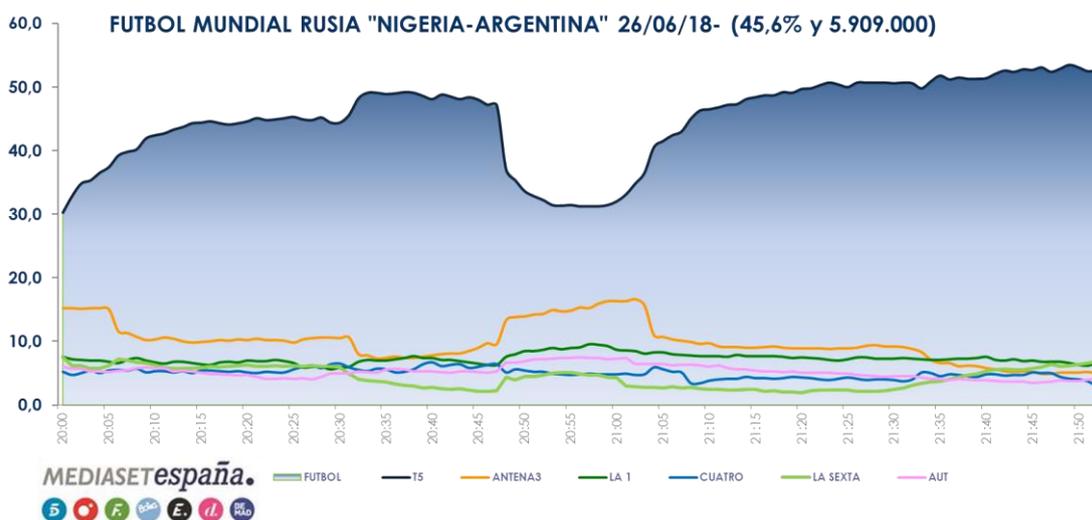


Madrid, 27 de junio de 2018

AUDIENCIAS MARTES 26 DE JUNIO

Telecinco (18,1%), líder absoluto del día

Nigeria-Argentina (45,6% y 5.909.000), partido más visto del Mundial de Fútbol de Rusia entre selecciones extranjeras



- La victoria de Argentina ante Nigeria se convirtió en el encuentro de fútbol entre equipos extranjeros con mayor audiencia desde la final de la Eurocopa 2016 entre Francia y Portugal emitida en Telecinco.
- Superó el 50% en *target* comercial (52,5%) y se impuso en todos los *targets* sociodemográficos, anotando sus mejores datos en jóvenes de 13 a 24 años (60,4%), espectadores de 25 a 34 (51,2%) y de 35 a 54 años (52,5%).
- Arrasó en todos los mercados regionales, incrementando su media en Baleares (52,6%), Madrid (51,8%), Canarias (47,4%), Murcia (46,8%), Andalucía (46,2%), Valencia (45,7%) y el denominado 'Resto (48,3%).

- Logró el minuto de oro del día a las 21:59h con 8.689.000 espectadores y un 53,5% de *share* y emitió el *spot* más visto de la jornada (Renault) a las 21:53h con un 20,6% de *rating* publicitario.
- El **Previo** (18,8% y 1.741.000) y el **Post** partido (34% y 5.458.000) lideraron sus respectivas franjas frente a su rival (15,4%-1.423.000 y 8,8%-1.417.000).
- A continuación, **‘El Mundial se juega en Mediaset’** (16% y 2.594.000) fue la primera opción entre todas las televisiones, anotó un 20,2% de *share* en *target* comercial y superó en su franja a Antena 3 (15,5% y 2.516.000).
- **‘La Verdad’** (13% y 1.847.000) lideró su banda de emisión frente al 12,4% de *share* y 1.764.000 espectadores de Antena 3 y creció hasta el 13,8% de cuota en *target* comercial.
- **‘El programa de Ana Rosa’** (16,3% y 566.000), magacín matinal más visto del día, superó en 5,2 puntos a ‘Espejo público’ (11,1% y 376.000).
- **‘Sálvame Naranja’** (17,5% y 1.830.000) batió en su franja a la oferta de Antena 3 (12,2% y 1.269.000).
- **Telecinco**, líder del día (18,1%), dominó el *prime time* (26,6%), *day time* (14,2%), la mañana (15,1%) y la tarde (21,3%). Se impuso además en el *target* comercial del total día (19,8%), *day time* (14,6%) y *prime time* (30,2%).

Dinamarca-Francia (20% y 2.541.000), emisión más vista del día en Cuatro y líder absoluto de su banda horaria

- El encuentro entre daneses y franceses anotó un 25,2% en *target* comercial y destacó entre jóvenes de 13 a 24 años (31,9%).
- **Noticias Cuatro Deportes** (10,1% y 1.278.000) superó en 3,6 puntos a La Sexta (6,5% y 821.000) y lideró en *target* comercial (14,4%), jóvenes de 13 a 23 años (15,5%) y espectadores de 35 a 54 años (14,5%).
- **‘Ven a cenar conmigo gourmet edition’** (8,1% y 1.188.000), 2 puntos por encima de La Sexta (6,1% y 893.000), fue la primera opción entre jóvenes de 13 a 24 años (14,2%).

- **Cuatro** se impuso a su competencia en total día (8,7% vs. 6,6%) y fue la televisión más vista en sobremesa (12,3%). Superó también a La Sexta en las franjas de tarde (12,6% vs. 6,5%), *day time* (9,8% vs. 7,8%), *late night* (7,3% vs. 6,9%) y *target comercial*: total día (10,8% vs. 7,3%), *day time* (12,4% vs. 7,6%) y *prime time* (7,6% vs. 6,5%).

Factoría de Ficción (2,7%), temática más vista del martes

- Logró también el triunfo en el *day time* (2,8%), la sobremesa (3,2%) y el *late night* (4,6%). Entre los espectadores del *target comercial* consiguió el dominio del total día (3,4%), el *day time* (3,6%) y el *prime time* (3%).