

PRESS MONITORING



ANÁLISE: COMO FORAM AS AUDIÊNCIAS DO MUNDIAL EM PORTUGAL

Por Meios & Publicidade a 16 de Julho de 2018



A França levantou pela segunda vez na sua história o troféu de campeão do Mundial de Futebol, realizado na Rússia. Entre 14 de Junho e 15 de Julho foram disputados 64 jogos, num total de 100 transmissões televisivas partilhadas pela RTP1 (28 jogos), SIC (8 jogos), Sport TV1 (56 jogos) e Sport TV2 (8 jogos).

No comparativo das audiências entre o Mundial 2014 e 2018 e Euro 2016, verifica-se que os jogos em que participa Portugal são os mais vistos face aos restantes. Contudo, nesta edição do Mundial, observa-se um decréscimo de audiências nos três indicadores representados no gráfico, principalmente quando não joga a Selecção Nacional. Este ano, em média, foram 781 mil telespectadores os que assistiram aos jogos do Mundial em que não participou Portugal em canal aberto, contrastando com os 1,4 milhões do Mundial 2014 e os 1,3 milhões do Euro 2016. Face a este histórico, acabou por ser o Mundial 2018 a competição internacional menos vista, justificado pelos horários de transmissão de alguns jogos (entre as 11h e as 16h) não serem favoráveis à visualização no lar. Também a eliminação nos oitavos de final da Equipa das Quinas da competição foi uma das razões para a diminuição de audiências, uma vez que o interesse dos portugueses pela competição diminuiu.

Top 10 Audiências jogos do Mundial 2018 | Canal Aberto

Top	Data	Canal	Jogo	Hora Início	Audiência Total ('000)	Audiência Média ('000)	Audiência Média (%)	Share (%)
1	25 Jun	RTP1	IRÃO X PORTUGAL	18:00	4 923	5 121	32,2%	76,9%
2	08 Jun	RTP1	URUGUAI X PORTUGAL	18:40	4 421	2 911	36,1%	76,5%
3	15 Jun	RTP1	PORTUGAL X ESPANHA	18:40	4 580	2 794	28,7%	72,5%
4	20 Jun	SIC	PORTUGAL X MARROCOS	12:47	3 404	2 200	23,7%	74,0%
5	19 Jul	RTP1	FRANÇA X CROÁCIA	19:25	2 954	1 513	15,6%	52,2%
6	10 Jul	RTP1	FRANÇA X BÉLGICA	18:40	3 013	1 484	15,0%	44,5%
7	11 Jul	RTP1	CROÁCIA X INGLATERRA	18:40	3 145	1 413	14,6%	43,5%
8	6 Jul	RTP1	BRASIL X BÉLGICA	18:30	2 782	1 336	13,8%	45,7%
9	7 Jul	RTP1	RÚSSIA X CROÁCIA	18:40	2 931	1 223	12,6%	41,0%
10	2 Jul	RTP1	BÉLGICA X JAPÃO	18:30	2 591	1 122	11,6%	24,6%

De referir também que no Mundial 2018, os jogos da Selecção Nacional tiveram uma audiência média de 2,8 milhões de telespectadores, tendo sido o jogo Irão x Portugal o mais visto de toda a competição. Em termos de share, as transmissões dos jogos de Portugal tiveram em média 75%, contrastando com os 32% de share nos restantes jogos da competição. No Euro 2016 foi o jogo da meia final entre Portugal e País de Gales e no Mundial 2014, o jogo EUA x Portugal foi a partida mais vista.

Top 10 Audiências jogos do Mundial 2018 | Sport TV

Top	Data	Canal	Jogo	Hora Início	Audiência Total ('000)	Audiência Média ('000)	Audiência Média (%)	Share (%)
1	17 Jun	Sport TV1	BRASIL X SUÍÇA	18:45	247	131	5,4%	4,5%
2	20 Jun	Sport TV1	IRÃO X ESPANHA	18:43	256	113	1,2%	3,6%
3	9 Jul	Sport TV1	COLOMBIA X INGLATERRA	18:41	250	102	1,1%	3,2%
4	1 Jul	Sport TV1	CROÁCIA X DINAMARCA	18:45	216	93	1,0%	2,8%
5	23 Jun	Sport TV1	ARGENTINA X CROÁCIA	18:45	224	92	1,0%	3,1%
6	2 Jul	Sport TV1	BRASIL X MEXICO	18:45	153	77	0,8%	2,2%
7	22 Jun	Sport TV1	BRASIL X COSTA RICA	12:48	120	76	0,8%	3,0%
8	30 Jun	Sport TV1	FRANÇA X ARGENTINA	14:41	148	75	0,8%	3,8%
9	10 Jun	Sport TV1	RÚSSIA X EGITO	18:58	181	68	0,7%	2,4%
10	24 Jun	Sport TV1	JAPÃO X BÉNEXA	15:48	159	67	0,7%	2,9%

Jogos de Portugal são os mais vistos O jogo entre Irão x Portugal, transmitido na RTP1, e que confirmou a passagem da Equipa das Quinas à fase seguinte do Mundial, foi a partida mais vista do Mundial 2018, registando uma audiência média de 3,1 milhões de telespectadores e um share de 75.9%. O jogo que ditou o afastamento da Selecção Nacional frente ao Uruguai foi o 2º mais visto, tendo uma audiência total de 4,4 milhões de telespectadores e um share de 75.5%. A completar o Top 3 de jogos mais vistos está o jogo de estreia da Selecção Nacional frente à Espanha. O empate a três bolas entre países vizinhos teve uma audiência média de 2.8 milhões de telespectadores. a que correspondeu um share de 72.5%.

M&P PLUS

PARCE IMPOSSÍVEL MAS AQUI TORNA-SE REALIDADE

A criatividade tecnológica da Jack The Maker está a dar cartas em várias geogr...

OS PORTUGUESES QUE SAÍRAM DE CANNES COM PRÉMIOS

As agências nacionais não receberam qualquer leão na edição deste ano do fes...

O FUTURO DA SUSTENTABILIDADE DOS MEDIA PASSOU POR LISBOA

A monetização dos conteúdos, o impacto das novas tecnologias nas redacções e...

GOOGLE: DE BESTA (DOS MEDIA) A BESTIAL

Events Staff

Promotores e Hospedeiros para os seus eventos

www.estaff.pt

Disponível na App Store e Google Play

PUB&COM

O SEU DIRECTÓRIO DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO

PESQUISAR...

EDIÇÕES DIGITAIS

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

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

Bar Ogilvy

YOUNG & RUBICAM GROUP

APCOM **LLORENTE & CUENCA**

ÚLTIMAS **MAIS LIDAS**

FINAL DO MUNDIAL FOI O PROGRAMA DE TV MAIS VISTO DA SEMANA

16 Julho 2018

ANDREIA AMARO E RICARDO MARTINS PEREIRA ABREM AGÊNCIA DE INFLUENCIADORES

16 Julho 2018

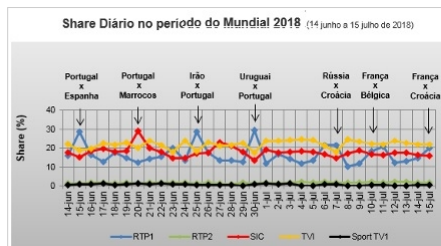
ANÁLISE: COMO FORAM AS AUDIÊNCIAS



Já o jogo da final, que opôs a França à Croácia, foi o 5.º jogo com audiência média mais elevada, sendo acompanhado por uma média 1,5 milhões e um

share de 52.2% para a estação pública no horário do jogo. De destacar a presença de três jogos da Croácia e outros tantos da Bélgica neste Top 10, acabando por ser as seleções que conquistaram os telespectadores portugueses.

No detalhe dos jogos mais vistos no canal de subscrição Sport TV1, destaque para o encontro Brasil x Suíça que registou uma audiência média de 131 mil telespectadores, correspondendo um share de 4.5%. Seguiu-se a partida entre o Irão x Espanha (audiência média de 113 mil) e o jogo dos oitavos de final entre a Colómbia e a Inglaterra (audiência média de 102 mil).

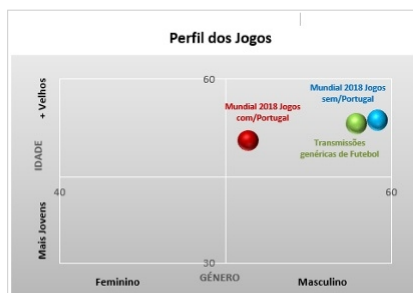


Aumento do share de audiências pela RTP1 não foi suficiente para ultrapassar canais concorrentes
No período da competição (entre 14 de junho a 15 de julho), a RTP1 observou um

incremento de +1.8 pontos percentuais no seu share de audiências face à média do mês de maio. A transmissão de 28 jogos do Mundial, permitiram à estação pública aumentar o seu share e ganhar terreno face às estações concorrentes. Contudo, não foi suficiente para ultrapassá-las. A SIC, com a transmissão de 8 jogos da competição (incluindo um de Portugal) totalizou 17.6% no acumulado da competição. A estação de Camaxide diminuiu -0.6 pontos percentuais no seu share de audiências face à média do mês de maio, justificado pelo menor número de jogos transmitidos face à RTP1. A TV1, mesmo ficando de fora da transmissão dos jogos do Mundial, conseguiu manter a liderança no universo dos canais em sinal aberto, com um share de 21.8%.

Por sua vez, a Sport TV1 conseguiu aumentar o seu share em +0.3 pontos percentuais face à média do mês de maio, na sequência da emissão exclusiva de 20 jogos, totalizando 0.6% no período do Mundial.

No evolutivo do share no período do Mundial, é visível o impacto nas audiências nos dias em que Portugal jogou, com os canais que transmitiram os jogos a aumentarem o seu share, liderando as audiências desse dia. Foram de resto estes os únicos dias em que a SIC e a RTP1 conseguiram ultrapassar a TV1 na liderança em FTA, exceções para os dias 27 de Junho, em que a SIC liderou neste indicador em virtude da transmissão do jogo Sérvia x Brasil, sendo o programa com o maior share do dia e no dia 7 de julho em que a RTP1 se destacou com a transmissão do jogo dos quartos de final entre Rússia x Croácia. Já no último jogo da competição, a RTP1 não conseguiu superar o share da estação líder.



Perfil do telespectador nos jogos do Mundial 2018

O perfil do telespectador nos jogos de Portugal no Mundial 2018 foi mais transversal em termos de género e idade, quer face aos restantes jogos do campeonato do Mundo, quer no comparativo com as transmissões de

jogos de futebol de outras competições.

Já os jogos em que a Seleção Nacional não participa tem revelado um perfil mais masculino e mais velho, tendo um posicionamento semelhante ao perfil dos telespectadores mais em linha com o das transmissões genéricas de jogos de futebol em canal aberto.

Fonte: Initiative

DO MUNDIAL EM PORTUGAL

16 Julho 2018

