

Madrid, 1 de abril de 2021

Mediaset España se erige en marzo como el grupo líder de audiencia con el mejor dato de Telecinco en casi 5 años

‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’, ‘La isla de las tentaciones’, ‘Got Talent’, los programas diarios en directo y la Copa del Rey empujan el liderazgo de Telecinco en marzo hasta el 16,3%, el mejor resultado desde junio de 2016 y a casi 2 puntos de su inmediato competidor.

Telecinco ha liderado 5 de las 7 noches de la semana con un 15,0% en *prime time* y se ha impuesto en el *target* más demandado por los anunciantes con un 17,2%, su mejor dato mensual desde diciembre de 2008

Mediaset España es el grupo de televisión líder del total día con un 28,9% y del *target* más urbano y joven con un 31,2%, a más de 3 puntos de su inmediato competidor. En el *prime time* crece 5 décimas sobre febrero hasta un 26,6%

Mediaset España **concluye marzo como grupo preferido de la audiencia entre los grupos de televisión** con un 28,9% de *share*, superando por 0,7 puntos al segundo grupo audiovisual, al que se impone un mes más en el *target* más demandado por los anunciantes con un 31,2% de *share*, a 3,1 puntos de su rival. El grupo ha liderado además el *day time* (29,9%) y entre el público joven menor de 55 años (32,6%).

Telecinco mantiene por su parte un rotundo liderazgo y con un 16,3% encadena su 31ª victoria consecutiva con el dato más alto desde hace casi un lustro, concretamente junio de 2016, una fecha que estuvo marcada por su retransmisión de la Eurocopa de Francia y anteriormente en junio de 2012, fecha en la que Telecinco también ofreció la Eurocopa. Sin eventos deportivos, hay que remontarse a 2008 para ver una cifra de *share* más alta que la alcanzada este mes. Telecinco ha mejorado sus cifras respecto a febrero, con un incremento de 1,1 puntos con el que **se ha distanciado en marzo 1,9 puntos de su inmediato rival (14,4%)**.

La cadena ha sido de nuevo la televisión más vista en el ***day time* con un 16,8%**, a 3,7 puntos de Antena 3, con toda su oferta en máximos y sin rival, y ha liderado 5 de las 7 noches del *prime time* (15,0%), en el que ha ofrecido la emisión más

vista del mes (Copa del Rey), ha estrenado con gran éxito la docuserie revelación de la temporada **‘Rocío, contar la verdad para seguir viva’**, ha despedido la mejor edición de la **‘La Isla de las Tentaciones’** y ha liderado con **‘Got Talent’**. Ha sido igualmente la televisión más vista en la **mañana** con un 17,2%, la **tarde** con un 18,2% y el **late night** con un 20,2%.

En el **target más urbano y joven**, Telecinco ha alcanzado su trigésimo primera victoria mensual con un **17,2%**, **su dato más alto desde diciembre de 2008**, con el que abre una distancia de 4,4 puntos sobre su directo competidor. Mismo liderazgo en el entorno del 17% en el **target** comercial de *prime time* (16,8%) y *day time* (17,3%).

Por rangos de edad, Telecinco ha sido de manera destacada la televisión preferida con grandes distancias sobre Antena 3 en las horquillas de espectadores de **13-24 años (18,0% vs. 11,6%)**, **25-34 años (17,6% vs. 11,3%)** y **35-54 años (17,3% vs. 12,3%)**.

Telecinco, líder cinco de las siete noches de la semana con los programas más competitivos del mes

En el horario estelar, la cadena no ha encontrado rival de miércoles a domingo, con datos cerca del 20% el miércoles, jueves y viernes e incluso superando el 23% en la noche de los jueves. El ranking de emisiones más vistas del mes está encabezado por el evento deportivo emitido por Telecinco: **la prórroga del partido de Copa del Rey entre el Barcelona y el Sevilla (5,6M y 33,8%)** y en el **segundo puesto el partido (5M y 27,5%)**.

Además, ha ofrecido los programas más competitivos del mes: el documental **“Rocío, contar la verdad para seguir viva” (30,3% y casi 3,5M)**, con un 33,8% en **target** comercial y **‘La Isla de las Tentaciones’** (26,5% y 3,1M), con más de un 50% en menores de 35 años y un 33,7% en **target** comercial. Su **Debate**, con un 16,8% y casi 1,7M también ha liderado franja, con un seguimiento del 26,7% en jóvenes de 25 a 34 años y un **target** comercial del 20,9%.

‘Got Talent’ ha mostrado por su parte una **tendencia ascendente hasta el 20,5%** y más de 2,7M, liderando su horario de emisión y con un ascenso hasta el 30% en jóvenes de 13 a 24 años.

En ficción, **‘Love is in the air’** ha mostrado una evolución ascendente tanto en sus emisiones en *prime time* -hasta el 13,7% y casi 1,4M de espectadores y con el liderazgo absoluto en **espectadores de 25-34 años (12,0%) y de 35-54 años (12,8%)**- como en sus emisiones de *access prime time*, con el 10,5%, y 1,8M.

‘Sábado Deluxe’ (16,3% y más de 1,8M) se ha mantenido como lo más visto de su franja con el marzo más competitivo desde 2016, mientras que **‘Domingo Deluxe’** ha anotado un 12,4% y 1,3M.

Un *day time* en máximos en un mes de marzo

Todos los programas del *day time* de Telecinco han mejorado sus cifras aún más sobre el mes anterior, alcanzando la mayoría de ellos su **marzo histórico más visto**, como es el caso de 'Ya es mediodía', 'Sálvame Limón', 'Sálvame Naranja', 'Sálvame Tomate', 'Socialité by Cazamariposas' y 'Viva la vida'.

'El programa de Ana Rosa' (20,3% y 701.000), con su mejor marzo desde 2015, ha dominado su franja frente al peor marzo histórico en cuota de 'Espejo Público (12,9%)', del que se ha distanciado 7,4 puntos. Ha marcado un *target* comercial del 20,9%.

'Sálvame diario' (17,8% y 2M) ha anotado su segundo marzo más competitivo tras el registrado en el año 2011, con el dominio absoluto de su franja y un *target* comercial del 19,3%.

'Ya es mediodía' (14,4% y 1,3M) ha crecido un punto en marzo sobre el mes pasado logrando su mejor marzo histórico, con un 15,3% en *target* comercial y un 17,1% en público de 35 a 54 años. También bate récord histórico de *share* en un mes de marzo **'Viva la vida'** (14,8% y 1,8M) mientras que **'Socialite by Cazariposas'** (17,2% y 1,5M) anota el segundo más competitivo de su historia con el liderazgo en ambos casos de sus respectivas franjas.

Informativos Telecinco, datos también al alza

Las ediciones de sobremesa y tarde de lunes a domingo de **Informativos Telecinco** han cerrado marzo con una media del 14,8% y 2,1M, alcanzando en el caso de la **sobremesa (15,8% y casi 2M) su mejor marzo en cuota desde 2008**. La media del *prime time* se sitúa en un 13,9% y 2,3M.

De **lunes a viernes**, el **Matinal** (12,9% y 218.000 espectadores) mejora hasta su mejor dato desde marzo de 2007, superando a 'Noticias de la mañana' de Antena 3; la edición de **sobremesa** (15,5% y casi 2M) ha concluido el mes con sus mejores cifras desde 2008 y la del **horario estelar**, conducida por Pedro Piqueras, cierra en una media de 2,3M y un 14,1%.

El **fin de semana**, la media de las dos ediciones (14,8% y 2,1M) anota su mejor dato en cuota en un mes de marzo desde 2008.

Cuatro supera a La Sexta en jóvenes

Cuatro ha cerrado marzo con un 5,0% en total día y un 5,1% en *prime time*, convirtiendo sus cifras de forma positiva al *target* comercial, con un 5,6% y un 5,8%, respectivamente, así como en jóvenes de 13 a 24 años, siendo la cuarta cadena generalista en dicho segmento con un 5,5%, por delante de La Sexta (4,6%).

En *prime time*, el estreno de **'Caronte' (6,4% y casi 1M)** se ha situado por encima de La Sexta, con un 7,2% en espectadores de 35 a 54 años; **'Horizonte'** (6,7% y 710.000) ha superado a La Sexta en su franja con un 8,6% en *target* comercial. **'First Dates'** con una media del 5,9%, 1M y un 6,3% en *target* comercial, supera a La Sexta en menores de 35 años (6,1% vs 5,1%). **'En el punto de mira'** ha

obtenido un 4,2% y 559.000 superando igualmente a su rival en menores de 35 años, la serie **'The good doctor'** un 6% y 711.000 espectadores, con un 13,7% en jóvenes de 13 a 24 años. **'Cuarto Milenio'** (5,5% y 868.000) ha superado a su rival con un 7,7% en *target comercial*.

En *day time*, **'Todo es mentira'** iguala su mes histórico más competitivo (714.000 y 6,1%) al igual que **'Cuatro al día'** con su edición de tarde (524.000 y 5,1%), que anota su marzo más alto de la historia. **'El concurso del año'**, por su parte, ha anotado un 4,2% con un 6,7% en jóvenes de 13 a 24 años. **'Mujeres y hombres y viceversa'** ha concluido su etapa en Cuatro con un 10,3% de cuota en jóvenes 13-24 años;

Los temáticos, 83 meses líderes, con Boing por delante de Clan TV

El conjunto de **canales temáticos de Mediaset España**, con un **7,6% de share**, acumulan **83 meses de liderazgo consecutivo**. **Factoría de Ficción**, con un 2,3% en total día, es el **canal temático más visto entre jóvenes de 13-24 años** con una media del 6,7% y un *target comercial* del 2,9%. Tras él, **Energy** y **Divinity** han cerrado el mes con sendas cuotas de pantalla del 1,9% en total individuos y el 2% en *target comercial* en el caso de Energy, mientras **Be Mad** ha obtenido 0,6% en total día y un 0,9% en hombres de 16 a 44 años.

Este mes, **Boing** ha repetido uno de sus grandes hitos históricos: el **liderazgo absoluto de la audiencia infantil en la televisión en abierto de nuestro país**. Con un **12,2% de cuota de pantalla en niños de 4 a 12 años**, el canal de Mediaset España se ha impuesto por 2 décimas a Clan TV, al que no superaba en un acumulado mensual desde agosto de 2014. Como viene siendo habitual, **se supera igualmente a su inmediato competidor en la televisión comercial**, Disney Channel, sobre el que alcanza una distancia de 6,3 puntos en niños, su mayor ventaja histórica.