

TV lineare

APRILE

20 APRILE 2026

AGGIORNAMENTO AUDIENCE



PRIMAVERA 2026

L'ANALISI DELLE AUDIENZE DA GENNAIO AD APRILE 2026

Dopo gennaio positivo e febbraio condizionato da Olimpiadi e Festival di Sanremo, a marzo e ad aprile, Mediaset conferma la leadership sia nelle 24 ore che in prime time.

2026 - ASCOLTI 24 ORE

MEDIASET E' LEADER SUL TARGET COMMERCIALE

% Share
Individui

Diff. Vs '25

% Share
Adulti 15-64

Diff. Vs '25

 **MEDIASET**

37,3

+0,3

39,9

=

RAI

38,2

+0,6

33,1

+0,9

W.B. DISCOVERY

8,0

-0,7

9,6

-0,9

SKY

6,8

-0,1

9,0

-0,1

LA7

4,9

+0,1

4,4

+0,1

4 gennaio – 18 aprile

ascolti TV

2026 - ASCOLTI PRIME TIME

CONFERMA LA LEADERSHIP ASSOLUTA

% Share
Individui

Diff. Vs '25

% Share
Adulti 15-64

Diff. Vs '25

 **MEDIASET**

38,7

+2,8

40,1

+1,7

RAI

37,7

-1,2

35,1

-0,5

W.B. DISCOVERY

7,1

-1,2

7,9

-1,3

SKY

7,1

-0,4

8,7

-0,2

LA7

6,2

+0,2

5,5

+0,2

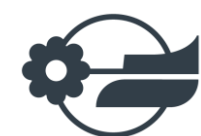
4 gennaio – 18 aprile
Prime Time 21.00-23.30

ascolti TV

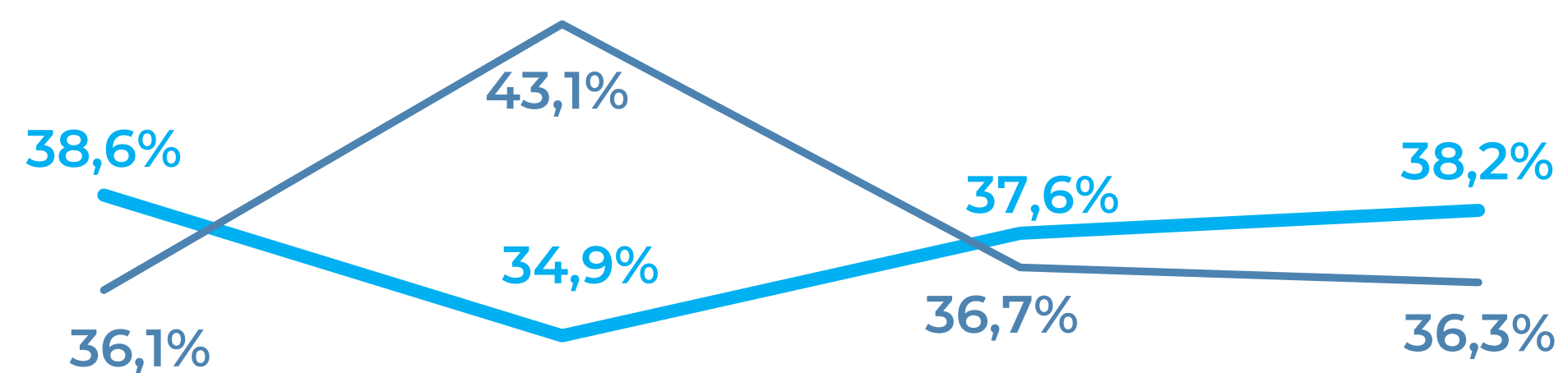
2026

ANDAMENTO PER CANVASS

Share Individui 24 ore



RAI



4-31/1

1-28/2

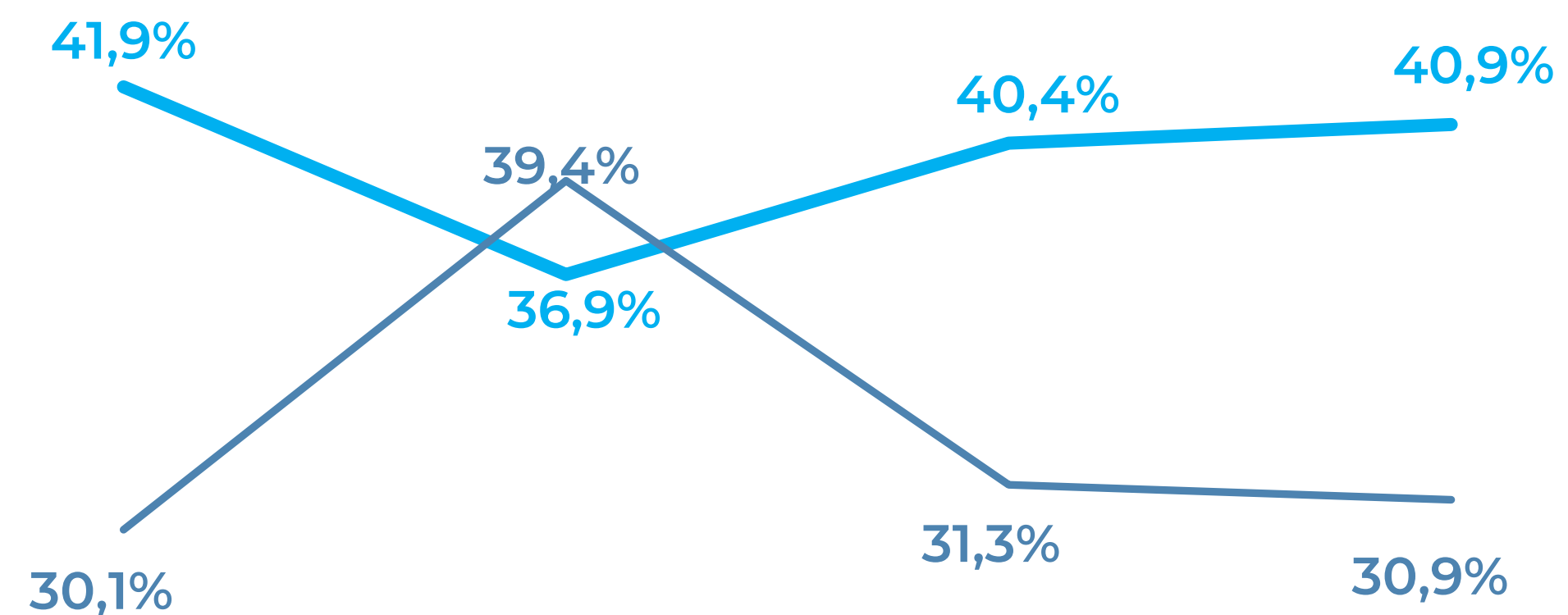
1-28/3

29/3-18/4

Share Adulti 15-64 24 ore



RAI



4-31/1

1-28/2

1-28/3

29/3-18/4

4 gennaio – 18 aprile

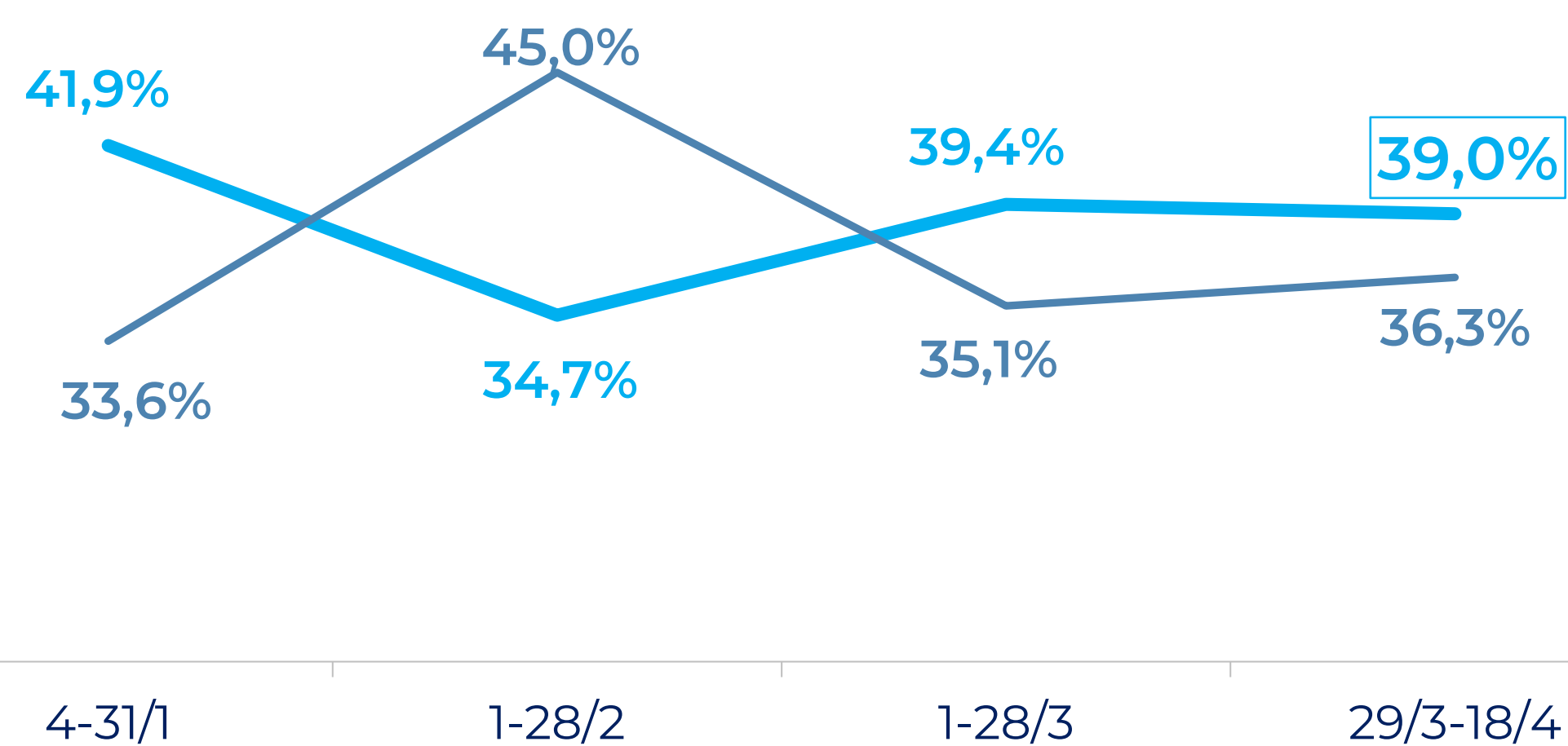
2026

ANDAMENTO PER CANVASS

Share Individui Prime time



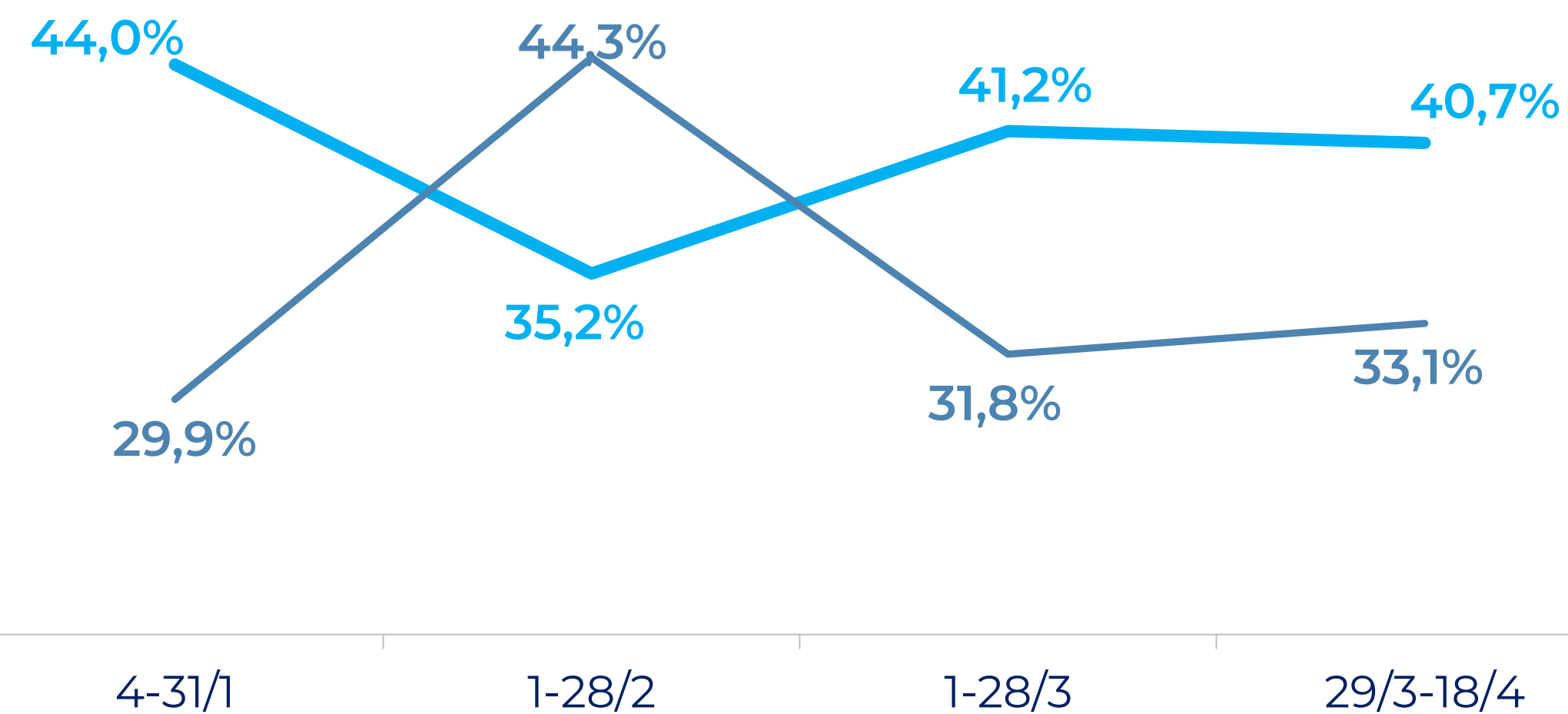
RAI



Share Adulti 15-64 Prime time



RAI

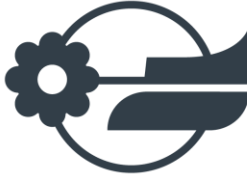


4 gennaio – 18 aprile
Prime Time 21.00-23.30

ascolti TV

PRIMAVERA 2026

A MARZO E AD APRILE MEDIASET TORNA LEADER NELLE 24 ORE

	% Share Individui	Diff. Vs '25	% Share Adulti 15-64	Diff. Vs '25
 MEDIASET	37,9	+0,6	40,6	=
RAI	36,6	-0,1	31,1	+0,7
W.B. DISCOVERY	8,2	-0,7	9,8	-1,0
SKY	7,3	+0,3	9,8	+0,5
LA7	5,3	+0,3	4,8	+0,3

1 marzo – 18 aprile 2026

ascolti TV

PRIMAVERA 2026

... E IN PRIME TIME

	% Share Individui	Diff. Vs '25	% Share Adulti 15-64	Diff. Vs '25
--	-------------------	--------------	----------------------	--------------

 MEDIASET	39,2	+2,6	41,0	+1,5
RAI	35,6	-0,9	32,3	-0,5
W.B. DISCOVERY	7,6	-1,5	8,4	-1,7
SKY	7,8	+0,1	9,7	+0,5
LA7	6,6	+0,3	6,1	+0,4

1 marzo – 18 aprile 2026

ascolti TV

MARZO/APRILE 2026

MEDIASET TORNA AD ESSERE LEADER

5 | I programmi Top del prime time





PRIME TIME

i cesaroni il ritorno

13 APRILE 2026

3,5 MIO

AMR INDIVIDUI

22,6%

SHARE INDIVIDUI

32,9%

SHARE ADULTI 25-54

39,9%

SHARE ADULTI 25-54

68,4%

COMPOSIZIONE ADULTI 15-64

A FIL DI RETE di Aldo Grasso

Tornano «I Cesaroni», una nuova famiglia sullo schermo



Claudio Amendola
È tornato in onda dopo più di dieci anni dall'ultima puntata. Veste sempre i panni di Giulio

Il ritorno dei Cesaroni sugli schermi non è solo un'operazione nostalgia (o retromania o usato sicuro), ma un caso esemplare di come la tv generalista gestisca il concetto di tempo. Se la vita umana segue una «freccia» lineare — segnata purtroppo dalla scomparsa di figure come Antonello Fassari — la tv risponde con la ciclicità. Il ritorno alla Garbatella rappresenta l'«eterno ritorno dell'identico»: la bottiglieria e la casa non sono solo set, sono bussole emotive che offrono rassicurazione in un mondo che cambia (Canale 5).

Nati come localizzazione del format spagnolo *Los Serrano*, i Cesaroni hanno saputo evolversi da semplice commedia familiare a testo convergente. La forza del brand risiede nella capacità di bilanciare: il maschile contro il

femminile, la romanità verace contro il resto del mondo, lo scontro generazionale contro il «volemose bene».

La settima stagione, composta da dodici episodi, diretta e interpretata da Claudio Amendola, segna un passaggio cruciale: la serie non si limita a replicare lo schema del passato, ma evolve il concetto di famiglia trasformandolo da «nucleo di sangue» a «comunità di affetto», affrontando sfide economiche e sociali molto contemporanee. Se, da una parte, si cerca di integrare il fenomeno dello spettro autistico (il personaggio di Olmo) in una narrazione semplice, fedele all'identità di «famiglia d'Italia» (cara alla premier cresciuta proprio alla Garbatella), dall'altra, bisogna affrontare le «manovre» di Augusto (Maurizio Mattioli), il fratello di Giulio, che agisce nel-

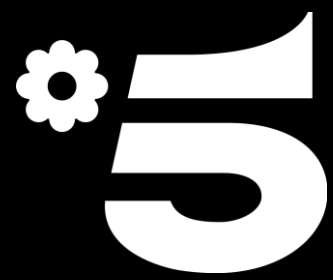
l'ombra contro gli interessi della famiglia.

Per salvare l'attività, entrano in scena due personaggi «di rottura»: Carlo (Ricky Memphis), l'impetuoso suocero di Marco, e Livia (Lucia Ocone). Livia, in particolare, rappresenta il contrasto comico: una donna che vendeva aspirapolveri e ora vuole trasformare la bottiglieria in un locale «stellato», scontrandosi con la gestione verace e tradizionalista di Giulio.

I Cesaroni tornano per dimostrare che, nonostante le piattaforme internazionali, abbiamo ancora bisogno di quei cicli narrativi che ci fanno sentire «a casa», magari con l'aggiunta di un non memorabile cameo di Paolo Bonolis.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

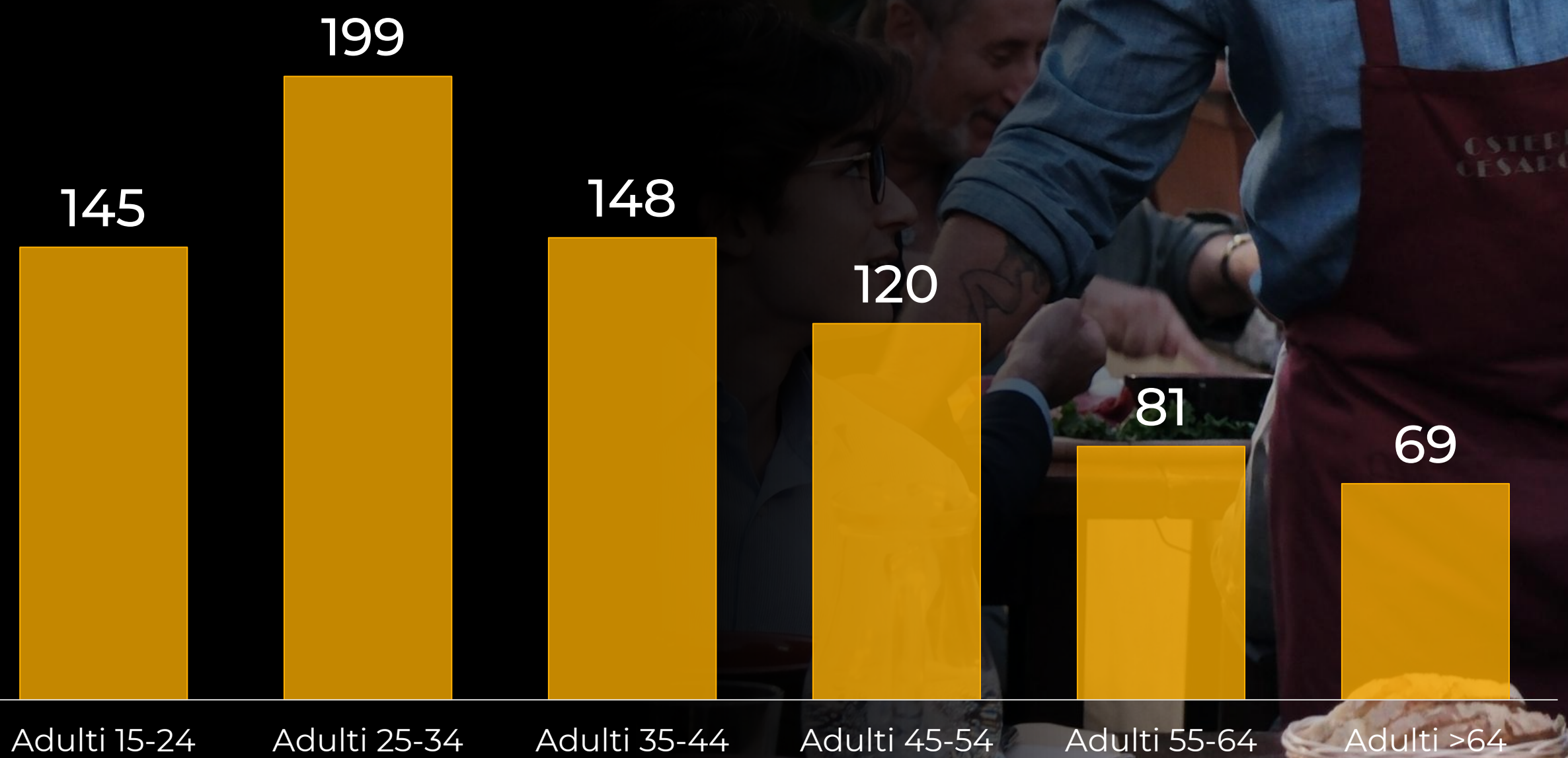
fiction



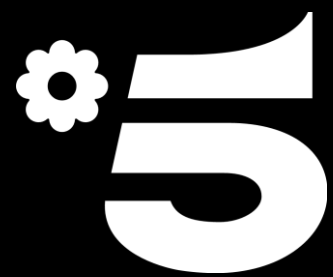
PRIME TIME

i cesaroni

il ritorno



fiction



PRIME TIME

Amici

PRIMAVERA 2026

3,2 MIO

AMR INDIVIDUI

23,3%

SHARE INDIVIDUI

33,7%

SHARE DONNE 25-54

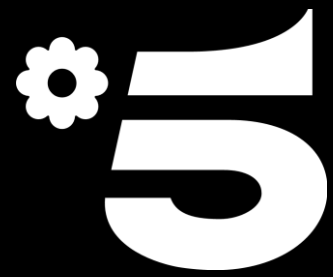
RAI 1 - CANZONISSIMA

2,4 MIO

18,9%

12,5%

entertainment



PRIME TIME

SCHERZI A PARTE



MARZO 2026

3,1 MIO

AMR INDIVIDUI

23,4%

SHARE INDIVIDUI

28,7%

SHARE ADULTI 25-54

entertainment



PRIME TIME

Stanno tutti INVITATI



APRILE 2026

2,4 MIO

AMR INDIVIDUI

18,8%

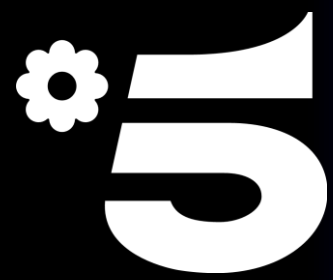
SHARE INDIVIDUI

25,7%

SHARE ADULTI 25-54



entertainment



PRIME TIME

GRANDE



FRATELLO

PRIMAVERA 2026

1,9 MIO

AMR INDIVIDUI

16,3%

SHARE INDIVIDUI

20,0%

SHARE ADULTI 25-54



entertainment



PRIME TIME

RACCONTO DI UNA NOTTE

APRILE 2026

1,8 MIO

AMR INDIVIDUI

13,3%

SHARE INDIVIDUI

16,4%

SHARE DONNE 25-54



soap



PRIME TIME

PRIMAVERA 2026

1,9 MIO

AMR INDIVIDUI

12,0%

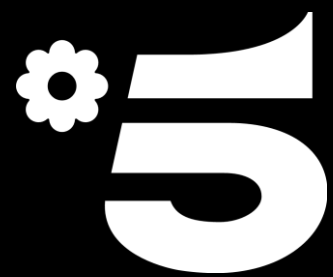
SHARE INDIVIDUI

15,1%

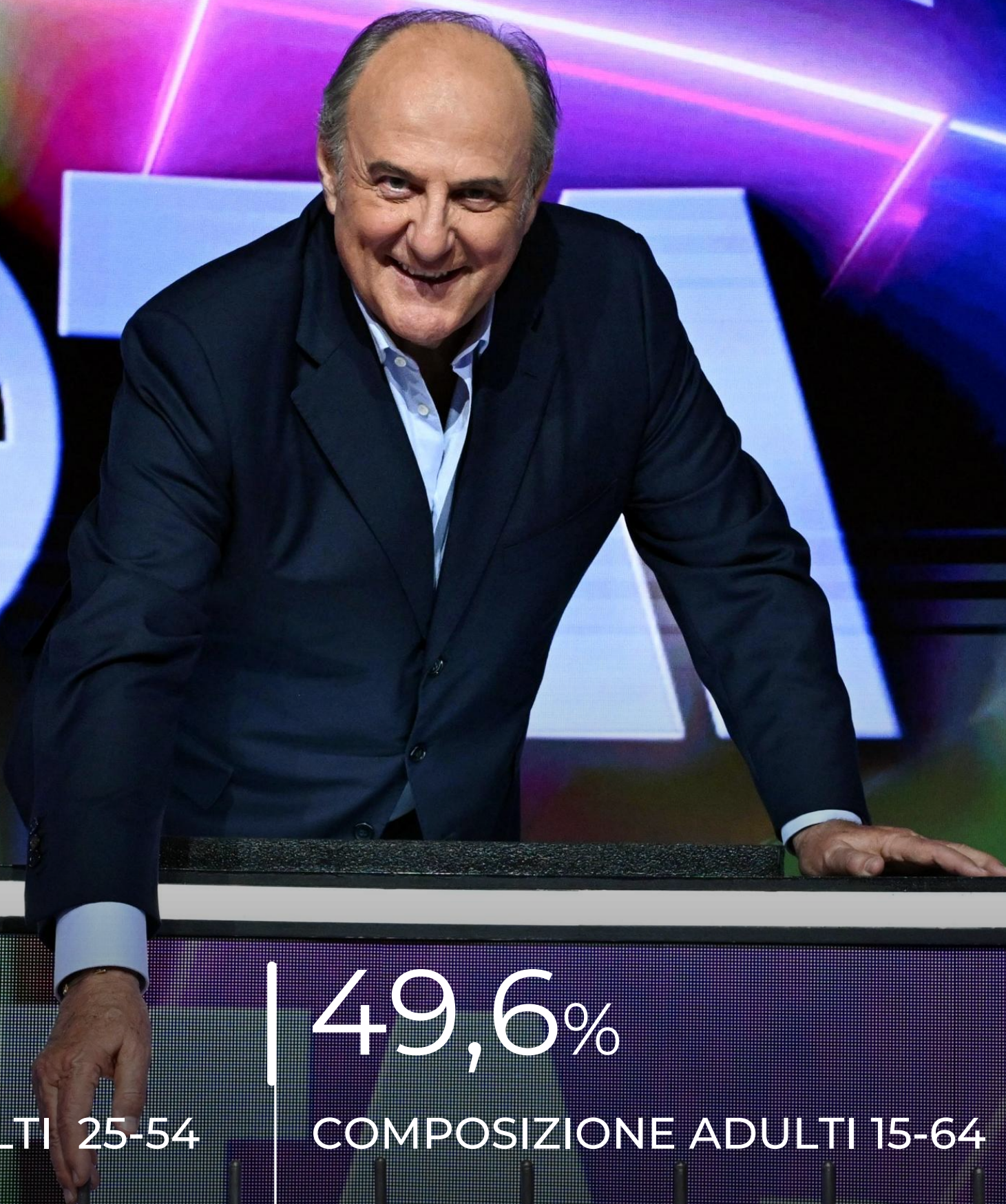
SHARE DONNE

FORBIDDEN FRUIT 3

soap



ACCESS PRIME TIME



PRIMAVERA 2026

4,8 MIO

AMR INDIVIDUI

23,2%

SHARE INDIVIDUI

23,9%

SHARE ADULTI 25-54

49,6%

COMPOSIZIONE ADULTI 15-64

AFFARI TUOI - RAI 1

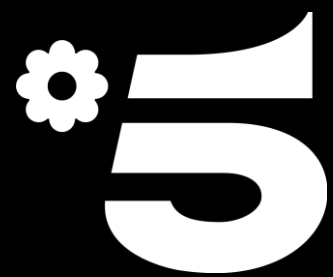
4,8 MIO

23,6%

17,0%

41,8%

game show



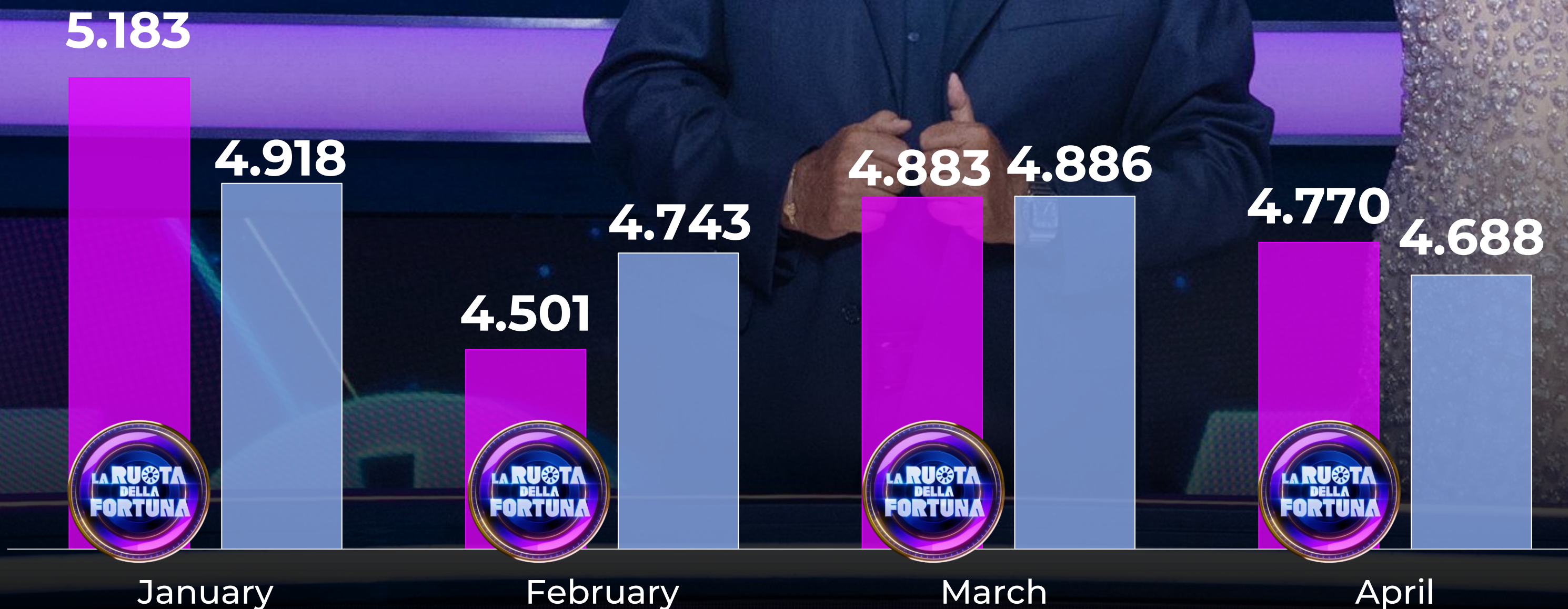
ACCESS PRIME TIME

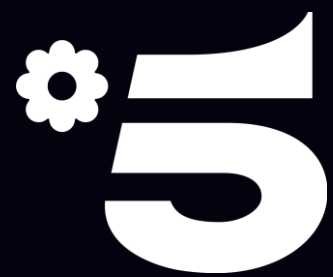


AMR INDIVIDUI

■ LA RUOTA DELLA FORTUNA

■ AFFARI TUOI





PRESERALE



EDIZIONE 2025-2026

2,6 MIO

AMR INDIVIDUI

16,6%

SHARE INDIVIDUI

21,0%

SHARE ADULTI 25-54

game show



PRESERALE



APRILE 2026

2,6 MIO

AMR INDIVIDUI

18,3%

SHARE INDIVIDUI

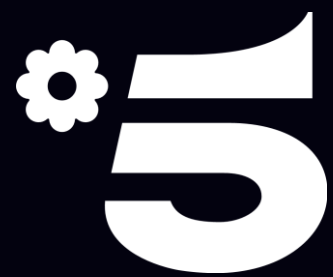
25,4%

SHARE ADULTI 25-54

52,5%

COMPOSIZIONE ADULTI 15-64

game show



PRIME TIME



Conduce Michelle Hunziker
Dal 29 aprile



entertainment



LE DATE DELLA FASE FINALE

LA FASE CONCLUSIVA DELLA MANIFESTAZIONE



SEMIFINALE RITORNO ▶ 21 Aprile



INTER – COMO



SEMIFINALE RITORNO ▶ 22 Aprile



ATALANTA – LAZIO



FINALE ▶ 13 Maggio



PRIME TIME
19 APRILE – 2 MAGGIO

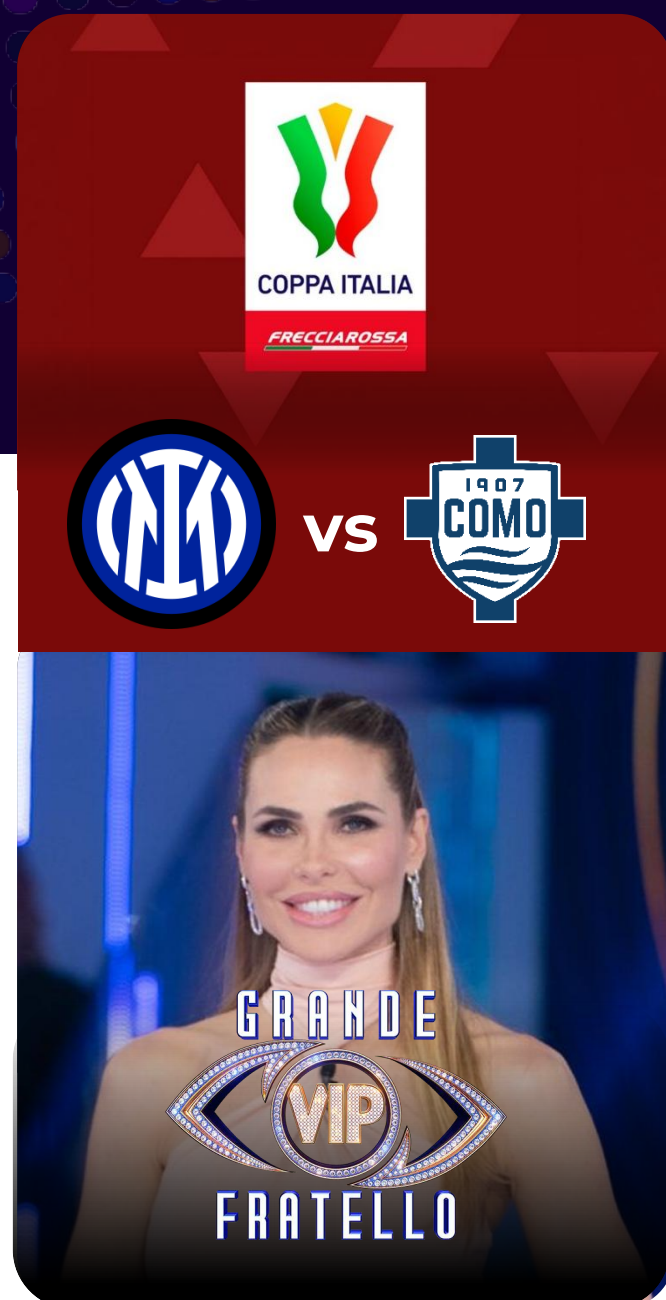
DOMENICA



LUNEDÌ



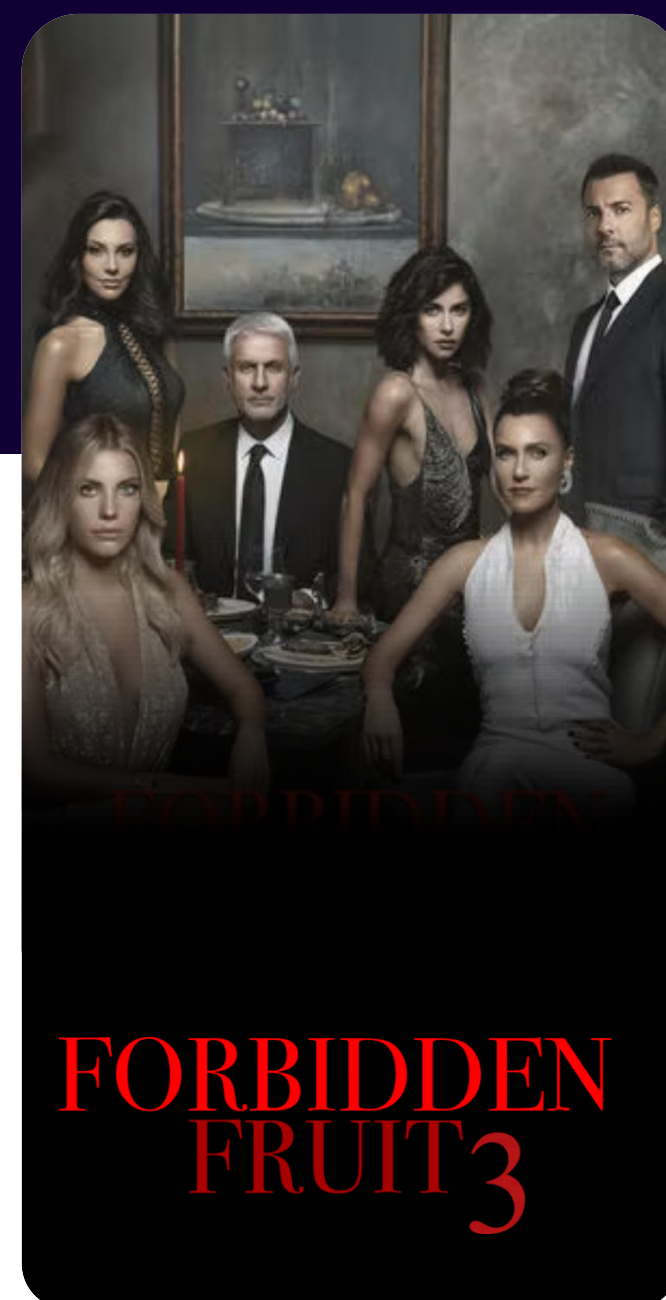
MARTEDÌ



MERCOLEDÌ



GIOVEDÌ



VENERDÌ



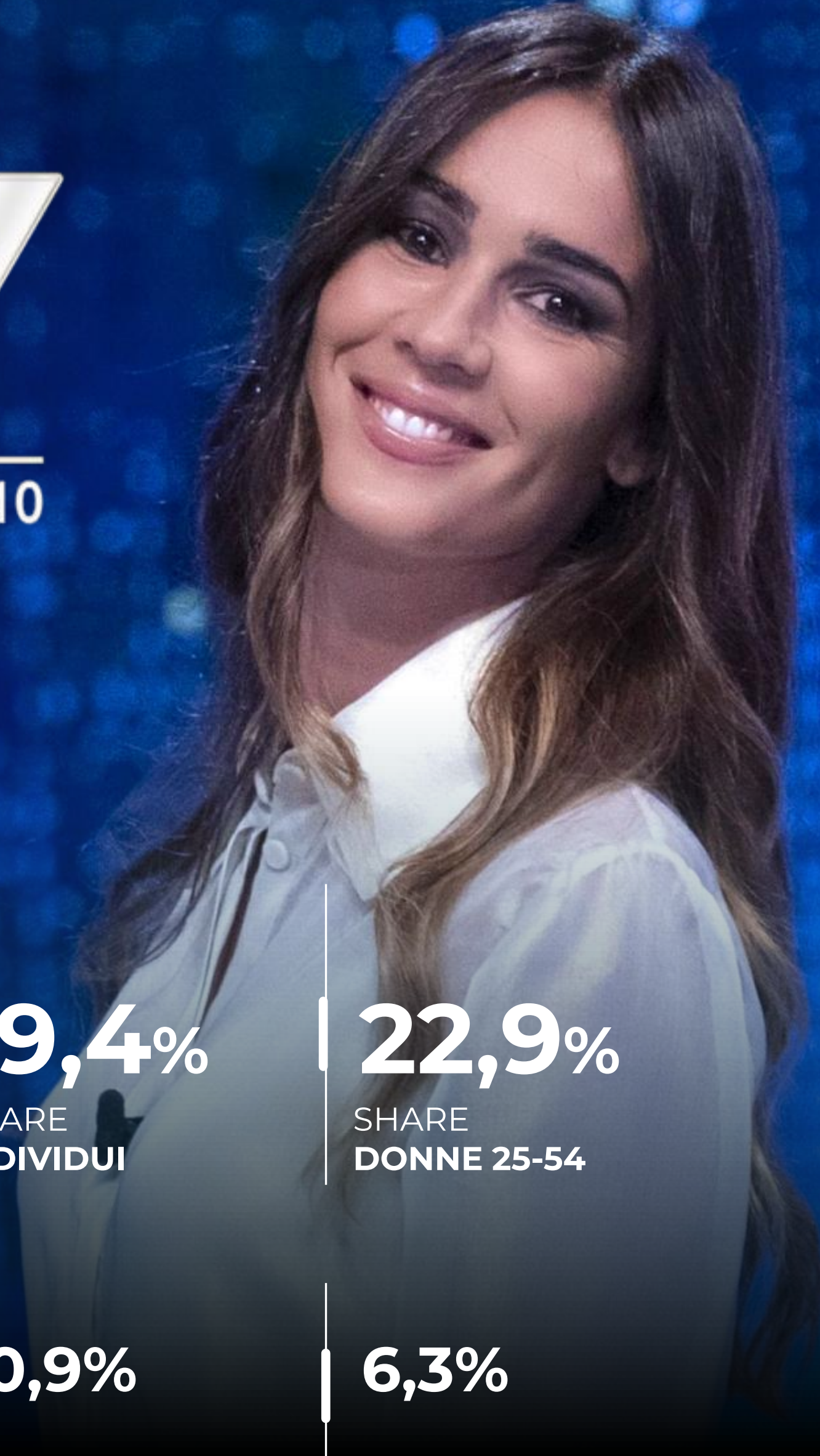
SABATO



prime time



VERISSIMO



SABATO

PRIMAVERA 2026

1,9 MIO

AMR
INDIVIDUI

19,4%

SHARE
INDIVIDUI

22,9%

SHARE
DONNE 25-54

RAI 1

1,1 MIO

10,9%

6,3%

DOMENICA

PRIMAVERA 2026

2,0 MIO

AMR
INDIVIDUI

18,0%

SHARE
INDIVIDUI

21,7%

SHARE
DONNE 25-54

1,7 MIO

15,2%

9,7%



PRIME TIME

ZELIG

— ON —



APRILE 2026

0,9 MIO

AMR INDIVIDUI

6,3%

SHARE INDIVIDUI

10,3%

SHARE ADULTI 25-44

entertainment



PRIME TIME



PRIMAVERA 2026

1,2 MIO

AMR INDIVIDUI

9,3%

SHARE INDIVIDUI

17,3%

SHARE ADULTI 25-44

entertainment



PRIME TIME

LE IENE PRESENTANO
INSIDE

PRIMAVERA 2026

0,9 MIO

AMR INDIVIDUI

7,7%

SHARE INDIVIDUI

13,8%

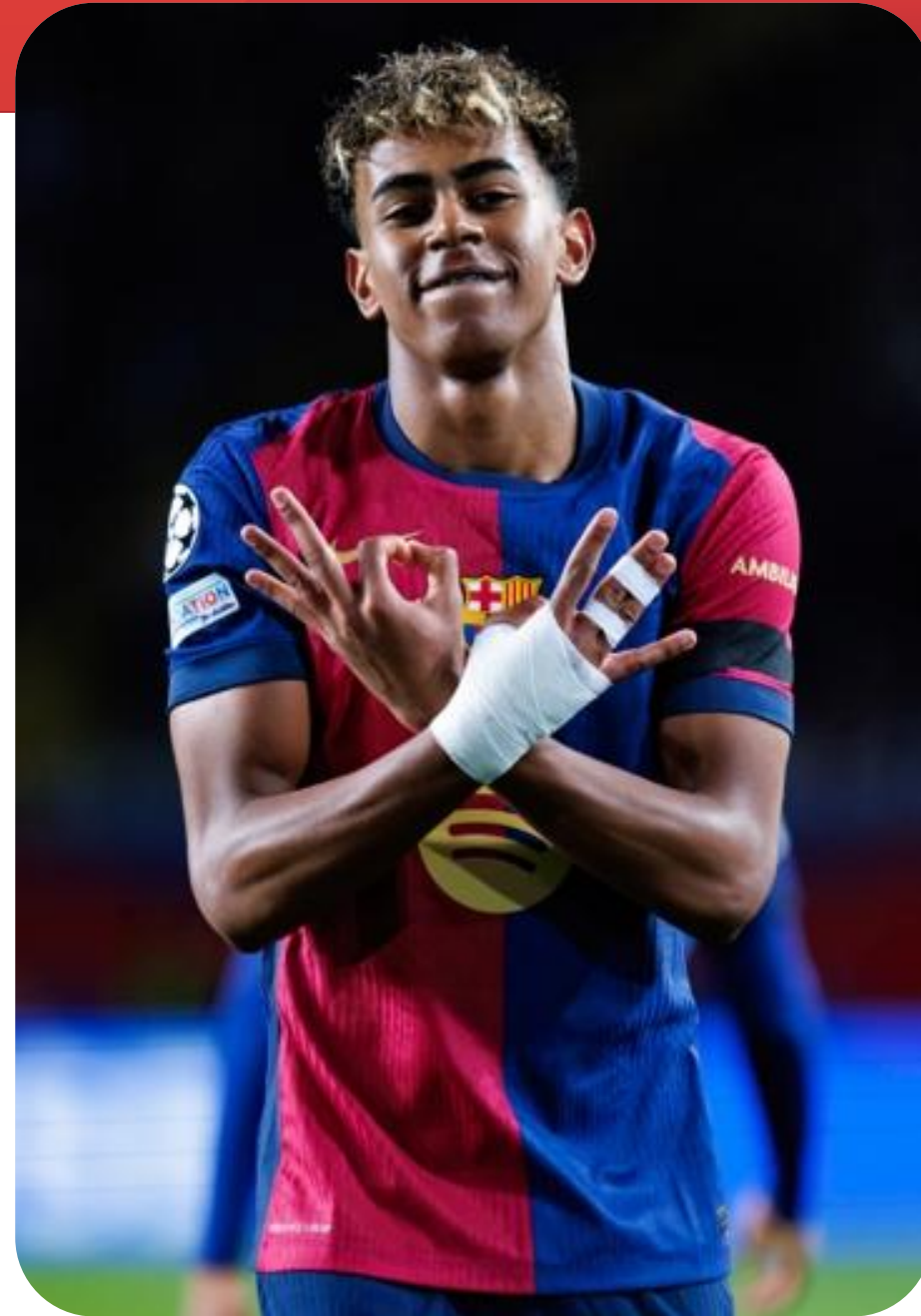
SHARE ADULTI 25-44



entertainment

4

DOMENICA 10 MAGGIO ORE 21.00 IL CLASÌCO – SFIDA DECISIVA PER IL TITOLO DI CAMPIONE DI SPAGNA



Barcellona - Real Madrid



4

PRIME TIME
COMMEDIA ITALIANA



0,8 mio

AMR
INDIVIDUI

5,1%

SHARE
INDIVIDUI

5,7%

SHARE
ADULTI +45



1,1 mio

AMR
INDIVIDUI

6,7%

SHARE
INDIVIDUI

7,6%

SHARE
ADULTI +45



1,0 mio

AMR
INDIVIDUI

6,5%

SHARE
INDIVIDUI

7,3%

SHARE
ADULTI +45

film

4

PRIME TIME

I PROGRAMMI DI APPROFONDIMENTO

DOMENICA

LUNEDÌ

MARTEDÌ

MERCOLEDÌ

GIOVEDÌ

VENERDÌ



5,6%



5,8%



4,6%



4,5%



7,0%



11,4%
DONNE +45



4 DI SERA



ACCESS PRIME TIME
LUNEDÌ - VENERDÌ

PRIMAVERA 2026

0,9 MIO

AMR
INDIVIDUI

4,6%

SHARE
INDIVIDUI

5,0%

SHARE
ADULTI 45+



4 DI SERA
W E E K E N D



ACCESS PRIME TIME
WEEKEND

PRIMAVERA 2026

0,8 MIO

AMR
INDIVIDUI

4,2%

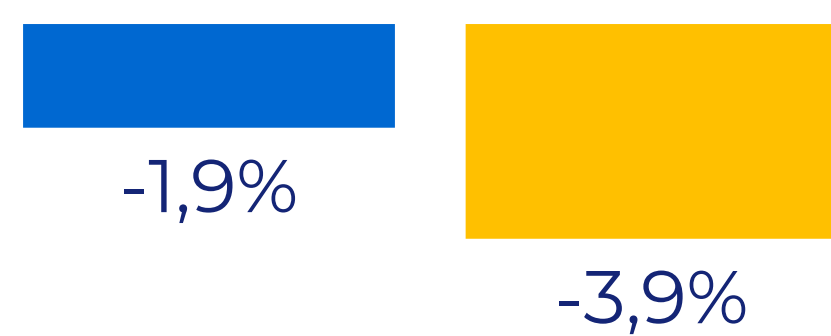
SHARE
INDIVIDUI

4,5%

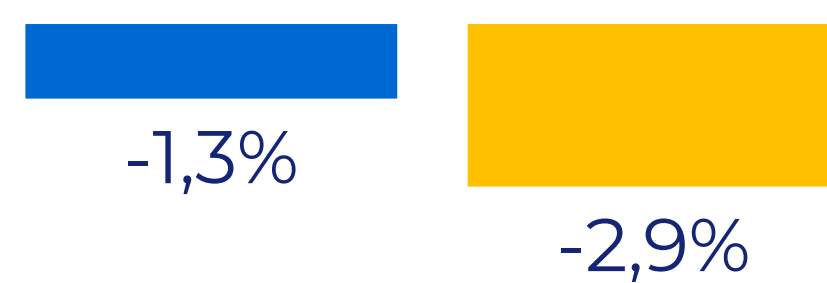
SHARE
ADULTI 45+

2026
IL TOTALE ASCOLTO 24 ORE

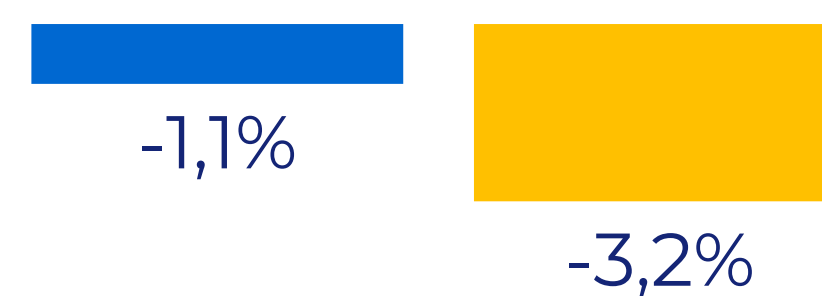
■ INDIVIDUI -1,5%
■ ADULTI 15-64 ANNI -3,2%



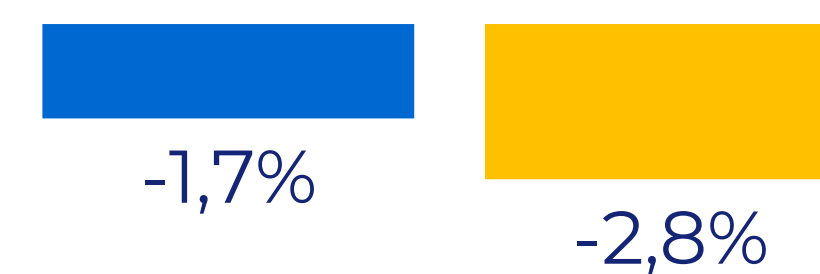
4-31/1



1-28/2



1-28/3



29/3-18/4

4 gennaio – 18 aprile

totale ascolto