

Madrid, 2 de enero de 2024

Telecinco recupera en diciembre la segunda posición y logra el mejor *prime time* de los últimos seis meses

* **Mediaset España** anota un 25,8% de *share*, su **mejor dato desde junio**, y **suma 21 meses de liderazgo ininterrumpido en *target* comercial** (28,2%). Alcanza un 25,5% en la franja de *prime time*, igualando su dato más alto desde abril, y es **líder en el *target* comercial del *prime time*** (27,6%).
* **Telecinco**, único canal que crece respecto a noviembre,recupera la **segunda posición en el ranking de diciembre** con un 10%, compartiendo puesto con La 1. Anota un 9,5% en la franja de *prime time*, su **mejor dato de los últimos seis meses.**
* **Cuatro** (5,4%) iguala su **mejor diciembre desde 2019**. En *prime time* alcanza el **mejor** **dato en este mes del año desde 2017** con un 6,1% de share, seis décimas más que en diciembre de 2022 y se impone a su inmediato competidor (5,3%), al que también supera en el *target* comercial del *prime time*, con una ventaja de 1,1 puntos (7,1% vs. 6%).

**Programas más destacados de Telecinco:**

* + **¡De viernes!** (13% y 1.135.000), líder de su franja en el *target* comercial (12,6%). El programa del pasado 8 de diciembre es la emisión más vista y con mayor cuota de pantalla del mes en Telecinco(16,3% y 1.403.000).
	+ **GH VIP 8** (13,5% y 1.020.000). Su final marca récord de temporada con 15,2% y 1.160.000. Se despide líder del mes en su franja. **GH VIP: El debate** (11,8% y 1.062.000) lidera su franja y en *target* comercial (11,5%).
	+ **TardeAR** (10,6% y 930.000) mantiene tendencia ascendente y marca récord en cuota y número de espectadores. Imbatible en *target* comercial (11,1%).
	+ **Reacción en cadena** (10,2% y 1.087.000) anota su dato de *share* mensual más alto de su historia y lidera en *target* comercial (12,4%).
	+ **Así es la vida** (900.000) firma el mes más visto de su historia y conserva el liderazgo del *target* comercial (10,4%).
	+ **Fiesta** (10,8% y 1.064.000) recupera el liderazgo de su franja y también es primera opción en *target* comercial (9,9%).
	+ **Crónicas Marcianas: el reencuentro** (14,2% y 1.296.000), líder de su franja y del *target* comercial (17,1%).
	+ **Got Talent España** (12,2% y 1.204.000) finaliza su novena temporada renovando su liderazgo.

**Programas más destacados de Cuatro:**

* + **Todo es mentira** (5,5% y 511.000) iguala el dato de diciembre con mayor cuota de pantalla de su historia.
	+ **First Dates** (8% y 1.064.000, en sus emisiones de lunes a jueves) anota el mejor *share* en diciembre de los últimos seis años. La edición de los viernes (7,2% y 856.000) obtiene su mejor cuota de pantalla en diciembre desde 2017.
	+ **Código 10** (7,1% y 492.000) marca el segundo mejor resultado mensual de su historia.
	+ **Te falta un viaje** (6,3%, 591.000 y 7,3% en TC) firma el mejor arranque de un programa en Cuatro en los dos últimos años y medio en cuota de pantalla con un 8,5% y 840.000 espectadores en su estreno.
	+ **Horizonte** (6,3% y 477.000) registra su mejor share mensual de los últimos cinco meses.
* **Los canales temáticos de Mediaset España** baten su **récord con el mejor diciembre de su historia** con un 10,4% de share. Suman 116 meses de liderazgo consecutivo y mantiene los primeros puestos del ránking por 11º mes consecutivo.
	+ **Energy** (2,9%) encabeza el liderazgo de las temáticas por 17º mes consecutivo con el mejor diciembre de su historia y el más alto en este mes en target comercial (3,2%).
	+ **FDF** (2,8%) es segunda con su mejor dato mensual del año y es líder en el target comercial entre las temáticas (3,8%), con su mejor diciembre de los últimos seis años en este parámetro. También es el canal temático líder entre los jóvenes de 13 a 24 años (6,8%).
	+ **Divinity** (2%) anota igualmente un 2% en *target* comercial y se alza de nuevo como la temática femenina más vista.
	+ **Boing** (1%)es el canal infantil líder, suma 29 meses de victorias consecutivas entre los niños con un 10,8% de share.
	+ **Be Mad** alcanza el mejor mes de su historia,tanto en su dato de total individuos como en target comercial, en ambos casos con un 1,7% de share.

AUDIENCIAS 2023

Mediaset España y Telecinco, grupo audiovisual y cadena con mejor *target* comercial de la televisión en 2023

* **El grupo** suma 12 años de liderazgo en *target* comercial con un 28% de *share*, 2,4 puntos más que su media en total individuos (25,6%) y 2,6 puntos por delante de su inmediato competidor (25,4%).

* **Telecinco** finaliza también el año como la **segunda cadena más vista** con un 10,4%. La cadena cumple nueve años como primera opción en *target* comercial (11%) y crece 0,6 puntos respecto a su dato de total individuos (10,4%) frente al descenso de 2,7 puntos de su competencia (13,3% vs. 10,6%).

**Programas destacados en 2023:**

* **¡De viernes!** (13,1% y 1.146.000) logra con su primera entrega ser el mejor estreno en viernes del año en la cadena y en cuota consigue ser el mejor estreno de *prime time* de Telecinco en 2023.
* **Los *realities*** siguen siendo una seña de identidad de Telecinco; **Supervivientes**, con 1.617.000 espectadores, y **La isla de las tentaciones**, con 1.578.000, se colocan entre los 10 programas de entretenimiento más vistos y con mejor *target* comercial del año (17,3% y 18,8%, respectivamente).
* **Supervivientes (**17,4% y 1.617.000) es **líder absoluto** y **primera opción en target comercial** (17,3%); **Supervivientes: Conexión Honduras** (14,6%, 1.457.000 y 15,1% en TC.) **líder absoluto**; y **Supervivientes: Tierra de nadie** (14,7%, 1.404.000 y 15,2%), también es primera opción. **La isla de las tentaciones** (13,6% y 1.578.000)se impone en TC (18,8%) y menores de 55 años(con un destacado 27% en 13-24 años). **GH VIP 8 (12,7% y 950.000)** supera al resto de cadenas comerciales en su franja.
* **El programa de Ana Rosa**,que se despidió como el magazine líder de las mañanas con 16,5% y 451.000 espectadores (con 17,3% en *target* comercial), y **Ya es mediodía**, que cerró el año con 12,6% y 902.000 (con 14,5% en TC), han dado paso a **La mirada crítica (11,9% y TC de 12,4%) y Vamos a ver**,con un 13,8%,líder de su franja en TC (15,4%) y Vamos a ver más, con un TC del 12,8%.
* **Sálvame** (12,6% y 1.145.000 y TC 14,3%)ha cedido el testigo a **Así es la vida** (8,8%, 797.000), líder con un 9,9% en TC,y a **TardeAR** (10,3% y 858.000), también primera opción del TC con un 11,2%.
* Buen comportamiento de los concursos vespertinos con **25 palabras** (9,1%, 739.000 con un 10,9% en TC) y **Reacción en cadena** (8,7% y 854.000). Este último formato alcanzaen los últimos meses del año cifras superiores al millón de espectadores y crece en *target* comercial hasta el 11,3%.
* La nueva edición de **Got Talent España** se ha anotado la victoria de su franja con 12,4% y 1.146.000 espectadores; **Got Talent All Stars** (10,5%); **El musical de tu vida** (8,5%); y **Desnudos/as por la vida** (8,7%).
* **Cuatro** (5,2%) crece respecto a 2022 y suma casi un punto en target comercial (6,1%). Se impone a su directo competidor entre los jóvenes de 13 a 24 años (4,6% vs. 4,4%) y en las franjas de *prime time* (5,9% vs. 5,5%), con su mejor dato desde 2018, y en *late night* (5,6% vs. 4,9%).

**Todos los programas de Cuatro convierten en positivo el target comercial.**   **Programas destacados en 2023:**

* **First Dates** (7,8%, 1.057.000) anota el segundo mejor dato anual en cuota de pantalla de su historia y sube hasta el 8,5% en TC.También la edición del viernes,con un 6,8% y 761.000, crece al 7,1% en TC.
* **Todo es mentira** (5,4% y 507.000 con 6,3% en TC); **Cuatro al día** (4,5% y 367.000 con 5,1% en TC); **Cuatro al día a las 20h** (5,1%, 475.000 y 5,5% TC); **Cuatro al día** **fin de semana, tanto en sobremesa** (5,8% y 429.000 con 6,9% en TC) **como en *prime time*** (4,8%, 487.000 con 6% en TC.). **En boca de todos** (3,5%, 228.000 con 4,5% en TC); **Focus** (4,1%, 391.000 con 4,9% en TC); **Horizonte** (5,9%, 469.000 y 7,3% en TC); **Código 10** (5,9%, 420.000 y 6,9% en TC).
* Los programas de viajes **Volando voy** (6,4% y 575.000 con 6,7% en TC) y **Viajeros Cuatro** (6,6%, 591.000 y 7,7% en TC),que cierra el año con su mejor *share*,se suman a **Te falta un viaje** (6,3%, 591.000 con 7,3% en TC), convertido en el mejor estreno en share en Cuatro de los últimos dos años y medio. También en 2023 llegan los estrenos de **Dos de los nuestros** (4,1%, 298.000 y 5,1% de TC) y el reality **En busca del Nirvana** (3,9%, 296.000 y 4,8% en TC).Por su parte, **Planeta Calleja** (8,8% y 851.000, con un 10,5% en TC) es el programa de entretenimiento con la cuota de pantalla más alta en Cuatro.
* **Cuarto Milenio** (6,1%, 752.000 y 8,2% en TC)continúaatrapando a los espectadores en la noche de los domingos e imponiéndose a su rival.
* **Los Gipsy Kings** vuelve este año con **Dos bodas Gipsy** (5,8%, 496.000 y 6,7% en TC)y **Mi gran bautizo Gipsy** (7,5%, 724.000 y 10% en TC),ambos productos por encima de su competencia.
* **Ficción nacional. Series y cine:**
* **Bosé** (9,7% y 996.000) logra los mejores resultados anuales de una ficción en Telecinco. De hecho, el capítulo de estreno ‘El hijo del capitán trueno’ (13,1% y 1.324.000) es la emisión de ficción más vista del canal en 2023.
* **Escándalo, retrato de una obsesión** (8,1% y 936.000), otra de las nuevas apuestas de Telecinco este año junto con **Días mejores** (4,4% y 291.000). **El pueblo** (9,4% y 960.000), **Entrevías** (10,1% y 959.000), **La que se avecina** (9,6% y 879.000) y **Desaparecidos** (7,9% y 743.000) completan la oferta de ficción de Telecinco en este año.
* Producida por Telecinco Cinema, la comedia **Operación Camarón** (19,4% y 2.549.000) ha sido la película más vista del año en televisión.
* **Eventos deportivos:**
* **FÓRMULA 1:** El **Gran Premio de Fórmula 1 de España**, retransmitido en Telecinco el 4 de junio de 2023, lidera de forma absoluta y es la emisión más vista del día con 2.250.000 espectadores (20,9%). Alberga el minuto de oro de la jornada, a las 15:32 h, con el respaldo de 2.373.000 espectadores (22%). Convierte en positivo el T.C. (24,2%) y encabeza todos los *targets* menores de 75 años, con un destacado 25,1% en jóvenes.
* **MUNDIAL DE CLUBES:** Telecinco retransmite la semifinal y la final de este torneo, que se sitúan como las dos emisiones deportivas más vistas en el canal, con un promedio del 22,8% y 3.072.000 espectadores. Crece hasta el 26,2% en TC, lidera en todos los *targets* de edad y supera el 30% en jóvenes**.**
* **FÚTBOL TROFEO JOAN GAMPER:** el 8 de agosto Cuatro emite el **Trofeo Joan Gamper**, entre el Barcelona y el Tottenham, con una media de 8,9% de cuota, 756.000 espectadores y un 10,8% en *target* comercial. Lidera su franja de emisión entre los espectadores de 13 a 44 años (12,6%).
* **El conjunto de canales temáticos de Mediaset España** **crece 1,2 puntos respecto a 2022 y lidera con su mejor dato anual histórico** (10%). Suma 12 años consecutivos de victorias frente a los de su directo competidor (7,3%), con la mayor ventaja desde 2015. También es **líder del *target* comercial** (11%).
* **Energy** (3%) se convierte en la temática líder por primera vez en su historiay crece al 3,3% en *target* comercial.
* **FDF** (2,6%) es segunda y lidera el *target* comercial de las temáticas (3,5%), con los jóvenes de 13 a 24 años (7,1%) como sus principales seguidores.
* **Divinity** (2,2%) se sitúa tercera y es la televisión temática líder entre las mujeres de 16 a 44 años (2,7%).
* **Boing** (10,9%) es por tercera vez el canal infantil líder entre los niños.
* **Be Mad** (1,4%) cierra 2023 con la mejor audiencia de su historia y duplica su dato de 2022.