

Madrid, 24 de marzo de 2026

Telecinco renueva ‘Casados a primera vista’ tras el éxito de su primera edición, imbatible en la noche del lunes y con un especial consumo entre los jóvenes

El *reality dating show* producido por Mediaset España en colaboración con Bulldog TV contará con una segunda edición tras convertirse en uno de los formatos revelación de la temporada.

Con una media del 14,1%, ha liderado su franja en todas y cada una de sus emisiones y ha batido por 3,2 puntos a la siguiente opción, creciendo especialmente entre el público joven hasta un destacado 22,2% en el *target* 25-44 años. Acumula casi 10 millones de espectadores únicos.

Tras narrar una **intensa y original experiencia**, en la que **12 solteros y solteras**, siguiendo la orientación de **tres expertos** en el ámbito de la pareja, aceptaron **casarse sin conocerse** y, tras disfrutar de su boda y su romántica luna de miel, dieron el paso de convivir durante semanas en busca del amor, **la audiencia ha respondido alto y claro ‘sí, quiero’**- con un amplio seguimiento que ha llevado al formato a hacerse con el **dominio absoluto de la noche de los lunes**. Ante esta gran acogida, **Telecinco renovará por una segunda edición ‘Casados a primera vista’**, que volverá a producir en colaboración con Bulldog TV.

Marc y Ainhoa, Ana y Luija, Stefan y Estefanía, Laura y Lorenzo, Borja y Luciana y Natalia y Milton han protagonizado **seis viajes emocionales** diferentes, guiados y supervisados en todo momento por **Cecilia Martín, Raúl López Lastra y Nayara Malnero**, tres psicólogos expertos en terapia de pareja, en la adaptación del formato de éxito internacional ‘Married at First Sight’ distribuido por Seven One que en nuestro país ha ampliado su brillante y reconocido recorrido por más de 130 países de los cinco continentes.

El formato revelación de la temporada

‘Casados a primera vista’ se ha situado como una de las novedades de programación más destacadas de la temporada generando un **gran seguimiento en televisión y un elevado consumo en soportes digitales y redes sociales**:

EN TELEVISIÓN:

- **‘Casados a primera vista’ ha sido líder destacado de su franja** en la noche del lunes con un **14,1% de share** (890.000 espectadores), con 3,2 puntos de ventaja sobre la segunda opción.
- **Ha liderado su franja en el 100% de sus emisiones** fijando su **récord de share en un 15,3%** con su emisión del pasado 9 de marzo.
- **Casi 10 millones de espectadores únicos** acumulados desde su estreno en *simulcast* en Telecinco y Divinity.
- Los **jóvenes de 25 a 44 años** se han confirmado como **su público más fiel**: el formato ha firmado un **22,2%** en este segmento, duplicando prácticamente a la segunda opción. Además, ha firmado un **17,8%** en **13-24 años**, 8,6 puntos más que el siguiente competidor. Ha liderado su franja entre los menores de 65 años.
- El formato ha crecido también sustancialmente en el **target comercial**, con un **16,6%**, dato con el que también lidera sobre el resto de cadenas.
- Ha destacado especialmente su consumo en **Madrid (18%)**, **Andalucía (17,1%)**, **Canarias (16,8%)**, **‘Resto’ (15,1%)** y **Comunidad Valenciana (14,8%)**.
- El desenlace de la edición, con el **reencuentro en directo** en el plató de los protagonistas, firmó anoche su **segundo mejor dato de la temporada con un 15,2%** (877.000 espectadores), completando un **pleno de liderazgos absolutos** de su franja. Superó por 3,6 puntos a la segunda opción en su horario y creció hasta el 16,8% en el *target* comercial.

DIGITAL:

- Los contenidos del formato se han situado en su periodo de emisión como **los más consumidos en los soportes digitales de Mediaset España** tras **‘La Isla de las Tentaciones’** y **‘GH DÚO’**.

REDES SOCIALES:

- Los contenidos publicados en sus perfiles oficiales acumulan **más de 240 millones de visualizaciones**.