

Madrid, 1 de julio de 2018

**AUDIENCIAS LUNES 2 DE JULIO**

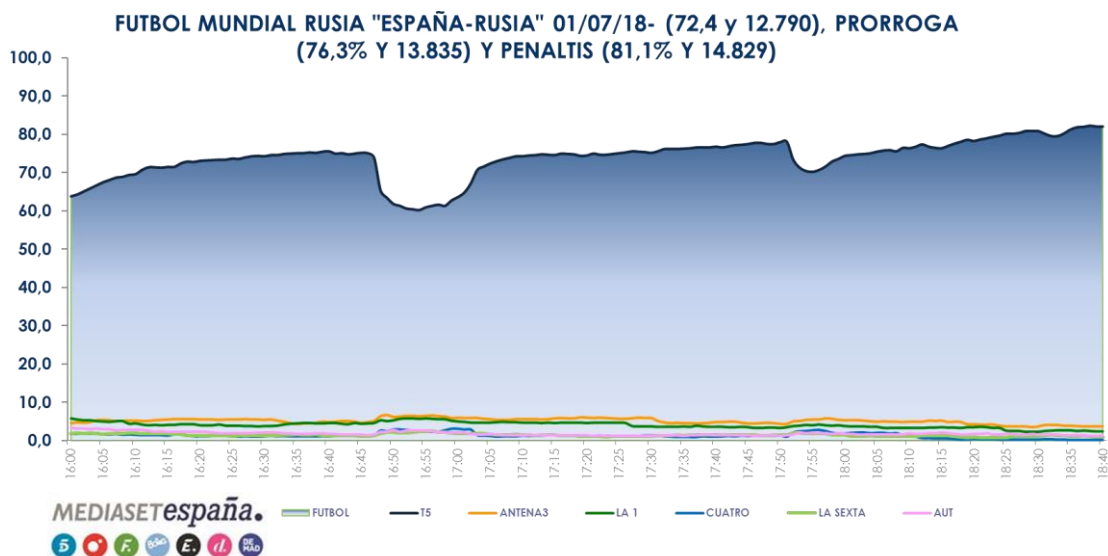
Telecinco (33,6%) anota su mejor share desde julio de 2012 y su tercer mejor domingo de su historia

**Jornada histórica en Telecinco: la tanda de penaltis del partido España-Rusia (81,1% y 14.829.000) se convierte en la emisión más vista desde la final de la Eurocopa 2012**

**El partido de fútbol y la prórroga arrasan en sus respectivas franjas (72,4%-12.790.000 y 76,3%-13.835.000)**

**Telecinco lideró de forma absoluta durante 10 horas ininterrumpidas de emisión en directo (desde las 13:30h hasta las 23:00h)**

**En el transcurso del partido, Telecinco ha emitido los 10 spots más vistos del año**



- La tanda de penaltis, emisión más vista de los últimos 6 años, arrasó en todos los ámbitos televisivos, creció hasta el 85,7% en *target* comercial y obtuvo su mejor rendimiento entre los jóvenes de 13 a 24 años (87,6%), espectadores de 25 a 34 años (85,4%) y público de 35 a 54 años (84,2%).
- No tuvo rival en los 14 mercados regionales superando el 80% en Madrid (88,9%), Castilla-La Mancha (86,5%), Andalucía (85,8%), Asturias (84,3%), Murcia (84,1%), Canarias (83,3%), Aragón (82,4%) y Castilla y León (81,8%) durante los penaltis.
- Logró el minuto de oro a las 18:40h en la decisiva tanda de penaltis (15.144.000 espectadores y un 82,1% de *share*), el más alto desde el partido España-Chile del Mundial de Brasil 2014.
- Emitió el spot más visto del año (Iphone X) a las 18:41h con un 34,1% de rating publicitario. Los 10 spots más vistos del año se emitieron durante el encuentro España-Rusia.

Targets	T5	A3
Ind. 4+	81,1	3,8
T.C.ISE	85,7	2,6
Hombres	87,7	1,4
Mujeres	74,2	6,3
4-12	85,3	1,0
13-24	87,6	2,0
25-34	85,4	1,5
35-54	84,2	2,8
55-64	78,8	6,1
65 y mas	72,9	6,0
AND	85,8	2,7
CAT	72,3	4,6
EUS	74,7	4,3
GAL	77,8	3,5
MAD	88,9	2,0
VAL	75,0	7,8
CLM	86,5	2,3
CAN	83,3	3,7
ARAGON	82,4	3,0
ASTURIAS	84,3	1,7
BALEARES	78,6	5,1
MURCIA	84,1	2,3
CASTILLA Y LEÓN	81,8	5,2
RESTO	77,6	3,9

CAMPAÑA							Adultos Pyb	
	Cadena	Fecha	Inicio	Dur.	Título emisión	Rat%		
1	IPHONE X/TELEFONO MOVIL	T5	01/07/2018	18:41:54	0000:30	RUSIA 18:POST	34,1	
2	HOTEL TRANSILVANIA 3:UNAS VACACIONES MONSTRUOSAS/P.CINE	T5	01/07/2018	17:52:05	0000:20	RUSIA 18:PRORROGA	31,1	
3	SANTANDER/ CUENTA 1 2 3	T5	01/07/2018	17:52:25	0000:25	RUSIA 18:PRORROGA	31,1	
4	CEPSA	T5	01/07/2018	17:52:50	0000:20	RUSIA 18:PRORROGA	31,1	
5	HYUNDAI/AUTOMOVILES	T5	01/07/2018	16:47:44	0000:20	RUSIA 18:FUTBOL	30,7	
6	MIDAS/TALLERES	T5	01/07/2018	17:53:55	0000:20	RUSIA 18:PRORROGA	30,0	
7	EL CORTE INGLES/REBAJ	T5	01/07/2018	17:53:10	0000:25	RUSIA 18:PRORROGA	30,0	
8	LG/OLED/TELEVISION	T5	01/07/2018	17:53:35	0000:20	RUSIA 18:PRORROGA	30,0	
9	AGUINAMAR/PLATOS PRECOCINADOS DE PESCADO Y MARISCO	T5	01/07/2018	17:54:55	0000:10	RUSIA 18:PRORROGA	29,6	
10	CARGLASS/REP.CRIST.C	T5	01/07/2018	17:54:35	0000:20	RUSIA 18:PRORROGA	29,6	

- El **partido de fútbol** (72,4% y 12.790.000) anotó un 78,1% en *target* comercial y destacó principalmente en jóvenes de 13 a 24 años (81,5%). La prórroga superó estos registros tanto en total individuos (76,3% y 13.835.000) como en *target* comercial (81,3%) y en jóvenes (84,1%).
- El **Previo** (44,5% y 6.580.000) y **Post** partido (67,2% y 11.386.000), imbatibles en su franja y en todos los *targets* sociodemográficos.
- El otro duelo de octavos de final entre Croacia y Dinamarca lideró de forma absoluta tanto en el transcurso del partido (29,8% y 3.889.000) como en la prórroga (31,5% y 4.993.000) y los penaltis (37,8% y 6.368.000).
- **Telecinco**, líder del día (33,6%) con su mejor registro de los seis últimos años, dominó la tarde (58%), el *day time* (37%), el *prime time* (24,2%), la sobremesa (43,2%) y el *target* comercial: total día (37%), *day time* (40,5%) y *prime time* (27,1%).