

Madrid, 30 de agosto de 2021

El Stade Reims-Paris Saint Germain emitido en Telecinco, partido de fútbol de liga extranjera más visto de la historia de la tv en nuestro país

Con 2,2M y un 18,6% de *share*, encabezó el ranking de los espacios con mayor audiencia del día, con 6,6 puntos de ventaja sobre la oferta de Antena 3 (12%) en su franja. Arrasó entre los jóvenes de 13 a 24 años (32,3%), sus principales seguidores

Cuatro se impuso ayer a La Sexta en el día (5,3% vs. 3,7%) y en todas las franjas del domingo

Más de 2,2M de espectadores y un 18,6% de *share* siguieron anoche en Telecinco el debut de Leo Messi en el Paris Saint Germain en un encuentro frente al Stade Reims, convirtiéndose en el **partido de fútbol de liga extranjera más visto en la historia de la televisión en nuestro país**. También fue el espacio con mayor audiencia del domingo, con 6,6 puntos de ventaja sobre la oferta del segundo operador, Antena 3 (12%).

El evento deportivo creció hasta el **20,8% de *share* en *target* comercial**, con sus **mayores seguidores entre los jóvenes de 13 a 24 años (32,3%) y de 25 a 34 años (27,7%)**. Por mercados regionales destacaron **Madrid (24,1%), Canarias (23,7%), Galicia (21,2%), Asturias (20,2%), Cataluña (19,8%), Baleares (19,4%) y Andalucía (19%)** al superar la media nacional.

Asimismo, en Telecinco también lideraron **‘Socialité by Cazamariposas’ (15,6% y 1M)**, con su mejor dato en domingo de agosto, y **‘Viva la vida’ (13,6% y 1,3M)** al superar la oferta de Antena 3 en sus respectivas franjas (10,5% y 11,4%).

Telecinco fue ayer la televisión más vista del domingo con un 13,2% de *share*, por delante de **Antena 3 en las franjas de *day time* (12,5% vs. 10,8%); la mañana (11,7% vs. 5,7%); la tarde (14,2% vs. 10,7%); y el *prime time* (14,9% vs. 14%)**. También se alzó con el triunfo del ***target* comercial**, con un 12,8% frente al 9,4% de su principal competidor.

Cuatro también se impone a La Sexta en el día y en todas las franjas

De igual forma, **Cuatro** (5,3%) aventajó en el total día a La Sexta (3,7%), a la que superó también en todas las franjas: **mañana** (5,4% vs. 3,6%), **sobremesa** (5,8% vs. 4,8%); **tarde** (5,5% vs. 3,7%); **prime time** (5,5% vs. 3,8%), **late night** (5,5% vs. 2,7%), **day time** (5,5% vs. 3,8%) y **target comercial** (6,8% vs. 3,8%).

Destacó el resultado de la doble entrega de **Home Cinema** con las películas **‘The blackout: la invasión’** con un 7,2% y un 10,6% en *target* comercial y **‘La leyenda de la máscara’** con un 4,9% y un 5,9% en *target* comercial, con datos por encima de la oferta de La Sexta en sus franjas (4,5% y 2,6%, respectivamente). De igual forma, en el *prime time* **‘Viajeros Cuatro México’** con un 4,8% y un 6,4% en *target* comercial, **‘Viajeros Cuatro Medellín’** con un 5,9% y un 7,4% en *target* comercial, y **‘Cuarto Milenio’**, con un 5,8% y un 7,5% en *target* comercial, se impusieron a las distintas ofertas de La Sexta en sus respectivas franjas (4,2%, 2,6% y 2,9%).

Fin de semana: el regreso de ‘Viernes Deluxe’, líder en la noche del viernes

En el fin de semana, el regreso a la parrilla de Telecinco del programa **‘Viernes Deluxe’** fue la opción más seguida de la noche con un 14,4% de *share* y 1.076.000 espectadores, frente a la oferta de Antena 3 que incluía el espacio **‘Family Feud’** (9,7%).