

PRESS MONITORING

MEIOS & PUBLICIDADE

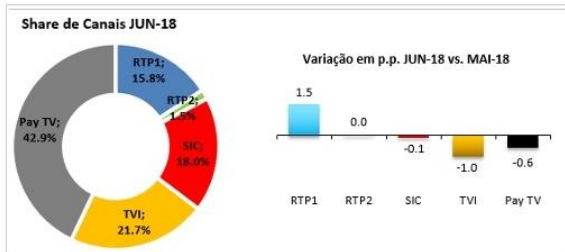


- HOME
- MEDIA
- MARKETING
- PUBLICIDADE
- OPINIÃO
- M&P PLUS
- LOGIN



QUEM GANHOU E QUEM PERDEU NO MÊS DO MUNDIAL

Por Meios & Publicidade a 3 de Julho de 2018



A análise de

audiências de TV da agência de meios Initiative, que integra o grupo IPG Mediabrands, referente ao mês de Junho, revela que os jogos de Portugal no Mundial entraram directamente para o Top dos programas mais vistos tanto no mês como do ano. O apuramento da Selecção Nacional para os Oitavos de Final frente ao Irão foi o que registou maior audiência média, alcançado os 3.1 milhões de telespectadores, a que correspondeu um share de 74.5%. Este foi um dos 19 jogos transmitidos pela RTP1, num total de 26 em sinal aberto. Os restantes sete foram assegurados pela SIC que conseguiu alcançar a liderança em total dia (28.5%), com a transmissão do segundo jogo da equipa portuguesa na competição, frente a Marrocos. Ainda assim, no balanço do acumulado do mês manteve

o share nos 18%, permanecendo em segundo lugar no ranking de canais, em linha com a performance tanto do ano anterior (18% Junho de 17) como em ano de Europeu (18.3% Junho de 16). Já para a RTP1 a transmissão da maioria dos jogos do Mundial 2018 valeu-lhe um crescimento de mais 1.5 p.p. versus o mês de maio, ficando, no entanto, aquém do share alcançado em Junho de 2016 (17.8%). Beneficiou nessa altura quer da exclusividade, enquanto canal aberto com os direitos dos jogos, quer da prestação da equipa portuguesa que conquistou o título de Campeã Europeia de Futebol. A TVI ficou de fora da transmissão dos jogos e acusa um ligeiro decréscimo no share acumulado (-1p.p. versus Maio), no entanto permanece líder em canal aberto, com 21.7% de share. No comparativo com o mês de Junho de 2016 (Europeu de 10 de Junho a 10 Julho) o destaque vai para o crescimento dos canais Pay TV, com uma variação positiva de +3.8 p.p. o que contrasta com a perda de -4 p.p. do conjunto dos canais FTA. Na análise do Top dos programas mais vistos do mês é visível o interesse dos portugueses pelo Campeonato do Mundo de Futebol, com 14 jogos a dominarem o Top 20. Para além dos jogos da Selecção Nacional, também as equipas do Brasil, Argentina, Inglaterra e Alemanha captaram a atenção dos telespectadores, com o jogo Sérvia x Brasil a fechar o Top 5 dos mais vistos da competição pelos portugueses, no lar. Excluindo o futebol, a telenovela da TVI A Herdeira II continua a ser o programa mais visto, com uma audiência média de 1.2 milhões de telespectadores, no acumulado do mês. Secret Story: O Reencontro – Gala surge logo a seguir, com 1.1 milhões em audiência média. Já na SIC destaque para Terra Nossa apresentado por César Mourão, em torno de elementos da Selecção Nacional, que conquistou 1 milhão de telespectadores. Na RTP1, a referir a transmissão das Marchas Populares, na noite de Santo António com uma audiência média de 758 mil telespectadores.

M&P PLUS

AS GRANDES TENDÊNCIAS QUE ESTÃO A MUDAR O MUNDO DAS CERVEJAS

Crescimento das cervejas artesanais e da cerveja sem álcool, consumo mais respon...



O QUE É UM BOM FILME?

Um criativo, dois produtores e uma representante dos anunciantes dizem como se po...



UM PESADELO CHAMADO RGPD

O Regulamento Geral de Protecção de Dados pretende dar segurança e privacidade...



ENTRE A CORUJA E O MERCADONÀ

A consultora de branding Summa tem tido uma presença discreta em Portugal apesar...



SOLUÇÕES 360° OUT-OF-HOME

MAIS DE 17 SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO

ATAÇÃO / XMASHOW

www.dreamMedia.pt

Events Staff

Promotores e Hospedeiras para os seus eventos

www.estaff.pt

Disponível na App Store e Google Play

CANNES LIONS

HÁ UMA EMPRESA PORTUGUESA QUE JÁ SOMA TRÊS LEÕES EM CANNES (COM VÍDEO)

Dois leões de prata em Outdoor, um de bronze em... Junho 22, 2018 0

A CAMPANHA DE ANDRÉ SOUSA MOREIRA QUE SOMOU TRÊS LEÕES (COM VÍDEO)

A competição de Social & Influencer dos Cannes Lions, onde... Junho 22, 2018 0

MAIS PROJECTOS INSPIRADORES QUE NOS CHEGAM DE CANNES (COM VÍDEOS)

Mais uma noite de entrega de leões, mais categorias encerradas... Junho 22, 2018 0

ACT RESPONSIBLE CANNES DÁ SEGUNDO LUGAR À FCB LISBOA

O ACT Responsible Cannes Tributes, competição

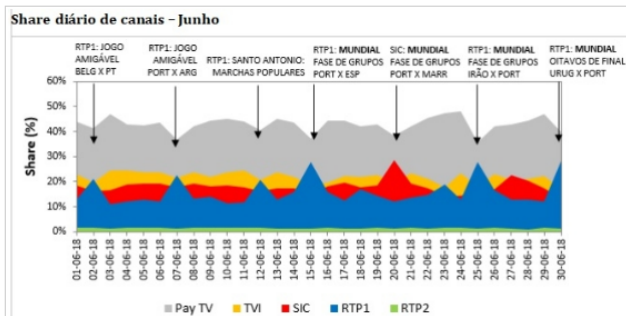


TOP 10 – Share Canais Pay TV em JUNHO 2018

TOP	CANAL	SHARE (%)	Variação em p.p. JUN vs. MAI
1	CMTV	4.5	0.2
2	SIC Notícias	2.4	0.0
3	TVI24	2.3	0.2
4	Globo	2.1	-0.2
5	DisneyChannel	2.1	0.1
6	Hollywood	2.0	-0.1
7	Fox	1.6	0.0
8	Cartoon Network Portugal	1.4	0.1
9	Panda	1.3	0.0
10	RTP3 TDT	1.2	0

No detalhe dos canais mais vistos em Pay TV, destaque para a CMTV que voltou a crescer em share de audiência, atingindo o valor mais elevado deste ano (4.5%), aumentando ainda mais o gap vs. os canais concorrentes. A cobertura da actualidade, em especial a desportiva com a crise no Sporting, estiveram em destaque na grelha de programas do canal. A TVI24 subiu uma posição,

beneficiando da transmissão do Futsal com a final disputada entre Sporting x Benfica.



TOP	CANAL	PROGRAMA	HORA INÍCIO	AUDÊNCIA MÉDIA (.000)	AUDÊNCIA MÉDIA (%)	SHARE (%)
1	RTP1	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS IRÃO X PORTUGAL	18:39	3 134	32.4	74.5
2	RTP1	MUNDIAL 2018: OITAVOS DE FINAL URUGUAIX PORTUGAL	18:40	2 916	30.1	74.2
3	RTP1	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS PORTUGAL X ESPANHA	18:40	2 796	28.9	71.4
4	SIC	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS PORTUGAL X MARRUCCOS	12:47	2 230	23.0	75.0
5	RTP1	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL PORTUGAL X ARGÉLIA	20:07	2 080	21.5	46.5
6	RTP1	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL BÉLGICA X PORTUGAL	19:36	1 788	18.5	48.2
7	TVI	A HERDEIRA II	21:42	1 219	12.6	29.7
8	RTP1	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL: FLASH INTERVIEW PORTUGAL X ARGÉLIA	22:14	1 200	12.4	26.5
9	TVI	SECRET STORY: O REENCONTRO - GAIA	21:21	1 178	12.2	30.6
10	SIC	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS SÉRVIA X BRASIL	18:47	1 124	11.6	35.4
11	RTP1	MUNDIAL 2018: FASE DE GRUPOS NIGÉRIA X ARGENTINA	18:39	1 103	11.4	35.0
12	TVI	O SEGREDO DOS DEUSES	21:08	1 072	11.1	27.6
13	SIC	TERRA NOSSA	21:27	1 059	10.9	25.1
14	RTP1	FUTEBOL - JOGO AMIGÁVEL: FLASH INTERVIEW BÉLGICA X PORTUGAL	21:45	1 034	10.7	25.7
15	SIC	PAIXÃO II	21:46	1 016	10.5	25.5

Fonte: Initiative



PUB

Bar Ogilvy

APCOM

ARENA MEDIA

FRANCISCO FRIAS Produções Gráficas Digital Print

paralela ao festival Cannes...

Junho 21, 2018 0

O LEÃO ESPIRROU. E AGORA?

Artigo de opinião de Diego Freitas. O criativo passou em...

Junho 21, 2018 0

CONHEÇA MAIS OITO GRANDES PRÉMIOS EM CANNES (COM VÍDEOS)

Dois dos projectos portugueses que estavam na corrida aos leões...

Junho 21, 2018 0

O PROJECTO PARA A NETFLIX QUE JÁ RENDEU UM LEÃO A HUGO VEIGA (COM VÍDEO)

O trabalho Stranger Broadcast da AKQA Brasil para o Netflix...

Junho 21, 2018 0

PUB&COM

O SEU DIRECTÓRIO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO

PESQUISAR...

EDIÇÕES DIGITAIS

M&P 816: CATARINA CARVALHO, LUÍS MERGULHÃO E FUTURO DO JORNALISMO

Acceda à edição quinzenal em papel do M&P, que destaca as entrevistas a Catarina Carvalho (DN) e Luís Mergulhão (Omnicom Media Group) e as conclusões d...

ÚLTIMAS **MAIS LIDAS**

JDCDECAUX PROMETE FORMATOS

<http://www.meiosepublicidade.pt/2018/07/ganhou-perdeu-no-mes-do-mundial/>