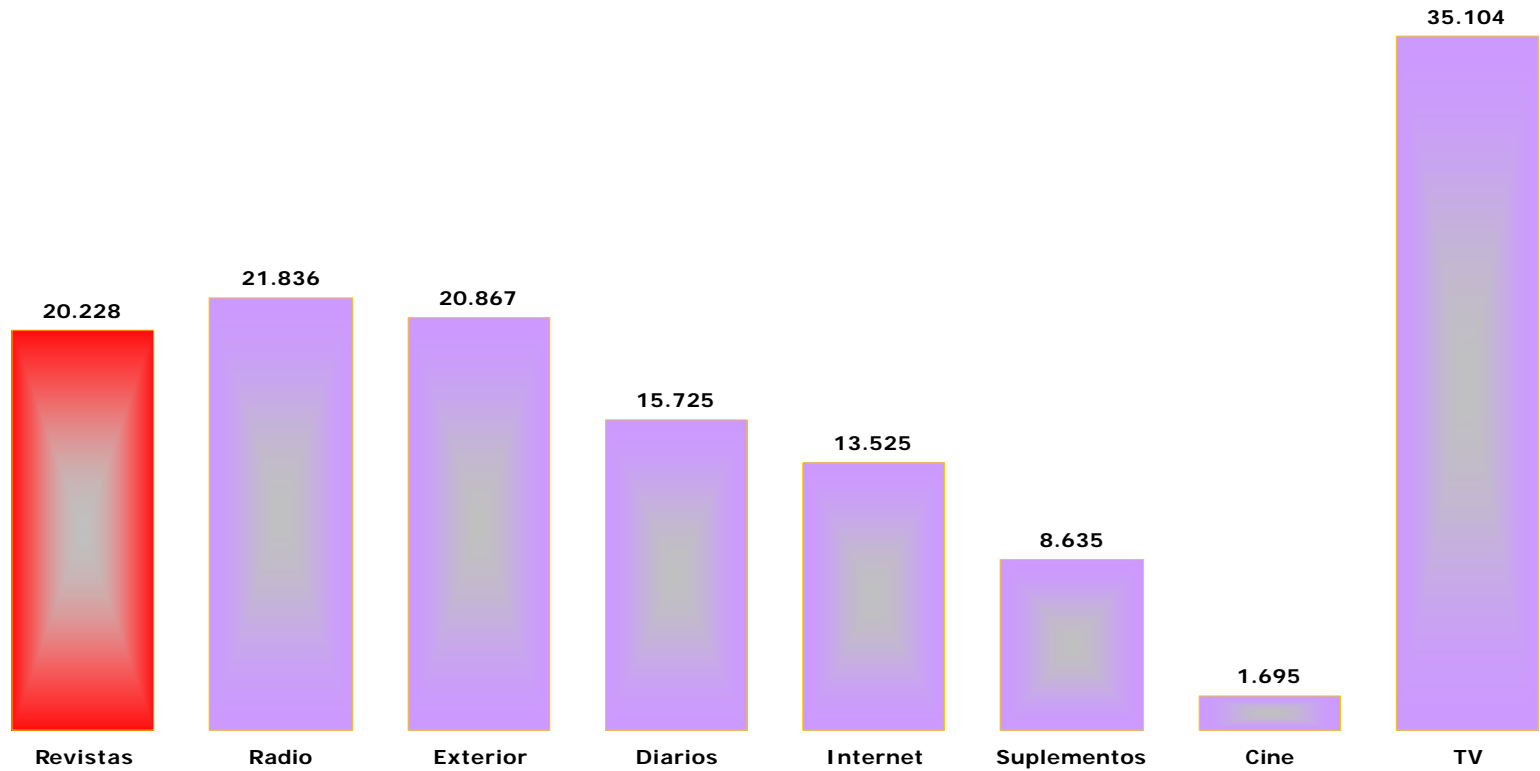


1. Más de **20,2 millones** de individuos de 14 y más años consumen alguna de las revistas controladas en EGM según los datos de la 3ª Ola Acumulada EGM 2009.
2. El consumidor de revistas mantiene la fidelidad a sus marcas/títulos y se resiente muy ligeramente de la crisis que atravesamos.
3. Revistas continua siendo el medio que mejor **perfil “comercial”**, ofrece a la comunicación comercial de las marcas.

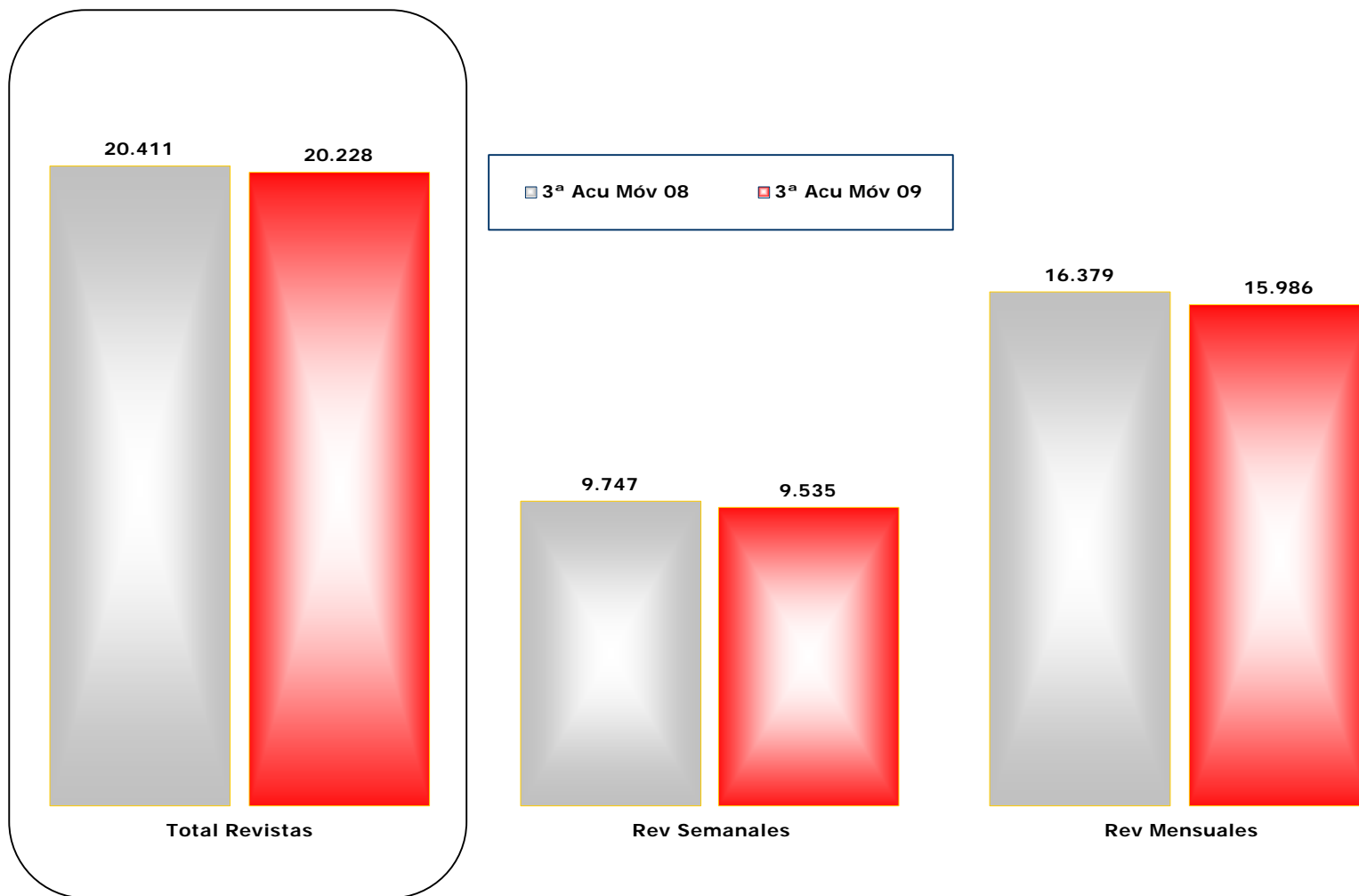
Audiencia por medios

Más del 51% de la población española consumen Revistas...



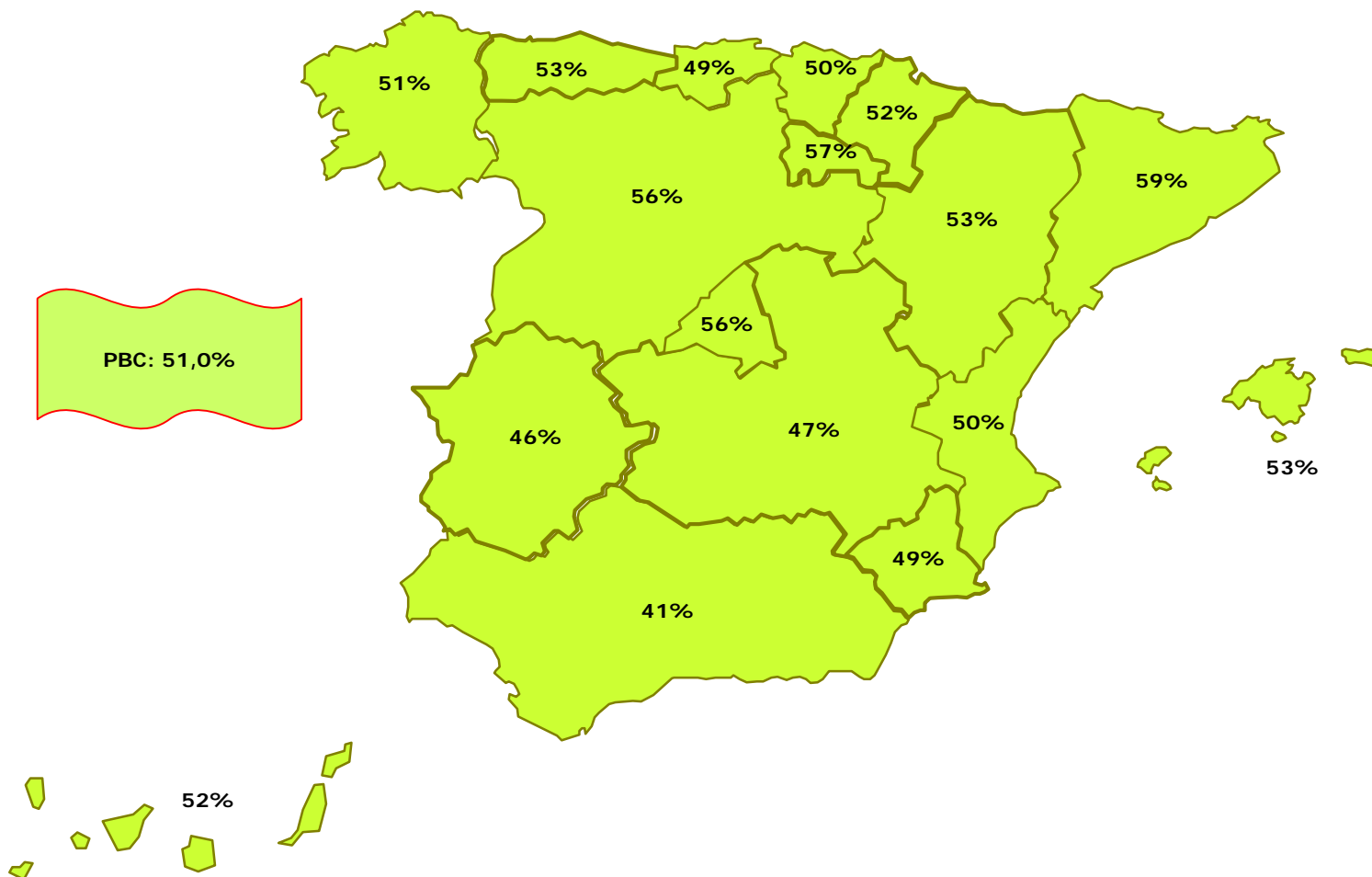
Audiencia (000) Revistas

...a pesar de la situación económica el medio se resiente muy ligeramente...



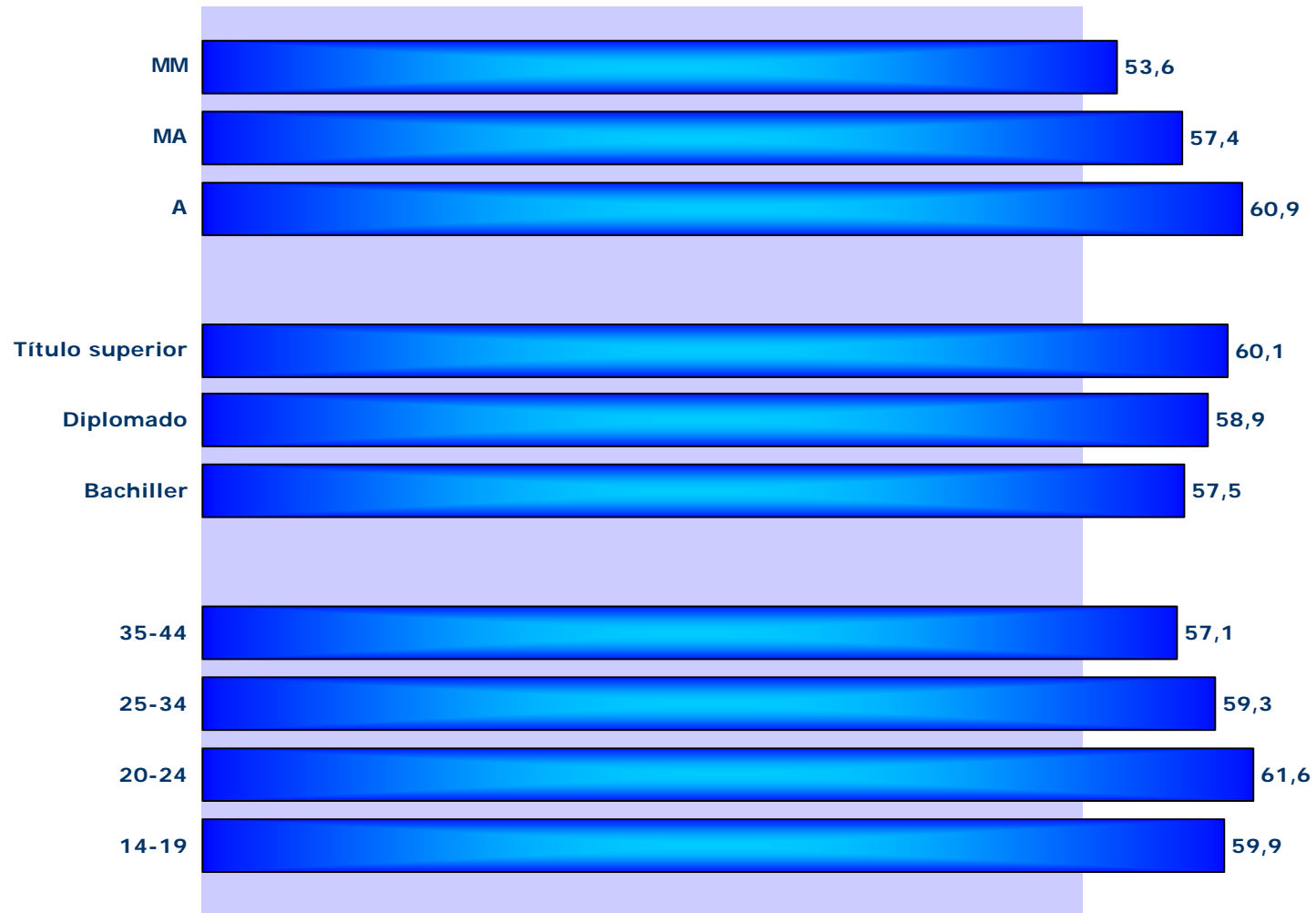
Penetración Revistas por CCAA

...se consume en todas las zonas geográficas, especialmente en la mitad norte...



Penetración Revistas

...continua siendo el Medio con el mejor perfil comercial...

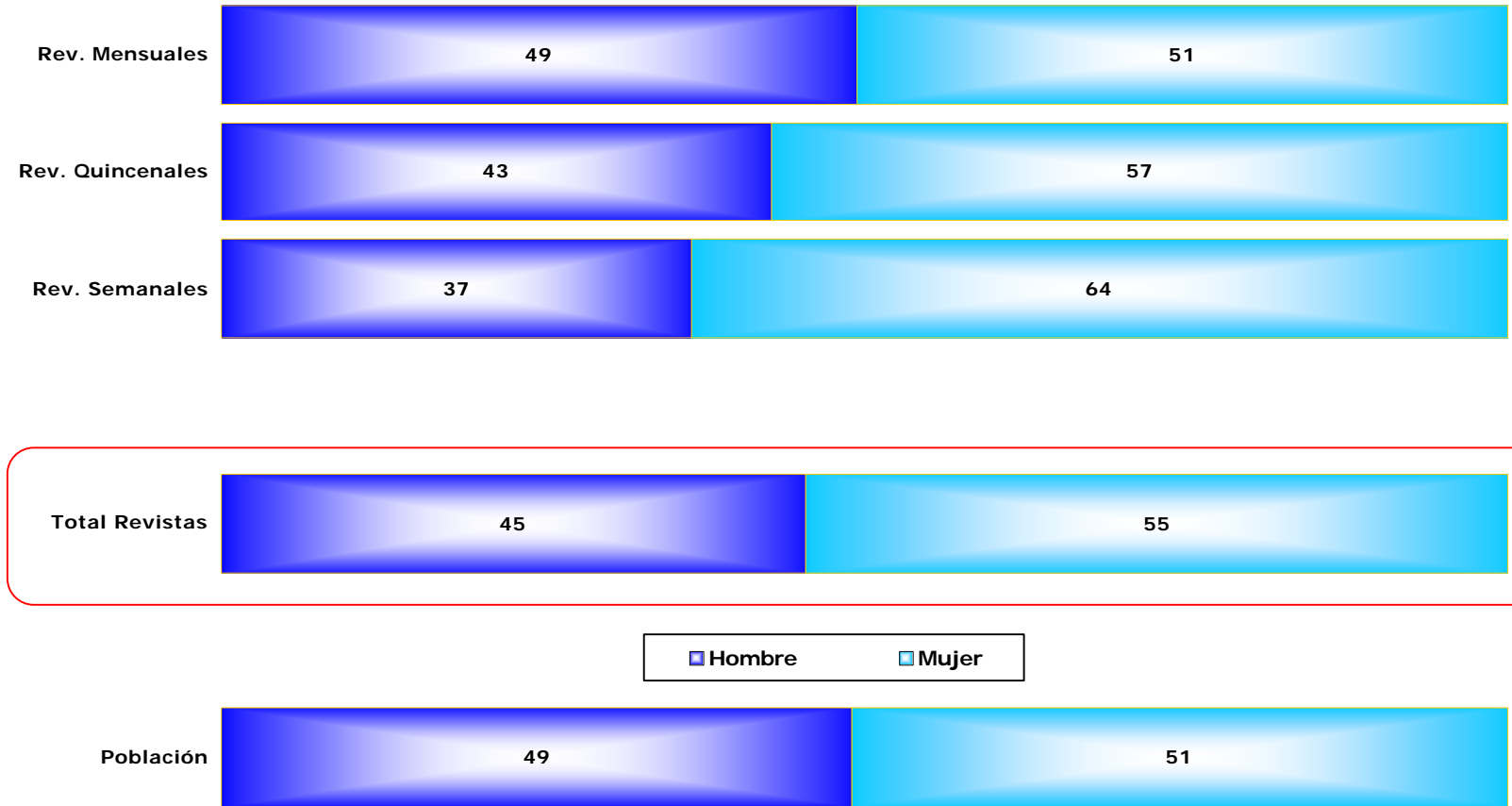


Penetración Revistas (51,3%)

Fuente; EGM / 3ª Ola Acum Móvil 09 (fichero fusionado)

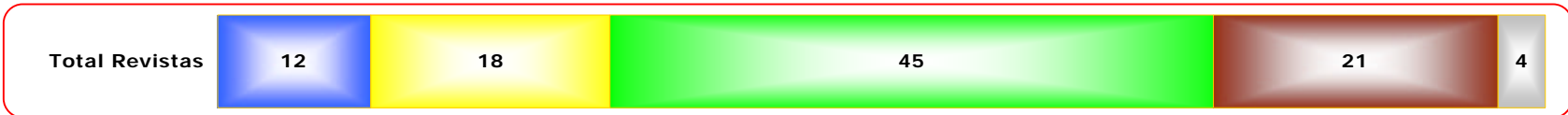
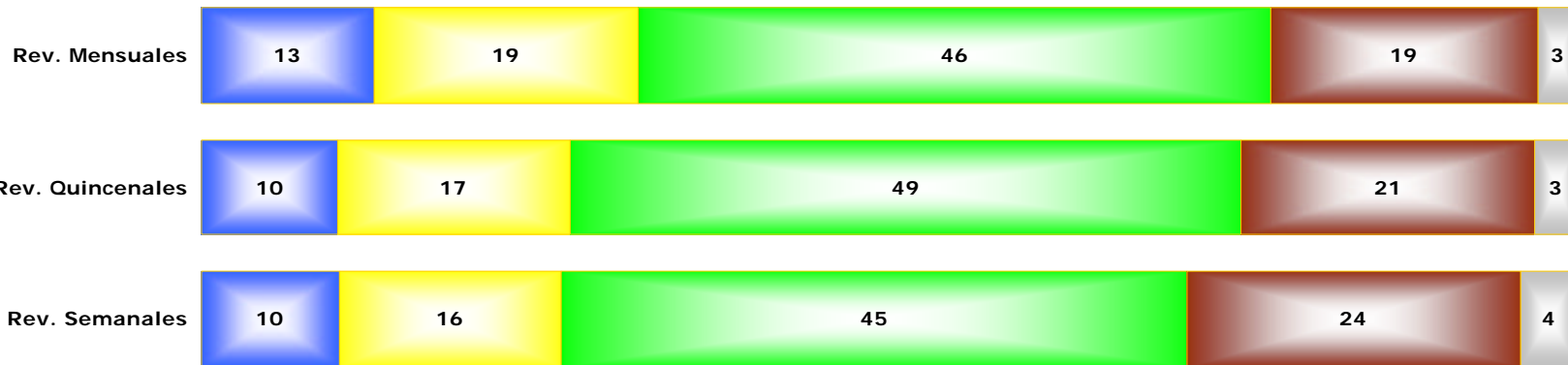


Perfil revistas: Sexo



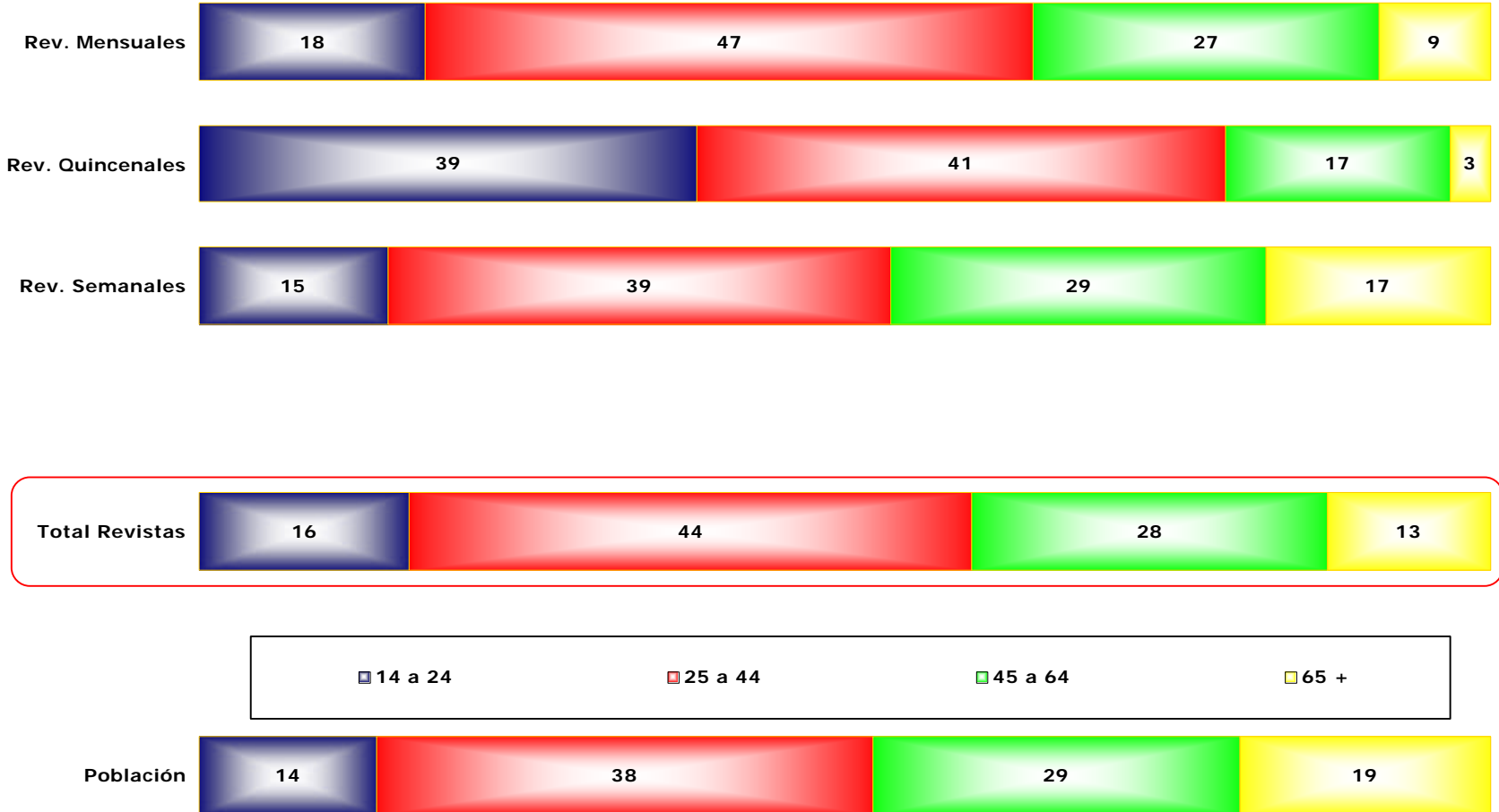
Perfil revistas: Clase Social

...lectores con un elevado status y poder adquisitivo...

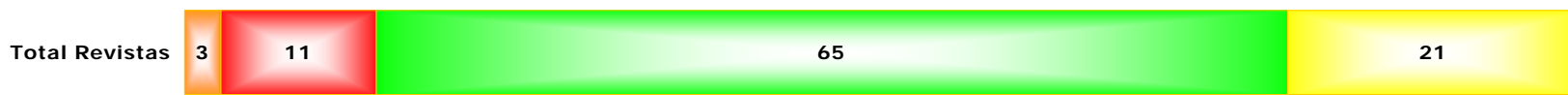
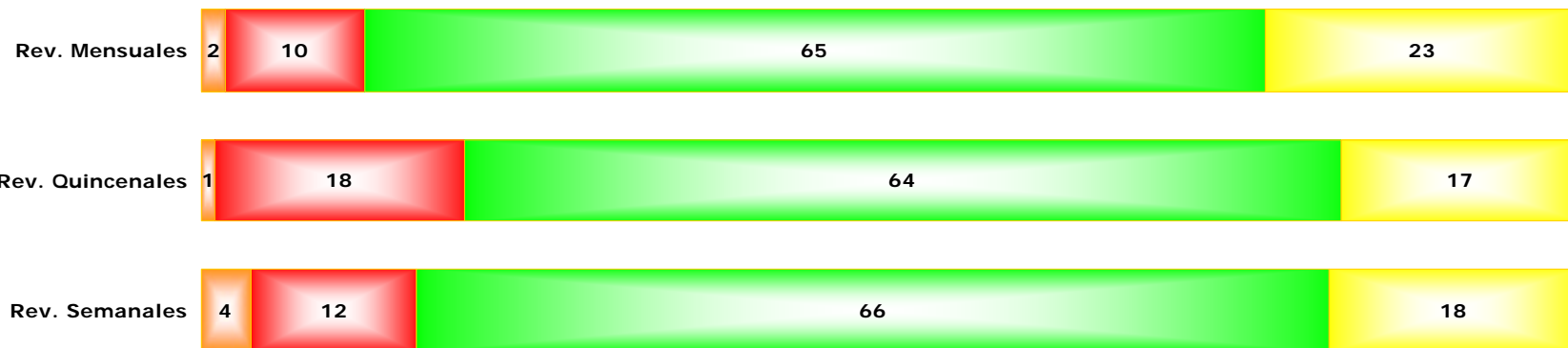


Perfil revistas: Edad

...gran concentración de consumidores en el tramo de 25 a 44 años,...



...con un nivel de formación superior a la media...

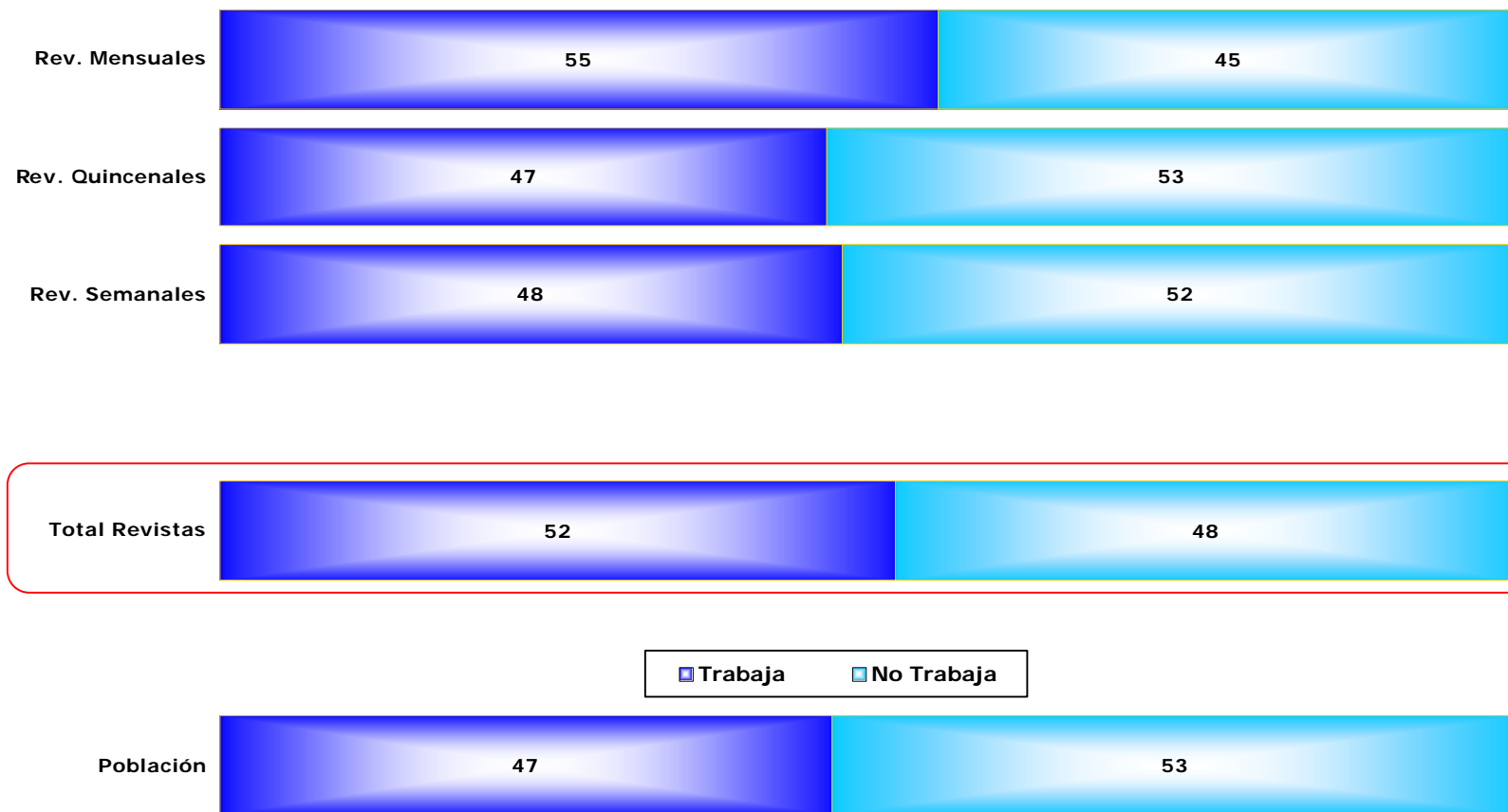


■ No sabe leer ■ Primarios ■ EGB/BUP/ESO/FPR PROF ■ Diplomado/Licenciado

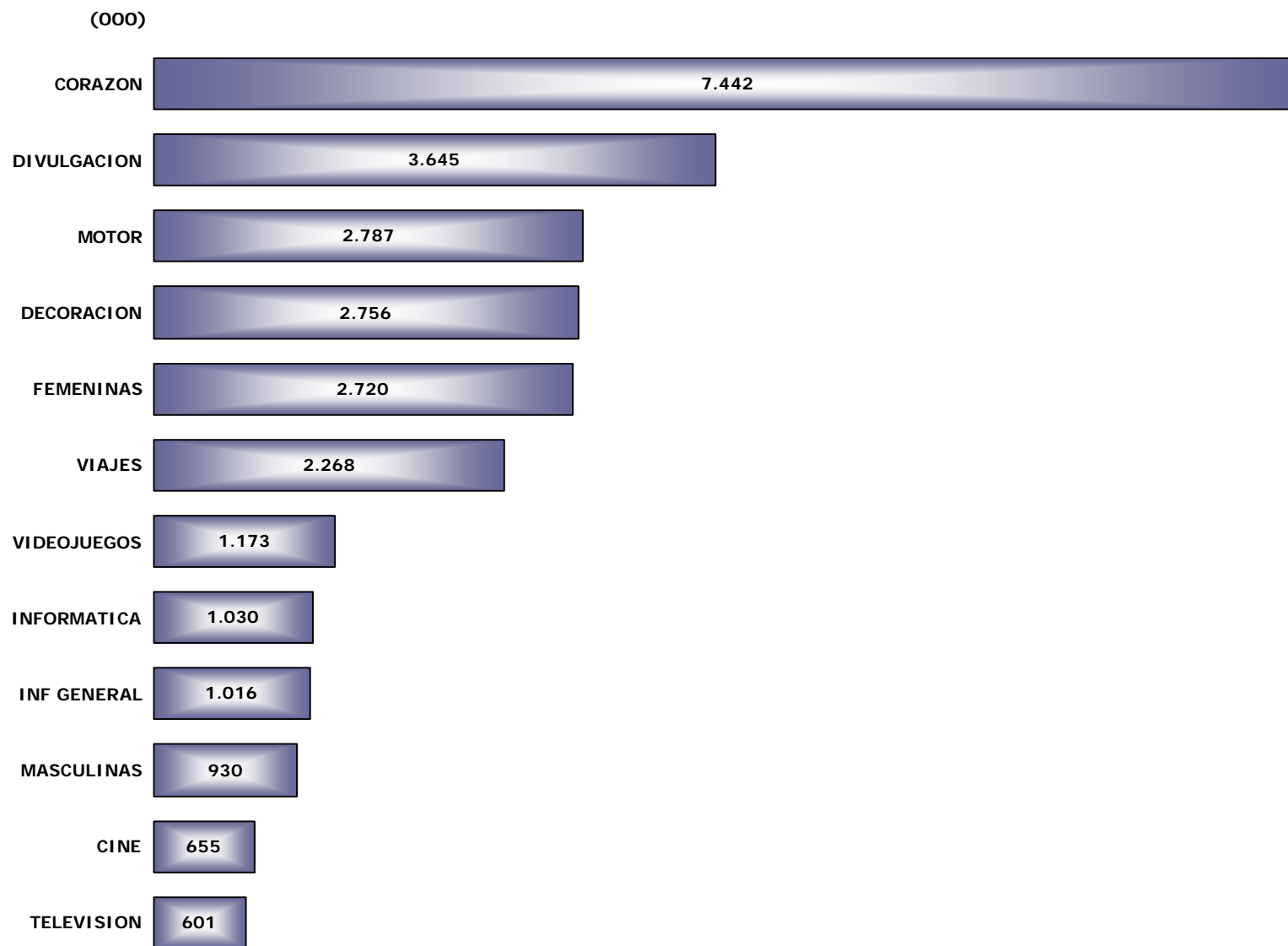


Perfil revistas: Actividad actual

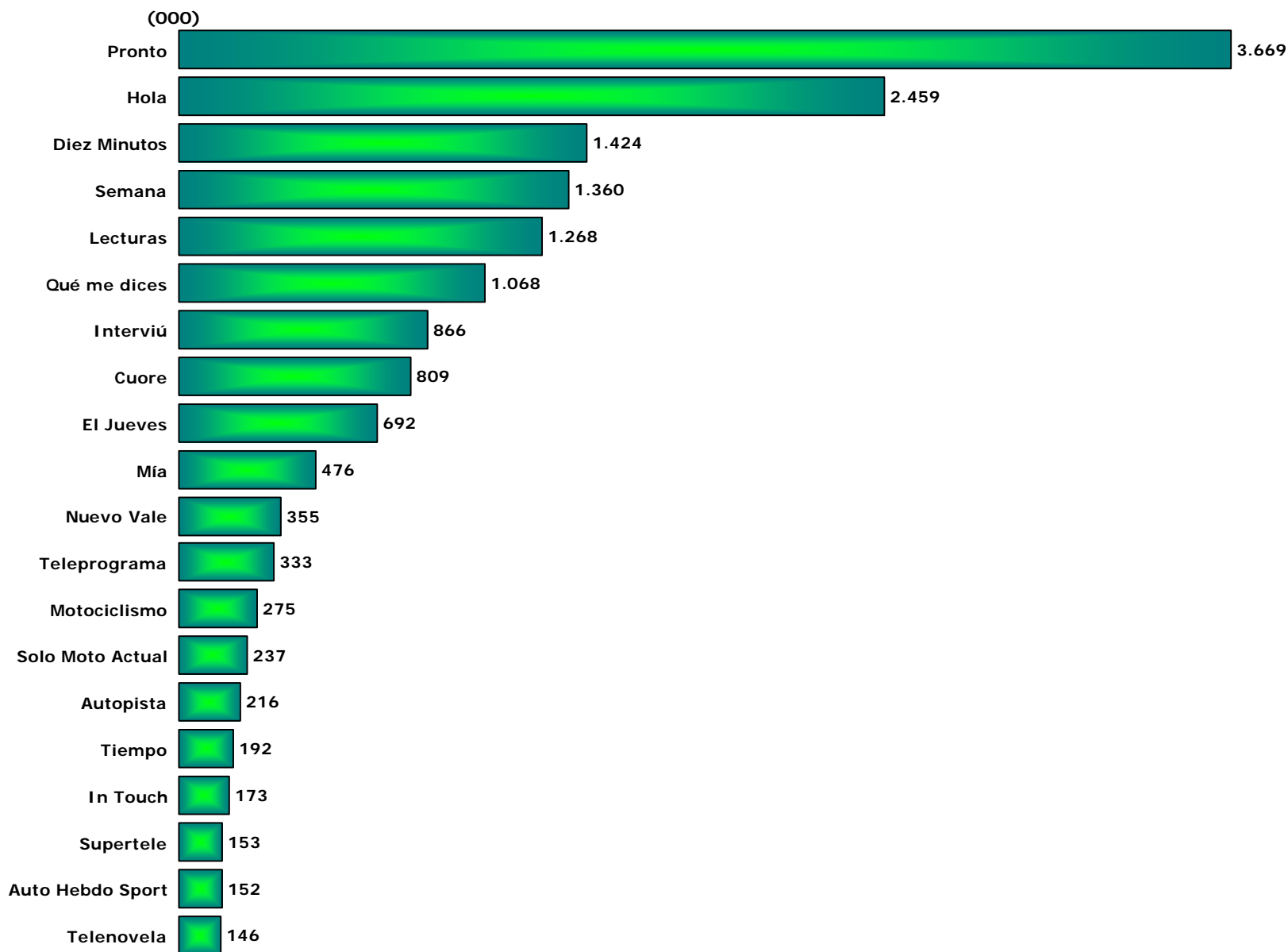
...y, más activos que la media poblacional.



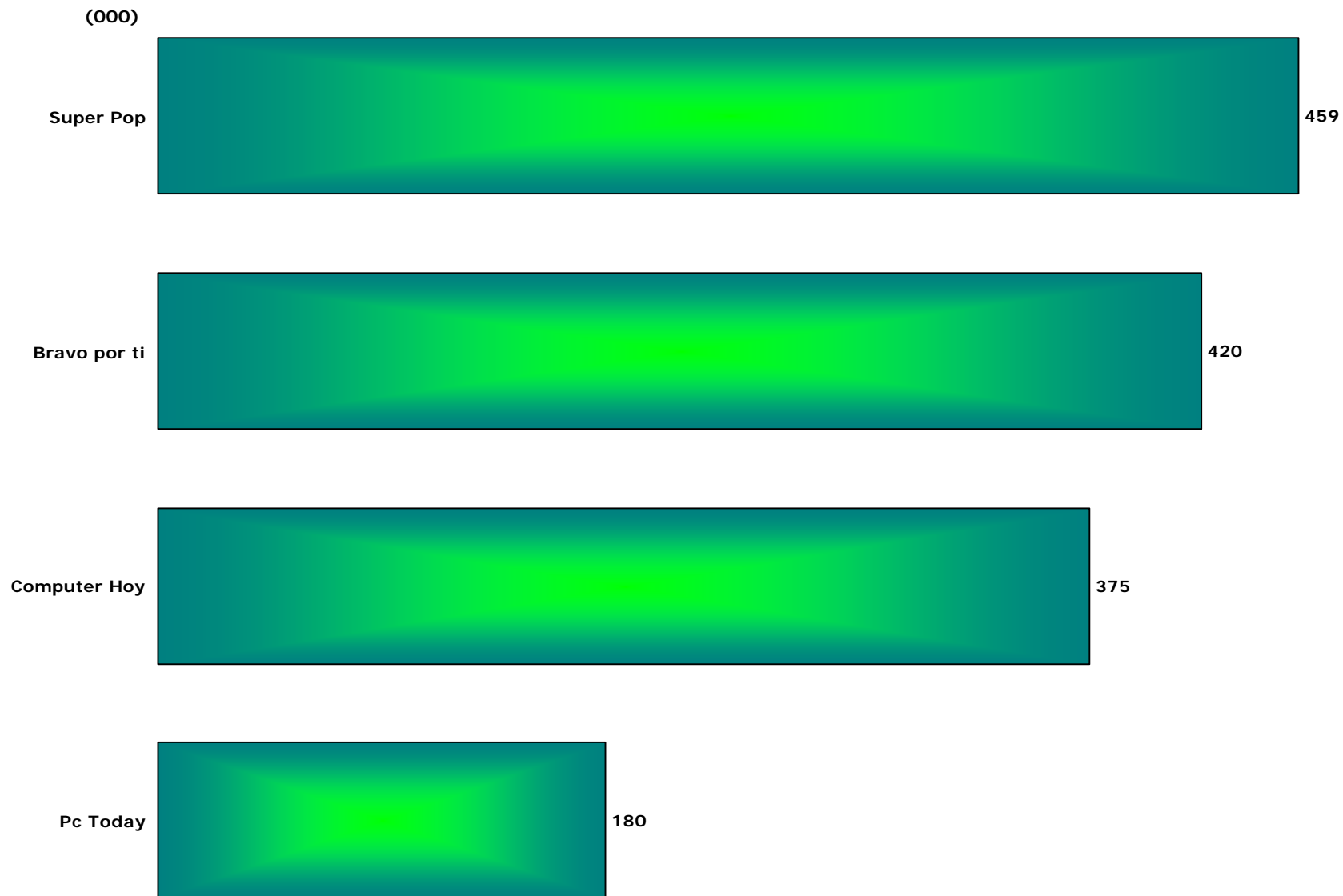
Audiencia Revistas por familias



"Top 20" . Revistas Semanales



Revistas Quincenales



"Top 20". Revistas Mensuales

