**SIGUE CRECIENDO LA INFLUENCIA DE LAS REVISTAS.  
MÁS DE 150 MILLONES DE CONTACTOS EN ABRIL.  
+ 1,2% VS. MARZO 2016 Y + 9,4% VS. DICIEMBRE 2015**

Las revistas miembros de ARI, 97% de la audiencia total de revistas de consumo, han generado 150.912.092 contactos en el mes de abril de 2016. El estudio ARI 360º de abril muestra cómo el alcance de las revistas miembros de ARI han incrementado en un + 9,4 % desde el mes de diciembre de 2015, y un + 1,2 % respecto al mes anterior, marzo 2016.  
Las revistas tienen cada vez más capacidad de generar influencia a través de sus múltiples plataformas y formatos.  
  
El informe ARI 360º, que nació en octubre de 2015 como un informe trimestral, se envía mensualmente desde marzo de 2016. ARI 360º ya es un referente en el mercado para la valoración, selección y planificación de publicidad en revistas, webs de revistas y sus redes sociales. Ahora, con la información actualizada y detallada mensualmente es una herramienta imprescindible para la toma de decisiones.  
  
ARI 360º es el informe mensual 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 1ª Ola 2016, ComScore Multiplataforma abril 2016 y seguidores de redes sociales de cada revista en su edición española exclusivamente en: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Youtube y Google + a día 30 de abril de 2016. 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 cada mes a prensa especializada, agencias de medios y anunciantes y está disponible en la web de ARI: [www.revistasari.es](http://www.revistasari.es).  
  
**INFORME ARI 360º ABRIL 2016:**  
  
[ACCESO INFORME ARI 360º ABRIL 2016](http://www.revistasari.es/wp-content/uploads/2015/11/ARI-360-ABRIL-2016-X-REVISTA.pdf)  
  
  
**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