

Madrid, 11 de septiembre de 2019

**audiencias mARTES 10 DE SEPTIEMBRE**

 La victoria de España ante Polonia en el Mundial de Baloncesto lidera su franja de forma absoluta e impulsa a Cuatro a anotarse el triunfo de la sobremesa

Con un **16,6% de *share* y 2.137.000 espectadores**, su segundo mejor registro en este campeonato, el encuentro se impuso en 5,6 puntos a la oferta de Antena 3 (11%) y triplicó a la de La Sexta (4,9%). Creció 5,8 puntos hasta anotar un 22,4% en *target* comercial

El final de temporada de **‘Ven a cenar conmigo: Gourmet Edition’** (15,3% y 1.937.000) lideró en el *prime time* de Telecinco con la **segunda emisión más vista de su historia**, con más de 2 puntos de ventaja sobre Antena 3 (12,6%), que emitió la película ‘Asalto en París’ (13,1% y 1.420.000)

**Cuatro** anotó ayer un **7,3%** de *share* en el total día**, su mejor dato en día laborable de los últimos dos meses**, y se alzó **líder absoluto en la franja de sobremesa** (13,3%) con la victoria de España ante Polonia en cuartos de final del Mundial de Baloncesto, que con un **16,6% de *share* y 2.137.000 espectadores, se situó como el tercer espacio más visto del día**, con los espectadores entre 35 y 54 años (21,6%) como su principal público.

Tras el partido, **‘Todo es mentira’ (6,3% y 688.000)** anotó su mejor *share* histórico y su segunda emisión más vista, por encima de La Sexta (5,6%). Creció hasta el 6,8% en *target* comercial.

En **Telecinco,** **Informativos Telecinco 21:00 h** (16,9% y 2.328.000) fue la oferta informativa líder del martes con 4,6 puntos de ventaja sobre Antena 3 Noticias 2 (12,6% y 1.694.000).

**En el *daytime*, ‘El programa de Ana Rosa’** (19,3% y 656.000) dominó su banda de emisión con una ventaja de más de 5 puntos sobre ‘Espejo público’ (14% y 470.000); **‘Ya es mediodía’** (13,7% y 1.214.000) se convirtió en la segunda opción para los espectadores en su franja; **‘Sálvame Limón’** (11,1% y 1.424.000) y **‘Sálvame Naranja’** (16,4% y 1.600.000) se adueñaron de sus respectivas bandas sobre Antena 3 (8,6% y 1.098.000 – 13,8% y 1.347.000), al igual que **‘Pasapalabra’** (17,5% y 1.937.000), que superó en 5 puntos a Antena 3 (12,5% y 1.387.000). El concurso registró el ***spot* más visto del martes** (Movistar), a las 21:10 horas, con un 6,6% de *rating* publicitario.

**Telecinco lideró el día (14,1%)** y se anotó la victoria del *daytime* (14,3%), mañana (18,1%) y tarde (16,4%). Se impuso además en el *target* comercial del martes (12,8%).