

Madrid, 1 de mayo de 2023

## Mediaset España conquista el liderazgo en abril y se alza también como el grupo más visto en *prime time*

Es el grupo que más crece respecto a abril de 2022 (+9 décimas) con un 26,5% de *share*. También se anota la victoria en el *target* comercial por 13<sup>o</sup> mes consecutivo con un 28,4% y entre los públicos menores de 55 años (29,3%). Además, ha cerrado el mes como el grupo de referencia en el *prime time* con un 25,5%, tras crecer tres décimas respecto a marzo y 1,7 puntos respecto a abril del año pasado.

Telecinco (11,4%) obtiene su mejor dato de los últimos cinco meses tras crecer (+2 décimas) por tercer mes y suma cuatro meses de liderazgo en *target* comercial (11,9%). Cuatro (4,8%) crece en *prime time* (5,4%) hasta anotar su mejor dato en abril de los últimos tres años y registra un 5,6% en *target* comercial.

Los canales temáticos de Mediaset España acumulan un 10,3% de *share*, su mejor dato desde agosto de 2016. Encabeza el ranking Energy (3,1%), repitiendo su mejor mes histórico, seguido de FDF (2,5%) y Divinity (2,4%), con máximo en abril. Boing suma 21 meses de liderazgo ininterrumpido entre los niños (11,5%) y Be Mad (1,3%) alcanza su mejor mes histórico.

Mediaset España ha cerrado el mes de abril como el **grupo audiovisual más visto** con un **26,5% de *share*** en total individuos y el que más crece respecto a abril de 2022 (+9 décimas), batiendo por seis décimas a su competidor (25,9%), al que también ha superado por **13<sup>o</sup> mes consecutivo en *target* comercial con un 28,4%** y entre los públicos menores de 55 años, donde eleva su media al 29,3%.

El grupo también se ha alzado con el **liderazgo en el *prime time* con un 25,5%**, situándose como el **único grupo que crece** respecto al mes pasado (+3 décimas) y con la mayor subida (+1,7 puntos) sobre abril de 2022. Ha elevado igualmente sus cifras en el ***target* comercial del horario estelar** hasta el 27,2%, donde por tercer mes consecutivo es **líder**, mejorando cinco décimas en este parámetro sobre abril del año pasado.

Además, **Telecinco** ha anotado su **dato más alto en cinco meses** (11,4%); **Cuatro** (4,8%) ha obtenido su **mejor registro en *prime time* en abril de los últimos tres años** (5,4%); y los **canales temáticos** han logrado su **mejor marca desde agosto de 2016** con un 10,3%.

## Telecinco, líder del *target* comercial, vuelve a subir en abril con su mejor dato de los últimos cinco meses

Telecinco ha vuelto a crecer en abril sobre el mes anterior hasta firmar un **11,4%** de *share*, su **mejor dato de los últimos cinco meses**. La cadena registra una conversión positiva de medio punto en **target comercial**, donde por cuarto mes consecutivo se sitúa como la **televisión líder con un 11,9%**, 1,6 puntos por delante de la segunda opción (10,3%).

En *prime time*, Telecinco (**10,5%**) es además la única cadena que crece respecto a marzo, con una mejora de seis décimas que le han llevado a obtener su **dato más alto desde octubre**. En el horario estelar ha convertido en positivo sus cifras en **target comercial**, con un 11,2% de *share*, su segundo mejor dato de la temporada.

En *prime time* ha destacado el liderazgo de **'Supervivientes 2023'**, tanto en sus galas de los jueves (17,4% y 1,6M), como los martes con **'Supervivientes: Tierra de Nadie'** (14,4% y 1,4M) y los domingos con **'Supervivientes: Conexión Honduras'** (15,8% y 1,5M). **'La isla de las tentaciones'** (13,9% y 1,6M) ha incrementado en seis décimas su dato respecto a marzo liderando su franja, el *target* comercial (18,5%) y entre el público joven de 16 a 34 años (26,6%), situándose como el programa de entretenimiento con mejor dato en este *target*; y **'Viernes Deluxe'** ha crecido un punto respecto al mes pasado (12,3% y 1,1M). Además, **'Got Talent: All Stars'** ha comenzado su emisión este mes en la programación de Telecinco con una media del 11,5% y 1,2M de espectadores.

En *day time*, Telecinco ha alcanzado un 11,8% con **'El programa de Ana Rosa'** como líder imbatible en la mañana con un 16,2%, 431.000 espectadores y un *target* comercial del 16,7%. **'Ya es mediodía'** (13,6% y 940.000) también ha sido la oferta más vista por el *target* comercial con un 15,4%.

Por la tarde, **'Sálvame diario'** (12,3% y 1,1M) se ha hecho con el liderazgo de su franja y se ha impuesto en *target* comercial con un 13,4%, mientras que **'25 palabras'** (9,7% y 730.000) ha alcanzado un nuevo récord en cuota de pantalla y se ha impuesto en *target* comercial (11,2%). Igualmente, **'Reacción en cadena'** ha vuelto a marcar un nuevo máximo mensual de cuota de pantalla con un 8,3%, elevando su dato hasta el 10,9% en *target* comercial. En fin de semana, **'Socialité by cazamariposas'** ha obtenido un 11,9% mientras que **'Fiesta'** se ha situado en un 10,7% y casi 1M de espectadores.

## Cuatro se impone de nuevo en el *prime time* con su mejor abril de los últimos tres años

Con un 4,8% en abril en total individuos y un 5,6% en *target* comercial, la audiencia de Cuatro ha crecido en *prime time* hasta el **5,4% de *share***, su **mejor marca en este mes desde 2020**, superando a su competidor (5%) por décimo mes consecutivo.

En horario estelar ha destacado **'First Dates' (lunes a jueves)** con un 7,1%, su mejor dato en abril desde 2017, 1M de espectadores y un 7,7% en TC; **'First Dates' (viernes)** (6,7% y 726.000); **'Horizonte** (5,2% y 6% en TC); **'Cuarto Milenio'** (5,9%, 740.000 y 7,7% en TC); **'Focus'** (4,1%, 417.000 y 4,7% en TC); **'Código 10'** (4,8%, 430.000 y 4,7% en TC); **'Vota Juan'** (4,9%, 521.000 y un 6,8% en TC) y **'Viajando con Chester'** (4,8% y 5,6% en TC).

En *day time*, todos sus espacios han convertido en positivo sus cifras de *target* comercial. **'Todo es mentira'** (4,9%) ha cerrado el mes con un 5,5% en TC; y **'Cuatro al día'** (4,4%) y la edición de sobremesa de **'Cuatro al día Fin de Semana'** (5,5%) han alcanzado un 4,7% y un 6,1% en TC, respectivamente.

## **Récords de Energy y Divinity, temáticos más vistos junto a FDF, con el liderazgo infantil de Boing y datos históricos de Be Mad**

Los canales temáticos de Mediaset España han cerrado abril con un 10,3%, su **mejor dato desde agosto de 2016**, con el que suman **108 meses consecutivos de hegemonía** frente al 7,1% de los de su competidor, situándose de nuevo **Energy, FDF y Divinity** como los más vistos.

**Energy**, que ha igualado su récord histórico, **corona el ranking por noveno mes consecutivo** con un 3,1% de *share*, su dato mensual más alto desde el inicio de sus emisiones. También ha crecido hasta el **3,4% en target comercial**, situándose como la **televisión temática líder en este parámetro** con su máximo histórico en abril. La serie **'The Rookie'** (5,2% y 611.000) ha ocupado la primera posición de sus emisiones más seguidas.

**Factoría de Ficción (2,5% y 3,3% en TC)** ha sido la **segunda temática más vista** y ha liderado entre estos canales **entre los jóvenes de 13 a 24 años con un 6,4%**. Ha sido también la cuarta opción entre todas las cadenas en este *target*. La película **'Resacón en Las Vegas'** (3,3% y 415.000) ha sido lo más visto del mes en FDF.

**Con el mejor dato en abril de su historia, Divinity (2,4%)** ha ocupado la **tercera posición y ha sido además el canal temático femenino líder en target comercial** con un **2,4%**. En su público objetivo, mujeres de 16-44 años, ha ascendido al 3,2%. La serie **'Chicago Fire'** (3,4% y 402.000) ha sido la emisión con mayor audiencia del mes en este canal.

**Boing** ha firmado su **21º mes consecutivo de liderazgo entre los niños con un 11,5%**, marcando una distancia de 3,7 puntos sobre Clan TV (7,8%) y 4,3 puntos sobre Disney Channel (7,2%). En total espectadores, el canal infantil de Mediaset España ha recuperado el liderazgo absoluto entre las televisiones infantiles con un 1%, superando a Disney Channel (0,7%) y Clan TV (0,9%). La película **'Hotel Transilvania 2'** (2% y 216.000) ha sido su contenido más seguido.

Por último, **BeMad** ha **alcanzado en abril su mejor registro histórico en total individuos (1,3%)** y ha registrado la **emisión más vista desde el inicio de sus emisiones**, el largometraje **'9 días'**, con 335.000 espectadores y un 2,8% de *share*.