

Madrid, 16 de junio de 2021

## El Francia-Alemania de la Eurocopa, lo más visto del día con casi el 50% entre los jóvenes, concede a Telecinco su mejor martes de la temporada (17%)

Con un 29,5% y 4,2M, registró el minuto de oro a las 22:52 horas, con 5,5M de seguidores e impulsó a Telecinco a anotar su mejor *prime time* en martes de los últimos dos años (21%)

Cuatro alcanzó su mejor tarde (12,3%) desde julio de 2018 con el liderazgo absoluto del partido de la Eurocopa entre Hungría y Portugal (17,8% y 1,5M) y su tercer mejor *share* del año en *prime time* (8,3%) con la victoria en su franja de 'Supervivientes: Tierra de Nadie' (15% y 1,5M)

Nueva goleada de la afición con el fútbol de la Eurocopa. Con más de 4,2M de espectadores y un 29,5% de *share*, el encuentro de fútbol entre Francia y Alemania en Telecinco fue el espacio más visto del martes. Duplicó la oferta de Antena 3 (14,9%) en su franja, registró el minuto de oro de la jornada, a las 22:52 horas, con 5.515.000 espectadores (33,7%) y el *spot* más visto del día (Vodafone), a las 21:46 horas, con un 10,1% de *rating* publicitario.

Creció en *target* comercial hasta registrar el 35,5% de cuota de pantalla, con sus principales seguidores entre los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (47,3%). Superó la media nacional los mercados regionales de Madrid (36,6%), Asturias (32,5%), Andalucía (32,1%), Canarias (31,9%), Baleares (30,4%) y Murcia (30,3%) con datos por encima del 30% de *share*.

El espacio posterior al encuentro de fútbol (16,5% y 2,5M) también se anotó la victoria en su franja de emisión, por encima del 12% de la oferta de Antena 3. Creció al 20,7% en *target* comercial.

De igual forma, en Telecinco volvieron a destacar los liderazgos de 'El programa de Ana Rosa' (22,3% y 629.000), con más de 10 puntos de ventaja sobre 'Espejo Público' (12,1% y 326.000). Y 'Sálvame Limón' (14,1% y 1,5M) y Naranja (17% y 1,5M) volvieron a dictar sentencia frente a su rival, que anotó un 8,9% y un 10,8%, respectivamente.

Telecinco volvió ayer a ser la televisión más vista del día con un 17% de *share*, su mejor martes de la temporada. También lo fue en las franjas de *day time* (15,1%); la mañana (20,1%); la tarde (16,9%); el *prime time* (21%), con su mejor dato en martes de los últimos tres años (10/07/18); y el *target* comercial (19%).

## ‘Supervivientes: Tierra de Nadie’ en Cuatro lidera su franja con su tercer mejor *share* de la temporada

Por su parte, **Cuatro** (8,3%) aventajó en casi 2 puntos a La Sexta en el total día (6,6%) con su **tercer mejor *share* del año** y se impuso a su inmediato competidor en las franjas de ***day time*** (8,4% vs. 7,2%); ***tarde*** (12,3% vs. 6%), con su **mejor dato de los últimos 3 años**; ***prime time*** (8,3% vs. 5,4%), con su **tercer mejor *share* del año** y lideró el ***late night*** (14,6% vs. 4,2%).

Estos resultados se vieron impulsados por el buen comportamiento del partido de la Eurocopa entre **Hungría y Portugal** (17,8% y 1,5M), que lideró su franja triplicando la oferta de La Sexta (5,6%) y aventajando en más de 7 puntos a la de Antena 3 (10,7%). Obtuvo un excelente perfil de espectador tras crecer al 20,8% en *target* comercial y registrar un 28,8% entre el público joven de 13 a 24 años, sus principales seguidores.

En el *prime time*, ‘**Supervivientes: Tierra de Nadie**’ (15% y 1,5M) también se impuso en su franja de emisión con su **tercer mejor cuota de pantalla de la temporada**, por encima de las ofertas de Antena 3 (13,4%) y La Sexta (4,7%). También fueron los jóvenes de 13 a 24 años sus principales seguidores, con un 24,5% de *share*.

En cuanto a las **televisiones temáticas**, **Factoría de Ficción** fue la cadena más vista del martes con un 2,5% de *share*.