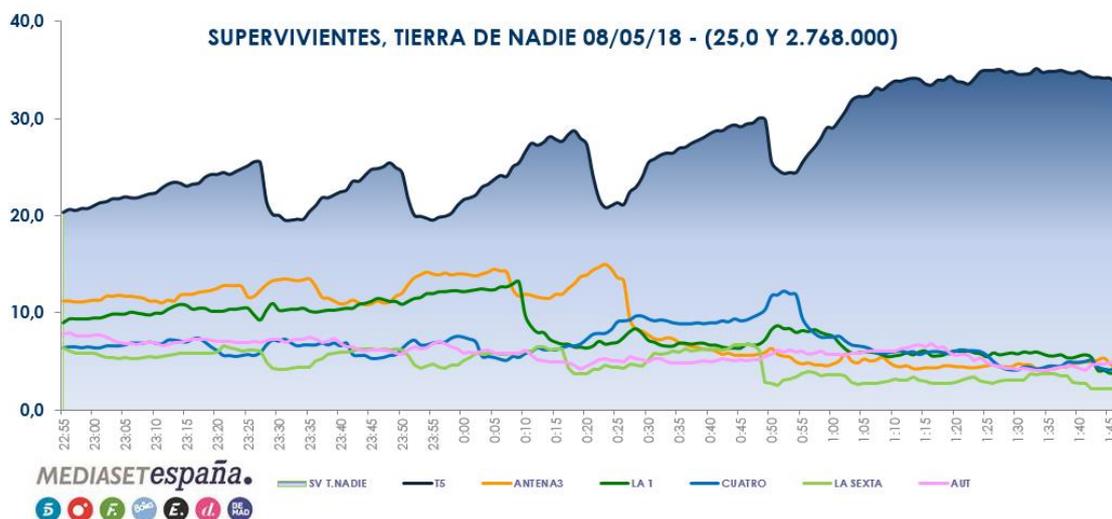


Madrid, 9 de mayo de 2018

AUDIENCIAS MARTES 8 DE MAYO

Telecinco (17,2%), televisión más vista del martes

‘Supervivientes. Tierra de nadie’ (25% y 2.768.000) lidera el día con su segundo mejor *share* de la temporada



- Superó en más de 14 puntos y 1,5 millones de espectadores a su inmediato competidor (10,4% y 1.145.000) con una nueva entrega de ‘Cuerpo de élite’ (12,3% y 1.832.000), que marca su dato mínimo.
- Marcó el mejor *target* comercial de la noche (23,1%) y superó la oferta de Antena 3 en todos los *targets*, con destacados datos entre los jóvenes de 13-24 años (25,4%) y los espectadores de 25-34 años (25,5%). Incrementó su media en Madrid (29,5%), Valencia (25,3%), Canarias (27,9%), Murcia (26,2%), Castilla y León (29,1%), el denominado ‘Resto’ (31,6%) y Asturias (38%).
- Emitió el minuto de oro a las 23:26h con 4.193.000 espectadores y un 25,6% de cuota. También emitió el *spot* más visto del día (Intimissimi) a las 23:27h con un 10,3% de *rating* publicitario.

- **‘Supervivientes. Tierra de nadie. Exprés’** (15% y 2.750.000) y **‘Supervivientes. Resumen’** (20,6% y 660.000) también lideraron de forma absoluta su franja de emisión.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (20,7% y 684.000) superó a ‘Espejo público’ con la mayor distancia desde septiembre de 2017. Creció hasta el 21,3% en *target* comercial, el mejor de su franja, y fue la primera opción en prácticamente todos los grupos y mercados televisivos.
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,7% y 2.496.000), un día más referencia informativa de la jornada, aventajó en 4,5 puntos a Antena 3 Noticias 2 (12,2% y 1.830.000).
- **‘Sálvame Limón’** (13,6% y 1.611.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,4% y 1.768.000) batieron en sus respectivas bandas horarias a la oferta de Antena 3 (10,2%-1.205.000 y 14,9%-1.432.000).
- **Telecinco**, líder del día (17,2%), dominó el *day time* (17,2%), la mañana (19%), la tarde (17,8%), el *prime time* (17,2%) y el *late night* (27,2%). Se impuso además en el *target* comercial de total día (16,6%), *day time* (17,1%) y *prime time* (15,7%).