

Madrid, 2 de julio de 2013

Los “Golden Spots” ofertados por Publiespaña ocupan el primer y tercer puesto TELECINCO COPA LOS PRIMEROS 54 SPOTS MÁS VISTOS DEL AÑO, UN RANKING LIDERADO POR LOS PARTIDOS DE ESPAÑA EN LA COPA CONFEDERACIONES, CUYA AUDIENCIA SE HA DUPLICADO RESPECTO A 2009

- La Copa Confederaciones y los partidos clasificatorios de España para el Mundial de Brasil protagonizan el *ranking* de forma absoluta
- Los cinco partidos disputados por España han obtenido una media de casi 8 millones de espectadores y un 53,4% de *share*, unas cifras un 51% superiores a las obtenidas por el mismo número de encuentros disputados por *La Roja* en en Sudáfrica en 2009 (41% y 5.248.000)
- Telecinco ha sido la televisión con mayor número de comentarios en redes sociales de junio con 8.362.275 menciones, frente a las 1.320.222 obtenidas por Antena 3, situándose como líder indiscutible todos los días del mes
- 3.838.873 comentarios corresponden a la Copa Confederaciones, con el partido España-Uruguay a la cabeza de menciones (601.893)

Mediaset España concluye el primer semestre del año como **líder absoluto del *ranking* de los *spots* más vistos de 2013**, una tabla ocupada íntegramente por Telecinco en sus primeros 54 puestos, seguido de Antena 3, cuyo primer *spot* en la tabla aparece en el puesto 55. A la cabeza del listado se sitúan los anuncios emitidos durante los **partidos disputados por la Selección Española en la Copa Confederaciones**, encuentros que **han incrementado un 51% su audiencia** con respecto al mismo torneo celebrado en 2009 en Sudáfrica y que también fue emitido por Telecinco.

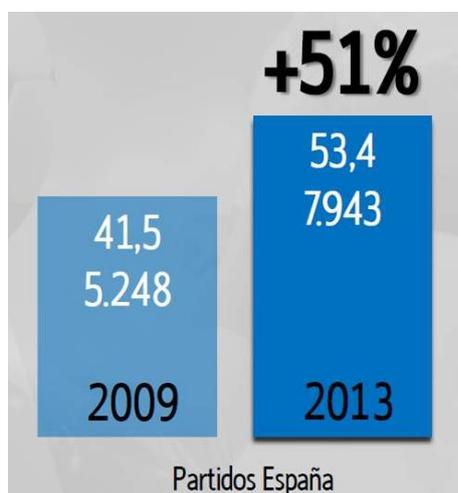
Publiespaña cumple así su objetivo de ofrecer a los anunciantes **la máxima presencia y la más eficaz cobertura de *targets*** a través de una **política comercial diseñada específicamente para este evento deportivo con novedades publicitarias de alta notoriedad y eficacia como los “Golden Spots”, emplazamientos *HiQuality*** ubicados en los momentos de **máxima audiencia** de cada uno de los encuentros emitidos en Telecinco y Energy.

Resultado de esta acción, **dos de los primeros tres *spots* más vistos hasta el momento en 2013 se corresponden con “Golden Spots” contratados por las marcas Seat y Movistar, que ocupan el primer y tercer puesto, respectivamente.**

Ranking de los 10 spots más vistos de 2013 (1 enero-30 junio)

Campaña	Cadena	Fecha	Hora	Duración	Título Emisión	AM%	GRP [20 seg.]
1 SEAT/IBIZA ITECH	T5	27/06/2013	23:48:3	0000:20	POST FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	32,0	32,0
2 IBERDROLA	T5	26/03/2013	22:51:2	0000:20	POST FUTBOL:CLASIFICACION MUNDIAL	28,0	28,0
3 MOVISTAR	T5	30/06/2013	23:58:1	0000:30	PREVIO FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	24,8	37,1
4 VOLKSWAGEN GOLF/GTI	T5	27/06/2013	22:51:0	0000:25	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	24,4	30,5
5 SONY/PLAYSTATION 3/THE LAST C	T5	27/06/2013	22:51:2	0000:30	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	24,4	36,5
6 J.AND./TURISMO	T5	27/06/2013	22:51:5	0000:30	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	24,4	36,5
7 GILLETTE/FUSION PROGLIDE	T5	27/06/2013	22:52:2	0000:29	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	23,1	33,5
8 PELAYO/SEGUROS AUTOMO	T5	27/06/2013	22:52:5	0000:20	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	23,1	23,1
9 OPEL/CORSA TOUCH & CONNECT	T5	27/06/2013	22:53:3	0000:20	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	23,0	23,0
10 ONCE/RASCA SUPER RULETA	T5	27/06/2013	22:53:5	0000:20	PRORROGA FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	23,0	23,0

Los partidos de la Selección Española en la Copa Confederaciones aumentan un 51% su audiencia con respecto a 2009



Los cinco partidos disputados por España en la Copa Confederaciones Brasil 2013 han obtenido una excelente media de casi **8 millones de espectadores** y un **53,4% de share**, unas cifras un **51% superiores** a las obtenidas por el mismo número de encuentros disputados por **La Roja** en el mismo campeonato celebrado en Sudáfrica en 2009 (41% y 5.248.000).

En general, las retransmisiones de todos los partidos de la Copa FIFA Confederaciones Brasil 2013 (32,9% de *share* y 4.526.000 espectadores) han superado en 1,5 puntos y más de medio millón de espectadores al dato de 2009.

La tanda de penaltis del España-Italia (13.355.000 y 67,9%) se sitúa como la **emisión más vista del año**, mientras que la final disputada anoche entre Brasil y España se ha convertido en la **emisión de late night con mayor seguimiento de la televisión en la historia de la medición de audiencias** con un 70,3% de *share* y 10.661.000 espectadores.

Telecinco arrasa en junio en redes sociales impulsada por el excelente número de menciones de la Copa Confederaciones

Telecinco se ha situado un mes más como la televisión con mayor número de comentarios en los *social media* en el mes de junio con **8.362.275 menciones**, frente a las 1.320.222 obtenidas por Antena 3, situándose además como líder indiscutible en este ámbito todos y cada uno de los días del mes.

De esta excelente cifra, **3.838.873 comentarios** corresponden a la **Copa Confederaciones**, con el partido España-Uruguay a la cabeza de menciones:

PARTIDOS ESPAÑA	FECHA	COMENTARIOS	USUARIOS
ESPAÑA - URUGUAY	16-jun	601.893	278.606
ESPAÑA - TAHITÍ	20-jun	589.884	312.394
NIGERIA - ESPAÑA	23-jun	348.055	182.307
ESPAÑA - ITALIA	27-jun	554.775	290.335
BRASIL - ESPAÑA	30-jun	442.941	285.001
OTROS PARTIDOS			
BRASIL - JAPÓN	15-jun	57.413	38.407
MÉXICO - ITALIA	16-jun	228.974	131.313
TAHITÍ - NIGERIA	17-jun	103.025	58.107
BRASIL - MÉXICO	19-jun	165.328	111.165
ITALIA - JAPÓN	19-jun	89.229	56.806
NIGERIA - URUGUAY	20-jun	48.780	31.785
JAPÓN - MÉXICO	22-jun	73.255	46.568
ITALIA - BRASIL	22-jun	144.314	81.430
URUGUAY - TAHITÍ	23-jun	35.694	23.749
BRASIL - URUGUAY	26-jun	229.937	130.509
URUGUAY - ITALIA	30-jun	125.376	74.167
		3.838.873	2.132.649

