

Madrid, 17 de junio de 2021

Telecinco se adjudica el *prime time* (18,1%) con los liderazgos del Italia-Suiza de la Eurocopa (18,8%) y ‘Supervivientes 2021’ (23,5%)

El partido (18,8% y 2,5M) fue lo más visto en su franja y creció hasta el 23,9% en *target* comercial, arrasando entre los jóvenes de 13 a 24 años (36,2%)

Con 2,1M y un 23,5%, ‘Supervivientes 2021’ se impuso de nuevo a ‘Mask Singer’ (17,7% y 1,8M), también con los jóvenes de 13 a 24 años como principales seguidores (30,9%)

El Finlandia-Rusia (9%, 1M y 11,6% en *target* comercial) y el Turquía-Gales (13% y 1,1M y 16,7% en *target* comercial) entregaron a Cuatro su tercer mejor tarde de la temporada (9,6%)

Telecinco volvió anoche a confirmar el apoyo incondicional de los espectadores por su oferta en la franja de máxima audiencia con la emisión del **partido de fútbol de la Eurocopa Italia-Suiza y la nueva gala de ‘Supervivientes 2021’**, cuyas victorias condujeron al liderazgo absoluto de la cadena en el *prime time* con un 18,1% de *share*.

El evento deportivo en Telecinco se impuso en más de dos puntos a la oferta de Antena 3 (16,6%) en su franja. Creció en *target* comercial hasta registrar el 23,9% de cuota de pantalla, con sus principales seguidores entre los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (36,2%). Superó la media nacional los mercados regionales de **Madrid** (23%), **Andalucía** (21,3%), **Asturias** (20,1%), Castilla la Mancha (19,7%), Aragón (19,7%) y **Canarias** (19%).

Por su parte, ‘**Supervivientes 2021**’ lideró de nuevo ante más de **2,1 millones de espectadores y un 23,5% de *share***. El concurso presentado por Jorge Javier Vázquez se impuso en su franja por 6,7 puntos a la oferta de Antena 3 (16,8%) con una nueva entrega de ‘Mask Singer’ (17,7% y 1,8M). Al igual que el partido de fútbol, los espectadores jóvenes de **13 a 24 años** (30,9%) también fueron los principales seguidores del concurso. Superó la media nacional en los mercados regionales de **Andalucía (30,3%), Canarias (28,7%), Murcia (28,2%), Aragón (25,1%) y Cataluña (24,5%)**.

Asimismo, también destacó ayer el liderazgo en la mañana de Telecinco de ‘**El programa de Ana Rosa**’ (21,4% y 610.000), con más de 8 puntos de ventaja sobre ‘Espejo Público’ (13,2% y 373.000).

Telecinco, que ayer convirtió en positivo todas sus emisiones del total día al *target* comercial, **fue la cadena más vista de la jornada con un 17,8% de share** y lideró en el *day time*, con un 17,6%; la *mañana*, con un 19,6%; la *tarde*, con un 17,1%; el *prime time*, con un 18,1% y el *late night*, con un 25,4%. Asimismo, coronó el *target* comercial del miércoles con un 19,7% de cuota de pantalla frente al 13,8% marcado por Antena 3 en este parámetro.

Cuatro se impone a La Sexta en el total día y las franjas de sobremesa, tarde, late night, prime time y en el target comercial

Por lo que respecta a **Cuatro**, destacaron los resultados de los partidos de la Eurocopa emitidos en las franjas de sobremesa y tarde. El **Finlandia-Rusia** (9% y 1M) se impuso en 2,6 puntos a la oferta de La Sexta (6,4%) en su franja. Creció en *target* comercial hasta registrar el 11,6% de cuota de pantalla, con sus principales seguidores entre los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (14,8%).

El **Turquía-Gales** (13% y 1,1M) duplicó a La Sexta (6,8%) y creció al 16,7% en *target* comercial. Al igual que en el anterior partido, los espectadores jóvenes de 13 a 24 años volvieron a ser su público más afín con un 21,6% de *share*.

Estos resultados propiciaron que **Cuatro** incrementara ayer sus datos, situándose por encima de La Sexta tanto en el día (7,4% vs. 7%) como en la mayoría de sus bandas de emisión: sobremesa (7,7% vs. 7,6%); tarde, con su **tercer mejor dato de la temporada** (9,6% vs. 6,8%); *late night* (5,8% vs. 4,5%); *prime time* (7,4% vs. 5,8%), además del *target* comercial del miércoles (8,8% vs. 7,9%).