

KANTAR MEDIA

Com es mesura l'audiència de Televisió?

EL PANEL D'AUDIMETRÍA

Eduard Nafria i Mitjans, Director General Tècnic

14 d'Octubre de 2010



Casa de Cultura
de la Diputació de Girona



Universitat de Girona

SUMARI

PANEL D'AUDIMETRÍA DE TELEVISIÓ

- 1.0 Què es KANTAR MEDIA?
- 2.0 El panel d'Audimetría
- 3.0 La Tècnica del panel
- 4.0 L'audímetre
- 5.0 El procés de càlcul dels resultats
- 6.0 Control de Qualitat
- 7.0 Reptes de Futur
- 8.0 L'inici de la TDT i el final Analògic
- 9.0 Dades de Mercat

1.0

QUÈ ES KANTAR MEDIA?

1.0 QUÈ ES KANTAR MEDIA?

DE SOFRES, TNS AUDIENCIA DE MEDIOS A KANTAR MEDIA

- Grup KANTAR:
 - xarxa mundial de **recerca, consultoria i insights**.
 - amb més de **13 empreses especialitzades**, 26.500 empleats i present a més de 95 països.
- A Espanya, el grup KANTAR el componen **quatre empreses**:



TNS IMO, dedicada als **estudis de mercat i opinió**.

KANTAR WORLDPANEL

KANTAR Worldpanel, especialitzada al **panel de consumidors**

KANTAR HEALTH

KANTAR Health, a la investigació del **sector mèdic-sanitari**.

KANTAR MEDIA

KANTAR MEDIA,

- KANTAR MEDIA | Audiences, **Panel Audimetría de TV**
- KANTAR MEDIA | Intelligence, **Seguiment de Notícies**

2.0

EL PANEL
DE AUDIMETRÍA

2.0 EL PANEL DE AUDIMETRÍA

MÈTODE DE MEDICIÓ DE L'AUDIÈNCIA DE TV

- Eina de **recerca de mercats** acceptada per tots
Trets bàsics:
 - Tecnologia Avançada
 - Dades diàries, minut a minut
 - Mostra constant (20% renovació anual)
- Te com objectiu l' **estudi continuo del consum de televisió a les llars espanyoles**
- Una metodologia **consensuada i amb estrictes controls de qualitat**
- Produeix una **gran riquesa d'informació** amb diverses aplicacions (programació, publicitat, etc.)
- Una via de coneixement del **comportament de la societat** respecte al **mitjà televisiu**

2.0 EL PANEL DE AUDIMETRÍA

MÈTODE DE MEDICIÓ DE L'AUDIÈNCIA DE TV

Aspectes Principals:

- Mostra 'permanent' de llars, representativa de la poblacions Espanñola
- Equipada amb audímetres a totes les TV, vídeos, DVD's, ...
- Tots els individus de 4 y més anys, declaren la seva audiència mitjançant un comandament a distancia
- La informació d'audiència es recollida, processada i distribuïda diàriament

Avantatges:

- Precisió en la mesura. Mesura al segon
- Mesura automàtica de l'estat de la TV
- Mostra amplia, més de 12.000 individus
- Dades continues dia a dia

3.0

LA TÈCNICA DEL PANEL

3.1 UNIVERS

3.2 MOSTRA

3.1 L'UNIVERS

LA TÈCNICA DEL PANEL D'AUDIMETRÍA

Llars:

Llars amb TV destinades a vivenda principal, de la Península, Balears i Canàries

Individus:

Persones de 4 i més anys residents a llars.

Univers ESPANYA 2010

43.900.564 individus

16.760.958 llars

3.2 LA MOSTRA

LA TÈCNICA DEL PANEL D'AUDIMETRÍA

S'exigeix **màxima dispersió**: una llar per secció censal i una llar per municipi, quan sigui possible

Quotes i variables de referència:

Geogràfiques

Província

Hàbitat

Demogràfiques

Classe Social

Tamany de la llar

Presència de Nens

Edad M.de C.

Idioma Llar

Activitat A.C.

...

Equipament

Nº de TV's

Nº de VCR's

TV Pagament

TDT

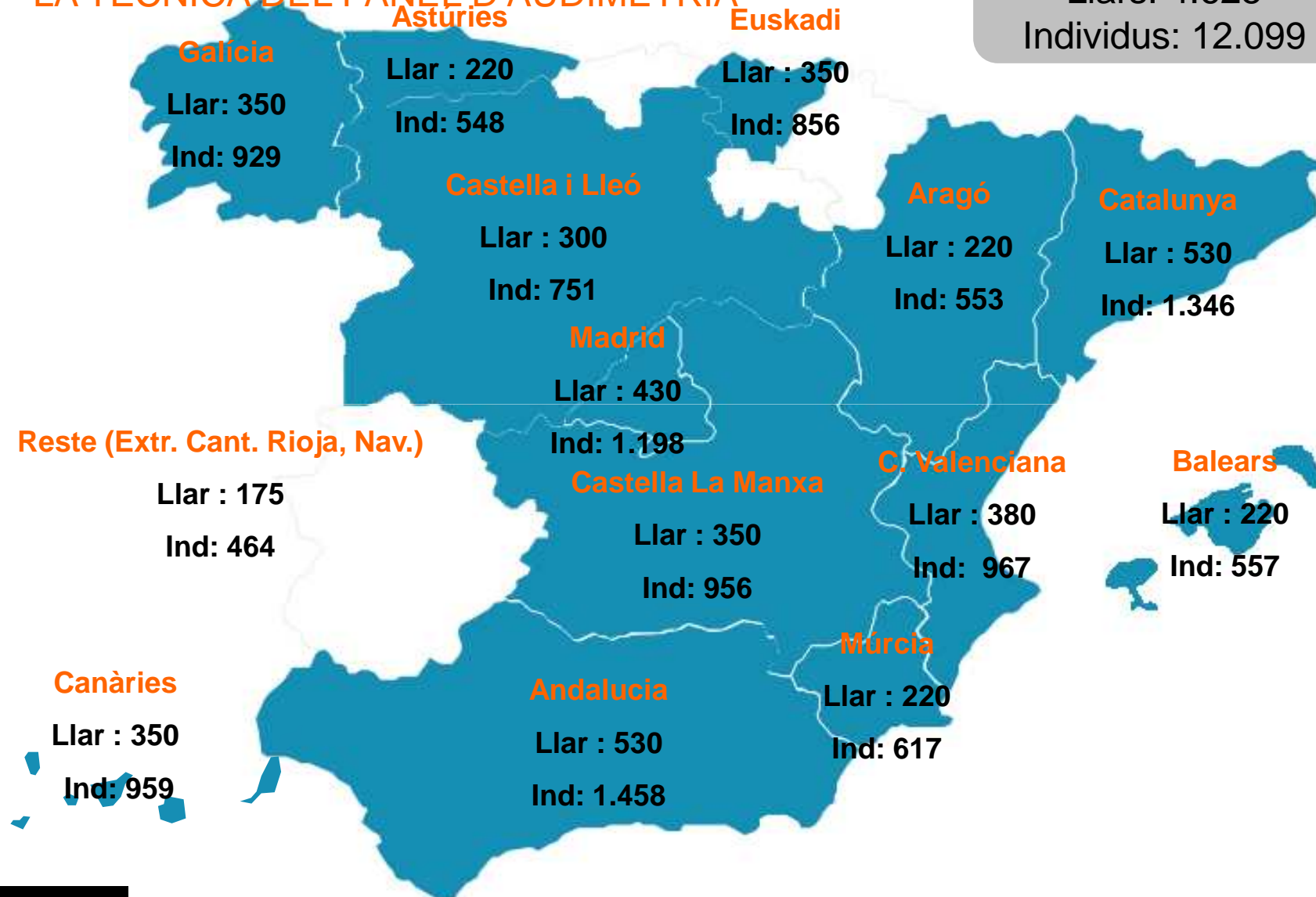
3.2 LA MOSTRA

LA TÈCNICA DEL PANEL D'AUDIMETRÍA

ESPANYA 2010

Llars: 4.625

Individus: 12.099



3.2 EVOLUCIÓ DE LA MOSTRA

LA TÈCNICA DEL PANEL D'AUDIMETRÍA

- 1988:** Es constitueix el panel amb **1.500 llars**
- 1991:** Renovació del panel i ampliació a **2.000 llars**
- 1993:** Augment de la mostra a **2.500 llars**
- 1997:** Augment de la mostra a **2.800 llars**. Nou àmbit Canàries
- 1999:** Augment de la mostra a **3.105 llars**
- 2002:** Augment de la mostra a **3.305 llars**. Nou àmbit Castella La Manxa
- 2006:** Augment de la mostra a **3.845 llars**. Nous àmbits: Aragó, Astúries, Balears i Múrcia
- 2009:** Augment de la mostra a **4.500 llars**
- 2010:** Augment de la mostra a **4.625 llars**. Nou àmbit Castella i Lleó

4.0

L'AUDIMETRE

4.1 EL DISPOSITIU

4.2 EL SISTEMA DE TRUCADES

4.3 LES TÈCNIQUES DE MESURA

4.1 EL DISPOSITIU

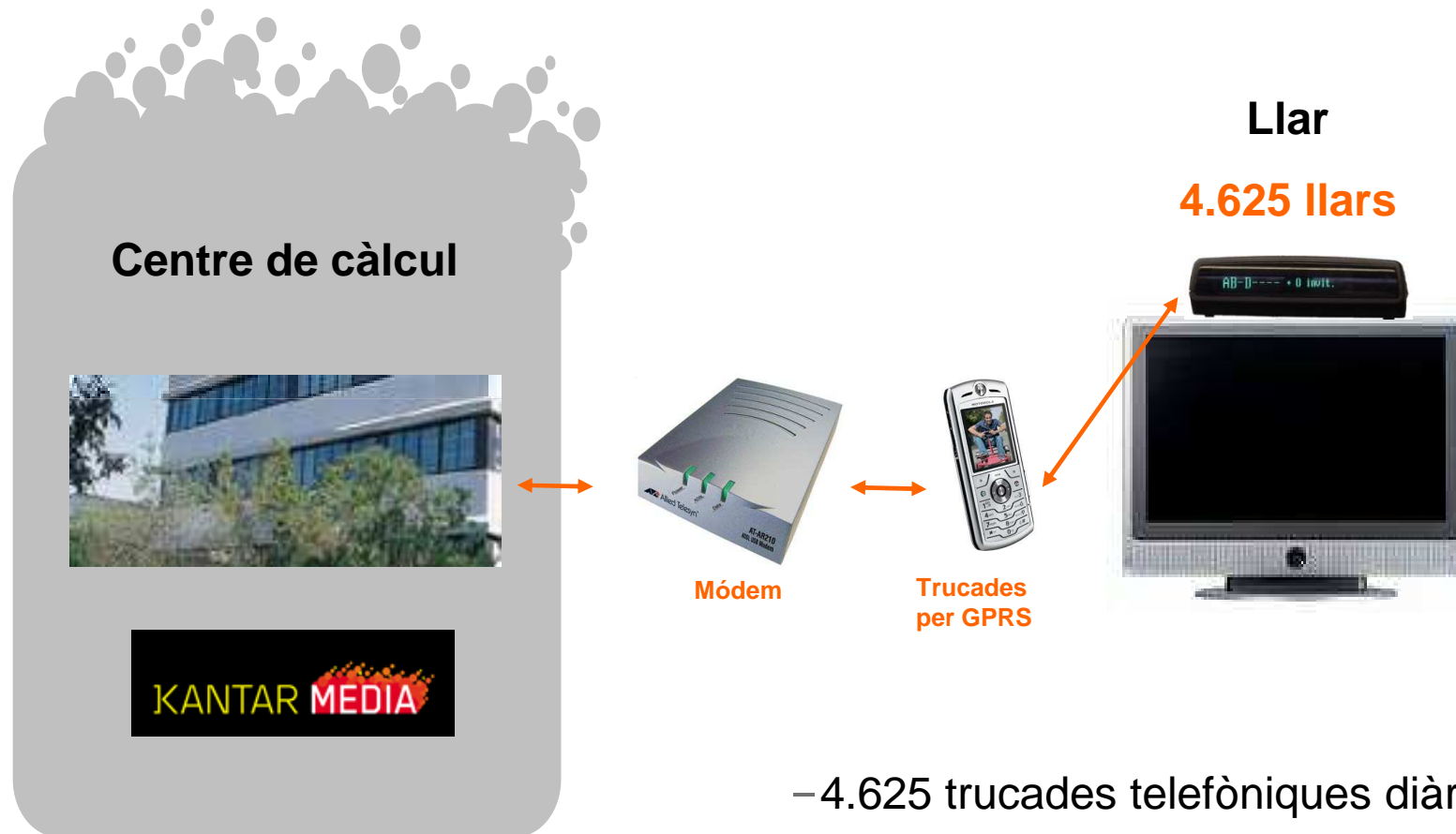
L' AUDÍMETRE

Dispositiu electrònic connectat al tv, DVD, telèfono i xarxa elèctrica



4.2 EL SISTEMA DE TRUCADES

L' AUDÍMETRE



- 4.625 trucades telefòniques diàries
- Trucades entre las 02:30 y las 04:30h

4.3 LES TÈCNIQUES DE MESURA

L' AUDÍMETRE

Audio Matching System - AMS.

Nou Sistema de Mesura. Basat en la comparació d'Audio

Codis SI.

El decoder de l'operador envia l'identificació del canal/servei sintonitzat

Aquestes tècniques s'utilitzen de forma integrada, atenent els diferents dispositius de la llar



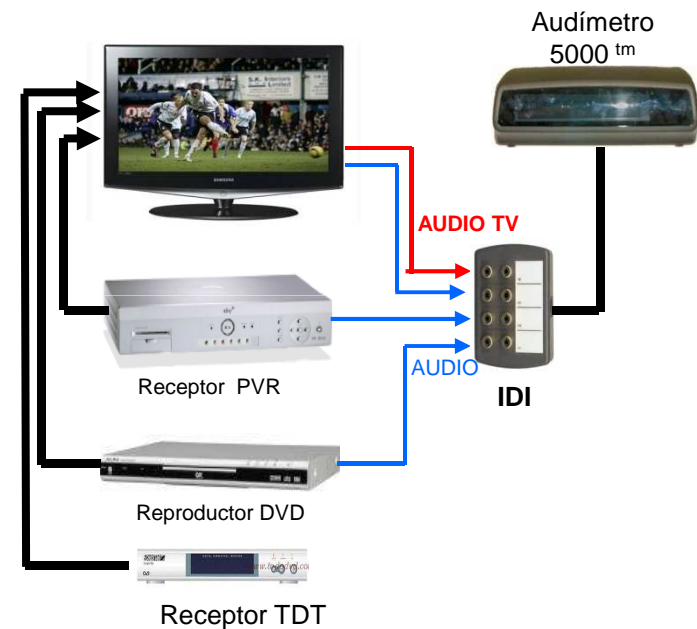
4.3 LES TÈCNIQUES DE MESURA

AUDIO MATCHING SYSTEM - AMS

Basat en la comparació d'àudio
250 cadenes referenciades

Avantatges

- Immune a canvis de format de pantalla, a interactivitat,...
- Menys simulcast respecte al vídeo
- Cada segon d'emissió es una empremta "única"
- BB.DD indexada d'empremtes permet:
 - Més velocitat de cerca
 - Opcionalment: Time-shifting, incorporar events puntuals a la BB.DD.
- Mínim nivell d'intrusió, gràcies a IDI



Utilitzat per: D+, TDT, Cable, IP

100% llars en 2010

4.3 LES TÈCNIQUES DE MESURA

CODIS SI - SONDA

El decoder de D+ envia l' identificació del canal/servei sintonitzat

Avantatges

- Fiabilitat del 100%
- Permet mesurar tots els canals i serveis de l'operador
- No hi ha problemes d'interactivitat, multi pantalles

Inconvenients

- Requereix de la col·laboració de l'operador

Utilitzat per a Digital +

5.0

EL PROCÉS DE CÀLCUL DE RESULTATS

5.1 VALIDACIÓ I EQUILIBRATGE

5.2 MINUTAT

5.3 RESULTATS I SERVEIS

5.4 CLIENTS

5.1 VALIDACIÓ I EQUILIBRATGE

EL PROCÉS DE CàLCUL DE RESULTATS

Validació

- Selecciona les llars sense incidències
- Canals invàlids, intervals no coberts, audiència duplicada, ...
- Asignació de l'audiència a l'individu
- Conversió del canal radioelèctric a la cadena de TV

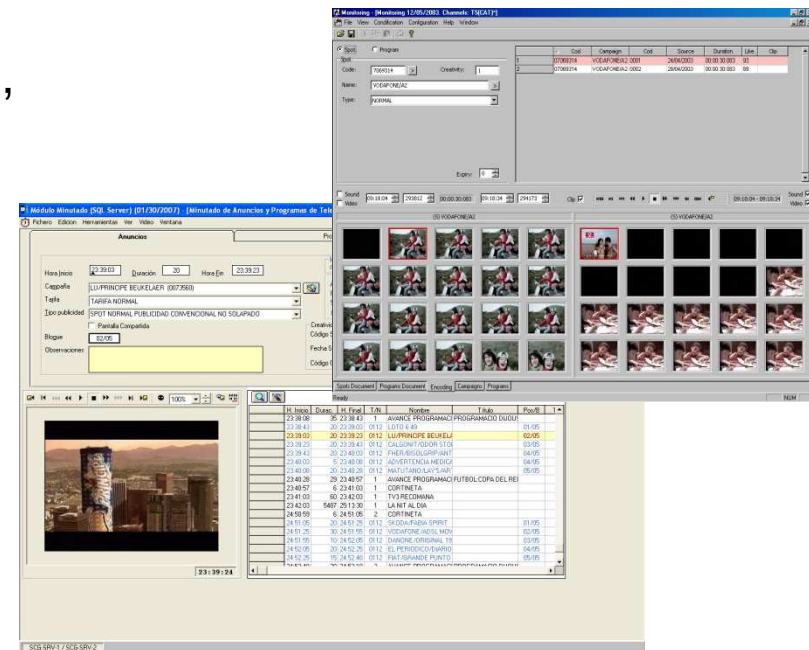
Equilibratge

- Procès de “Weighting”, per assignar a cada individu pesos en funció dels seus demogràfics i de la mostra útil del dia
- Es realitza una ponderació per cada àmbit d'anàlisis
- Cada àmbit te les pròpies variables de ponderació (per exemple l'idioma)

5.2 MINUTAT

EL PROCÉS DE CàLCUL DE RESULTATS

- Gravació, captura i classificació de programes i anuncis
 - Manual
 - Automàtic: Spots Matching
- 1 oficina per cada zona amb desconnexió regional (13 oficines)
- Més de 100 cadenes minutades: Estatals, Autonòmiques, temàtiques TDT, Temàtiques de pagament i algunes locals
- Aproximadament 12.000.000 registres anuals
 - 5.000.000 programes
 - 7.000.000 spots



5.3 RESULTATS I SERVEIS

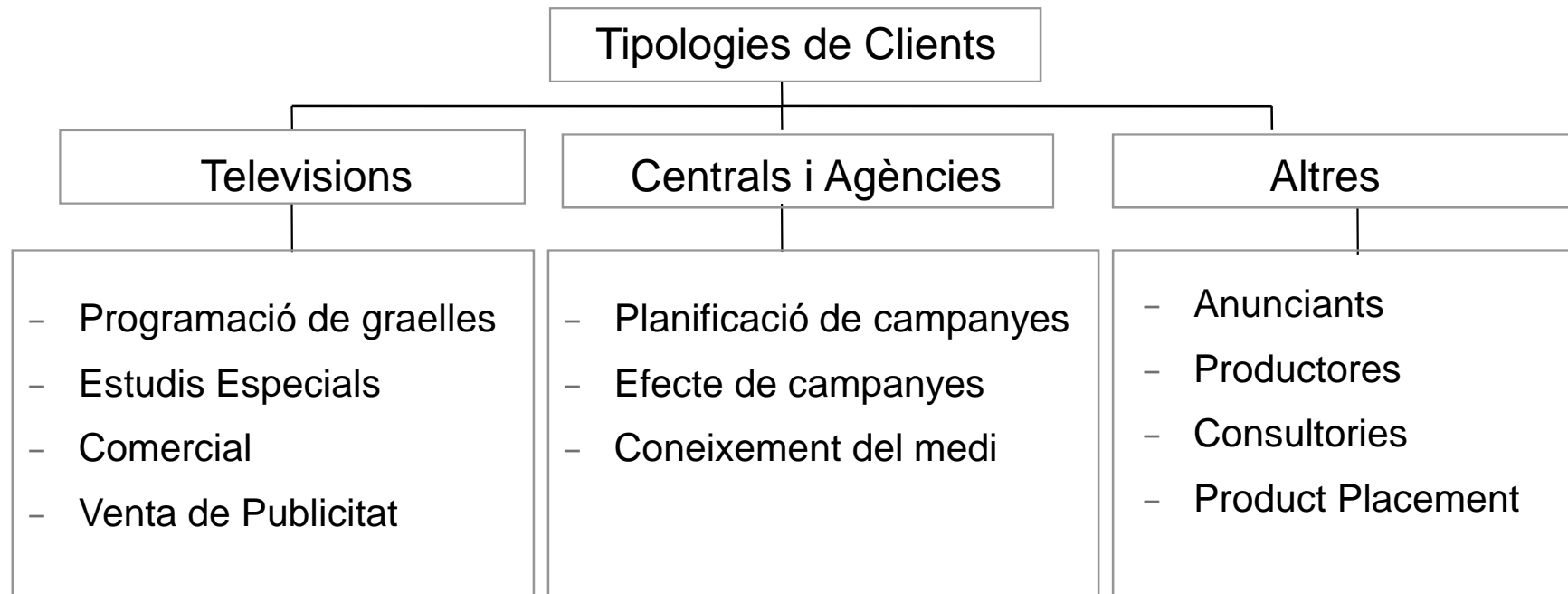
EL PROCÉS DE CÀLCUL DE RESULTATS

- Software d'audiència: **InfoSysTV / InfoSys +**
- Accés **Web**: Informes Predefinitos, Transmissió de Fitxers,...
- Estudis **Ad-hoc**: Informes d'audiència, Informes de publicitat
- Anàlisis especials de Minutat:
 - KANTAR MEDIA SPORT**: Patrocini esportiu SportTrack
 - Product Placement
- Control de Nous Spots y Creativitats
- Fitxers desagregats
- www.InfoSysExec.es** (Web y PDA)
 - Audiència
 - Notícies



5.4 ELS CLIENTS

EL PROCÉS DE CÀLCUL DE RESULTATS



5.4 ELS CLIENTS

EL PROCÉS DE CÀLCUL DE RESULTATS

Cadena >>	TVE1 (AT) (MAD)	T5 (AT) (MAD)	A3 (AT) (MAD)	CUATRO (AT) (MAD)								
21:01:05												
Configuración >>	FPS:12 Tamaño:[320 x 240] (58%)	FPS:12 Tamaño:[320 x 240] (58%)	FPS:12 Tamaño:[320 x 240] (58%)	FPS:12 Tamaño:[320 x 240] (58%)								
Targets												
Ind. 4+	1732 [+40] ↑	1923 [+25] ↑	2426 [+8] ↑	828 [-8] ↓								
21:30												
			D-REGIONAL (PBC) / 1477 /									
Cadenas	Hora	AM(000)	Cuota	Título	AM(000)	AM%	Cuota	MMin	MAA(00)	MAA%	FidM	ATT
TVE1 (AT)	21:01	1732	11,7	TELEDIARIO 2	2224	5,2	13,9	2	5693	13,4	39,1	
T5 (AT)	21:01	1923	13,0	INFORMATIVOS T5 21:00	2145	5,1	13,9	2	4416	10,4	48,6	
A3 (AT)	21:01	2426	16,4	ANTENA 3 NOTICIAS 2	2367	5,6	15,0	2	5407	12,7	43,8	
CUATRO (AT)	21:01	828	5,6	NOTICIAS CUATRO 2	882	2,1	5,8	1	1858	4,4	47,5	

6.0

CONTROL DE QUALITAT

6.1 PANEL

6.2 RESULTATS

6.3 INSTITUCIONALS

6.1 PANEL

CONTROLS DE QUALITAT

Tècnics

– Sobre la mostra

- Mensual: Distribució geogràfica: regió/hàbitat, Representativitat sobre universos, Dispersió per districte secció, Dispersió per municipi
- Anual: Cens de panelistes

– Sobre el panel

- Mensual: Mostra instal·lada per regions, Rotació, Antiguitat i vida mitjana, Coherència Base de Dades
- Diari: Productivitat del panel, Baixes, Llars rebutjades

– Sobre la llar

- Noves instal·lacions, Audiència no coberta, Audiència Zero, Presència de convidats, Averia de TV's

– Sobre els equips (audímetres, TV, DVD)

- Audímetre: No contacte en les comunicacions, diferència en l'hora dels equips, canals invàlids, excessius apunts llar/dia

6.1 PANEL

CONTROLS DE QUALITAT

Personals

- Sobre els individus i el seu comportament
 - Individus sense audiència
 - Audiència duplicada
 - Grans consumidors de TV
 - Grans consumidors d'una cadena

6.2 RESULTATS

CONTROLS DE QUALITAT

Coincidental Intern - Periodicitat anual (octubre)

- Objectiu: Determinar el correcte compliment de les normes d'anotació dels individus
- Metodologia:
 - Entrevista telefònica a totes les llars del panel on s'interroga sobre l'audiència en el momento de realitzar l'entrevista
 - Contrast de la declaració d'audiència de la llar amb l'informació provinent de l'audímetre

Coincidental Extern - Periodicitat anual (maig)

- Objectiu: Contrastar l'audiència obtinguda a partir de la mostra panelitzada amb els resultats obtinguts per l'altre mostra homogènia diferent
- Metodologia:
 - Entrevista telefònica a 16000 individus, on es registra l'audiència en el moment de la trucada.
 - Contrast dels resultats obtinguts amb l'estudi vs els produïts per l'audimetria

Contrasts amb d'altres fonts d'informació

6.3 INSTITUCIONALS

CONTROLS DE QUALITAT

Comitè d'usuaris

Televisions, Centrals, Agències i Anunciants

Consell de control

Màxim organisme

Control Continu de la A.I.M.C.

Controls continus en diferents àrees:

Univers, mostra

Panel

Audímetre

Operació (validació, equilibratge,...)

Control de qualitat

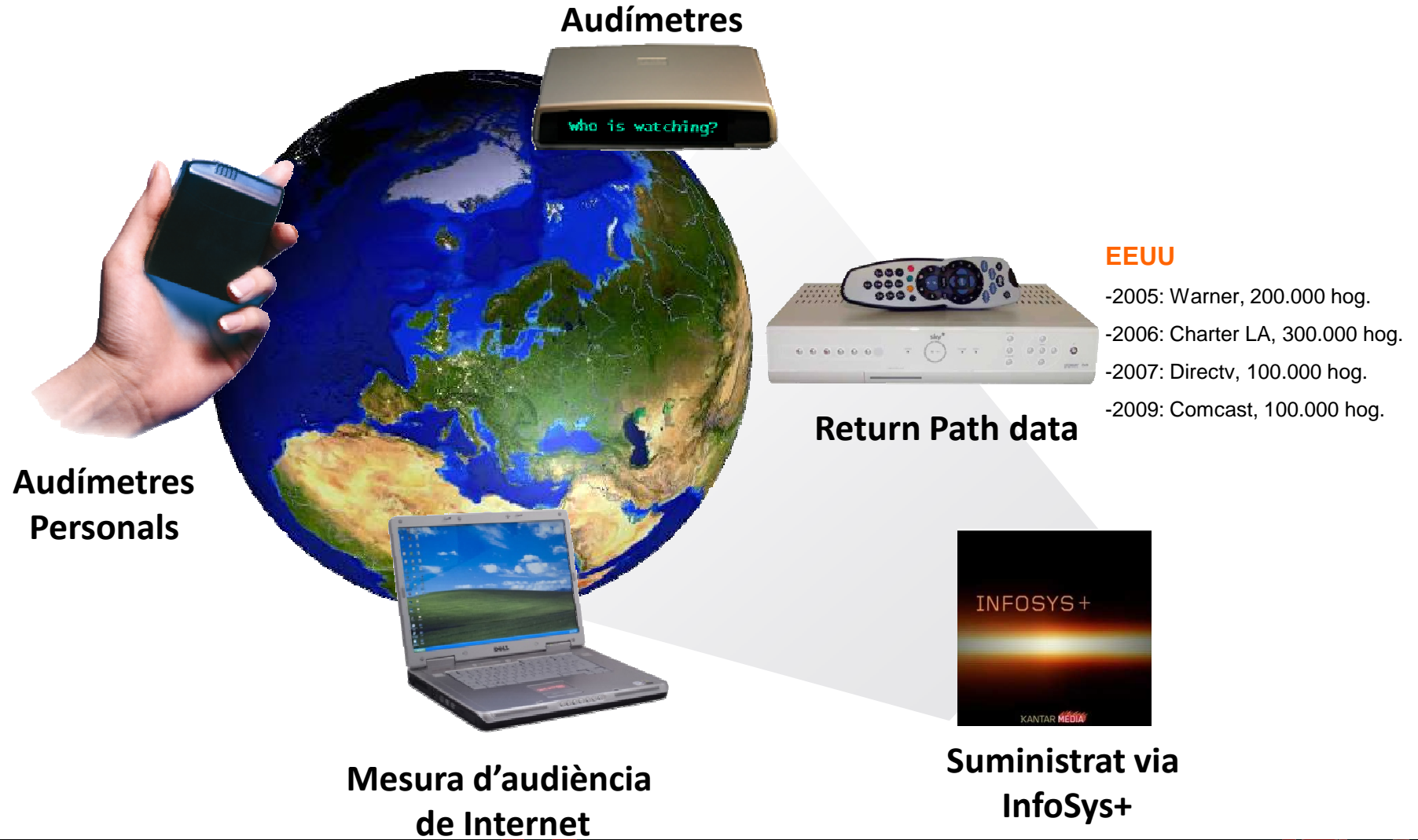
Seguretat

7.0

REPTES DE FUTUR

7.0 REPTES DE FUTUR

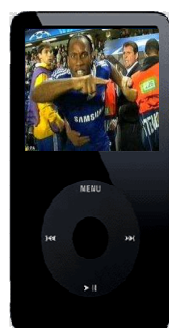
TECNOLOGIA LIDER MUNDIAL EN...



7.0 REPTES DE FUTUR

CONSUM DE TELEVISIÓ LINEAL I TIME SHIFTING

Minut més vist a UK en el 2009
Lliga de Campions: Chelsea - FC Barcelona



7.0 INFOSYS

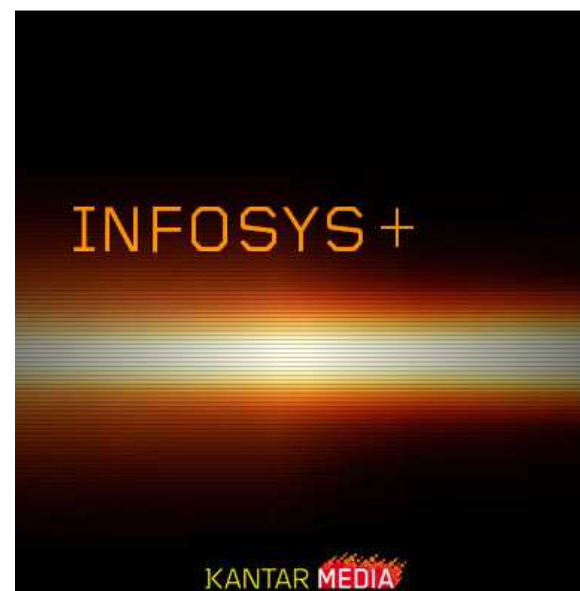
UN SOFTWARE PER L'ANÀLISIS DE LES AUDIÈNCIES DE TV

Operatiu en més de 30 països: **Espanya, Estats Units, Xina, Regne Unit, Canadà, Rússia, Austràlia, Dinamarca, Bèlgica, Romania, Eslovàquia, Singapur, Vietnam, Filipines, Corea, Israel, Egipte...**

Desenvolupat per complet a Catalunya
(Sant Cugat)

Traduït a més de 10 idiomes.

Més de 10.000 usuaris arreu del mon.



8.0

INICI DE LA TDT I EL FINAL ANALÒGIC

APAGADA ANALÒGICA

DEFINICIÓ I FASES

L' **apagada analògica** a Espanya es va programar en **diferents fases d' aplicació** segons el "Plan Nacional de Transición a la TDT".

Fase 1: Juny 2009
12.6% població



Fase 2: Dic. 2009
32.3% població



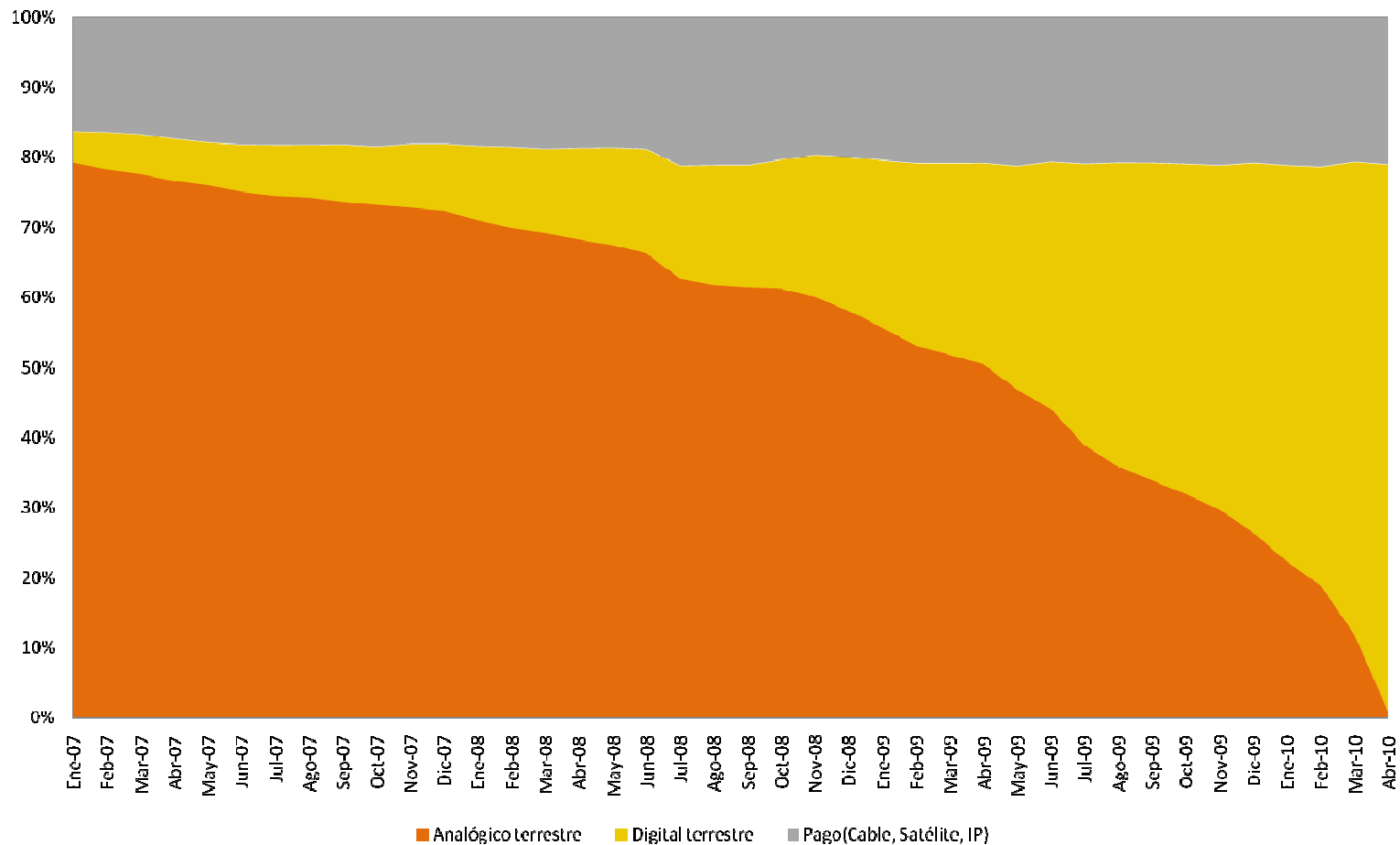
Fase 3: Abril 2010
100% població



APAGADA ANALÒGICA

QUOTA PER SISTEMA DE DISTRIBUCIÓ

Cuota por S.Distribución

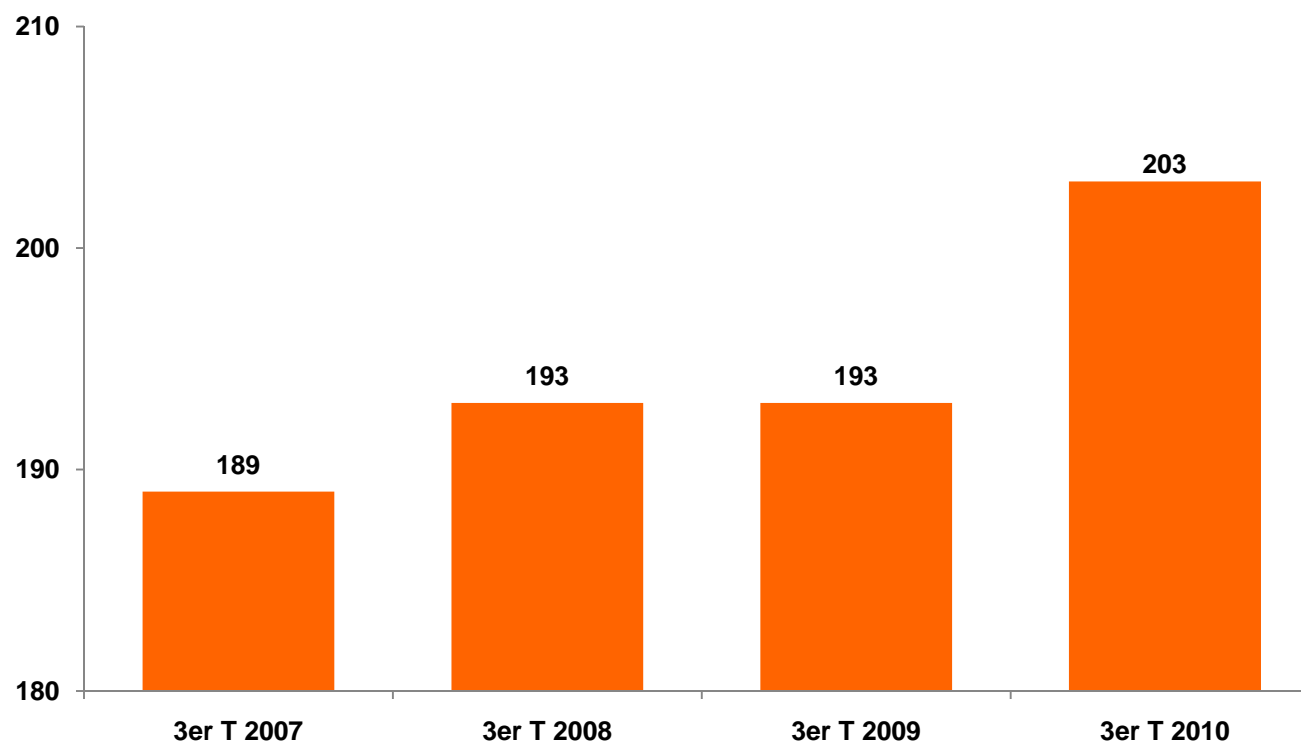


Font: Quota mensual Total TV. Individus 4+

INCREMENT DE CONSUM

TV EN OBERT A LLARS

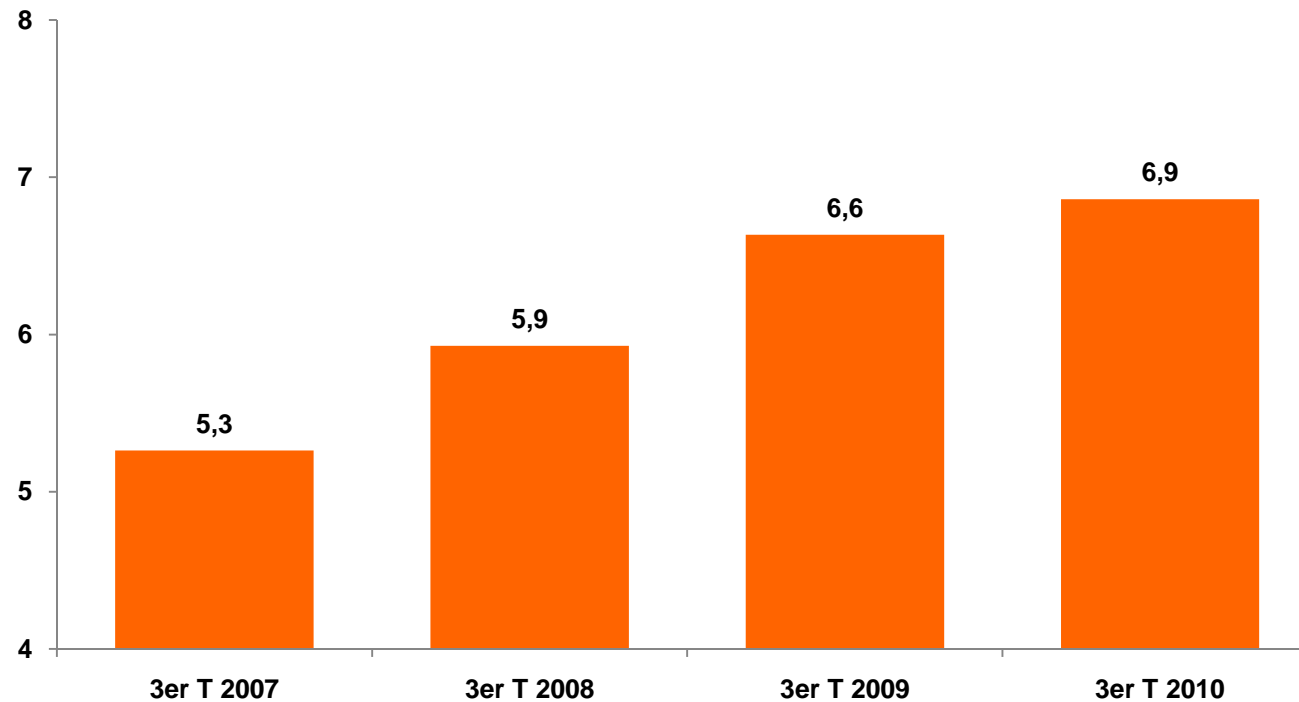
Consum diari de TV



Font: Promig diari de consim de tv en obert. Individus 4+ a llars amb TV en obert

INCREMENT DEL NOMBRE DE CANALS TV EN OBERT A LLARS

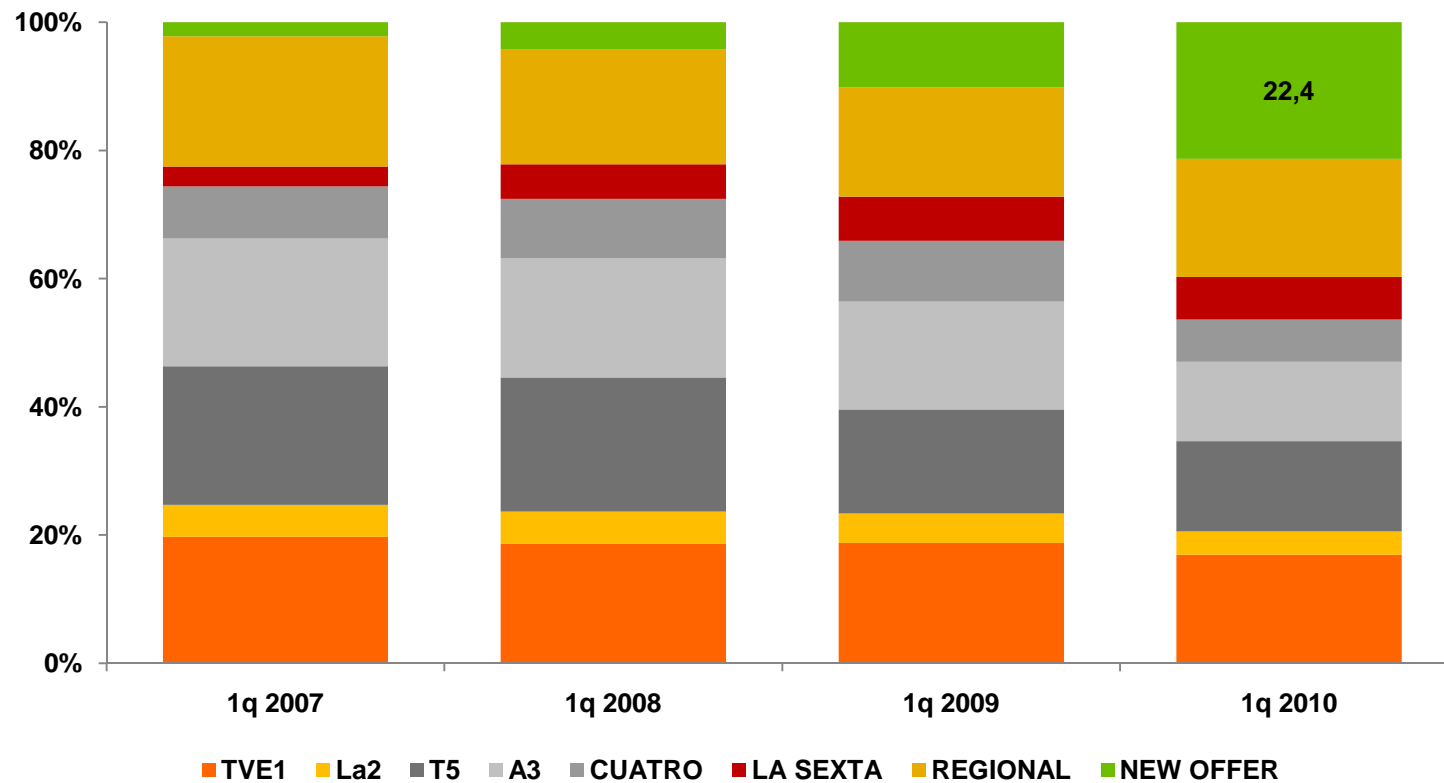
Promig diari de cadenes vistes



Font: Promig diari del nombre de cadenes vistes. Individus 4+ a llars amb TV en obert

INCREMENT DE LA COMPETÈNCIA: QUOTA DE CADENES TV EN OBERT A LLARS

Quota de cadenes en obert

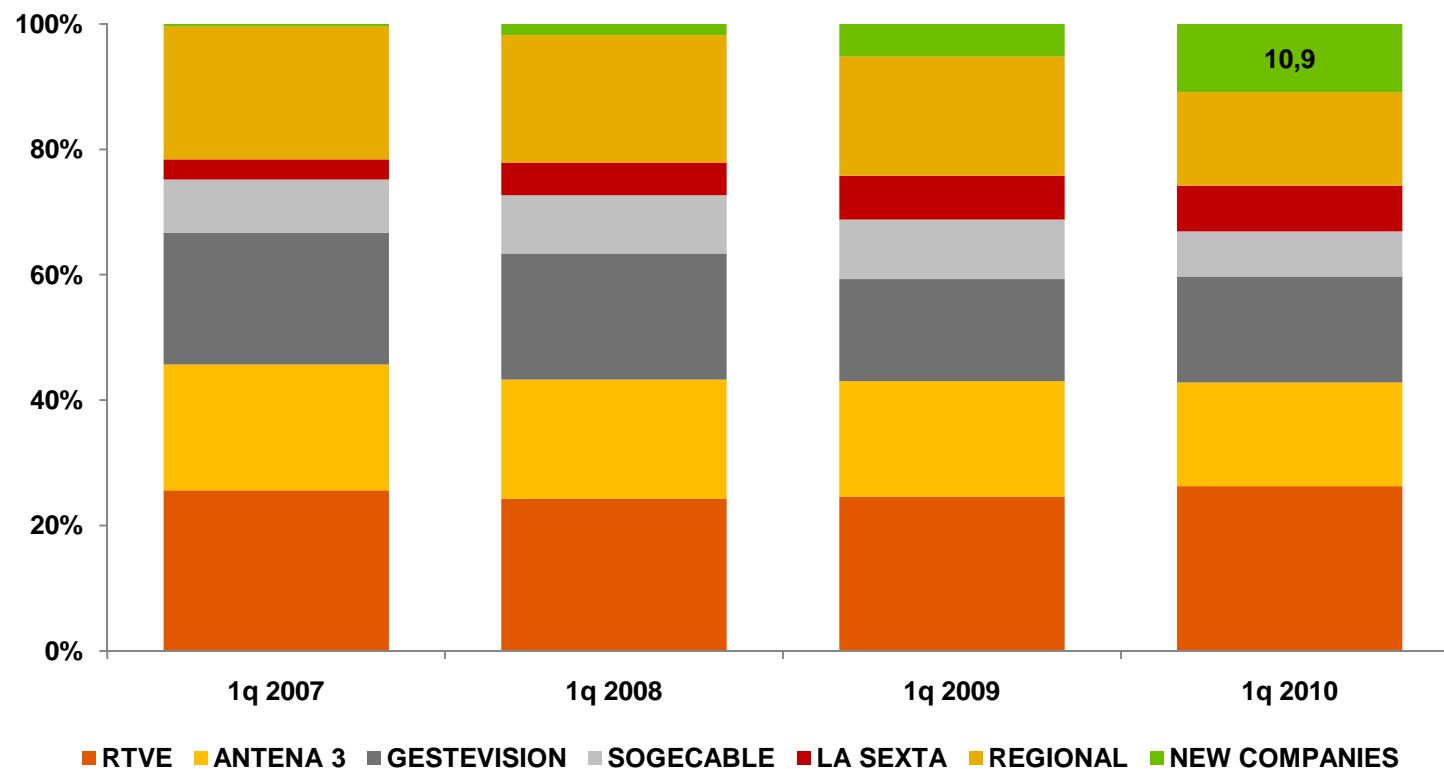


Font: Quota de Cadenes en obert. Individus 4+ a llars amb TV en obert

INCREMENT DE LA COMPETÈNCIA: QUOTA PER GRUP

TV EN OBERT A LLARS

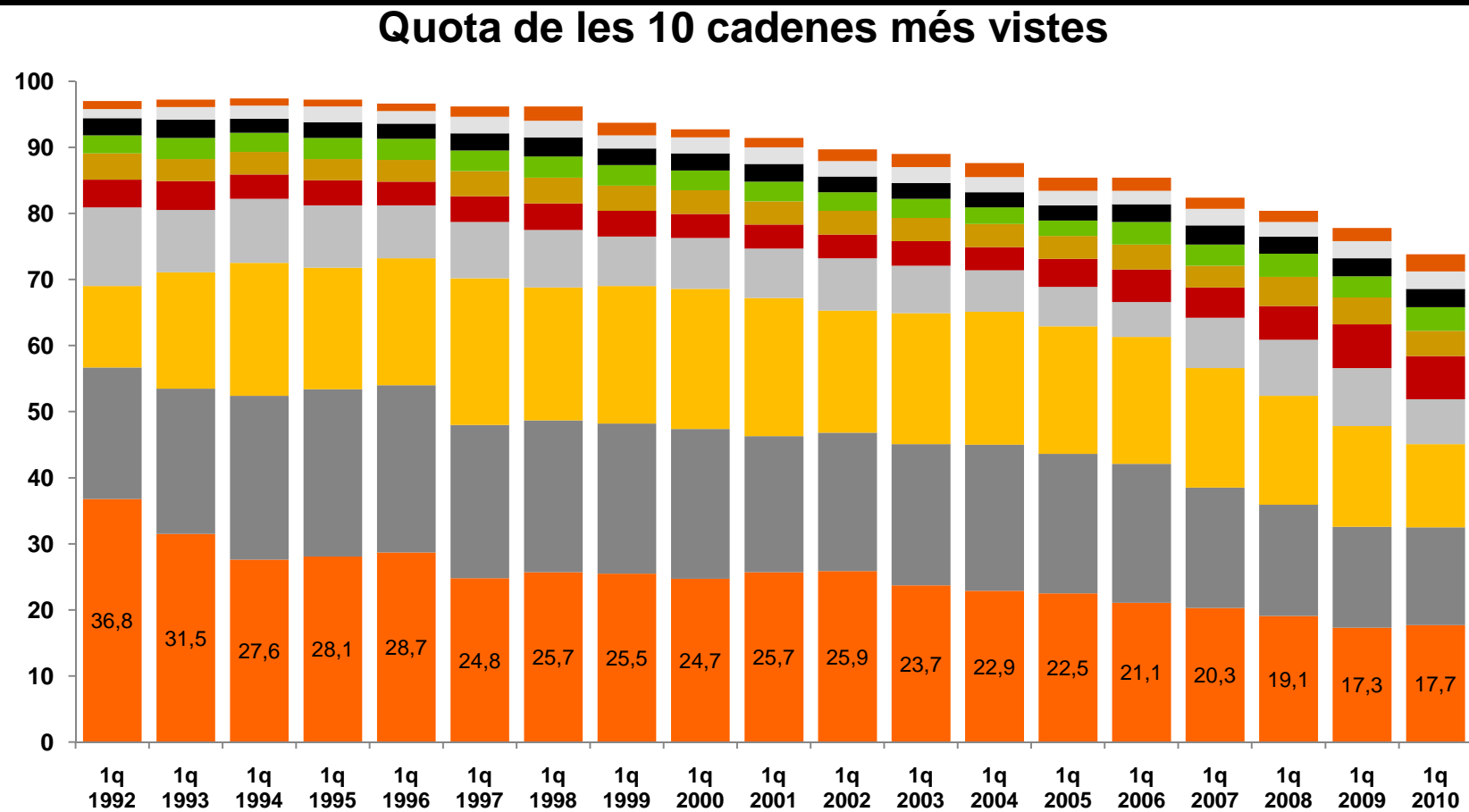
Quota per Grups Editorials en TV en obert



Font: Quota de Grups editorials. Individus 4+ a llars amb TV en obert

FRAGMENTACIÓ

EVOLUCIÓ DE LA QUOTA DE LES 10 CADENES MÉS VISTES



Font: Quota de cadenes de TV. Individus 4+

FRAGMENTACIÓ

DISTRIBUCIÓ DE CANALS PER QUOTA

Quota	1Q 1998	1Q 2001	1Q 2004	1Q 2007	1Q 2010
+20	3	3	3	1	0
15-20	1	0	0	2	2
10-15	0	1	1	1	2
5-10	1	1	1	2	2
1-5	3	5	4	6	15
<1	0	30	49	94	108

Total	8	40	58	106	129
--------------	---	----	----	-----	-----

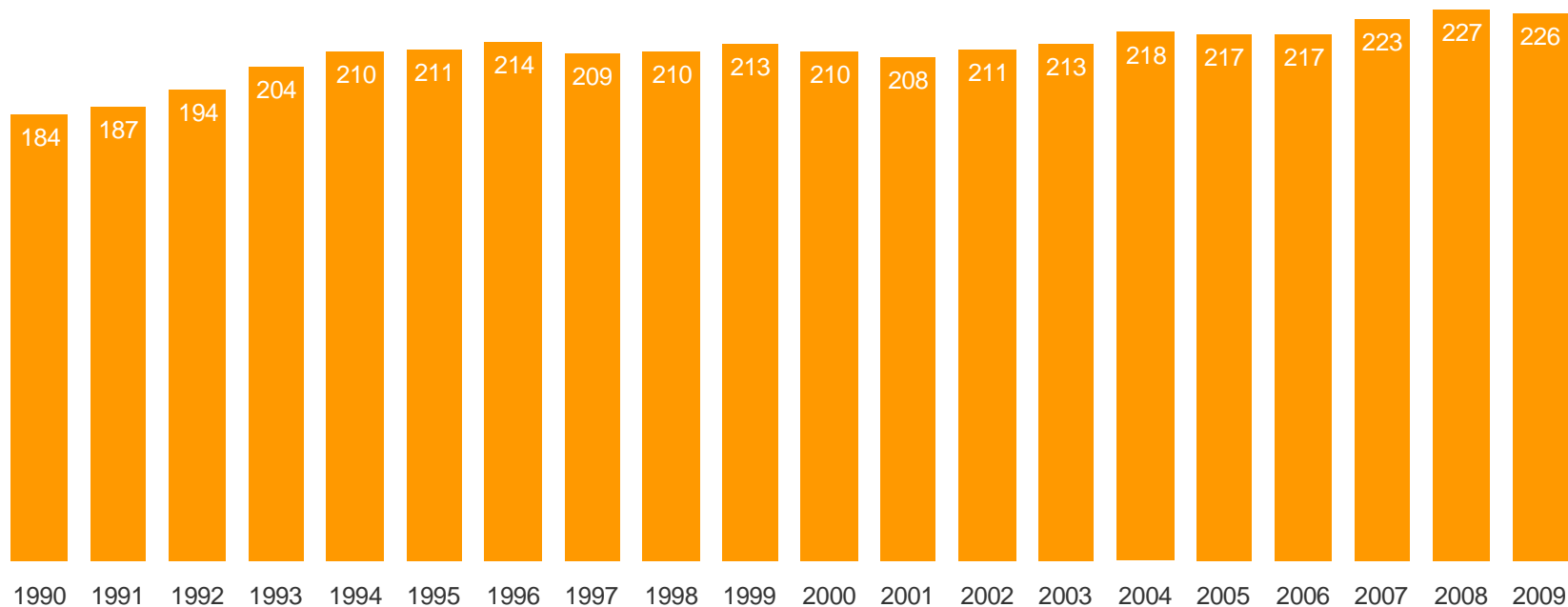
Font: Quota de cadenes per individus de 4+

9.0

DADES DE MERCAT

ALGUNES DADES DE MERCAT

EVOLUCIÓ DEL CONSUM DE TELEVISIÓ



1990-1991 Península y Baleares, ind. 10 y + años

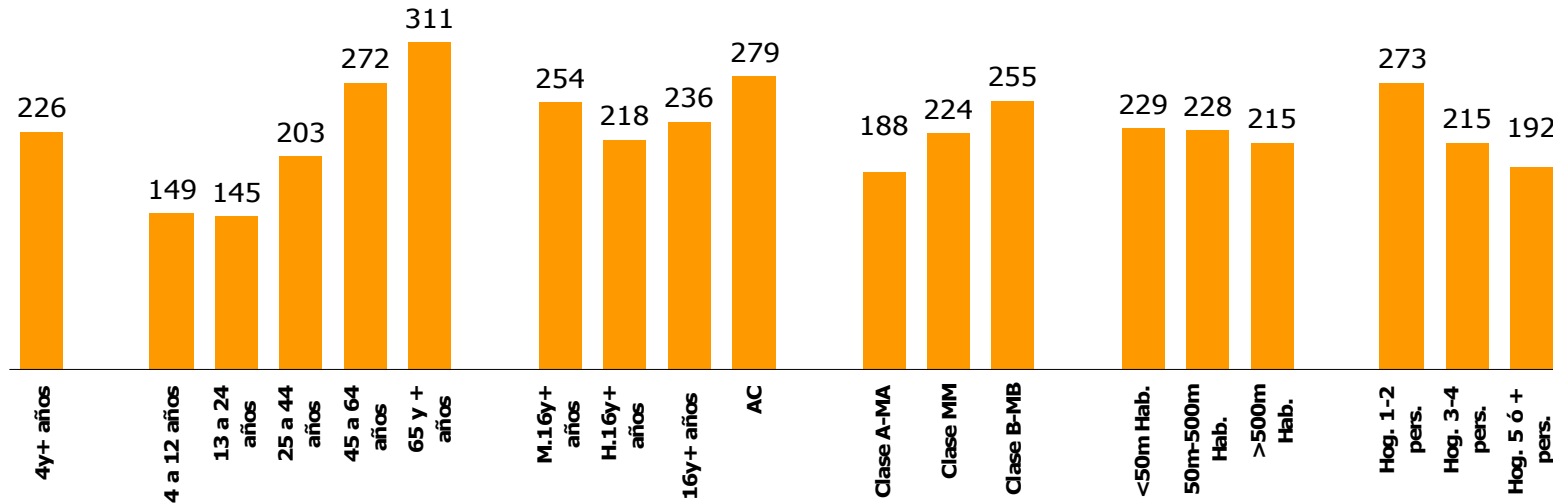
1992-1997 Península y Baleares, ind. 4 y + años

1998-2009 Península, Baleares y Canarias, ind. 4 y + años

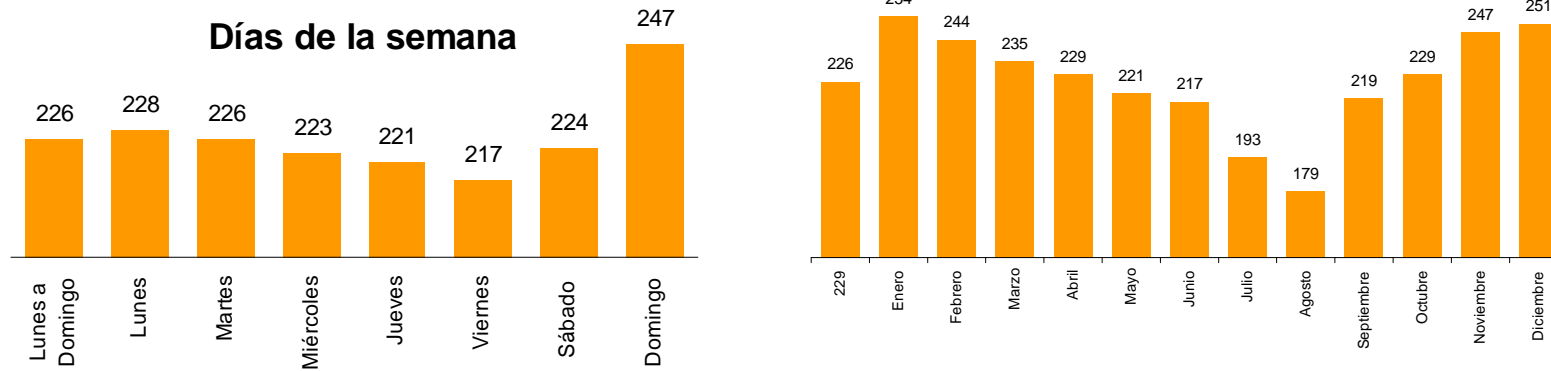
ALGUNES DADES DE MERCAT

DESCRIPCIÓ DEL CONSUM DE TELEVISIÓ

Targetes Sociodemogràfics

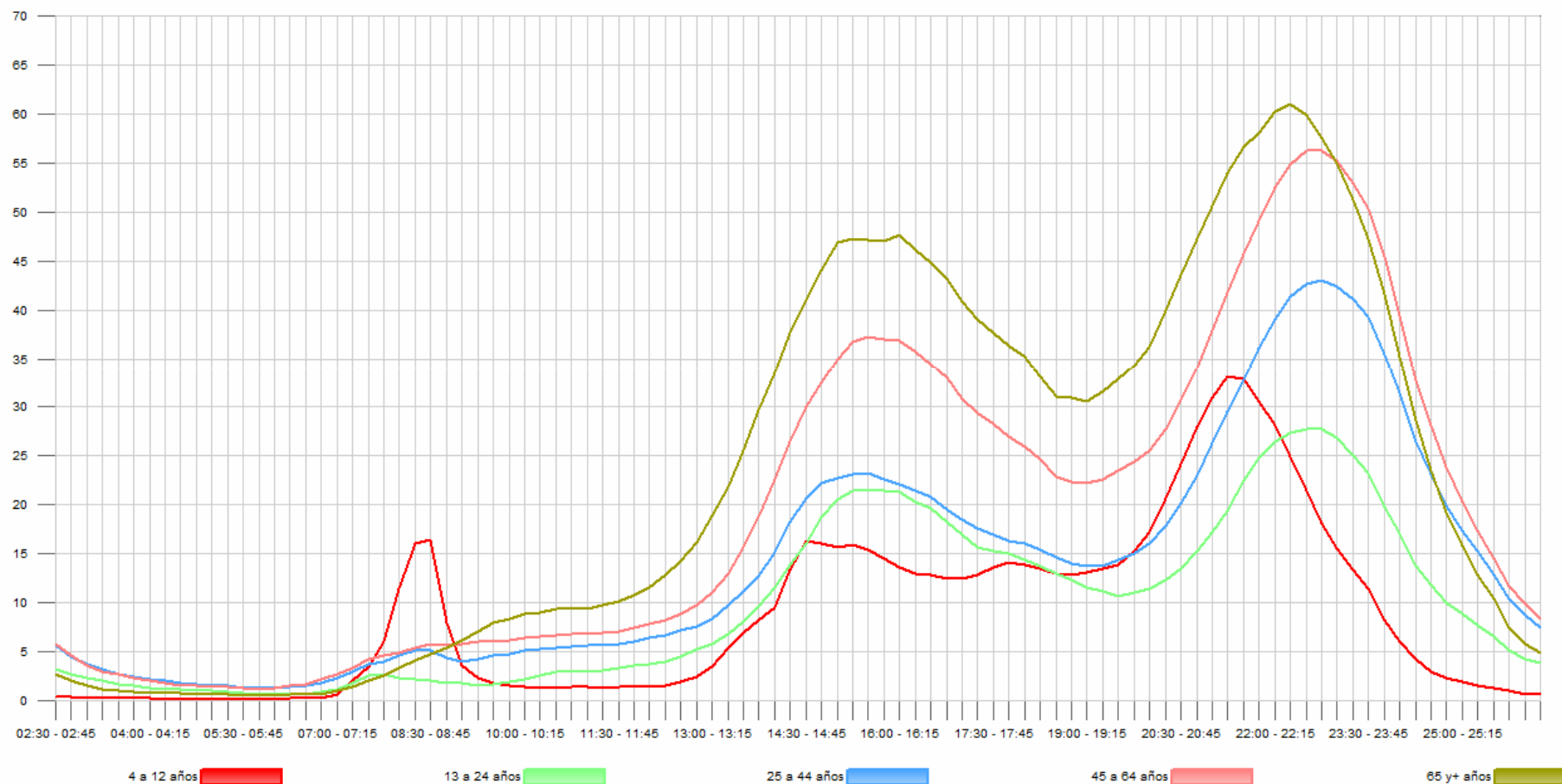


Meses



ALGUNES DADES DE MERCAT















Audiència mitjana per ¼ de dilluns a divendres – Semana del 4 al 8 de Octubre



ALGUNES DADES DE MERCAT

PROGRAMA LIDER 1988-2009

Audiencia
Media

Si al amor		11/01/1988	47,8%
El precio Justo		02/01/1988	42,8%
Sábado Cine		13/01/1990	37,0%
Sesión de Noche / Viva la Banda		03/05/1991	36,4%
Que te den concurso		21/06/1992	29,5%
Futbol Mundial USA 94/ España-Dinamarca (Clasificación)		17/11/1993	33,3%
Futbol Mundial USA 94/ Alemania-España (previa)		21/06/1994	32,4%
Farmacia de Guardia		28/12/1995	31,5%
Prorroga Eurocopa/ España-Inglaterra (cuartos)		22/06/1996	29,4%
Futbol Copa del Rey/ Barcelona-R.Madrid		30/01/1997	32,1%
Post Futbol C.Europa/ Juventus-R.Madrid		20/05/1998	34,5%
Campanadas fin de año		31/12/1999	23,2%
Futbol C.Europa/ R.Madrid-Valencia		24/05/2000	29,7%
Penalties Futbol C.Europa/ Bayern Munich-Valencia		23/05/2001	34,7%
Eurovision: Ha llegado el momento		25/05/2002	36,6%
Festival Eurovisión		24/05/2003	22,3%
Futbol Eurocopa/ España-Portugal (previa)		20/06/2004	25,1%
Futbol Clasificación Mundial/ San Marino-España		10/12/2005	20,6%
Fútbol: Liga Campeones / Barcelona-Arsenal		17/05/2006	24,8%
Prórroga Copa UEFA: Espanyol-Sevilla		16/05/2007	20,6%
Fútbol Eurocopa: Alemania – España (final)	 cuatro	29/06/2008	34,1%
Fútbol: Liga de Campeones / Barcelona – Manchester United		27/05/2009	25,8%
Prórroga Sudáfrica 2010 / Holanda-España		11/07/2010	33,2%

ALGUNES DADES DE MERCAT

TOP 10 PROGRAMES 2009 – ESPANYA

Nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Emis.	Aud.Med.	Cuota prom.
1	FUTBOL:LIGADE CAMPEONES	BARCELONA-MANCHESTER	A3	27/05/09	7	25,8	40,1
2	FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-BARCELONA	TVE1	13/05/09	1	22,8	48,5
3	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	OLYMPIQUE MARSELLA-	TVE1	08/12/09	8	19,2	35,4
4	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	ESPAÑA-EEUU	T5	24/06/09	13	17,7	31,3
5	POST FUTBOL:COPA DEL REY	ATH.BILBAO-BARCELONA	TVE1	13/05/09	1	17,1	43,5
6	FUTBOL:AMISTOSO	ESPAÑA-INGLATERRA	TVE1	11/02/09	5	16,8	36,4
7	23F:EL DIA MAS DIFICIL DEL REY		TVE1	12/02/09	2	15,8	33,6
8	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TURQUIA-ESPAÑA	TVE1	01/04/09	2	15,8	42,4
9	TENGO UNA PREGUNTA PARA	JOSE LUIS RODRIGUEZ ZAPATERO	TVE1	26/01/09	5	14,7	19,6
10	PRORROGA FUTBOL:MUNDIALITO	BARCELONA-ESTUDIANTES L.P.	T5	19/12/09	1	14,5	43,1

ALGUNES DADES DE MERCAT

TOP 10 PROGRAMES 2009 – CATALUNYA

Nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Emis.	Aud.Med.	Cuota prom.
1	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA-MANCHESTER UNITED	A3	27/05/09	7	31,7	46,1
2	PRORROGA FUTBOL:MUNDIALITO DE CLUBES	BARCELONA-ESTUDIANTES L.P.	T5	19/12/09	1	25,9	62,1
3	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	BARCELONA-INTER	TVE1	24/11/09	8	25,7	33,9
4	POST FUTBOL:MUNDIALITO DE CLUBES	BARCELONA-ESTUDIANTES L.P.	T5	19/12/09	1	24,3	58,7
5	FUTBOL:LLIGA DE CAMPIONS	DINAMO KIEV-BARCELONA	TV3	09/12/09	8	23,9	30,4
6	FUTBOL:COPA DEL REI	ATH.BILBAO-BARCELONA	TV3	13/05/09	6	20,9	32,2
7	FUTBOL:MUNDIALITO DE CLUBES	BARCELONA-ESTUDIANTES L.P.	T5	19/12/09	2	19,8	48,3
8	FUTBOL:COPA DEL REY	BARCELONA-ESPANYOL	T5	29/01/09	4	19,0	20,6
9	FUTBOL:COPA CONFEDERACIONES	ESPAÑA-EEUU	T5	24/06/09	13	18,8	27,6
10	POST FUTBOL:COPA DEL REI	ATH.BILBAO-BARCELONA	TV3	13/05/09	1	18,7	44,0

ALGUNES DADES DE MERCAT

TOP 10 ESPANYA – SETEMBRE 2010

Nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Emisión	Aud. Media	Cuota Prom.
1	FUTBOL:AMISTOSO	ARGENTINA-ESPAÑA	TVE1	07/09/2010	1	14.9	37.9
2	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	AUXERRE-R.MADRID	TVE1	28/09/2010	2	14.7	34.8
3	AGUILA ROJA		TVE1	23/09/2010	3	12.6	24.1
4	FORMULA 1:G.P.DE SINGAPUR		LA SEXTA	26/09/2010	4	12.4	25.7
5	LOS PILARES DE LA TIERRA		CUATRO	14/09/2010	3	11.6	26
6	FORMULA 1:G.P.DE ITALIA		LA SEXTA	12/09/2010	4	11.4	26
7	POST FORMULA 1:G.P.DE		LA SEXTA	26/09/2010	1	11.3	35.2
8	POST FORMULA 1:G.P.DE		LA SEXTA	12/09/2010	1	10.1	33.8
9	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA	R.SOCIEDAD-R.MADRID	LA SEXTA	18/09/2010	4	9.8	21.3
10	LAS CHICAS DE ORO		TVE1	13/09/2010	3	9.3	19.6

ALGUNES DADES DE MERCAT

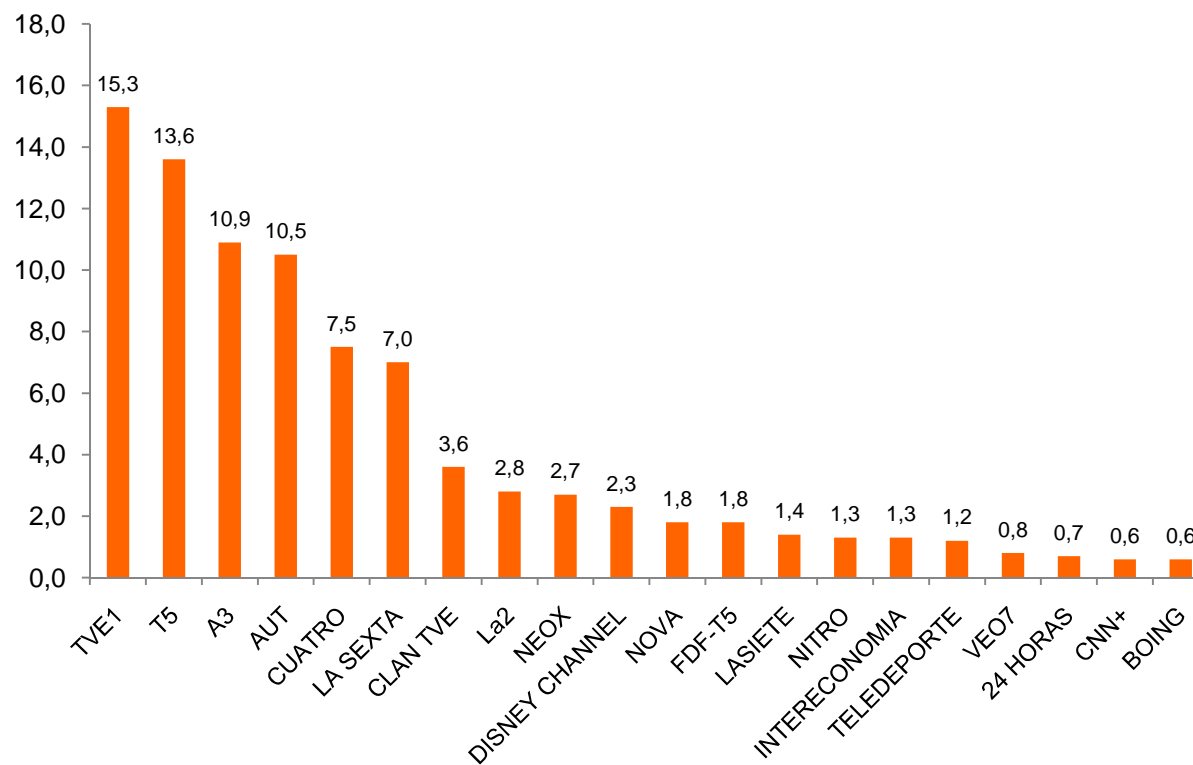
TOP 10 CATALUNYA – SETEMBRE 2010

Nº	Títol	Descripció	Cadena	Fecha	Emisió	Aud. Media	Cuota Prom.
1	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	BARCELONA-PANATHINAIKOS	TVE1	14/09/2010	2	19.8	36.9
2	CRACKOVIA		TV3	20/09/2010	4	14.9	26.2
3	FUTBOL:AMISTOSO	ARGENTINA-ESPAÑA	TVE1	07/09/2010	1	14.2	34.8
4	FUTBOL:LLIGA ESPANYOL	ATH.BILBAO-BARCELONA	TV3	25/09/2010	3	13.1	21.7
5	EL CONVIDAT	ANDREU BUENAFUENTE	TV3	20/09/2010	3	12.7	25.5
6	TELENOTICIES VESPRE		TV3	20/09/2010	22	12.2	22.2
7	FUTBOL:LLIGA DE CAMPIIONS	R.MADRID-AJAX AMSTERDAM	TV3	15/09/2010	2	11.3	20.8
8	PIROMUSICAL		TV3	26/09/2010	1	11.2	23.9
9	POLONIA		TV3	16/09/2010	3	10.7	23.6
10	TELENOTICIES MIGDIA		TV3	29/09/2010	22	10.7	30

ALGUNES DADES DE MERCAT

QUOTA DE CADENES SETEMBRE 2010 ESPANYA

Quota de cadenes a Espanya

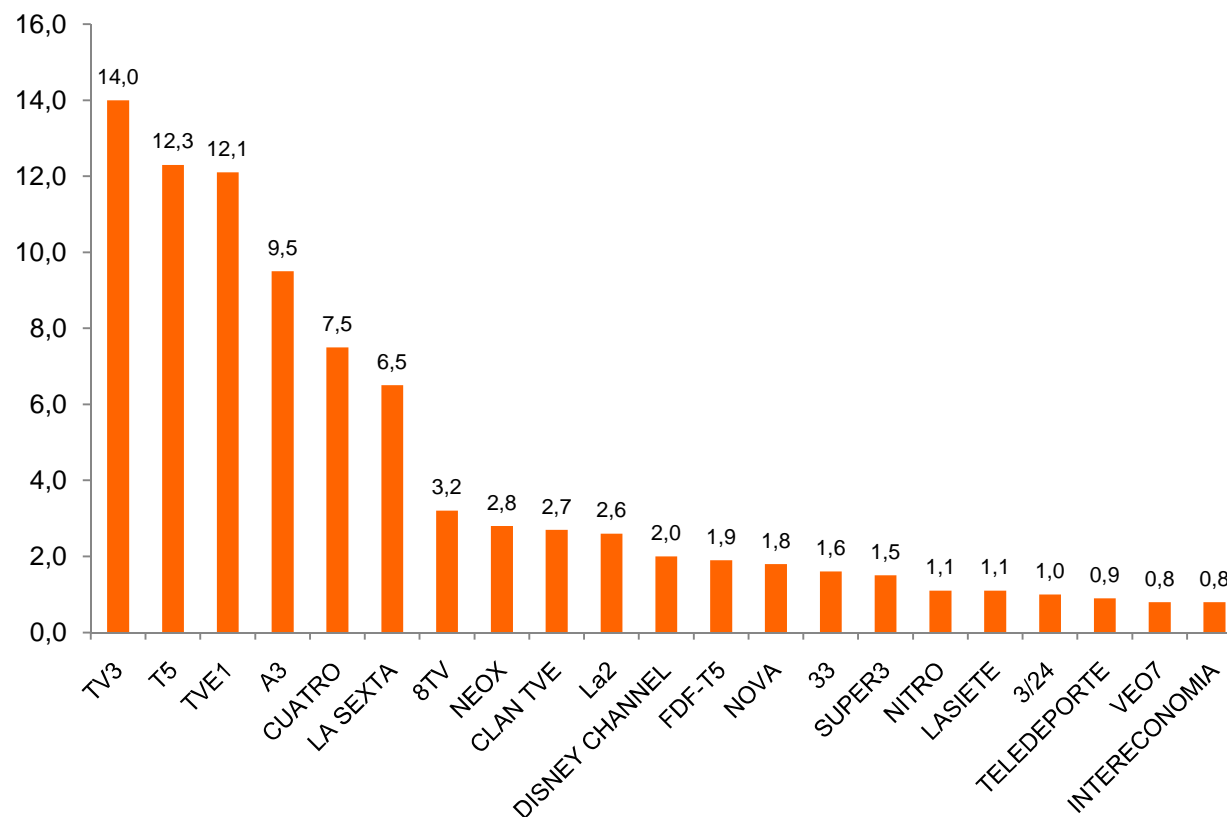


Font: Quota de cadenes de TV. Individus 4+ d'Espanya

ALGUNES DADES DE MERCAT

QUOTA DE CADENES SETEMBRE 2010 CATALUNYA

Quota de cadenes a Catalunya



Font: Quota de cadenes de TV. Individus 4+ de Catalunya

Gràcies !

Thank you !