

COMPETICIONES

España, fiel al Tour: récords de audiencia e interés en 2015

Albert Malla
27 jul 2015 - 14:34

Bicicletas paradas. El Tour de Francia 2015 finalizó ayer con la proclamación de Chris Froome como claro campeón del campeonato por segunda vez en su carrera, y nuevamente con la afición española como la más interesada del mundo en este evento. A ello ayuda la presencia de ciclistas del equipo Movistar, como Nairo Quintana y Alejandro Valverde, que quedaron en segunda y tercera posición del campeonato, y la brillante actuación de Purito Rodríguez en la etapa de Plateau de Beille.

España es el lugar donde más interés genera *Le Tour*, con un 38% de la población; le sigue Holanda (33%), Francia (32%), e Italia (30%), según un informe realizado por Repucom. Mientras que aquí la base de aficionados no ha bajado, en Holanda pasó del 38% al 33%. Italia (22%-30%), Malasia (18%-23%) y Alemania (18%-19%) incrementaron su atracción por la competición respecto a la edición de 2012, según una encuesta realiza por esta agencia de marketing deportivo a 1.000 personas de entre 16-69 años de 11 países diferentes. Unas cifras que varían según los resultados deportivos de los ciclistas de cada país.



Chris Froome, del equipo Sky, consiguió su segundo Tour.

Ese alto interés por la ronda gala se ha trasladado a las redes sociales. En España "ha sido el evento deportivo más popular de julio hasta el momento al acumular en sus 21 etapas emitidas una audiencia *social media* de 412.985 usuarios", según los Kantar Twitter TV Ratings de Kantar Media. En total, estas 28 emisiones, entre las emitidas por La1 y las de Teledeporte, han generado 368.327 comentarios, con un promedio de 13.155 tuits por emisión y de 65 por minuto emitido, detalla el informe.

Kantar detalla que la emisión más comentada, por su parte, fue la etapa 20 (Modane Valfréjus - Alpe d'Huez) emitida el pasado sábado. "Ese día se realizaron 49.537 comentarios, escritos por 18.006 autores únicos. También fue la etapa que más audiencia social de la carrera ciclista francesa, ya que los tuits de esta etapa fueron leídos por 661.456 personas distintas y generaron 8.142.310 impresiones", según el informe.

Todos estos datos revelan un buen negocio por quien adquiere los derechos televisivos. El gran beneficiado ha sido Teledeporte, ya que TVE posee los derechos televisivos del Tour de Francia hasta 2019 gracias a un acuerdo con la Unión Europea de Radiodifusión (UER) y Amaury Sport Organisation (ASO), propietaria de los derechos de emisión de la competición.

Muestra del tirón de este evento en España fue la etapa entre Saint Jean y La Toussuire, que fue el programa más visto del día 24 de julio, con 2,23 millones de espectadores y un 19,1% de cuota de pantalla. Esta dato es el más alto de una etapa de la gran ronda francesa desde el 19 de julio de 2013 y ganó a programas líderes en

audiencia por la tarde como *Sálvame Deluxe* de Telecinco (1,9 millones de personas y 21,9% de share) y *El secreto de Puente Viejo* de Antena 3 (1,7 millones de personas y 17% de cuota de pantalla).

Pero no es la única cifra relevante que ha cosechado el Tour. La competición logró congregarse a 1,8 millones de personas y un 16% de share el día de la llegada a meta, convirtiéndose en el programa más visto del día. Además se llevó el minuto de oro (16:34), con 2,2 millones de espectadores y 19,1% de cuota de pantalla.

Esta edición del Tour ha presentado novedades respecto al punto de vista del espectador. GoPro se subió a las bicis y dio una mirada nunca antes vista en la competición. La empresa estadounidense llegó a un acuerdo con *Le Tour* por el que se implantaban sus cámaras en un mínimo de ocho bicicletas por día.