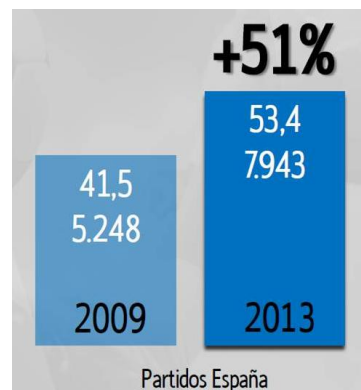


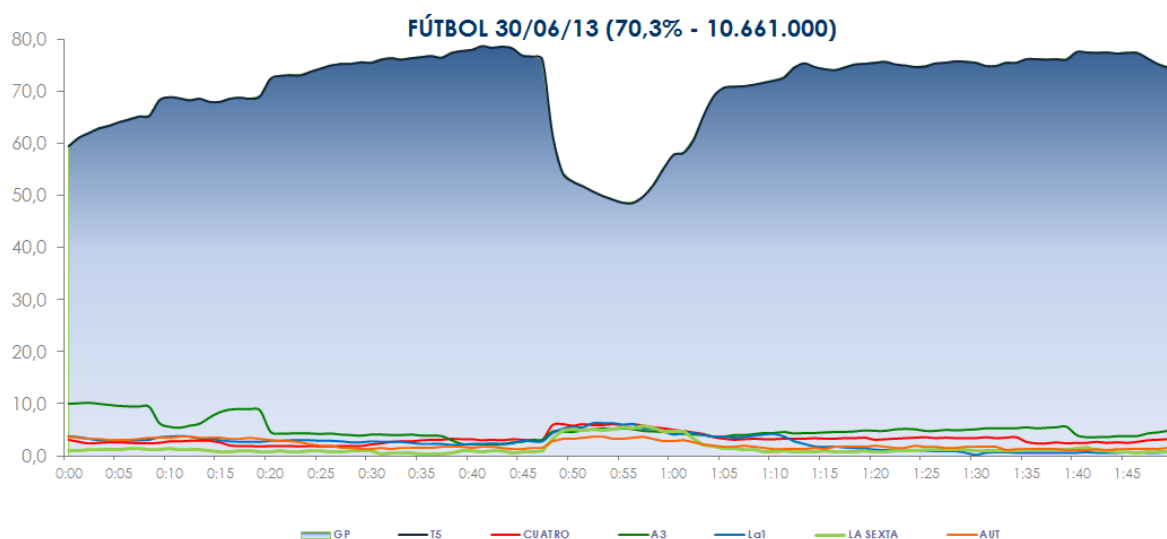
**LA FINAL DE LA COPA CONFEDERACIONES
BRASIL-ESPAÑA SE CONVIERTE EN LA EMISIÓN MÁS
VISTA DEL *LATE NIGHT* EN LA HISTORIA DE LA MEDICIÓN
DE AUDIENCIAS CON EL 70,3% DE *SHARE*
Y 10.661.000 ESPECTADORES**

**LAS RETRANSMISIONES DE LA COPA FIFA CONFEDERACIONES BRASIL
2013 HA SUPERADO EN 1,5 PUNTOS Y MÁS DE MEDIO MILLÓN DE
ESPECTADORES (32,9% DE *SHARE* Y 4.526.000 ESPECTADORES) AL
MISMO TORNEO DE SUDÁFRICA 2009, TAMBIÉN EMITIDO EN TELECINCO**

**LOS 5 PARTIDOS DE ESPAÑA HAN CRECIDO UN 51% DE AUDIENCIA
FRENTE A LA COMPETICIÓN DE 2009 AL SUMAR 2,7 MILLONES MÁS DE
ESPECTADORES POR PARTIDO**



CURVA PARTIDO FINAL BRASIL-ESPAÑA, DOMINGO 00:00H.



Telecinco logra un 67,6% de *share* en *late night*, su segundo mejor dato histórico por detrás del 78,8% obtenido en mayo de 1993 con la emisión del debate Felipe González-José María Aznar

Franja exacta 24:00h-25:50
Partido Brasil-España

Targets	T5	A3
Ind. 4+	70,3	5,2
T.C.	71,1	4,5
Hombres	77,7	2,4
Mujeres	61,5	8,4
4-12	76,5	1,7
13-24	77,5	3,1
25-34	75,3	2,3
35-54	69,3	5,3
55-64	66,0	8,2
65 y mas	66,4	6,8
ALTA-MEDIA ALTA	70,1	5,9
MEDIA	70,5	5,2
MEDIA BAJA	69,8	4,5
BAJA	70,9	4,7
AND	74,4	4,7
CAT	58,6	7,5
EUS	61,1	6,7
GAL	69,9	4,1
MAD	74,6	5,1
VAL	75,3	4,0
CLM	76,0	4,7
CAN	67,9	5,4
ARAGON	58,7	4,1
ASTURIAS	71,3	5,5
BALEARES	65,9	6,3
MURCIA	71,6	4,3
CASTILLA Y LEÓN	73,7	5,6
RESTO	72,4	4,7

Fue la emisión más vista del día y el encuentro más visto de la Copa Confederaciones y de la Selección Española de esta temporada. **Logró el minuto de oro a las 24:41 horas con 13.404.000 espectadores (78,7%).** Lideró claramente en todos los grupos de espectadores por edades, clase social y mercados geográficos

Pese a su emisión en madrugada, el **38,5%** de la población contactó en algún momento con el partido

Previamente, el partido entre Uruguay e Italia por el tercer y cuarto puesto logró un **15,3% de share (1.689.0000)**. La prórroga (**24,1% y 2.496.000**) y los penaltis (**31,5% y 3.410.000**) lideraron de forma absoluta sus respectivas franjas horarias

DATOS MEDIOS: PROG PREVIO/POST/ESPAÑA UN NUEVO DESAFÍO - Tot. Individuos

Título	INICIO	FIN	Cuota	Miles	RAT%
PREVIO FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES / BRASIL	23:51	0:00	51,6	9439	21,5
POST FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES / BRASIL-E	1:50	1:55	60,4	5168	11,7

Informativos Telecinco 21:00 horas del domingo lideró su franja horaria (**13,5% y 1.623.000**), superando en casi 3 puntos a Antena 3 (**10,8% y 1.306.000**)

TELECINCO Y LA FINAL BRASIL-ESPAÑA, CADENA Y PROGRAMA MÁS MENCIONADOS DEL DOMINGO EN REDES SOCIALES

La final Brasil-España logró el primer puesto en número de menciones en redes sociales, haciendo que Telecinco liderase una jornada más los comentarios en los *social media*

Top cadenas dom 30 junio	
Cadena	Comentarios
Telecinco	590.036
Antena 3	188.024
MTV	18.766
La1	13.559
Cuatro	13.299
laSexta	13.223
Intereconomia	2.720
Marca TV	1.672
Neox	1.615
Nova	1.014

Fuente: Global In Media

Top programas dom 30 junio	
Programa	Comentarios
Brasil-Espana	442.941
Fórmula 1	175.664
Uruguay - Ital...	125.376
El Objetivo	8.263
Cine: Como dio...	7.051
Alaska y Mario	6.543
Antena 3 Notic...	2.498
Punto Pelota	2.198
Cine: Alvin y ...	2.103
Cine: Chocolat	1.779

Fuente: Global In Media

ÉXITO COMERCIAL EN LA FINAL DE LA COPA CONFEDERACIONES CON LA EMISIÓN DE LOS 10 SPOTS MÁS VISTOS DEL DÍA

El encuentro de España ofreció los **10 spots más vistos del día**, con las marcas **Movistar, Volkswagen y Opel** en los tres primeros puestos con *ratings* publicitarios por encima del 22%

SPOTS CON MÁS RAT% - TOTAL DÍA					
Adultos					
Spot	Cadena	Hora	Programa	GRP'S 20	RAT%
1	MOVISTAR	T5	23:58	PREVIO FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	37,1 24,8
2	VOLKSWAGEN GOLF/GTI	T5	0:48	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	28,6 22,9
3	OPEL/CORSA TOUCH & CONNECT	T5	0:48	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	22,9 22,9
4	MOVISTAR	T5	1:01	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	30,6 20,4
5	VODAFONE/BANDA ANCHA MOVIL 4G	T5	0:49	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	39,4 19,7
6	ONCE/RASCA SUPER RULETA	T5	0:49	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	19,7 19,7
7	DAMM/ESTRELLA/CERVEZA	T5	0:49	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	29,6 19,7
8	RENAULT/SCENIC XMOD	T5	0:51	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	23,2 18,5
9	PEUGEOT/208	T5	0:58	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	18,3 18,3
10	CANAL+/YOMVI	T5	0:52	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	9,1 18,1

El “Golden Spot” de **Movistar** marcó un **24,8%** de *rating*, convirtiéndose en el *spot* más visto del día y el tercero más visto del año

LA CARRERA DE MOTOGP DEL GP DE HOLANDA, LA MÁS VISTA DE ESTE CIRCUITO DE LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS (2.629.000 Y 20,8%)

La victoria de Valentino Rossi en el circuito de Assen lideró su franja de emisión superando en casi 8 puntos a Antena 3 (12,9% y 1.628.000)

Elevó casi 5 puntos su dato medio en el *target* comercial hasta alcanzar el **25% de share** y se impuso de forma absoluta en menores de 64 años, en todas las clases sociales y en 10 de los 14 mercados geográficos

Las carreras de **Moto2** con victoria de Pol Espargaró (**19,9%** y **1.257.000** y un **23,1%** en *target* comercial) y la de **Moto3** con el primer puesto de Luis Salom (**19,7%** y **876.000** y un **24,4%** en *target* comercial) se impusieron claramente a sus rivales

Las tres carreras anotaron una media del **20,3%** de *share* y **1.608.000** espectadores

Targets	T5	A3
Ind. 4+	20,8	12,9
T.C.	25,0	14,5
Hombres	26,1	12,9
Mujeres	15,2	12,9
4-12	11,7	7,4
13-24	18,9	13,2
25-34	22,8	14,5
35-54	24,9	13,3
55-64	22,1	15,3
65 y mas	16,8	11,4
ALTA-MEDIA ALTA	16,9	16,0
MEDIA	23,4	12,2
MEDIA BAJA	21,2	11,9
BAJA	16,0	12,0
AND	17,3	14,1
CAT	24,7	8,3
EUS	20,1	9,9
GAL	19,0	11,0
MAJ	22,1	16,3
VAL	19,1	15,5
CLM	22,2	13,0
CAN	17,2	9,7
ARAGON	19,3	7,5
ASTURIAS	22,5	15,7
BALEARES	25,5	13,2
MURCIA	29,7	12,8
CASTILLA Y LEÓN	16,4	21,8
RESTO	19,1	15,4



CUATRO SUPERA A LA SEXTA EL SÁBADO (6,6% VS 6,3%) Y EL DOMINGO (5,6% VS 4,3%)

La película de “Cine Cuatro” del *prime time* del sábado, “Gru, mi villano favorito”, anotó un **10,9%** de *share* y **1.335.000** espectadores y un **14,8%** en *target* comercial, superando a “El Peliculón” “Grandes esperanzas” de Antena 3 (10,1% y 1.268.000)

El sábado se impuso a La Sexta en el *daytime* (6,1% vs. 5,6%), la mañana (5,5% vs. 4,2%), la sobremesa (7,2% vs. 5%) y la tarde (5,6% vs. 5,5%) y también el domingo en las franjas de *daytime* (5,8% vs. 3,6%), la mañana (6,4% vs. 5%), la sobremesa (5,9% vs. 4,3%) y el *late night* (4% vs. 1,4%)



FACTORÍA DE FICCIÓN, CANAL TEMÁTICO LÍDER DEL DOMINGO (2,8%)

Se adjudicó el *day time* (2,7%), *prime time* (3,1%), el *late night* (1,8%) y el *target* comercial (3,5%)



BOING SUPERA A DISNEY CHANNEL EN TOTAL DÍA EL SÁBADO (2% VS. 1,7%) Y EL DOMINGO (2,1% VS. 1,7%)

En ambos días el canal infantil se impuso a su inmediato competidor en el *target* infantil (sábado: 13% vs. 10,6% - domingo: 15,2% vs. 10,8%)



MEDIASET ESPAÑA LIDERA EL SÁBADO Y EL DOMINGO CON UN 28,7% Y UN 35,6% RESPECTIVAMENTE EN EL TOTAL DÍA

GABINETE DE PRENSA
MEDIASETespaña.



 @mediasetcom