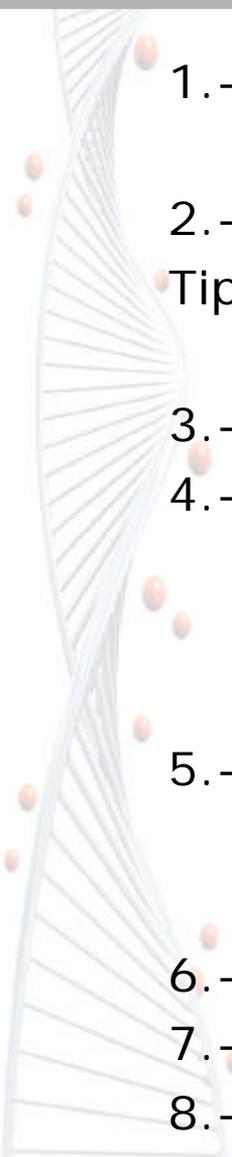
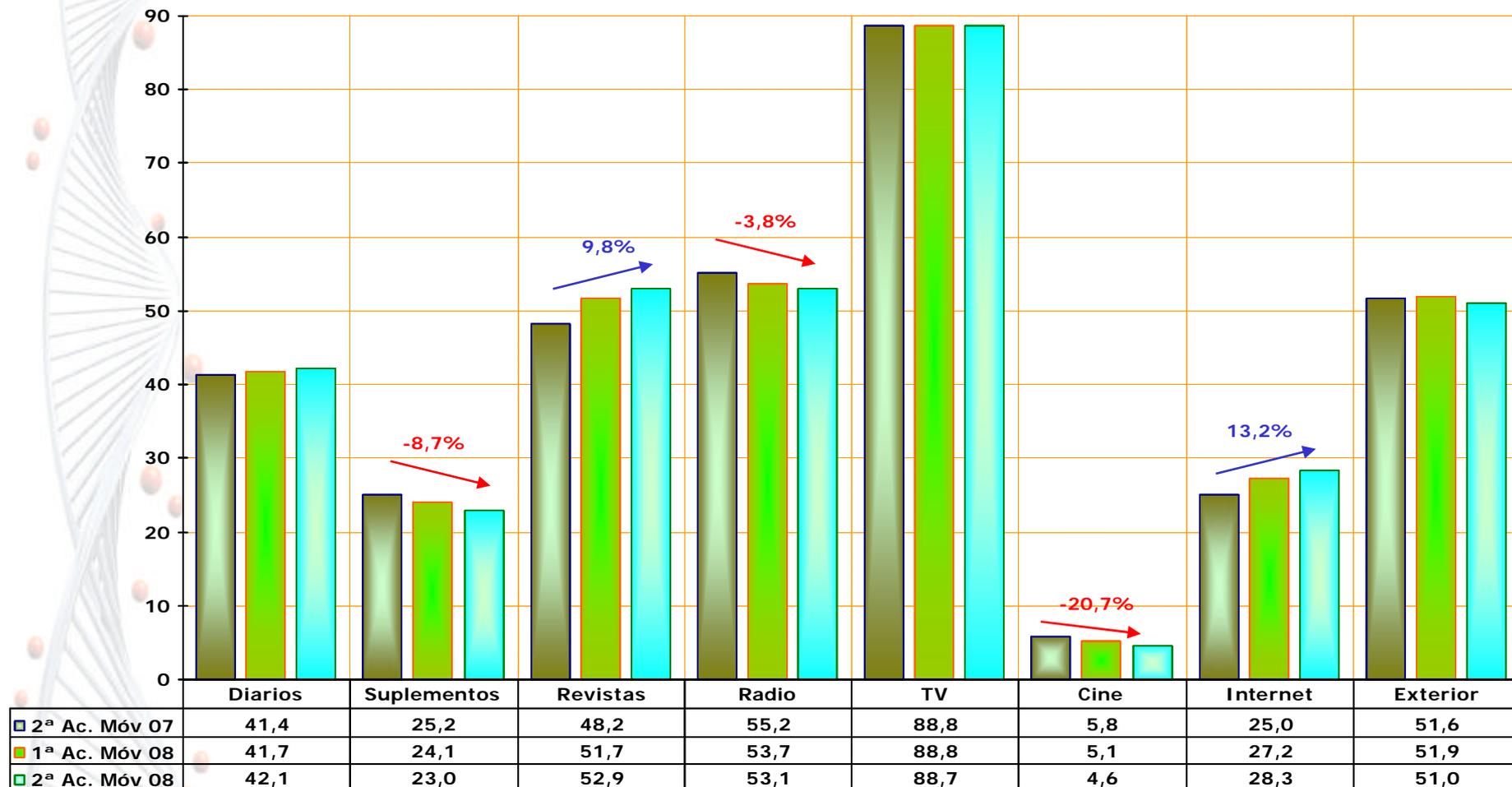


# J U I C E

EGM. 2º Acum. Móvil 2008

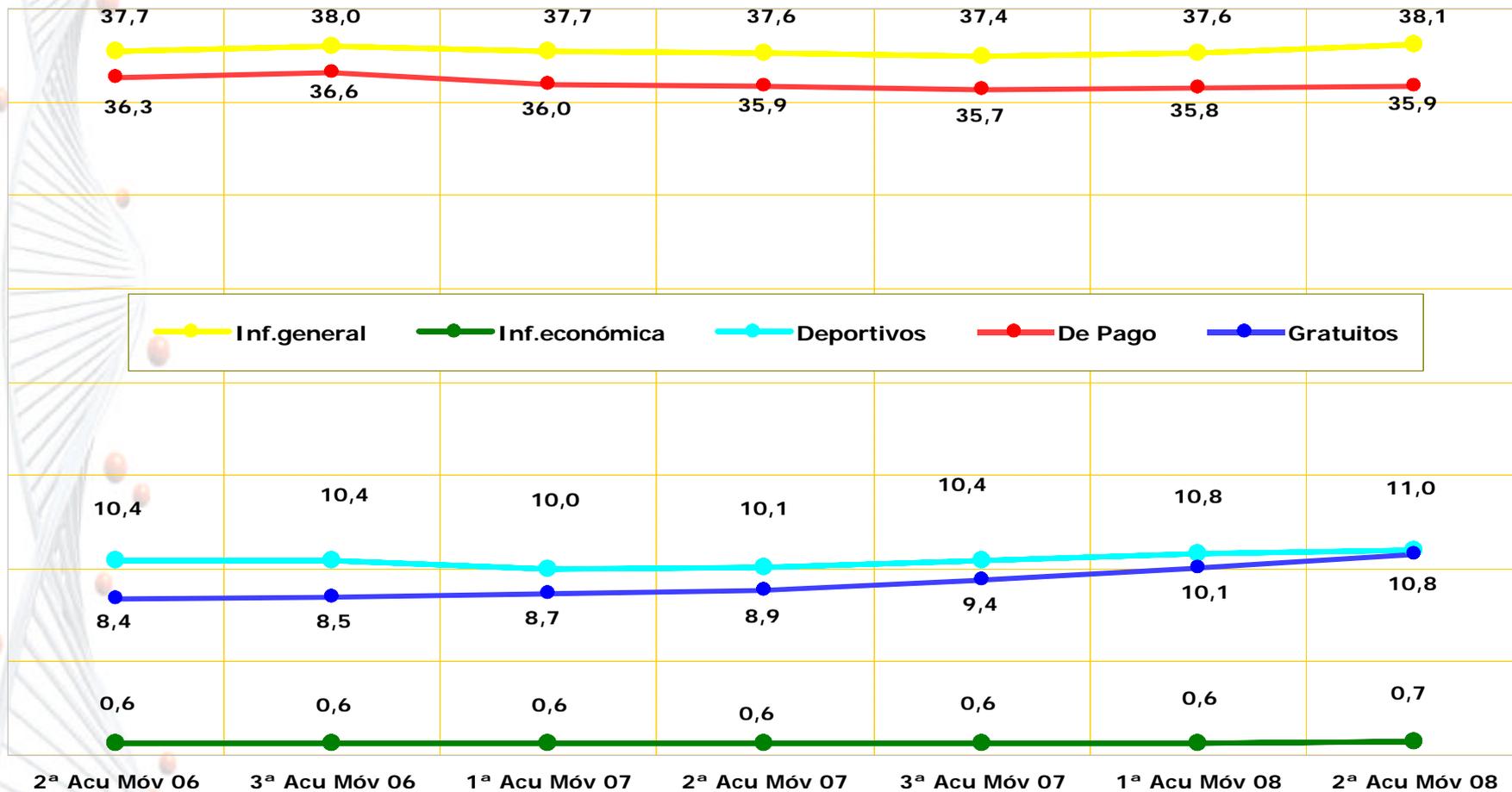
- 
- 1.- Penetración por Medios.
    - 1.1.- Evolución
  - 2.- Evolución (desde 2ª Ola Ac. Móvil 06) lectores de Diarios por Tipos.
    - 2.1.- Top 10
  - 3.- Suplementos
  - 4.- Evolución (desde 2ª Ola Ac. Móvil 06) Lectores de Revistas.
    - 4.0.- Por periodicidad
    - 4.1.- Top 10. Revistas Semanales
    - 4.2.- Top 10. Revistas Mensuales
  - 5.- Evolución (desde 2ª Ola Ac. Móvil 06) Oyentes Radio.
    - 5.1.- Radio Generalista.
    - 5.2.- Radio Temática.
  - 6.- Canales Temáticos.
  - 7.- Evolución Internet (desde 2ª Ola Ac. Móvil 06).
  - 8.- Evolución Asistencia al Cine (desde 2ª Ola Ac. Móvil 06).
  - 9.- Soportes de Exterior en los que ha visto publicidad ayer.

# 1.- Penetración por Medios.



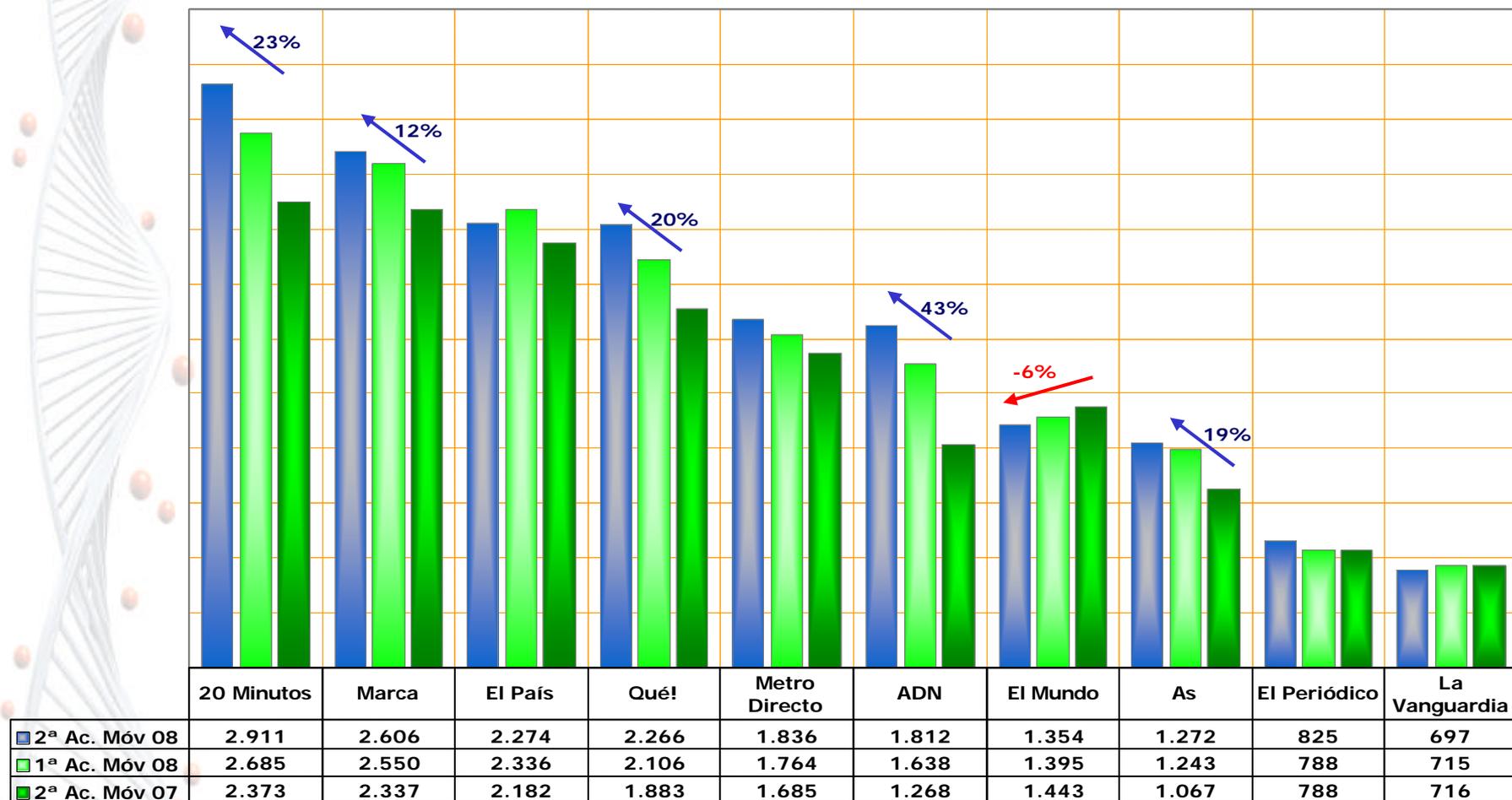
Internet y Revistas continúan creciendo en audiencia, 13% y 10%, respectivamente versus misma ola año anterior. La tendencia de crecimiento que marca Revistas hará que al final del año 2008 desplace a la Radio y sea el segundo medio de mayor audiencia, por detrás de TV. El Cine, sobre todo, Suplementos y Radio han perdido audiencia durante el último año, 21%, 9% y 4%, respectivamente.

## 2.- Evolución Lectores de Diarios por Tipos



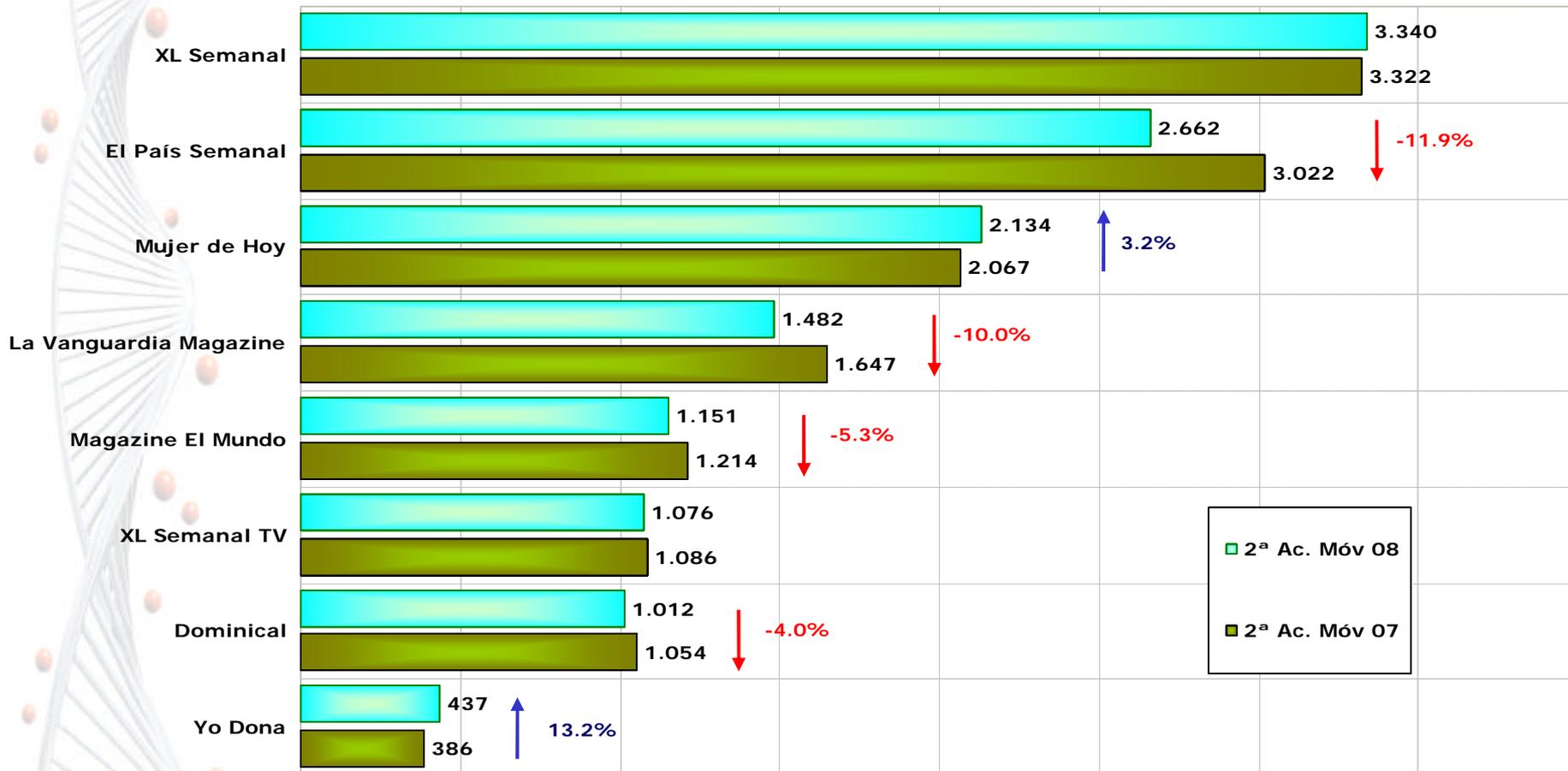
Moderado repunte de los lectores (*Prensa de Pago -77%- y Prensa Gratuita-23%-*) de 14 y más años de PBC durante el último año (1,7%). De los 16, 1 millones de lectores de la última ola el 58% son hombres. En la Prensa de Pago los hombres suponen el 61% de los lectores y en la Prensa Gratuita el 51%.

## 2.1- Top 10. Diarios



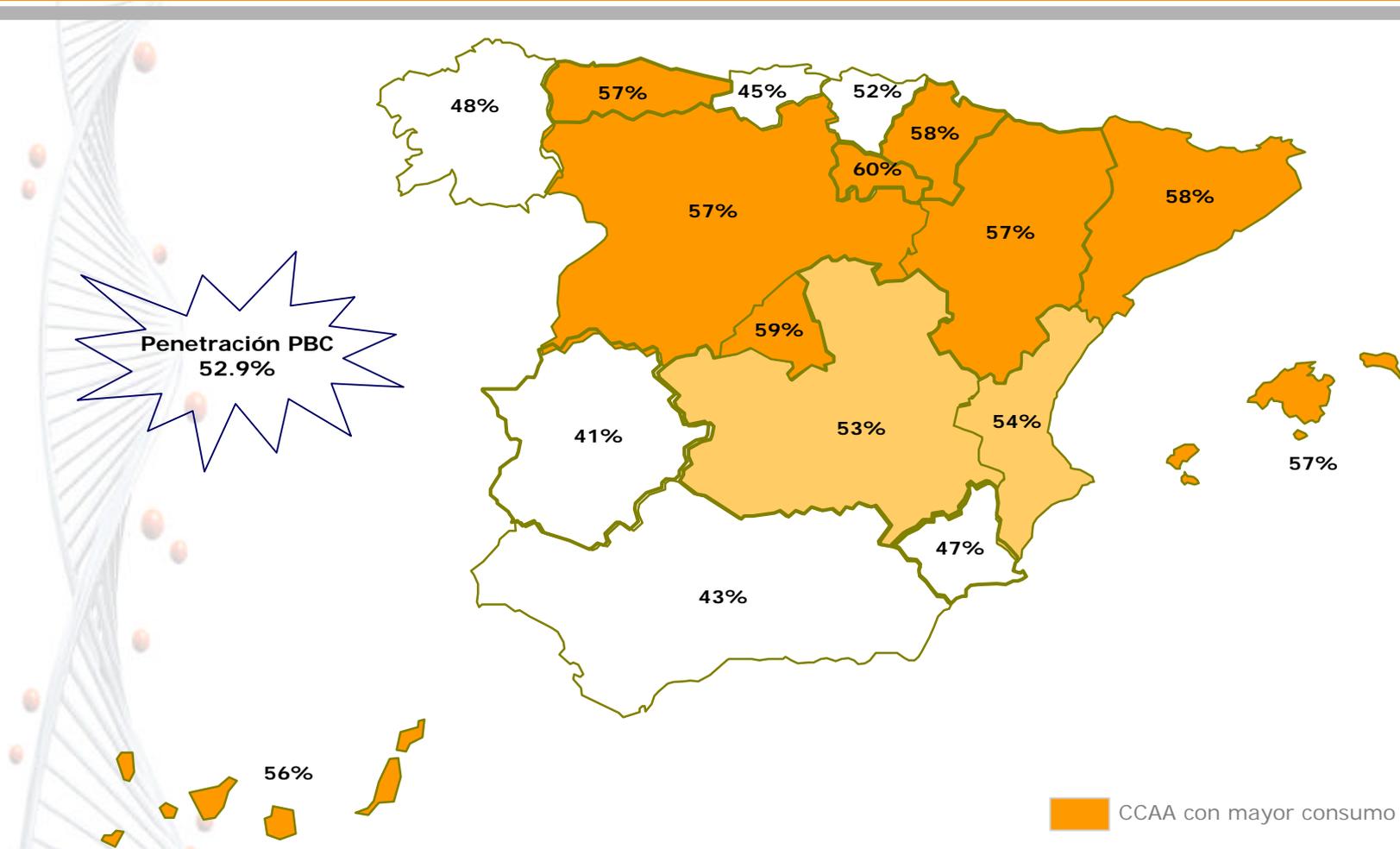
La cabecera con mayor número de lectores es "20 Minutos", con un 23% más de lectores que hace un año. Se consolida como líder y se aproxima a los 3 millones de consumidores. Le sigue "MARCA", "EL PAÍS" y "Qué", con 2,6, 2,3 y 2,3 millones de lectores, respectivamente. "El Mundo" es el único soporte de información general nacional que pierde lectores, un 6% de los que tenía hace un año.

# 3- Suplementos



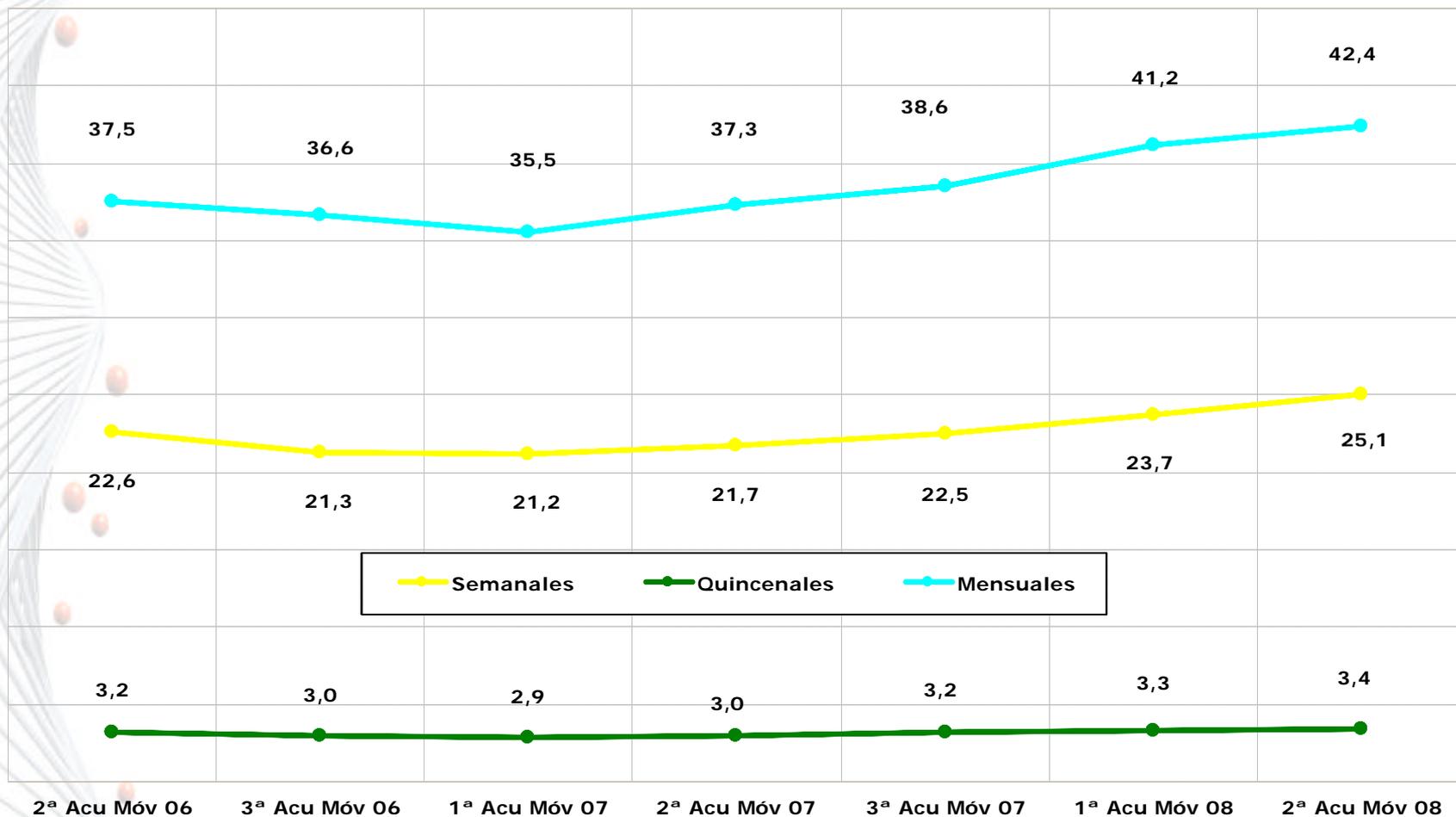
Uno de cada cuatro personas de 14 y más años consumen Suplementos. Continúan perdiendo lectores, 9% desde hace un año. Por soportes, "XL Semanal", "El País Semanal" (12% menos de los lectores de hace un año) y "Mujer de Hoy" son las principales cabeceras con 3,3, 2,7 y 2,1 millones de lectores, respectivamente. "Yo Dona", de nuevo, es la publicación que mayor crecimiento relativo experimenta vs el año pasado.

## 4.- Penetración de Revistas por CCAA



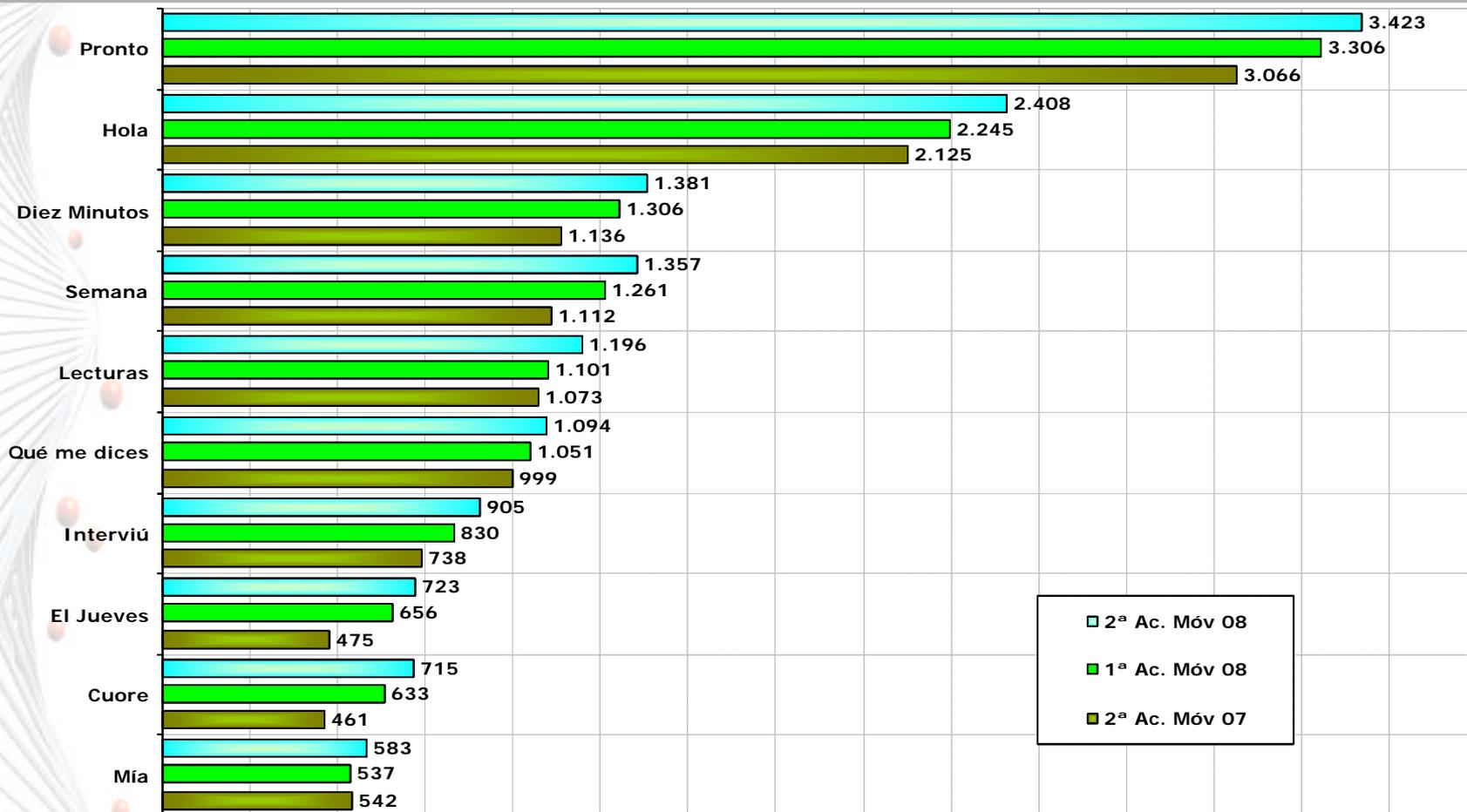
El 53% de la población española de 14 y más años consume Revistas. Pero ese consumo no es homogéneo en todas las regiones. Madrid, Cataluña, Navarra, Castilla La Mancha, Asturias, Baleares y La Rioja son grandes consumidores del medio. Por el contrario, las CCAA donde menor consumo de revistas se produce es en Extremadura, Andalucía, Murcia y Galicia.

# 4.0- Evolución Lectores de Revistas por periodicidad



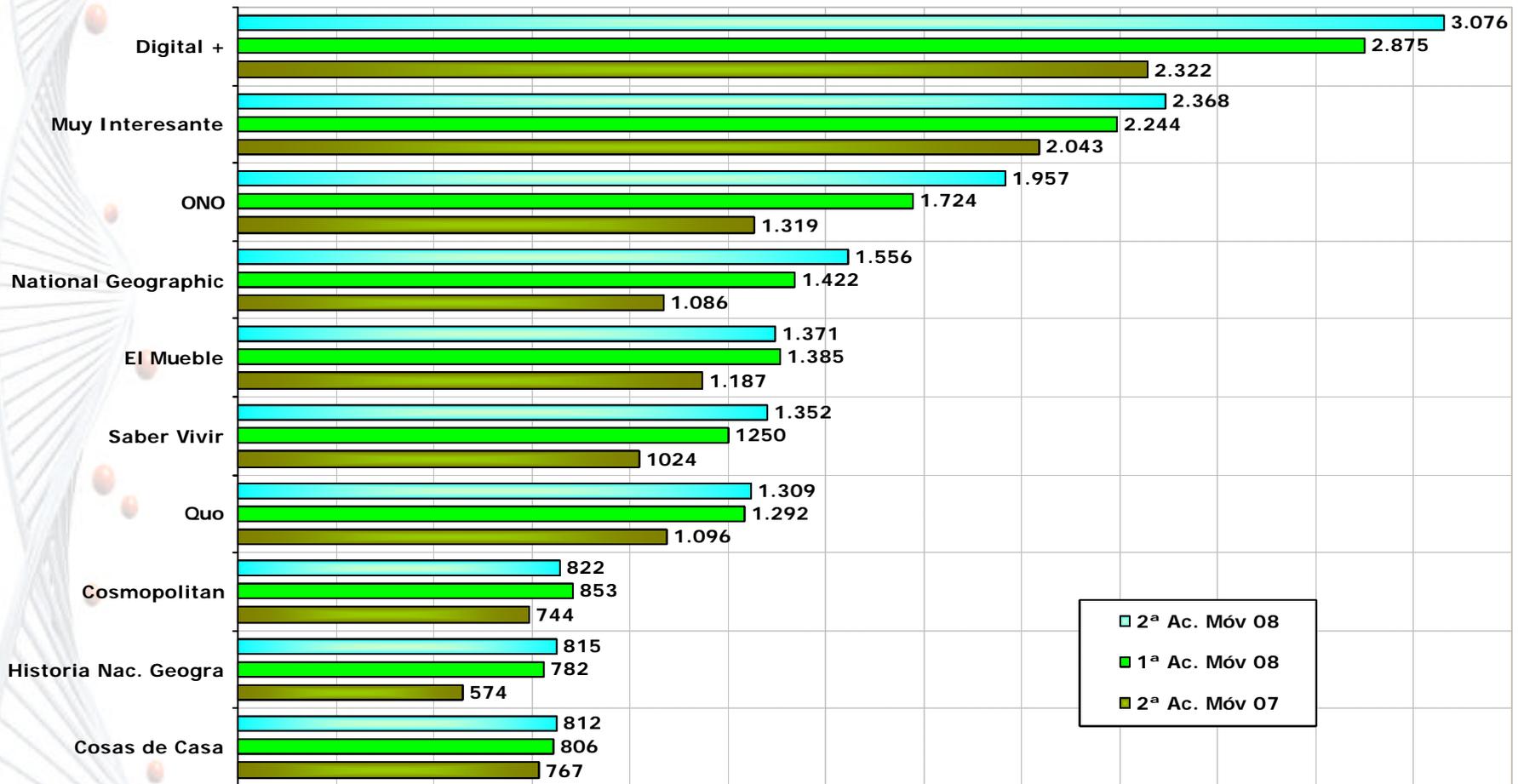
En la 2ª Ola Acumulada del EGM continuamos apreciando la recuperación de las revistas, independientemente de su periodicidad. Las "Revistas Mensuales" tienen 16,2 mill de lectores y las "Revistas Semanales" 9,6 millones, es decir, un 14% y 16% más, respectivamente que hace un año.

# 4.1- Top 10. Revistas Semanales



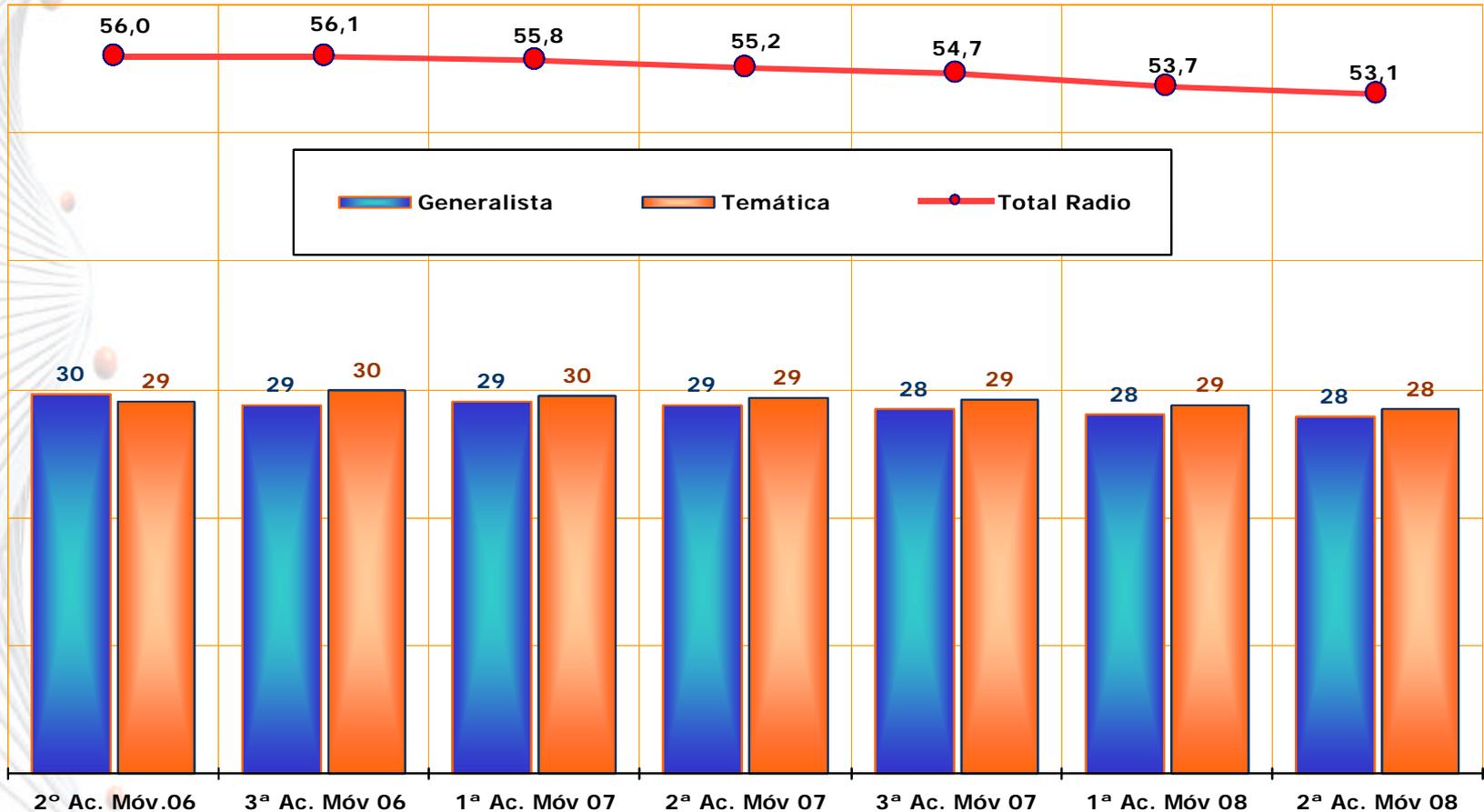
Una cuarta parte de la población española de 14 y más años consumen Revistas Semanales. "PRONTO" (3,4 mill de lectores) continua liderando las cabeceras con periodicidad semanales. Con un millón menos de lectores se encuentra "¡HOLA!" (2,4 mill) y con dos millones menos que el líder se encuentra "DIEZ MINUTOS" (1,3 mill). En líneas generales todas las cabeceras incrementan sus lectores.

## 4.2- Top 10. Revistas Mensuales



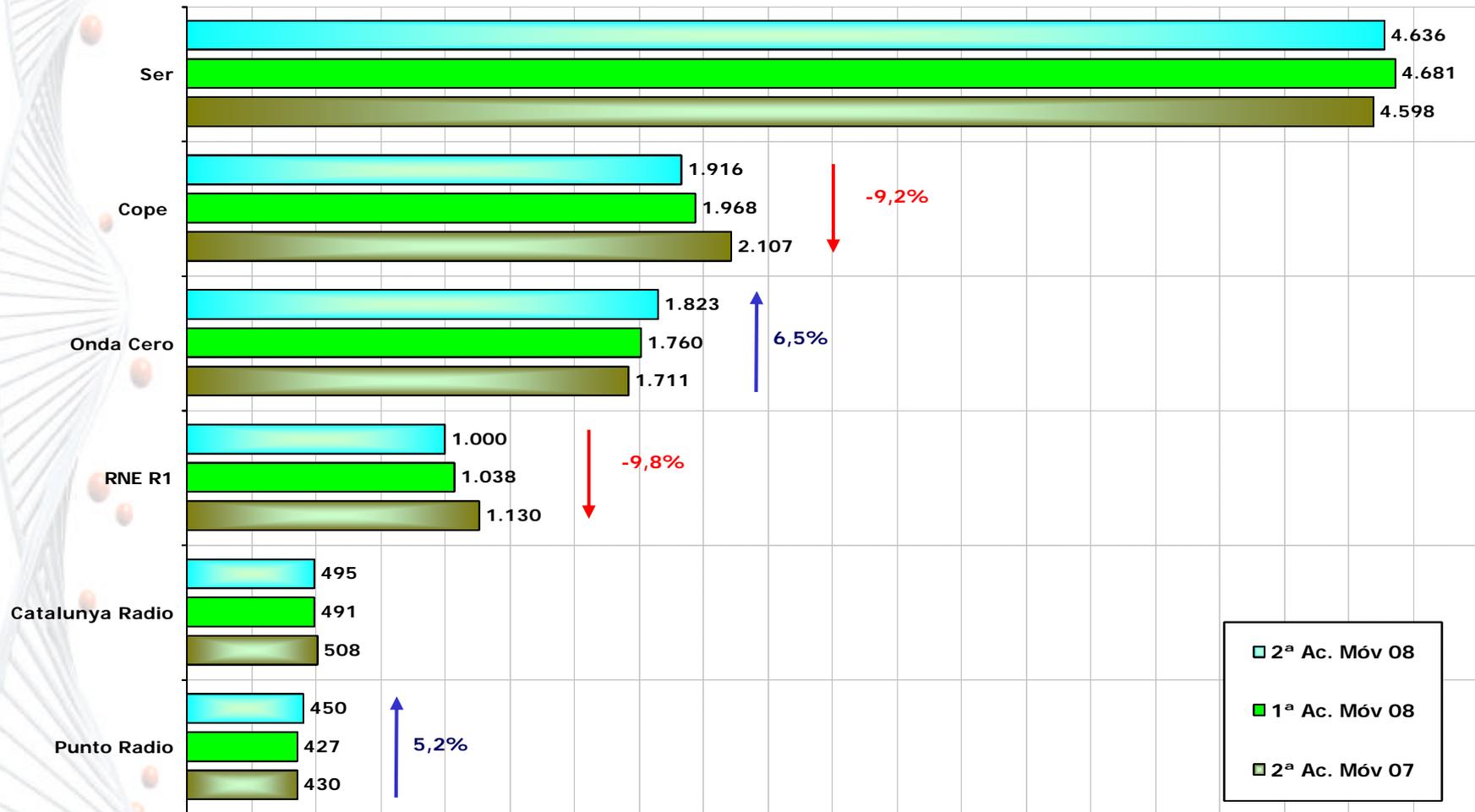
Los lectores de cabeceras con periodicidad mensual suponen 16,2 millones de individuos, según dato de la 2ª Ola Acumulado Móvil 08. El ranking está liderado por "Digital +" (3,1 mill), "Muy Interesante" (2,4 mill) y "ONO" (2,0 mill). Gran parte de las Revistas Mensuales crecen significativamente en sus lectores durante el último año.

# 5.- Evolución Oyentes de Radio



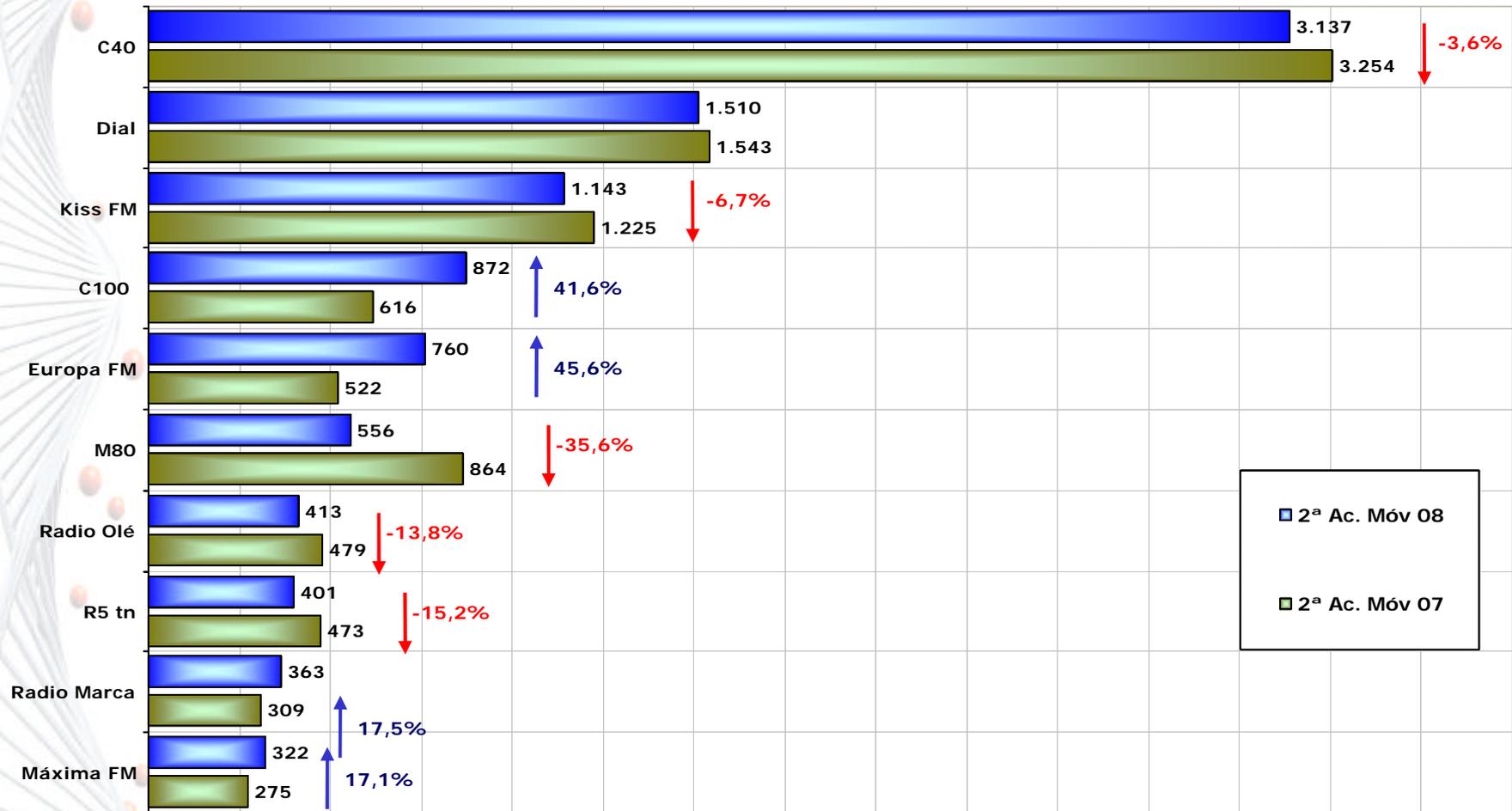
La Radio en España es escuchada diariamente por 20,3 millones de oyentes, un 4% menos que hace un año. Repartiéndose a partes iguales los oyentes que prefieren la Radio Temática o Radio Generalista.

# 5.1- Radio Generalista



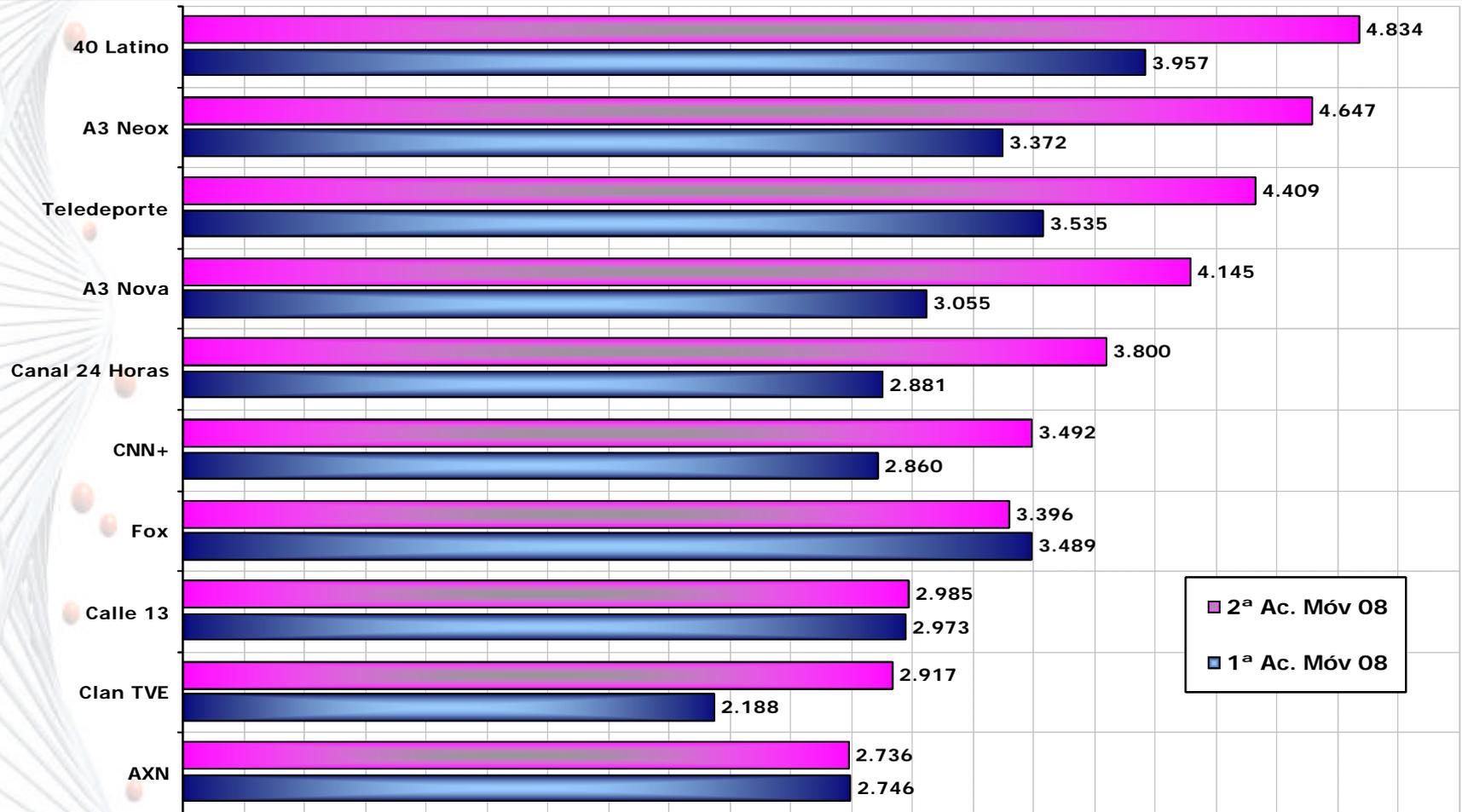
La "SER" (4,6 mill de oyentes) continua siendo la cadena líder de la radio generalista. A bastante distancia se encuentra "COPE" (1,9 mill) que ha perdido en el último año un 9% de sus oyentes. Y, muy próximo a la emisora de la Conferencia Episcopal, la cadena "Onda Cero" (1,8 mil) que se ha beneficiado de gran parte de los oyentes que ha perdido Cope.

## 5.2- Top 10. Radio Temática



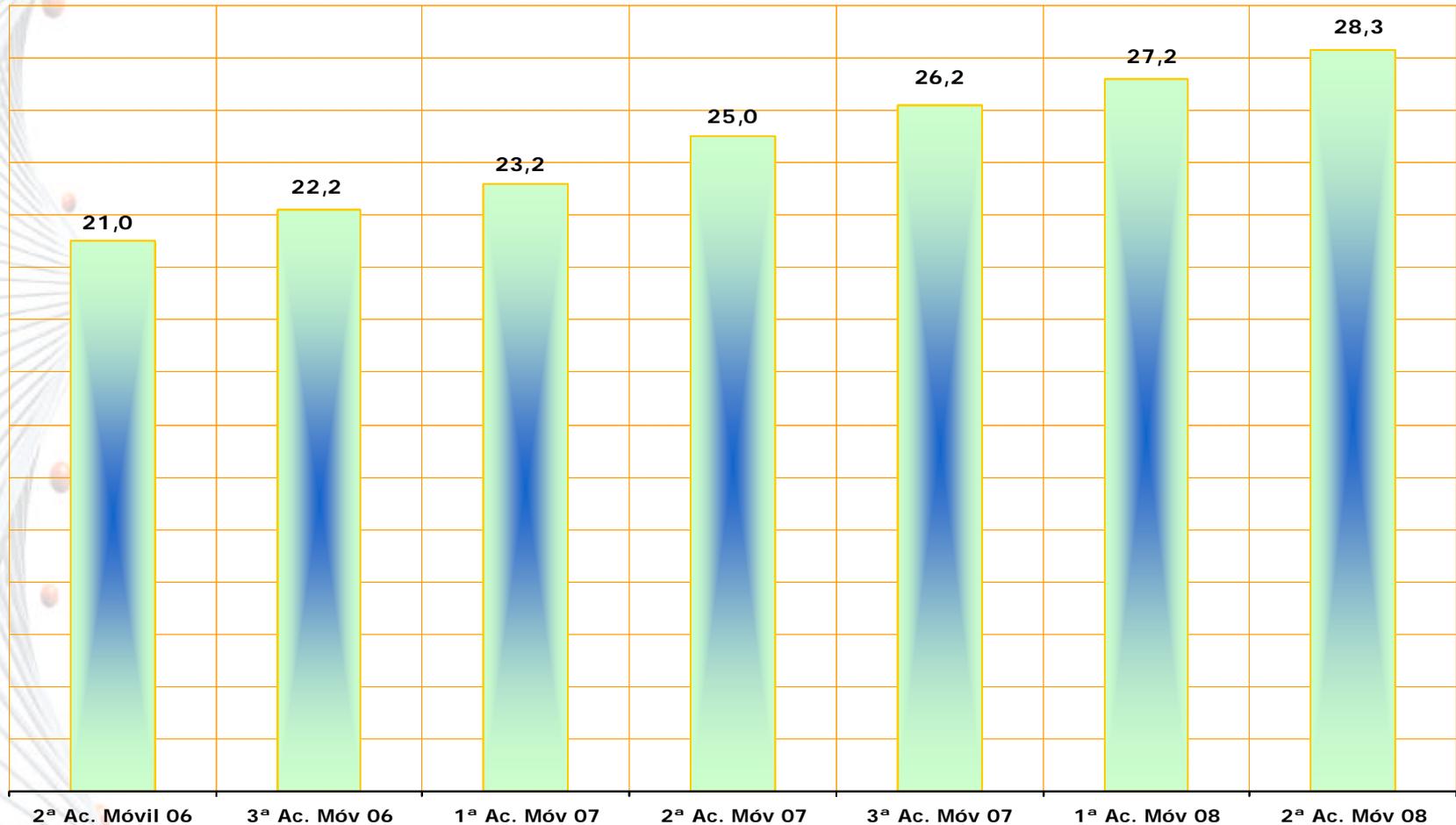
La audiencia diaria de la radio Temática alcanza los 10,8 millones de oyentes. De los que un 89% consume contenidos / cadenas musicales. Por cadenas, "Cadena 40", y a bastante distancia, "DIAL" y "KISS FM" son las preferidas de la audiencia, con 3,1 / 1,5 y 1,1 mill, respectivamente. Por detrás, se ha producido, en el último año, bastante movimiento de oyentes.

## 6.- Top 10. Canales Temáticos.

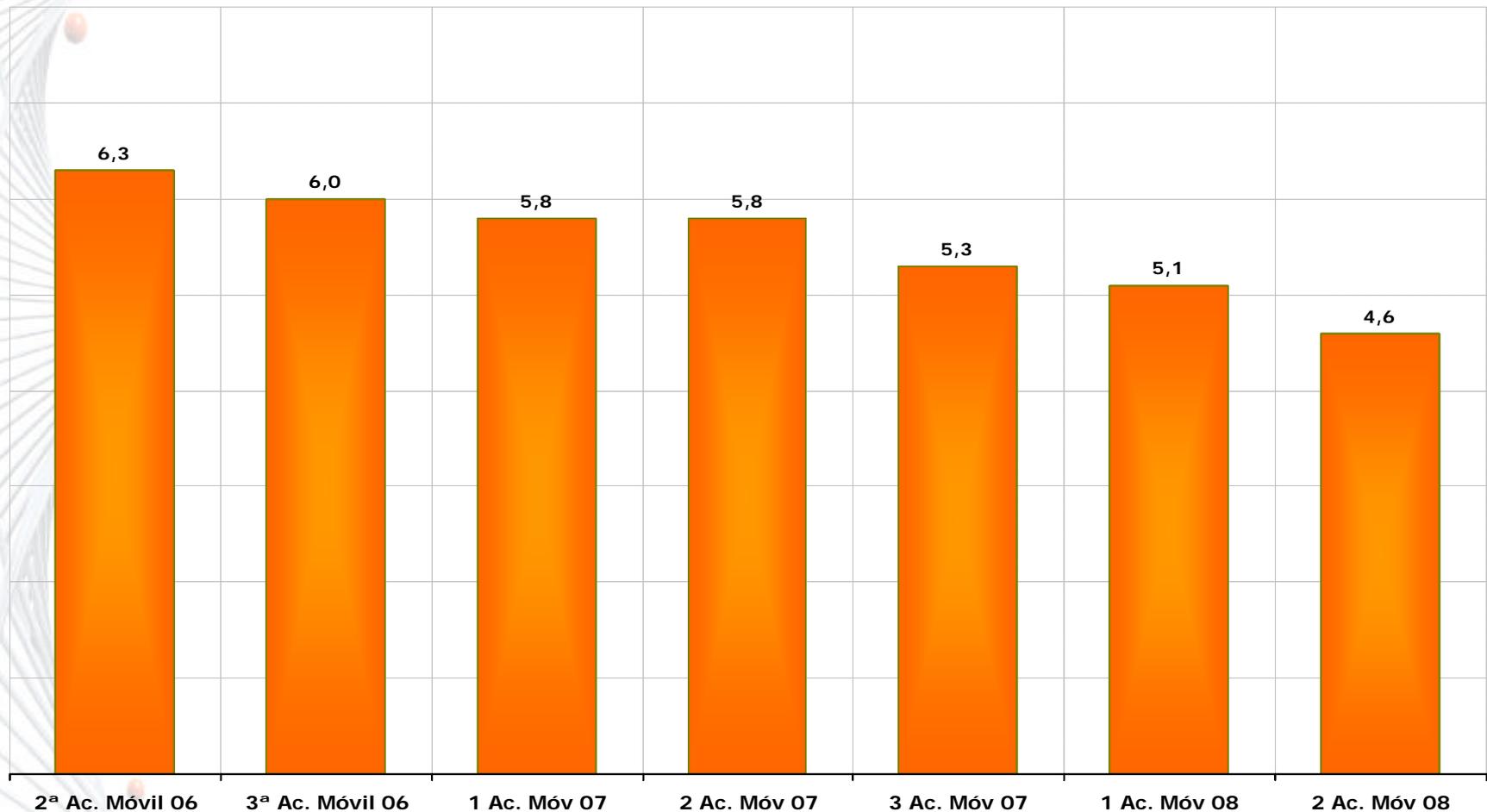


Los canales temáticos (pago / gratuitos) continúan ganado audiencia. Conforme se desarrolla la implantación de la TDT (Televisión Digital Terrestre) los canales temáticos gratuitos ocupan las primeras posiciones del ranking y sus crecimientos versus olas anteriores son espectaculares. Por el contrario, los temáticos de Pago están bastante estabilizados.

# 7.- Evolución Audiencia Día ayer Internet.

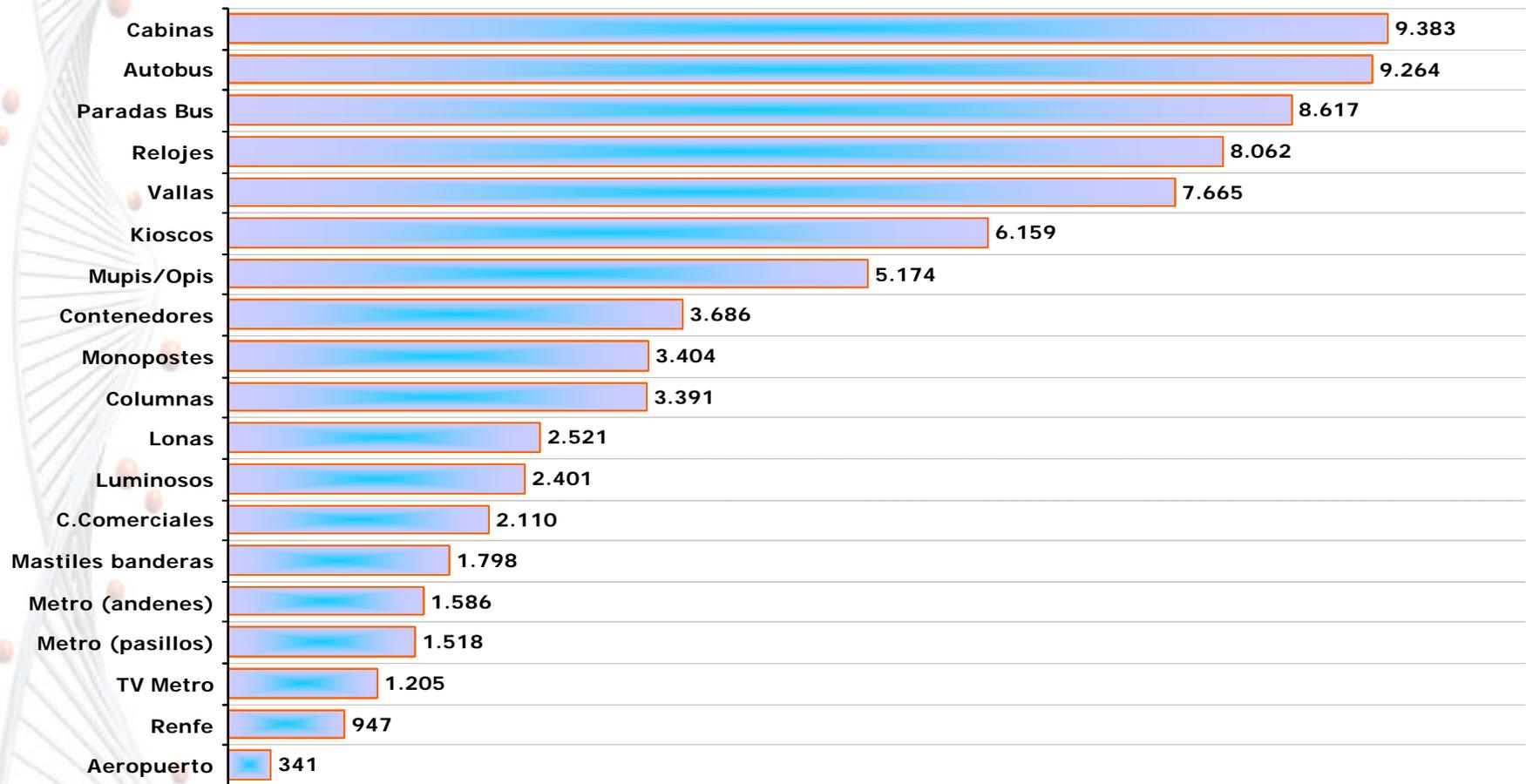


Cerca de 11 mill de individuos acceden diariamente a "Internet" (28,3% de penetración) y mayoritariamente desde casa (74%). Un 20% de la audiencia del día de ayer en Internet se produce desde el puesto de trabajo. Aunque cada vez se acortan más las distancias, un 57% de la audiencia es masculina.



Aunque parecía difícil, el medio CINE (4,6% de penetración) continúa su imparable descenso. Un 20% menos de audiencia (asistencia al cine en la última semana) que misma ola del año anterior.

# 9.- Soportes EXTERIOR en los que ha visto publicidad ayer.



Bastante estabilidad en los datos de penetración logrados por los medios de Exterior. CABINAS (líder por primera vez desde que se incorporó el medio al cuestionario del EGM en 1ª Ola 2006) AUTOBUSES, PARADAS DE BUS y RELOJES los soportes en los que se declara haber visto publicidad en el día de ayer.