358.000 y 3,2%), ambas emitidas en FDF.