

Madrid, 7 de julio de 2021

La Selección Española lucha hasta el final ante más de 14M de espectadores

Telecinco registra su mejor día desde 2018 y su mejor *prime time* de los últimos 9 años

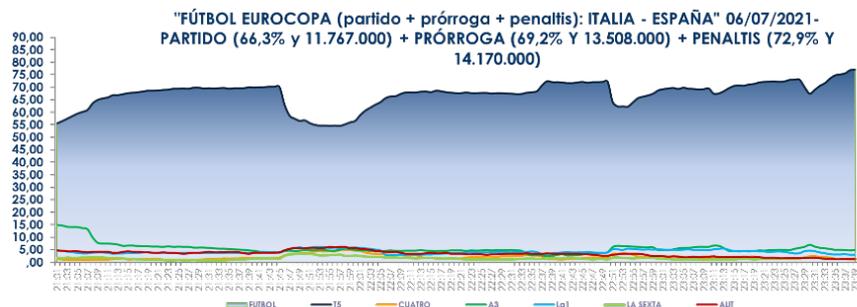
Con más de 14,1M y un 72,9%, la tanda de penaltis del partido España-Italia se convierte en la 9ª emisión más vista en la historia de Telecinco y en la 12ª con mayor audiencia en la televisión de nuestro país

La prórroga (69,2% y 13,5M) y el partido (66,3% y 11,7M) se sumaron a la tanda de penaltis para encabezar la lista de espacios más seguidos del martes, con el estratosférico dato de casi 20M de contactos

No pudo ser, pero pelearon hasta el final. España se quedó anoche a las puertas de la final de la Eurocopa en un agónico encuentro ante Italia que acabó en una histórica tanda de penaltis ante **14.170.000 seguidores y un 72,9% de share**, convirtiéndose en la novena emisión más vista en la historia de Telecinco y en la 12ª con mayor audiencia de la televisión en España.

Italia-España
(partido+prórroga+penaltis)

Targets	T5	A3	LA 1
Ind. 4+	67,5	5,4	4,3
T.C.	76,3	3,3	3,3
Hombres	75,7	3,1	3,2
Mujeres	59,1	7,8	5,4
4-12	76,9	2,0	1,7
13-24	82,3	1,7	2,4
25-34	79,4	2,3	3,1
35-54	77,0	3,1	3,3
55-64	60,5	7,1	4,1
65 y mas	52,1	9,5	6,9
IS A	74,7	4,1	4,2
IS B	70,9	4,6	3,0
IS C	69,3	4,5	4,3
IS D	68,8	6,0	3,7
IS E	57,3	7,4	5,2
AND	71,8	4,9	2,9
CAT	59,0	5,3	3,8
EUS	61,5	5,7	4,1
CAL	63,6	5,5	4,5
MAD	75,3	4,4	4,3
VAL	67,3	6,6	5,1
CLM	74,0	4,7	3,4
CAN	68,4	4,6	2,7
ARAGON	68,2	6,6	6,2
ASTURIAS	61,4	4,9	6,7
BALEARES	64,7	5,7	3,3
MURCIA	69,9	3,9	5,8
CASTILLA Y LEÓN	65,1	8,0	7,2
RESTO	66,0	6,0	4,9



Esta tanda de penaltis anotó un 81,3% de *share* en *target* comercial, con sus principales seguidores entre los espectadores jóvenes de 13 a 24 años (86,6%) y de la Comunidad de Madrid (78,1%). Registró el **minuto de oro del martes**, a las 23:39 horas, con **casi 15 millones de espectadores** (14.915.000 y 77,1%). **Casi 20M de seguidores contactaron al menos durante un minuto durante el encuentro** (19.611.000), que en Mitele registró **más de 1,7M de conexiones online**.

Telecinco emitió 98 de los 100 *spots* más vistos del día, entre ellos, el de **mayor audiencia de la jornada** (Leroy Merlin), a las 23:29 horas, con un 30,6% de *rating* publicitario.

En el *ranking* del día le siguieron la **prórroga del partido** (69,2%, 13,5M y 77,9% en *target* comercial), y el **encuentro de fútbol** (66,3%, 11,7M y 75,1% en *target* comercial). En ambos casos, al igual que en los penaltis, su público más afín fueron los **espectadores jóvenes** (83,6% y 81,2%) y **de la Comunidad de Madrid** (76,2% y 74,7%).

El **espacio previo** (40,1%, 5,1M y 50,8% en *target* comercial) y el **post** (55,3%, 9,4M y 63,8% en *target* comercial), también lideraron sus respectivas franjas.

A continuación, **'Love is in the air'** (17,6% y 1,7M) batió su **récord de share** liderando su franja de emisión. Sumó 1,6 puntos hasta alcanzar el 19,2% en *target* comercial.

Estos resultados propiciaron que **Telecinco** registrara ayer **dos hitos históricos**: su **mejor día de los últimos 3 años (32,4%)** y su **mejor prime time desde 2012 (61,2%)**, precisamente con la final de la Eurocopa de ese año entre España-Italia. También se impuso en las franjas de **mañana (18,3%)**, **sobremesa (15%)**, **tarde (16,7%)**, **day time (15,7%)** y **target comercial (38,7%)**.

'Cuatro al día 20h' (7,7%) anota su cuota de pantalla más alta hasta la fecha

Por otro lado, Cuatro aventajó ayer a La Sexta en las franjas de **tarde (7,1% vs.6,5%)**, **prime time (2,9% vs.2,2%)** y **late night (10,1% vs. 4%)**.

En la tarde, **'Todo es mentira'** (6,4%) y **'Todo es mentira Bis'** (6,9%) se situaron por delante de la oferta de La Sexta, con un 6% en sus respectivas franjas. Y **'Cuatro al día'** (7% y 615.000) registró su **segundo mejor share del año** frente a la oferta de La Sexta en su banda de emisión (6,8%). También **'Cuatro al día 20h'** (7,7% y 774.000) anotó su **mejor share hasta la fecha**, con casi un punto de ventaja sobre La Sexta (6,8%).

En el *prime time* y *late night*, **'Todo es verdad'** (10,6% y 1M) duplicó a La Sexta (4,5%) y aventajó en casi 1 punto a Antena 3 (9,9%) con sus series **'Mujer'** (8,1%) y **'Tierra amarga'** (7,6%).