


# SUMMER DATA

ATRES  
DATA

## CERVEZAS Y RESTAURACIÓN

Oferta líder en el comprador de cervezas con alcohol y sin alcohol (102/101)

La sobremesa de  es la franja más afin a los consumidores de cervezas sin alcohol (105)

Los individuos que salen a comer fuera varias veces al mes eligen  (93)

 Prime Time franja más afin a los que suelen ir a bares (96)

## HELADOS

  101 de afinidad al comprador heavy de helados, destacando  (103)

Y para captar compradores el consumidor medium light tiene una afinidad de (101) 


## VIAJES



El espectador de  es el que más viaja (100)

 Usa páginas especializadas (100) y buscadores online (98) para organizar sus viajes

Busca en sus desplazamientos viajes de relax (107) y culturales  (114)




## AUTOMOCIÓN

El espectador de  es el que más interés y atención muestra en la publicidad de automóviles (107)

 Destaca entre aquellos que renovaron su coche hace más de 5 años (109) 

El Prime Time de  es la franja más afin al espectador que renovó su coche hace más de 5 años (111)

## REFRESCOS

 Líder en sport drinks (89), energéticas (87), destacando  en sport drinks (90) y  en energéticas (88)

 destaca en colas (90), refrescos con y sin gas (90/87) y  despunta en té líquido (88)

