

Madrid, 13 de octubre de 2025

## Las marcas infantiles se suman a la gran fiesta por el 15º aniversario de Boing, la televisión más vista entre los niños

Dolci Preziosi, Dulcesol, Granini, Moonz y LOL Surprise Eye Spy, junto a productos vinculados a contenidos de referencia para el público infantil como Beyblade, LEGO Ninjago, Monster High, Doraemon, Gumball, El diario de Greg y Bebés Llorones, han participado con diferentes activaciones en la celebración este sábado en Kinépolis Ciudad de la Imagen de Madrid, que ha incluido juegos, música y el preestreno de la nueva temporada de 'La casa de los retos' con su presentador, David Moreno, entre otros contenidos.

**El canal infantil de Mediaset España acumula una audiencia media en 2025 del 13,2% de *share* entre los niños, su segundo mejor dato histórico anual.**

Con un gran evento que ha incluido **juegos, música, baile y divertidos retos** para disfrutar en familia; el preestreno de la primera entrega de la nueva temporada de '**La casa de los retos**', con la participación de su presentador, **David Moreno**; el visionado de capítulos inéditos de '**Doraemon**', '**El asombrosamente extraño mundo de Gumball**' y '**Monster High**', el lanzamiento en exclusiva del nuevo **tráiler de LEGO Ninjago**; y la presencia de **importantes marcas** de referencia para la audiencia infantil. Así celebró **Boing** el sábado en Kinépolis Ciudad de la Imagen de Madrid sus **15 años de trayectoria**, en los que se ha consolidado como la **televisión más vista entre los niños** durante los últimos cuatro años.

Además de los visionados de las **últimas novedades de Boing** en la sala de cine, las familias invitadas a esta celebración, cien de ellas ganadoras de un concurso organizado en la *app* del canal, pudieron participar en diversas actividades: realizar algunas de las pruebas más emblemáticas de '**La casa de los retos**'; sacar el lado más artístico en el mural de **Gumball**; pintarse la cara de **Doraemon** y llevarse su mochila personalizada; experimentar con las construcciones de **LEGO Ninjago**; maquillarse como una verdadera **Monster High**; encontrar las pistas que esconde **LOL Surprise Eye Spy**; descubrir las novedades editoriales de **El diario de Greg**; y dar rienda suelta a las emociones con los **Bebés Llorones** y su revolución, entre otras actividades y sorpresas. También hubo un photocall en el que los niños pudieron hacerse fotos con algunos de los personajes de las

series más icónicas del canal, como **Doraemon**, **Nobita**, **Shizuka**, **Gumball** y **Darwin**.

Además, **Dolci Preziosi**, **Dulcesol** y **Granini** regalaron a los asistentes algunos de sus productos; y **Moonz** enseñó mediante juegos a los más pequeños de la casa a mantener una correcta higiene bucal. El evento también contó con la participación de **Beyblade**.

## **Boing, canal favorito de los niños con un 13,2% de share**

Boing acumula en 2025 **cuatro años de liderazgo absoluto entre los espectadores infantiles**, con una media este año del 13,2% de *share* entre el público de 4 a 12 años, su segundo mejor dato anual en la historia del canal, con más de 5 puntos de ventaja sobre su rival (7,8%).

**Javier López Cuenllas**, director de Antena de Mediaset España, señala que ***“Boing es un regalo para Mediaset España. La posibilidad que se nos brindó hace 15 años de poder construir un canal para los más pequeños del hogar ha sido una satisfacción y a la vez un auténtico reto todos estos años. Durante este periodo, Boing ha desempeñado un magnífico papel dentro del grupo al sumar la audiencia de los más jóvenes con una evolución muy positiva hasta lograr todos los hitos que nos habíamos propuesto”***.

A lo largo de estos 15 años de trayectoria, el canal infantil de Mediaset España ha registrado una marcada evolución al alza en sus audiencias, pasando del 1,7% de *share* alcanzado en 2010, su primer año de emisiones, al **13,2% de cuota de pantalla** que acumula en los primeros nueve meses de 2025 entre los espectadores de **4 a 12 años**. Además, en el segmento de público de niños **entre 4 y 9 años** asciende al **15,8%** de cuota de pantalla.

***“Todos estos años hemos emitido series, películas y programas de la mayor calidad en un entorno regulado y seguro de la televisión y sería injusto hacer una relación y olvidarnos de algunos de ellos. Pero sí me gustaría poner encima de la mesa el logro de ‘La casa de los retos’, el programa de producción propia más visto entre los niños: un gran acierto y un gran producto de calidad que los niños aprecian y al que acuden fielmente a ver en su cita habitual”***, indica López Cuenllas.

**‘La casa de los retos’** es el **concurso de producción propia más visto en la historia de Boing**, con una media del 17,4% de *share* en el público infantil en su última edición.