Madrid, 24 de septiembre de 2020

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 23 DE SEPTIEMBRE

El estreno de 'La Isla de las Tentaciones 2' cautiva a la audiencia: programa más visto del día y líder de su franja con un 19,5% de *share*

El estreno del formato superó durante su emisión por 4,5 puntos a Antena 3, que marcó un 15%; creció hasta el 25,2% en el *target* comercial y arrasó entre el público joven de 16-34 años con un 38,6%.

Telecinco, cadena más vista del miércoles con un 15,4%, lideró el *prime time* con su mejor registro en este día de los últimos cuatro meses, el *day time*, la mañana y la tarde.

Factoría de Ficción, temática líder.

'La Isla de las Tentaciones 2' desembarcó anoche en **Telecinco** reeditando el éxito de su primera edición. Con una media del **19,5% de *share* y más de 2,4M de espectadores**, el estreno de la segunda edición del formato conducido por **Sandra Barneda** fue el **programa más visto del miércoles** y se alzó con el **liderazgo absoluto durante sus casi dos horas de emisión** con 4,5 puntos de ventaja sobre la oferta de su competidor, que marcó un 15% con la serie 'Mujer'. Además, anotó el ***minuto de oro* de la jornada** a las 23:01 horas con 3.113.000 espectadores y un 20,3% y rozó los **5,4M de contactos**.

El espacio, que vivió la primera noche de las cinco parejas protagonistas por separado en sus respectivas villas y sus primeros contactos con los solteros/as, registró un **notable incremento hasta el 25,2% en el *target* comercial**, frente al descenso al 10,8% de Antena 3.

Además, experimentó un **espectacular seguimiento entre el público joven: alcanzó un 38,6% entre los espectadores de 16-34 años**, segmento en el que su competidor marcó un 9,5%. Destacaron también sus datos medios en **Andalucía (25,7%), Asturias (24,5%), Canarias (23,8%), Madrid (22%) y Castilla-La Mancha (21,5%)**.

Previamente, **'La Isla de las Tentaciones: Express'**, con una media del **14,9% y casi 2,4M**, fue el segundo programa de entretenimiento más visto del miércoles y **lideró su franja** con más de 1 punto de ventaja sobre Antena 3, que promedió un

13,8% con ‘El Hormiguero’, que marcó un 13,8% y 2,2M. El programa de Telecinco creció hasta el **19,3% en el *target* comercial**, frente al 15,2% anotado por el espacio de su rival.

Telecinco lideró el ***prime time*** con un 15,7%, su **mejor dato en este día de la semana desde el pasado 13 de mayo** que mejora en más de 4 puntos el registro del miércoles anterior. Antena 3 promedió un 14,5%.

La **cadena** fue, además, **la más vista del miércoles** con un 15,4% frente al 14,1% de su competidor, anotando su mejor dato en este día de los últimos tres meses (desde el 24 de junio).

Además, encabezó la **tarde**, con un 17,7%, con el liderazgo de franja de **‘Sálvame Limón’**, con un 13% y 1,5M, y de **‘Sálvame Naranja’**, con un 17,8% y casi 1,7M; y la **mañana**, con un nuevo triunfo de **‘El programa de Ana Rosa’**, con un 18,1% y 603.000, frente al 13,3% y 445.000 de ‘Espejo Público’.