

Madrid, 23 de abril de 2018

AUDIENCIAS DOMINGO 22 DE ABRIL

Telecinco, televisión líder del domingo (13,5%)

‘Supervivientes: conexión Honduras’ (19,6% y 2.677.000), espacio más visto de la jornada, duplica en su franja de emisión a Antena 3 (10% y 1.374.000)

- El programa lideró en casi todos los *targets* sociodemográficos con un destacado 21,1% en jóvenes de 13 a 24 años y un 21,5% en espectadores de 25 a 34 años.
- Fue la primera opción en 11 de los 14 mercados geográficos, superando su media nacional en Asturias (29,4%), Canarias (25,5%), Aragón (21,9%), Madrid (21,5%), Andalucía (21%), Murcia (20,6%) y Galicia (20,4%).
- Anotó el minuto de oro del día a las 23:46h con 3.774.000 espectadores y un 24,1% de *share*.
- A continuación, **‘Supervivientes: Resumen’** (18,6% y 629.000) también lideró su franja superando en casi 13 puntos a su competidor (5,7% y 193.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (12,6% y 2.168.000), espacio más visto de la jornada, a 1,5 puntos de Antena 3 Noticias 2 Fin de semana (11,1% y 1.730.000).
- **‘Socialité by Cazamariposas’** (13% y 1.149.000) anotó su mejor *share* histórico y lideró su franja frente a su competidor (8,8% y 778.000).
- **Telecinco** fue la cadena más vista del día (13,5%) tras alzarse con la victoria en *prime time* (15,3%), el *day time* (12,7%), el *late night* (24,8%) y el *target* comercial (12,5%).

‘Planeta Calleja’, lo más visto del día en Cuatro, cierra su mejor temporada histórica (10,5% y 2.062.000)

- El programa de aventuras, que ayer anotó un 7,5% de share y 1.466.000 espectadores, creció hasta el 10,2% en *target* comercial y un 10,9% en espectadores de 16-54 años, audiencia preferente de la cadena.
- **‘Noticias Cuatro I’** (11,1% y 960.000) superó en su banda horaria a ‘La Sexta Noticias 14:00h’ (10,9% y 976.000).
- **‘Noticias Cuatro Deportes’** (10% y 1.179.000) anotó su segundo mejor *share* de la temporada en la sobremesa del domingo y duplicó a su competidor (5,3% y 624.000).
- **‘Home Cinema: Misión Imposible 2’** (7,1% y 893.000), por encima de su rival en franja (6,5% y 820.000), anotó un 8,6% de *share* y un 9,8% en *target* comercial y espectadores de 16 a 54 años, respectivamente.
- **‘Cuarto Milenio’** (6,7% y 759.000) superó en su franja en 2 puntos a su competidor (4,7% y 526.000).
- **Cuatro**, por delante de La Sexta en total día (6,4% vs. 5,9%), en *day time* (6,7% vs. 5,4%), en la mañana (5,6% vs. 3,7%), en la sobremesa (8,3% vs. 7,2%), en la tarde (6% vs. 5,9%), en el *late night* (7,9% vs. 3,9%) y en el *target* comercial (7,9% vs. 6,7%).

FDF (3,3%), líder entre los temáticos

- Se impuso a sus competidores en *day time* (3,5%), *prime time* (2,8%), la sobremesa y la tarde (3,3%) y el *target* comercial (3,8%).