**LAS REVISTAS GANAN EN 3 MESES UN + 6,7% DE INFLUENCIA**

**EL ESTUDIO TRIMESTRAL ARI 360º MUESTRA QUE LA COBERTURA TOTAL DEL MEDIO REVISTAS SIGUE CRECIENDO**

**Madrid, 14 de enero de 2016**

Las revistas miembros de ARI, 97% de la audiencia total de revistas de consumo, han generado 135.648.800 contactos en el mes de noviembre de 2015. El estudio ARI 360º publicado hoy, muestra cómo el alcance de las revistas miembros de ARI han incrementado en un +6,7% desde el mes de agosto de 2015, fecha del anterior informe. Las revistas tienen cada vez más capacidad de generar influencia a través de sus múltiples plataformas y formatos.

El incremento más importante se ha producido en la audiencia online, los contactos Multiplataforma han pasado de 35,6 millones en agosto de 2015 a 40,4 millones en noviembre de 2015, +13,3%. Así mismo han crecido los seguidores de revistas en redes sociales pasando de 53,5 millones a 58,6 millones (número total de seguidores y fans de redes sociales de revistas, ediciones españolas, socias de ARI), + 9,5% en tres meses. Las revistas analizadas en este estudio acumulan 36,6 millones de lectores de sus ediciones en papel, según la 3º Ola del EGM.

ARI 360º es el informe trimestral de audiencia e influencia del medio revistas detallado por marca. Es una nueva medición de la industria que muestra la demanda de contenido del medio revistas, midiendo la audiencia en múltiples plataformas y formatos, incluyendo ediciones en papel, digitales, webs, vídeo y redes sociales, por primera vez un análisis centrado en el usuario y no en el soporte. ARI 360º ofrece una foto detallada, amplia y exacta de la vitalidad del medio revistas.

ARI 360º utiliza información del mercado validada por medidores externos reconocidos por el mercado, EGM, ComScore y RRSS, ofrece información agregada de 200 revistas y 21 editores (97% de la audiencia de revistas de consumo) y detallada, marca a marca, de 100 revistas y 14 editores (91% del total).

Las fuentes para la elaboración de este informe ARI 360º han sido: EGM 3ª Ola 2015, ComScore Multiplataforma noviembre 2015 y seguidores de redes sociales de la revista en su edición española exclusivamente en: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Youtube y Google + a día 30 de noviembre de 2015. Cada editor reporta su propia información a ARI, que elabora el informe y lo cuelga en la web www.revistasari.es.

Nuevos tiempos exigen nuevas mediciones. Han cambiado las reglas del juego y la audiencia de las revistas es cada vez mayor. La audiencia de los distintos productos y contenidos que cada revista ofrece en cada plataforma, no se fragmenta, sino que en el caso de las revistas aumenta. Las revistas tienen más seguidores e influencia que nunca, su poder de prescripción no tiene límites. Sólo era necesario analizar este medio en toda su magnitud; ahora una revista es un conjunto de contenidos, dispositivos, eventos y experiencias que rodean al usuario junto con la imagen y las connotaciones de marca. Nunca, las marcas de revistas han tenido tanta fuerza como ahora.

ARI 360º se envía de forma trimestral a prensa especializada, agencias de medios y anunciantes y está disponible en la web de ARI: [www.revistasari.es](http://www.revistasari.es).

**ARI**

ARI, es la Asociación de Revistas, que agrupa a 21 editores que representan el 97% de la audiencia de las revistas de consumo. ARI es el defensor y la voz del medio revistas, liderando la comunicación, la innovación y el cambio en las reglas de medición y valoración del medio para promover la vitalidad de esta industria, incrementar sus ingresos y cuota de mercado. Desde 1977 ARI representa los intereses de los editores de revistas, en todos los formatos y en todos los soportes.

Para más información.

Yolanda Ausín. 913604940

yausin@revistasari.es

www.revistasari.es