

AUDIENCIAS 18 DE JUNIO

5 TELECINCO REGISTRA EL MINUTO MÁS VISTO EN LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN

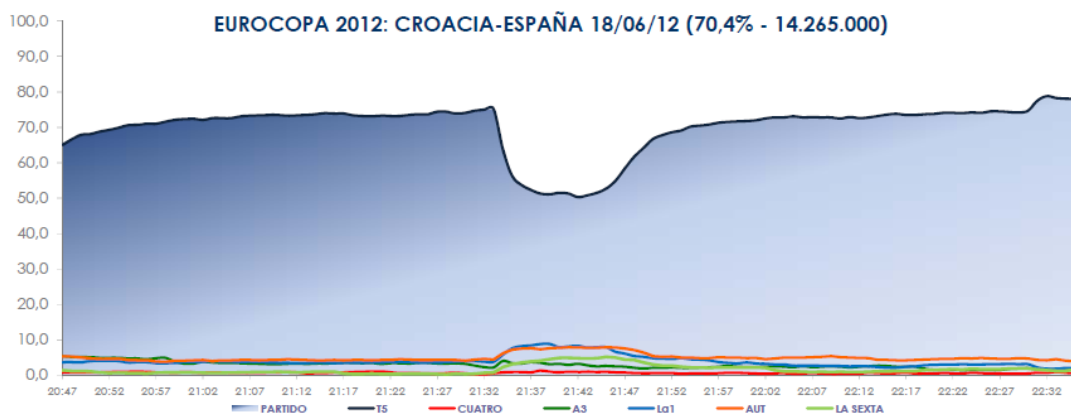
A LAS 22:37 HORAS, ÚLTIMO MINUTO DEL ENCUENTRO ESPAÑA-CROACIA, CON 18.136.000 ESPECTADORES (78,2%)

CON UNA MEDIA DE 14.265.000 ESPECTADORES Y UN 70,4% DE SHARE, LA VICTORIA DE ESPAÑA ANTE LA FORMACIÓN CROATA SE CONVIRTIÓ EN LA QUINTA EMISIÓN MÁS VISTA EN LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN Y EN LA SEGUNDA EN LA HISTORIA DE TELECINCO

Ranking emisiones más vistas desde 1992

	Cadena	Título	Descripción	Fecha	Cuota	Miles
1	CUATRO	PENALTIS FÚTBOL:EUROCOP	ESPAÑA-ITALIA:1/4	22/06/2008	77,5	15.372
2	T5	SUDAFRICA 10:PRORROGA	HOLANDA-ESPAÑA:FINAL	11/07/2010	80,3	14.582
3	CUATRO	FÚTBOL:EUROCOPA	ALEMANIA-ESPAÑA:FINAL	29/06/2008	80,9	14.482
4	TVE1	EUROVISION:HA LLEGADO MOMENTO		25/05/2002	85,2	14.380
5	T5	FÚTBOL:EUROCOPA	CROACIA-ESPAÑA:PREVIA	18/06/2012	70,4	14.265
6	CUATRO	PRORROGA FÚTBOL:EUROCOP	ESPAÑA-ITALIA:1/4	22/06/2008	72,1	14.131
7	La1	FÚTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA-R.MADRID	03/05/2011	66,9	14.114
8	TVE1	PENALTES FÚTBOL:COPA EUR	BAYERN MUNICH-VALENCIA	23/05/2001	68,8	13.630
9	CUATRO	POST FÚTBOL:EUROCOPA	ALEMANIA-ESPAÑA:FINAL	29/06/2008	73,2	13.468
10	T5	SUDAFRICA 10:FÚTBOL	ALEMANIA-ESPAÑA:SF	07/07/2010	77,3	13.289
11	T5	FÚTBOL:EUROCOPA	ESPAÑA-IRLANDA:PREVIA	14/06/2012	70,2	13.284
12	TVE1	POST FÚTBOL:COPA EUROPA	JUVENTUS-R.MADRID	20/05/1998	67,5	13.234
13	A3	COREA-JAPON 02:PENALTIS	ESPAÑA-IRLANDA:1/8	16/06/2002	88,9	13.036
14	T5	SUDAFRICA 10:FÚTBOL	HOLANDA-ESPAÑA:FINAL	11/07/2010	77,2	12.969
15	TVE1	OPERACION TRIUNFO		11/02/2002	68,0	12.873

EL ENCUENTRO NO ENCONTRÓ RIVAL EN NINGUNA DE LAS OFERTAS DEL RESTO DE CADENAS, DEJANDO A ANTENA 3 EN UN 2,8% DE SHARE



70,4



Franja de emisión España-Croacia (20:47-22:38 h.)

2,8

3,9

5

1,6

ANOTÓ UN 75% EN TARGET COMERCIAL Y LIDERÓ EN TODOS LOS SEGMENTOS Y MERCADOS

EL PREVIO Y EL POST PARTIDO, TERCERA Y SEGUNDA EMISIÓN MÁS VISTA DEL DÍA RESPECTIVAMENTE, TAMBIÉN SE IMPUSIERON EN TODOS LOS PARÁMETROS

CROACIA-ESPAÑA: PREVIO			
Targets	IS	A3	IVE1
Ind. 4+	28,8	11,5	6,2
T.C.	34,0	8,1	5,4
Hombres	30,9	9,6	4,0
Mujeres	26,9	13,3	8,3
4-12	22,6	4,9	1,9
13-24	35,3	6,1	2,1
25-34	33,0	6,3	4,8
35-54	32,8	9,9	5,8
55-64	26,2	11,3	7,9
65 y mas	24,0	19,5	8,8
ALTA-MEDIA ALTA	23,9	11,6	4,8
MEDIA	32,7	9,7	6,1
MEDIA BAJA	27,0	13,0	7,4
BAJA	26,1	16,5	5,9
AND	30,7	11,8	5,6
CAT	21,7	12,2	4,7
EUS	23,6	10,6	6,6
GAL	34,5	8,1	4,2
MAD	32,5	8,2	5,7
VAL	28,6	13,9	9,2
CLM	37,0	13,8	6,9
CAN	35,4	11,8	4,9
ARAGON	25,6	13,1	3,8
ASTURIAS	27,2	9,8	8,4
BALEARES	22,6	7,8	7,6
MURCIA	26,8	13,2	7,3
CASTILLA Y LEÓN	29,1	17,6	8,0
RESTO	33,1	8,9	7,7

CROACIA-ESPAÑA			
Targets	IS	A3	IVE1
Ind. 4+	70,4	2,8	3,9
T.C.	75,0	2,4	3,2
Hombres	76,3	1,8	2,8
Mujeres	64,0	3,9	5,1
4-12	67,2	1,2	1,4
13-24	78,1	1,6	1,5
25-34	75,5	2,3	2,3
35-54	74,2	2,4	3,2
55-64	66,9	3,3	4,5
65 y mas	62,1	4,2	7,2
ALTA-MEDIA ALTA	68,0	2,8	3,7
MEDIA	73,2	2,2	3,8
MEDIA BAJA	68,8	3,7	4,3
BAJA	65,7	3,1	3,8
AND	76,5	1,8	2,5
CAT	55,8	3,2	4,0
EUS	56,3	4,7	5,4
GAL	69,0	2,4	4,0
MAD	77,6	2,2	2,7
VAL	72,0	3,2	5,0
CLM	75,4	2,7	4,9
CAN	77,9	1,9	1,7
ARAGON	69,2	3,0	2,9
ASTURIAS	70,0	3,1	7,3
BALEARES	66,6	3,0	4,5
MURCIA	70,8	3,7	3,5
CASTILLA Y LEÓN	73,5	5,8	5,0
RESTO	75,3	1,4	5,9

CROACIA-ESPAÑA: POST			
Targets	IS	A3	IVE1
Ind. 4+	23,4	10,9	7,1
T.C.	25,8	11,0	5,3
Hombres	26,2	10,0	5,5
Mujeres	20,7	11,8	8,7
4-12	30,0	9,9	3,0
13-24	26,5	10,2	3,2
25-34	27,0	9,8	4,0
35-54	24,2	11,3	5,5
55-64	21,1	12,1	8,6
65 y mas	19,1	10,5	12,9
ALTA-MEDIA ALTA	23,3	9,7	8,0
MEDIA	22,9	11,4	6,8
MEDIA BAJA	24,0	11,5	6,5
BAJA	25,1	9,1	8,6
AND	26,6	10,2	5,2
CAT	15,3	9,9	7,9
EUS	13,5	12,5	9,5
GAL	24,5	6,3	6,9
MAD	28,8	9,8	5,5
VAL	24,2	13,4	8,4
CLM	26,0	15,1	6,0
CAN	28,2	4,2	4,6
ARAGON	22,1	10,5	10,1
ASTURIAS	18,9	6,6	5,9
BALEARES	18,1	9,0	7,7
MURCIA	28,4	13,3	4,8
CASTILLA Y LEÓN	22,0	19,6	11,3
RESTO	24,5	12,1	8,9

TELECINCO ANOTÓ SU MEJOR DÍA (26,9%), SU RÉCORD DE PRIME TIME (50,5%) Y SUS MEJORES DATOS EN TARGET COMERCIAL EN TOTAL DÍA (28,9%) Y PRIME TIME (53,5%) DESDE LA FINAL DEL MUNDIAL DE FÚTBOL 2010



MEDIASET ESPAÑA BATIÓ RÉCORD DE TEMPORADA CON UN 39,6% DE SHARE EN TOTAL DÍA Y UN 43,7% EN TARGET COMERCIAL

GABINETE DE PRENSA

MEDIASETespaña.

