

Madrid, 24 de junio de 2021

Telecinco arrasa en su mejor día de los últimos 3 años con el Eslovaquia-España de la Eurocopa (52,8%) y 'Supervivientes 2021' (26%)

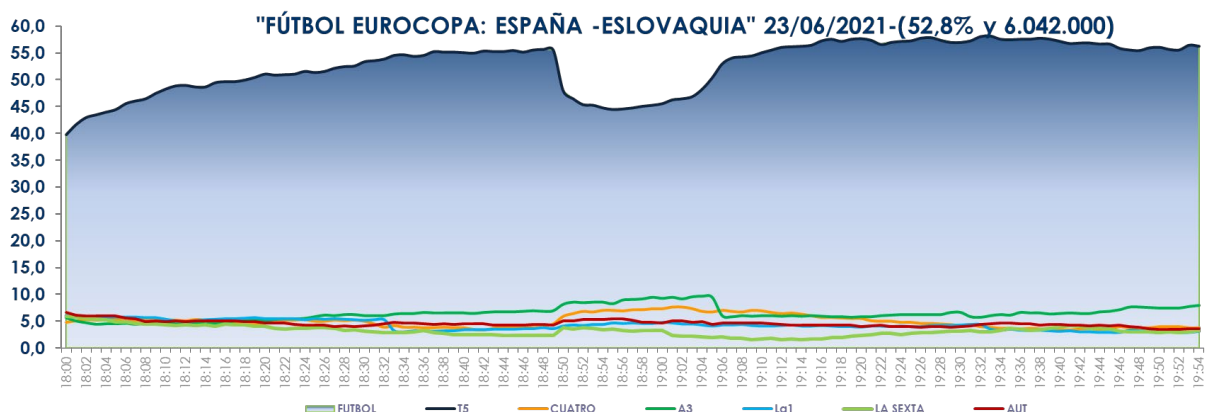
El triunfo de la Selección Española de fútbol (52,8% y 6M) fue lo más visto del día y el encuentro de este campeonato con mayor *share* hasta la fecha, rozando el 65% de *share* entre los espectadores entre 25 a 34 años, datos que impulsaron a Telecinco a registrar su mejor tarde de los últimos 3 años (41%)

Con 2,2M y un 26%, 'Supervivientes 2021' creció 2,5 puntos y se impuso al mínimo histórico de 'Mask Singer' (15,3% y 1,6M), con los jóvenes de 13 a 24 años como principales seguidores (37,6%)

Apoyo incondicional de los espectadores a la programación de Telecinco en el día de ayer, que con el liderazgo de **su oferta deportiva, informativa y de entretenimiento** le llevaron a anotar su **mejor jornada de los últimos 3 años**, con un 26,6% de *share*.

Lo más visto del miércoles fue el partido de **fútbol de la Eurocopa** que enfrentó a las selecciones de **Eslovaquia y España** (52,8% y 6M), con la **cuota de pantalla más alta de todos los encuentros hasta la fecha**. Registró el **minuto de oro del miércoles**, a las 19:33 h, con 6.742.000 espectadores (58,2%) y el **spot más visto de la jornada** (SEAT), a las 18:49 h, con un 14,9% de *rating* publicitario.

Creció al 63,4% en *target* comercial anotando su público más afín entre los seguidores de **25 a 34 años con un 64,6% de share**. Superaron la media nacional los mercados regionales de **Castilla la Mancha** (57,8%), **Aragón** (57,4%), **Madrid** (56,9%), **Castilla y León** (55,5%), **Andalucía** (55,4%), **Asturias** (55,4%), **Valencia** (54,4%), **Baleares** (54,2%), **Canarias** (53,5%) y en el denominado '**Resto**' (54,1%).



Tanto el **espacio previo** (27,8% y 2,9M), con un 35,3% en *target* comercial, como el **posterior** al encuentro de fútbol (38,1% y 4,1M), con un excelente 50,6% de *target* comercial, también lideraron sus respectivas franjas de emisión.

A continuación, el **segundo espacio más visto del día** fue el partido de la Eurocopa entre **Portugal y Francia** (27,3% y 3,6M). Creció hasta el 33,9% en *target* comercial con los espectadores jóvenes de 13 a 24 años como su público más afín (45,2%).

Le siguió, **‘Supervivientes 2021’**, de nuevo líder ante más de **2,2 millones de espectadores y un 26% de share**. El concurso presentado por **Jorge Javier Vázquez** creció **2,5 puntos respecto a la semana pasada** y se impuso en más de 11 puntos en su franja a la oferta de Antena 3 (14,3%) con un nuevo **mínimo histórico** de ‘Mask Singer’ (15,3% y 1,6M). Al igual que el partido de fútbol, los espectadores jóvenes de **13 a 24 años** (37,6%) también fueron los principales seguidores del concurso. Superó la media nacional en los mercados regionales de **Asturias (31%), Andalucía (30,8%), Canarias (29,9%), Murcia (29,8%), Madrid (27%), Aragón (26,5%), Galicia (26,3%) y en el denominado ‘Resto’ (26,8%)**.

Asimismo, también destacaron ayer los liderazgos en la mañana de Telecinco de **‘El programa de Ana Rosa’** (19,1% y 574.000), con más de 8 puntos de ventaja sobre ‘Espejo Público’ (10,5% y 310.000), y **‘Ya es mediodía’** (18,2% y 1,5M), que con su **tercer mejor share en su historia** se impuso a la oferta de Antena 3 (16,2%).

Informativos Telecinco 15 h (17,7% y 2,1M) fue la **oferta más vista en su franja** de emisión frente al 16,9% de Antena 3. Y en la tarde, la edición especial de **Sálvame Naranja** (23,1% y 2,5M) fue la más seguida por los espectadores.

Telecinco, que ayer **convirtió en positivo todas sus emisiones del total día al target comercial**, lideró todas las franjas: el **day time**, con un 27,6%; la **mañana**, con un 18,5%; la **sobremesa**, con un 18,9%; la **tarde**, con un 41%, su **mejor dato de los últimos 3 años**; el **prime time**, con un 24,1% y el **late night**, con un 27,9%. Asimismo, coronó el **target comercial** del miércoles con un 31,9% de cuota de pantalla frente al 10,6% marcado por Antena 3 en este parámetro.

Cuatro adelanta a La Sexta en la tarde con ‘Todo es mentira bis’ y ‘Cuatro al día’ y en el prime time con el previo de ‘Supervivientes’

Por su parte, **Cuatro aventajó ayer a La Sexta en la franja de tarde** (5,4% vs. 4,2%) aupado por los buenos resultados de **‘Todo es mentira bis’** y **‘Cuatro al día’**. La edición bis presentada por **Risto Mejide**, con un 6,2%, se impuso a La Sexta, que anotó un 5,5%. A continuación, la primera parte del espacio informativo presentado por **Joaquín Prat**, con un 4,9% superó a la oferta de La Sexta en su franja (3,3%), mientras que **‘Cuatro al día a las 20 h’** (6,2%) registró su **tercer mejor share del año** y también aventajó a la oferta de La Sexta en su banda de emisión (5,3%).

Cuatro se anotó igualmente la victoria del prime time frente a La Sexta (7,8% vs. 4,7%) gracias al previo de **‘Supervivientes’** (11,6% y 1,6M), el doble que la oferta de su inmediato competidor en la franja (5,8%) y también por encima de Antena 3 (11,1%).