

- ANTENA 3 NOTICIAS 1 fue líder un día más y lo más visto con el 20% de share y 2.335.000 espectadores. El 63.3% del público ve el informativo de Antena 3 de inicio a fin (sin hacer zapping).
- Grandes datos para SÁLVAME TOMATE en el día de ayer. 19.3% de share, 1.788.000 espectadores, programa no informativo más visto en nuestra tele y líder claro en su franja de emisión.
- Vaya datos para el concurso EL CAZADOR en La1. 8.9% de share y 773.000 espectadores, tercer mejor dato en share del 2020. Además, el concurso sube hasta el 9.1% de cuota en diferido.
- EL PROGRAMA DEL VERANO sigue muy fuerte en las mañanas veraniegas de T5. 17.3% de share se marcó ayer y fue visto por 583.000 espectadores. +26.2% de plusvalías y líder en su franja de emisión con más de 5 puntos sobre la competencia.



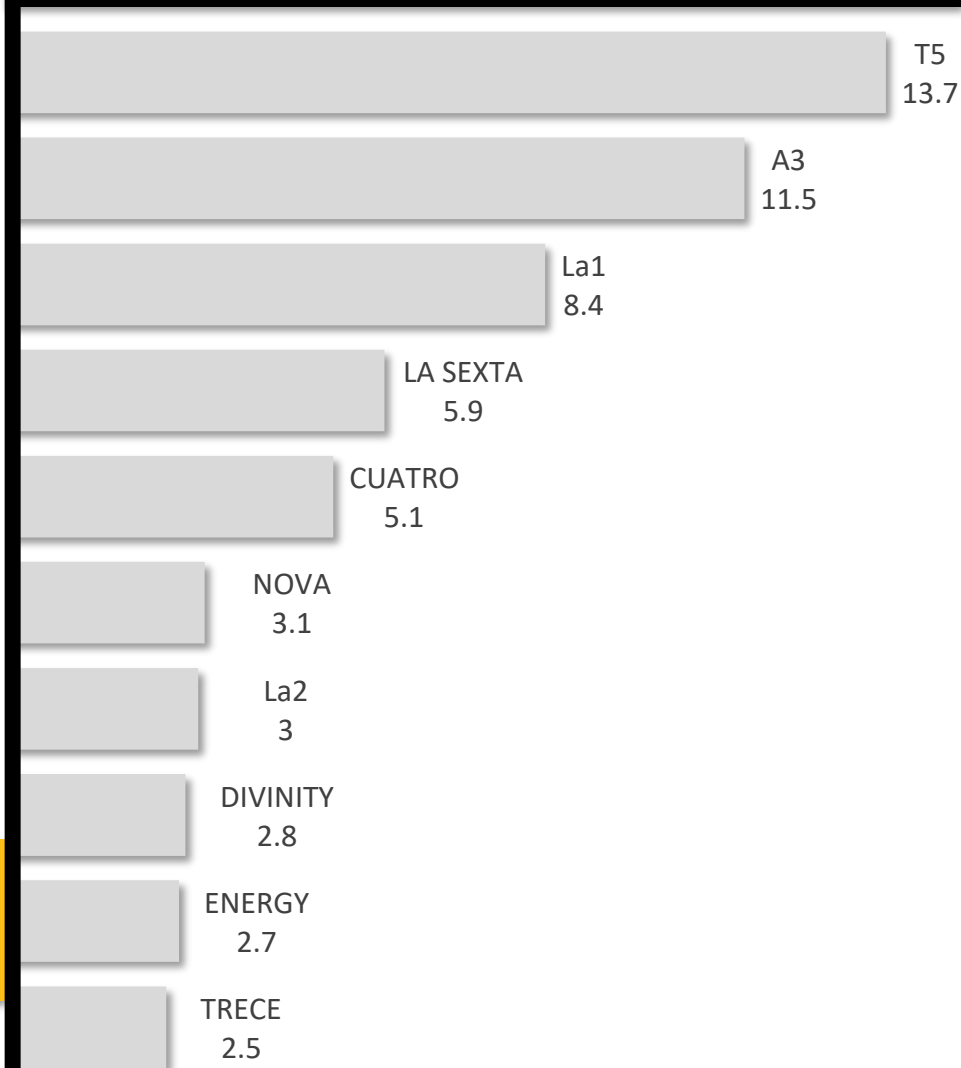
MINUTO DE ORO

14:57H. LA RULETA DE LA SUERTE (A3)

22.4% DE SHARE Y 2.479.000 ESPECTADORES

TOP 10 CADENAS ABIERTO

CUOTA%



- +41.4% de plusvalías para 120 MINUTOS en la mañana de Telemadrid. 7.1% de share y 48.000 madrileños siguieron ayer el programa. Roza el 35% de fidelidad en una de las franjas más complicadas del día.
- Gran 16.7% de share para RES ÉS IMPOSSIBLE en el prime time de TV3. El programa con El Mago Pop fue visto por 326.000 espectadores y se sitúa un 44.9% por encima de la media de TV3 en el día.
- Muy buen 7% de share para el programa EN COMPAÑÍA en la tarde de CMM. 40.000 espectadores siguieron ayer el programa y 131.000 contactaron con el mismo al menos 1 minuto. Su fidelidad supera el 30%.
- Buen 8.4% de share para los 2 capítulos de MERLÍ en la noche de Aragón TV. La serie promedió 28.000 espectadores y sube hasta un impresionante 15.2% de share en los jóvenes de 13 a 24 años.



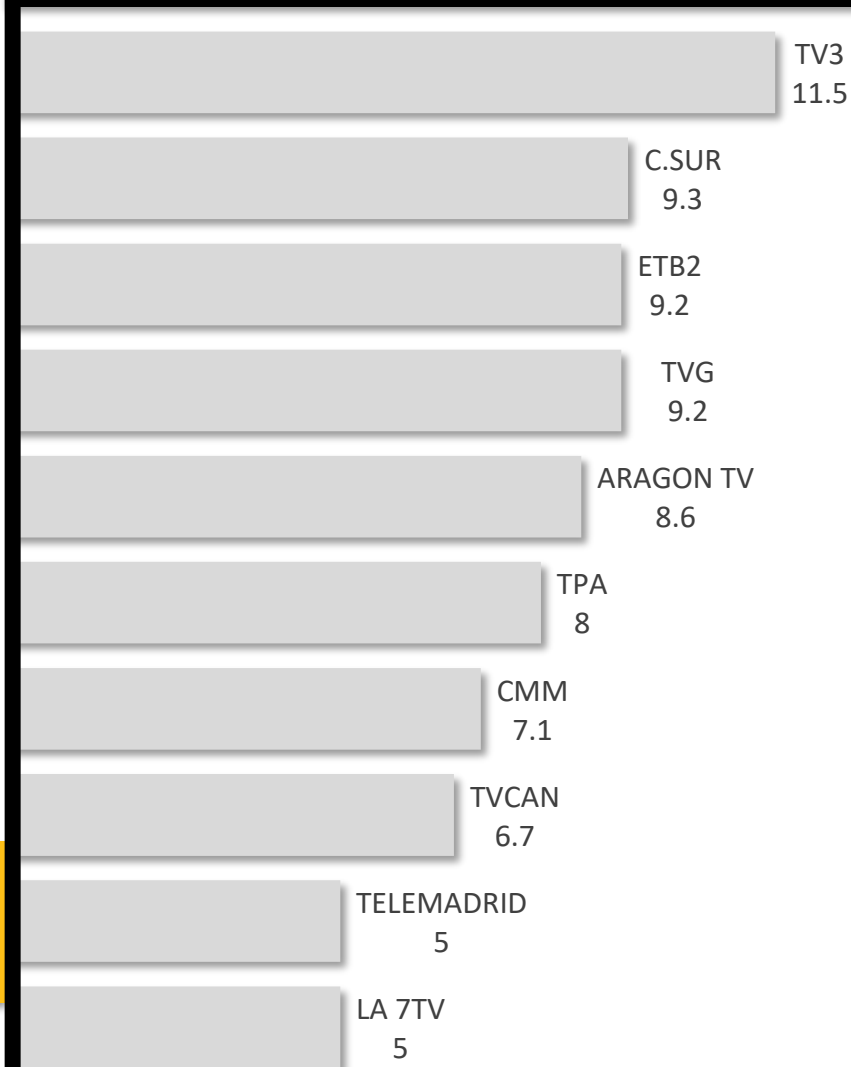
PROGRAMA
MAYOR
SHARE

RES ES IMPOSSIBLE AMB ANTONIO DIAZ (TVG)

16.6% DE SHARE Y 326.000 ESPECTADORES

TOP 10 CADENAS AUTONÓMICAS

CUOTA% ÁMBITO EMISIÓN



- La eliminación del Atlético de Madrid ante el equipo alemán del Leipzig fue lo más visto del universo del pago con el 44.4% de share en pago y 673.000 espectadores de media en Movistar Liga de Campeones.
- Buenos datos también para los PLAYOFFS de ascenso a Primera División de Fútbol. El partido que enfrentó a Girona y Almería firmó un 8.7% de share en pago y 67.000 espectadores.
- Dejando a un lado el fútbol, LOS SIMPSONS fue el contenido no deportivo más visto del pago con el 8.1% de share en pago y 55.000 espectadores en FOX.
- Buenos datos para la película FUEGO CRUZADO en pleno prime time de AXN. 3.3% de share en pago y 54.000 espectadores a pesar de competir frontalmente con el fútbol europeo.



PROGRAMA
MÁS VISTO

FÚTBOL CHAMPIONS LEAGUE (M.LIGA DE CAMPEONES)

44.4% DE SHARE PAGO Y 673.000 ESPECTADORES

TOP 10 CADENAS PAGO

CUOTA% SOBRE PAGO

