

Madrid, 13 de octubre de 2021

‘Secret Story: cuenta atrás’ lidera con récord de temporada y crece al 22% en jóvenes

Con un 15,5% de *share* y 1,5M de seguidores, sumó 1,4 puntos respecto a la semana pasada y aventajó en casi 3 puntos a la oferta de su directo competidor (12,7%), que emitió la telenovela ‘Inocentes’ (11,6% y 1,1M).

Creció hasta el 17,2% en *target* comercial y hasta el 22% en público de 13-24 años, mientras que el más afín de la ficción de Antena 3 fueron los espectadores mayores de 65 años (17,6%).

‘Secret Story: cuenta atrás’, vivió anoche una nueva victoria de su franja con su mejor marca de la temporada hasta la fecha tras anotar un 15,5% de *share* y 1,5M de seguidores. Creció 1,4 puntos respecto a la semana pasada y registró un 17,2% en *target* comercial, con los espectadores de 13 a 24 años (22%) y de 25 a 34 años (21,1%) como sus principales adeptos.

El *reality* de Telecinco se impuso al resto de sus competidores, por encima del 12,7% de Antena 3, cuya entrega de ‘Inocentes’ (11,6% y 1,1M) descendió hasta el 7,3% en *target* comercial, con los espectadores mayores de 65 años como su público mayoritario, entre los que elevó su cifra hasta el 17,6%. ‘Secret Story: cuenta atrás’ superó la media nacional en los mercados regionales de Madrid (18,3%), Asturias (18,2%), Canarias (17,1%), Murcia (16,9%), Andalucía (16,6%) y Castilla la Mancha (16%).

Telecinco fue ayer la televisión más vista del día con un 12,6% de *share*. También lo fue en *day time* (12,6%), con el liderazgo de ‘Socialité by Cazamariposas’ (15,3% y 1,1M) a 2,6 puntos de distancia de su competidor.

En Cuatro, destacó el contenedor Blockbuster con el largometraje ‘Jason Bourne’ (7,1% y 651.000) al superar la oferta de su competidor en la franja (6,4%). La película creció 1,6 puntos hasta anotar un 8,7% en *target* comercial.

Por lo que respecta a las televisiones temáticas, Energy fue la más vista del martes con un 2,6% de *share*.