

## 1,6 milhões dizem adeus à Islândia no Europeu



EPA/Tibor Illye



04.07.2016 / 12:57

### O jogo com mais golos até ao momento no Europeu não foi aquele que teve maiores audiências: o destaque vai para o País de Gales vs Bélgica.

A seguir

Cerca de 1,6 milhões de telespectadores disseram adeus à Islândia no jogo frente à França. O jogo que ditou o afastamento da seleção surpresa do [Euro 2016](#) após a derrota 5-2 pela França teve um share de 42,7% no horário em que foi emitido para a RTP1.

“França e Islândia protagonizaram o jogo com maior número de golos do campeonato até ao momento e os portugueses não os quiseram perder. Na análise minuto-a-minuto do encontro verifica-se uma audiência média constante ao longo da 1.ª parte”, destaca a Initiative IPG Mediabrands. Na primeira parte o jogo teve uma audiência média de 1,49 milhões (43,6% de share). “Após o intervalo, os telespectadores voltaram para assistir a mais golos, com a 2.ª parte a registar uma audiência superior e o pico máximo aos 85 minutos, após Bjarnasson ter marcado o 2.º golo para a Islândia e o último do encontro”. Na segunda parte a disputa foi assistida por uma média de 1,68 espectadores, com um share de 42,9%.

Dos jogos dos quartos-de-final, o mais visto foi o colocou frente-a-frente o País de Gales e a Bélgica: foi visto em média por 1,65 milhões de telespectadores, tendo tido um share de 44,1%.

Mas foi o Alemanha vs Itália que obteve o maior share: 45,1%. tendo sido visto em média por 1,58 milhões de indivíduos na RTP1. Também na SportTv 1 este foi o jogo que obteve o melhor share – 1,4%, tendo sido visto por uma média de 49 mil pessoas.

“No acumulado destes três dias, RTP1 registou um share total de 20,7%, o que representa um crescimento de +6.5 pontos percentuais face à média do mês de maio. O canal mantém assim a 2.<sup>a</sup> posição dos canais free-to-air, com uma distância de apenas 0.9 p.p. da TVI que, embora mantenha a liderança, tem sido o canal que mais share tem perdido no período do Euro 2016”, destaca Initiative IPG Mediabrands.

TVI tem um share acumulado de 21,6% e a SIC de 17,3%.

**Análise feita com base nos dados facultados pela Initiative/ IPG Mediabrands. [Acompanhe as audiências do Euro 2016 aqui.](#)**

Partilhe esta notícia