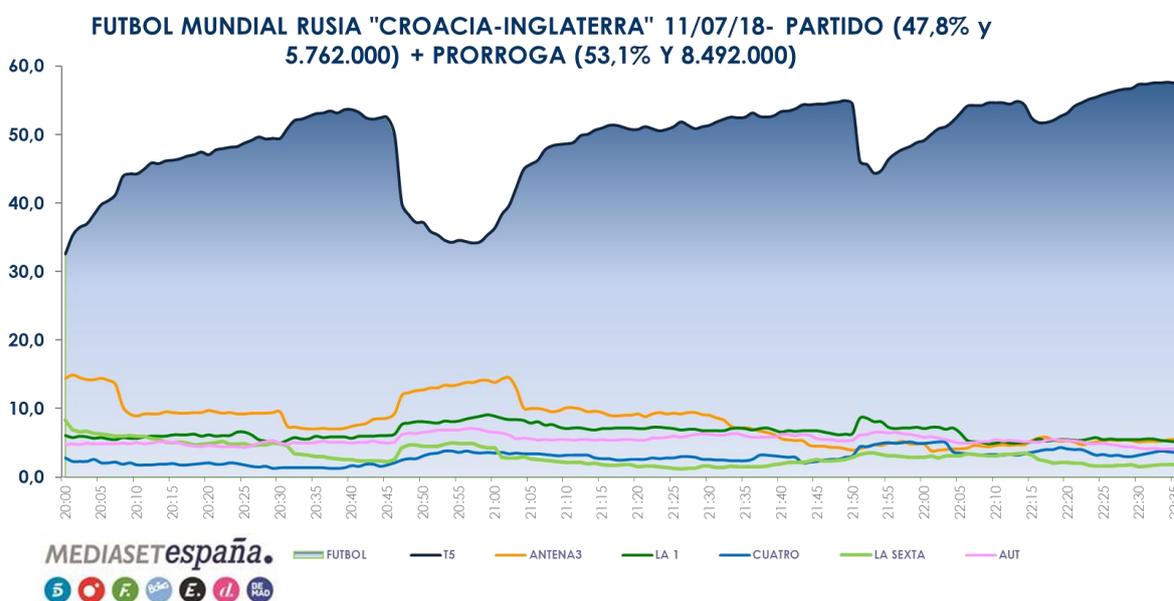


Madrid, 12 de julio de 2018

AUDIENCIAS MIÉRCOLES 11 DE JULIO

Telecinco (21,2%), líder absoluto de la jornada

El Mundial de Fútbol de Rusia sigue creciendo: la prórroga del Croacia-Inglaterra (53,1% y 8.492.000), emisión más vista del campeonato entre equipos extranjeros



- La prórroga entre croatas e ingleses superó a la tanda de penaltis de octavos de final entre Colombia e Inglaterra (48,2% y 8.355.000), se convirtió en lo más visto del día y lideró de forma absoluta en todos los *targets* sociodemográficos, creciendo hasta el 57,8% en *target* comercial. Destacó entre jóvenes de 13 a 24 años (63,8%), espectadores de 25 a 34 años (54,9%) y público de 35 a 54 años (57,6%).
- Arrasó en los 14 mercados regionales, incrementando su media nacional durante la prórroga en Madrid (62%), Canarias (60,9%), Aragón (58%), Murcia (55,5%), Castilla-La Mancha (54,3%), Castilla y León (54,2%) y Valencia (53,6%).

- Logró el minuto de oro a las 22:36h (9.846.000 espectadores y un 57,7% de *share*) y emitió el spot más visto del día (Iphone X) a las 22:37h con un 23,5% de *rating* publicitario.
- El **partido de fútbol** (47,8% y 5.762.000), segunda emisión más vista de la jornada, anotó un 52,6% en *target* comercial y obtuvo su mayor respaldo en jóvenes de 13 a 24 años (61,6%).
- El programa **previo** al encuentro (20,3% y 1.755.000) dominó su banda horaria a casi 6 puntos de distancia sobre Antena 3 (14,4% y 1.247.000).
- **‘El programa del verano’** (16,1% y 460.000), magacín matinal más visto del día, 3,3 puntos por encima de ‘Espejo público’ (12,8% y 399.000).
- **‘Sálvame Limón’** (12,9% y 1.554.000) y **‘Sálvame Naranja’** (18,9% y 1.834.000) batieron en sus respectivas franjas a la oferta de Antena 3 (9,6%-1.164.000 y 12,8%-1.242.000).
- **Telecinco**, líder del día (21,2%), dominó el *prime time* (35,8%), *day time* (14,5%) y la tarde (23%). Se impuso además en el *target* comercial del total día (22,2%), *day time* (13,8%) y *prime time* (38,8%).