

ÚLTIMAS ⁹⁺

([HTTPS://WWW.DINHEIROVIVO.PT/ULTIMAS](https://www.dinheirovivo.pt/ultimas))

EURO 2016 ([HTTPS://WWW.DINHEIROVIVO.PT/TOPICO/EURO-2016/](https://www.dinheirovivo.pt/topico/euro-2016/))

HOJE

MAIS VISTAS

([HTTPS://WWW.DINHEIROVIVO.PT/MAIS-](https://www.dinheirovivo.pt/mais-vistas)

VISTAS)

Nas audiências de TV o factor sucesso é... a Seleção



Cristiano Ronaldo celebra com Nani e Joao Mario depois do segundo golo Fotografia: Max Rossi/Reuters

Ω Ω Ω



(<https://www.dinheirovivo.pt/autor/ana-marcela/>) Ana Marcela (<https://www.dinheirovivo.pt/autor/ana-marcela/>)

24.06.2016 / 20:45

Na fase de grupos os jogos da Seleção são os que obtêm maiores audiências. Portugal vs Islândia foi o programa mais visto do ano.

Nas audiências de televisão dos jogos da fase de grupos do Euro 2016 os jogos da Seleção são aqueles que ditam o sucesso.

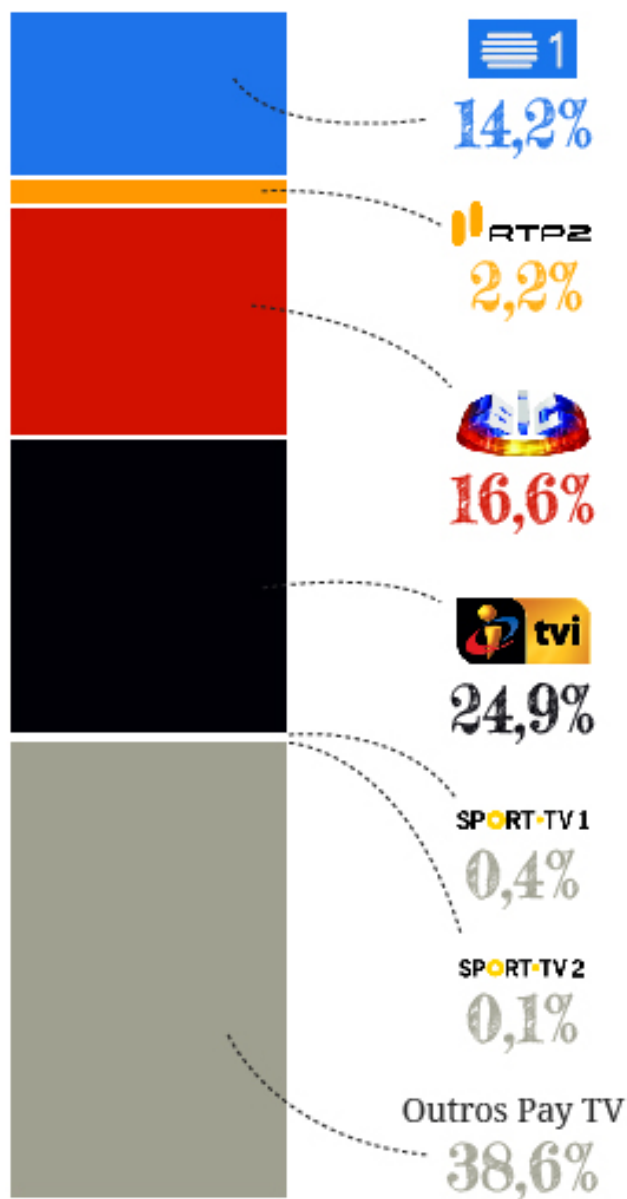
Para a RTP1, o único canal generalista a transmitir os jogos, os dias em que a Seleção entra em campo ” são os únicos dias em que o canal público se destaca da concorrência e apresenta shares próximos dos 30%”, destaca a Initiative no Euro 2016 – Media Monitor.

PUB

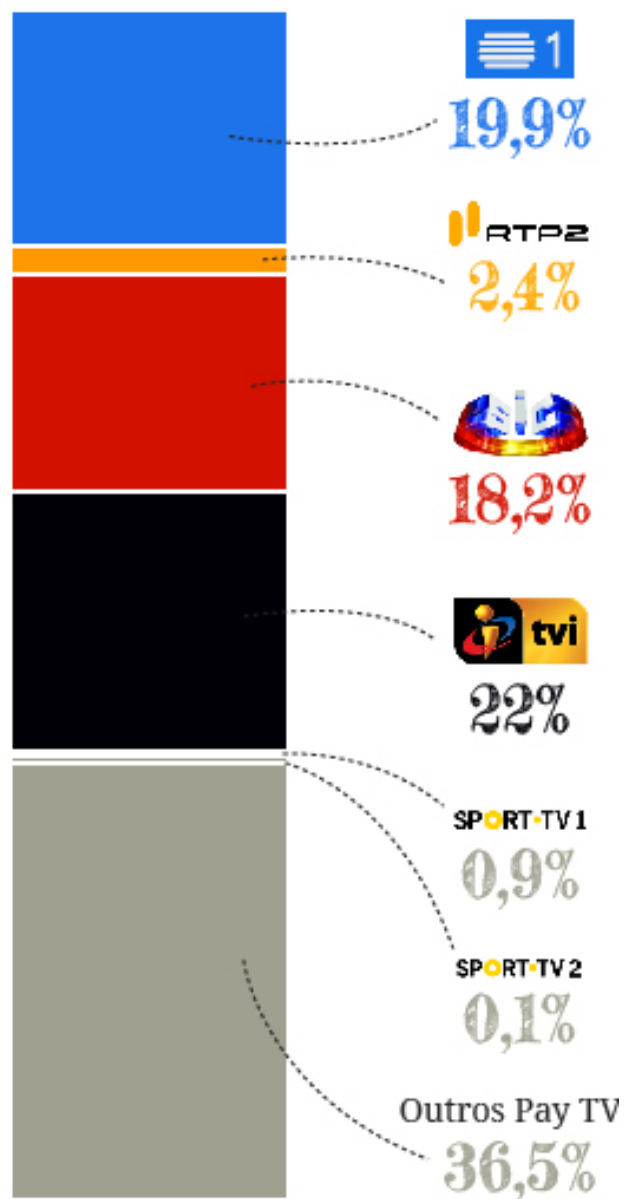
SHARE DE AUDIÊNCIAS

(Total dia)

Maio 2016



10 a 22 jun
(fase de grupos)



Fonte: CAEM-GFK / Initiative / IPG Mediabrands

“Com uma média de um jogo por dia, a RTP1 registou um share médio de 19,9%, o que representa um crescimento de +5.7 pontos percentuais (pp) comparativamente com a média do mês de maio”, destaca a Initiative. “A estação pública foi assim o 2.º canal free-to-air mais visto neste período, ficando a -2.1 p.p. da TVI. Apesar de manter a liderança, a estação de Queluz foi a que mais perdeu audiência face ao mês anterior”.

A Sport TV1 registou igualmente a resultados positivos, tendo aumentado em 0,5 pp o seu share de audiências em relação a maio.

VARIAÇÃO SHARE NA FASE DE GRUPOS

(Em pontos percentuais, em relação ao mês de maio)

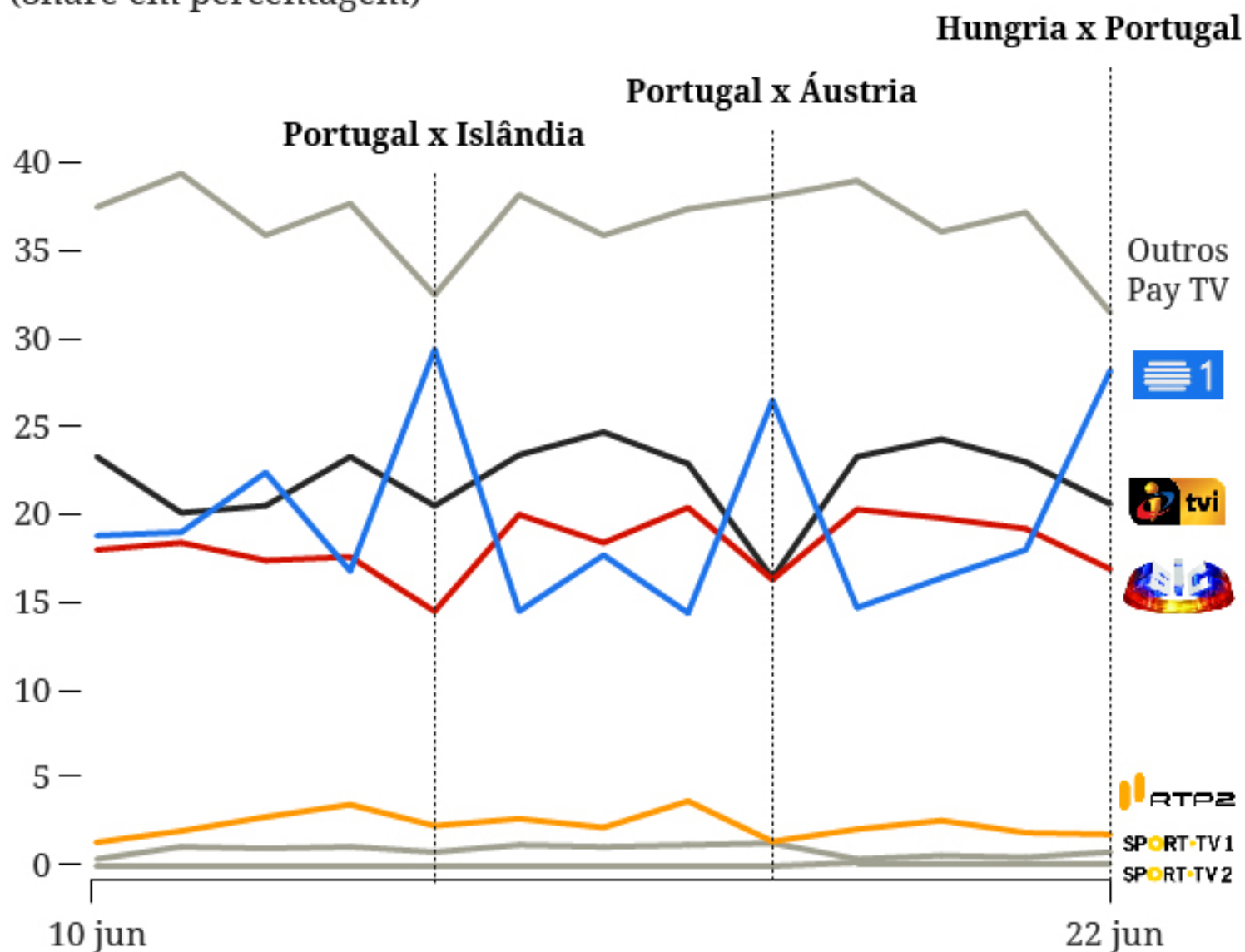


Fonte: CAEM-GFK / Initiative / IPG Mediabrands

Globalmente, dos 36 jogos da fase de grupos os da Seleção foram os que fizeram mais portugueses ficarem colados ao ecrã. Apesar de só ter registado empates, nas audiências a equipa de Portugal é líder. “A presença da equipa portuguesa mais do que duplica a audiência média da transmissão dos jogos”, reforça a Initiative.

IMPACTO DAS AUDIÊNCIAS

(Share em percentagem)



Fonte: CAEM-GFK / Initiative / IPG Mediabrands

Cada jogo transmitido na RTP1 registou uma média de audiências de 1,4 milhões, com as audiências dos jogos da Seleção a suplantaram as obtidas com participações anteriores. “Em média, perto de 2,8 milhões de telespectadores têm acompanhado a prestação da equipa portuguesa, sendo que apenas em 2004 se registou uma audiência superior, próxima dos 3,1 milhões (audiência média dos jogos da Fase de Grupos 2004)”, destaca a Initiative.

TOP 10 AUDIÊNCIAS DA FASE DE GRUPOS

(Euro 2016)

	<i>Data</i>	<i>Canal</i>	<i>Ranking</i>	<i>Audiência média (milhares)</i>	<i>Share (%)</i>
Portugal x Islândia	14 jun	RTP1	1º	3403	70
Portugal x Áustria	18 jun	RTP1	2º	2783	68,5
Hungria x Portugal	22 jun	RTP1	3º	2211	76,1
França x Roménia	10 jun	RTP1	4º	1674	43,2
Alemanha x Polónia	16 jun	RTP1	5º	1483	36,2
Inglaterra x Rússia	11 jun	RTP1	6º	1380	42
Croácia x Espanha	21 jun	RTP1	7º	1299	36,3
Rússia x País de Gales	20 jun	RTP1	8º	1291	33,6
Suécia x Bélgica	22 jun	RTP1	9º	1139	31
Roménia x Albânia	19 jun	RTP1	10º	919	25,4

Fonte: CAEM-GFK / Initiative / IPG Mediabrands

Os jogos da Seleção não só estão entre os mais vistos, mas o frente à Islândia (o primeiro) foi o programa mais visto do ano.

*Análise feita com base nos dados facultados pela Initiative. Acompanhe as audiências do Euro 2016 aqui (<http://euromonitor.mbwww.pt/>)

*Com Telmo Fonseca (infografia)



PRÓXIMO
ARTIGO

LER NOTÍCIA

(<https://www.dinheirovivo.pt/buzz/campanha-com-onda-da-nazare-ganha-leao-e-tem-dedo-portugues/>)

Comentários

0 comentários

Ordenar por



Adicionar um comentário...

Facebook Comments Plugin

Outras Notícias que lhe podem interessar