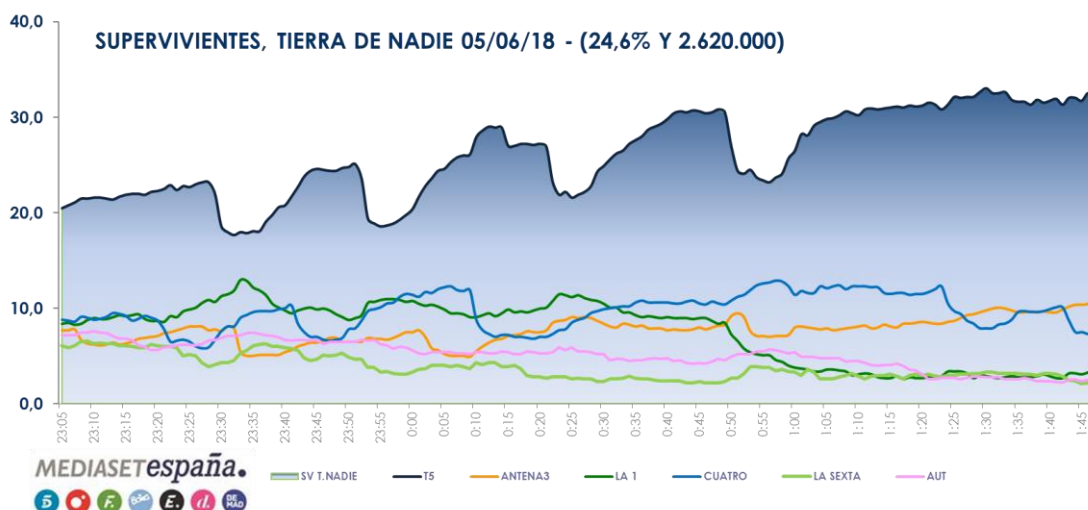


Madrid, 6 de junio de 2018

AUDIENCIAS MARTES 5 DE JUNIO

Telecinco (15,9%), televisión más vista del martes

‘Supervivientes. Tierra de nadie’ (24,6% y 2.620.000) líder absoluto de su franja a más de 17 puntos de Antena 3 (7,3% y 776.000)



- Se impuso en todos los *targets* sociodemográficos, arrasando en jóvenes de 13 a 24 años (31,6%) y espectadores de 25 a 34 años (26,7%).
- Fue la primera opción en todos los mercados regionales incrementando su media nacional en Asturias (38,4%), Canarias (28,2%), Euskadi (27,8%), Andalucía (27%), Baleares (26%), Madrid (25,9%) y Murcia (25,1%).
- Emitió el *spot* más visto del día (Estrella Damm) a las 23:29h con un 8,6% de *rating* publicitario.
- El programa previo **‘Supervivientes. Tierra de nadie Express’** (15,2% y 2.807.000), espacio más visto del día, dominó su franja frente al 13,4% de *share* y 2.466.000 espectadores de Antena 3. **‘Supervivientes, resumen’** (17,8% y

556.000) también lideró su banda horaria duplicando ampliamente a su rival (7% y 217.000).

- **‘El programa de Ana Rosa’** (17,3% y 600.000), magacín matinal más visto del día, superó a ‘Espejo público’ (17% y 561.000).
- **Informativos Telecinco 21:00h** (16,9% y 2.641.000), un día más referencia informativa de la jornada, aventajó en 3 puntos a Antena 3 Noticias 2 (13,9% y 2.129.000).
- **‘Sálvame Naranja’** (17,2% y 1.821.000) batió en su franja a la oferta de Antena 3 (14% y 1.485.000).
- **Telecinco**, líder del día (15,9%), dominó el *day time* (15,6%), la tarde (16,8%), el *prime time* (16,6%) y el *late night* (26,4%). Se impuso además en el *target* comercial del total día (15,4%), *day time* (15,3%) y *prime time* (15,6%).

‘El Blockbuster guerreros Cuatro: Braveheart’ (9,3% y 1.306.000), segunda emisión más vista del día

- Superó en su franja tanto a La Sexta (4,4% y 438.000) como a Antena 3 (7,6% y 753.000), creció hasta el 10,5% en *target* comercial y fue la segunda opción entre jóvenes de 13 a 24 años (11,5%) y espectadores de 35 a 54 años (12,2%).
- **Noticias Cuatro Deportes** (5,7% y 758.000) aventajó a La Sexta (5,4% y 711.000), incrementó su *target* comercial hasta el 6,8% y destacó entre jóvenes de 13 a 24 años (7,8%) y espectadores de 25 a 34 años (7%).

FDF (3%), líder entre los temáticos

- Fue la primera opción del *day time* (2,9%), sobremesa (3,8%), *late night* (3,6%) y *target* comercial (4,2%).