

Madrid, 11 de febrero de 2021

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 10 DE FEBRERO

El Sevilla-Barça de Copa del Rey se alza como la emisión más vista del año

La ida de semifinales, con casi 4,7M y un 24,7%, lideró su franja con 7,7 puntos de ventaja sobre Antena 3, que marcó un 17%. Anotó el *minuto de oro*, alcanzó un 27,2% en el *target* comercial y rozó el 38% entre los jóvenes.

Telecinco, cadena más vista del día con un 17,4% frente al 15,6% de su competidor, lideró el *prime time* con su tercer mejor dato de la temporada. También dominó el *day time*, la mañana y la tarde.

Tras el encuentro, 'Love is in the air' firmó el segundo mejor *share* en sus emisiones de *prime time* con un 13,9% y casi 1,6M.

El partido de **ida de las semifinales de la Copa de S.M. El Rey** disputado anoche por el Sevilla F.C. y el F.C. Barcelona arrasó como la **emisión más vista del día y del año** con una media de **casi 4,7M de espectadores y un 24,7% de share**. Lideró cómodamente su franja de emisión con **7,7 puntos de ventaja sobre Antena 3**, que promedió un 17% en un horario en el que ofreció 'El Hormiguero' (16,8% y 3,2M). Anotó el *minuto de oro* del día a las 22:49 horas con 5.654.000 (30,7%) y acogió el **spot más visto del miércoles** a las 21:47:23 con un 9,7% de rating publicitario (Seat/Arona).

El choque, el más visto de la presente edición de la competición hasta el momento, creció hasta el **27,2% en el target comercial, casi 10 puntos más que su competidor**. Lideró en todos los targets de edad y clase social y en 13 de los 14 mercados regionales. Alcanzó el **37,9% entre los jóvenes de 13 a 24 años** y el 29,7% entre los de 25 a 34 años. Destacó su seguimiento en **Cataluña (29,8%), Euskadi (27,5%), Baleares (27%), Andalucía (26,8%) y Canarias (26,1%)**.

Tras el encuentro, 'Love is in the air' alcanzó un 13,9%, el segundo mejor *share* en sus emisiones de *prime time*, y fue visto por casi 1,6M de espectadores.

Como resultado, Telecinco lideró el *prime time* con un **20,1%**, su tercer mejor resultado de la temporada, frente al 17,9% de Antena 3.

Cadena más vista del *day time*

Telecinco dominó un día más el **day time**, con un 16,1% frente al 14,5% de su competidor; la **mañana**, con un 17,5% frente al 13,3% de su rival; y la **tarde**, con un 18,8% frente al 12,9% de su rival.

‘El programa de Ana Rosa’ volvió a situarse como el **magazine matinal líder con un 19,1% y 730.000 espectadores**, superando en su horario el 12,3% y 474.000 de ‘Espejo Público’.

‘Sálvame’ fue la oferta más vista de la tarde con **‘Sálvame Limón’**, con un 14% y casi 1,8M, y **‘Sálvame Naranja’**, con un 18,8% y más de 2,2M, como líderes en sus respectivos horarios, en los que Antena 3 registró un 11,3% y un 11,6%, respectivamente.