

UNIVERSITAT DE BARCELONA

Facultat de Pedagogia

Departament de Teoria i Història de l'Educació

Programa de Doctorat: Història de l'Educació Social Contemporània (1991-1993)

TESI DOCTORAL

*EDUCACIÓ, ALIMENTACIÓ, TELEVISIÓ i PUBLICITAT:  
anàlisi de dades i interpretació de resultats (1999-2003)*

M. Teresa Mariano Codo

Director Dr. Conrad Vilanou Torrano

Juliol 2009

**1. FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 1999.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS.**

/

1. **FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 1999. RELACIÓ D'ÍTEMS.**

- SECTORS: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.
- 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.
- 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.
- 1.4. RESTAURACIÓ.
- 1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.
- 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

**Notes:**

1. Els ítems marcats **(X)** “no consta” en aquest any.
  2. Els ítems “**Altres ...**” fan referència a tots els productes que s’han publicitat dins d’un grup, però que explícitament no hi són citats.
  3. Els ítems “**Línia ...**” fan referència als espots que publiciten més d’un producte d’un mateix grup.
- /

/

## 1.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.

1.1.1	Aigües
1.1.2	Aliments congelats i refrigerats
1.1.3	Aliments frescos
1.1.4	Aperitius
1.1.5	Arròs i llegums secs
1.1.6	Begudes alcohòliques varies
1.1.7	Begudes isotòniques/energètiques
1.1.8	Begudes refrescants
1.1.9	Cafès
1.1.10	Caldos, sopes i plats deshidratats
1.1.11	Caramels i lllaminadures
1.1.12	Càrnies
1.1.13	Cereals
1.1.14	Cerveses
1.1.15	Conserves
1.1.16	Conyac i brandis
1.1.17	Dolços de Nadal
1.1.18	Espumosos i sidres
1.1.19	Formatges
1.1.20	Galetes
1.1.21	Gelats
1.1.22	Grasses alimentàries
1.1.23	Infusions
1.1.24	Lactis
1.1.25	Licors
1.1.26	Olis
1.1.27	Pa i pastisseria
1.1.28	Pastes alimentàries
1.1.29	Postres frescos
1.1.30	Postres secs
1.1.31	Productes de cacau
1.1.32	Salses
1.1.33	Sucs
1.1.34	Vins
1.1.35	Whiskies
1.1.36	Xocolates
1.1.37	Varis alimentació
1.1.38	Línia alimentació
1.1.39	Varis begudes
1.1.40	Línia begudes

/

/

1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

- 1.2.1 Alimentació infantil
- 1.2.2 Aliments per aprimar-se

1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

- 1.3.1 Reconstituents i energètics
- 1.3.2 Vitamines

1.4. RESTAURACIÓ.

- 1.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
- 1.4.2 Cafeteries i bars
- 1.4.3 Restaurants

1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 1.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

- 1.6.1 Campanyes de consum
- 1.6.2 Campanyes de denominació d'origen

/

/

**1.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.****1.1.1 Aigües**

1.1.1.1 Aigües minerals

**1.1.2 Aliments congelats i refrigerats**

1.1.2.1 Amanides (X)  
 1.1.2.2 Congelats a domicili (X)  
 1.1.2.3 Croquetes congelades (X)  
 1.1.2.4 Marisc congelat  
 1.1.2.5 Masses congelades  
 1.1.2.6 Peix congelat  
 1.1.2.7 "Pizzes" congelades  
 1.1.2.8 Plats preparats congelats i refrigerats  
 1.1.2.9 Refrigerats i congelats semipreparats  
 1.1.2.10 Sopes, cremes, caldos i gaspatxo refrigerats (X)  
 1.1.2.11 Truites (X)  
 1.1.2.12 Vegetals congelats  
 1.1.2.13 Altres aliments congelats i refrigerats  
 1.1.2.14 Línia aliments congelats i refrigerats

**1.1.3 Aliments frescos**

1.1.3.1 Carns  
 1.1.3.2 Fruites i verdures  
 1.1.3.3 Ous  
 1.1.3.4 Peix i marisc  
 1.1.3.5 Línia aliments frescos (X)

**1.1.4 Aperitius**

1.1.4.1 Crispetes (X)  
 1.1.4.2 Fruits secs  
 1.1.4.3 Galetes salades (X)  
 1.1.4.4 Olives  
 1.1.4.5 Patates fregides  
 1.1.4.6 Altres aperitius  
 1.1.4.7 Línia aperitius

**1.1.5 Arròs i llegums secs**

1.1.5.1 Arròs  
 1.1.5.2 Mongetes (X)  
 1.1.5.3 Línia llegums secs

/

/

- 1.1.6 Begudes alcohòliques varies
  - 1.1.6.1 Anissos i aiguardents (X)
  - 1.1.6.2 Ginebres (X)
  - 1.1.6.3 Rom blanc
  - 1.1.6.4 Altres begudes alcohòliques varies
  
- 1.1.7 Begudes isotòniques/energètiques
  - 1.1.7.1 Energètiques
  - 1.1.7.2 Isotòniques
  
- 1.1.8 Begudes refrescants
  - 1.1.8.1 "Bitter" sense
  - 1.1.8.2 Gasoses
  - 1.1.8.3 Refrescos amb alcohol (X)
  - 1.1.8.4 Refrescos de cola
  - 1.1.8.5 Refrescos de fruita amb gas
  - 1.1.8.6 Refrescos de fruita sense gas
  - 1.1.8.7 Refrescos de llimona dolça
  - 1.1.8.8 Refrescos solubles
  - 1.1.8.9 Refrescos de te
  - 1.1.8.10 Tòniques
  - 1.1.8.11 Altres begudes refrescants (X)
  - 1.1.8.12 Línia begudes refrescants
  
- 1.1.9 Cafès
  - 1.1.9.1 Cafès en gra o molt
  - 1.1.9.2 Cafès solubles descafeïnats
  - 1.1.9.3 Cafès solubles preparats (llets, etc.)
  - 1.1.9.4 Cafès solubles purs
  - 1.1.9.5 Succedanis de cafè
  - 1.1.9.6 Altres cafès
  - 1.1.9.7 Línia cafès
  
- 1.1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
  - 1.1.10.1 Caldos concentrats
  - 1.1.10.2 Llarga duració (uht-ambient) (X)
  - 1.1.10.3 Plats preparats deshidratats
  - 1.1.10.4 Purés de patata
  - 1.1.10.5 Sopes i cremes deshidratades
  - 1.1.10.6 Línia deshidratats

/

/	
1.1.11	Caramels i llaminadures
1.1.11.1	Caramels
1.1.11.2	Caramels balsàmics
1.1.11.3	Llaminadures de xocolata (Kinder, etc.)
1.1.11.4	Xiclets amb sucre
1.1.11.5	Xiclets sense sucre
1.1.11.6	Altres caramels i llaminadures
1.1.11.7	Línia caramels i llaminadures
1.1.12	Càrnies
1.1.12.1	Embotits cuits
1.1.12.2	Embotits curats
1.1.12.3	Magre de porc
1.1.12.4	Patés i foie (carn i peix)
1.1.12.5	Pernil cuit
1.1.12.6	Pernil curat
1.1.12.7	Salsitxes
1.1.12.8	Altres càrnies
1.1.12.9	Línia càrnies
1.1.13	Cereals
1.1.13.1	Cereals esmorzar
1.1.13.2	Línia cereals esmorzar (X)
1.1.14	Cerveeses
1.1.14.1	Cerveeses importació
1.1.14.2	Cerveeses "light"
1.1.14.3	Cerveeses nacionals
1.1.14.4	Cerveeses sense alcohol
1.1.14.5	Altres cerveeses (X)
1.1.15	Conserves
1.1.15.1	Carn en conserva (X)
1.1.15.2	Confitures i melmelades
1.1.15.3	Conserves peixos (excepte tonyina)
1.1.15.4	Llegums en conserva
1.1.15.5	Plats preparats en conserva
1.1.15.6	Salaó
1.1.15.7	Tomàquet natural en conserva
1.1.15.8	Tonyina en conserva
1.1.15.9	Vegetals en conserva
1.1.15.10	Altres conserves
1.1.15.11	Línia conserves
/	

/	
1.1.16	Conyac i brandis (X)
1.1.16.1	Conyac i brandis (X)
1.1.17	Dolços de Nadal
1.1.17.1	Mantegades
1.1.17.2	Massapans (X)
1.1.17.3	Torrans
1.1.17.4	Altres dolços de Nadal
1.1.17.5	Línia dolços de Nadal
1.1.18	Espumosos i sidres
1.1.18.1	Caves
1.1.18.2	Sidres
1.1.18.3	Línia espumosos i sidres (X)
1.1.19	Formatges
1.1.19.1	Formatges en bloc
1.1.19.2	Formatges frescos
1.1.19.3	Formatges en porcions
1.1.19.4	Formatges ratllats
1.1.19.5	Formatges per untar
1.1.19.6	Formatges tallats a rodanxes (X)
1.1.19.7	Línia formatges
1.1.20	Galetes
1.1.20.1	Assortit de galetes
1.1.20.2	Galetes cobertes de xocolata
1.1.20.3	Galetes farcides
1.1.20.4	Galetes normals (Maria)
1.1.20.5	Neules i rosquilles
1.1.20.6	Altres galetes (X)
1.1.20.7	Línia galetes
1.1.21	Gelats
1.1.21.1	Gelats d'impuls (de pal)
1.1.21.2	Gelats de la llar
1.1.21.3	Línia gelats
1.1.22	Grasses alimentàries
1.1.22.1	Mantegues
1.1.22.2	Margarines
1.1.22.3	Altres grasses alimentàries (X)
/	

/	
1.1.23	Infusions
1.1.23.1	Camamilla
1.1.23.2	Te
1.1.23.3	Altres infusions
11.23.4	Línia infusions
1.1.24	Lactis
1.1.24.1	Batuts
1.1.24.2	Llet condensada
1.1.24.3	Llet desnatada
1.1.24.4	Llet en pols
1.1.24.5	Llet desmidesnatada
1.1.24.6	Llet sencera (Llarga-vida)
1.1.24.7	Nates
1.1.24.8	Altres lactis (X)
1.1.24.9	Línia lactis
1.1.25	Licors
1.1.25.1	Licors de crema
1.1.25.2	Licors de fruita
1.1.25.3	Licors sense alcohol
1.1.25.4	Línia licors
1.1.26	Olis
1.1.26.1	Oli de gira-sol
1.1.26.2	Oli d'oliva
1.1.26.3	Altres olis (X)
1.1.26.4	Línia olis
1.1.27	Pa i pastisseria
1.1.27.1	Pa de motlle
1.1.27.2	Panets envasats
1.1.27.3	Pastisseria i broixeria infantil
1.1.27.4	Pastisseria i broixeria llar
1.1.27.5	Altres pa i pastisseria (X)
1.1.27.6	Línia pa i pastisseria
1.1.28	Pastes alimentàries
1.1.28.1	Pastes fresques
1.1.28.2	Pastes seques
1.1.28.3	Línia pastes alimentàries
/	

/

## 1.1.29 Postres frescos

- 1.1.29.1 Cremes
- 1.1.29.2 Flams
- 1.1.29.3 Formatges frescos tipus "Petit"
- 1.1.29.4 logurt amb ferments
- 1.1.29.5 logurt líquid
- 1.1.29.6 logurt natural
- 1.1.29.7 logurt sabor
- 1.1.29.8 "Mousse"
- 1.1.29.9 Quallada
- 1.1.29.10 Altres postres frescos
- 1.1.29.11 Línia postres frescos

## 1.1.30 Postres secs

- 1.1.30.1 Gelatines en pols
- 1.1.30.2 "Mousse" en pols
- 1.1.30.3 Altres postres secs

## 1.1.31 Productes de cacau

- 1.1.31.1 Cacau soluble
- 1.1.31.2 Cremes de cacau
- 1.1.31.3 Línia productes de cacau (X)

## 1.1.32 Salses

- 1.1.32.1 Ketchup (X)
- 1.1.32.2 Salses deshidratades (X)
- 1.1.32.3 Salses per a pastes (X)
- 1.1.32.4 Tomàquet fregit
- 1.1.32.5 "Mahoneses"
- 1.1.32.6 Altres salses
- 1.1.32.7 Línia salses (X)

## 1.1.33 Sucs

- 1.1.33.1 Orxata (X)
- 1.1.33.2 Sucs de fruita
- 1.1.33.3 Altres sucs (X)
- 1.1.33.4 Línia sucs (X)

/

/	
1.1.34 Vins	
1.1.34.1	Bodegues
1.1.34.2	Vins denominació d'origen
1.1.34.3	Vins dolços
1.1.34.4	Vins "finos"
1.1.34.5	Vins de taula comuns
1.1.34.6	Altres vins
1.1.34.7	Línia vins
1.1.35 Whiskies (X)	
1.1.35.1	Escocès/estàndard (X)
1.1.35.2	Altres whiskies (X)
1.1.36 Xocolates	
1.1.36.1	Bombons
1.1.36.2	Xocolata en presa
1.1.36.3	Xocolates a la tassa en pols o líquid
1.1.36.4	Xocolatines i barres de xocolata
1.1.36.5	Altres xocolates (X)
1.1.36.6	Línia xocolates
1.1.37 Varis alimentació	
1.1.37.1	Caramels líquids, xarops i "siropes" (X)
1.1.37.2	Condiments i espècies varies (X)
1.1.37.3	Farines
1.1.37.4	Mel
1.1.37.5	Altres varis alimentació
1.1.37.6	Línia varis alimentació
1.1.38 Línia alimentació	
1.1.38.1	Línia alimentació
1.1.39 Varis begudes (X)	
1.1.39.1	Varis begudes (X)
1.1.40 Línia begudes	
1.1.40.1	Línia begudes
/	

/

## 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

### 1.2.1 Alimentació infantil

- 1.2.1.1 Farines i farinetes
- 1.2.1.2 Llets infantils
- 1.2.1.3 "Potitos"
- 1.2.1.4 Altres alimentació infantil (X)
- 1.2.1.5 Línia alimentació infantil

### 1.2.2 Aliments per aprimar-se

- 1.2.2.1 Batuts i barretes dietètiques (X)
- 1.2.2.2 Edulcorants
- 1.2.2.3 Galetes dietètiques
- 1.2.2.4 Infusions per aprimar-se (X)
- 1.2.2.5 Preparats per aprimar-se (parafarmàcia)
- 1.2.2.6 Altres aliments per aprimar-se
- 1.2.2.7 Línia aliments per aprimar-se

## 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

### 1.3.1 Reconstituents i energètics

- 1.3.1.1 Reconstituents i energètics

### 1.3.2 Vitamines

- 1.3.2.1 Vitamines

/

/

#### 1.4. RESTAURACIÓ.

- 1.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  - 1.4.1.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  
- 1.4.2 Cafeteries i bars
  - 1.4.2.1 Cafeteries i bars
  
- 1.4.3 Restaurants
  - 1.4.3.1 Restaurants

#### 1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 1.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  - 1.5.1.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

#### 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

- 1.6.1 Campanyes de consum
  - 1.6.1.1 Campanyes de consum
  
- 1.6.2 Campanyes denominació d'origen
  - 1.6.2.1 Campanyes denominació d'origen

/

**1.FITXES PUBLICITAT TELEVISIVA ALIMENTACIÓ 1999**

**GRP'S.** (Punts de rating bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total (Ortega, 2004).

## **PUBLICITAT TELEVISIVA REFERIDA A L'ALIMENTACIÓ**

### **SECTORS:**

**ANY: 1999**

- 1.1. Productes alimentaris de consum ordinari.
- 1.2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial.
- 1.3. Complementes alimentaris.
- 1.4. Restauració.
- 1.5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes.
- 1.6. Campanyes d'interès públic

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>358.577</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>122.424</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>592.550</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>773.412</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total Publicitat alimentació 1999.

**SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

ANY: 1999

**SECTOR: 1.1. RESUM PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: TOTAL 40**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		310.171
	%	86,5
- TEMPS: .....	Minuts	107.305
	%	87,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	515.899
	%	87,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	674.283
	%	87,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: 1.1.1 AIGÜES**  
**PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.158
	%	2,3
- TEMPS: .....	Minuts	2.474
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.279
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.288
	%	1,7

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: 1.1.1 AIGÜES**  
**PRODUCTE: 1.1.1.1 AIGÜES MINERALS**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.158
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.474
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.279
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.288
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.801</b>
	%	<b>2,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.920</b>
	%	<b>2,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>12.678</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>16.795</b>
	%	<b>2,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.2.1 AMANIDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.2.2 CONGELATS A DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.3 CROQUETES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.4 MARISC CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		67
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	19
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	295
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	420
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.5 MASSES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		181
	%	2,3
- TEMPS: .....	Minuts	91
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	159
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	212
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.6 PEIX CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.815
	%	23,3
- TEMPS: .....	Minuts	690
	%	23,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.335
	%	18,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.131
	%	18,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.7 "PIZZES" CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		193
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	63
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	740
	%	5,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	941
	%	5,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.8 PLATS PREPARATS CONGELATS I REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		343
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	171
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.222
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.710
	%	10,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.9 REFRIGERATS I CONGELATS SEMIPREPARATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.645
	%	33,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.006
	%	34,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.654
	%	20,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.289
	%	19,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.10 SOPES, CREMES, CALDOS I GASPATXOS REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.11 TRUITES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.12 VEGETALS CONGELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.723
	%	22,1
- TEMPS: .....	Minuts	644
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.673
	%	21,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.535
	%	21,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.13 ALTRES ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		637
	%	8,2
- TEMPS: .....	Minuts	204
	%	6,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.808
	%	14,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.436
	%	14,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 1.1.2.14 LÍNIA ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		197
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	32
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	792
	%	6,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.121
	%	6,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.603</b>
	%	<b>0,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>512</b>
	%	<b>0,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.647</b>
	%	<b>0,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.533</b>
	%	<b>0,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.3.1 CARNES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>109</b>
	%	<b>6,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>26</b>
	%	<b>5,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>73</b>
	%	<b>2,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>93</b>
	%	<b>2,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.3.2 FRUITES I VERDURES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>816</b>
	%	<b>50,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>244</b>
	%	<b>47,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.470</b>
	%	<b>55,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.969</b>
	%	<b>55,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.3.3 OUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		40
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	5
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.3.4 PEIX I MARISC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		638
	%	39,8
- TEMPS: .....	Minuts	237
	%	46,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.101
	%	41,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.468
	%	41,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.3.5 LÍNIA ALIMENTS FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>12.858</b>
	%	<b>4,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>4.400</b>
	%	<b>4,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>17.157</b>
	%	<b>3,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>21.432</b>
	%	<b>3,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.4.1 CRISPETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.4.2 FRUITS SECS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>307</b>
	%	<b>2,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>70</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>566</b>
	%	<b>3,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>731</b>
	%	<b>3,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 1.1.4.3 GALETES SALADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 1.1.4.4 OLIVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		218
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	73
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	761
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.018
	%	4,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 1.1.4.5 PATATES FREGIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.420
	%	73,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.324
	%	75,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.590
	%	79,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.243
	%	80,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 1.1.4.6 ALTRES APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.512
	%	19,5
- TEMPS: .....	Minuts	812
	%	18,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.407
	%	8,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.509
	%	7,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 1.1.4.7 LÍNIA APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		401
	%	3,1
- TEMPS: .....	Minuts	121
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	833
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	931
	%	4,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.734
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	489
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.479
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.841
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 1.1.5.1 ARRÒS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.662
	%	95,8
- TEMPS: .....	Minuts	465
	%	95,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.179
	%	95,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.408
	%	95,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 1.1.5.2 MONGETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 1.1.5.3 LÍNIA LLEGUMS SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		72
	%	4,2
- TEMPS: .....	Minuts	24
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	300
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	433
	%	4,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.213</b>
	%	<b>0,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.383</b>
	%	<b>1,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.630</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.861</b>
	%	<b>0,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.6.1 ANISES I AIGUARDENTS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.6.2 GINEBRES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 1.1.6.3 ROM BLANC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		116
	%	5,2
- TEMPS: .....	Minuts	20
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	71
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	79
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 1.1.6.4 ALTRES BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.097
	%	94,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.364
	%	98,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.559
	%	98,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.782
	%	98,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.030
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	513
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.528
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.339
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 1.1.7.1 ENERGÈTIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.029
	%	99,9
- TEMPS: .....	Minuts	510
	%	99,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.527
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.338
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 1.1.7.2 ISOTÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		27.646
	%	8,9
- TEMPS: .....	Minuts	10.566
	%	9,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	56.835
	%	11,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	71.640
	%	10,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.1 "BITTER" SENSE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		264
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	117
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	901
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.168
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.2 GASOSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	8
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	67
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	86
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.3 REFRESCOS AMB ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.4 REFRESCOS DE COLA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.222
	%	37,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.262
	%	40,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	27.139
	%	47,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33.745
	%	47,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.5 REFRESCOS DE FRUITA AMB GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.066
	%	14,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.661
	%	15,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.648
	%	11,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.286
	%	11,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.6 REFRESCOS DE FRUITA SENSE GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.753
	%	6,3
- TEMPS: .....	Minuts	511
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.377
	%	7,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.575
	%	7,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.7 REFRESCOS DE LLIMONA DOLÇA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		949
	%	3,4
- TEMPS: .....	Minuts	402
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	578
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	699
	%	1,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.8 REFRESCOS SOLUBLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.457
	%	8,9
- TEMPS: .....	Minuts	706
	%	6,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.057
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.740
	%	3,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.9 REFRESCOS DE TE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.422
	%	8,8
- TEMPS: .....	Minuts	823
	%	7,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.607
	%	8,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.899
	%	8,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.10 TÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.581
	%	5,7
- TEMPS: .....	Minuts	651
	%	6,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.499
	%	6,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.482
	%	6,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.11 ALTRES BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 1.1.8.12 LÍNIA BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.913
	%	14,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.425
	%	13,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.962
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.960
	%	12,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.010</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.724</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>11.130</b>
	%	<b>2,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>14.860</b>
	%	<b>2,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.9.1 CAFÈS EN GRA O MOLT</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.133</b>
	%	<b>18,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>426</b>
	%	<b>15,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.408</b>
	%	<b>21,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.326</b>
	%	<b>22,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.9.2 CAFÈS SOLUBLES DESCAFEÏNATS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>230</b>
	%	<b>3,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>114</b>
	%	<b>4,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>644</b>
	%	<b>5,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>885</b>
	%	<b>6,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 1.1.9.3 CAFÈS SOLUBLES PREPARATS (LLETS, ETC)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 1.1.9.4 CAFÈS SOLUBLES PURS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.373
	%	22,8
- TEMPS: .....	Minuts	542
	%	19,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.017
	%	36,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.225
	%	35,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 1.1.9.5 SUCCEDANIS DE CAFÈ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		220
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	103
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	502
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	708
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 1.1.9.6 ALTRES CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		442
	%	7,4
- TEMPS: .....	Minuts	160
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.531
	%	13,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.046
	%	13,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 1.1.9.7 LÍNIA CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.602
	%	43,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.377
	%	50,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.013
	%	18,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.655
	%	17,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19.854
	%	6,4
- TEMPS: .....	Minuts	6.100
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	19.366
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	25.465
	%	3,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 1.1.10.1 CALDOS CONCENTRATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.324
	%	36,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.389
	%	39,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.327
	%	37,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.911
	%	38,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 1.1.10.2 LLARGA DURACIÓ (UHT-AMBIENT)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 1.1.10.3 PLATS PREPARATS DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		231
	%	1,2
- TEMPS: .....	Minuts	62
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	955
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.154
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 1.1.10.4 PURÉS DE PATATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		190
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	55
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	687
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	874
	%	3,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 1.1.10.5 SOPEI I CREMES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.628
	%	48,5
- TEMPS: .....	Minuts	2.865
	%	47,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.031
	%	46,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.954
	%	46,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 1.1.10.6 LÍNIA DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.481
	%	12,5
- TEMPS: .....	Minuts	729
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.366
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.572
	%	6,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>			
<b>GRUP: 1.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			21.241
	%		6,8
- TEMPS: .....	Minuts		6.031
	%		5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		29.629
	%		5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		37.220
	%		5,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>			
			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>			
<b>GRUP: 1.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>			
<b>PRODUCTE: 1.1.11.1 CAMELS</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			3.979
	%		18,7
- TEMPS: .....	Minuts		876
	%		14,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		5.361
	%		18,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		6.646
	%		17,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			
			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>			
<b>GRUP: 1.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>			
<b>PRODUCTE: 1.1.11.2 CAMELS BALSÀMICS</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			3.021
	%		14,2
- TEMPS: .....	Minuts		819
	%		13,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		6.412
	%		21,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		8.584
	%		23,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 1.1.11.3 LLAMINADURES DE XOCOLATA (KINDER, ETC.)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.176
	%	10,2
- TEMPS: .....	Minuts	832
	%	13,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.827
	%	16,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.951
	%	16,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 1.1.11.4 XICLETS AMB SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.810
	%	13,2
- TEMPS: .....	Minuts	713
	%	11,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.006
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	841
	%	2,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 1.1.11.5 XICLETS SENSE SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.112
	%	28,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.770
	%	29,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.852
	%	36,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.930
	%	37,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 1.1.11.6 ALTRES CARAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.400
	%	6,6
- TEMPS: .....	Minuts	339
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	396
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	311
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 1.1.11.7 LÍNIA CARAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.743
	%	8,3
- TEMPS: .....	Minuts	682
	%	11,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	775
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	957
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.303
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.242
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29.220
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	39.039
	%	5,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.1 EMBOTITS CUITS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.014
	%	16,4
- TEMPS: .....	Minuts	634
	%	14,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.324
	%	18,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.963
	%	17,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.2 EMBOTITS CURATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.101
	%	25,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.070
	%	25,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.464
	%	22,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.938
	%	22,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.3 MAGRE DE PORC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		134
	%	1,1
- TEMPS: .....	Minuts	45
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	40
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	59
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.4 PATÉS I FOIE (CARN I PEIX)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.852
	%	23,2
- TEMPS: .....	Minuts	885
	%	20,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.049
	%	24,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.619
	%	24,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.5 PERNIL CUIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.6 PERNIL CURAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		295
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	90
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	332
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	414
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.7 SALSITXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		586
	%	4,8
- TEMPS: .....	Minuts	154
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.759
	%	6,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.234
	%	5,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.8 ALTRES CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		454
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	186
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.060
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.373
	%	3,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 1.1.12.9 LÍNIA CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.865
	%	23,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.177
	%	27,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.190
	%	24,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.437
	%	24,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.107
	%	2,9
- TEMPS: .....	Minuts	3.152
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.869
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.770
	%	2,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
ANY: 1999		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.13.1 CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.107
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	3.152
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.869
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.770
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
ANY: 1999		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.13.2 LÍNIA CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>25.720</b>
	%	<b>8,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>10.678</b>
	%	<b>10,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>25.177</b>
	%	<b>4,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>31.700</b>
	%	<b>4,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.14.1 CERVESES IMPORTACIÓ</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.748</b>
	%	<b>18,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.355</b>
	%	<b>22,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.337</b>
	%	<b>21,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6.880</b>
	%	<b>21,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.14.2 CERVESES "LIGHT"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4</b>
	%	<b>0,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 1.1.14.3 CERVESES NACIONALS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		14.523
	%	56,5
- TEMPS: .....	Minuts	5.996
	%	56,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.206
	%	64,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.100
	%	63,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 1.1.14.4 CERVESES SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.445
	%	25,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.326
	%	21,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.628
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.714
	%	14,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 1.1.14.5 ALTRES CERVESES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.117
	%	4,9
- TEMPS: .....	Minuts	4.104
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.062
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.656
	%	3,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.15.1 CARN EN CONSERVA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.15.2 CONFITURES I MELMELADES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		585
	%	3,9
- TEMPS: .....	Minuts	126
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	848
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.269
	%	5,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.3 CONSERVES PEIXOS (EXCEPTE TONYINA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	6
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.4 LLEGUMS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		506
	%	3,3
- TEMPS: .....	Minuts	173
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.418
	%	7,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.867
	%	7,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.5 PLATS PREPARATS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.406
	%	9,3
- TEMPS: .....	Minuts	650
	%	15,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.085
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.771
	%	11,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.6 SALAÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		53
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	27
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.7 TOMÀQUET NATURAL EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		206
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	69
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	741
	%	4,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.054
	%	4,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.8 TONYINA EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.173
	%	54,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.866
	%	45,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.736
	%	42,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.543
	%	42,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.9 VEGETALS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		876
	%	5,8
- TEMPS: .....	Minuts	246
	%	6,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.545
	%	8,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.155
	%	8,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.10 ALTRES CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.400
	%	15,9
- TEMPS: .....	Minuts	641
	%	15,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.585
	%	8,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.124
	%	8,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 1.1.15.11 LÍNIA CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		893
	%	5,8
- TEMPS: .....	Minuts	300
	%	7,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.086
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.849
	%	11,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.16.1 CONYACS I BRANDIS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.17 DOLÇOS DE NADAL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.844</b>
	%	<b>0,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>744</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.694</b>
	%	<b>1,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.203</b>
	%	<b>1,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 1.1.17.1 MANTEGADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		37
	%	1,3
- TEMPS: .....	Minuts	16
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	139
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	211
	%	2,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 1.1.17.2 MASSAPANS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 1.1.17.3 TORRONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.433
	%	85,5
- TEMPS: .....	Minuts	597
	%	80,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.248
	%	78,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.212
	%	78,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 1.1.17.4 ALTRES DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 1.1.17.5 LÍNIA DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		367
	%	13,0
- TEMPS: .....	Minuts	130
	%	17,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.293
	%	19,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.768
	%	19,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.331
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	844
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.711
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.596
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 1.1.18.1 CAVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.180
	%	88,7
- TEMPS: .....	Minuts	798
	%	94,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.300
	%	84,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.034
	%	84,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 1.1.18.2 SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		151
	%	11,3
- TEMPS: .....	Minuts	44
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	411
	%	15,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	562
	%	15,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 1.1.18.3 LÍNIA ESPOMOSOS I SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>9.528</b>
	%	<b>3,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>3.376</b>
	%	<b>3,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>17.242</b>
	%	<b>3,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>23.451</b>
	%	<b>3,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.19.1 FORMATGES EN BLOC</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.367</b>
	%	<b>14,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>413</b>
	%	<b>12,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.783</b>
	%	<b>16,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.806</b>
	%	<b>16,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.19.2 FORMATGES FRESCOS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.974</b>
	%	<b>41,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.613</b>
	%	<b>47,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.808</b>
	%	<b>33,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>7.790</b>
	%	<b>33,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 1.1.19.3 FORMATGES EN PORCIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		934
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	284
	%	8,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.634
	%	15,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.694
	%	15,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 1.1.19.4 FORMATGES RATLLATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		296
	%	3,1
- TEMPS: .....	Minuts	69
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	831
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.133
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 1.1.19.5 FORMATGES PER UNTAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.091
	%	21,9
- TEMPS: .....	Minuts	781
	%	23,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.425
	%	19,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.746
	%	20,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 1.1.19.6 FORMATGES TALLATS A RODANXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 1.1.19.7 LÍNIA FORMATGES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		866
	%	9,2
- TEMPS: .....	Minuts	216
	%	6,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.761
	%	10,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.282
	%	9,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.507
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	2.110
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17.419
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22.600
	%	3,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.1 ASSORTIT DE GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		952
	%	12,7
- TEMPS: .....	Minuts	238
	%	11,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.623
	%	15,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.596
	%	15,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.2 GALETES COBERTES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.519
	%	20,2
- TEMPS: .....	Minuts	295
	%	14,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.554
	%	14,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.136
	%	13,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.3 GALETES FARCIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.938
	%	25,8
- TEMPS: .....	Minuts	670
	%	31,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.957
	%	28,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.295
	%	27,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.4 GALETES NORMALS (MARIA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.220
	%	16,3
- TEMPS: .....	Minuts	362
	%	17,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.400
	%	19,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.616
	%	20,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.5 NEULES I ROSQUILLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		469
	%	6,2
- TEMPS: .....	Minuts	46
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	150
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	191
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.6 ALTRES GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 1.1.20.7 LÍNIA GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.409
	%	18,8
- TEMPS: .....	Minuts	499
	%	23,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.735
	%	21,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.766
	%	21,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.21 GELATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.046
	%	3,2
- TEMPS: .....	Minuts	3.381
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.478
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.159
	%	2,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 1.1.21.1 GELATS D'IMPULS (DE PAL)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.995
	%	69,6
- TEMPS: .....	Minuts	2.632
	%	77,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.962
	%	66,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.083
	%	62,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 1.1.21.2 GELATS DE LA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.483
	%	24,7
- TEMPS: .....	Minuts	594
	%	17,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.569
	%	26,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.859
	%	30,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 1.1.21.3 LÍNIA GELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		568
	%	5,7
- TEMPS: .....	Minuts	155
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	947
	%	7,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.217
	%	7,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.147
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	455
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.840
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.553
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 1.1.22.1 MANTEGUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		258
	%	22,5
- TEMPS: .....	Minuts	43
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	136
	%	7,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	194
	%	7,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 1.1.22.2 MARGARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		889
	%	77,5
- TEMPS: .....	Minuts	412
	%	90,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.704
	%	92,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.359
	%	92,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 1.1.22.3 ALTRES GRASSES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUPS.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>324</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>116</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.158</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.566</b>
	%	<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.23.1 CAMAMILLA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>30</b>
	%	<b>9,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>15</b>
	%	<b>12,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>29</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>36</b>
	%	<b>2,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.23.2 TE</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2</b>
	%	<b>0,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 1.1.23.3 ALTRES INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		17
	%	5,2
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	32
	%	2,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 1.1.23.4 LÍNIA INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		275
	%	84,9
- TEMPS: .....	Minuts	97
	%	83,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.099
	%	94,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.497
	%	95,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.057
	%	3,6
- TEMPS: .....	Minuts	3.910
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	20.809
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	28.288
	%	4,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.1 BATUTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.430
	%	12,9
- TEMPS: .....	Minuts	442
	%	11,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.985
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.291
	%	8,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.2 LLET CONDENSADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		345
	%	3,1
- TEMPS: .....	Minuts	114
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	752
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.012
	%	3,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.3 LLET DESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		268
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	86
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.162
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.714
	%	6,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.4 LLET EN POLS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	6
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	46
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	75
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.5 LLET SEMIDESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.430
	%	12,9
- TEMPS: .....	Minuts	537
	%	13,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.244
	%	10,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.098
	%	11,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.6 LLET SENCERA (LLARGA VIDA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		28
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	8
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	35
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	53
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.7 NATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		97
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	49
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	343
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	487
	%	1,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.8 ALTRES LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 1.1.24.9 LÍNIA LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.451
	%	67,4
- TEMPS: .....	Minuts	2.668
	%	68,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.242
	%	68,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19.558
	%	69,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.959</b>
	%	<b>1,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.193</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.875</b>
	%	<b>1,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>11.617</b>
	%	<b>1,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.25.1 LICORS DE CREMA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.897</b>
	%	<b>73,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>917</b>
	%	<b>76,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.200</b>
	%	<b>81,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.588</b>
	%	<b>82,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.25.2 LICORS DE FRUITA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>715</b>
	%	<b>18,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>211</b>
	%	<b>17,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>490</b>
	%	<b>5,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>606</b>
	%	<b>5,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 1.1.25.3 LICORS SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		329
	%	8,3
- TEMPS: .....	Minuts	60
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.174
	%	13,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.407
	%	12,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 1.1.25.4 LÍNIA LICORS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		18
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	5
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.26 OLIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.615
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	446
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.514
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.961
	%	0,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 1.1.26.1 OLI DE GIRA-SOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		368
	%	22,8
- TEMPS: .....	Minuts	88
	%	19,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	992
	%	28,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.392
	%	28,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 1.1.26.2 OLI D'OLIVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.221
	%	75,6
- TEMPS: .....	Minuts	353
	%	79,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.498
	%	71,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.537
	%	71,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 1.1.26.3 ALTRES OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 1.1.26.4 LÍNIA OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		26
	%	1,6
- TEMPS: .....	Minuts	5
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	32
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		14.085
	%	4,5
- TEMPS: .....	Minuts	4.086
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24.289
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	30.597
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 1.1.27.1 PA DE MOTLLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.774
	%	19,8
- TEMPS: .....	Minuts	870
	%	21,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.395
	%	26,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.699
	%	28,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 1.1.27.2 PANETS ENVASATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		711
	%	5,0
- TEMPS: .....	Minuts	251
	%	6,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.740
	%	7,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.469
	%	8,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 1.1.27.3 PASTISSERIA I BRIOXERIA INFANTIL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.700
	%	69,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.749
	%	67,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.817
	%	56,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.169
	%	52,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 1.1.27.4 PASTISSERIA I BRIOXERIA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		827
	%	5,7
- TEMPS: .....	Minuts	206
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.327
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.252
	%	10,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 1.1.27.5 ALTRES PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 1.1.27.6 LÍNIA PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		73
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	10
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.361
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	1.816
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.328
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.596
	%	1,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 1.1.28.1 PASTES FRESQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		214
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	107
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	507
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	704
	%	5,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 1.1.28.2 PASTES SEQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		933
	%	17,4
- TEMPS: .....	Minuts	300
	%	16,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.555
	%	16,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.092
	%	16,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 1.1.28.3 LÍNIA PASTES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.214
	%	78,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.409
	%	77,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.266
	%	77,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.800
	%	77,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>37.183</b>
	%	<b>12,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>12.632</b>
	%	<b>11,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>62.827</b>
	%	<b>12,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>85.952</b>
	%	<b>12,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.29.1 CREMES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.763</b>
	%	<b>10,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.337</b>
	%	<b>10,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.560</b>
	%	<b>13,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>11.640</b>
	%	<b>13,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.29.2 FLAMS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.847</b>
	%	<b>5,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>792</b>
	%	<b>6,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.057</b>
	%	<b>6,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.713</b>
	%	<b>6,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.3 FORMATGES FRESCOS TIPUS "PETIT"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.674
	%	17,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.448
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.030
	%	8,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.324
	%	7,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.4 IOGURT AMB FERMENTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.661
	%	12,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.718
	%	13,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.629
	%	15,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.514
	%	15,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.5 IOGURT LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.621
	%	7,0
- TEMPS: .....	Minuts	775
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.374
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.586
	%	5,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.6 IOGURT NATURAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.481
	%	17,4
- TEMPS: .....	Minuts	2.770
	%	21,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.657
	%	18,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.133
	%	18,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.7 IOGURT SABOR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.824
	%	15,7
- TEMPS: .....	Minuts	1.823
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.407
	%	18,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.507
	%	18,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.8 "MOUSSE"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.463
	%	3,9
- TEMPS: .....	Minuts	580
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.996
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.121
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.9 QUALLADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		612
	%	1,6
- TEMPS: .....	Minuts	255
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.542
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.165
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.10 ALTRES POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.895
	%	5,1
- TEMPS: .....	Minuts	686
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.450
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.374
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 1.1.29.11 LÍNIA POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.342
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	448
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.125
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.875
	%	3,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>563</b>
	%	<b>0,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>154</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.180</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.467</b>
	%	<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.30.1 GELATINES EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>336</b>
	%	<b>59,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>80</b>
	%	<b>52,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>647</b>
	%	<b>54,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>784</b>
	%	<b>53,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.30.2 "MOUSSE" EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>226</b>
	%	<b>40,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>73</b>
	%	<b>47,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>533</b>
	%	<b>45,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>683</b>
	%	<b>46,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.30 POSTRES SECS		
PRODUCTE: 1.1.30.3 ALTRES POSTRES SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.088
	%	2,3
- TEMPS: .....	Minuts	2.805
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.012
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.494
	%	2,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 1.1.31.1 CACAU SOLUBLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.773
	%	5,6
- TEMPS: .....	Minuts	2.647
	%	94,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.299
	%	94,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.607
	%	94,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 1.1.31.2 CREMES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		315
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	158
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	713
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	887
	%	5,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 1.1.31.3 LÍNIA PRODUCTES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.669
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	922
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.726
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.636
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 1.1.32.1 KETCHUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 1.1.32.2 SALSES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 1.1.32.3 SALSES PER A PASTES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

			ANY: 1999
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 1.1.32 SALSES			
PRODUCTE: 1.1.32.4 TOMÀQUET FREGIT			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			821
	%		30,8
- TEMPS: .....	Minuts		212
	%		23,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		1.683
	%		29,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.207
	%		28,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			
			ANY: 1999
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 1.1.32 SALSES			
PRODUCTE: 1.1.32.5 LÍNIA "MAHONESES"			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			399
	%		14,9
- TEMPS: .....	Minuts		198
	%		21,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		875
	%		15,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		1.209
	%		15,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			
			ANY: 1999
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 1.1.32 SALSES			
PRODUCTE: 1.1.32.6 ALTRES SALSES			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.449
	%		54,3
- TEMPS: .....	Minuts		512
	%		55,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		3.168
	%		55,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		4.220
	%		55,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 1.1.32.7 LÍNIA SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.33 SUCS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.267
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.688
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.530
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.949
	%	3,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 1.1.33.1 ORXATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 1.1.33.2 SUCS DE FRUITA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.267
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.688
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.530
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.949
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 1.1.33.3 ALTRES SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 1.1.33.4 LÍNIA SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.850</b>
	%	<b>1,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.284</b>
	%	<b>1,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.456</b>
	%	<b>1,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.468</b>
	%	<b>1,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.34.1 BODEGUES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>18</b>
	%	<b>0,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>4</b>
	%	<b>0,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>89</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>94</b>
	%	<b>1,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.34.2 VINS DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.881</b>
	%	<b>38,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>406</b>
	%	<b>31,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.426</b>
	%	<b>37,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.319</b>
	%	<b>39,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.34 VINS		
PRODUCTE: 1.1.34.3 VINS DOLÇOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		25
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	8
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.34 VINS		
PRODUCTE: 1.1.34.4 VINS "FINOS"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		320
	%	6,6
- TEMPS: .....	Minuts	92
	%	7,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	758
	%	11,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	824
	%	9,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.34 VINS		
PRODUCTE: 1.1.34.5 VINS DE TAULA COMUNS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.465
	%	50,8
- TEMPS: .....	Minuts	711
	%	55,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.856
	%	44,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.794
	%	44,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.34 VINS		
PRODUCTE: 1.1.34.6 ALTRES VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.34 VINS		
PRODUCTE: 1.1.34.7 LÍNIA VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		130
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	62
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	310
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	416
	%	5,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 1.1.35.1 ESCOCÈS/ESTÁNDAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 1.1.35.2 ALTRES WHISKIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.332
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.470
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.676
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.900
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 1.1.36.1 BOMBONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.834
	%	42,3
- TEMPS: .....	Minuts	516
	%	35,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.760
	%	45,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.679
	%	45,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 1.1.36.2 XOCOLATA EN PRESA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.246
	%	28,8
- TEMPS: .....	Minuts	475
	%	32,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.798
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.761
	%	22,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 1.1.36.3 XOCOLATES A LA TASSA EN POLS O LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		467
	%	10,8
- TEMPS: .....	Minuts	156
	%	10,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.626
	%	12,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.227
	%	13,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 1.1.36.4 XOCOLATINES I BARRES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		784
	%	18,1
- TEMPS: .....	Minuts	323
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.484
	%	19,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.223
	%	19,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1. 1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 1.1.36.5 ALTRES XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 1.1.36.6 LÍNIA XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>178</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>66</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>459</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>583</b>
	%	<b>0,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.37.1 CARAMELS LÍQUIDS, XAROPS I "SIROPES"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.37.2 CONDIMENTS I ESPÈCIES VARIES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 1.1.37.3 FARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		28
	%	15,7
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	13,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22
	%	3,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 1.1.37.4 MEL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		101
	%	56,7
- TEMPS: .....	Minuts	51
	%	77,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	423
	%	92,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	535
	%	91,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 1.1.37.5 ALTRES VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		29
	%	16,3
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 1.1.37.6 LÍNIA VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		20
	%	11,3
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.868
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	506
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.321
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.422
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.		
ANY: 1999		
SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 1.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 1.1.38.1 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.868
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	506
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.321
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.422
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.1.39.1 VARIS BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 1.1.40 LÍNIA BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.974</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	Minuts	<b>2.013</b>
	%	<b>1,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	<b>4.669</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	<b>5.786</b>
	%	<b>0,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.1.</b>		

ANY: 1999

SECTOR: 1.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.1.3 LÍNIA BEGUDES  
 PRODUCTE: 1.1.40.1 LÍNIA BEGUDES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.974
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.013
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.669
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.786
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 1.2 PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1. 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.747
	%	1,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.148
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.276
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.749
	%	2,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 1.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.487
	%	73,5
- TEMPS: .....	Minuts	840
	%	73,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.968
	%	69,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.055
	%	69,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.2.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 1. 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: 1.2.1.1 FARINES I FARINETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.384
	%	39,7
- TEMPS: .....	Minuts	324
	%	38,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.722
	%	47,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.291
	%	48,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 1.2.1.2 LLETS INFANTILS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		653
	%	18,7
- TEMPS: .....	Minuts	186
	%	22,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.275
	%	12,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.678
	%	12,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 1.2.1.3. "POTITOS"

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		990
	%	28,4
- TEMPS: .....	Minuts	241
	%	28,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.613
	%	26,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.469
	%	26,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 1.2.1.4 ALTRES ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999		
<b>SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 1.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: 1.2.1.5 LÍNIA ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		460
	%	13,2
- TEMPS: .....	Minuts	89
	%	10,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.358
	%	13,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.617
	%	12,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 1999		
<b>SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.260
	%	26,5
- TEMPS: .....	Minuts	308
	%	26,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.308
	%	30,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.694
	%	30,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.2.		
ANY: 1999		
<b>SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE</b>		
<b>PRODUCTE: 1.2.2.1 BATUTS I BARRETES DIETÈTIQUES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 1.2.2.2 EDULCORANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		218
	%	17,3
- TEMPS: .....	Minuts	83
	%	26,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	513
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	731
	%	12,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 1.2.2.3 GALETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		24
	%	1,9
- TEMPS: .....	Minuts	13
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	87
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	106
	%	1,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 1.2.2.4 INFUSIONS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 1.2.2.5 PREPARATS PER APRIMAR-SE (PARAFARMÀCIA)

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		500
	%	39,7
- TEMPS: .....	Minuts	149
	%	48,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.432
	%	33,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.933
	%	33,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 1.2.2.6 ALTRES ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		125
	%	9,9
- TEMPS: .....	Minuts	13
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	320
	%	7,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	328
	%	5,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 1999

**SECTOR: 1.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 1.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 1.2.2.7 LÍNIA ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		393
	%	31,2
- TEMPS: .....	Minuts	50
	%	16,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.956
	%	45,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.596
	%	45,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS**

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.101
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	659
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.627
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.458
	%	0,8
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 1.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		921
	%	43,8
- TEMPS: .....	Minuts	368
	%	55,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.498
	%	54,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.578
	%	55,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.3.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 1.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: 1.3.1.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		921
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	368
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.498
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.578
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 1.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.180
	%		56,2
- TEMPS: .....	Minuts		291
	%		44,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		2.129
	%		46,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.880
	%		44,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.3.</b>			
			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 1.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: 1.3.2.1 VITAMINES</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.180
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		291
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		2.129
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.880
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ**

			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: TOTAL 3</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			28.954
	%		8,1
- TEMPS: .....	Minuts		9.121
	%		7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		41.604
	%		7,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		51.669
	%		6,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 1.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			27.108
	%		93,6
- TEMPS: .....	Minuts		8.505
	%		93,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		41.076
	%		98,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		51.005
	%		98,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.4.</b>			
			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 1.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>			
<b>PRODUCTE: 1.4.1.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			27.108
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		8.505
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		41.076
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		51.005
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

			<b>ANY: 1999</b>
<b>SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 1.4.2 CAFETERIES I BARS</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			<b>653</b>
	%		<b>2,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>		<b>266</b>
	%		<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>		<b>69</b>
	%		<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>		<b>90</b>
	%		<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.4.</b>			
			<b>ANY: 1999</b>
<b>SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 1.4.2 CAFETERIES I BARS</b>			
<b>PRODUCTE: 1.4.2.1 CAFETERIES I BARS</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			<b>653</b>
	%		<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>		<b>266</b>
	%		<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>		<b>69</b>
	%		<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>		<b>90</b>
	%		<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			
			<b>ANY: 1999</b>
<b>SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 1.4.3 RESTAURANTS</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			<b>1.193</b>
	%		<b>4,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>		<b>350</b>
	%		<b>3,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>		<b>459</b>
	%		<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>		<b>574</b>
	%		<b>1,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.4.</b>			

ANY: 1999

SECTOR: 1.4. RESTAURACIÓ  
 GRUP: 1.4.3 RESTAURANTS  
 PRODUCTE: 1.4.3.1 RESTAURANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.193
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	350
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	459
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	574
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES**

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: TOTAL 1</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.540</b>
	%	<b>2,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.324</b>
	%	<b>1,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>9.604</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>13.385</b>
	%	<b>1,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 1.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.540</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.324</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>9.604</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>13.385</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.5.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 1.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 1.5.1.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.540</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.324</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>9.604</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>13.385</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

**SECTOR: 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC**

<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.064</b>
	%	<b>1,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.867</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.540</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.868</b>
	%	<b>1,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>		
<b>GRUP: 1.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.850</b>
	%	<b>95,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.819</b>
	%	<b>97,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.373</b>
	%	<b>97,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.652</b>
	%	
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.6.</b>		
<b>ANY: 1999</b>		
<b>SECTOR: 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>		
<b>GRUP: 1.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>		
<b>PRODUCTE: 1.6.1.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.850</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.819</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.373</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.652</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 1.6.2 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			214
	%		4,2
- TEMPS: .....	Minuts		48
	%		2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		167
	%		2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		216
	%		2,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.6.</b>			
			ANY: 1999
<b>SECTOR: 1.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 1.6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: 1.6.2.1 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			214
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		48
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		167
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		216
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**2. FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2000.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS**

/

2. **FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2000. RELACIÓ D'ÍTEMS.**

- SECTORS: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.
- 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.
- 2.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.
- 2.4. RESTAURACIÓ.
- 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.
- 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

**Notes:**

1. El ítems marcats **(X)** “no consta” en aquest any.
  2. Els ítems “**Altres ...**” fan referència a tots els productes que s’han publicitat dins d’un grup, però que explícitament no hi són citats.
  3. Els ítems “**Línia ...**” fan referència als espots que publiciten més d’un producte d’un mateix grup.
- /

### 3.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.

2.1.1	Aigües
2.1.2	Aliments congelats i refrigerats
2.1.3	Aliments frescos
2.1.4	Aperitius
2.1.5	Arròs i llegums secs
2.1.6	Begudes alcohòliques varies
2.1.7	Begudes isotòniques/energètiques
2.1.8	Begudes refrescants
2.1.9	Cafès
2.1.10	Caldos, sopes i plats deshidratats
2.1.11	Caramels i laminadures
2.1.12	Càrnies
2.1.13	Cereals
2.1.14	Cerveses
2.1.15	Conserves
2.1.16	Conyac i brandis
2.1.17	Dolços de Nadal
2.1.18	Espumosos i sidres
2.1.19	Formatges
2.1.20	Galetes
2.1.21	Gelats
2.1.22	Grasses alimentàries
2.1.23	Infusions
2.1.24	Lactis
2.1.25	Licors
2.1.26	Olis
2.1.27	Pa i pastisseria
2.1.28	Pastes alimentàries
2.1.29	Postres frescos
2.1.30	Postres secs
2.1.31	Productes de cacau
2.1.32	Salses
2.1.33	Sucs
2.1.34	Vins
2.1.35	Whiskies
2.1.36	Xocolates
2.1.37	Varis alimentació
2.1.38	Línia alimentació
2.1.39	Varis begudes
2.1.40	Línia begudes

/

## 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

- 2.2.1 Alimentació infantil
- 2.2.2 Aliments per aprimar-se

## 2.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

- 2.3.1 Reconstituents i energètics
- 2.3.2 Vitamines

## 2.4. RESTAURACIÓ.

- 2.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
- 2.4.2 Cafeteries i bars
- 2.4.3 Restaurants

## 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 2.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

## 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

- 2.6.1 Campanyes de consum
- 2.6.2 Campanyes de denominació d'origen

/

/

**3.2 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.**

- 2.1.1 Aigües
  - 2.1.1.1 Aigües minerals
  
- 2.1.2 Aliments congelats i refrigerats
  - 2.1.2.1 Amanides (X)
  - 2.1.2.2 Congelats a domicili
  - 2.1.2.3 Croquetes congelades
  - 2.1.2.4 Marisc congelat
  - 2.1.2.5 Masses congelades (X)
  - 2.1.2.6 Peix congelat
  - 2.1.2.7 "Pizzes" congelades
  - 2.1.2.8 Plats preparats congelats i refrigerats
  - 2.1.2.9 Refrigerats i congelats semipreparats
  - 2.1.2.10 Sopes, cremes, caldos i gaspatxo refrigerats (X)
  - 2.1.2.11 Truites (X)
  - 2.1.2.12 Vegetals congelats
  - 2.1.2.13 Altres aliments congelats i refrigerats
  - 2.1.2.14 Línia aliments congelats i refrigerats
  
- 2.1.3 Aliments frescos
  - 2.1.3.1 Carns
  - 2.1.3.2 Fruites i verdures
  - 2.1.3.3 Ous
  - 2.1.3.4 Peix i marisc
  - 2.1.3.5 Línia aliments frescos
  
- 2.1.4 Aperitius
  - 2.1.4.1 Crispetes (X)
  - 2.1.4.2 Fruits secs
  - 2.1.4.3 Galetes salades
  - 2.1.4.4 Olives
  - 2.1.4.5 Patates fregides
  - 2.1.4.6 Altres aperitius
  - 2.1.4.7 Línia aperitius
  
- 2.1.5 Arròs i llegums secs
  - 2.1.5.1 Arròs
  - 2.1.5.2 Mongetes (X)
  - 2.1.5.3 Línia llegums secs (X)

/

/

- 2.1.6 Begudes alcohòliques varies
  - 2.1.6.1 Anissos i aiguardents
  - 2.1.6.2 Ginebres (X)
  - 2.1.6.3 Rom blanc
  - 2.1.6.4 Altres begudes alcohòliques varies
  
- 2.1.7 Begudes isotòniques/energètiques
  - 2.1.7.1 Energètiques
  - 2.1.7.2 Isotòniques (X)
  
- 2.1.8 Begudes refrescants
  - 2.1.8.1 "Bitter" sense (X)
  - 2.1.8.2 Gasoses (X)
  - 2.1.8.3 Refrescos amb alcohol (X)
  - 2.1.8.4 Refrescos de cola
  - 2.1.8.5 Refrescos de fruita amb gas
  - 2.1.8.6 Refrescos de fruita sense gas
  - 2.1.8.7 Refrescos de llimona dolça
  - 2.1.8.8 Refrescos solubles
  - 2.1.8.9 Refrescos de te
  - 2.1.8.10 Tòniques
  - 2.1.8.11 Altres begudes refrescants
  - 2.1.8.12 Línia begudes refrescants
  
- 2.1.9 Cafès
  - 2.1.9.1 Cafès en gra o molt
  - 2.1.9.2 Cafès solubles descafeïnats
  - 2.1.9.3 Cafès solubles preparats (llets, etc.)
  - 2.1.9.4 Cafès solubles purs
  - 2.1.9.5 Succedanis de cafè
  - 2.1.9.6 Altres cafès
  - 2.1.9.7 Línia cafès
  
- 2.1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
  - 2.1.10.1 Caldos concentrats
  - 2.1.10.2 Llarga duració (uht-ambient) (X)
  - 2.1.10.3 Plats preparats deshidratats
  - 2.1.10.4 Purés de patata
  - 2.1.10.5 Sopes i cremes deshidratades
  - 2.1.10.6 Línia deshidratats

/

/	
2.1.11	Caramels i llaminadures
2.1.11.1	Caramels
2.1.11.2	Caramels balsàmics
2.1.11.3	Llaminadures de xocolata (Kinder, etc.)
2.1.11.4	Xiclets amb sucre
2.1.11.5	Xiclets sense sucre
2.1.11.6	Altres caramels i llaminadures
2.1.11.7	Línia caramels i llaminadures
2.1.12	Càrnies
2.1.12.1	Embotits cuits
2.1.12.2	Embotits curats
2.1.12.3	Magre de porc (X)
2.1.12.4	Patés i foie (carn i peix)
2.1.12.5	Pernil cuit
2.1.12.6	Pernil curat
2.1.12.7	Salsitxes
2.1.12.8	Altres càrnies (X)
2.1.12.9	Línia càrnies
2.1.13	Cereals
2.1.13.1	Cereals esmorzar
2.1.13.2	Línia cereals esmorzar (X)
2.1.14	Cerveeses
2.1.14.1	Cerveeses importació
2.1.14.2	Cerveeses "light"
2.1.14.3	Cerveeses nacionals
2.1.14.4	Cerveeses sense alcohol
2.1.14.5	Altres cerveeses (X)
2.1.15	Conserves
2.1.15.1	Carn en conserva
2.1.15.2	Confitures i melmelades
2.1.15.3	Conserves peixos (excepte tonyina)
2.1.15.4	Llegums en conserva
2.1.15.5	Plats preparats en conserva
2.1.15.6	Salaó
2.1.15.7	Tomàquet natural en conserva (X)
2.1.15.8	Tonyina en conserva
2.1.15.9	Vegetals en conserva
2.1.15.10	Altres conserves
2.1.15.11	Línia conserves
/	

/

- 2.1.16 Conyac i brandis (X)
  - 2.1.16.1 Conyac i brandis (X)
- 2.1.17 Dolços de Nadal
  - 2.1.17.1 Mantegades
  - 2.1.17.2 Massapans
  - 2.1.17.3 Torrons
  - 2.1.17.4 Altres dolços de Nadal
  - 2.1.17.5 Línia dolços de Nadal
- 2.1.18 Espumosos i sidres
  - 2.1.18.1 Caves
  - 2.1.18.2 Sidres
  - 2.1.18.3 Línia espumosos i sidres (X)
- 2.1.19 Formatges
  - 2.1.19.1 Formatges en bloc
  - 2.1.19.2 Formatges frescos
  - 2.1.19.3 Formatges en porcions
  - 2.1.19.4 Formatges ratllats (X)
  - 2.1.19.5 Formatges per untar
  - 2.1.19.6 Formatges tallats a rodanxes
  - 2.1.19.7 Línia formatges
- 2.1.20 Galetes
  - 2.1.20.1 Assortit de galetes
  - 2.1.20.2 Galetes cobertes de xocolata
  - 2.1.20.3 Galetes farcides
  - 2.1.20.4 Galetes normals (Maria)
  - 2.1.20.5 Neules i rosquilles
  - 2.1.20.6 Altres galetes
  - 2.1.20.7 Línia galetes
- 2.1.21 Gelats
  - 2.1.21.1 Gelats d'impuls (de pal)
  - 2.1.21.2 Gelats de la llar
  - 2.1.21.3 Línia gelats
- 2.1.22 Grasses alimentàries
  - 2.1.22.1 Mantegues
  - 2.1.22.2 Margarines
  - 2.1.22.3 Altres grasses alimentàries (X)

/

/	
2.1.23	Infusions
2.1.23.1	Camamilla (X)
2.1.23.2	Te
2.1.23.3	Altres infusions
2.1.23.4	Línia infusions
2.1.24	Lactis
2.1.24.1	Batuts
2.1.24.2	Llet condensada
2.1.24.3	Llet desnatada
2.1.24.4	Llet en pols (X)
2.1.24.5	Llet desmidesnatada
2.1.24.6	Llet sencera (Llarga-vida)
2.1.24.7	Nates (X)
2.1.24.8	Altres lactis (X)
2.1.24.9	Línia lactis
2.1.25	Licors
2.1.25.1	Licors de crema
2.1.25.2	Licors de fruita
2.1.25.3	Licors sense alcohol
2.1.25.4	Línia licors (X)
2.1.26	Olis
2.1.26.1	Oli de gira-sol
2.1.26.2	Oli d'oliva
2.1.26.3	Altres olis (X)
2.1.26.4	Línia olis
2.1.27	Pa i pastisseria
2.1.27.1	Pa de motlle
2.1.27.2	Panets envasats
2.1.27.3	Pastisseria i broixeria infantil
2.1.27.4	Pastisseria i broixeria llar
2.1.27.5	Altres pa i pastisseria (X)
2.1.27.6	Línia pa i pastisseria
2.1.28	Pastes alimentàries
2.1.28.1	Pastes fresques
2.1.28.2	Pastes seques
2.1.28.3	Línia pastes alimentàries
/	

/

## 2.1.29 Postres frescos

- 2.1.29.1 Cremes
- 2.1.29.2 Flams
- 2.1.29.3 Formatges frescos tipus "Petit"
- 2.1.29.4 logurt amb ferments
- 2.1.29.5 logurt líquid
- 2.1.29.6 logurt natural
- 2.1.29.7 logurt sabor
- 2.1.29.8 "Mousse"
- 2.1.29.9 Quallada
- 2.1.29.10 Altres postres frescos
- 2.1.29.11 Línia postres frescos

## 2.1.30 Postres secs

- 2.1.30.1 Gelatines en pols
- 2.1.30.2 "Mousse" en pols
- 2.1.30.3 Altres postres secs (X)

## 2.1.31 Productes de cacau

- 2.1.31.1 Cacau soluble
- 2.1.31.2 Cremes de cacau
- 2.1.31.3 Línia productes de cacau (X)

## 2.1.32 Salses

- 2.1.32.1 Ketchup (X)
- 2.1.32.2 Salses deshidratades (X)
- 2.1.32.3 Salses per a pastes
- 2.1.32.4 Tomàquet fregit
- 2.1.32.5 "Mahoneses"
- 2.1.32.6 Altres salses
- 2.1.32.7 Línia salses

## 2.1.33 Sucs

- 2.1.33.1 Orxata
- 2.1.33.2 Sucs de fruita
- 2.1.33.3 Altres sucs (X)
- 2.1.33.4 Línia sucs

/

/	
2.1.34 Vins	
2.1.34.1	Bodegues
2.1.34.2	Vins denominació d'origen
2.1.34.3	Vins dolços
2.1.34.4	Vins "finos"
2.1.34.5	Vins de taula comuns
2.1.34.6	Altres vins
2.1.34.7	Línia vins
2.1.35 Whiskies (X)	
2.1.35.1	Escocès/estàndard (X)
2.1.35.2	Altres whiskies (X)
2.1.36 Xocolates	
2.1.36.1	Bombons
2.1.36.2	Xocolata en presa
2.1.36.3	Xocolates a la tassa en pols o líquid
2.1.36.4	Xocolatines i barres de xocolata
2.1.36.5	Altres xocolates (X)
2.1.36.6	Línia xocolates
2.1.37 Varis alimentació	
2.1.37.1	Caramels líquids, xarops i "siropes"
2.1.37.2	Condiments i espècies varies
2.1.37.3	Farines
2.1.37.4	Mel
2.1.37.5	Altres varis alimentació
2.1.37.6	Línia varis alimentació
2.1.38 Línia alimentació	
2.1.38.1	Línia alimentació
2.1.39 Varis begudes (X)	
2.1.39.1	Varis begudes (X)
2.1.40 Línia begudes	
2.1.40.1	Línia begudes
/	

/

## 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

### 2.2.1 Alimentació infantil

- 2.2.1.1 Farines i farinetes
- 2.2.1.2 Llets infantils
- 2.2.1.3 "Potitos"
- 2.2.1.4 Altres alimentació infantil
- 2.2.1.5 Línia alimentació infantil

### 2.2.2 Aliments per aprimar-se

- 2.2.2.1 Batuts i barretes dietètiques (X)
- 2.2.2.2 Edulcorants
- 2.2.2.3 Galetes dietètiques
- 2.2.2.4 Infusions per aprimar-se (X)
- 2.2.2.5 Preparats per aprimar-se (parafarmàcia)
- 2.2.2.6 Altres aliments per aprimar-se
- 2.2.2.7 Línia aliments per aprimar-se

## 2.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

### 2.3.1 Reconstituents i energètics

- 2.3.1.1 Reconstituents i energètics

### 2.3.2 Vitamines

- 2.3.2.1 Vitamines

/

/

## 2.4. RESTAURACIÓ.

- 2.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  - 2.4.1.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  
- 2.4.2 Cafeteries i bars
  - 2.4.2.1 Cafeteries i bars
  
- 2.4.3 Restaurants
  - 2.4.3.1 Restaurants

## 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 2.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  - 2.5.1.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

## 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

- 2.6.1 Campanyes de consum
  - 2.6.1.1 Campanyes de consum
  
- 2.6.2 Campanyes denominació d'origen
  - 2.6.2.1 Campanyes denominació d'origen

/

**2.FITXES PUBLICITAT TELEVISIVA ALIMENTACIÓ 2000**

**GRP'S.** (Punts de rating bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total (Ortega, 2004).

## **PUBLICITAT TELEVISIVA REFERIDA A L'ALIMENTACIÓ**

### **SECTORS:**

**ANY: 2000**

- 2.1. Productes alimentaris de consum ordinari.
- 2.2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial.
- 2.3. Complementes alimentaris.
- 2.4. Restauració.
- 2.5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes.
- 2.6. Campanyes d'interès públic

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>330.686</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>113.744</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>564.982</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>741.218</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al total Publicitat alimentació 2000.**

**SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

ANY: **2000****SECTOR: 2.1. RESUM PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: TOTAL 40**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>287.900</b>
	%	<b>87,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>100.677</b>
	%	<b>88,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>491.696</b>
	%	<b>87,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>645.855</b>
	%	<b>87,2</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.**ANY: **2000****SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI****GRUP: 2.1.1 AIGÜES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.575</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.099</b>
	%	<b>2,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.475</b>
	%	<b>1,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.002</b>
	%	<b>1,4</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.**ANY: **2000****SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI****GRUP: 2.1.1 AIGÜES****PRODUCTE: 2.1.1.1 AIGÜES MINERALS**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.575</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.099</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.475</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.002</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.**

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.635</b>
	%	<b>2,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.679</b>
	%	<b>2,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>13.577</b>
	%	<b>2,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>18.670</b>
	%	<b>2,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.2.1 AMANIDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.2.2 CONGELATS A DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>281</b>
	%	<b>3,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>78</b>
	%	<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>105</b>
	%	<b>0,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>152</b>
	%	<b>0,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.3 CROQUETES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.4 MARISC CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		156
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	52
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	400
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	581
	%	3,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.5 MASSES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.6 PEIX CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		816
	%	10,7
- TEMPS: .....	Minuts	338
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.782
	%	13,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.542
	%	13,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.7 "PIZZES" CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.8 PLATS PREPARATS CONGELATS I REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.399
	%	18,3
- TEMPS: .....	Minuts	380
	%	14,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.163
	%	30,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.782
	%	31,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.9 REFRIGERATS I CONGELATS SEMIPREPARATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.551
	%	20,3
- TEMPS: .....	Minuts	547
	%	20,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	956
	%	7,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.154
	%	6,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.10 SOPES, CREMES, CALDOS I GASPATXOS REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.11 TRUITES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.12 VEGETALS CONGELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.987
	%	39,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.182
	%	44,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.618
	%	34,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.243
	%	33,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.13 ALTRES ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		287
	%	3,8
- TEMPS: .....	Minuts	79
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	966
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.348
	%	7,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 2.1.2.14 LÍNIA ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		156
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	23
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	574
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	848
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.632</b>
	%	<b>0,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>424</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.072</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.218</b>
	%	<b>0,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.3.1 CARNES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>190</b>
	%	<b>11,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>51</b>
	%	<b>12,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>85</b>
	%	<b>2,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>118</b>
	%	<b>2,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.3.2 FRUITES I VERDURES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>856</b>
	%	<b>52,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>175</b>
	%	<b>41,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.056</b>
	%	<b>66,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.825</b>
	%	<b>66,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.3.3 OUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		41
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	6
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.3.4 PEIX I MARISC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		509
	%	31,2
- TEMPS: .....	Minuts	187
	%	44,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	918
	%	29,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.264
	%	30,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.3.5 LÍNIA ALIMENTS FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		36
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	5
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>9.551</b>
	%	<b>3,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.546</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>14.842</b>
	%	<b>3,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>15.592</b>
	%	<b>2,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.4.1 CRISPETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.4.2 FRUITS SECS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>231</b>
	%	<b>2,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>62</b>
	%	<b>2,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>618</b>
	%	<b>4,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>736</b>
	%	<b>4,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 2.1.4.3 GALETES SALADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		51
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 2.1.4.4 OLIVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		326
	%	3,4
- TEMPS: .....	Minuts	67
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	986
	%	6,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.250
	%	7,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 2.1.4.5 PATATES FREGIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.584
	%	69,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.573
	%	61,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.181
	%	61,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.101
	%	63,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 2.1.4.6 ALTRES APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.299
	%	13,6
- TEMPS: .....	Minuts	537
	%	21,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.663
	%	17,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.842
	%	16,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 2.1.4.7 LÍNIA APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.060
	%	11,1
- TEMPS: .....	Minuts	303
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.379
	%	9,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.643
	%	9,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.705
	%	1,3
- TEMPS: .....	Minuts	908
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.261
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.790
	%	1,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 2.1.5.1 ARRÒS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.705
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	908
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.261
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.790
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 2.1.5.2 MONGETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 2.1.5.3 LÍNIA LLEGUMS SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.455
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.907
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.615
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.001
	%	0,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
ANY: 2000		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.6.1 ANISES I AIGUARDENTS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
ANY: 2000		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.6.2 GINEBRES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 2.1.6.3 ROM BLANC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		107
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	23
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	73
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	81
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 2.1.6.4 ALTRES BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.347
	%	95,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.884
	%	98,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.541
	%	98,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.918
	%	98,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.587
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	761
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.973
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.800
	%	0,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 2.1.7.1 ENERGÈTIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.587
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	761
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.973
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.800
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 2.1.7.2 ISOTÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		24.301
	%	8,4
- TEMPS: .....	Minuts	9.695
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	49.314
	%	10,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	60.652
	%	9,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000

SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS  
 PRODUCTE: 2.1.8.1 "BITTER" SENSE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS  
 PRODUCTE: 2.1.8.2 GASOSES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS  
 PRODUCTE: 2.1.8.3 REFRESCOS AMB ALCOHOL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.4 REFRESCOS DE COLA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.545
	%	35,2
- TEMPS: .....	Minuts	3.552
	%	36,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	21.497
	%	43,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	26.308
	%	43,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.5 REFRESCOS DE FRUITA AMB GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.108
	%	8,7
- TEMPS: .....	Minuts	975
	%	10,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.287
	%	10,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.343
	%	10,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.6 REFRESCOS DE FRUITA SENSE GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.983
	%	28,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.490
	%	25,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.671
	%	23,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.409
	%	23,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.7 REFRESCOS DE LLIMONA DOLÇA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.433
	%	5,9
- TEMPS: .....	Minuts	703
	%	7,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.343
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.628
	%	2,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.8 REFRESCOS SOLUBLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		263
	%	1,1
- TEMPS: .....	Minuts	62
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	814
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.126
	%	1,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.9 REFRESCOS DE TE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		507
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	196
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	947
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.199
	%	2,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.10 TÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.121
	%	8,7
- TEMPS: .....	Minuts	793
	%	8,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.073
	%	8,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.137
	%	8,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.11 ALTRES BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,00
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 2.1.8.12 LÍNIA BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.339
	%	9,6
- TEMPS: .....	Minuts	922
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.677
	%	7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.496
	%	7,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.126</b>
	%	<b>1,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.658</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.868</b>
	%	<b>2,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>14.235</b>
	%	<b>2,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.9.1 CAFÈS EN GRA O MOLT</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>882</b>
	%	<b>17,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>388</b>
	%	<b>23,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.434</b>
	%	<b>13,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.957</b>
	%	<b>13,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.9.2 CAFÈS SOLUBLES DESCAFEÏNATS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>257</b>
	%	<b>5,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>102</b>
	%	<b>6,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>590</b>
	%	<b>5,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>807</b>
	%	<b>5,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 2.1.9.3 CAFÈS SOLUBLES PREPARATS (LLETS, ETC)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 2.1.9.4 CAFÈS SOLUBLES PURS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.295
	%	25,3
- TEMPS: .....	Minuts	408
	%	24,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.298
	%	30,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.263
	%	29,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 2.1.9.5 SUCCEDANIS DE CAFÈ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		289
	%	5,6
- TEMPS: .....	Minuts	105
	%	6,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	786
	%	7,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.075
	%	7,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 2.1.9.6 ALTRES CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.319
	%	25,7
- TEMPS: .....	Minuts	286
	%	17,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.937
	%	27,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.749
	%	26,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 2.1.9.7 LÍNIA CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.075
	%	21,0
- TEMPS: .....	Minuts	367
	%	22,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.809
	%	16,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.369
	%	16,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		22.986
	%	8,0
- TEMPS: .....	Minuts	7.874
	%	7,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.732
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.777
	%	3,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 2.1.10.1 CALDOS CONCENTRATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.350
	%	36,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.191
	%	40,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.797
	%	36,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.941
	%	36,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 2.1.10.2 LLARGA DURACIÓ (UHT-AMBIENT)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 2.1.10.3 PLATS PREPARATS DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.282
	%	14,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.063
	%	13,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.157
	%	16,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.053
	%	16,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 2.1.10.4 PURÉS DE PATATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		234
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	55
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	720
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	912
	%	3,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 2.1.10.5 SOPEI I CREMES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.112
	%	48,4
- TEMPS: .....	Minuts	3.561
	%	45,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.049
	%	42,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.859
	%	43,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 2.1.10.6 LÍNIA DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.615
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	3.745
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.531
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33.785
	%	5,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.11.1 CAMELS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.736
	%	15,0
- TEMPS: .....	Minuts	486
	%	13,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.238
	%	16,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.416
	%	16,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.11.2 CAMELS BALSÀMICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.016
	%	17,4
- TEMPS: .....	Minuts	611
	%	16,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.666
	%	21,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.583
	%	22,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 2.1.11.3 LLAMINADURES DE XOCOLATA (KINDER, ETC.)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.960
	%	25,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.055
	%	28,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.785
	%	25,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.352
	%	24,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 2.1.11.4 XICLETS AMB SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		122
	%	1,1
- TEMPS: .....	Minuts	33
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	119
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	84
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 2.1.11.5 XICLETS SENSE SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.718
	%	23,4
- TEMPS: .....	Minuts	804
	%	21,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.708
	%	32,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.079
	%	32,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.11 CAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 2.1.11.6 ALTRES CAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		143
	%	1,2
- TEMPS: .....	Minuts	38
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	159
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	108
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.11 CAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 2.1.11.7 LÍNIA CAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.920
	%	16,5
- TEMPS: .....	Minuts	718
	%	19,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	856
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.163
	%	3,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.389
	%	3,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.229
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	21.031
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	27.969
	%	4,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.1 EMBOTITS CUITS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		867
	%	9,2
- TEMPS: .....	Minuts	254
	%	7,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.905
	%	13,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.739
	%	13,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.2 EMBOTITS CURATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.223
	%	13,0
- TEMPS: .....	Minuts	384
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.028
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.159
	%	14,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.3 MAGRE DE PORC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.4 PATÉS I FOIE (CARN I PEIX)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		23.377
	%	25,3
- TEMPS: .....	Minuts	858
	%	26,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.993
	%	23,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.528
	%	23,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.5 PERNIL CUIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		825
	%	8,8
- TEMPS: .....	Minuts	394
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.285
	%	10,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.137
	%	11,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.6 PERNIL CURAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		922
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	306
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.680
	%	8,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.285
	%	8,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.7 SALSITXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		376
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	126
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.274
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.770
	%	6,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.8 ALTRES CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 2.1.12.9 LÍNIA CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.799
	%	29,9
- TEMPS: .....	Minuts	907
	%	28,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.866
	%	23,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.352
	%	22,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.366
	%	2,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.936
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.576
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.832
	%	2,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
ANY: 2000		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.13.1 CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.366
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.936
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.576
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.832
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
ANY: 2000		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.13.2 LÍNIA CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		36.227
	%	12,5
- TEMPS: .....	Minuts	14.543
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29.201
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	37.963
	%	6,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.14.1 CERVESES IMPORTACIÓ</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.130
	%	19,7
- TEMPS: .....	Minuts	3.273
	%	22,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.137
	%	17,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.788
	%	17,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.14.2 CERVESES "LIGHT"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6
	%	0,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 2.1.14.3 CERVESES NACIONALS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19.661
	%	54,3
- TEMPS: .....	Minuts	8.043
	%	55,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.485
	%	63,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.538
	%	62,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 2.1.14.4 CERVESES SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.433
	%	26,0
- TEMPS: .....	Minuts	3.226
	%	22,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.573
	%	19,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.631
	%	20,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 2.1.14.5 ALTRES CERVESES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.092</b>
	%	<b>2,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.071</b>
	%	<b>2,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>14.980</b>
	%	<b>3,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>20.187</b>
	%	<b>3,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.15.1 CARN EN CONSERVA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>85</b>
	%	<b>1,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>28</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>66</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>94</b>
	%	<b>0,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.15.2 CONFITURES I MELMELADES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>104</b>
	%	<b>1,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>16</b>
	%	<b>0,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>258</b>
	%	<b>1,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>393</b>
	%	<b>1,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.3 CONSERVES PEIXOS (EXCEPTE TONYINA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		45
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	15
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.4 LLEGUMS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		312
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	82
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.056
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.350
	%	6,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.5 PLATS PREPARATS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.815
	%	25,6
- TEMPS: .....	Minuts	560
	%	27,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.839
	%	12,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.388
	%	11,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.6 SALAÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.7 TOMÀQUET NATURAL EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.8 TONYINA EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.155
	%	30,3
- TEMPS: .....	Minuts	708
	%	34,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.582
	%	44,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.903
	%	44,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.9 VEGETALS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		743
	%	10,5
- TEMPS: .....	Minuts	199
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.479
	%	9,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.166
	%	10,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.10 ALTRES CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.358
	%	19,2
- TEMPS: .....	Minuts	308
	%	14,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.821
	%	18,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.673
	%	18,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 2.1.15.11 LÍNIA CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		469
	%	6,6
- TEMPS: .....	Minuts	153
	%	7,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	860
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.193
	%	5,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.16.1 CONYACS I BRANDIS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.17 DOLÇOS DE NADAL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.106</b>
	%	<b>1,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>767</b>
	%	<b>0,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.669</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.293</b>
	%	<b>1,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 2.1.17.1 MANTEGADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		116
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	35
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	436
	%	6,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	620
	%	6,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 2.1.17.2 MASSAPANS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 2.1.17.3 TORRONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.626
	%	84,5
- TEMPS: .....	Minuts	637
	%	83,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.164
	%	77,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.182
	%	77,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 2.1.17.4 ALTRES DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		84
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	16
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	314
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	436
	%	4,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 2.1.17.5 LÍNIA DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		269
	%	8,7
- TEMPS: .....	Minuts	77
	%	10,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	744
	%	11,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.041
	%	11,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.823
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	960
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.607
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.494
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 2.1.18.1 CAVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.670
	%	91,6
- TEMPS: .....	Minuts	914
	%	95,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.233
	%	85,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.988
	%	85,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 2.1.18.2 SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		153
	%	8,4
- TEMPS: .....	Minuts	46
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	375
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	506
	%	14,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 2.1.18.3 LÍNIA ESPOMOSOS I SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.444</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.792</b>
	%	<b>1,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>14.390</b>
	%	<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>19.454</b>
	%	<b>3,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.19.1 FORMATGES EN BLOC</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.743</b>
	%	<b>32,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>565</b>
	%	<b>31,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.988</b>
	%	<b>27,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.505</b>
	%	<b>28,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.19.2 FORMATGES FRESCOS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.053</b>
	%	<b>19,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>351</b>
	%	<b>19,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.998</b>
	%	<b>27,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.569</b>
	%	<b>28,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 2.1.19.3 FORMATGES EN PORCIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.172
	%	21,5
- TEMPS: .....	Minuts	296
	%	16,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.186
	%	15,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.789
	%	14,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 2.1.19.4 FORMATGES RATLLATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 2.1.19.5 FORMATGES PER UNTAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		837
	%	15,4
- TEMPS: .....	Minuts	313
	%	17,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.766
	%	19,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.723
	%	19,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 2.1.19.6 FORMATGES TALLATS A RODANXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		108
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	36
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	84
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	124
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 2.1.19.7 LÍNIA FORMATGES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		531
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	231
	%	12,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.368
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.744
	%	9,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.070
	%	2,8
- TEMPS: .....	Minuts	2.251
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	19.839
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	25.404
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.1 ASSORTIT DE GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		535
	%	6,6
- TEMPS: .....	Minuts	127
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.480
	%	12,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.329
	%	13,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.2 GALETES COBERTES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		713
	%	8,8
- TEMPS: .....	Minuts	168
	%	7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.564
	%	7,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.855
	%	7,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.3 GALETES FARCIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.377
	%	29,5
- TEMPS: .....	Minuts	790
	%	35,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.733
	%	28,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.273
	%	28,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.4 GALETES NORMALS (MARIA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.989
	%	37,0
- TEMPS: .....	Minuts	814
	%	36,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.643
	%	33,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.701
	%	34,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.5 NEULES I ROSQUILLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		379
	%	4,7
- TEMPS: .....	Minuts	40
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	146
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	198
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.6 ALTRES GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		289
	%	3,6
- TEMPS: .....	Minuts	104
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.097
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.330
	%	5,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 2.1.20.7 LÍNIA GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		788
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	208
	%	9,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.175
	%	11,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.719
	%	10,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.21 GELATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.142
	%	1,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.623
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.949
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.404
	%	2,1
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 2.1.21.1 GELATS D'IMPULS (DE PAL)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.672
	%	52,0
- TEMPS: .....	Minuts	918
	%	56,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.894
	%	53,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.757
	%	50,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 2.1.21.2 GELATS DE LA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.689
	%	32,8
- TEMPS: .....	Minuts	405
	%	25,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.635
	%	33,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.810
	%	35,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 2.1.21.3 LÍNIA GELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		781
	%	15,2
- TEMPS: .....	Minuts	300
	%	18,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.420
	%	13,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.837
	%	13,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.770
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	584
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.408
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.563
	%	0,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 2.1.22.1 MANTEGUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		230
	%	13,0
- TEMPS: .....	Minuts	72
	%	12,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.023
	%	30,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.365
	%	29,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 2.1.22.2 MARGARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.540
	%	87,0
- TEMPS: .....	Minuts	512
	%	87,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.386
	%	70,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.198
	%	70,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 2.1.22.3 ALTRES GRASSES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUPS.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>559</b>
	%	<b>0,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>185</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.994</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.759</b>
	%	<b>0,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.23.1 CAMAMILLA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.23.2 TE</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>144</b>
	%	<b>25,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>24</b>
	%	<b>13,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>609</b>
	%	<b>30,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>828</b>
	%	<b>30,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 2.1.23.3 ALTRES INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		22
	%	3,9
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	38
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	42
	%	1,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 2.1.23.4 LÍNIA INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		393
	%	70,3
- TEMPS: .....	Minuts	158
	%	85,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.348
	%	67,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.889
	%	68,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.753
	%	4,8
- TEMPS: .....	Minuts	4.817
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.357
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	36.196
	%	5,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.1 BATUTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1,179
	%	8,6
- TEMPS: .....	Minuts	406
	%	8,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.159
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.510
	%	4,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.2 LLET CONDENSADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		670
	%	4,9
- TEMPS: .....	Minuts	143
	%	3,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.127
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.559
	%	4,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.3 LLET DESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.281
	%	9,3
- TEMPS: .....	Minuts	573
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.309
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.491
	%	12,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.4 LLET EN POLS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.5 LLET SEMIDESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		653
	%	4,8
- TEMPS: .....	Minuts	233
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.259
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.737
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.6 LLET SENCERA (LLARGA VIDA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.022
	%	14,7
- TEMPS: .....	Minuts	772
	%	16,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.013
	%	11,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.029
	%	11,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.7 NATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.8 ALTRES LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 2.1.24.9 LÍNIA LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.948
	%	57,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.690
	%	55,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.491
	%	62,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22.869
	%	63,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.265</b>
	%	<b>1,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.101</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.816</b>
	%	<b>1,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>11.626</b>
	%	<b>1,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.25.1 LICORS DE CREMA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.506</b>
	%	<b>76,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>924</b>
	%	<b>83,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.487</b>
	%	<b>85,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.991</b>
	%	<b>85,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.25.2 LICORS DE FRUITA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>315</b>
	%	<b>9,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>84</b>
	%	<b>7,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>126</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>173</b>
	%	<b>1,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 2.1.25.3 LICORS SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		444
	%	13,6
- TEMPS: .....	Minuts	93
	%	8,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.203
	%	13,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.462
	%	12,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 2.1.25.4 LÍNIA LICORS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.26 OLIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.288
	%	0,8
- TEMPS: .....	Minuts	631
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.529
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.701
	%	1,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 2.1.26.1 OLI DE GIRA-SOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		50
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	27
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	188
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	269
	%	3,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 2.1.26.2 OLI D'OLIVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.189
	%	95,7
- TEMPS: .....	Minuts	586
	%	92,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.286
	%	95,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.360
	%	95,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 2.1.26.3 ALTRES OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 2.1.26.4 LÍNIA OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		49
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	18
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	55
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	72
	%	0,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		14.348
	%	5,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.330
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.116
	%	5,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	34.293
	%	5,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 2.1.27.1 PA DE MOTLLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.323
	%	37,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.412
	%	32,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.381
	%	35,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.081
	%	38,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 2.1.27.2 PANETS ENVASATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		351
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	117
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.308
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.859
	%	5,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 2.1.27.3 PASTISSERIA I BROIXERIA INFANTIL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.912
	%	48,2
- TEMPS: .....	Minuts	2.248
	%	51,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.059
	%	38,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.061
	%	35,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 2.1.27.4 PASTISSERIA I BROIXERIA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.742
	%	12,1
- TEMPS: .....	Minuts	550
	%	12,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.365
	%	20,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.289
	%	21,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 2.1.27.5 ALTRES PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 2.1.27.6 LÍNIA PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		20
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.034
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.203
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.724
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.534
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 2.1.28.1 PASTES FRESQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.390
	%	34,5
- TEMPS: .....	Minuts	477
	%	39,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.010
	%	13,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.417
	%	13,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 2.1.28.2 PASTES SEQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		613
	%	15,2
- TEMPS: .....	Minuts	115
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.414
	%	18,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.841
	%	17,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 2.1.28.3 LÍNIA PASTES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.031
	%	50,3
- TEMPS: .....	Minuts	611
	%	50,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.299
	%	68,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.275
	%	69,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>33.592</b>
	%	<b>11,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>11.766</b>
	%	<b>11,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>60.057</b>
	%	<b>12,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>83.458</b>
	%	<b>13,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.29.1 CREMES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.183</b>
	%	<b>12,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.034</b>
	%	<b>8,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.168</b>
	%	<b>6,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.748</b>
	%	<b>6,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.29.2 FLAMS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.194</b>
	%	<b>3,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>491</b>
	%	<b>4,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.412</b>
	%	<b>4,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.283</b>
	%	<b>3,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.3 FORMATGES FRESCOS TIPUS "PETIT"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.101
	%	9,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.015
	%	8,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.040
	%	8,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.894
	%	8,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.4 IOGURT AMB FERMENTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.319
	%	15,8
- TEMPS: .....	Minuts	2.162
	%	18,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.662
	%	21,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.645
	%	21,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.5 IOGURT LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.456
	%	4,3
- TEMPS: .....	Minuts	369
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.173
	%	5,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.441
	%	5,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.6 IOGURT NATURAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.510
	%	25,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.226
	%	27,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.421
	%	25,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.652
	%	25,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.7 IOGURT SABOR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.315
	%	9,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.319
	%	11,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.300
	%	10,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.526
	%	10,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.8 "MOUSSE"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.186
	%	3,5
- TEMPS: .....	Minuts	327
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.851
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.990
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.9 QUALLADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.140
	%	3,4
- TEMPS: .....	Minuts	380
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.621
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.238
	%	2,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.10 ALTRES POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.470
	%	7,4
- TEMPS: .....	Minuts	940
	%	8,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.339
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.807
	%	5,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 2.1.29.11 LÍNIA POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.718
	%	5,1
- TEMPS: .....	Minuts	503
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.070
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.233
	%	5,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>662</b>
	%	<b>0,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>189</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>952</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.054</b>
	%	<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.30.1 GELATINES EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>301</b>
	%	<b>45,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>78</b>
	%	<b>41,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>271</b>
	%	<b>28,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>203</b>
	%	<b>19,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.30.2 "MOUSSE" EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>361</b>
	%	<b>54,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>111</b>
	%	<b>58,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>681</b>
	%	<b>71,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>851</b>
	%	<b>80,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.30 POSTRES SECS		
PRODUCTE: 2.1.30.3 ALTRES POSTRES SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.554
	%	2,3
- TEMPS: .....	Minuts	2.701
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.729
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.209
	%	1,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 2.1.31.1 CACAU SOLUBLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.758
	%	87,8
- TEMPS: .....	Minuts	2.479
	%	91,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.003
	%	92,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.664
	%	95,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 2.1.31.2 CREMES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		796
	%	12,2
- TEMPS: .....	Minuts	222
	%	8,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	726
	%	7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	544
	%	4,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 2.1.31.3 LÍNIA PRODUCTES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.871
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	629
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.746
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.756
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.1 KETCHUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.2 SALSES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.3 SALSES PER A PASTES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.4 TOMÀQUET FREGIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		170
	%	9,1
- TEMPS: .....	Minuts	76
	%	12,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	520
	%	19,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	727
	%	19,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.5 "MAHONESES"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		751
	%	40,1
- TEMPS: .....	Minuts	247
	%	39,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	929
	%	33,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.270
	%	33,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.6 ALTRES SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		894
	%	47,8
- TEMPS: .....	Minuts	293
	%	46,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.282
	%	46,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.739
	%	46,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 2.1.32.7 LÍNIA SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		50
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	11
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.33 SUCS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.811
	%	3,8
- TEMPS: .....	Minuts	3.906
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	21.844
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	29.506
	%	4,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 2.1.33.1 ORXATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		319
	%	3,0
- TEMPS: .....	Minuts	53
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	561
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	750
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 2.1.33.2 SUCS DE FRUITA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.491
	%	97,0
- TEMPS: .....	Minuts	3.853
	%	98,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	21.278
	%	97,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	28.750
	%	97,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 2.1.33.3 ALTRES SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 2.1.33.4 LÍNIA SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.089</b>
	%	<b>1,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>853</b>
	%	<b>0,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.882</b>
	%	<b>0,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.288</b>
	%	<b>0,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.34.1 BODEGUES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>81</b>
	%	<b>2,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>21</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>137</b>
	%	<b>3,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>158</b>
	%	<b>3,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.34.2 VINS DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.446</b>
	%	<b>35,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>272</b>
	%	<b>31,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.016</b>
	%	<b>26,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.410</b>
	%	<b>26,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.34 VINS		
PRODUCTE: 2.1.34.3 VINS DOLÇOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.34 VINS		
PRODUCTE: 2.1.34.4 VINS "FINOS"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		162
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	41
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	184
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	214
	%	4,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.34 VINS		
PRODUCTE: 2.1.34.5 VINS DE TAULA COMUNS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		890
	%	21,8
- TEMPS: .....	Minuts	224
	%	26,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	853
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.210
	%	22,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.34 VINS		
PRODUCTE: 2.1.34.6 ALTRES VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		20
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	7
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.34 VINS		
PRODUCTE: 2.1.34.7 LÍNIA VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.488
	%	36,4
- TEMPS: .....	Minuts	286
	%	33,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.677
	%	43,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.271
	%	42,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 2.1.35.1 ESCOCÈS/ESTÁNDAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 2.1.35.2 ALTRES WHISKIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.917
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.279
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.058
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.201
	%	2,0
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 2.1.36.1 BOMBONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.787
	%	45,5
- TEMPS: .....	Minuts	583
	%	45,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.134
	%	51,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.881
	%	52,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 2.1.36.2 XOCOLATA EN PRESA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.032
	%	26,4
- TEMPS: .....	Minuts	302
	%	23,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.356
	%	23,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.037
	%	23,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 2.1.36.3 XOCOLATES A LA TASSA EN POLS O LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		186
	%	4,8
- TEMPS: .....	Minuts	62
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	713
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	924
	%	7,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 2.1.36.4 XOCOLATINES I BARRES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		911
	%	23,3
- TEMPS: .....	Minuts	332
	%	25,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.855
	%	18,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.359
	%	17,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 2.1.36.5 ALTRES XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 2.1.36.6 LÍNIA XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.446</b>
	%	<b>0,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>359</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.859</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.647</b>
	%	<b>0,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.37.1 CARAMELS LÍQUIDS, XAROPS I "SIROPES"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>667</b>
	%	<b>46,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>128</b>
	%	<b>35,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>801</b>
	%	<b>28,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>820</b>
	%	<b>22,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.37.2 CONDIMENTS I ESPÈCIES VARIES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>10</b>
	%	<b>0,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>9</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>12</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>17</b>
	%	<b>0,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 2.1.37.3 FARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		36
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 2.1.37.4 MEL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		353
	%	24,4
- TEMPS: .....	Minuts	105
	%	29,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.377
	%	48,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.878
	%	51,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 2.1.37.5 ALTRES VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		44
	%	3,0
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33
	%	0,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 2.1.37.6 LÍNIA VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		336
	%	23,2
- TEMPS: .....	Minuts	109
	%	30,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	638
	%	22,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	892
	%	24,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.549
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	425
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.874
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.381
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.		
ANY: 2000		
SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 2.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 2.1.38.1 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.549
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	425
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.874
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.381
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.1.39.1 VARIS BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 2.1.40 LÍNIA BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.565</b>
	%	<b>0,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.250</b>
	%	<b>1,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.249</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.221</b>
	%	<b>0,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.1.</b>		

ANY: 2000

SECTOR: 2.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 2.1.3 LÍNIA BEGUDES  
 PRODUCTE: 2.1.40.1 LÍNIA BEGUDES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.565
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.250
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.249
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.221
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 2.2 PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.144</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>771</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.112</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.685</b>
	%	<b>1,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 2.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.358</b>
	%	<b>75,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>583</b>
	%	<b>75,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.518</b>
	%	<b>80,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.589</b>
	%	<b>80,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.2.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 2.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: 2.2.1.1 FARINES I FARINETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>598</b>
	%	<b>25,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>165</b>
	%	<b>28,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.390</b>
	%	<b>21,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.852</b>
	%	<b>21,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.2.1.2 LLETS INFANTILS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		545
	%	23,1
- TEMPS: .....	Minuts	115
	%	19,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.409
	%	21,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.980
	%	23,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.2.1.3. "POTITOS"

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		850
	%	36,0
- TEMPS: .....	Minuts	201
	%	34,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.600
	%	39,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.264
	%	38,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.2.1.4 ALTRES ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		306
	%	13,0
- TEMPS: .....	Minuts	85
	%	14,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	908
	%	13,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.206
	%	14,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.2.1.5 LÍNIA ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		59
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	17
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	212
	%	3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	287
	%	3,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		786
	%	25,0
- TEMPS: .....	Minuts	188
	%	24,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.594
	%	19,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.096
	%	19,6

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.2.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.1 BATUTS I BARRETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.2 EDULCORANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		84
	%	10,7
- TEMPS: .....	Minuts	14
	%	7,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	295
	%	18,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	374
	%	17,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.3 GALETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		90
	%	11,5
- TEMPS: .....	Minuts	15
	%	8,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	87
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	130
	%	6,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.4 INFUSIONS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.5 PREPARATS PER APRIMAR-SE (PARAFARMÀCIA)

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		317
	%	40,3
- TEMPS: .....	Minuts	105
	%	55,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	731
	%	45,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.008
	%	48,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.6 ALTRES ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		266
	%	33,8
- TEMPS: .....	Minuts	44
	%	23,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	335
	%	21,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	379
	%	18,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2000

**SECTOR: 2.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 2.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2.7 LÍNIA ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		29
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	10
	%	5,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	146
	%	9,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	205
	%	9,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 2.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS**

			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.3. COMPLEMENTES ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: TOTAL 2</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			2.438
	%		0,7
- TEMPS: .....	Minuts		668
	%		0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		7.443
	%		1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		10.411
	%		1,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.3. COMPLEMENTES ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 2.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.177
	%		48,3
- TEMPS: .....	Minuts		280
	%		41,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		3.940
	%		52,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		5.680
	%		54,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.3.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.3. COMPLEMENTES ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 2.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>			
<b>PRODUCTE: 2.3.1.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.177
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		280
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		3.940
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		5.680
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

			<b>ANY: 2000</b>
<b>SECTOR: 2. 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 2.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.261
	%		51,7
- TEMPS: .....	Minuts		388
	%		58,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		3.503
	%		47,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		4.731
	%		45,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.3.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 2.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: 2.3.2.1 VITAMINES</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.261
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		388
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		3.503
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		4.731
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**SECTOR: 2. 4. RESTAURACIÓ**

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: TOTAL 3</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>25.311</b>
	%	<b>7,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>7.830</b>
	%	<b>6,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>39.810</b>
	%	<b>7,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>49.174</b>
	%	<b>6,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 2.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>23.462</b>
	%	<b>92,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>7.244</b>
	%	<b>92,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>38.536</b>
	%	<b>96,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>47.510</b>
	%	<b>96,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.4.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 2.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
<b>PRODUCTE: 2.4.1.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>23.462</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>7.244</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>38.536</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>47.510</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 2.4.2 CAFETERIES I BARS</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			913
	%		3,6
- TEMPS: .....	Minuts		325
	%		4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		924
	%		2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		1.224
	%		2,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.4.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 2.4.2 CAFETERIES I BARS</b>			
<b>PRODUCTE: 2.4.2.1 CAFETERIES I BARS</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			913
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		325
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		924
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		1.224
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 2.4.3 RESTAURANTS</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			936
	%		3,7
- TEMPS: .....	Minuts		261
	%		3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		350
	%		0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		440
	%		0,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.4.</b>			

ANY: 2000

SECTOR: 2. 4. RESTAURACIÓ  
 GRUP: 2.4.3 RESTAURANTS  
 PRODUCTE: 2.4.3.1 RESTAURANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		936
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	261
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	350
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	440
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES**

<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: TOTAL 1</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.409
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	2.254
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.128
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.569
	%	2,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 2.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.409
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.254
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.128
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.569
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.5.</b>		
<b>ANY: 2000</b>		
<b>SECTOR: 2.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 2.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 2.5.1.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.409
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.254
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.128
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.569
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

**SECTOR: 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC**

			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: TOTAL 2</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			4.484
	%		1,4
- TEMPS: .....	Minuts		1.544
	%		1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		6.793
	%		1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		9.524
	%		1,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 2.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			4.280
	%		95,5
- TEMPS: .....	Minuts		1.478
	%		95,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		6.644
	%		97,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		9.339
	%		98,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.6.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 2.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: 2.6.1.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			4.280
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		1.478
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		6.644
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		9.339
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 2.6.2 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			204
	%		4,5
- TEMPS: .....	Minuts		66
	%		4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		149
	%		2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		185
	%		1,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.6.</b>			
			ANY: 2000
<b>SECTOR: 2.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 2.6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: 2.6.2.1 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			204
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		66
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		149
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		185
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**3. FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2001.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS**

3. **FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2001. RELACIÓ D'ÍTEMS.**

- SECTORS: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.
- 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.
- 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.
- 3.4. RESTAURACIÓ.
- 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.
- 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

**Notes:**

1. Els ítems marcats **(X)** “no consta” en aquest any.
2. Els ítems “**Altres ...**” fan referència a tots els productes que s’han publicitat dins d’un grup, però que explícitament no hi són citats.
3. Els ítems “**Línia ...**” fan referència als espots que publiciten més d’un producte d’un mateix grup.

### 3.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.

3.1.1	Aigües
3.1.2	Aliments congelats i refrigerats
3.1.3	Aliments frescos
3.1.4	Aperitius
3.1.5	Arròs i llegums secs
3.1.6	Begudes alcohòliques varies
3.1.7	Begudes isotòniques/energètiques
3.1.8	Begudes refrescants
3.1.9	Cafès
3.1.10	Caldos, sopes i plats deshidratats
3.1.11	Caramels i lllaminadures
3.1.12	Càrnies
3.1.13	Cereals
3.1.14	Cerveses
3.1.15	Conserves
3.1.16	Conyac i brandis
3.1.17	Dolços de Nadal
3.1.18	Espumosos i sidres
3.1.19	Formatges
3.1.20	Galetes
3.1.21	Gelats
3.1.22	Grasses alimentàries
3.1.23	Infusions
3.1.24	Lactis
3.1.25	Licors
3.1.26	Olis
3.1.27	Pa i pastisseria
3.1.28	Pastes alimentàries
3.1.29	Postres frescos
3.1.30	Postres secs
3.1.31	Productes de cacau
3.1.32	Salses
3.1.33	Sucs
3.1.34	Vins
3.1.35	Whiskies
3.1.36	Xocolates
3.1.37	Varis alimentació
3.1.38	Línia alimentació
3.1.39	Varis begudes
3.1.40	Línia begudes

/

### 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

- 3.2.1 Alimentació infantil
- 3.2.2 Aliments per aprimar-se

### 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

- 3.3.1 Reconstituents i energètics
- 3.3.2 Vitamines

### 3.4. RESTAURACIÓ.

- 3.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
- 3.4.2 Cafeteries i bars
- 3.4.3 Restaurants

### 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 3.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

### 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

- 3.6.1 Campanyes de consum
- 3.6.2 Campanyes de denominació d'origen

/

/

**3.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.**

- 3.1.1 Aigües
  - 3.1.1.1 Aigües minerals
  
- 3.1.2 Aliments congelats i refrigerats
  - 3.1.2.1 Amanides (X)
  - 3.1.2.2 Congelats a domicili (X)
  - 3.1.2.3 Croquetes congelades
  - 3.1.2.4 Marisc congelat
  - 3.1.2.5 Masses congelades (X)
  - 3.1.2.6 Peix congelat
  - 3.1.2.7 "Pizzes" congelades (X)
  - 3.1.2.8 Plats preparats congelats i refrigerats
  - 3.1.2.9 Refrigerats i congelats semipreparats
  - 3.1.2.10 Sopes, cremes, caldos i gaspatxo refrigerats (X)
  - 3.1.2.11 Truites (X)
  - 3.1.2.12 Vegetals congelats
  - 3.1.2.13 Altres aliments congelats i refrigerats
  - 3.1.2.14 Línia aliments congelats i refrigerats
  
- 3.1.3 Aliments frescos
  - 3.1.3.1 Carns
  - 3.1.3.2 Fruites i verdures
  - 3.1.3.3 Ous
  - 3.1.3.4 Peix i marisc
  - 3.1.3.5 Línia aliments frescos
  
- 3.1.4 Aperitius
  - 3.1.4.1 Crispetes (X)
  - 3.1.4.2 Fruits secs
  - 3.1.4.3 Galetes salades (X)
  - 3.1.4.4 Olives
  - 3.1.4.5 Patates fregides
  - 3.1.4.6 Altres aperitius
  - 3.1.4.7 Línia aperitius
  
- 3.1.5 Arròs i llegums secs
  - 3.1.5.1 Arròs
  - 3.1.5.2 Mongetes (X)
  - 3.1.5.3 Línia llegums secs (X)

/

/

- 3.1.6 Begudes alcohòliques varies
  - 3.1.6.1 Anissos i aiguardents (X)
  - 3.1.6.2 Ginebres (X)
  - 3.1.6.3 Rom blanc
  - 3.1.6.4 Altres begudes alcohòliques varies
  
- 3.1.7 Begudes isotòniques/energètiques
  - 3.1.7.1 Energètiques
  - 3.1.7.2 Isotòniques
  
- 3.1.8 Begudes refrescants
  - 3.1.8.1 "Bitter" sense (X)
  - 3.1.8.2 Gasoses
  - 3.1.8.3 Refrescos amb alcohol
  - 3.1.8.4 Refrescos de cola
  - 3.1.8.5 Refrescos de fruita amb gas
  - 3.1.8.6 Refrescos de fruita sense gas
  - 3.1.8.7 Refrescos de llimona dolça
  - 3.1.8.8 Refrescos solubles (X)
  - 3.1.8.9 Refrescos de te
  - 3.1.8.10 Tòniques
  - 3.1.8.11 Altres begudes refrescants
  - 3.1.8.12 Línia begudes refrescants
  
- 3.1.9 Cafès
  - 3.1.9.1 Cafès en gra o molt
  - 3.1.9.2 Cafès solubles descafeïnats
  - 3.1.9.3 Cafès solubles preparats (llets, etc.)
  - 3.1.9.4 Cafès solubles purs
  - 3.1.9.5 Succedanis de cafè
  - 3.1.9.6 Altres cafès
  - 3.1.9.7 Línia cafès
  
- 3.1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
  - 3.1.10.1 Caldos concentrats
  - 3.1.10.2 Llarga duració (uht-ambient) (X)
  - 3.1.10.3 Plats preparats deshidratats
  - 3.1.10.4 Purés de patata
  - 3.1.10.5 Sopes i cremes deshidratades
  - 3.1.10.6 Línia deshidratats

/

/	
3.1.11 Caramels i lllaminadures	
3.1.11.1	Caramels
3.1.11.2	Caramels balsàmics
3.1.11.3	Llaminadures de xocolata (Kinder, etc.)
3.1.11.4	Xiclets amb sucre
3.1.11.5	Xiclets sense sucre
3.1.11.6	Altres caramels i lllaminadures (X)
3.1.11.7	Línia caramels i lllaminadures
3.1.12 Càrnies	
3.1.12.1	Embotits cuits
3.1.12.2	Embotits curats
3.1.12.3	Magre de porc (X)
3.1.12.4	Patés i foie (carn i peix)
3.1.12.5	Pernil cuit
3.1.12.6	Pernil curat
3.1.12.7	Salsitxes (X)
3.1.12.8	Altres càrnies (X)
3.1.12.9	Línia càrnies
3.1.13 Cereals	
3.1.13.1	Cereals esmorzar
3.1.13.2	Línia cereals esmorzar
3.1.14 Cerveses	
3.1.14.1	Cerveses importació
3.1.14.2	Cerveses "light" (X)
3.1.14.3	Cerveses nacionals
3.1.14.4	Cerveses sense alcohol
3.1.14.5	Altres cerveses
3.1.15 Conserves	
3.1.15.1	Carn en conserva (X)
3.1.15.2	Confitures i melmelades
3.1.15.3	Conserves peixos (excepte tonyina)
3.1.15.4	Llegums en conserva
3.1.15.5	Plats preparats en conserva
3.1.15.6	Salaó (X)
3.1.15.7	Tomàquet natural en conserva (X)
3.1.15.8	Tonyina en conserva
3.1.15.9	Vegetals en conserva
3.1.15.10	Altres conserves
3.1.15.11	Línia conserves
/	

/	
3.1.16	Conyac i brandis (X)
3.1.16.1	Conyac i brandis (X)
3.1.17	Dolços de Nadal
3.1.17.1	Mantegades
3.1.17.2	Massapans
3.1.17.3	Torrans
3.1.17.4	Altres dolços de Nadal
3.1.17.5	Línia dolços de Nadal
3.1.18	Espumosos i sidres
3.1.18.1	Caves
3.1.18.2	Sidres
3.1.18.3	Línia espumosos i sidres (X)
3.1.19	Formatges
3.1.19.1	Formatges en bloc
3.1.19.2	Formatges frescos
3.1.19.3	Formatges en porcions
3.1.19.4	Formatges ratllats
3.1.19.5	Formatges per untar
3.1.19.6	Formatges tallats a rodanxes (X)
3.1.19.7	Línia formatges
3.1.20	Galetes
3.1.20.1	Assortit de galetes
3.1.20.2	Galetes cobertes de xocolata
3.1.20.3	Galetes farcides
3.1.20.4	Galetes normals (Maria)
3.1.20.5	Neules i rosquilles (X)
3.1.20.6	Altres galetes (X)
3.1.20.7	Línia galetes
3.1.21	Gelats
3.1.21.1	Gelats d'impuls (de pal)
3.1.21.2	Gelats de la llar
3.1.21.3	Línia gelats
3.1.22	Grasses alimentàries
3.1.22.1	Mantegues
3.1.22.2	Margarines
3.1.22.3	Altres grasses alimentàries
/	

/	
3.1.23	Infusions
3.1.23.1	Camamilla (X)
3.1.23.2	Te (X)
3.1.23.3	Altres infusions
3.1.23.4	Línia infusions (X)
3.1.24	Lactis
3.1.24.1	Batuts
3.1.24.2	Llet condensada
3.1.24.3	Llet desnatada
3.1.24.4	Llet en pols (X)
3.1.24.5	Llet desmidesnatada
3.1.24.6	Llet sencera (Llarga-vida)
3.1.24.7	Nates
3.1.24.8	Altres lactis (X)
3.1.24.9	Línia lactis
3.1.25	Licors
3.1.25.1	Licors de crema
3.1.25.2	Licors de fruita
3.1.25.3	Licors sense alcohol
3.1.25.4	Línia licors (X)
3.1.26	Olis
3.1.26.1	Oli de gira-sol (X)
3.1.26.2	Oli d'oliva
3.1.26.3	Altres olis (X)
3.1.26.4	Línia olis
3.1.27	Pa i pastisseria
3.1.27.1	Pa de motlle
3.1.27.2	Panets envasats
3.1.27.3	Pastisseria i broixeria infantil
3.1.27.4	Pastisseria i broixeria llar
3.1.27.5	Altres pa i pastisseria (X)
3.1.27.6	Línia pa i pastisseria
3.1.28	Pastes alimentàries
3.1.28.1	Pastes fresques
3.1.28.2	Pastes seques
3.1.28.3	Línia pastes alimentàries
/	

/

## 3.1.29 Postres frescos

- 3.1.29.1 Cremes
- 3.1.29.2 Flams
- 3.1.29.3 Formatges frescos tipus "Petit"
- 3.1.29.4 logurt amb ferments
- 3.1.29.5 logurt líquid
- 3.1.29.6 logurt natural
- 3.1.29.7 logurt sabor
- 3.1.29.8 "Mousse"
- 3.1.29.9 Quallada
- 3.1.29.10 Altres postres frescos
- 3.1.29.11 Línia postres frescos

## 3.1.30 Postres secs

- 3.1.30.1 Gelatines en pols
- 3.1.30.2 "Mousse" en pols (X)
- 3.1.30.3 Altres postres secs (X)

## 3.1.31 Productes de cacau

- 3.1.31.1 Cacau soluble
- 3.1.31.2 Cremes de cacau
- 3.1.31.3 Línia productes de cacau

## 3.1.32 Salses

- 3.1.32.1 Ketchup (X)
- 3.1.32.2 Salses deshidratades (X)
- 3.1.32.3 Salses per a pastes
- 3.1.32.4 Tomàquet fregit
- 3.1.32.5 "Mahoneses"
- 3.1.32.6 Altres salses
- 3.1.32.7 Línia salses

## 3.1.33 Sucs

- 3.1.33.1 Orxata (X)
- 3.1.33.2 Sucs de fruita
- 3.1.33.3 Altres sucs
- 3.1.33.4 Línia sucs (X)

/

/	
3.1.34 Vins	
3.1.34.1	Bodegues
3.1.34.2	Vins denominació d'origen
3.1.34.3	Vins dolços (X)
3.1.34.4	Vins "finos"
3.1.34.5	Vins de taula comuns
3.1.34.6	Altres vins
3.1.34.7	Línia vins
3.1.35 Whiskies	
3.1.35.1	Escocès/estàndard
3.1.35.2	Altres whiskies (X)
3.1.36 Xocolates	
3.1.36.1	Bombons
3.1.36.2	Xocolata en presa
3.1.36.3	Xocolates a la tassa en pols o líquid
3.1.36.4	Xocolatines i barres de xocolata
3.1.36.5	Altres xocolates (X)
3.1.36.6	Línia xocolates
3.1.37 Varis alimentació	
3.1.37.1	Caramels líquids, xarops i "siropes"
3.1.37.2	Condiments i espècies varies
3.1.37.3	Farines
3.1.37.4	Mel
3.1.37.5	Altres varis alimentació
3.1.37.6	Línia varis alimentació (X)
3.1.38 Línia alimentació	
3.1.38.1	Línia alimentació
3.1.39 Varis begudes	
3.1.39.1	Varis begudes
3.1.40 Línia begudes	
3.1.40.1	Línia begudes
/	

/

### 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

#### 3.2.1 Alimentació infantil

- 3.2.1.1 Farines i farinetes
- 3.2.1.2 Llets infantils
- 3.2.1.3 "Potitos"
- 3.2.1.4 Altres alimentació infantil
- 3.2.1.5 Línia alimentació infantil

#### 3.2.2 Aliments per aprimar-se

- 3.2.2.1 Batuts i barretes dietètiques (X)
- 3.2.2.2 Edulcorants (X)
- 3.2.2.3 Galetes dietètiques
- 3.2.2.4 Infusions per aprimar-se (X)
- 3.2.2.5 Preparats per aprimar-se (parafarmàcia)
- 3.2.2.6 Altres aliments per aprimar-se
- 3.2.2.7 Línia aliments per aprimar-se

### 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

#### 3.3.1 Reconstituents i energètics

- 3.3.1.1 Reconstituents i energètics

#### 3.3.2 Vitamines

- 3.3.2.1 Vitamines

/

/

### 3.4. RESTAURACIÓ.

- 3.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  - 3.4.1.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  
- 3.4.2 Cafeteries i bars
  - 3.4.2.1 Cafeteries i bars
  
- 3.4.3 Restaurants
  - 3.4.3.1 Restaurants

### 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 3.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  - 3.5.1.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

### 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

- 3.6.1 Campanyes de consum
  - 3.6.1.1 Campanyes de consum
  
- 3.6.2 Campanyes denominació d'origen
  - 3.6.2.1 Campanyes denominació d'origen

/

**3.FITXES PUBLICITAT TELEVISIVA ALIMENTACIÓ 2001**

**GRP'S.** (Punts de rating bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total (Ortega, 2004).

## **PUBLICITAT TELEVISIVA REFERIDA A L'ALIMENTACIÓ**

### **SECTORS:**

**ANY: 2001**

- 3.1. Productes alimentaris de consum ordinari.
- 3.2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial.
- 3.3. Complementes alimentaris.
- 3.4. Restauració.
- 3.5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes.
- 3.6. Campanyes d'interès públic

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>391.787</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>130.606</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>627.816</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>835.387</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total Publicitat alimentació 2001.

**SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

ANY: 2001**SECTOR: 3.1. RESUM PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: TOTAL 40**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>340.527</b>
	%	<b>86,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>114.572</b>
	%	<b>87,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>557.104</b>
	%	<b>88,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>741.559</b>
	%	<b>88,8</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.**ANY: 2001**SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI****GRUP: 3.1.1 AIGÜES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.373</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.224</b>
	%	<b>1,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.997</b>
	%	<b>2,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>14.933</b>
	%	<b>2,0</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.**ANY: 2001**SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI****GRUP: 3.1.1 AIGÜES****PRODUCTE: 3.1.1.1 AIGÜES MINERALS**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.373</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.224</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.997</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>14.933</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.**

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>16.044</b>
	%	<b>4,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>5.539</b>
	%	<b>4,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>21.780</b>
	%	<b>3,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>29.227</b>
	%	<b>3,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.2.1 AMANIDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.2.2 CONGELATS A DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.3 CROQUETES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.4 MARISC CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		600
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	200
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.094
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.414
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.5 MASSES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.6 PEIX CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.374
	%	8,6
- TEMPS: .....	Minuts	506
	%	9,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.070
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.765
	%	9,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.7 "PIZZES" CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.8 PLATS PREPARATS CONGELATS I REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.386
	%	33,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.663
	%	30,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.367
	%	38,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.385
	%	39,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.9 REFRIGERATS I CONGELATS SEMIPREPARATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.073
	%	37,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.425
	%	43,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.223
	%	24,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.694
	%	22,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.10 SOPES, CREMES, CALDOS I GASPATXOS REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
		"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.11 TRUITES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.12 VEGETALS CONGELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.300
	%	8,0
- TEMPS: .....	Minuts	451
	%	8,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.985
	%	9,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.750
	%	9,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.13 ALTRES ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		287
	%	1,8
- TEMPS: .....	Minuts	67
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.187
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.676
	%	5,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 3.1.2.14 LÍNIA ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.023
	%	6,4
- TEMPS: .....	Minuts	227
	%	4,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.853
	%	8,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.542
	%	8,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.230</b>
	%	<b>0,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>780</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.132</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>7.253</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.3.1 CARNES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>78</b>
	%	<b>2,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>20</b>
	%	<b>2,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>47</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>67</b>
	%	<b>0,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.3.2 FRUITES I VERDURES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>984</b>
	%	<b>30,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>254</b>
	%	<b>32,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.628</b>
	%	<b>51,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.779</b>
	%	<b>52,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.3.3 OUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		46
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	6
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.3.4 PEIX I MARISC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.502
	%	46,5
- TEMPS: .....	Minuts	399
	%	51,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.373
	%	46,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.303
	%	45,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.3.5 LÍNIA ALIMENTS FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		620
	%	19,2
- TEMPS: .....	Minuts	101
	%	12,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	80
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	102
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.498
	%	3,4
- TEMPS: .....	Minuts	3.349
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.983
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19.866
	%	2,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.4.1 CRISPETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.4.2 FRUITS SECS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		234
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	81
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	621
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	836
	%	4,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 3.1.4.3 GALETES SALADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 3.1.4.4 OLIVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		467
	%	4,1
- TEMPS: .....	Minuts	103
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.673
	%	10,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.244
	%	11,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 3.1.4.5 PATATES FREGIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.918
	%	60,2
- TEMPS: .....	Minuts	2.089
	%	62,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.194
	%	51,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.334
	%	52,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 3.4.6 ALTRES APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.614
	%	14,0
- TEMPS: .....	Minuts	561
	%	16,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.340
	%	20,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.327
	%	21,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 3.1.4.7 LÍNIA APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.265
	%	19,7
- TEMPS: .....	Minuts	515
	%	15,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.155
	%	13,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.125
	%	10,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.826
	%	1,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.014
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.498
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.803
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 3.1.5.1 ARRÒS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.826
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.014
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.498
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.803
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 3.1.5.2 MONGETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 3.1.5.3 LÍNIA LLEGUMS SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.587</b>
	%	<b>0,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>739</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.381</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.095</b>
	%	<b>0,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.6.1 ANISES I AIGUARDENTS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.6.2 GINEBRES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 3.1.6.3 ROM BLANC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		53
	%	3,3
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	25
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	27
	%	0,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 3.1.6.4 ALTRES BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.534
	%	96,7
- TEMPS: .....	Minuts	730
	%	98,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.356
	%	98,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.068
	%	99,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.218
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.353
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.099
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.883
	%	1,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 3.1.7.1 ENERGÈTIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.843
	%	88,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.264
	%	93,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.761
	%	95,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.413
	%	94,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 3.1.7.2 ISOTÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		375
	%	11,7
- TEMPS: .....	Minuts	89
	%	6,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	338
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	470
	%	5,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		29.557
	%	8,7
- TEMPS: .....	Minuts	11.322
	%	9,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	58.300
	%	10,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	73.678
	%	9,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.1 "BITTER" SENSE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.2 GASOSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.080
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	373
	%	3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.722
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.076
	%	6,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.3 REFRESCOS AMB ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		55
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	30
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	39
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.4 REFRESCOS DE COLA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.118
	%	27,4
- TEMPS: .....	Minuts	3.889
	%	34,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	21.819
	%	37,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	26.945
	%	36,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.5 REFRESCOS DE FRUITA AMB GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.220
	%	14,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.321
	%	11,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.897
	%	18,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.429
	%	18,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.6 REFRESCOS DE FRUITA SENSE GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.685
	%	29,4
- TEMPS: .....	Minuts	2.986
	%	26,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.671
	%	20,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.266
	%	20,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.7 REFRESCOS DE LLIMONA DOLÇA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.093
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	512
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.229
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.451
	%	2,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.8 REFRESCOS SOLUBLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.9 REFRESCOS DE TE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.879
	%	9,7
- TEMPS: .....	Minuts	977
	%	8,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.719
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.757
	%	6,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.10 TÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.240
	%	4,2
- TEMPS: .....	Minuts	497
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.633
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.388
	%	4,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.11 ALTRES BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		977
	%	3,3
- TEMPS: .....	Minuts	364
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	355
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	519
	%	0,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 3.1.8.12 LÍNIA BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.210
	%	4,1
- TEMPS: .....	Minuts	394
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.225
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.808
	%	3,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.434</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.975</b>
	%	<b>1,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>14.046</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>18.644</b>
	%	<b>2,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.9.1 CAFÈS EN GRA O MOLT</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>861</b>
	%	<b>13,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>252</b>
	%	<b>12,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.022</b>
	%	<b>14,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.827</b>
	%	<b>15,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.9.2 CAFÈS SOLUBLES DESCAFEÏNATS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>529</b>
	%	<b>8,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>116</b>
	%	<b>5,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.178</b>
	%	<b>8,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.584</b>
	%	<b>8,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 3.1.9.3 CAFÈS SOLUBLES PREPARATS (LLETS, ETC)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		20
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	39
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	42
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 3.1.9.4 CAFÈS SOLUBLES PURS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.490
	%	23,2
- TEMPS: .....	Minuts	458
	%	23,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.389
	%	24,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.550
	%	24,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 3.1.9.5 SUCCEDANIS DE CAFÈ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		652
	%	10,1
- TEMPS: .....	Minuts	238
	%	12,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	827
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.151
	%	6,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 3.1.9.6 ALTRES CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.471
	%	22,9
- TEMPS: .....	Minuts	342
	%	17,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.079
	%	29,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.974
	%	26,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 3.1.9.7 LÍNIA CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.411
	%	21,9
- TEMPS: .....	Minuts	566
	%	28,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.512
	%	17,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.516
	%	18,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19.855
	%	5,8
- TEMPS: .....	Minuts	5.711
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.156
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.677
	%	2,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 3.1.10.1 CALDOS CONCENTRATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.563
	%	53,1
- TEMPS: .....	Minuts	3.031
	%	53,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.707
	%	47,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.437
	%	48,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 3.1.10.2 LLARGA DURACIÓ (UHT-AMBIENT)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 3.1.10.3 PLATS PREPARATS DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.967
	%	20,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.411
	%	24,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.917
	%	18,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.849
	%	17,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 3.1.10.4 PURÉS DE PATATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		272
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	78
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	674
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	885
	%	4,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 3.1.10.5 SOPEI I CREMES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.715
	%	23,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.092
	%	19,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.061
	%	25,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.410
	%	25,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 3.1.10.6 LÍNIA DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		338
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	99
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	797
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.096
	%	5,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19.179
	%	5,6
- TEMPS: .....	Minuts	6.521
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	30.685
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	39.323
	%	5,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.11.1 CAMELS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.781
	%	19,7
- TEMPS: .....	Minuts	1.304
	%	20,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.997
	%	13,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.144
	%	13,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.11.2 CAMELS BALSÀMICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.997
	%	10,4
- TEMPS: .....	Minuts	682
	%	10,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.633
	%	18,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.602
	%	19,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 3.1.11.3 LLAMINADURES DE XOCOLATA (KINDER, ETC.)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.547
	%	18,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.305
	%	20,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.829
	%	25,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.635
	%	24,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 3.1.11.4 XICLETS AMB SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		738
	%	3,9
- TEMPS: .....	Minuts	228
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	334
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	287
	%	0,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 3.1.11.5 XICLETS SENSE SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.918
	%	30,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.923
	%	29,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.932
	%	38,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.415
	%	39,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.11 CAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 3.1.11.6 ALTRES CAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.11 CAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 3.1.11.7 LÍNIA CAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.198
	%	16,7
- TEMPS: .....	Minuts	1.079
	%	16,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	960
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.240
	%	3,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.058
	%	1,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.805
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.666
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.236
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.1 EMBOTITS CUITS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		378
	%	6,2
- TEMPS: .....	Minuts	147
	%	8,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.282
	%	9,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.699
	%	9,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.2 EMBOTITS CURATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		520
	%	8,6
- TEMPS: .....	Minuts	173
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.576
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.130
	%	11,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.3 MAGRE DE PORC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.4 PATÉS I FOIE (CARN I PEIX)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.076
	%	34,3
- TEMPS: .....	Minuts	638
	%	35,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.559
	%	40,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.609
	%	41,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.5 PERNIL CUIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		759
	%	12,5
- TEMPS: .....	Minuts	195
	%	10,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.106
	%	15,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.782
	%	15,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.6 PERNIL CURAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		619
	%	10,2
- TEMPS: .....	Minuts	205
	%	11,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	436
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	577
	%	3,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.7 SALSITXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.8 ALTRES CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 3.1.12.9 LÍNIA CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.706
	%	28,2
- TEMPS: .....	Minuts	447
	%	24,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.707
	%	19,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.439
	%	18,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.777
	%	3,5
- TEMPS: .....	Minuts	4.461
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.448
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.686
	%	2,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.13.1 CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.868
	%	92,3
- TEMPS: .....	Minuts	4.171
	%	93,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.874
	%	96,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.184
	%	97,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.13.2 LÍNIA CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		909
	%	7,7
- TEMPS: .....	Minuts	290
	%	6,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	574
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	502
	%	2,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>31.309</b>
	%	<b>9,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>12.297</b>
	%	<b>10,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>34.486</b>
	%	<b>6,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>45.327</b>
	%	<b>6,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.14.1 CERVESES IMPORTACIÓ</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.657</b>
	%	<b>21,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.614</b>
	%	<b>21,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.879</b>
	%	<b>17,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>7.803</b>
	%	<b>17,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.14.2 CERVESES "LIGHT"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>No consta</b>
	%	<b>"</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 3.1.14.3 CERVESES NACIONALS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		17.133
	%	54,7
- TEMPS: .....	Minuts	7.380
	%	60,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	20.735
	%	60,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	26.664
	%	58,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 3.1.14.4 CERVESES SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.423
	%	23,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.287
	%	18,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.751
	%	22,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.697
	%	23,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 3.1.14.5 ALTRES CERVESES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		96
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	16
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	121
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	163
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>13.891</b>
	%	<b>4,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>3.732</b>
	%	<b>3,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>16.389</b>
	%	<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>22.647</b>
	%	<b>3,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.15.1 CARN EN CONSERVA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.15.2 CONFITURES I MELMELADES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>286</b>
	%	<b>2,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>55</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>990</b>
	%	<b>6,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.486</b>
	%	<b>6,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.3 CONSERVES PEIXOS (EXCEPTE TONYINA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		66
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	22
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	29
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.4 LLEGUMS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		450
	%	3,2
- TEMPS: .....	Minuts	104
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.304
	%	8,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.711
	%	7,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.5 PLATS PREPARATS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		255
	%	1,8
- TEMPS: .....	Minuts	106
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	532
	%	3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	744
	%	3,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.6 SALAÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.7 TOMÀQUET NATURAL EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.8 TONYINA EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.693
	%	48,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.781
	%	47,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.412
	%	33,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.463
	%	33,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.9 VEGETALS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		947
	%	6,8
- TEMPS: .....	Minuts	313
	%	8,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.500
	%	9,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.198
	%	9,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.10 ALTRES CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.745
	%	19,8
- TEMPS: .....	Minuts	503
	%	13,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.604
	%	28,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.189
	%	27,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 3.1.15.11 LÍNIA CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.449
	%	17,6
- TEMPS: .....	Minuts	848
	%	22,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.029
	%	12,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.827
	%	12,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.16.1 CONYACS I BRANDIS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.17 DOLÇOS DE NADAL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.856</b>
	%	<b>0,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>497</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.635</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>7.893</b>
	%	<b>1,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 3.1.17.1 MANTEGADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		27
	%	1,5
- TEMPS: .....	Minuts	12
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	31
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	49
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 3.1.17.2 MASSAPANS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 3.1.17.3 TORRONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.517
	%	81,7
- TEMPS: .....	Minuts	367
	%	73,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.402
	%	78,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.144
	%	77,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 3.1.17.4 ALTRES DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 3.1.17.5 LÍNIA DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		295
	%	15,9
- TEMPS: .....	Minuts	114
	%	23,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.178
	%	20,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.671
	%	21,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.608
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	809
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.441
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.561
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 3.1.18.1 CAVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.394
	%	86,7
- TEMPS: .....	Minuts	736
	%	91,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.868
	%	83,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.759
	%	82,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 3.1.18.2 SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		214
	%	13,3
- TEMPS: .....	Minuts	73
	%	9,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	573
	%	16,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	802
	%	17,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 3.1.18.3 LÍNIA ESPOMOSOS I SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>9.686</b>
	%	<b>2,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.781</b>
	%	<b>2,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>24.254</b>
	%	<b>4,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>33.883</b>
	%	<b>4,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.19.1 FORMATGES EN BLOC</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.557</b>
	%	<b>36,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.007</b>
	%	<b>36,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.560</b>
	%	<b>35,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>12.083</b>
	%	<b>35,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.19.2 FORMATGES FRESCOS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.796</b>
	%	<b>18,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>448</b>
	%	<b>16,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.842</b>
	%	<b>24,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.317</b>
	%	<b>24,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 3.1.19.3 FORMATGES EN PORCIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.389
	%	14,3
- TEMPS: .....	Minuts	338
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.480
	%	10,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.331
	%	9,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 3.1.19.4 FORMATGES RATLLATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		790
	%	8,2
- TEMPS: .....	Minuts	263
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	354
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	515
	%	1,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 3.1.19.5 FORMATGES PER UNTAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.078
	%	11,1
- TEMPS: .....	Minuts	380
	%	13,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.236
	%	13,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.377
	%	12,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 3.1.19.6 FORMATGES TALLATS A RODANXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 3.1.19.7 LÍNIA FORMATGES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.076
	%	11,1
- TEMPS: .....	Minuts	345
	%	12,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.782
	%	15,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.260
	%	15,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.20 GALETES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.080
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.655
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	20.608
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	27.520
	%	3,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

			ANY: 2001
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 3.1.20 GALETES			
PRODUCTE: 3.1.20.1 ASSORTIT DE GALETES			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			589
	%		6,5
- TEMPS: .....	Minuts		148
	%		5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		2.009
	%		9,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.806
	%		10,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			
			ANY: 2001
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 3.1.20 GALETES			
PRODUCTE: 3.1.20.2 GALETES COBERTES DE XOCOLATA			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			959
	%		10,6
- TEMPS: .....	Minuts		263
	%		9,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		1.506
	%		7,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		1.860
	%		6,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			
			ANY: 2001
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 3.1.20 GALETES			
PRODUCTE: 3.1.20.3 GALETES FARCIDES			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			3.251
	%		35,7
- TEMPS: .....	Minuts		1.090
	%		41,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		6.079
	%		29,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		7.883
	%		28,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 3.1.20.4 GALETES NORMALS (MARIA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.187
	%	35,1
- TEMPS: .....	Minuts	838
	%	31,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.835
	%	38,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.782
	%	39,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 3.1.20.5 NEULES I ROSQUILLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 3.1.20.6 ALTRES GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 3.1.20.7 LÍNIA GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.094
	%	12,1
- TEMPS: .....	Minuts	316
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.179
	%	15,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.189
	%	15,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.21 GELATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.896
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.143
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.335
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.980
	%	2,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 3.1.21.1 GELATS D'IMPULS (DE PAL)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.155
	%	60,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.389
	%	64,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.374
	%	62,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.427
	%	59,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 3.1.21.2 GELATS DE LA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.495
	%	36,2
- TEMPS: .....	Minuts	682
	%	31,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.703
	%	35,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.212
	%	38,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 3.1.21.3 LÍNIA GELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		246
	%	3,6
- TEMPS: .....	Minuts	72
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	258
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	341
	%	2,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.596
	%	0,8
- TEMPS: .....	Minuts	825
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.051
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.797
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 3.1.22.1 MANTEGUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		332
	%	12,8
- TEMPS: .....	Minuts	51
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	870
	%	21,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.314
	%	22,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 3.1.22.2 MARGARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.260
	%	87,0
- TEMPS: .....	Minuts	760
	%	92,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.176
	%	78,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.479
	%	77,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 3.1.22.3 ALTRES GRASSES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	14
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUPS.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>49</b>
	%	<b>0,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>61</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>37</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>37</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.23.1 CAMAMILLA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.23.2 TE</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 3.1.23.3 ALTRES INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		49
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	61
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	37
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	37
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 3.1.23.4 LÍNIA INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.563
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.642
	%	4,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.010
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	36.361
	%	4,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.1 BATUTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.764
	%	13,0
- TEMPS: .....	Minuts	556
	%	12,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.374
	%	5,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.602
	%	4,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.2 LLET CONDENSADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		359
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	121
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	656
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	925
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.3 LLET DESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		950
	%	7,0
- TEMPS: .....	Minuts	317
	%	6,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.316
	%	8,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.220
	%	8,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.4 LLET EN POLS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.5 LLET SEMIDESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		289
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	96
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.045
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.417
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.6 LLET SENCERA (LLARGA VIDA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.251
	%	9,2
- TEMPS: .....	Minuts	435
	%	9,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.275
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.592
	%	12,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.7 NATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		324
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	108
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.021
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.481
	%	4,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.8 ALTRES LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 3.1.24.9 LÍNIA LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.626
	%	63,6
- TEMPS: .....	Minuts	3.009
	%	64,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.323
	%	62,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.124
	%	63,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.664</b>
	%	<b>1,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.219</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>9.705</b>
	%	<b>1,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>12.849</b>
	%	<b>1,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.25.1 LICORS DE CREMA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.055</b>
	%	<b>83,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.113</b>
	%	<b>91,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.834</b>
	%	<b>80,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.459</b>
	%	<b>81,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.25.2 LICORS DE FRUITA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>31</b>
	%	<b>0,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>7</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>33</b>
	%	<b>0,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>39</b>
	%	<b>0,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 3.1.25.3 LICORS SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		578
	%	15,8
- TEMPS: .....	Minuts	99
	%	8,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.838
	%	18,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.351
	%	18,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 3.1.25.4 LÍNIA LICORS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.26 OLIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.902
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	843
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.351
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.518
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 3.1.26.1 OLI DE GIRA-SOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 3.1.26.2 OLI D'OLIVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.739
	%	94,4
- TEMPS: .....	Minuts	800
	%	94,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.211
	%	98,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.312
	%	98,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 3.1.26.3 ALTRES OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 3.1.26.4 LÍNIA OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		163
	%	5,6
- TEMPS: .....	Minuts	43
	%	5,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	140
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	206
	%	2,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.061
	%	3,8
- TEMPS: .....	Minuts	4.297
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.788
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	34.925
	%	4,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 3.1.27.1 PA DE MOTLLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.021
	%	30,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.180
	%	27,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.765
	%	36,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.351
	%	38,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 3.1.27.2 PANETS ENVASATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		350
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	126
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	667
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	959
	%	2,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 3.1.27.3 PASTISSERIA I BROIXERIA INFANTIL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.391
	%	48,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.230
	%	51,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.486
	%	42,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.992
	%	40,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 3.1.27.4 PASTISSERIA I BROIXERIA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.296
	%	17,6
- TEMPS: .....	Minuts	761
	%	17,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.869
	%	18,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.622
	%	19,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 3.1.27.5 ALTRES PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 3.1.27.6 LÍNIA PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.790
	%	1,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.282
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.779
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.254
	%	1,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 3.1.28.1 PASTES FRESQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.410
	%	50,3
- TEMPS: .....	Minuts	612
	%	47,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	898
	%	13,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.177
	%	12,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 3.1.28.2 PASTES SEQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		638
	%	13,3
- TEMPS: .....	Minuts	190
	%	14,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.872
	%	27,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.516
	%	27,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 3.1.28.3 LÍNIA PASTES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.742
	%	36,4
- TEMPS: .....	Minuts	480
	%	37,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.009
	%	59,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.561
	%	60,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		43.294
	%	12,8
- TEMPS: .....	Minuts	15.159
	%	13,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	70.475
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	98.983
	%	13,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.29.1 CREMES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.526
	%	5,8
- TEMPS: .....	Minuts	901
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.036
	%	10,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.936
	%	10,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.29.2 FLAMS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		312
	%	0,7
- TEMPS: .....	Minuts	127
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	946
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.354
	%	1,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.3 FORMATGES FRESCOS TIPUS "PETIT"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.618
	%	10,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.233
	%	14,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.430
	%	7,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.896
	%	7,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.4 IOGURT AMB FERMENTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.700
	%	17,8
- TEMPS: .....	Minuts	2.816
	%	18,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.097
	%	21,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.786
	%	21,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.5 IOGURT LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.913
	%	9,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.082
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.422
	%	7,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.684
	%	7,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.6 IOGURT NATURAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.905
	%	13,6
- TEMPS: .....	Minuts	2.108
	%	13,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.286
	%	13,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.430
	%	13,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.7 IOGURT SABOR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.148
	%	14,3
- TEMPS: .....	Minuts	2.074
	%	13,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.631
	%	15,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.034
	%	15,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.8 "MOUSSE"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.436
	%	5,6
- TEMPS: .....	Minuts	732
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.407
	%	6,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.409
	%	6,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.9 QUALLADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.704
	%	3,9
- TEMPS: .....	Minuts	601
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.445
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.555
	%	3,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.10 ALTRES POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.985
	%	9,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.373
	%	9,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.967
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.685
	%	5,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 3.1.29.11 LÍNIA POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.047
	%	9,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.112
	%	7,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.808
	%	8,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.214
	%	8,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>430</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>131</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>607</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>682</b>
	%	<b>0,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.30.1 GELATINES EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>430</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>131</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>607</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>682</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.30.2 "MOUSSE" EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>No consta</b>
	%	<b>"</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.30 POSTRES SECS		
PRODUCTE: 3.1.30.3 ALTRES POSTRES SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.879
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.787
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.581
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.271
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 3.1.31.1 CACAU SOLUBLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.874
	%	70,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.115
	%	75,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.621
	%	87,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.417
	%	89,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 3.1.31.2 CREMES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.004
	%	29,1
- TEMPS: .....	Minuts	671
	%	24,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	959
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	854
	%	10,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 3.1.31.3 LÍNIA PRODUCTES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.301
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.335
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.254
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.426
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.1 KETCHUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.2 SALSES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.3 SALSES PER A PASTES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		781
	%	23,7
- TEMPS: .....	Minuts	326
	%	24,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	233
	%	7,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	327
	%	7,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.4 TOMÀQUET FREGIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		562
	%	17,0
- TEMPS: .....	Minuts	165
	%	12,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	654
	%	20,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	931
	%	21,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.5 "MAHONESES"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		896
	%	27,1
- TEMPS: .....	Minuts	373
	%	28,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.091
	%	33,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.449
	%	32,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.6 ALTRES SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.060
	%	32,1
- TEMPS: .....	Minuts	470
	%	35,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.268
	%	39,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.707
	%	38,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 3.1.32.7 LÍNIA SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.33 SUCS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.562
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.012
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	22.226
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	30.519
	%	4,1
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 3.1.33.1 ORXATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 3.1.33.2 SUCS DE FRUITA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.986
	%	73,6
- TEMPS: .....	Minuts	3.113
	%	77,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17.935
	%	80,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.545
	%	80,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 3.1.33.3 ALTRES SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.576
	%	26,4
- TEMPS: .....	Minuts	899
	%	22,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.291
	%	19,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.974
	%	19,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 3.1.33.4 LÍNIA SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.570</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.690</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.102</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>11.033</b>
	%	<b>1,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació AL sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.34.1 BODEGUES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>156</b>
	%	<b>2,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>36</b>
	%	<b>2,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>396</b>
	%	<b>4,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>529</b>
	%	<b>4,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.34.2 VINS DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.805</b>
	%	<b>27,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>366</b>
	%	<b>21,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1,439</b>
	%	<b>17,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.843</b>
	%	<b>16,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.34 VINS		
PRODUCTE: 3.1.34.3 VINS DOLÇOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.34 VINS		
PRODUCTE: 3.1.34.4 VINS "FINOS"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		313
	%	4,8
- TEMPS: .....	Minuts	151
	%	9,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	271
	%	3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	375
	%	3,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.34 VINS		
PRODUCTE: 3.1.34.5 VINS DE TAULA COMUNS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.137
	%	17,2
- TEMPS: .....	Minuts	259
	%	15,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.324
	%	16,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.824
	%	16,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.34 VINS		
PRODUCTE: 3.1.34.6 ALTRES VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.34 VINS		
PRODUCTE: 3.1.34.7 LÍNIA VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.156
	%	48,0
- TEMPS: .....	Minuts	878
	%	51,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.671
	%	57,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.462
	%	58,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 3.1.35.1 ESCOCÈS/ESTÁNDAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 3.1.35.2 ALTRES WHISKIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.839
	%	2,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.279
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.918
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.170
	%	2,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 3.1.36.1 BOMBONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.362
	%	34,5
- TEMPS: .....	Minuts	847
	%	37,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.105
	%	40,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.484
	%	42,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 3.1.36.2 XOCOLATA EN PRESA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.505
	%	22,0
- TEMPS: .....	Minuts	479
	%	21,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.428
	%	23,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.700
	%	23,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 3.1.36.3 XOCOLATES A LA TASSA EN POLS O LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		267
	%	3,9
- TEMPS: .....	Minuts	90
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	825
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.170
	%	5,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 3.1.36.4 XOCOLATINES I BARRES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.338
	%	34,2
- TEMPS: .....	Minuts	770
	%	33,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.695
	%	24,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.616
	%	22,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 3.1.36.5 ALTRES XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 3.1.36.6 LÍNIA XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		367
	%	5,4
- TEMPS: .....	Minuts	93
	%	4,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	865
	%	5,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.200
	%	6,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>504</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>146</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>589</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>721</b>
	%	<b>0,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.37.1 CARAMELS LÍQUIDS, XAROPS I "SIROPES"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>234</b>
	%	<b>46,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>78</b>
	%	<b>53,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>234</b>
	%	<b>39,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>212</b>
	%	<b>29,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.37.2 CONDIMENTES I ESPÈCIES VARIES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4</b>
	%	<b>0,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>4</b>
	%	<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 3.1.37.3 FARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		134
	%	26,6
- TEMPS: .....	Minuts	45
	%	30,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	20
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	28
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 3.1.37.4 MEL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		92
	%	18,3
- TEMPS: .....	Minuts	15
	%	10,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	312
	%	52,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	448
	%	62,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 3.1.37.5 ALTRES VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		40
	%	7,9
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	22
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	32
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 3.1.37.6 LÍNIA VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.067
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	935
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.331
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.693
	%	1,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.		
ANY: 2001		
SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 3.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 3.1.38.1 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.067
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	935
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.331
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.693
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6</b>
	%	<b>0,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.1.39.1 VARIS BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 3.1.40 LÍNIA BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.473</b>
	%	<b>0,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.219</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.979</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.203</b>
	%	<b>0,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.1.</b>		

ANY: 2001

SECTOR: 3.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 3.1.3 LÍNIA BEGUDES  
 PRODUCTE: 3.1.40.1 LÍNIA BEGUDES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.473
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.219
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.979
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.203
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 3.2 PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.875
	%	0,7
- TEMPS: .....	Minuts	813
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.107
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.543
	%	1,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 3.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.967
	%	68,4
- TEMPS: .....	Minuts	561
	%	69,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.122
	%	72,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.844
	%	71,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.2.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 3.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: 3.2.1.1 FARINES I FARINETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		520
	%	26,4
- TEMPS: .....	Minuts	138
	%	24,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.125
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.472
	%	21,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 3.2.1.2 LLETS INFANTILS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		296
	%	15,0
- TEMPS: .....	Minuts	67
	%	11,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.120
	%	21,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.523
	%	22,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 3.2.1.3. "POTITOS"

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		564
	%	28,7
- TEMPS: .....	Minuts	200
	%	35,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.565
	%	30,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.061
	%	30,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 3.2.1.4 ALTRES ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		580
	%	29,5
- TEMPS: .....	Minuts	154
	%	27,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.299
	%	25,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.770
	%	25,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 3.2.1.5 LÍNIA ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18
	%	0,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		908
	%	31,6
- TEMPS: .....	Minuts	252
	%	31,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.985
	%	27,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.699
	%	28,3

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.2.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.1 BATUTS I BARRETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.2 EDULCORANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.3 GALETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		215
	%	23,7
- TEMPS: .....	Minuts	36
	%	14,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	156
	%	7,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	237
	%	8,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.4 INFUSIONS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.5 PREPARATS PER APRIMAR-SE (PARAFARMÀCIA)

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		339
	%	37,3
- TEMPS: .....	Minuts	119
	%	47,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.165
	%	58,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.619
	%	60,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.6 ALTRES ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		327
	%	36,0
- TEMPS: .....	Minuts	70
	%	27,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	623
	%	31,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	774
	%	28,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2001

**SECTOR: 3.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 3.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 3.2.2.7 LÍNIA ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		27
	%	3,0
- TEMPS: .....	Minuts	27
	%	10,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	41
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	69
	%	2,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS**

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.023</b>
	%	<b>0,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>818</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.330</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.712</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 3.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>995</b>
	%	<b>32,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>273</b>
	%	<b>33,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.491</b>
	%	<b>55,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.828</b>
	%	<b>55,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.3.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 3.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.3.1.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>995</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>273</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.491</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.828</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 3.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			2.028
	%		67,1
- TEMPS: .....	Minuts		545
	%		66,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		2.839
	%		44,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		3.884
	%		44,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.3.</b>			
			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 3.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: 3.3.2.1 VITAMINES</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			2.028
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		545
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		2.839
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		3.884
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ**

			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: TOTAL 3</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			33.423
	%		8,5
- TEMPS: .....	Minuts		10.546
	%		8,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		36.286
	%		5,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		46.381
	%		5,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 3.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			30.887
	%		92,4
- TEMPS: .....	Minuts		9.812
	%		93,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		35.347
	%		97,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		45.099
	%		97,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.4.</b>			
			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ</b>			
<b>GRUP: 3.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>			
<b>PRODUCTE: 3.4.1.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			30.887
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		9.812
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		35.347
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		45.099
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 3.4.2 CAFETERIES I BARS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>787</b>
	%	<b>2,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>302</b>
	%	<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>295</b>
	%	<b>0,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>395</b>
	%	<b>0,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.4.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 3.4.2 CAFETERIES I BARS</b>		
<b>PRODUCTE: 3.4.2.1 CAFETERIES I BARS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>787</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>302</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>295</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>395</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 3.4.3 RESTAURANTS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.749</b>
	%	<b>5,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>432</b>
	%	<b>4,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>644</b>
	%	<b>1,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>887</b>
	%	<b>1,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.4.</b>		

ANY: 2001

SECTOR: 3.4. RESTAURACIÓ  
 GRUP: 3.4.3 RESTAURANTS  
 PRODUCTE: 3.4.3.1 RESTAURANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.749
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	432
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	644
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	887
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES**

<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: TOTAL 1</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.808</b>
	%	<b>1,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.929</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.864</b>
	%	<b>1,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>15.338</b>
	%	<b>1,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 3.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.808</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.929</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.864</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>15.338</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.5.</b>		
<b>ANY: 2001</b>		
<b>SECTOR: 3.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 3.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 3.5.1.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.808</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.929</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.864</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>15.338</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

**SECTOR: 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC**

			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: TOTAL 2</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			6.131
	%		1,6
- TEMPS: .....	Minuts		1.928
	%		1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		10.125
	%		1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		13.854
	%		1,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 3.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			5.592
	%		91,2
- TEMPS: .....	Minuts		1.738
	%		90,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		9.897
	%		97,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		13.523
	%		97,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.6.</b>			
			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 3.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: 3.6.1.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			5.592
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		1.738
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		9.897
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		13.523
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 3.6.2 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			539
	%		8,8
- TEMPS: .....	Minuts		190
	%		9,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		228
	%		2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		331
	%		2,4
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.6.</b>			
			ANY: 2001
<b>SECTOR: 3.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 3.6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: 3.6.2.1 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			539
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		190
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		228
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		331
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**4. FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2002.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS.**

/

4. **FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2002. RELACIÓ D'ÍTEMS.**

- SECTORS: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.
- 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.
- 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.
- 4.4. RESTAURACIÓ.
- 4.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.
- 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

**Notes:**

1. El ítems marcats **(X)** “no consta” en aquest any.
  2. Els ítems “**Altres ...**” fan referència a tots els productes que s’han publicitat dins d’un grup, però que explícitament no hi són citats.
  3. Els ítems “**Línia ...**” fan referència als espots que publiciten més d’un producte d’un mateix grup.
- /

/

#### 4.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.

4.1.1	Aigües
4.1.2	Aliments congelats i refrigerats
4.1.3	Aliments frescos
4.1.4	Aperitius
4.1.5	Arròs i llegums secs
4.1.6	Begudes alcohòliques varies
4.1.7	Begudes isotòniques/energètiques
4.1.8	Begudes refrescants
4.1.9	Cafès
4.1.10	Caldos, sopes i plats deshidratats
4.1.11	Caramels i lllaminadures
4.1.12	Càrnies
4.1.13	Cereals
4.1.14	Cerveses
4.1.15	Conserves
4.1.16	Conyac i brandis
4.1.17	dolços de Nadal
4.1.18	Espumosos i sidres
4.1.19	Formatges
4.1.20	Galetes
4.1.21	Gelats
4.1.22	Grasses alimentàries
4.1.23	Infusions
4.1.24	Lactis
4.1.25	Licors
4.1.26	Olis
4.1.27	Pa i pastisseria
4.1.28	Pastes alimentàries
4.1.29	Postres frescos
4.1.30	Postres secs
4.1.31	Productes de cacau
4.1.32	Salses
4.1.33	Sucs
4.1.34	Vins
4.1.35	Whiskies
4.1.36	Xocolates
4.1.37	Varis alimentació
4.1.38	Línia alimentació
4.1.39	Varis begudes
4.1.40	Línia begudes

/

/

#### 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

- 4.2.1 Alimentació infantil
- 4.2.2 Aliments per aprimar-se

#### 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

- 4.3.1 Reconstituents i energètics
- 4.3.2 Vitamines

#### 4.4. RESTAURACIÓ.

- 4.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
- 4.4.2 Cafeteries i bars
- 4.4.3 Restaurants

#### 4.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 4.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

#### 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

- 4.6.1 Campanyes de consum
- 4.6.2 Campanyes de denominació d'origen

/

/

**4.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.**

- 4.1.1 Aigües
  - 4.1.1.1 Aigües minerals
  
- 4.1.2 Aliments congelats i refrigerats
  - 4.1.2.1 Amanides (X)
  - 4.1.2.2 Congelats a domicili (X)
  - 4.1.2.3 Croquetes congelades
  - 4.1.2.4 Marisc congelat (X)
  - 4.1.2.5 Masses congelades (X)
  - 4.1.2.6 Peix congelat
  - 4.1.2.7 "Pizzes" congelades (X)
  - 4.1.2.8 Plats preparats congelats i refrigerats
  - 4.1.2.9 Refrigerats i congelats semipreparats
  - 4.1.2.10 Sopes, cremes, caldos i gaspatxo refrigerats (X)
  - 4.1.2.11 Truites (X)
  - 4.1.2.12 Vegetals congelats
  - 4.1.2.13 Altres aliments congelats i refrigerats
  - 4.1.2.14 Línia aliments congelats i refrigerats
  
- 4.1.3 Aliments frescos
  - 4.1.3.1 Carns
  - 4.1.3.2 Fruites i verdures
  - 4.1.3.3 Ous
  - 4.1.3.4 Peix i marisc
  - 4.1.3.5 Línia aliments frescos
  
- 4.1.4 Aperitius
  - 4.1.4.1 Crispetes (X)
  - 4.1.4.2 Fruits secs
  - 4.1.4.3 Galetes salades
  - 4.1.4.4 Olives
  - 4.1.4.5 Patates fregides
  - 4.1.4.6 Altres aperitius
  - 4.1.4.7 Línia aperitius
  
- 4.1.5 Arròs i llegums secs
  - 4.1.5.1 Arròs
  - 4.1.5.2 Mongetes
  - 4.1.5.3 Línia llegums secs

/

/

- 4.1.6 Begudes alcohòliques varies
  - 4.1.6.1 Anissos i aiguardents (X)
  - 4.1.6.2 Ginebres
  - 4.1.6.3 Rom blanc
  - 4.1.6.4 Altres begudes alcohòliques varies
  
- 4.1.7 Begudes isotòniques/energètiques
  - 4.1.7.1 Energètiques
  - 4.1.7.2 Isotòniques (X)
  
- 4.1.8 Begudes refrescants
  - 4.1.8.1 "Bitter" sense (X)
  - 4.1.8.2 Gasoses
  - 4.1.8.3 Refrescos amb alcohol (X)
  - 4.1.8.4 Refrescos de cola
  - 4.1.8.5 Refrescos de fruita amb gas
  - 4.1.8.6 Refrescos de fruita sense gas
  - 4.1.8.7 Refrescos de llimona dolça
  - 4.1.8.8 Refrescos solubles
  - 4.1.8.9 Refrescos de te
  - 4.1.8.10 Tòniques
  - 4.1.8.11 Altres begudes refrescants (X)
  - 4.1.8.12 Línia begudes refrescants
  
- 4.1.9 Cafès
  - 4.1.9.1 Cafès en gra o molt
  - 4.1.9.2 Cafès solubles descafeïnats
  - 4.1.9.3 Cafès solubles preparats (llets, etc.)
  - 4.1.9.4 Cafès solubles purs
  - 4.1.9.5 Succedanis de cafè
  - 4.1.9.6 Altres cafès
  - 4.1.9.7 Línia cafès
  
- 4.1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
  - 4.1.10.1 Caldos concentrats
  - 4.1.10.2 Llarga duració (uht-ambient) (X)
  - 4.1.10.3 Plats preparats deshidratats
  - 4.1.10.4 Purés de patata
  - 4.1.10.5 Sopes i cremes deshidratades
  - 4.1.10.6 Línia deshidratats

/

/	
4.1.11 Caramels i lllaminadures	
4.1.11.1	Caramels
4.1.11.2	Caramels balsàmics
4.1.11.3	Llaminadures de xocolata (Kinder, etc.)
4.1.11.4	Xiclets amb sucre
4.1.11.5	Xiclets sense sucre
4.1.11.6	Altres caramels i lllaminadures
4.1.11.7	Línia caramels i lllaminadures
4.1.12 Càrnies	
4.1.12.1	Embotits cuits
4.1.12.2	Embotits curats
4.1.12.3	Magre de porc (X)
4.1.12.4	Patés i foie (carn i peix)
4.1.12.5	Pernil cuit
4.1.12.6	Pernil curat
4.1.12.7	Salsitxes
4.1.12.8	Altres càrnies
4.1.12.9	Línia càrnies
4.1.13 Cereals	
4.1.13.1	Cereals esmorzar
4.1.13.2	Línia cereals esmorzar
4.1.14 Cerveeses	
4.1.14.1	Cerveeses importació
4.1.14.2	Cerveeses "light" (X)
4.1.14.3	Cerveeses nacionals
4.1.14.4	Cerveeses sense alcohol
4.1.14.5	Altres cerveeses
4.1.15 Conserves	
4.1.15.1	Carn en conserva (X)
4.1.15.2	Confitures i melmelades
4.1.15.3	Conserves peixos (excepte tonyina)
4.1.15.4	Llegums en conserva
4.1.15.5	Plats preparats en conserva
4.1.15.6	Salaó
4.1.15.7	Tomàquet natural en conserva (X)
4.1.15.8	Tonyina en conserva
4.1.15.9	Vegetals en conserva
4.1.15.10	Altres conserves
4.1.15.11	Línia conserves
/	

/	
4.1.16	Conyac i brandis
4.1.16.1	Conyac i brandis
4.1.17	Dolços de Nadal
4.1.17.1	Mantegades
4.1.17.2	Massapans (X)
4.1.17.3	Torrans
4.1.17.4	Altres dolços de Nadal
4.1.17.5	Línia dolços de Nadal
4.1.18	Espumosos i sidres
4.1.18.1	Caves
4.1.18.2	Sidres
4.1.18.3	Línia espumosos i sidres (X)
4.1.19	Formatges
4.1.19.1	Formatges en bloc
4.1.19.2	Formatges frescos
4.1.19.3	Formatges en porcions
4.1.19.4	Formatges ratllats
4.1.19.5	Formatges per untar
4.1.19.6	Formatges tallats a rodanxes
4.1.19.7	Línia formatges
4.1.20	Galetes
4.1.20.1	Assortit de galetes
4.1.20.2	Galetes cobertes de xocolata
4.1.20.3	Galetes farcides
4.1.20.4	Galetes normals (Maria)
4.1.20.5	Neules i rosquilles
4.1.20.6	Altres galetes
4.1.20.7	Línia galetes
4.1.21	Gelats
4.1.21.1	Gelats d'impuls (de pal)
4.1.21.2	Gelats de la llar
4.1.21.3	Línia gelats
4.1.22	Grasses alimentàries
4.1.22.1	Mantegues
4.1.22.2	Margarines
4.1.22.3	Altres grasses alimentàries (X)
/	

/	
4.1.23	Infusions
4.1.23.1	Camamilla (X)
4.1.23.2	Te (X)
4.1.23.3	Altres infusions
4.1.23.4	Línia infusions (X)
4.1.24	Lactis
4.1.24.1	Batuts
4.1.24.2	Llet condensada
4.1.24.3	Llet desnatada
4.1.24.4	Llet en pols (X)
4.1.24.5	Llet desmidesnatada
4.1.24.6	Llet sencera (Llarga-vida)
4.1.24.7	Nates
4.1.24.8	Altres lactis (X)
4.1.24.9	Línia lactis
4.1.25	Licors
4.1.25.1	Licors de crema
4.1.25.2	Licors de fruita
4.1.25.3	Licors sense alcohol
4.1.25.4	Línia licors (X)
4.1.26	Olis
4.1.26.1	Oli de gira-sol
4.1.26.2	Oli d'oliva
4.1.26.3	Altres olis (X)
4.1.26.4	Línia olis
4.1.27	Pa i pastisseria
4.1.27.1	Pa de motlle
4.1.27.2	Panets envasats
4.1.27.3	Pastisseria i broixeria infantil
4.1.27.4	Pastisseria i broixeria llar
4.1.27.5	Altres pa i pastisseria
4.1.27.6	Línia pa i pastisseria
4.1.28	Pastes alimentàries
4.1.28.1	Pastes fresques
4.1.28.2	Pastes seques
4.1.28.3	Línia pastes alimentàries
/	

/

## 4.1.29 Postres frescos

- 4.1.29.1 Cremes
- 4.1.29.2 Flams
- 4.1.29.3 Formatges frescos tipus "Petit"
- 4.1.29.4 logurt amb ferments
- 4.1.29.5 logurt líquid
- 4.1.29.6 logurt natural
- 4.1.29.7 logurt sabor
- 4.1.29.8 "Mousse"
- 4.1.29.9 Quallada
- 4.1.29.10 Altres postres frescos
- 4.1.29.11 Línia postres frescos

## 4.1.30 Postres secs

- 4.1.30.1 Gelatines en pols
- 4.1.30.2 "Mousse" en pols (X)
- 4.1.30.3 Altres postres secs (X)

## 4.1.31 Productes de cacau

- 4.1.31.1 Cacau soluble
- 4.1.31.2 Cremes de cacau
- 4.1.31.3 Línia productes de cacau (X)

## 4.1.32 Salses

- 4.1.32.1 Ketchup
- 4.1.32.2 Salses deshidratades
- 4.1.32.3 Salses per a pastes
- 4.1.32.4 Tomàquet fregit
- 4.1.32.5 "Mahoneses" (X)
- 4.1.32.6 Altres salses
- 4.1.32.7 Línia salses

## 4.1.33 Sucs

- 4.1.33.1 Orxata (X)
- 4.1.33.2 Sucs de fruita
- 4.1.33.3 Altres sucs
- 4.1.33.4 Línia sucs

/

/	
4.1.34	Vins
4.1.34.1	Bodegues
4.1.34.2	Vins denominació d'origen
4.1.34.3	Vins dolços
4.1.34.4	Vins "finos"
4.1.34.5	Vins de taula comuns
4.1.34.6	Altres vins
4.1.34.7	Línia vins
4.1.35	Whiskies (X)
4.1.35.1	Escocès/estàndard (X)
4.1.35.2	Altres whiskies (X)
4.1.36	Xocolates
4.1.36.1	Bombons
4.1.36.2	Xocolata en presa
4.1.36.3	Xocolates a la tassa en pols o líquid (X)
4.1.36.4	Xocolatines i barres de xocolata
4.1.36.5	Altres xocolates
4.1.36.6	Línia xocolates
4.1.37	Varis alimentació
4.1.37.1	Caramels líquids, xarops i "siropes"
4.1.37.2	Condiments i espècies varies (X)
4.1.37.3	Farines
4.1.37.4	Mel
4.1.37.5	Altres varis alimentació
4.1.37.6	Línia varis alimentació (X)
4.1.38	Línia alimentació
4.1.38.1	Línia alimentació
4.1.39	Varis begudes (X)
4.1.39.1	Varis begudes (X)
4.1.40	Línia begudes
4.1.40.1	Línia begudes
/	

/

## 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

### 4.2.1 Alimentació infantil

- 4.2.1.1 Farines i farinetes
- 4.2.1.2 Llets infantils
- 4.2.1.3 "Potitos"
- 4.2.1.4 Altres alimentació infantil
- 4.2.1.5 Línia alimentació infantil

### 4.2.2 Aliments per aprimar-se

- 4.2.2.1 Batuts i barretes dietètiques (X)
- 4.2.2.2 Edulcorants
- 4.2.2.3 Galetes dietètiques (X)
- 4.2.2.4 Infusions per aprimar-se (X)
- 4.2.2.5 Preparats per aprimar-se (parafarmàcia)
- 4.2.2.6 Altres aliments per aprimar-se
- 4.2.2.7 Línia aliments per aprimar-se

## 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

### 4.3.1 Reconstituents i energètics

- 4.3.1.1 Reconstituents i energètics

### 4.3.2 Vitamines

- 4.3.2.1 Vitamines

/

/

#### 4.4. RESTAURACIÓ.

- 4.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  - 4.4.1.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  
- 4.4.2 Cafeteries i bars
  - 4.4.2.1 Cafeteries i bars
  
- 4.4.3 Restaurants
  - 4.4.3.1 Restaurants

#### 4.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 4.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  - 4.5.1.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

#### 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

- 4.6.1 Campanyes de consum
  - 4.6.1.1 Campanyes de consum
  
- 4.6.2 Campanyes denominació d'origen
  - 4.6.2.1 Campanyes denominació d'origen

/

## **4. FITXES PUBLICITAT TELEVISIVA ALIMENTACIÓ 2002**

**GRP'S.** (Punts de rating bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total (Ortega, 2004).

## **PUBLICITAT TELEVISIVA REFERIDA A L'ALIMENTACIÓ**

### **SECTORS:**

**ANY: 2002**

- 4.1. Productes alimentaris de consum ordinari.
- 4.2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial.
- 4.3. Complementes alimentaris.
- 4.4. Restauració.
- 4.5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes.
- 4.6. Campanyes d'interès públic

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		491.154
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	160.511
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	741.381
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	985.544
	%	100,0

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total Publicitat alimentació 2002.

**SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

ANY: **2002**

**SECTOR: 4.1. RESUM PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: TOTAL 40**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		431.742
	%	87,9
- TEMPS: .....	Minuts	141.583
	%	88,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	665.973
	%	89,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	885.707
	%	89,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

ANY: **2002**

**SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: 4.1.1 AIGÜES**  
**PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.951
	%	3,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.292
	%	3,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.068
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.543
	%	2,8

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 4.1.

ANY: **2002**

**SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: 4.1.1 AIGÜES**  
**PRODUCTE: 4.1.1.1 AIGÜES MINERALS**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.951
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.292
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.068
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.543
	%	100,0

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>23.404</b>
	%	<b>5,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>7.832</b>
	%	<b>5,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>27.092</b>
	%	<b>4,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>36.552</b>
	%	<b>4,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.2.1 AMANIDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.2.2 CONGELATS A DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.3 CROQUETES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.4 MARISC CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.5 MASSES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.6 PEIX CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.235
	%	9,6
- TEMPS: .....	Minuts	868
	%	11,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.914
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.592
	%	7,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.7 "PIZZES" CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.8 PLATS PREPARATS CONGELATS I REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.874
	%	37,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.899
	%	37,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.247
	%	41,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.243
	%	41,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.9 REFRIGERATS I CONGELATS SEMIPREPARATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.517
	%	32,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.489
	%	31,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.486
	%	31,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.439
	%	31,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.10 SOPES, CREMES, CALDOS I GASPATXOS REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.11 TRUITES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.12 VEGETALS CONGELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.465
	%	6,3
- TEMPS: .....	Minuts	520
	%	6,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.106
	%	7,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.706
	%	7,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.13 ALTRES ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.388
	%	10,2
- TEMPS: .....	Minuts	835
	%	10,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.879
	%	6,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.534
	%	6,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 4.1.2.14 LÍNIA ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		924
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	221
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.455
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.032
	%	5,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.406</b>
	%	<b>0,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>853</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.627</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.195</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.3.1 CARNES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6</b>
	%	<b>0,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.3.2 FRUITES I VERDURES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.475</b>
	%	<b>43,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>352</b>
	%	<b>41,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.990</b>
	%	<b>60,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.563</b>
	%	<b>60,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.3.3 OUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		29
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.3.4 PEIX I MARISC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.628
	%	47,7
- TEMPS: .....	Minuts	434
	%	50,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.584
	%	39,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.567
	%	38,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.3.5 LÍNIA ALIMENTS FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		271
	%	8,0
- TEMPS: .....	Minuts	62
	%	7,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	44
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	55
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>8.103</b>
	%	<b>1,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.288</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.723</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>12.480</b>
	%	<b>1,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.4.1 CRISPETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.4.2 FRUITS SECS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>441</b>
	%	<b>5,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>129</b>
	%	<b>5,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>807</b>
	%	<b>7,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>942</b>
	%	<b>7,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 4.1.4.3 GALETES SALADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 4.1.4.4 OLIVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		76
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	32
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	103
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	161
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 4.1.4.5 PATATES FREGIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.096
	%	38,3
- TEMPS: .....	Minuts	963
	%	42,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.583
	%	42,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.637
	%	45,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 4.1.4.6 ALTRES APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.654
	%	20,4
- TEMPS: .....	Minuts	532
	%	23,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.970
	%	27,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.612
	%	28,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 4.1.4.7 LÍNIA APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.830
	%	34,9
- TEMPS: .....	Minuts	631
	%	27,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.257
	%	21,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.123
	%	17,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.249
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	632
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.552
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.878
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 4.1.5.1 ARRÒS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.088
	%	92,9
- TEMPS: .....	Minuts	575
	%	90,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.532
	%	99,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.848
	%	99,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 4.1.5.2 MONGETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 4.1.5.3 LÍNIA LLEGUMS SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		160
	%	7,1
- TEMPS: .....	Minuts	56
	%	8,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	27
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.201</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.199</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.169</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.268</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.6.1 ANISES I AIGUARDENTS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.6.2 GINEBRES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>0</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 4.1.6.3 ROM BLANC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		133
	%	3,2
- TEMPS: .....	Minuts	88
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 4.1.6.4 ALTRES BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.066
	%	96,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.111
	%	96,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.155
	%	99,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.252
	%	99,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.053
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.741
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.100
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.039
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 4.1.7.1 ENERGÈTIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.053
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.741
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.100
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.039
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 4.1.7.2 ISOTÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		34.252
	%	7,9
- TEMPS: .....	Minuts	12.207
	%	8,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	58.465
	%	8,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	74.632
	%	8,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.1 "BITTER" SENSE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.2 GASOSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		847
	%	2,5
- TEMPS: .....	Minuts	358
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.492
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.495
	%	4,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.3 REFRESCOS AMB ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.4 REFRESCOS DE COLA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.401
	%	30,4
- TEMPS: .....	Minuts	4.734
	%	38,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	20.163
	%	34,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	25.210
	%	33,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.5 REFRESCOS DE FRUITA AMB GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.927
	%	14,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.631
	%	13,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.763
	%	18,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.622
	%	18,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.6 REFRESCOS DE FRUITA SENSE GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.426
	%	33,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.186
	%	26,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.732
	%	20,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.466
	%	20,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.7 REFRESCOS DE LLIMONA DOLÇA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		524
	%	1,5
- TEMPS: .....	Minuts	231
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.261
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.637
	%	2,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.8 REFRESCOS SOLUBLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.9 REFRESCOS DE TE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.579
	%	4,6
- TEMPS: .....	Minuts	436
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.643
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.362
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.10 TÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.660
	%	4,9
- TEMPS: .....	Minuts	590
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.712
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.772
	%	6,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.11 ALTRES BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 4.1.8.12 LÍNIA BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.883
	%	8,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.041
	%	8,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.699
	%	9,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.068
	%	9,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>7.882</b>
	%	<b>1,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.283</b>
	%	<b>1,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>13.287</b>
	%	<b>2,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>18.343</b>
	%	<b>2,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.9.1 CAFÈS EN GRA O MOLT</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.292</b>
	%	<b>29,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>665</b>
	%	<b>29,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.020</b>
	%	<b>22,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.332</b>
	%	<b>23,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.9.2 CAFÈS SOLUBLES DESCAFEÏNATS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>699</b>
	%	<b>8,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>168</b>
	%	<b>7,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.086</b>
	%	<b>8,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.511</b>
	%	<b>8,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 4.1.9.3 CAFÈS SOLUBLES PREPARATS (LLETS, ETC)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		23
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	40
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	43
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 4.1.9.4 CAFÈS SOLUBLES PURS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.918
	%	24,2
- TEMPS: .....	Minuts	578
	%	25,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.357
	%	32,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.818
	%	31,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 4.1.9.5 SUCCEDANIS DE CAFÈ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		486
	%	6,2
- TEMPS: .....	Minuts	162
	%	7,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	980
	%	7,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.435
	%	7,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 4.1.9.6 ALTRES CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		922
	%	11,7
- TEMPS: .....	Minuts	267
	%	11,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.672
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.292
	%	12,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 4.1.9.7 LÍNIA CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.542
	%	19,6
- TEMPS: .....	Minuts	440
	%	19,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.132
	%	16,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.912
	%	15,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		18.542
	%	4,3
- TEMPS: .....	Minuts	5.839
	%	4,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.009
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.452
	%	2,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 4.1.10.1 CALDOS CONCENTRATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.261
	%	39,2
- TEMPS: .....	Minuts	2.627
	%	45,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.843
	%	32,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.053
	%	32,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 4.1.10.2 LLARGA DURACIÓ (UHT-AMBIENT)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 4.1.10.3 PLATS PREPARATS DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.119
	%	33,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.871
	%	32,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.729
	%	31,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.678
	%	31,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 4.1.10.4 PURÉS DE PATATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		318
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	99
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	975
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.302
	%	5,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 4.1.10.5 SOPEI I CREMES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.174
	%	22,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.062
	%	18,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.116
	%	22,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.583
	%	22,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 4.1.10.6 LÍNIA DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		670
	%	3,6
- TEMPS: .....	Minuts	180
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.346
	%	7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.836
	%	7,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		29.927
	%	6,9
- TEMPS: .....	Minuts	9.458
	%	6,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	41.045
	%	6,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	52.274
	%	5,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
ANY: 2002		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.11.1 CAMELS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.329
	%	14,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.298
	%	13,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.122
	%	14,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.177
	%	15,6
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
ANY: 2002		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.11.2 CAMELS BALSÀMICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.181
	%	7,3
- TEMPS: .....	Minuts	598
	%	6,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.232
	%	17,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.477
	%	18,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 4.1.11.3 LLAMINADURES DE XOCOLATA (KINDER, ETC.)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.877
	%	19,6
- TEMPS: .....	Minuts	2.333
	%	24,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.743
	%	21,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.007
	%	21,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 4.1.11.4 XICLETS AMB SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.017
	%	16,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.280
	%	13,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.427
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.156
	%	2,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 4.1.11.5 XICLETS SENSE SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.742
	%	35,9
- TEMPS: .....	Minuts	3.404
	%	36,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.195
	%	39,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.874
	%	39,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 4.1.11.6 ALTRES CARAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		33
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	11
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 4.1.11.7 LÍNIA CARAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.748
	%	5,8
- TEMPS: .....	Minuts	534
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.317
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.577
	%	3,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.645
	%	2,9
- TEMPS: .....	Minuts	4.298
	%	3,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	22.530
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	30.247
	%	3,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.1 EMBOTITS CUITS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.237
	%	17,7
- TEMPS: .....	Minuts	848
	%	19,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.042
	%	17,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.532
	%	18,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.2 EMBOTITS CURATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		550
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	183
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.248
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.572
	%	5,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.3 MAGRE DE PORC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.4 PATÉS I FOIE (CARN I PEIX)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.135
	%	16,9
- TEMPS: .....	Minuts	610
	%	14,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.295
	%	19,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.737
	%	19,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.5 PERNIL CUIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.566
	%	20,3
- TEMPS: .....	Minuts	937
	%	21,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.006
	%	22,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.733
	%	22,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.6 PERNIL CURAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.850
	%	14,6
- TEMPS: .....	Minuts	600
	%	14,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.769
	%	12,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.820
	%	12,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.7 SALSITXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.270
	%	18,0
- TEMPS: .....	Minuts	788
	%	18,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.029
	%	17,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.278
	%	17,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.8 ALTRES CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 4.1.12.9 LÍNIA CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.024
	%	8,0
- TEMPS: .....	Minuts	330
	%	7,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.124
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.555
	%	5,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.334
	%	2,9
- TEMPS: .....	Minuts	4.517
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.928
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.854
	%	2,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.13.1 CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.432
	%	92,7
- TEMPS: .....	Minuts	4.198
	%	93,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.384
	%	96,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.387
	%	97,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 20002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.13.2 LÍNIA CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		902
	%	7,3
- TEMPS: .....	Minuts	319
	%	7,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	544
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	467
	%	2,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>38.671</b>
	%	<b>8,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>13.145</b>
	%	<b>9,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>44.023</b>
	%	<b>6,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>57.408</b>
	%	<b>6,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.14.1 CERVESES IMPORTACIÓ</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>6.817</b>
	%	<b>17,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.959</b>
	%	<b>22,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.651</b>
	%	<b>12,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>7.482</b>
	%	<b>13,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.14.2 CERVESES "LIGHT"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....	%	<b>No consta</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
		<b>"</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 4.1.14.3 CERVESES NACIONALS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		18.734
	%	48,5
- TEMPS: .....	Minuts	7.120
	%	54,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24.433
	%	55,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	31.059
	%	54,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 4.1.14.4 CERVESES SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.977
	%	33,6
- TEMPS: .....	Minuts	3.044
	%	23,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.797
	%	31,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.682
	%	32,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 4.1.14.5 ALTRES CERVESES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		89
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	22
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	142
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	185
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>11.018</b>
	%	<b>2,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.817</b>
	%	<b>2,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>14.935</b>
	%	<b>2,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>20.551</b>
	%	<b>2,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.15.1 CARN EN CONSERVA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.15.2 CONFITURES I MELMELADES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>98</b>
	%	<b>0,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>16</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>379</b>
	%	<b>2,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>555</b>
	%	<b>2,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.3 CONSERVES PEIXOS (EXCEPTE TONYINA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		42
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	14
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	23
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	30
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.4 LLEGUMS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		829
	%	7,5
- TEMPS: .....	Minuts	197
	%	7,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.623
	%	10,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.229
	%	10,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.5 PLATS PREPARATS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		406
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	135
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	820
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.162
	%	5,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.6 SALAÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		113
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	31
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	54
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	74
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.7 TOMÀQUET NATURAL EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.8 TONYINA EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.754
	%	15,9
- TEMPS: .....	Minuts	591
	%	21,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.033
	%	20,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.122
	%	20,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.9 VEGETALS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		924
	%	8,4
- TEMPS: .....	Minuts	276
	%	9,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.099
	%	14,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.036
	%	14,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.10 ALTRES CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.849
	%	53,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.264
	%	44,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.050
	%	40,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.128
	%	39,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 4.1.15.11 LÍNIA CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.003
	%	9,1
- TEMPS: .....	Minuts	293
	%	10,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	854
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.215
	%	5,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7
	%	0,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.16.1 CONYACS I BRANDIS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.17 DOLÇOS DE NADAL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.186
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	600
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.852
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.215
	%	0,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 4.1.17.1 MANTEGADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		49
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	8
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	73
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	103
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 4.1.17.2 MASSAPANS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 4.1.17.3 TORRONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.437
	%	65,7
- TEMPS: .....	Minuts	369
	%	61,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.423
	%	75,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.210
	%	78,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 4.1.17.4 ALTRES DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 4.1.17.5 LÍNIA DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		699
	%	32,0
- TEMPS: .....	Minuts	223
	%	37,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.356
	%	23,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.902
	%	23,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.306
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	754
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.057
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.059
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 4.1.18.1 CAVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.167
	%	89,4
- TEMPS: .....	Minuts	705
	%	93,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.544
	%	83,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.344
	%	82,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 4.1.18.2 SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		139
	%	10,6
- TEMPS: .....	Minuts	49
	%	6,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	513
	%	16,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	715
	%	17,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 4.1.18.3 LÍNIA ESPOMOSOS I SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>16.577</b>
	%	<b>3,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>4.612</b>
	%	<b>3,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>35.735</b>
	%	<b>5,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>48.348</b>
	%	<b>5,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.19.1 FORMATGES EN BLOC</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.790</b>
	%	<b>28,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.300</b>
	%	<b>28,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>11.910</b>
	%	<b>33,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>16.450</b>
	%	<b>34,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.19.2 FORMATGES FRESCOS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.856</b>
	%	<b>23,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.126</b>
	%	<b>24,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>9.218</b>
	%	<b>25,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>12.771</b>
	%	<b>26,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 4.1.19.3 FORMATGES EN PORCIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.963
	%	17,9
- TEMPS: .....	Minuts	790
	%	17,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.880
	%	13,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.068
	%	12,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 4.1.19.4 FORMATGES RATLLATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		400
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	99
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	709
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	963
	%	2,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 4.1.19.5 FORMATGES PER UNTAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1965
	%	11,9
- TEMPS: .....	Minuts	562
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.222
	%	14,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.114
	%	14,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 4.1.19.6 FORMATGES TALLATS A RODANXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		426
	%	2,6
- TEMPS: .....	Minuts	159
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.026
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.371
	%	2,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 4.1.19.7 LÍNIA FORMATGES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.177
	%	13,1
- TEMPS: .....	Minuts	576
	%	12,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.770
	%	7,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.611
	%	7,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		16.029
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	4.591
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29.755
	%	4,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	39.512
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.1 ASSORTIT DE GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		304
	%	1,9
- TEMPS: .....	Minuts	92
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.202
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.668
	%	4,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.2 GALETES COBERTES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.654
	%	16,6
- TEMPS: .....	Minuts	733
	%	16,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.783
	%	12,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.574
	%	11,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.3 GALETES FARCIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.047
	%	12,8
- TEMPS: .....	Minuts	674
	%	14,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.392
	%	11,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.493
	%	11,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.4 GALETES NORMALS (MARIA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.958
	%	49,5
- TEMPS: .....	Minuts	2.267
	%	49,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.400
	%	41,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.766
	%	42,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.5 NEULES I ROSQUILLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		211
	%	1,3
- TEMPS: .....	Minuts	35
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	77
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	111
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.6 ALTRES GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.292
	%	8,1
- TEMPS: .....	Minuts	389
	%	8,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3921
	%	13,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5327
	%	13,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 4.1.20.7 LÍNIA GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.563
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	401
	%	8,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.980
	%	16,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.573
	%	16,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.21 GELATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.321
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	2.268
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.367
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.053
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 4.1.21.1 GELATS D'IMPULS (DE PAL)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.660
	%	77,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.765
	%	77,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.592
	%	75,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.430
	%	74,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 4.1.21.2 GELATS DE LA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.292
	%	17,7
- TEMPS: .....	Minuts	371
	%	16,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.614
	%	23,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.424
	%	24,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 4.1.21.3 LÍNIA GELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		369
	%	5,0
- TEMPS: .....	Minuts	132
	%	5,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	161
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	199
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.414
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	807
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.248
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.148
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 4.1.22.1 MANTEGUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 4.1.22.2 MARGARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.412
	%	99,9
- TEMPS: .....	Minuts	805
	%	99,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.240
	%	99,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.134
	%	99,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 4.1.22.3 ALTRES GRASSES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....	%	No consta
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUPS.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>46</b>
	%	<b>0,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>8</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>169</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>193</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.23.1 CAMAMILLA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.23.2 TE</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 4.1.23.3 ALTRES INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		46
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	8
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	169
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	193
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 4.1.23.4 LÍNIA INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		22.850
	%	5,4
- TEMPS: .....	Minuts	7.650
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	40.408
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	55.990
	%	6,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.1 BATUTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.616
	%	11,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.010
	%	13,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.173
	%	5,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.763
	%	4,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.2 LLET CONDENSADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.101
	%	4,8
- TEMPS: .....	Minuts	333
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.259
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.736
	%	3,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.3 LLET DESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.120
	%	13,7
- TEMPS: .....	Minuts	942
	%	12,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.928
	%	17,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.603
	%	17,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.4 LLET EN POLS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.5 LLET SEMIDESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.502
	%	6,6
- TEMPS: .....	Minuts	474
	%	6,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.114
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.583
	%	2,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.6 LLET SENCERA (LLARGA VIDA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		427
	%	1,9
- TEMPS: .....	Minuts	186
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.445
	%	3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.068
	%	3,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.7 NATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.432
	%	6,3
- TEMPS: .....	Minuts	480
	%	6,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.262
	%	8,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.469
	%	8,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.8 ALTRES LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 4.1.24.9 LÍNIA LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.652
	%	55,2
- TEMPS: .....	Minuts	4.225
	%	55,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24.227
	%	59,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33.768
	%	60,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.619</b>
	%	<b>0,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.259</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.083</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>13.495</b>
	%	<b>1,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.25.1 LICORS DE CREMA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.825</b>
	%	<b>78,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.089</b>
	%	<b>86,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.803</b>
	%	<b>77,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.518</b>
	%	<b>77,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.25.2 LICORS DE FRUITA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>331</b>
	%	<b>9,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>93</b>
	%	<b>7,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.129</b>
	%	<b>11,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.520</b>
	%	<b>11,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 4.1.25.3 LICORS SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		463
	%	12,8
- TEMPS: .....	Minuts	77
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.151
	%	11,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.457
	%	10,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 4.1.25.4 LÍNIA LICORS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.26 OLIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.922
	%	1,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.479
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.459
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.401
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 4.1.26.1 OLI DE GIRA-SOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		825
	%	16,8
- TEMPS: .....	Minuts	223
	%	15,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.868
	%	27,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.933
	%	27,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 4.1.26.2 OLI D'OLIVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.926
	%	79,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.193
	%	80,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.548
	%	72,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.409
	%	72,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 4.1.26.3 ALTRES OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 4.1.26.4 LÍNIA OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		171
	%	3,4
- TEMPS: .....	Minuts	63
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	43
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	59
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		14.793
	%	3,4
- TEMPS: .....	Minuts	4.601
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29.555
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	39.063
	%	4,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 4.1.27.1 PA DE MOTLLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.583
	%	31,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.361
	%	29,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.164
	%	34,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.970
	%	35,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 4.1.27.2 PANETS ENVASATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		467
	%	3,2
- TEMPS: .....	Minuts	116
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.292
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.767
	%	4,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 4.1.27.3 PASTISSERIA I BROIXERIA INFANTIL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.003
	%	40,6
- TEMPS: .....	Minuts	2.007
	%	43,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.943
	%	43,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.367
	%	41,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 4.1.27.4 PASTISSERIA I BROIXERIA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.710
	%	25,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.1'8
	%	24,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.154
	%	17,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.957
	%	17,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 4.1.27.5 ALTRES PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		27
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 4.1.27.6 LÍNIA PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.420
	%	1,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.954
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.221
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.401
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 4.1.28.1 PASTES FRESQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.425
	%	37,7
- TEMPS: .....	Minuts	765
	%	39,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.675
	%	18,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.278
	%	18,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 4.1.28.2 PASTES SEQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.366
	%	21,3
- TEMPS: .....	Minuts	333
	%	17,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.879
	%	20,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.491
	%	20,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 4.1.28.3 LÍNIA PASTES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.629
	%	41,0
- TEMPS: .....	Minuts	856
	%	43,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.667
	%	61,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.632
	%	61,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>53.656</b>
	%	<b>12,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>17.506</b>
	%	<b>12,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>82.645</b>
	%	<b>12,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>113.962</b>
	%	<b>12,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.29.1 CREMES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.456</b>
	%	<b>6,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.276</b>
	%	<b>7,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.262</b>
	%	<b>8,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.205</b>
	%	<b>9,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.29.2 FLAMS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>739</b>
	%	<b>1,4</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>270</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.102</b>
	%	<b>1,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.631</b>
	%	<b>1,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.3 FORMATGES FRESCOS TIPUS "PETIT"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.244
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	2.401
	%	13,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.341
	%	5,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.015
	%	4,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.4 IOGURT AMB FERMENTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.259
	%	17,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.232
	%	18,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17.562
	%	21,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.931
	%	21,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.5 IOGURT LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.002
	%	14,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.902
	%	10,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.734
	%	11,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.399
	%	11,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.6 IOGURT NATURAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.849
	%	10,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.162
	%	12,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.802
	%	13,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.143
	%	13,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.7 IOGURT SABOR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.326
	%	15,5
- TEMPS: .....	Minuts	2.954
	%	16,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.405
	%	15,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.963
	%	14,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.8 "MOUSSE"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.963
	%	7,4
- TEMPS: .....	Minuts	890
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.989
	%	6,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.088
	%	6,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.9 QUALLADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.354
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	509
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.187
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.137
	%	5,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.10 ALTRES POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.269
	%	4,2
- TEMPS: .....	Minuts	589
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.206
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.681
	%	4,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 4.1.29.11 LÍNIA POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.195
	%	7,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.321
	%	7,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.055
	%	8,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.769
	%	8,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.332</b>
	%	<b>0,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>378</b>
	%	<b>0,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.313</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.570</b>
	%	<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.30.1 GELATINES EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.332</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>378</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.313</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.570</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.30.2 "MOUSSE" EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>No consta</b>
	%	<b>"</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.30 POSTRES SECS		
PRODUCTE: 4.1.30.3 ALTRES POSTRES SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.361
	%	1,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.500
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.238
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.570
	%	1,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 4.1.31.1 CACAU SOLUBLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.599
	%	78,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.013
	%	80,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.665
	%	86,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.937
	%	88,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 4.1.31.2 CREMES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.762
	%	21,1
- TEMPS: .....	Minuts	487
	%	19,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.573
	%	14,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.633
	%	12,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 4.1.31.3 LÍNIA PRODUCTES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.849
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	4.490
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.032
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.885
	%	1,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: 4.1.32.1 KETCHUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		249
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	83
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	183
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	162
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: 4.1.32.2 SALSSES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.853
	%	57,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.712
	%	60,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.900
	%	53,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.894
	%	53,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: 4.1.32.3 SALSSES PER A PASTES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 4.1.32.4 TOMÀQUET FREGIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.176
	%	18,4
- TEMPS: .....	Minuts	698
	%	15,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.685
	%	24,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.723
	%	25,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 4.1.32.5 "MAHONESES"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 4.1.32.6 ALTRES SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.249
	%	10,5
- TEMPS: .....	Minuts	447
	%	10,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.055
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.470
	%	9,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 4.1.32.7 LÍNIA SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.319
	%	11,1
- TEMPS: .....	Minuts	549
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.208
	%	11,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.635
	%	11,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.33 SUCS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		14.940
	%	3,5
- TEMPS: .....	Minuts	4.269
	%	3,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24.801
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33.960
	%	3,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 4.1.33.1 ORXATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 4.1.33.2 SUCS DE FRUITA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.524
	%	83,9
- TEMPS: .....	Minuts	3.499
	%	81,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	19.888
	%	80,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	27.272
	%	80,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 4.1.33.3 ALTRES SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.412
	%	16,1
- TEMPS: .....	Minuts	768
	%	18,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.910
	%	19,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.683
	%	19,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 4.1.33.4 LÍNIA SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.504</b>
	%	<b>0,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>992</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.234</b>
	%	<b>0,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.562</b>
	%	<b>0,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.34.1 BODEGUES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>215</b>
	%	<b>6,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>44</b>
	%	<b>4,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>313</b>
	%	<b>7,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>404</b>
	%	<b>7,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.34.2 VINS DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.634</b>
	%	<b>46,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>372</b>
	%	<b>37,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.609</b>
	%	<b>38,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.066</b>
	%	<b>37,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.34 VINS		
PRODUCTE: 4.1.34.3 VINS DOLÇOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.34 VINS		
PRODUCTE: 4.1.34.4 VINS "FINOS"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		707
	%	20,2
- TEMPS: .....	Minuts	320
	%	32,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.607
	%	38,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.145
	%	38,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.34 VINS		
PRODUCTE: 4.1.34.5 VINS DE TAULA COMUNS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		654
	%	18,7
- TEMPS: .....	Minuts	150
	%	15,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	144
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	191
	%	3,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.34 VINS		
PRODUCTE: 4.1.34.6 ALTRES VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		34
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22
	%	0,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.34 VINS		
PRODUCTE: 4.1.34.7 LÍNIA VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		252
	%	7,2
- TEMPS: .....	Minuts	94
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	532
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	718
	%	12,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 4.1.35.1 ESCOCÈS/ESTÁNDAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 4.1.35.2 ALTRES WHISKIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.380
	%	1,9
- TEMPS: .....	Minuts	3.004
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.236
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22.234
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 4.1.36.1 BOMBONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.735
	%	44,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.430
	%	47,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.873
	%	54,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.281
	%	55,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 4.1.36.2 XOCOLATA EN PRESA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.280
	%	15,3
- TEMPS: .....	Minuts	426
	%	14,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.297
	%	14,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.054
	%	13,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 4.1.36.3 XOCOLATES A LA TASSA EN POLS O LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 4.1.36.4 XOCOLATINES I BARRES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.181
	%	26,0
- TEMPS: .....	Minuts	753
	%	25,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.513
	%	15,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.207
	%	14,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 4.1.36.5 ALTRES XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		27
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	5
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 4.1.36.6 LÍNIA XOCOLATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.157
	%	13,8
- TEMPS: .....	Minuts	390
	%	13,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.546
	%	15,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.683
	%	16,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>659</b>
	%	<b>0,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>143</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.963</b>
	%	<b>0,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.848</b>
	%	<b>0,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.37.1 CARAMELS LÍQUIDS, XAROPS I "SIROPES"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1</b>
	%	<b>0,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>0</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>0</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>0</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.37.2 CONDIMENTS I ESPÈCIES VARIES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>No consta</b>
	%	<b>"</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 4.1.37.3 FARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2
	%	0,3
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 4.1.37.4 MEL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		626
	%	95,0
- TEMPS: .....	Minuts	130
	%	91,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.922
	%	97,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.785
	%	97,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 4.1.37.5 ALTRES VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		30
	%	4,5
- TEMPS: .....	Minuts	10
	%	6,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	41
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	63
	%	2,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 4.1.37.6 LÍNIA VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.826
	%	0,7
- TEMPS: .....	Minuts	838
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.264
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.410
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.		
ANY: 2002		
SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 4.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 4.1.38.1 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.826
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	838
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.264
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.410
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.1.39.1 VARIS BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 4.1.40 LÍNIA BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.166</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.477</b>
	%	<b>1,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.780</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.105</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.1.</b>		

ANY: 2002

SECTOR: 4.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 4.1.3 LÍNIA BEGUDES  
 PRODUCTE: 4.1.40.1 LÍNIA BEGUDES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.166
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.477
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.780
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.105
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 4.2 PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4. 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.110</b>
	%	<b>0,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>847</b>
	%	<b>0,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.238</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.909</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 4.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.340</b>
	%	<b>75,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>613</b>
	%	<b>72,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>5.413</b>
	%	<b>74,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>7.364</b>
	%	<b>74,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.2.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 4.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: 4.2.1.1 FARINES I FARINETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>931</b>
	%	<b>39,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>245</b>
	%	<b>40,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.980</b>
	%	<b>36,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.718</b>
	%	<b>36,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 4.2.1.2 LLETS INFANTILS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		278
	%	11,9
- TEMPS: .....	Minuts	79
	%	12,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.205
	%	22,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.786
	%	24,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 4.2.1.3. "POTITOS"

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		39
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	16
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9
	%	0,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 4.2.1.4 ALTRES ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		318
	%	13,6
- TEMPS: .....	Minuts	85
	%	13,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	180
	%	3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	248
	%	3,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 4.2.1.5 LÍNIA ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		774
	%	33,0
- TEMPS: .....	Minuts	188
	%	30,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.040
	%	37,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.603
	%	35,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		770
	%	24,8
- TEMPS: .....	Minuts	234
	%	27,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.825
	%	25,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.545
	%	25,7

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.2.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.1 BATUTS I BARRETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.2 EDULCORANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9
	%	1,2
- TEMPS: .....	Minuts	7
	%	3,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	41
	%	1,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.3 GALETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.4 INFUSIONS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.5 PREPARATS PER APRIMAR-SE (PARAFARMÀCIA)

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		491
	%	63,7
- TEMPS: .....	Minuts	175
	%	74,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.044
	%	57,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.454
	%	57,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.6 ALTRES ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		253
	%	32,9
- TEMPS: .....	Minuts	36
	%	15,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	712
	%	39,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	982
	%	38,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2002

**SECTOR: 4.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 4.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 4.2.2.7 LÍNIA ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		17
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	16
	%	6,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	43
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	68
	%	2,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS**

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.538</b>
	%	<b>0,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>774</b>
	%	<b>0,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.595</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.911</b>
	%	<b>0,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 4.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.514</b>
	%	<b>59,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>461</b>
	%	<b>59,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.135</b>
	%	<b>62,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.561</b>
	%	<b>62,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.3.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 4.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.3.1.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.514</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>461</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.135</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.561</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

			<b>ANY: 2002</b>
<b>SECTOR: 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 4.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			<b>1.024</b>
	%		<b>40,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>		<b>313</b>
	%		<b>40,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>		<b>2.460</b>
	%		<b>37,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>		<b>3.350</b>
	%		<b>37,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.3.</b>			
			ANY: 2002
<b>SECTOR: 4.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 4.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: 4.3.2.1 VITAMINES</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.024
	%		100,0
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>		313
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>		2.460
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>		3.350
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ**

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: TOTAL 3</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>35.864</b>
	%	<b>7,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>11.155</b>
	%	<b>6,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>36.101</b>
	%	<b>4,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>45.229</b>
	%	<b>4,6</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 4.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>32.664</b>
	%	<b>91,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>10.256</b>
	%	<b>92,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>35.204</b>
	%	<b>97,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>44.001</b>
	%	<b>97,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.4.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 4.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
<b>PRODUCTE: 4.4.1.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>32.664</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>10.256</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>35.204</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>44.001</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 4.4.2 CAFETERIES I BARS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>703</b>
	%	<b>2,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>270</b>
	%	<b>2,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>130</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>179</b>
	%	<b>0,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.4.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 4.4.2 CAFETERIES I BARS</b>		
<b>PRODUCTE: 4.4.2.1 CAFETERIES I BARS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>703</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>270</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>130</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>179</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 4.4.3 RESTAURANTS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.497</b>
	%	<b>7,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>629</b>
	%	<b>5,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>767</b>
	%	<b>2,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.049</b>
	%	<b>2,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.4.</b>		

ANY: 2002

SECTOR: 4.4. RESTAURACIÓ  
 GRUP: 4.4.3 RESTAURANTS  
 PRODUCTE: 4.4.3.1 RESTAURANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.497
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	629
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	767
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.049
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 4.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES**

<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: TOTAL 1</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.123
	%	2,3
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	4.240
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	15.732
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	22.528
	%	2,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4. 5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 4.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.123
	%	100,0
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	4.240
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	15.732
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	22.528
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.5.</b>		
<b>ANY: 2002</b>		
<b>SECTOR: 4.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 4.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 4.5.1.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.123
	%	100,0
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	4.240
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	15.732
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	22.528
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

**SECTOR: 4. 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC**

			ANY: 2002
<b>SECTOR: 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: TOTAL 2</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			6.777
	%		1,4
- TEMPS: .....	Minuts		1.912
	%		1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		9.742
	%		1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		13.260
	%		1,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 2002
<b>SECTOR: 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 4.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			6.351
	%		93,7
- TEMPS: .....	Minuts		1.782
	%		93,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		9.393
	%		96,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		12.766
	%		96,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.6.</b>			
			ANY: 2002
<b>SECTOR: 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 4.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: 4.6.1.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			6.351
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		1.782
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		9.393
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		12.766
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

			ANY: 2002
<b>SECTOR: 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 4.6.2 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			426
	%		6,3
- TEMPS: .....	Minuts		130
	%		6,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		349
	%		3,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		494
	%		3,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.6.</b>			
			ANY: 2002
<b>SECTOR: 4.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 4.6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: 4.6.2.1 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			426
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		130
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		349
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		494
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**5. FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2003.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS**

/

5. **FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 2003. RELACIÓ D'ÍTEMS.**

- SECTORS: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.
- 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.
- 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.
- 5.4. RESTAURACIÓ.
- 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.
- 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

**Notes:**

1. El ítems marcats **(X)** “no consta” en aquest any.
  2. Els ítems “**Altres ...**” fan referència a tots els productes que s’han publicitat dins d’un grup, però que explícitament no hi són citats.
  3. Els ítems “**Línia ...**” fan referència als espots que publiciten més d’un producte d’un mateix grup.
- /

/

## 5.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.

5.1.1	Aigües
5.1.2	Aliments congelats i refrigerats
5.1.3	Aliments frescos
5.1.4	Aperitius
5.1.5	Arròs i llegums secs
5.1.6	Begudes alcohòliques varies
5.1.7	Begudes isotòniques/energètiques
5.1.8	Begudes refrescants
5.1.9	Cafès
5.1.10	Caldos, sopes i plats deshidratats
5.1.11	Caramels i lllaminadures
5.1.12	Càrnies
5.1.13	Cereals
5.1.14	Cerveeses
5.1.15	Conserves
5.1.16	Conyac i brandis
5.1.17	Dolços de Nadal
5.1.18	Espumosos i sidres
5.1.19	Formatges
5.1.20	Galetes
5.1.21	Gelats
5.1.22	Grasses alimentàries
5.1.23	Infusions
5.1.24	Lactis
5.1.25	Licors
5.1.26	Olis
5.1.27	Pa i pastisseria
5.1.28	Pastes alimentàries
5.1.29	Postres frescos
5.1.30	Postres secs
5.1.31	Productes de cacau
5.1.32	Salses
5.1.33	Sucs
5.1.34	Vins
5.1.35	Whiskies
5.1.36	Xocolates
5.1.37	Varis alimentació
5.1.38	Línia alimentació
5.1.39	Varis begudes
5.1.40	Línia begudes

/

/

## 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

- 5.2.1 Alimentació infantil
- 5.2.2 Aliments per aprimar-se

## 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

- 5.3.1 Reconstituents i energètics
- 5.3.2 Vitamines

## 5.4. RESTAURACIÓ.

- 5.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
- 5.4.2 Cafeteries i bars
- 5.4.3 Restaurants

## 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 5.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

## 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

- 5.6.1 Campanyes de consum
- 5.6.2 Campanyes de denominació d'origen

/

/

**5.1 PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.**

- 5.1.1 Aigües
  - 5.1.1.1 Aigües minerals
  
- 5.1.2 Aliments congelats i refrigerats
  - 5.1.2.1 Amanides
  - 5.1.2.2 Congelats a domicili (X)
  - 5.1.2.3 Croquetes congelades (X)
  - 5.1.2.4 Marisc congelat
  - 5.1.2.5 Masses congelades (X)
  - 5.1.2.6 Peix congelat
  - 5.1.2.7 "Pizzes" congelades
  - 5.1.2.8 Plats preparats congelats i refrigerats
  - 5.1.2.9 Refrigerats i congelats semipreparats
  - 5.1.2.10 Sopes, cremes, caldos i gaspatxo refrigerats
  - 5.1.2.11 Truites
  - 5.1.2.12 Vegetals congelats
  - 5.1.2.13 Altres aliments congelats i refrigerats
  - 5.1.2.14 Línia aliments congelats i refrigerats
  
- 5.1.3 Aliments frescos
  - 5.1.3.1 Carns
  - 5.1.3.2 Fruites i verdures
  - 5.1.3.3 Ous
  - 5.1.3.4 Peix i marisc
  - 5.1.3.5 Línia aliments frescos
  
- 5.1.4 Aperitius
  - 5.1.4.1 Crispetes
  - 5.1.4.2 Fruits secs
  - 5.1.4.3 Galetes salades (X)
  - 5.1.4.4 Olives
  - 5.1.4.5 Patates fregides
  - 5.1.4.6 Altres aperitius
  - 5.1.4.7 Línia aperitius
  
- 5.1.5 Arròs i llegums secs
  - 5.1.5.1 Arròs
  - 5.1.5.2 Mongetes
  - 5.1.5.3 Línia llegums secs

/

/

- 5.1.6 Begudes alcohòliques varies
  - 5.1.6.1 Anissos i aiguardents (X)
  - 5.1.6.2 Ginebres (X)
  - 5.1.6.3 Rom blanc
  - 5.1.6.4 Altres begudes alcohòliques varies

- 5.1.7 Begudes isotòniques/energètiques
  - 5.1.7.1 Energètiques
  - 5.1.7.2 Isotòniques

- 5.1.8 Begudes refrescants
  - 5.1.8.1 "Bitter" sense (X)
  - 5.1.8.2 Gasoses
  - 5.1.8.3 Refrescos amb alcohol
  - 5.1.8.4 Refrescos de cola
  - 5.1.8.5 Refrescos de fruita amb gas
  - 5.1.8.6 Refrescos de fruita sense gas
  - 5.1.8.7 Refrescos de llimona dolça
  - 5.1.8.8 Refrescos solubles (X)
  - 5.1.8.9 Refrescos de te
  - 5.1.8.10 Tòniques
  - 5.1.8.11 Altres begudes refrescants
  - 5.1.8.12 Línia begudes refrescants

- 5.1.9 Cafès
  - 5.1.9.1 Cafès en gra o molt
  - 5.1.9.2 Cafès solubles descafeïnats
  - 5.1.9.3 Cafès solubles preparats (llets, etc.)
  - 5.1.9.4 Cafès solubles purs
  - 5.1.9.5 Succedanis de cafè
  - 5.1.9.6 Altres cafès
  - 5.1.9.7 Línia cafès

- 5.1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
  - 5.1.10.1 Caldos concentrats
  - 5.1.10.2 Llarga duració (uht-ambient)
  - 5.1.10.3 Plats preparats deshidratats
  - 5.1.10.4 Purés de patata
  - 5.1.10.5 Sopes i cremes deshidratades

5.1.10.6 Línia deshidratats

/

/

## 5.1.11 Caramels i lllaminadures

- 5.1.11.1 Caramels
- 5.1.11.2 Caramels balsàmics
- 5.1.11.3 Lllaminadures de xocolata (Kinder, etc.)
- 5.1.11.4 Xiclets amb sucre
- 5.1.11.5 Xiclets sense sucre
- 5.1.11.6 Altres caramels i lllaminadures (X)
- 5.1.11.7 Línia caramels i lllaminadures

## 5.1.12 Càrnies

- 5.1.12.1 Embotits cuits
- 5.1.12.2 Embotits curats
- 5.1.12.3 Magre de porc (X)
- 5.1.12.4 Patés i foie (carn i peix)
- 5.1.12.5 Pernil cuit
- 5.1.12.6 Pernil curat
- 5.1.12.7 Salsitxes
- 5.1.12.8 Altres càrnies
- 5.1.12.9 Línia càrnies

## 5.1.13 Cereals

- 5.1.13.1 Cereals esmorzar
- 5.1.13.2 Línia cereals esmorzar

## 5.1.14 Cerveces

- 5.1.14.1 Cerveces importació
- 5.1.14.2 Cerveces "light"
- 5.1.14.3 Cerveces nacionals
- 5.1.14.4 Cerveces sense alcohol
- 5.1.14.5 Altres cerveces

## 5.1.15 Conserves

- 5.1.15.1 Carn en conserva (X)
- 5.1.15.2 Confitures i mermelades
- 5.1.15.3 Conserves peixos (excepte tonyina)
- 5.1.15.4 Llegums en conserva
- 5.1.15.5 Plats preparats en conserva
- 5.1.15.6 Salaó (X)
- 5.1.15.7 Tomàquet natural en conserva (X)
- 5.1.15.8 Tonyina en conserva
- 5.1.15.9 Vegetals en conserva
- 5.1.15.10 Altres conserves
- 5.1.15.11 Línia conserves

/

/

## 5.1.16 Conyac i brandis (X)

5.1.16.1 Conyac i brandis (X)

## 5.1.17 Dolços de Nadal

5.1.17.1 Mantegades

5.1.17.2 Massapans

5.1.17.3 Torrons

5.1.17.4 Altres dolços de Nadal

5.1.17.5 Línia dolços de Nadal

## 5.1.18 Espumosos i sidres

5.1.18.1 Caves

5.1.18.2 Sidres

5.1.18.3 Línia espumosos i sidres

## 5.1.19 Formatges

5.1.19.1 Formatges en bloc

5.1.19.2 Formatges frescos

5.1.19.3 Formatges en porcions

5.1.19.4 Formatges ratllats

5.1.19.5 Formatges per untar

5.1.19.6 Formatges tallats a rodanxes

5.1.19.7 Línia formatges

## 5.1.20 Galetes

5.1.20.1 Assortit de galetes

5.1.20.2 Galetes cobertes de xocolata

5.1.20.3 Galetes farcides

5.1.20.4 Galetes normals (Maria)

5.1.20.5 Neules i rosquilles

5.1.20.6 Altres galetes

5.1.20.7 Línia galetes

## 5.1.21 Gelats

5.1.21.1 Gelats d'impuls (de pal)

5.1.21.2 Gelats de la llar

5.1.21.3 Línia gelats

## 5.1.22 Grasses alimentàries

5.1.22.1 Mantegues

5.1.22.2 Margarines

5.1.22.3 Altres grasses alimentàries (X)

/

/

## 5.1.23 Infusions

- 5.1.23.1 Camamilla (X)
- 5.1.23.2 Te (X)
- 5.1.23.3 Altres infusions
- 5.1.23.4 Línia infusions

## 5.1.24 Lactis

- 5.1.24.1 Batuts
- 5.1.24.2 Llet condensada
- 5.1.24.3 Llet desnatada
- 5.1.24.4 Llet en pols
- 5.1.24.5 Llet desmidesnatada
- 5.1.24.6 Llet sencera (Llarga-vida)
- 5.1.24.7 Nates
- 5.1.24.8 Altres lactis
- 5.1.24.9 Línia lactis

## 5.1.25 Licors

- 5.1.25.1 Licors de crema
- 5.1.25.2 Licors de fruita
- 5.1.25.3 Licors sense alcohol
- 5.1.25.4 Línia licors

## 5.1.26 Olis

- 5.1.26.1 Oli de gira-sol
- 5.1.26.2 Oli d'oliva
- 5.1.26.3 Altres olis
- 5.1.26.4 Línia olis

## 5.1.27 Pa i pastisseria

- 5.1.27.1 Pa de motlle
- 5.1.27.2 Panets envasats
- 5.1.27.3 Pastisseria i broixeria infantil
- 5.1.27.4 Pastisseria i broixeria llar
- 5.1.27.5 Altres pa i pastisseria
- 5.1.27.6 Línia pa i pastisseria

## 5.1.28 Pastes alimentàries

- 5.1.28.1 Pastes fresques
- 5.1.28.2 Pastes seques
- 5.1.28.3 Línia pastes alimentàries

/

/

## 5.1.29 Postres frescos

- 5.1.29.1 Cremes
- 5.1.29.2 Flams
- 5.1.29.3 Formatges frescos tipus "Petit"
- 5.1.29.4 logurt amb ferments
- 5.1.29.5 logurt líquid
- 5.1.29.6 logurt natural
- 5.1.29.7 logurt sabor
- 5.1.29.8 "Mousse"
- 5.1.29.9 Quallada
- 5.1.29.10 Altres postres frescos
- 5.1.29.11 Línia postres frescos

## 5.1.30 Postres secs

- 5.1.30.1 Gelatines en pols
- 5.1.30.2 "Mousse" en pols (X)
- 5.1.30.3 Altres postres secs (X)

## 5.1.31 Productes de cacau

- 5.1.31.1 Cacau soluble
- 5.1.31.2 Cremes de cacau
- 5.1.31.3 Línia productes de cacau (X)

## 5.1.32 Salses

- 5.1.32.1 Ketchup
- 5.1.32.2 Salses deshidratades
- 5.1.32.3 Salses per a pastes
- 5.1.32.4 Tomàquet fregit
- 5.1.32.5 "Mahoneses"
- 5.1.32.6 Altres salses
- 5.1.32.7 Línia salses

## 5.1.33 Sucs

- 5.1.33.1 Orxata
- 5.1.33.2 Sucs de fruita
- 5.1.33.3 Altres sucs
- 5.1.33.4 Línia sucs (X)

/

/		
	5.1.34 Vins	
	5.1.34.1	Bodegues
	5.1.34.2	Vins denominació d'origen
	5.1.34.3	Vins dolços
	5.1.34.4	Vins "finos"
	5.1.34.5	Vins de taula comuns
	5.1.34.6	Altres vins
	5.1.34.7	Línia vins
	5.1.35 Whiskies	
5.1.35.1	Escocès/estàndard (X)	
	5.1.35.2	Altres whiskies
	5.1.36 Xocolates	
	5.1.36.1	Bombons
	5.1.36.2	Xocolata en presa
	5.1.36.3	Xocolates a la tassa en pols o líquid
	5.1.36.4	Xocolatines i barres de xocolata
	5.1.36.5	Altres xocolates
	5.1.36.6	Línia xocolates
	5.1.37 Varis alimentació	
	5.1.37.1	Caramels líquids, xarops i "siropes" (X)
	5.1.37.2	Condiments i espècies varies (X)
	5.1.37.3	Farines (X)
	5.1.37.4	Mel
	5.1.37.5	Altres varis alimentació
	5.1.37.6	Línia varis alimentació
	5.1.38 Línia alimentació	
	5.1.38.1	Línia alimentació
	5.1.39 Varis begudes (X)	
	5.1.39.1	Varis begudes (X)
	5.1.40 Línia begudes	
	5.1.40.1	Línia begudes
/		

/

## 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

### 5.2.1 Alimentació infantil

- 5.2.1.1 Farines i farinetes
- 5.2.1.2 Llets infantils (X)
- 5.2.1.3 "Potitos" (X)
- 5.2.1.4 Altres alimentació infantil (X)
- 5.2.1.5 Línia alimentació infantil

### 5.2.2 Aliments per aprimar-se

- 5.2.2.1 Batuts i barretes dietètiques
- 5.2.2.2 Edulcorants
- 5.2.2.3 Galetes dietètiques
- 5.2.2.4 Infusions per aprimar-se
- 5.2.2.5 Preparats per aprimar-se (parafarmàcia)
- 5.2.2.6 Altres aliments per aprimar-se
- 5.2.2.7 Línia aliments per aprimar-se

## 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

### 5.3.1 Reconstituents i energètics

- 5.3.1.1 Reconstituents i energètics

### 5.3.2 Vitamines

- 5.3.2.1 Vitamines

/

/

#### 5.4. RESTAURACIÓ.

- 5.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  - 5.4.1.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  
- 5.4.2 Cafeteries i bars
  - 5.4.2.1 Cafeteries i bars
  
- 5.4.3 Restaurants
  - 5.4.3.1 Restaurants

#### 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 5.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  - 5.5.1.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

#### 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

- 5.6.1 Campanyes de consum
  - 5.6.1.1 Campanyes de consum
  
- 5.6.2 Campanyes denominació d'origen
  - 5.6.2.1 Campanyes denominació d'origen

/

**5.FITXES PUBLICITAT TELEVISIVA ALIMENTACIÓ 2003**

**GRP'S.** (Punts de rating bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total (Ortega, 2004).

## **PUBLICITAT TELEVISIVA REFERIDA A L'ALIMENTACIÓ**

### **SECTORS:**

**ANY: 2003**

- 5.1. Productes alimentaris de consum ordinari.
- 5.2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial.
- 5.3. Complementes alimentaris.
- 5.4. Restauració.
- 5.5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes.
- 5.6. Campanyes d'interès públic

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>572.395</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>188.261</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>771.683</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.036.552</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total Publicitat alimentació 2003.

**SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

ANY: **2003**

**SECTOR: 5.1. RESUM PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: TOTAL 40**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>508.111</b>
	%	<b>88,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>167.906</b>
	%	<b>89,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>695.092</b>
	%	<b>90,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>934.950</b>
	%	<b>90,3</b>

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

ANY: **2003**

**SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: 5.1.1 AIGÜES**  
**PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>15.173</b>
	%	<b>3,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>5.245</b>
	%	<b>3,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>18.242</b>
	%	<b>2,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>26.724</b>
	%	<b>2,9</b>

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 5.1.

ANY: **2003**

**SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI**  
**GRUP: 5.1.1 AIGÜES**  
**PRODUCTE: 5.1.1.1 AIGÜES MINERALS**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>15.173</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>5.245</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>19.242</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>26.724</b>
	%	<b>100,0</b>

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>29.421</b>
	%	<b>5,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>8.622</b>
	%	<b>5,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>36.226</b>
	%	<b>5,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>49.543</b>
	%	<b>5,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.2.1 AMANIDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>442</b>
	%	<b>1,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>121</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>999</b>
	%	<b>2,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.378</b>
	%	<b>2,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.2.2 CONGELATS A DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>No consta</b>
	%	<b>"</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>"</b>
	%	<b>"</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.3 CROQUETES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.4 MARISC CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.034
	%	3,5
- TEMPS: .....	Minuts	345
	%	4,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	813
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.119
	%	2,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.5 MASSES CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.6 PEIX CONGELAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.150
	%	7,3
- TEMPS: .....	Minuts	716
	%	8,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.223
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.116
	%	6,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.7 "PIZZES" CONGELADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.593
	%	5,4
- TEMPS: .....	Minuts	491
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.837
	%	13,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.641
	%	13,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.8 PLATS PREPARATS CONGELATS I REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.941
	%	23,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.608
	%	18,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.317
	%	20,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.864
	%	19,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.9 REFRIGERATS I CONGELATS SEMIPREPARATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.295
	%	24,9
- TEMPS: .....	Minuts	2.269
	%	26,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.650
	%	21,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.349
	%	20,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.10 SOPES, CREMES, CALDOS I GASPATXOS REFRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.131
	%	17,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.562
	%	18,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.385
	%	17,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.763
	%	17,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.11 TRUITES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.106
	%	7,2
- TEMPS: .....	Minuts	884
	%	10,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	912
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.253
	%	2,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.12 VEGETALS CONGELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		793
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	119
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.524
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.035
	%	4,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.13 ALTRES ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		394
	%	1,3
- TEMPS: .....	Minuts	115
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.216
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.709
	%	3,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.2 ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
PRODUCTE: 5.1.2.14 LÍNIA ALIMENTS CONGELATS I REGRIGERATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.542
	%	5,2
- TEMPS: .....	Minuts	392
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.350
	%	6,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.316
	%	6,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.237</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.486</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>8.637</b>
	%	<b>1,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>11.896</b>
	%	<b>1,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.3.1 CARNES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>51</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>16</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10</b>
	%	<b>0,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.3 ALIMENTS FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.3.2 FRUITES I VERDURES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.979</b>
	%	<b>56,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>828</b>
	%	<b>55,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.492</b>
	%	<b>52,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6.162</b>
	%	<b>51,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.3.3 OUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		61
	%	1,2
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.3.4 PEIX I MARISC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.067
	%	39,5
- TEMPS: .....	Minuts	617
	%	41,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.101
	%	47,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.686
	%	47,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.3 ALIMENTS FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.3.5 LÍNIA ALIMENTS FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		79
	%	1,5
- TEMPS: .....	Minuts	16
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	22
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	25
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>14.038</b>
	%	<b>2,8</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>3.759</b>
	%	<b>2,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>18.477</b>
	%	<b>2,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>22.544</b>
	%	<b>2,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.4.1 CRISPETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>575</b>
	%	<b>4,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>189</b>
	%	<b>5,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>698</b>
	%	<b>3,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>733</b>
	%	<b>3,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.4 APERITIUS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.4.2 FRUITS SECS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.351</b>
	%	<b>9,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>392</b>
	%	<b>10,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.176</b>
	%	<b>11,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.563</b>
	%	<b>11,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 5.1.4.3 GALETES SALADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 5.1.4.4 OLIVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		411
	%	2,9
- TEMPS: .....	Minuts	69
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.383
	%	7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.963
	%	8,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 5.1.4.5 PATATES FREGIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.587
	%	18,4
- TEMPS: .....	Minuts	721
	%	19,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.653
	%	25,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.252
	%	27,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 5.1.4.6 ALTRES APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.970
	%	35,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.288
	%	34,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.416
	%	40,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.968
	%	39,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.4 APERITIUS		
PRODUCTE: 5.1.4.7 LÍNIA APERITIUS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.144
	%	29,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.100
	%	29,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.151
	%	11,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.065
	%	9,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.522
	%	1,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.510
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.815
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.360
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 5.1.5.1 ARRÒS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.002
	%	90,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.335
	%	88,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.574
	%	97,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.004
	%	97,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 5.1.5.2 MONGETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS		
PRODUCTE: 5.1.5.3 LÍNIA LLEGUMS SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		519
	%	9,4
- TEMPS: .....	Minuts	174
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	238
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	351
	%	2,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.737</b>
	%	1,1
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.875</b>
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.350</b>
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.411</b>
	%	0,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.6.1 ANISES I AIGUARDENTS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.6.2 GINEBRES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 5.1.6.3 ROM BLANC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.393
	%	59,1
- TEMPS: .....	Minuts	1.707
	%	59,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.835
	%	44,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.738
	%	44,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
PRODUCTE: 5.1.6.4 ALTRES BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.344
	%	40,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.168
	%	40,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.515
	%	55,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.673
	%	55,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.498
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.908
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.136
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.094
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 5.1.7.1 ENERGÈTIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.498
	%	99,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.904
	%	99,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.038
	%	98,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.985
	%	98,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES		
PRODUCTE: 5.1.7.2 ISOTÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		20
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	4
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	98
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	109
	%	1,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		36.481
	%	7,1
- TEMPS: .....	Minuts	13.344
	%	7,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	57.608
	%	8,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	73.945
	%	7,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.1 "BITTER" SENSE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.2 GASOSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.115
	%	3,1
- TEMPS: .....	Minuts	488
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.033
	%	5,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.197
	%	5,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.3 REFRESCOS AMB ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.700
	%	4,7
- TEMPS: .....	Minuts	851
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.543
	%	2,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.946
	%	2,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.4 REFRESCOS DE COLA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.564
	%	23,5
- TEMPS: .....	Minuts	4.454
	%	33,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.443
	%	28,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.665
	%	28,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.5 REFRESCOS DE FRUITA AMB GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.638
	%	18,2
- TEMPS: .....	Minuts	2.040
	%	15,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.656
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.282
	%	22,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.6 REFRESCOS DE FRUITA SENSE GAS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.399
	%	28,4
- TEMPS: .....	Minuts	3.019
	%	22,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.125
	%	14,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.631
	%	14,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.7 REFRESCOS DE LLIMONA DOLÇA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		791
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	284
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.469
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.926
	%	2,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.8 REFRESCOS SOLUBLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.9 REFRESCOS DE TE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.621
	%	4,4
- TEMPS: .....	Minuts	260
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.912
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.697
	%	5,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.10 TÒNIQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.829
	%	7,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.003
	%	7,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.138
	%	8,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.610
	%	8,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.11 ALTRES BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		152
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	25
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	87
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	69
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.8 BEGUDES REFRESCANTS		
PRODUCTE: 5.1.8.12 LÍNIA BEGUDES REFRESCANTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.672
	%	7,3
- TEMPS: .....	Minuts	920
	%	6,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.202
	%	10,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.922
	%	10,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>10.510</b>
	%	<b>2,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>3.129</b>
	%	<b>1,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>15.420</b>
	%	<b>2,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>21.437</b>
	%	<b>2,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.9.1 CAFÈS EN GRA O MOLT</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.905</b>
	%	<b>18,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>544</b>
	%	<b>17,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.560</b>
	%	<b>23,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5.034</b>
	%	<b>23,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.9 CAFÈS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.9.2 CAFÈS SOLUBLES DESCAFEÏNATS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>827</b>
	%	<b>7,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>280</b>
	%	<b>8,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.490</b>
	%	<b>9,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.989</b>
	%	<b>9,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 5.1.9.3 CAFÈS SOLUBLES PREPARATS (LLETS, ETC)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		16
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	27
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	27
	%	0,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 5.1.9.4 CAFÈS SOLUBLES PURS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.118
	%	39,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.045
	%	33,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.113
	%	33,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.070
	%	33,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 5.1.9.5 SUCCEDANIS DE CAFÈ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		476
	%	4,5
- TEMPS: .....	Minuts	159
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	859
	%	5,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.245
	%	5,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 5.1.9.6 ALTRES CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.116
	%	10,6
- TEMPS: .....	Minuts	359
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.688
	%	10,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.416
	%	11,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.9 CAFÈS		
PRODUCTE: 5.1.9.7 LÍNIA CAFÈS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.052
	%	19,5
- TEMPS: .....	Minuts	740
	%	23,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.683
	%	17,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.656
	%	17,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		23.777
	%	4,7
- TEMPS: .....	Minuts	7.044
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24.616
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33.865
	%	3,6
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 5.1.10.1 CALDOS CONCENTRATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.310
	%	35,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.996
	%	42,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.855
	%	27,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.438
	%	27,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 5.1.10.2 LLARGA DURACIÓ (UHT-AMBIENT)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.427
	%	31,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.556
	%	22,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.770
	%	35,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.117
	%	35,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 5.1.10.3 PLATS PREPARATS DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.986
	%	16,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.295
	%	18,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.244
	%	13,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.350
	%	12,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 5.1.10.4 PURÉS DE PATATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		414
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	100
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.238
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.735
	%	5,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 5.1.10.5 SOPEI I CREMES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.635
	%	15,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.094
	%	15,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.502
	%	18,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.215
	%	18,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.10 CALDOS, SOPEI I PLATS DESHIDRATATS		
PRODUCTE: 5.1.10.6 LÍNIA DESHIDRATATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	3
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>29.193</b>
	%	<b>5,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>8.774</b>
	%	<b>5,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>32.362</b>
	%	<b>4,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>41.327</b>
	%	<b>4,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.11.1 CAMELS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.043</b>
	%	<b>17,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.417</b>
	%	<b>16,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.908</b>
	%	<b>15,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6.706</b>
	%	<b>16,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.11 CAMELS I LLAMINADURES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.11.2 CAMELS BALSÀMICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.529</b>
	%	<b>12,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.181</b>
	%	<b>13,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.288</b>
	%	<b>19,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.170</b>
	%	<b>19,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 5.1.11.3 LLAMINADURES DE XOCOLATA (KINDER, ETC.)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.985
	%	17,1
- TEMPS: .....	Minuts	2.006
	%	22,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.302
	%	19,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.844
	%	19,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 5.1.11.4 XICLETS AMB SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.385
	%	21,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.579
	%	18,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.372
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.277
	%	3,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 5.1.11.5 XICLETS SENSE SUCRE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.808
	%	30,2
- TEMPS: .....	Minuts	2.454
	%	28,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.273
	%	41,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.092
	%	41,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 5.1.11.6 ALTRES CARAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.11 CARAMELS I LLAMINADURES		
PRODUCTE: 5.1.11.7 LÍNIA CARAMELS I LLAMINADURES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		443
	%	1,5
- TEMPS: .....	Minuts	137
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	219
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	238
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.332
	%	3,0
- TEMPS: .....	Minuts	4.808
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.347
	%	3,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	36.133
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.1 EMBOTITS CUITS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.385
	%	15,6
- TEMPS: .....	Minuts	761
	%	15,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.155
	%	15,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.753
	%	15,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.2 EMBOTITS CURATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		660
	%	4,3
- TEMPS: .....	Minuts	220
	%	4,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.294
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.736
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.3 MAGRE DE PORC		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.4 PATÉS I FOIE (CARN I PEIX)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.950
	%	12,7
- TEMPS: .....	Minuts	682
	%	14,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.761
	%	18,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.656
	%	18,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.5 PERNIL CUIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.131
	%	13,9
- TEMPS: .....	Minuts	841
	%	17,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.375
	%	12,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.564
	%	12,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.6 PERNIL CURAT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.416
	%	15,8
- TEMPS: .....	Minuts	561
	%	11,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.994
	%	11,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.138
	%	11,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.7 SALSITXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.695
	%	17,5
- TEMPS: .....	Minuts	759
	%	15,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.453
	%	16,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.952
	%	16,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.8 ALTRES CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		909
	%	5,9
- TEMPS: .....	Minuts	273
	%	5,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.007
	%	7,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.820
	%	7,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.12 CÀRNIES		
PRODUCTE: 5.1.12.9 LÍNIA CÀRNIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.186
	%	14,3
- TEMPS: .....	Minuts	711
	%	14,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.308
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.514
	%	12,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		14.826
	%	2,9
- TEMPS: .....	Minuts	5.401
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.978
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.522
	%	2,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.13.1 CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.093
	%	88,3
- TEMPS: .....	Minuts	4.805
	%	89,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.394
	%	90,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.867
	%	91,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.13 CEREALS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.13.2 LÍNIA CEREALS ESMORZAR</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.733
	%	11,7
- TEMPS: .....	Minuts	596
	%	11,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.584
	%	9,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.655
	%	8,1
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>44.718</b>
	%	<b>8,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>15.289</b>
	%	<b>9,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>49.849</b>
	%	<b>7,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>65.005</b>
	%	<b>7,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.14.1 CERVESES IMPORTACIÓ</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>8.329</b>
	%	<b>18,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>3.418</b>
	%	<b>22,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.817</b>
	%	<b>15,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.367</b>
	%	<b>16,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.14 CERVESES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.14.2 CERVESES "LIGHT"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2</b>
	%	<b>0,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4</b>
	%	<b>0,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>5</b>
	%	<b>0,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 5.1.14.3 CERVESES NACIONALS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		23.886
	%	53,5
- TEMPS: .....	Minuts	9.308
	%	60,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	26.814
	%	53,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	34.274
	%	52,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 5.1.14.4 CERVESES SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.080
	%	27,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.422
	%	15,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.985
	%	30,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.046
	%	30,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.14 CERVESES		
PRODUCTE: 5.1.14.5 ALTRES CERVESES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		421
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	140
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	229
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	313
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.118
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	3.222
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	14.701
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.634
	%	2,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.15.1 CARN EN CONSERVA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.15 CONSERVES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.15.2 CONFITURES I MELMELADES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		283
	%	2,6
- TEMPS: .....	Minuts	76
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	751
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.083
	%	5,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.3 CONSERVES PEIXOS (EXCEPTE TONYINA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		71
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	30
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	33
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	52
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.4 LLEGUMS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		675
	%	6,1
- TEMPS: .....	Minuts	213
	%	6,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.400
	%	9,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.870
	%	9,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.5 PLATS PREPARATS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.105
	%	9,9
- TEMPS: .....	Minuts	421
	%	13,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.559
	%	17,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.610
	%	17,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.6 SALAÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.7 TOMÀQUET NATURAL EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.8 TONYINA EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.083
	%	36,7
- TEMPS: .....	Minuts	1.156
	%	35,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.164
	%	28,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.882
	%	28,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.9 VEGETALS EN CONSERVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.082
	%	9,7
- TEMPS: .....	Minuts	270
	%	8,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.498
	%	17,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.510
	%	17,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.10 ALTRES CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.902
	%	17,2
- TEMPS: .....	Minuts	475
	%	14,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.586
	%	10,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.165
	%	10,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.15 CONSERVES		
PRODUCTE: 5.1.15.11 LÍNIA CONSERVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.917
	%	17,2
- TEMPS: .....	Minuts	581
	%	18,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.710
	%	11,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.462
	%	11,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.16 CONYACS I BRANDIS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.16.1 CONYACS I BRANDIS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.17 DOLÇOS DE NADAL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.709</b>
	%	<b>0,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>451</b>
	%	<b>0,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.909</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6.968</b>
	%	<b>0,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5. 1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 5.1.17.1 MANTEGADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		22
	%	1,3
- TEMPS: .....	Minuts	5
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	21
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	32
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 5.1.17.2 MASSAPANS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		64
	%	3,7
- TEMPS: .....	Minuts	12
	%	2,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	229
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	323
	%	4,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 5.1.17.3 TORRONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.391
	%	81,4
- TEMPS: .....	Minuts	360
	%	79,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.218
	%	85,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.975
	%	85,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 5.1.17.4 ALTRES DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		56
	%	3,3
- TEMPS: .....	Minuts	13
	%	2,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	206
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	291
	%	4,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.17 DOLÇOS DE NADAL		
PRODUCTE: 5.1.17.5 LÍNIA DOLÇOS DE NADAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		176
	%	10,3
- TEMPS: .....	Minuts	61
	%	13,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	235
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	347
	%	5,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.815
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	883
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.347
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.405
	%	0,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 5.1.18.1 CAVES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.545
	%	85,1
- TEMPS: .....	Minuts	789
	%	89,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.738
	%	81,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.600
	%	81,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 5.1.18.2 SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		179
	%	9,9
- TEMPS: .....	Minuts	64
	%	7,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	573
	%	17,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	760
	%	17,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.18 ESPOMOSOS I SIDRES		
PRODUCTE: 5.1.18.3 LÍNIA ESPOMOSOS I SIDRES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		91
	%	5,0
- TEMPS: .....	Minuts	30
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	36
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	45
	%	1,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.751
	%	3,1
- TEMPS: .....	Minuts	4.076
	%	2,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29.752
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	41.684
	%	4,5
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.19.1 FORMATGES EN BLOC</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.446
	%	15,5
- TEMPS: .....	Minuts	638
	%	15,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.565
	%	22,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.284
	%	22,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.19 FORMATGES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.19.2 FORMATGES FRESCOS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.776
	%	30,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.244
	%	30,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.429
	%	35,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.996
	%	36,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 5.1.19.3 FORMATGES EN PORCIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.169
	%	20,1
- TEMPS: .....	Minuts	828
	%	20,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.664
	%	15,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.996
	%	14,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 5.1.19.4 FORMATGES RATLLATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		84
	%	0,5
- TEMPS: .....	Minuts	15
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	304
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	433
	%	1,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 5.1.19.5 FORMATGES PER UNTAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.474
	%	9,4
- TEMPS: .....	Minuts	351
	%	8,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.268
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.046
	%	14,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 5.1.19.6 FORMATGES TALLATS A RODANXES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		119
	%	0,8
- TEMPS: .....	Minuts	40
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	434
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	590
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.19 FORMATGES		
PRODUCTE: 5.1.19.7 LÍNIA FORMATGES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.683
	%	23,4
- TEMPS: .....	Minuts	960
	%	23,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.088
	%	10,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.339
	%	10,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.988
	%	2,6
- TEMPS: .....	Minuts	3.856
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	22.930
	%	3,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	30.550
	%	3,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.1 ASSORTIT DE GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		335
	%	2,6
- TEMPS: .....	Minuts	95
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	954
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.391
	%	4,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.2 GALETES COBERTES DE XOCOLATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.780
	%	13,7
- TEMPS: .....	Minuts	751
	%	19,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.792
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.497
	%	11,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.3 GALETES FARCIDES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.074
	%	16,0
- TEMPS: .....	Minuts	573
	%	14,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.692
	%	16,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.971
	%	16,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.4 GALETES NORMALS (MARIA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.826
	%	37,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.394
	%	36,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.248
	%	31,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.667
	%	31,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.5 NEULES I ROSQUILLES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		157
	%	1,2
- TEMPS: .....	Minuts	26
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	57
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	81
	%	0,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.6 ALTRES GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.966
	%	15,1
- TEMPS: .....	Minuts	581
	%	15,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.723
	%	20,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.560
	%	21,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.20 GALETES		
PRODUCTE: 5.1.20.7 LÍNIA GALETES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.850
	%	14,2
- TEMPS: .....	Minuts	436
	%	11,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.464
	%	15,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.383
	%	14,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.21 GELATS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.066
	%	2,6
- TEMPS: .....	Minuts	4.631
	%	2,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.829
	%	1,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.647
	%	1,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 5.1.21.1 GELATS D'IMPULS (DE PAL)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.328
	%	71,3
- TEMPS: .....	Minuts	3.156
	%	68,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.561
	%	68,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.282
	%	68,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 5.1.21.2 GELATS DE LA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.346
	%	18,0
- TEMPS: .....	Minuts	805
	%	17,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.224
	%	20,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.022
	%	22,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.21 GELATS		
PRODUCTE: 5.1.21.3 LÍNIA GELATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.392
	%	10,7
- TEMPS: .....	Minuts	670
	%	14,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.044
	%	9,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.343
	%	9,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.995
	%	0,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.408
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.203
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.171
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 5.1.22.1 MANTEGUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		344
	%	8,6
- TEMPS: .....	Minuts	91
	%	6,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.584
	%	30,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.171
	%	30,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 5.1.22.2 MARGARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.651
	%	91,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.317
	%	93,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.619
	%	69,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.000
	%	69,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 5.1.22.3 ALTRES GRASSES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUPS.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>398</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>167</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.133</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>1.647</b>
	%	<b>0,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.23.1 CAMAMILLA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.23 INFUSIONS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.23.2 TE</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 5.1.23.3 ALTRES INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11
	%	2,8
- TEMPS: .....	Minuts	2
	%	1,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	56
	%	4,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	60
	%	3,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.23 INFUSIONS		
PRODUCTE: 5.1.23.4 LÍNIA INFUSIONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		387
	%	97,2
- TEMPS: .....	Minuts	165
	%	98,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.077
	%	95,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.587
		96,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		28.853
	%	5,7
- TEMPS: .....	Minuts	10.211
	%	6,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	33.060
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	45.324
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.1 BATUTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.904
	%	17,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.121
	%	20,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.791
	%	8,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.496
	%	7,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.2 LLET CONDENSADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		910
	%	3,2
- TEMPS: .....	Minuts	235
	%	2,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.378
	%	4,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.935
	%	4,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.3 LLET DESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.518
	%	12,2
- TEMPS: .....	Minuts	1.093
	%	10,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.137
	%	15,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.129
	%	15,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.4 LLET EN POLS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		35
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	41
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.5 LLET SEMIDESNATADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		243
	%	0,8
- TEMPS: .....	Minuts	81
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	177
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	257
	%	0,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.6 LLET SENCERA (LLARGA VIDA)		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.438
	%	8,5
- TEMPS: .....	Minuts	649
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.626
	%	7,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.684
	%	8,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.7 NATES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		491
	%	1,7
- TEMPS: .....	Minuts	151
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.810
	%	5,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.518
	%	5,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.8 ALTRES LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		446
	%	1,6
- TEMPS: .....	Minuts	186
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	395
	%	1,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	359
	%	0,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.24 LACTIS		
PRODUCTE: 5.1.24.9 LÍNIA LACTIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.868
	%	54,9
- TEMPS: .....	Minuts	5.654
	%	55,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	18.744
	%	56,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	25.942
	%	57,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.412</b>
	%	<b>0,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.102</b>
	%	<b>0,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.795</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>9.015</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.25.1 LICORS DE CREMA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.885</b>
	%	<b>84,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>983</b>
	%	<b>89,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>6.041</b>
	%	<b>89,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>8.006</b>
	%	<b>88,8</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.25 LICORS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.25.2 LICORS DE FRUITA</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>159</b>
	%	<b>4,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>53</b>
	%	<b>4,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>139</b>
	%	<b>2,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>196</b>
	%	<b>2,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 5.1.25.3 LICORS SENSE ALCOHOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		362
	%	10,6
- TEMPS: .....	Minuts	65
	%	5,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	613
	%	9,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	812
	%	9,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.25 LICORS		
PRODUCTE: 5.1.25.4 LÍNIA LICORS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.26 OLIS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.878
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.422
	%	0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.671
	%	1,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.640
	%	1,5
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 5.1.26.1 OLI DE GIRA-SOL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		713
	%	14,6
- TEMPS: .....	Minuts	206
	%	14,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.161
	%	22,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.022
	%	22,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 5.1.26.2 OLI D'OLIVA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.696
	%	75,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.061
	%	74,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.277
	%	75,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.319
	%	75,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 5.1.26.3 ALTRES OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		101
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	29
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	85
	%	0,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	121
	%	0,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.26 OLIS		
PRODUCTE: 5.1.26.4 LÍNIA OLIS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		368
	%	7,5
- TEMPS: .....	Minuts	126
	%	8,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	148
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	178
	%	1,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		20.254
	%	4,0
- TEMPS: .....	Minuts	6.829
	%	4,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	33.081
	%	4,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	43.552
	%	4,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 5.1.27.1 PA DE MOTLLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.801
	%	28,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.761
	%	25,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.368
	%	31,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.293
	%	32,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 5.1.27.2 PANETS ENVASATS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		181
	%	0,9
- TEMPS: .....	Minuts	67
	%	1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	498
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	681
	%	1,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 5.1.27.3 PASTISSERIA I BROIXERIA INFANTIL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		9.924
	%	49,0
- TEMPS: .....	Minuts	3.721
	%	54,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.517
	%	46,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19.464
	%	44,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 5.1.27.4 PASTISSERIA I BROIXERIA LLAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.319
	%	21,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.273
	%	18,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	6.695
	%	20,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.112
	%	20,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 5.1.27.5 ALTRES PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		19
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	6
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.27 PA I PASTISSERIA		
PRODUCTE: 5.1.27.6 LÍNIA PA I PASTISSERIA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		7.404
	%	1,5
- TEMPS: .....	Minuts	1.869
	%	1,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	12.776
	%	1,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.732
	%	1,9
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 5.1.28.1 PASTES FRESQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.164
	%	29,2
- TEMPS: .....	Minuts	509
	%	27,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.107
	%	16,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.878
	%	16,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 5.1.28.2 PASTES SEQUES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.406
	%	19,0
- TEMPS: .....	Minuts	269
	%	14,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.027
	%	15,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.764
	%	15,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.28 PASTAS ALIMENTÀRIES		
PRODUCTE: 5.1.28.3 LÍNIA PASTES ALIMENTÀRIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.834
	%	51,8
- TEMPS: .....	Minuts	1.091
	%	58,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.642
	%	67,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.090
	%	68,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>66.132</b>
	%	<b>12,9</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>21.818</b>
	%	<b>13,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>80.495</b>
	%	<b>11,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>112.911</b>
	%	<b>12,2</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.29.1 CREMES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.364</b>
	%	<b>3,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>652</b>
	%	<b>3,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.362</b>
	%	<b>5,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6.239</b>
	%	<b>5,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.29.2 FLAMS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.317</b>
	%	<b>2,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>269</b>
	%	<b>1,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.878</b>
	%	<b>2,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.668</b>
	%	<b>2,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.3 FORMATGES FRESCOS TIPUS "PETIT"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.334
	%	12,6
- TEMPS: .....	Minuts	3.512
	%	16,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.988
	%	7,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.538
	%	6,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.4 IOGURT AMB FERMENTS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.870
	%	16,4
- TEMPS: .....	Minuts	3.856
	%	17,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	17.037
	%	19,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.992
	%	19,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.5 IOGURT LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		6.413
	%	9,7
- TEMPS: .....	Minuts	1.560
	%	7,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	8.936
	%	11,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.751
	%	11,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.6 IOGURT NATURAL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.141
	%	12,3
- TEMPS: .....	Minuts	2.498
	%	11,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.619
	%	12,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.807
	%	12,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.7 IOGURT SABOR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		13.434
	%	20,3
- TEMPS: .....	Minuts	4.947
	%	22,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	13.846
	%	17,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19.427
	%	17,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.8 "MOUSSE"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.314
	%	3,5
- TEMPS: .....	Minuts	746
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.756
	%	4,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.458
	%	4,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.9 QUALLADA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.195
	%	3,3
- TEMPS: .....	Minuts	474
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.148
	%	3,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.565
	%	4,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.10 ALTRES POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.189
	%	7,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.092
	%	5,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.126
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.352
	%	6,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.29 POSTRES FRESCOS		
PRODUCTE: 5.1.29.11 LÍNIA POSTRES FRESCOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.561
	%	8,4
- TEMPS: .....	Minuts	2.212
	%	10,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	7.799
	%	9,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.114
	%	9,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.977
	%	0,4
- TEMPS: .....	Minuts	368
	%	0,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.047
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.567
	%	0,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.30.1 GELATINES EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.977
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	368
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.047
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.567
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.30 POSTRES SECS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.30.2 "MOUSSE" EN POLS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.30 POSTRES SECS		
PRODUCTE: 5.1.30.3 ALTRES POSTRES SECS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11.658
	%	2,3
- TEMPS: .....	Minuts	5.350
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	15.601
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.408
	%	2,2
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 5.1.31.1 CACAU SOLUBLE		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.519
	%	73,1
- TEMPS: .....	Minuts	3.802
	%	71,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.999
	%	64,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.996
	%	63,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 5.1.31.2 CREMES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.139
	%	26,9
- TEMPS: .....	Minuts	1.548
	%	28,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5.602
	%	35,9
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.412
	%	36,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.31 PRODUCTES DE CACAU		
PRODUCTE: 5.1.31.3 LÍNIA PRODUCTES DE CACAU		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12.000
	%	2,4
- TEMPS: .....	Minuts	4.249
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	11.945
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.523
	%	1,8
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: 5.1.32.1 KETCHUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		903
	%	7,5
- TEMPS: .....	Minuts	270
	%	6,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.452
	%	12,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.053
	%	12,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: 5.1.32.2 SALSSES DESHIDRATADES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.603
	%	38,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.634
	%	38,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.926
	%	41,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.733
	%	40,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSSES		
PRODUCTE: 5.1.32.3 SALSSES PER A PASTES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.375
	%	11,5
- TEMPS: .....	Minuts	455
	%	10,7
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.217
	%	10,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.669
	%	10,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 5.1.32.4 TOMÀQUET FREGIT		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.927
	%	16,1
- TEMPS: .....	Minuts	614
	%	14,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.108
	%	17,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.982
	%	18,1
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 5.1.32.5 "MAHONESES"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.551
	%	12,9
- TEMPS: .....	Minuts	644
	%	15,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.249
	%	10,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.717
	%	10,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 5.1.32.6 ALTRES SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		675
	%	5,6
- TEMPS: .....	Minuts	217
	%	5,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	179
	%	1,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	235
	%	1,4
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.32 SALSES		
PRODUCTE: 5.1.32.7 LÍNIA SALSES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		966
	%	8,1
- TEMPS: .....	Minuts	415
	%	9,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	814
	%	6,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.134
	%	6,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.33 SUCS		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.890
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	3.566
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	20.586
	%	3,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	28.255
	%	3,0
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 5.1.33.1 ORXATA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		12
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	15
	%	0,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	5
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 5.1.33.2 SUCS DE FRUITA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8.616
	%	79,1
- TEMPS: .....	Minuts	2.795
	%	78,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.336
	%	79,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22.306
	%	78,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 5.1.33.3 ALTRES SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.262
	%	20,8
- TEMPS: .....	Minuts	756
	%	21,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.245
	%	20,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.941
	%	21,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.33 SUCS		
PRODUCTE: 5.1.33.4 LÍNIA SUCS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.993</b>
	%	<b>1,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.981</b>
	%	<b>1,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.837</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.520</b>
	%	<b>1,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.34.1 BODEGUES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>79</b>
	%	<b>1,3</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>22</b>
	%	<b>1,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>92</b>
	%	<b>1,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>93</b>
	%	<b>0,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.34 VINS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.34.2 VINS DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>4.233</b>
	%	<b>70,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.368</b>
	%	<b>69,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>4.940</b>
	%	<b>63,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>6.737</b>
	%	<b>64,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.34 VINS		
PRODUCTE: 5.1.34.3 VINS DOLÇOS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		11
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	24
	%	0,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21
	%	0,2
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.34 VINS		
PRODUCTE: 5.1.34.4 VINS "FINOS"		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		949
	%	15,8
- TEMPS: .....	Minuts	336
	%	17,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.337
	%	29,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.052
	%	29,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.34 VINS		
PRODUCTE: 5.1.34.5 VINS DE TAULA COMUNS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		586
	%	9,8
- TEMPS: .....	Minuts	204
	%	10,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	288
	%	3,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	410
	%	3,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.34 VINS		
PRODUCTE: 5.1.34.6 ALTRES VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3
	%	0,1
- TEMPS: .....	Minuts	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.34 VINS		
PRODUCTE: 5.1.34.7 LÍNIA VINS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		132
	%	2,2
- TEMPS: .....	Minuts	50
	%	2,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	154
	%	2,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	205
	%	1,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	0
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	0,0
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 5.1.35.1 ESCOCÈS/ESTÁNDAR		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.35 WHISKIES		
PRODUCTE: 5.1.35.2 ALTRES WHISKIES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	0
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		10.625
	%	2,1
- TEMPS: .....	Minuts	3.753
	%	2,2
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	22.401
	%	3,2
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	30.764
	%	3,3
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 5.1.36.1 BOMBONS		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.612
	%	43,4
- TEMPS: .....	Minuts	1.819
	%	48,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	9.734
	%	43,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.619
	%	44,3
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 5.1.36.2 XOCOLATA EN PRESA		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.533
	%	14,4
- TEMPS: .....	Minuts	473
	%	12,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	3.070
	%	13,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.196
	%	13,6
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES		
PRODUCTE: 5.1.36.3 XOCOLATES A LA TASSA EN POLS O LÍQUID		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		491
	%	4,6
- TEMPS: .....	Minuts	161
	%	4,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.487
	%	6,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.110
	%	6,9
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

			ANY: 2003
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES			
PRODUCTE: 5.1.36.4 XOCOLATINES I BARRES DE XOCOLATA			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			2.344
	%		22,1
- TEMPS: .....	Minuts		838
	%		22,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		5.994
	%		26,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		7.922
	%		25,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			
			2003
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES			
PRODUCTE: 5.1.36.5 ALTRES XOCOLATES			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			13
	%		0,1
- TEMPS: .....	Minuts		2
	%		0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		3
	%		0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		4
	%		0,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			
			ANY: 2003
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI			
GRUP: 5.1.36 XOCOLATES			
PRODUCTE: 5.1.36.6 LÍNIA XOCOLATES			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.632
	%		15,4
- TEMPS: .....	Minuts		460
	%		12,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		2.113
	%		9,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.913
	%		9,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.			

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>587</b>
	%	<b>0,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>149</b>
	%	<b>0,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>1.679</b>
	%	<b>0,2</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>2.380</b>
	%	<b>0,3</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.37.1 CARAMELS LÍQUIDS, XAROPS I "SIROPES"</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.37.2 CONDIMENTS I ESPÈCIES VARIES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 5.1.37.3 FARINES		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 5.1.37.4 MEL		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		521
	%	88,7
- TEMPS: .....	Minuts	124
	%	82,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.593
	%	94,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.251
	%	94,5
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 5.1.37.5 ALTRES VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		34
	%	5,8
- TEMPS: .....	Minuts	12
	%	8,5
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	57
	%	3,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	86
	%	3,7
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.37 VARIS ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 5.1.37.6 LÍNIA VARIS ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		32
	%	5,5
- TEMPS: .....	Minuts	13
	%	8,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	29
	%	1,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	43
	%	1,8
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.241
	%	0,6
- TEMPS: .....	Minuts	1.044
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.657
	%	0,7
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.499
	%	0,7
OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.		
ANY: 2003		
SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI		
GRUP: 5.1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
PRODUCTE: 5.1.38.1 LÍNIA ALIMENTACIÓ		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		3.241
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	1.044
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.657
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.499
	%	100,0
OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.39 VARIS BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.1.39.1 VARIS BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"
	%	"
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI</b>		
<b>GRUP: 5.1.40 LÍNIA BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.603</b>
	%	<b>1,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>2.306</b>
	%	<b>1,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>10.594</b>
	%	<b>1,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>14.348</b>
	%	<b>1,5</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.1.</b>		

ANY: 2003

SECTOR: 5.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
GRUP: 5.1.3 LÍNIA BEGUDES  
PRODUCTE: 5.1.40.1 LÍNIA BEGUDES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		5.603
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	2.306
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	10.594
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.348
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 5.2 PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>5.892</b>
	%	<b>1,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>1.742</b>
	%	<b>0,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.397</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.211</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 5.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.101</b>
	%	<b>18,7</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>296</b>
	%	<b>17,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>2.734</b>
	%	<b>37,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>3.788</b>
	%	<b>37,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.2.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL</b>		
<b>GRUP: 5.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL</b>		
<b>PRODUCTE: 5.2.1.1 FARINES I FARINETES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>282</b>
	%	<b>25,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>76</b>
	%	<b>25,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>618</b>
	%	<b>22,6</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>897</b>
	%	<b>23,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 5.2.1.2 LLETS INFANTILS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 5.2.1.3. "POTITOS"

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 5.2.1.4 ALTRES ALIMENTACIÓ INFANTIL

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		No consta
	%	"
- TEMPS: .....	Minuts	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	"
	%	"
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"
	%	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL****GRUP: 5.2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL****PRODUCTE: 5.2.1.5 LÍNIA ALIMENTACIÓ INFANTIL**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		819
	%	74,4
- TEMPS: .....	Minuts	220
	%	74,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.116
	%	77,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.891
	%	76,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL****GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		4.791
	%	81,3
- TEMPS: .....	Minuts	1.446
	%	83,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	4.663
	%	63,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.423
	%	62,9

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.2.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL****GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE****PRODUCTE: 5.2.2.1 BATUTS I BARRETES DIETÈTIQUES**

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		766
	%	16,0
- TEMPS: .....	Minuts	192
	%	13,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	464
	%	10,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	602
	%	9,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 5.2.2.2 EDULCORANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		49
	%	1,0
- TEMPS: .....	Minuts	28
	%	1,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	158
	%	3,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	243
	%	3,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 5.2.2.3 GALETES DIETÈTIQUES

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		8
	%	0,2
- TEMPS: .....	Minuts	9
	%	0,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	23
	%	0,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	37
	%	0,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 5.2.2.4 INFUSIONS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1
	%	0,0
- TEMPS: .....	Minuts	1
	%	0,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1
	%	0,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1
	%	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 5.2.2.5 PREPARATS PER APRIMAR-SE (PARAFARMÀCIA)

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.622
	%	54,8
- TEMPS: .....	Minuts	851
	%	58,9
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	2.250
	%	48,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.126
	%	48,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 5.2.2.6 ALTRES ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		309
	%	6,4
- TEMPS: .....	Minuts	63
	%	4,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	715
	%	15,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	946
	%	14,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

ANY: 2003

**SECTOR: 5.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL**

GRUP: 5.2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 5.2.2.7 LÍNIA ALIMENTS PER APRIMAR-SE

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		1.036
	%	21,6
- TEMPS: .....	Minuts	302
	%	20,8
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	1.052
	%	22,5
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.468
	%	22,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR : 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS**

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: TOTAL 2</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>3.133</b>
	%	<b>0,5</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>848</b>
	%	<b>0,5</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>7.668</b>
	%	<b>1,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>10.503</b>
	%	<b>1,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 5.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.668</b>
	%	<b>53,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>464</b>
	%	<b>54,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.655</b>
	%	<b>47,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.948</b>
	%	<b>47,1</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.3.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>		
<b>GRUP: 5.3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.3.1.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>1.668</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>464</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>3.655</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>4.948</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

			<b>ANY: 2003</b>
<b>SECTOR: 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 5.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.465
	%		46,8
- TEMPS: .....	Minuts		384
	%		45,3
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		4.013
	%		52,3
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		5.555
	%		52,9
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.3.</b>			
			ANY: 2003
<b>SECTOR: 5.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS</b>			
<b>GRUP: 5.3.2 VITAMINES</b>			
<b>PRODUCTE: 5.3.2.1 VITAMINES</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.465
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		384
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		4.013
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		5.555
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

**SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ**

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5. 4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: TOTAL 3</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>34.830</b>
	%	<b>6,1</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>10.070</b>
	%	<b>5,3</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>39.039</b>
	%	<b>5,1</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>49.230</b>
	%	<b>4,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 5.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>31.767</b>
	%	<b>91,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>9.231</b>
	%	<b>91,7</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>38.185</b>
	%	<b>97,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>48.084</b>
	%	<b>97,7</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.4.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 5.4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
<b>PRODUCTE: 5.4.1.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>31.767</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>9.231</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>38.185</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>48.084</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 5.4.2 CAFETERIES I BARS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>750</b>
	%	<b>2,2</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>292</b>
	%	<b>2,9</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>141</b>
	%	<b>0,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>189</b>
	%	<b>0,4</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 5.4.2 CAFETERIES I BARS</b>		
<b>PRODUCTE: 5.4.2.1 CAFETERIES I BARS</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>750</b>
	%	<b>100,0</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>292</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>141</b>
	%	<b>100,0</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>189</b>
	%	<b>100,0</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ</b>		
<b>GRUP: 5.4.3 RESTAURANTS</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		<b>2.313</b>
	%	<b>6,6</b>
- TEMPS: .....	<b>Minuts</b>	<b>547</b>
	%	<b>5,4</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	<b>GRP'S</b>	<b>713</b>
	%	<b>1,8</b>
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	<b>957</b>
	%	<b>1,9</b>
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.4.</b>		

ANY: 2003

SECTOR: 5.4. RESTAURACIÓ  
 GRUP: 5.4.3 RESTAURANTS  
 PRODUCTE: 5.4.3.1 RESTAURANTS

- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		2.313
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	547
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	713
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	957
	%	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES**

<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: TOTAL 1</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.269
	%	2,7
- TEMPS: .....	Minuts	5.822
	%	3,1
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.399
	%	2,1
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.139
	%	2,2
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 5.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.269
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	5.822
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.399
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.139
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.5.</b>		
<b>ANY: 2003</b>		
<b>SECTOR: 5.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>GRUP: 5.5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
<b>PRODUCTE: 5.5.1.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES</b>		
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....		15.269
	%	100,0
- TEMPS: .....	Minuts	5.822
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S	16.399
	%	100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.139
	%	100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>		

**SECTOR: 5. 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC**

			ANY: 2003
<b>SECTOR: 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: TOTAL 2</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			5.160
	%		0,9
- TEMPS: .....	Minuts		1.873
	%		1,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		6.088
	%		0,8
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		8.519
	%		0,8
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al total publicitat en alimentació.</b>			
			ANY: 2003
<b>SECTOR: 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 5.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			3.579
	%		69,4
- TEMPS: .....	Minuts		1.188
	%		63,4
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		4.285
	%		70,4
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		5.988
	%		70,3
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.6.</b>			
			ANY: 2003
<b>SECTOR: 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 5.6.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
<b>PRODUCTE: 5.6.1.1 CAMPANYES DE CONSUM</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			3.579
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		1.188
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		4.285
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		5.988
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

			ANY: 2003
<b>SECTOR: 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 5.6.2 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP.</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.581
	%		30,6
- TEMPS: .....	Minuts		685
	%		36,6
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		1.803
	%		29,6
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.531
	%		29,7
<b>OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 5.6.</b>			
			ANY: 2003
<b>SECTOR: 5.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC</b>			
<b>GRUP: 5.6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
<b>PRODUCTE: 5.6.2.1 CAMPANYES DE DENOMINACIÓ D'ORIGEN</b>			
- ESPOTS PUBLICITARIS: .....			1.581
	%		100,0
- TEMPS: .....	Minuts		685
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys: .....	GRP'S		1.803
	%		100,0
- AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S		2.531
	%		100,0
<b>OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.</b>			

/

**6. FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 1999-2003.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS.**

/

6. **FITXES PUBLICITAT ALIMENTACIÓ TELEVISIÓ 1999-2003.**  
**RELACIÓ D'ÍTEMS.**

- SECTORS: 6.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.
- 6.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.
- 6.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.
- 6.4. RESTAURACIÓ.
- 6.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.
- 6.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

**Notes:**

1. Els ítems "**Altres ....**" fan referència a tots els productes que s'han publicitat dins d'un grup, però que explícitament no hi són citats.
2. Els ítems "**Línia ....**" fan referència als espots que publiciten més d'un producte d'un mateix grup.

/

## 6.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.

6.1.1	Aigües
6.1.2	Aliments congelats i refrigerats
6.1.3	Aliments frescos
6.1.4	Aperitius
6.1.5	Arròs i llegums secs
6.1.6	Begudes alcohòliques varies
6.1.7	Begudes isotòniques/energètiques
6.1.8	Begudes refrescants
6.1.9	Cafès
6.1.10	Caldos, sopes i plats deshidratats
6.1.11	Caramels i lllaminadures
6.1.12	Càrnies
6.1.13	Cereals
6.1.14	Cerveeses
6.1.15	Conserves
6.1.16	Conyac i brandis
6.1.17	Dolços de Nadal
6.1.18	Espumosos i sidres
6.1.19	Formatges
6.1.20	Galetes
6.1.21	Gelats
6.1.22	Grasses alimentàries
6.1.23	Infusions
6.1.24	Lactis
6.1.25	Licors
6.1.26	Olis
6.1.27	Pa i pastisseria
6.1.28	Pastes alimentàries
6.1.29	Postres frescos
6.1.30	Postres secs
6.1.31	Productes de cacau
6.1.32	Salses
6.1.33	Sucs
6.1.34	Vins
6.1.35	Whiskies
6.1.36	Xocolates
6.1.37	Varis alimentació
6.1.38	Línia alimentació
6.1.39	Varis begudes
6.1.40	Línia begudes

/

/

6.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

- 6.2.1 Alimentació infantil
- 6.2.2 Aliments per aprimar-se

6.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

- 6.3.1 Reconstituents i energètics
- 6.3.2 Vitamines

6.4. RESTAURACIÓ.

- 6.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
- 6.4.2 Cafeteries i bars
- 6.4.3 Restaurants

6.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 6.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

6.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

- 6.6.1 Campanyes de consum
- 6.6.2 Campanyes de denominació d'origen

/

/

**6.1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.**

- 6.1.1 Aigües
  - 6.1.1.1 Aigües minerals
  
- 6.1.2 Aliments congelats i refrigerats
  - 6.1.2.1 Amanides
  - 6.1.2.2 Congelats a domicili
  - 6.1.2.3 Croquetes congelades
  - 6.1.2.4 Marisc congelat
  - 6.1.2.5 Masses congelades
  - 6.1.2.6 Peix congelat
  - 6.1.2.7 "Pizzes" congelades
  - 6.1.2.8 Plats preparats congelats i refrigerats
  - 6.1.2.9 Refrigerats i congelats semipreparats
  - 6.1.2.10 Sopes, cremes, caldos i gaspatxo refrigerats
  - 6.1.2.11 Truites
  - 6.1.2.12 Vegetals congelats
  - 6.1.2.13 Altres aliments congelats i refrigerats
  - 6.1.2.14 Línia aliments congelats i refrigerats
  
- 6.1.3 Aliments frescos
  - 6.1.3.1 Carns
  - 6.1.3.2 Fruites i verdures
  - 6.1.3.3 Ous
  - 6.1.3.4 Peix i marisc
  - 6.1.3.5 Línia aliments frescos
  
- 6.1.4 Aperitius
  - 6.1.4.1 Crispetes
  - 6.1.4.2 Fruits secs
  - 6.1.4.3 Galetes salades
  - 6.1.4.4 Olives
  - 6.1.4.5 Patates fregides
  - 6.1.4.6 Altres aperitius
  - 6.1.4.7 Línia aperitius
  
- 6.1.5 Arròs i llegums secs
  - 6.1.5.1 Arròs
  - 6.1.5.2 Mongetes
  - 6.1.5.3 Línia llegums secs

/

/

- 6.1.6 Begudes alcohòliques varies
  - 6.1.6.1 Anises i aiguardents
  - 6.1.6.2 Ginebres
  - 6.1.6.3 Rom blanc
  - 6.1.6.4 Altres begudes alcohòliques varies
  
- 6.1.7 Begudes isotòniques/energètiques
  - 6.1.7.1 Energètiques
  - 6.1.7.2 Isotòniques
  
- 6.1.8 Begudes refrescants
  - 6.1.8.1 "Bitter" sense
  - 6.1.8.2 Gasoses
  - 6.1.8.3 Refrescos amb alcohol
  - 6.1.8.4 Refrescos de cola
  - 6.1.8.5 Refrescos de fruita amb gas
  - 6.1.8.6 Refrescos de fruita sense gas
  - 6.1.8.7 Refrescos de llimona dolça
  - 6.1.8.8 Refrescos solubles
  - 6.1.8.9 Refrescos de te
  - 6.1.8.10 Tòniques
  - 6.1.8.11 Altres begudes refrescants
  - 6.1.8.12 Línia begudes refrescants
  
- 6.1.9 Cafès
  - 6.1.9.1 Cafès en gra o molt
  - 6.1.9.2 Cafès solubles descafeïnats
  - 6.1.9.3 Cafès solubles preparats (llets, etc.)
  - 6.1.9.4 Cafès solubles purs
  - 6.1.9.5 Succedanis de cafè
  - 6.1.9.6 Altres cafès
  - 6.1.9.7 Línia cafès
  
- 6.1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
  - 6.1.10.1 Caldos concentrats
  - 6.1.10.2 Llarga duració (uht-ambient)
  - 6.1.10.3 Plats preparats deshidratats
  - 6.1.10.4 Purés de patata
  - 6.1.10.5 Sopes i cremes deshidratades
  - 6.1.10.6 Línia deshidrats

/

/

## 6.1.11 Caramels i lllaminadures

- 6.1.11.1 Caramels
- 6.1.11.2 Caramels balsàmics
- 6.1.11.3 Lllaminadures de xocolata (Kinder, etc.)
- 6.1.11.4 Xiclets amb sucre
- 6.1.11.5 Xiclets sense sucre
- 6.1.11.6 Altres caramels i lllaminadures
- 6.1.11.7 Línia caramels i lllaminadures

## 6.1.12 Càrnies

- 6.1.12.1 Embotits cuits
- 6.1.12.2 Embotits curats
- 6.1.12.3 Magre de porc
- 6.1.12.4 Patés i foie (carn i peix)
- 6.1.12.5 Pernil cuit
- 6.1.12.6 Pernil curat
- 6.1.12.7 Salsitxes
- 6.1.12.8 Altres càrnies
- 6.1.12.9 Línia càrnies

## 6.1.13 Cereals

- 6.1.13.1 Cereals esmorzar
- 6.1.13.2 Línia cereals esmorzar

## 6.1.14 Cerveces

- 6.1.14.1 Cerveces importació
- 6.1.14.2 Cerveces "light"
- 6.1.14.3 Cerveces nacionals
- 6.1.14.4 Cerveces sense alcohol
- 6.1.14.5 Altres cerveces

## 6.1.15 Conserves

- 6.1.15.1 Carn en conserva
- 6.1.15.2 Confitures i melmelades
- 6.1.15.3 Conserves peixos (excepte tonyina)
- 6.1.15.4 Llegums en conserva
- 6.1.15.5 Plats preparats en conserva
- 6.1.15.6 Salaó
- 6.1.15.7 Tomàquet natural en conserva
- 6.1.15.8 Tonyina en conserva
- 6.1.15.9 Vegetals en conserva
- 6.1.15.10 Altres conserves
- 6.1.15.11 Línia conserves

/

/

## 6.1.16 Conyac i brandis

6.1.16.1 Conyac i brandis

## 6.1.17 Dolços de Nadal

6.1.17.1 Mantegades

6.1.17.2 Massapans

6.1.17.3 Torrons

6.1.17.4 Altres dolços de Nadal

6.1.17.5 Línia dolços de Nadal

## 6.1.18 Espumosos i sidres

6.1.18.1 Caves

6.1.18.2 Sidres

6.1.18.3 Línia espumosos i sidres

## 6.1.19 Formatges

6.1.19.1 Formatges en bloc

6.1.19.2 Formatges frescos

6.1.19.3 Formatges en porcions

6.1.19.4 Formatges ratllats

6.1.19.5 Formatges per untar

6.1.19.6 Formatges tallats a rodanxes

6.1.19.7 Línia formatges

## 6.1.20 Galetes

6.1.20.1 Assortit de galetes

6.1.20.2 Galetes cobertes de xocolata

6.1.20.3 Galetes farcides

6.1.20.4 Galetes normals (Maria)

6.1.20.5 Neules i rosquilles

6.1.20.6 Altres galetes

6.1.20.7 Línia galetes

## 6.1.21 Gelats

6.1.21.1 Gelats d'impuls (de pal)

6.1.21.2 Gelats de la llar

6.1.21.3 Línia gelats

## 6.1.22 Grasses alimentàries

6.1.22.1 Mantegues

6.1.22.2 Margarines

6.1.22.3 Altres grasses alimentàries

/

/

## 6.1.23 Infusions

- 6.1.23.1 Camamilla
- 6.1.23.2 Te
- 6.1.23.3 Altres infusions
- 6.1.23.4 Línia infusions

## 6.1.24 Lactis

- 6.1.24.1 Batuts
- 6.1.24.2 Llet condensada
- 6.1.24.3 Llet desnatada
- 6.1.24.4 Llet en pols
- 6.1.24.5 Llet desmidesnatada
- 6.1.24.6 Llet sencera (Llarga-vida)
- 6.1.24.7 Nates
- 6.1.24.8 Altres lactis
- 6.1.24.9 Línia lactis

## 6.1.25 Licors

- 6.1.25.1 Licors de crema
- 6.1.25.2 Licors de fruita
- 6.1.25.3 Licors sense alcohol
- 6.1.25.4 Línia licors

## 6.1.26 Olis

- 6.1.26.1 Oli de gira-sol
- 6.1.26.2 Oli d'oliva
- 6.1.26.3 Altres olis
- 6.1.26.4 Línia olis

## 6.1.27 Pa i pastisseria

- 6.1.27.1 Pa de motlle
- 6.1.27.2 Panets envasats
- 6.1.27.3 Pastisseria i broixeria infantil
- 6.1.27.4 Pastisseria i broixeria llar
- 6.1.27.5 Altres pa i pastisseria
- 6.1.27.6 Línia pa i pastisseria

## 6.1.28 Pastes alimentàries

- 6.1.28.1 Pastes fresques
- 6.1.28.2 Pastes seques
- 6.1.28.3 Línia pastes alimentàries

/

/

**6.1.29 Postres frescos**

- 6.1.29.1 Cremes
- 6.1.29.2 Flams
- 6.1.29.3 Formatges frescos tipus "Petit"
- 6.1.29.4 logurt amb ferments
- 6.1.29.5 logurt líquid
- 6.1.29.6 logurt natural
- 6.1.29.7 logurt sabor
- 6.1.29.8 "Mousse"
- 6.1.29.9 Quallada
- 6.1.29.10 Altres postres frescos
- 6.1.29.11 Línia postres frescos

**6.1.30 Postres secs**

- 6.1.30.1 Gelatines en pols
- 6.1.30.2 "Mousse" en pols
- 6.1.30.3 Altres postres secs

**6.1.31 Productes de cacau**

- 6.1.31.1 Cacau soluble
- 6.1.31.2 Cremes de cacau
- 6.1.31.3 Línia productes de cacau

**6.1.32 Salses**

- 6.1.32.1 Ketchup
- 6.1.32.2 Salses deshidratades
- 6.1.32.3 Salses per a pastes
- 6.1.32.4 Tomàquet fregit
- 6.1.32.5 "Mahoneses"
- 6.1.32.6 Altres salses
- 6.1.32.7 Línia salses

**6.1.33 Sucs**

- 6.1.33.1 Orxata
- 6.1.33.2 Sucs de fruita
- 6.1.33.3 Altres sucs
- 6.1.33.4 Línia sucs

/

/

## 6.1.34 Vins

- 6.1.34.1 Bodegues
- 6.1.34.2 Vins denominació d'origen
- 6.1.34.3 Vins dolços
- 6.1.34.4 Vins "finsos"
- 6.1.34.5 Vins de taula comuns
- 6.1.34.6 Altres vins
- 6.1.34.7 Línia vins

## 6.1.35 Whiskies

- 6.1.35.1 Escocès/estàndard
- 6.1.35.2 Altres whiskies

## 6.1.36 Xocolates

- 6.1.36.1 Bombons
- 6.1.36.2 Xocolata en presa
- 6.1.36.3 Xocolates a la tassa en pols o líquid
- 6.1.36.4 Xocolatines i barres de xocolata
- 6.1.36.5 Altres xocolates
- 6.1.36.6 Línia xocolates

## 6.1.37 Varis alimentació

- 6.1.37.1 Caramels líquids, xarops i "siropes"
- 6.1.37.2 Condiments i espècies varies
- 6.1.37.3 Farines
- 6.1.37.4 Mel
- 6.1.37.5 Altres varis alimentació
- 6.1.37.6 Línia varis alimentació

## 6.1.38 Línia alimentació

- 6.1.38.1 Línia alimentació

## 6.1.39 Varis begudes

- 6.1.39.1 Varis begudes

## 6.1.40 Línia begudes

- 6.1.40.1 Línia begudes

/

/

## 6.2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

### 6.2.1 Alimentació infantil

- 6.2.1.1 Farines i farinetes
- 6.2.1.2 Llets infantils
- 6.2.1.3 "Potitos"
- 6.2.1.4 Altres alimentació infantil
- 6.2.1.5 Línia alimentació infantil

### 6.2.2 Aliments per aprimar-se

- 6.2.2.1 Batuts i barretes dietètiques
- 6.2.2.2 Edulcorants
- 6.2.2.3 Galetes dietètiques
- 6.2.2.4 Infusions per aprimar-se
- 6.2.2.5 Preparats per aprimar-se (parafarmàcia)
- 6.2.2.6 Altres aliments per aprimar-se
- 6.2.2.7 Línia aliments per aprimar-se

## 6.3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

### 6.3.1 Reconstituents i energètics

- 1.3.1.1 Reconstituents i energètics

### 6.3.2 Vitamines

- 1.3.2.1 Vitamines

/

/

#### 6.4. RESTAURACIÓ.

- 6.4.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  - 6.4.1.1 Cadenes de menjar ràpid i/o domicili
  
- 6.4.2 Cafeteries i bars
  - 6.4.2.1 Cafeteries i bars
  
- 6.4.3 Restaurants
  - 6.4.3.1 Restaurants

#### 6.5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.

- 6.5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  - 6.5.1.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

#### 6.6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.

- 6.6.1 Campanyes de consum
  - 6.6.1.1 Campanyes de consum
  
- 6.6.2 Campanyes denominació d'origen
  - 6.6.2.1 Campanyes denominació d'origen

/

**FITXES PUBLICITAT TELEVISIVA ALIMENTACIÓ 1999-2003**

**GPR'S (Punts de ratins bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total (Ortega, 2004).**

## **PUBLICITAT TELEVISIVA REFERIDA A L'ALIMENTACIÓ**

### **SECTORS:**

1. Productes alimentaris de consum ordinari.
2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial.
3. Complementes alimentaris
4. Restauració
5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes.
6. Campanyes d'interès públic.

	<b>ANY:</b>	<b><u>1999</u></b>	<b><u>2000</u></b>	<b><u>2001</u></b>	<b><u>2002</u></b>	<b><u>2003</u></b>
<b>ESLOTS PUBLICITARIS:</b>		358.577	330.686	391.787	491.154	572.395
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>TEMPS:</b>	<b>Minuts</b>	122.424	113.744	130.606	160.511	188.261
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	<b>GRP'S</b>	592.550	564.982	627.816	741.381	771.683
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	<b>GRP'S</b>	773.412	741.218	835.387	985.544	1.036.552
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la Publicitat en alimentació de cada un dels anys.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI.**

**SECTOR: 1. RESUM PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: TOTAL 40**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		310.171	287.900	340.527	431.742	508.111
	%	86,5	87,0	86,9	87,9	88,8
<b>TEMPS:</b>	Minuts	107.305	100.677	114.572	141.583	167.906
	%	87,7	88,4	87,7	88,3	89,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	515.899	491.696	557.104	665.973	695.092
	%	87,1	87,1	88,8	89,8	90,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	674.283	645.855	741.559	885.707	934.950
	%	87,3	87,2	88,8	89,9	90,3

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.1 AIGÜES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		7.158	5.575	6.373	12.951	15.173
	%	2,3	1,9	1,9	3,0	3,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	2.474	2.099	2.224	4.292	5.245
	%	2,3	2,1	1,9	3,0	3,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	8.279	6.475	10.997	18.068	19.242
	%	1,6	1,3	2,0	2,7	2,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	11.288	9.002	14.933	24.543	26.724
	%	1,7	1,4	2,0	2,8	2,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.1 AIGÜES****PRODUCTE: 1.1.1 AIGÜES MINERALS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.158	5.575	6.373	12.951	15.173
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	2.474	2.099	2.224	4.292	5.245
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	8.279	6.475	10.997	18.068	19.242
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.288	9.002	14.933	24.543	26.724
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.2. ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (9)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.801	7.635	16.044	23.404	29.421
	%	2,5	2,7	4,7	5,4	5,7
TEMPS:	Minuts	2.920	2.679	5.539	7.832	8.622
	%	2,7	2,7	4,8	5,5	5,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	12.678	13.577	21.780	27.092	36.226
	%	2,5	2,8	3,9	4,1	5,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.795	18.670	29.227	36.552	49.543
	%	2,5	2,9	3,9	4,1	5,3

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

PRODUCTE: 1.2.1 AMANIDES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	442
	%	"	"	"	"	1,5
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	121
	%	"	"	"	"	1,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	999
	%	"	"	"	"	2,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	1.378
	%	"	"	"	"	2,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

PRODUCTE: 1.2.2 CONGELATS A DOMICILI

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	281	no consta	no consta	no consta
	%	"	3,7	"	"	"
TEMPS:	Minuts	"	78	"	"	"
	%	"	2,9	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	105	"	"	"
	%	"	0,8	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	152	"	"	"
	%	"	0,8	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

PRODUCTE: 1.2.3 CROQUETES CONGELADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	1	1	1	no consta
	%	"	0,0	0,0	0,0	"
TEMPS:	Minuts	"	0	0	0	"
	%	"	0,0	0,0	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	7	1	5	"
	%	"	0,1	0,0	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	11	1	6	"
	%	"	0,1	0,0	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

PRODUCTE: 1.2.4 MARISC CONGELAT

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		67	156	600	no consta	1.034
	%	0,9	2,0	3,7	"	3,5
TEMPS:	Minuts	19	52	200	"	345
	%	0,7	1,9	3,6	"	4,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	295	400	1.094	"	813
	%	2,3	2,9	5,0	"	2,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	420	581	1.414	"	1.119
	%	2,5	3,1	4,8	"	2,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

## PRODUCTE: 1.2.5 MASSES CONGELADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		181	no consta	no consta	no consta	no consta
	%	2,3	"	"	"	"
TEMPS:	Minuts	91	"	"	"	"
	%	3,1	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	159	"	"	"	"
	%	1,3	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	212	"	"	"	"
	%	1,3	"	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

## PRODUCTE: 1.2.6 PEIX CONGELAT

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.815	816	1.374	2.235	2.150
	%	23,3	10,7	8,6	9,6	7,3
TEMPS:	Minuts	690	338	506	868	716
	%	23,7	12,6	9,1	11,1	8,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.335	1.782	2.070	1.914	2.223
	%	18,4	13,1	9,5	7,1	6,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.131	2.542	2.765	2.592	3.116
	%	18,6	13,6	9,5	7,1	6,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

## PRODUCTE: 1.2.7 "PIZZES" CONGELADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		193	1	no consta	no consta	1.593
	%	2,5	0,0	"	"	5,4
TEMPS:	Minuts	63	0	"	"	491
	%	2,1	0,0	"	"	5,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	740	7	"	"	4.837
	%	5,8	0,1	"	"	13,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	941	11	"	"	6.641
	%	5,6	0,1	"	"	13,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

## PRODUCTE: 1.2.8 PLATS PREPARATS CONGELATS I REFRIGERATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		343	1.399	5.386	8.874	6.941
	%	4,4	18,3	33,6	37,9	23,6
TEMPS:	Minuts	171	380	1.663	2.899	1.608
	%	5,9	14,2	30,0	37,0	18,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.222	4.163	8.367	11.247	7.317
	%	9,6	30,7	38,4	41,5	20,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.710	5.782	11.385	15.243	9.864
	%	10,2	31,0	39,0	41,7	19,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS  
 PRODUCTE: 1.2.9 REFRIGERATS I CONGELATS SEMIPREPARATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.645	1.551	6.073	7.517	7.295
	%	33,9	20,3	37,9	32,0	24,9
TEMPS:	Minuts	1.006	547	2.425	2.489	2.269
	%	34,5	20,4	43,9	31,8	26,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.654	956	5.223	8.486	7.650
	%	20,9	7,0	24,0	31,3	21,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.289	1.154	6.694	11.439	10.349
	%	19,6	6,2	22,9	31,3	20,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS  
 PRODUCTE: 1.2.10 SOPES, CREMES, CALDOS I GASPATXOS REFRIGERATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	5.131
	%	"	"	"	"	17,4
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	1.562
	%	"	"	"	"	18,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	6.385
	%	"	"	"	"	17,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	8.763
	%	"	"	"	"	17,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

## PRODUCTE: 1.2.11 TRUITES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	2.106
	%	"	"	"	"	7,2
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	884
	%	"	"	"	"	10,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	912
	%	"	"	"	"	2,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	1.253
	%	"	"	"	"	2,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

## PRODUCTE: 1.2.12 VEGETALS CONGELATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.723	2.987	1.300	1.465	793
	%	22,1	39,2	8,0	6,3	2,7
TEMPS:	Minuts	644	1.182	451	520	119
	%	22,0	44,2	8,1	6,6	1,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.673	4.618	1.985	2.106	1.524
	%	21,3	34,0	9,1	7,8	4,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.535	6.243	2.750	2.706	2.035
	%	21,0	33,4	9,4	7,4	4,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS  
 PRODUCTE: 1.2.13 ALTRES ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		637	287	287	2.388	394
	%	8,2	3,8	1,8	10,2	1,3
TEMPS:	Minuts	204	79	67	835	115
	%	6,9	2,9	1,2	10,7	1,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.808	966	1.187	1.879	1.216
	%	14,2	7,1	5,5	6,9	3,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.436	1.348	1.676	2.534	1.709
	%	14,5	7,2	5,7	6,9	3,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.2 ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS  
 PRODUCTE: 1.2.14 LÍNIA D'ALIMENTS CONGELATS I REFRIGERATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		197	156	1.023	924	1.542
	%	2,4	2,0	6,4	4,0	5,2
TEMPS:	Minuts	32	23	227	221	392
	%	1,1	0,9	4,1	2,8	4,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	792	574	1.853	1.455	2.350
	%	6,2	4,2	8,5	5,4	6,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.121	848	2.542	2.032	3.316
	%	6,7	4,5	8,7	5,6	6,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.3 ALIMENTS FRESCOS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (5)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		1.603	1.632	3.230	3.406	5.237
	%	0,5	0,6	0,9	0,8	1,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	512	424	780	853	1.486
	%	0,5	0,4	0,7	0,6	0,9
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	2.647	3.072	5.132	6.627	8.637
	%	0,5	0,6	0,9	1,0	1,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	3.533	4.218	7.253	9.195	11.896
	%	0,5	0,7	1,0	1,0	1,3

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.3 ALIMENTS FRESCOS****PRODUCTE: 1.3.1 CARNES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		109	190	78	3	51
	%	6,8	11,6	2,4	0,1	1,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	26	51	20	1	16
	%	5,2	12,0	2,7	0,1	1,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	73	85	47	5	7
	%	2,8	2,8	0,9	0,1	0,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	93	118	67	6	10
	%	2,6	2,8	0,9	0,1	0,1

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.3 ALIMENTS FRESCOS

## PRODUCTE: 1.3.2 FRUITES I VERDURES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		816	856	984	1.475	2.979
	%	50,9	52,5	30,5	43,3	56,8
TEMPS:	Minuts	244	175	254	352	828
	%	47,7	41,4	32,5	41,2	55,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.470	2.056	2.628	3.990	4.492
	%	55,5	66,8	51,3	60,1	52,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.969	2.825	3.779	5.563	6.162
	%	55,7	66,9	52,1	60,5	51,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.3 ALIMENTS FRESCOS

## PRODUCTE: 1.3.3 OUS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		40	41	46	29	61
	%	2,5	2,5	1,4	0,9	1,2
TEMPS:	Minuts	5	6	6	4	9
	%	1,0	1,3	0,8	0,5	0,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3	6	4	4	15
	%	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3	5	4	4	13
	%	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.3 ALIMENTS FRESCOS

PRODUCTE: 1.3.4 PEIX I MARISC

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		638	509	1.502	1.628	2.067
	%	39,8	31,2	46,5	47,7	39,5
TEMPS:	Minuts	237	187	399	434	617
	%	46,1	44,2	51,1	50,9	41,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.101	918	2.373	2.584	4.101
	%	41,6	29,9	46,2	39,0	47,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.468	1.264	3.303	3.567	5.686
	%	41,7	30,0	45,5	38,8	47,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.3 ALIMENTS FRESCOS

PRODUCTE: 1.3.5 LÍNIA ALIMENTS FRESCOS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	36	620	271	79
	%	"	2,2	19,2	8,0	1,5
TEMPS:	Minuts	"	5	101	62	16
	%	"	1,1	12,9	7,3	1,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	8	80	44	22
	%	"	0,3	1,5	0,7	0,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	6	102	55	25
	%	"	0,2	1,4	0,6	0,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.4 APERITIUS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		12.858	9.551	11.498	8.103	14.038
	%	4,1	3,3	3,4	1,9	2,8
<b>TEMPS:</b>	Minuts	4.400	2.546	3.349	2.288	3.759
	%	4,1	2,5	2,9	1,6	2,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	17.157	14.842	15.983	10.723	18.477
	%	3,3	3,0	2,9	1,6	2,7
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	21.432	17.592	19.866	12.480	22.544
	%	3,2	2,7	2,7	1,6	2,4

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.4 APERITIUS****PRODUCTE: 1.4.1 CRISPETES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		no consta	no consta	no consta	no consta	575
	%	"	"	"	"	4,1
<b>TEMPS:</b>	Minuts	"	"	"	"	189
	%	"	"	"	"	5,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	"	"	"	"	698
	%	"	"	"	"	3,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	"	"	"	"	733
	%	"	"	"	"	3,3

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.4 APERITIUS

PRODUCTE: 1.4.2 FRUITS SECS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		307	231	234	441	1.351
	%	2,4	2,4	2,0	5,4	9,6
TEMPS:	Minuts	70	62	81	129	392
	%	1,6	2,4	2,4	5,7	10,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	566	618	621	807	2.176
	%	3,3	4,2	3,9	7,5	11,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	731	736	836	942	2.563
	%	3,4	4,2	4,2	7,6	11,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.4 APERITIUS

PRODUCTE: 1.4.3 GALETES SALADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	51	no consta	6	no consta
	%	"	0,5	"	0,1	"
TEMPS:	Minuts	"	4	"	1	"
	%	"	0,2	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	15	"	3	"
	%	"	0,1	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	20	"	5	"
	%	"	0,1	"	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.4 APERITIUS

PRODUCTE: 1.4.4 OLIVES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		218	326	467	76	411
	%	1,7	3,4	4,1	0,9	2,9
TEMPS:	Minuts	73	67	103	32	69
	%	1,7	2,6	3,1	1,4	1,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	761	986	1.673	103	1.383
	%	4,4	6,6	10,5	1,0	7,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.018	1.250	2.244	161	1.963
	%	4,7	7,1	11,3	1,3	8,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.4 APERITIUS

PRODUCTE: 1.4.5 PATATES FREGIDES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		9.420	6.584	6.918	3.096	2.587
	%	73,3	69,0	60,2	38,3	18,4
TEMPS:	Minuts	3.324	1.573	2.089	963	721
	%	75,5	61,8	62,4	42,1	19,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	13.590	9.181	8.194	4.583	4.653
	%	79,2	61,9	51,2	42,7	25,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.243	11.101	10.334	5.637	6.252
	%	80,5	63,1	52,0	45,2	27,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.4 APERITIUS

PRODUCTE: 1.4.6 ALTRES APERITIUS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.512	1.299	1.614	1.654	4.970
	%	19,5	13,6	14,0	20,4	35,5
TEMPS:	Minuts	812	537	561	532	1.288
	%	18,5	21,1	16,7	23,2	34,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.407	2.663	3.340	2.970	7.416
	%	8,2	17,9	20,9	27,7	40,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.509	2.842	4.327	3.612	8.968
	%	7,0	16,2	21,8	28,9	39,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.4 APERITIUS

PRODUCTE: 1.4.7 LÍNIA APERITIUS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		401	1.060	2.265	2.830	4.144
	%	3,1	11,1	19,7	34,9	29,5
TEMPS:	Minuts	121	303	515	631	1.100
	%	2,7	11,9	15,4	27,6	29,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	833	1.379	2.155	2.257	2.151
	%	4,9	9,3	13,5	21,2	11,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	931	1.643	2.125	2.123	2.065
	%	4,4	9,3	10,7	17,0	9,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		1.734	3.705	3.826	2.249	5.522
	%	0,6	1,3	1,1	0,5	1,1
<b>TEMPS:</b>	Minuts	489	908	1.014	632	1.510
	%	0,5	0,9	0,9	0,4	0,9
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	6.479	7.261	8.498	3.552	8.815
	%	1,3	1,5	1,5	0,5	1,3
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	8.841	9.790	11.803	4.878	12.360
	%	1,3	1,5	1,6	0,6	1,3

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS****PRODUCTE: 1.5.1. ARRÒS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		1.662	3.705	3.826	2.088	5.002
	%	95,8	100,0	100,0	92,9	90,6
<b>TEMPS:</b>	Minuts	465	908	1.014	575	1.335
	%	95,1	100,0	100,0	90,9	88,4
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	6.179	7.261	8.498	3.532	8.574
	%	95,4	100,0	100,0	99,4	97,3
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	8.408	9.790	11.803	4.848	12.004
	%	95,1	100,0	100,0	99,3	97,2

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS

PRODUCTE: 1.5.2. MONGETES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	1	1
	%	"	"	"	0,0	0,0
TEMPS:	Minuts	"	"	"	1	1
	%	"	"	"	0,2	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	2	3
	%	"	"	"	0,1	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	3	5
	%	"	"	"	0,1	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.5 ARRÒS I LLEGUMS SECS

PRODUCTE: 1.5.3 LÍNIA LLEGUMS SECS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		72	no consta	no consta	160	519
	%	4,2	"	"	7,1	9,4
TEMPS:	Minuts	24	"	"	56	174
	%	4,9	"	"	8,9	11,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	300	"	"	18	238
	%	4,6	"	"	0,5	2,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	433	"	"	27	351
	%	4,9	"	"	0,6	2,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VÀRIES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (4)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		2.213	2.455	1.587	4.201	5.737
	%	0,7	0,9	0,5	1,0	1,1
<b>TEMPS:</b>	Minuts	1.383	1.907	739	2.199	2.875
	%	1,3	1,9	0,6	1,6	1,7
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	4.630	4.615	2.381	7.169	6.350
	%	0,9	0,9	0,4	1,1	0,9
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	5.861	6.001	3.095	9.268	8.411
	%	0,9	0,9	0,4	1,0	0,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VÀRIES****PRODUCTE: 1.6.1 ANISES I AIGUARDENTS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		no consta	1	no consta	no consta	no consta
	%	"	0,0	"	"	"
<b>TEMPS:</b>	Minuts	"	0	"	"	"
	%	"	0,0	"	"	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	"	1	"	"	"
	%	"	0,0	"	"	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	"	1	"	"	"
	%	"	0,0	"	"	"

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.6 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VÀRIES  
 PRODUCTE: 1.6.2 GINEBRES

ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:	no consta	no consta	no consta	2	no consta
%	"	"	"	0,1	"
TEMPS:					
Minuts	"	"	"	0	"
%	"	"	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:					
GRP'S	"	"	"	1	"
%	"	"	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:					
GRP'S	"	"	"	1	"
%	"	"	"	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI  
 GRUP: 1.62.2 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VÀRIES  
 PRODUCTE: 1.6.3 ROM BLANC

ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:	116	107	53	133	3.393
%	5,2	4,4	3,3	3,2	59,1
TEMPS:					
Minuts	20	23	9	88	1.707
%	1,4	1,2	1,2	4,0	59,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:					
GRP'S	71	73	25	13	2.835
%	1,6	1,6	1,1	0,2	44,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:					
GRP'S	79	81	27	15	3.738
%	1,3	1,4	0,9	0,2	44,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.62.2 BEGUDES ALCOHÒLIQUES VÀRIES****PRODUCTE: 1.6.4 ALTRES BEGUDES ALCOHÒLIQUES VARIES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.097	2.347	1.534	4.066	2.344
	%	94,8	95,6	96,7	96,7	40,9
TEMPS:	Minuts	1.364	1.884	730	2.111	1.168
	%	98,6	98,8	98,8	96,0	40,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.559	4.541	2.356	7.155	3.515
	%	98,4	98,4	98,9	99,8	55,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.782	5.918	3.068	9.252	4.673
	%	98,7	98,6	99,1	99,8	55,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (2)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.030	1.587	3.218	4.053	4.498
	%	0,3	0,6	0,9	0,9	0,9
TEMPS:	Minuts	513	761	1.353	1.741	1.908
	%	0,5	0,8	1,2	1,2	1,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.528	3.973	7.099	11.100	8.136
	%	0,7	0,8	1,3	1,7	1,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.339	4.800	8.883	14.039	10.094
	%	0,6	0,7	1,2	1,6	1,1

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES

## PRODUCTE: 1.7.1 ENERGÈTIQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.029	1.587	2.843	4.053	4.478
	%	99,9	100,0	88,3	100,0	99,6
TEMPS:	Minuts	510	761	1.264	1.741	1.904
	%	99,4	100,0	93,4	100,0	99,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.527	3.973	6.761	11.100	8.038
	%	100,0	100,0	95,2	100,0	98,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.338	4.800	8.413	14.039	9.985
	%	100,0	100,0	94,7	100,0	98,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.7 BEGUDES ISOTÒNIQUES/ENERGÈTIQUES

## PRODUCTE: 1.7.2 ISOTÒNIQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1	no consta	375	no consta	20
	%	0,1	"	11,7	"	0,4
TEMPS:	Minuts	3	"	89	"	4
	%	0,6	"	6,6	"	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1	"	338	"	98
	%	0,0	"	4,8	"	1,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1	"	470	"	109
	%	0,0	"	5,3	"	1,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (12)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		27.646	24.301	29.557	34.252	36.481
	%	8,9	8,4	8,7	7,9	7,1
<b>TEMPS:</b>	Minuts	10.566	9.695	11.322	12.207	33.344
	%	9,8	9,6	9,9	8,6	7,9
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	56.835	49.314	58.300	58.465	57.608
	%	11,0	10,0	10,5	8,8	8,3
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	71.640	60.652	73.678	74.632	73.945
	%	10,6	9,5	9,9	30,3	7,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS****PRODUCTE: 1.8.1 "BITTER SENSE"**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		264	no consta	no consta	no consta	no consta
	%	1,0	"	"	"	"
<b>TEMPS:</b>	Minuts	117	"	"	"	"
	%	1,1	"	"	"	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	901	"	"	"	"
	%	1,6	"	"	"	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	1.168	"	"	"	"
	%	1,6	"	"	"	"

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.82.4 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.2 GASOSES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		19	no consta	1.080	847	1.115
	%	0,1	"	3,7	2,5	3,1
TEMPS:	Minuts	8	"	373	358	488
	%	0,1	"	3,3	2,9	3,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	67	"	3.722	2.492	3.033
	%	0,1	"	6,4	4,3	5,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	86	"	5.076	3.495	4.197
	%	0,1	"	6,9	4,7	5,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.3 REFRESCOS AMB ALCOHOL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	55	no consta	1.700
	%	"	"	0,2	"	4,7
TEMPS:	Minuts	"	"	9	"	851
	%	"	"	0,1	"	6,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	30	"	1.543
	%	"	"	0,1	"	2,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	39	"	1.946
	%	"	"	0,1	"	2,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.4 REFRESCOS DE COLA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		10.222	8.545	8.118	10.401	8.564
	%	37,0	35,2	27,4	30,4	23,5
TEMPS:	Minuts	4.262	3.552	3.889	4.734	4.454
	%	40,3	36,6	34,3	38,8	33,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	27.139	21.497	21.819	20.163	16.443
	%	47,8	43,5	37,4	34,3	28,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	33.745	26.308	26.945	25.210	20.665
	%	47,1	43,2	36,5	33,7	28,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.5 REFRESCOS DE FRUITA AMB GAS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.066	2.108	4.220	4.927	6.638
	%	14,6	8,7	14,3	14,4	18,2
TEMPS:	Minuts	1.661	975	1.321	1.631	2.040
	%	15,7	10,1	11,7	13,4	15,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6.648	5.287	10.897	10.763	12.656
	%	11,7	10,7	18,7	18,4	22,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.286	6.343	13.429	13.622	16.282
	%	11,6	10,5	18,2	18,3	22,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

## PRODUCTE: 1.8.6 REFRESCOS DE FRUITA SENSE GAS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.753	6.983	8.685	11.426	10.399
	%	6,3	28,7	29,4	33,3	28,4
TEMPS:	Minuts	511	2.490	2.986	3.186	3.019
	%	4,8	25,7	26,4	26,1	22,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.377	11.671	11.671	11.732	8.125
	%	7,7	23,7	20,0	20,1	14,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.575	14.409	15.266	15.466	10.631
	%	7,8	23,8	20,7	20,7	14,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

## PRODUCTE: 1.8.7 REFRESCOS DE LLIMONA DOLÇA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		949	1.433	1.093	524	791
	%	3,4	5,9	3,7	1,5	2,2
TEMPS:	Minuts	402	703	512	231	284
	%	3,8	7,3	4,5	1,9	2,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	578	1.343	1.229	1.261	1.469
	%	1,0	2,7	2,1	2,2	2,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	699	1.628	1.451	1.637	1.926
	%	1,0	2,7	2,0	2,2	2,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.8 REFRESCOS SOLUBLES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.457	263	no consta	5	no consta
	%	8,9	1,1	"	0,0	"
TEMPS:	Minuts	706	62	"	0	"
	%	6,7	0,6	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.057	814	"	0	"
	%	3,6	1,7	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.740	1.126	"	0	"
	%	3,8	1,9	"	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.9 REFRESCOS DE TE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.422	507	2.879	1.579	1.621
	%	8,8	2,1	9,7	4,6	4,4
TEMPS:	Minuts	823	196	977	436	260
	%	7,8	2,0	8,6	3,6	2,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.607	947	3.719	2.643	2.912
	%	8,1	1,9	6,4	4,5	5,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.899	1.199	4.757	3.362	3.697
	%	8,2	2,0	6,5	4,5	5,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.10 TÒNIQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.581	2.121	1.240	1.660	2.829
	%	5,7	8,7	4,2	4,9	7,8
TEMPS:	Minuts	651	793	497	590	1.003
	%	6,2	8,2	4,4	4,8	7,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.499	4.073	2.633	3.712	5.138
	%	6,2	8,3	4,5	6,4	8,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.482	5.137	3.388	4.772	6.610
	%	6,3	8,5	4,6	6,4	8,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS

PRODUCTE: 1.8.11 ALTRES BEGUDES REFRESCANTS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	2	977	no consta	152
	%	"	0,0	3,3	"	0,4
TEMPS:	Minuts	"	1	364	"	25
	%	"	0,0	3,2	"	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	4	355	"	87
	%	"	0,0	0,6	"	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	6	519	"	69
	%	"	0,0	0,7	"	0,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.8 BEGUDES REFRESCANTS****PRODUCTE: 1.8.12 LÍNIA REFRESCANTS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		3.913	2.339	1.210	2.883	2.672
	%	14,2	9,6	4,1	8,4	7,3
TEMPS:	Minuts	1.425	922	394	1.041	920
	%	13,5	9,5	3,5	8,5	6,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6.962	3.677	2.225	5.699	6.202
	%	12,2	7,5	3,8	9,8	10,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.960	4.496	2.808	7.068	7.922
	%	12,5	7,4	3,8	9,5	10,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.9 CAFÈS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.010	5.126	6.434	7.882	10.510
	%	1,9	1,8	1,9	1,8	2,1
TEMPS:	Minuts	2.724	1.658	1.975	2.283	3.129
	%	2,5	1,6	1,7	1,6	1,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	11.130	10.868	14.046	13.287	15.420
	%	2,2	2,2	2,5	2,0	2,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	14.860	14.235	18.644	18.343	21.437
	%	2,2	2,2	2,5	2,1	2,3

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.9 CAFÈS

## PRODUCTE: 1.9.1 CAFÈS EN GRA O MÒLT

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.133	882	861	2.292	1.905
	%	18,9	17,2	13,4	29,1	18,1
TEMPS:	Minuts	426	388	252	665	544
	%	15,6	23,4	12,8	29,1	17,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.408	1.434	2.022	3.020	3.560
	%	21,6	13,2	14,4	22,7	23,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.326	1.957	2.827	4.332	5.034
	%	22,4	13,8	15,2	23,6	23,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.9 CAFÈS

## PRODUCTE: 1.9.2 CAFÈS SOLUBLE DESCAFEÏNATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		230	257	529	699	827
	%	3,8	5,0	8,2	8,9	7,9
TEMPS:	Minuts	114	102	116	168	280
	%	4,2	6,1	5,9	7,4	8,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	644	590	1.178	1.086	1.490
	%	5,8	5,4	8,4	8,2	9,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	885	807	1.584	1.511	1.989
	%	6,0	5,7	8,5	8,2	9,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.9 CAFÈS

PRODUCTE: 1.9.3 CAFÈS SOLUBLES PREPARATS (LLET, ETC)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		10	9	20	23	16
	%	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2
TEMPS:	Minuts	2	2	3	3	2
	%	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	15	14	39	40	27
	%	0,1	0,1	0,3	0,3	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15	15	42	43	27
	%	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.9 CAFÈS

PRODUCTE: 1.9.4 CAFÈS SOLUBLES PURS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.373	1.295	1.490	1.918	4.118
	%	22,8	25,3	23,2	24,2	39,2
TEMPS:	Minuts	542	408	458	578	1.045
	%	19,9	24,7	23,2	25,3	33,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.017	3.298	3.389	4.357	5.113
	%	36,1	30,4	24,1	32,7	33,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.225	4.263	4.550	5.818	7.070
	%	35,2	29,9	24,4	31,8	33,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.9 CAFÈS

PRODUCTE: 1.9.5 SUCCEDANIS DE CAFÈ

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		220	289	652	486	476
	%	3,7	5,6	10,1	6,2	4,5
TEMPS:	Minuts	103	105	238	162	159
	%	3,8	6,3	12,0	7,1	5,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	502	786	827	980	859
	%	4,5	7,2	5,9	7,4	5,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	708	1.075	1.151	1.435	1.245
	%	4,8	7,6	6,2	7,8	5,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.9 CAFÈS

PRODUCTE: 1.9.6 ALTRES CAFÈS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		442	1.319	1.471	922	1.116
	%	7,4	25,7	22,9	11,7	10,6
TEMPS:	Minuts	160	286	342	267	359
	%	5,9	17,3	17,3	11,7	11,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.531	2.937	4.079	1.672	1.688
	%	13,8	27,0	29,0	12,6	10,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.046	3.749	4.974	2.292	2.416
	%	13,6	26,3	26,6	12,5	11,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.9 CAFÈS****PRODUCTE: 1.9.7 LÍNIA CAFÈ**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.602	1.075	1.411	1.542	2.052
	%	43,2	21,0	21,9	19,6	19,5
TEMPS:	Minuts	1.377	367	566	440	740
	%	50,5	22,1	28,6	19,3	23,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.013	1.809	2.512	2.132	2.683
	%	18,1	16,7	17,9	16,1	17,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.655	2.369	3.516	2.912	3.656
	%	17,9	16,6	18,9	15,9	17,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (6)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		19.854	22.986	19.855	18.542	23.777
	%	6,4	8,0	5,8	4,3	4,7
TEMPS:	Minuts	6.100	7.874	5.711	5.839	7.044
	%	5,7	7,8	5,0	4,1	4,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	19.366	18.732	16.156	18.009	24.616
	%	3,8	3,8	2,9	2,7	3,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	25.465	24.777	21.677	24.452	33.865
	%	3,8	3,8	2,9	2,8	3,6

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS

PRODUCTE: 1.10.1 CALDOS CONCENTRATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.324	8.350	10.563	7.261	8.310
	%	36,9	36,3	53,1	39,2	35,0
TEMPS:	Minuts	2.389	3.191	3.031	2.627	2.996
	%	39,2	40,5	53,1	45,0	42,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	7.327	6.797	7.707	5.843	6.855
	%	37,8	36,3	47,7	32,4	27,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.911	8.941	10.437	8.053	9.438
	%	38,9	36,1	48,0	32,9	27,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS

PRODUCTE: 1.10.2. LLARGA DURACIÓ (UHT-AMBIENT)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	7.427
	%	"	"	"	"	31,2
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	1.556
	%	"	"	"	"	22,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	8.770
	%	"	"	"	"	35,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	12.117
	%	"	"	"	"	35,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS

PRODUCTE: 1.10.3 PLATS PREPAPATS DESHIDRATATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		231	3.282	3.967	6.119	3.986
	%	1,2	14,3	20,0	33,0	16,8
TEMPS:	Minuts	62	1.063	1.411	1.871	1.295
	%	1,0	13,5	24,7	32,0	18,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	955	3.157	2.917	5.729	3.244
	%	4,9	16,9	18,1	31,8	13,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.154	4.053	3.849	7.678	4.350
	%	4,5	16,4	17,8	31,5	12,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS

PRODUCTE: 1.10.4 PURÉS DE PATATA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		190	234	272	318	414
	%	0,9	1,0	1,4	1,7	1,7
TEMPS:	Minuts	55	55	78	99	100
	%	0,9	0,7	1,4	1,7	1,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	687	720	674	975	1.238
	%	3,6	3,9	4,2	5,4	5,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	874	912	885	1.302	1.735
	%	3,4	3,7	4,1	5,3	5,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS

PRODUCTE: 1.10.5 SOPES I CREMES DESHIDRATADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		9.628	11.112	4.715	4.174	3.635
	%	48,5	48,4	23,8	22,5	15,3
TEMPS:	Minuts	2.865	3.561	1.092	1.062	1.094
	%	47,0	45,2	19,1	18,2	15,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	9.031	8.049	4.061	4.116	4.502
	%	46,6	42,9	25,1	22,9	18,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.954	10.859	5.410	5.583	6.215
	%	46,9	43,8	25,0	22,8	18,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.10 CALDOS, SOPES I PLATS DESHIDRATATS

PRODUCTE: 1.10.6 LÍNIA DESHIDRATATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.481	8	338	670	5
	%	12,5	0,0	1,7	3,6	0,0
TEMPS:	Minuts	729	4	99	180	3
	%	11,9	0,1	1,7	3,1	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.366	8	797	1.346	7
	%	7,1	0,0	4,9	7,5	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.572	11	1.096	1.836	10
	%	6,3	0,0	5,1	7,5	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.11 CAMELS I LLAMINADURES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		21.241	11.615	19.179	29.927	29.193
	%	6,8	4,0	5,6	6,9	5,7
<b>TEMPS:</b>	Minuts	6.031	3.745	6.521	9.458	8.774
	%	5,6	3,7	5,7	6,7	5,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	29.629	26.531	30.685	41.045	32.362
	%	5,7	5,4	5,5	6,2	4,7
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	37.220	33.785	39.323	52.274	41.327
	%	5,5	5,2	5,3	5,9	4,4

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.11 CAMELS I LLAMINADURES****PRODUCTE: 1.11.1 CAMELS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		3.979	1.736	3.781	4.329	5.043
	%	18,7	15,0	19,7	14,5	17,3
<b>TEMPS:</b>	Minuts	876	486	1.304	1.298	1.417
	%	14,5	13,0	20,0	13,7	16,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	5.361	4.238	3.997	6.122	4.908
	%	18,1	16,0	13,0	14,9	15,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	6.646	5.416	5.144	8.177	6.706
	%	17,9	16,0	13,1	15,6	16,2

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.11 CAMELS I LLAMINADURES

PRODUCTE: 1.11.2 CAMELS BALSÀMICS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		3.021	2.016	1.997	2.181	3.529
	%	14,2	17,4	10,4	7,3	12,1
TEMPS:	Minuts	819	611	682	598	1.181
	%	13,6	16,3	10,5	6,3	13,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6.412	5.666	5.633	7.232	6.288
	%	21,6	21,4	18,4	17,6	19,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.584	7.583	7.602	9.477	8.170
	%	23,1	22,5	19,3	18,2	19,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.11 CAMELS I LLAMINADURES

PRODUCTE: 1.11.3 LLAMINADURES DE XOCOLATA (KINDER, ETC.)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.176	2.960	3.547	5.877	4.985
	%	10,2	25,4	18,5	19,6	17,1
TEMPS:	Minuts	832	1.055	1.305	2.333	2.006
	%	13,8	28,1	20,0	24,7	22,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.827	6.785	7.829	8.743	6.302
	%	16,3	25,6	25,5	21,3	19,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.951	8.352	9.635	11.007	7.844
	%	16,0	24,7	24,5	21,1	19,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.11 CARAMELS I LLAMINADURES

PRODUCTE: 1.11.4 XICLETS AMB SUCRE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.810	122	738	5.017	6.385
	%	13,2	1,1	3,9	16,8	21,8
TEMPS:	Minuts	713	33	228	1.280	1.579
	%	11,8	0,9	3,5	13,5	18,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.006	119	334	1.427	1.372
	%	3,4	0,5	1,1	3,5	4,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	841	84	287	1.156	1.277
	%	2,3	0,3	0,7	2,2	3,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.11 CARAMELS I LLAMINADURES

PRODUCTE: 1.11.5 XICLETS SENSE SUCRE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.112	2.718	5.918	10.742	8.808
	%	28,8	23,4	30,8	35,9	30,2
TEMPS:	Minuts	1.770	804	1.923	3.404	2.454
	%	29,3	21,5	29,4	36,1	28,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	10.852	8.708	11.932	16.195	13.273
	%	36,6	32,7	38,9	39,5	41,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.930	11.079	15.415	20.874	17.092
	%	37,4	32,8	39,2	29,9	41,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.11 CAMELS I LLAMINADURES

PRODUCTE: 1.11.6 ALTRES LLAMINADURES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.400	143	no consta	33	no consta
	%	6,6	1,2	"	0,1	"
TEMPS:	Minuts	339	38	"	11	"
	%	5,6	1,0	"	0,1	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	396	159	"	9	"
	%	1,3	0,6	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	311	108	"	6	"
	%	0,8	0,3	"	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.11 CAMELS I LLAMINADURES

PRODUCTE: 1.11.7 LÍNIA CAMELS I LLAMINADURES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.743	1.920	3.198	1.748	443
	%	8,3	16,5	16,7	5,8	1,5
TEMPS:	Minuts	682	718	1.079	534	137
	%	11,4	19,2	16,6	5,6	1,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	775	856	960	1.317	219
	%	2,7	3,2	3,1	3,2	0,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	957	1.163	1.240	1.577	238
	%	2,5	3,4	3,2	3,0	0,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.12 CÀRNIES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (9)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		12.303	9.389	6.058	12.645	15.332
	%	4,0	3,3	1,8	2,9	3,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	4.242	3.229	1.805	4.298	4.808
	%	4,0	3,2	1,6	3,0	2,9
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	29.220	21.031	13.666	22.530	26.347
	%	5,7	4,3	2,5	3,4	3,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	39.039	27.969	18.236	30.247	36.133
	%	5,8	4,3	2,5	3,4	3,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.12 CÀRNIES****PRODUCTE: 1.12.1 EMBOTITS CUITS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		2.014	867	378	2.237	2.395
	%	16,4	9,2	6,2	17,7	15,6
<b>TEMPS:</b>	Minuts	634	254	147	848	761
	%	14,9	7,9	8,1	19,7	15,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	5.324	2.905	1.282	4.042	4.155
	%	18,2	13,8	9,4	17,9	15,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	6.963	3.739	1.699	5.532	5.753
	%	17,8	13,4	9,3	18,3	15,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.2 EMBOTITS CURATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		3.101	1.223	520	550	660
	%	25,2	13,0	8,6	4,4	4,3
TEMPS:	Minuts	1.070	384	173	183	220
	%	25,2	11,9	9,6	4,3	4,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6.464	3.028	1.576	1.248	1.294
	%	22,1	14,4	11,5	5,5	4,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.938	4.159	2.130	1.572	1.736
	%	22,9	14,9	11,7	5,2	4,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.3 MAGRE DE PORC

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		134	no consta	no consta	no consta	no consta
	%	1,1	"	"	"	"
TEMPS:	Minuts	45	"	"	"	"
	%	1,1	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	40	"	"	"	"
	%	0,1	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	59	"	"	"	"
	%	0,2	"	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.4 PATÈS I FOIE (CARN I PEIX)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.852	2.377	2.076	2.135	1.950
	%	23,2	25,3	34,3	16,9	12,7
TEMPS:	Minuts	885	858	638	610	682
	%	20,9	26,6	35,5	14,2	14,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	7.049	4.993	5.559	4.295	4.761
	%	24,1	23,7	40,7	19,1	18,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.619	6.528	7.609	5.737	6.656
	%	24,6	23,3	41,6	19,0	18,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.5 PERNIL CUIT

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2	825	759	2.566	2.131
	%	0,0	8,8	12,5	20,3	13,9
TEMPS:	Minuts	1	394	195	937	841
	%	0,0	12,2	10,8	21,7	17,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2	2.285	2.106	5.006	3.375
	%	0,0	10,9	15,4	22,2	12,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2	3.137	2.782	6.733	4.564
	%	0,0	11,2	15,3	22,3	12,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.6 PERNIL CURAT

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		295	922	619	1.850	2.416
	%	2,4	9,8	10,2	14,6	15,8
TEMPS:	Minuts	90	306	205	600	561
	%	2,1	9,5	11,4	14,0	11,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	332	1.680	436	2.769	2.994
	%	1,1	8,0	3,2	12,3	11,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	414	2.285	577	3.820	4.138
	%	1,1	8,2	3,2	12,6	11,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.102 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.7 SALSITXES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		586	376	no consta	2.270	2.695
	%	4,8	4,0	"	18,0	17,5
TEMPS:	Minuts	154	126	"	788	759
	%	3,6	3,9	"	18,3	15,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.759	1.274	"	4.029	4.453
	%	6,0	6,1	"	17,9	16,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.234	1.770	"	5.278	5.952
	%	5,7	6,3	"	17,4	16,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.8 ALTRES CÀRNIES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		454	no consta	no consta	13	909
	%	3,7	"	"	0,1	5,9
TEMPS:	Minuts	186	"	"	2	273
	%	4,4	"	"	0,1	5,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.060	"	"	17	2.007
	%	3,6	"	"	0,1	7,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.373	"	"	20	2.820
	%	3,5	"	"	0,1	7,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.12 CÀRNIES

PRODUCTE: 1.12.9 LÍNIA CARNIES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.865	2.799	1.706	1.024	2.186
	%	23,2	29,9	28,2	8,0	14,3
TEMPS:	Minuts	1.177	907	447	330	711
	%	27,8	28,0	24,8	7,7	14,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	7.190	4.866	2.707	1.124	3.308
	%	24,8	23,1	19,8	5,0	12,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.437	6.352	3.439	1.555	4.514
	%	24,2	22,7	18,9	5,1	12,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.13 CEREALS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (2)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		9.107	8.366	11.777	12.334	14.826
	%	2,9	2,9	3,5	2,9	2,9
<b>TEMPS:</b>	Minuts	3.152	2.936	4.461	4.517	5.401
	%	2,9	2,9	3,9	3,2	3,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	13.869	13.576	15.448	15.928	16.978
	%	2,7	2,8	2,8	2,4	2,4
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	16.770	16.832	18.686	18.854	20.522
	%	2,5	2,6	2,5	2,1	2,2

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.13 CEREALS****PRODUCTE: 1.13.1 CEREALS ESMORZAR**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		9.107	8.366	10.868	11.432	13.093
	%	100,0	100,0	92,3	92,7	88,3
<b>TEMPS:</b>	Minuts	3.152	2.936	4.171	4.198	4.805
	%	100,0	100,0	93,5	93,0	89,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	13.869	13.576	14.874	15.384	15.394
	%	100,0	100,0	96,3	96,6	90,7
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	16.770	16.832	18.184	18.387	18.867
	%	100,0	100,0	97,3	97,5	91,9

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.13 CEREALS****PRODUCTE: 1.13.2 LÍNIA CEREALS ESMORZAR**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	909	902	1.733
	%	"	"	7,7	7,3	11,7
TEMPS:	Minuts	"	"	290	319	596
	%	"	"	6,5	7,0	11,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	574	544	1.594
	%	"	"	3,7	3,4	9,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	502	467	1.655
	%	"	"	2,7	2,5	8,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.14 CERVESES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (5)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		25.720	36.227	31.309	38.617	44.718
	%	8,3	12,5	9,2	8,9	8,7
TEMPS:	Minuts	10.678	14.543	12.297	13.145	15.289
	%	10,0	14,4	10,7	9,3	9,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	25.177	29.201	34.486	44.023	49.849
	%	4,9	5,9	6,2	6,6	7,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	31.700	37.963	45.327	57.408	65.005
	%	4,7	6,0	6,1	6,5	7,0

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.4 CERVESES

## PRODUCTE: 11.4.1 CERVESES IMPORTACIÓ

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.748	7.130	6.657	6.817	8.329
	%	18,5	19,7	21,3	17,7	18,6
TEMPS:	Minuts	2.355	3.273	2.614	2.959	3.418
	%	22,1	22,5	21,3	22,5	22,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.337	5.137	5.879	5.651	7.817
	%	21,2	17,6	17,1	12,8	15,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.880	6.788	7.803	7.482	10.367
	%	21,7	17,9	17,2	13,0	16,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.14 CERVESES

## PRODUCTE: 1.14.2 CERVESES "LIGHT"

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4	3	no consta	no consta	2
	%	0,0	0,0	"	"	0,0
TEMPS:	Minuts	1	0	"	"	1
	%	0,0	0,0	"	"	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6	6	"	"	4
	%	0,0	0,0	"	"	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6	6	"	"	5
	%	0,0	0,0	"	"	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.14 CERVESES

PRODUCTE: 1.14.3 CERVESES NACIONALS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		14.523	19.661	17.133	18.734	23.886
	%	56,5	54,3	54,7	48,5	53,5
TEMPS:	Minuts	5.996	8.043	7.380	7.120	9.308
	%	56,2	55,3	60,0	54,1	60,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	16.206	18.485	20.735	24.433	26.814
	%	64,4	63,3	60,0	55,6	53,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	20.100	23.538	26.664	31.059	34.274
	%	63,4	62,0	58,8	54,2	52,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.14 CERVESES

PRODUCTE: 1.14.4 CERVESES SENSE ALCOHOL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.445	9.433	7.423	12.977	12.080
	%	25,0	26,0	23,7	33,6	27,0
TEMPS:	Minuts	2.326	3.226	2.287	3.044	2.422
	%	21,7	22,2	18,6	23,2	15,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.628	5.573	7.751	13.797	14.985
	%	14,4	19,1	22,5	31,3	30,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.714	7.631	10.697	18.682	20.046
	%	14,9	20,1	23,6	32,5	30,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.14 CERVESES****PRODUCTE: 1.14.5 ALTRES CERVESES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	96	89	421
	%	"	"	0,3	0,2	0,9
TEMPS:	Minuts	"	"	16	22	140
	%	"	"	0,1	0,2	0,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	121	142	229
	%	"	"	0,4	0,3	0,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	163	185	313
	%	"	"	0,4	0,3	0,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.15 CONSERVES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (11)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		15.117	7.092	13.891	11.018	11.118
	%	4,9	2,5	4,1	2,6	2,2
TEMPS:	Minuts	4.104	2.071	3.732	2.817	3.222
	%	3,8	2,1	3,3	2,0	1,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	18.062	14.980	16.389	14.935	14.701
	%	3,5	3,0	2,9	2,2	2,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	24.656	20.187	22.647	20.551	20.634
	%	3,7	3,1	3,1	2,3	2,2

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.15 CONSERVES

PRODUCTE: 1.15.1 CARN EN CONSERVA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	85	no consta	no consta	no consta
	%	"	1,2	"	"	"
TEMPS:	Minuts	"	28	"	"	"
	%	"	1,4	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	66	"	"	"
	%	"	0,4	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	94	"	"	"
	%	"	0,5	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.15 CONSERVES

PRODUCTE: 1.15.2 CONFITURES I MELMELADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		585	104	286	98	283
	%	3,9	1,5	2,1	0,9	2,6
TEMPS:	Minuts	126	16	55	16	76
	%	3,1	0,8	1,5	0,6	2,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	848	258	990	379	751
	%	4,7	1,7	6,0	2,5	5,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.269	393	1.486	555	1.083
	%	5,1	1,9	6,6	2,7	5,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.3 CONSERVES D'ALTRES PEIXOS (EXCEPTE TONYINA)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		19	45	66	42	71
	%	0,1	0,6	0,5	0,4	0,6
TEMPS:	Minuts	6	15	22	14	30
	%	0,1	0,7	0,6	0,5	0,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	10	16	18	23	33
	%	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13	22	29	30	52
	%	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.4 LLEGUMS EN CONSERVA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		506	312	450	829	675
	%	3,3	4,4	3,2	7,5	6,1
TEMPS:	Minuts	173	82	104	197	213
	%	4,2	3,9	2,8	7,0	6,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.418	1.056	1.304	1.623	1.400
	%	7,9	7,1	8,0	10,9	9,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.867	1.350	1.711	2.229	1.870
	%	7,6	6,7	7,6	10,8	9,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.5 PLATS PREPARATS EN CONSERVA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.406	1.815	255	406	1.105
	%	9,3	25,6	1,8	3,7	9,9
TEMPS:	Minuts	650	560	106	135	421
	%	15,8	27,1	2,8	4,8	13,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.085	1.839	532	820	2.559
	%	11,5	12,3	3,3	5,5	17,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.771	2.388	744	1.162	3.610
	%	11,2	11,8	3,3	5,7	17,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.6 SALAÓ

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		53	6	no consta	113	no consta
	%	0,4	0,1	"	1,0	"
TEMPS:	Minuts	27	2	"	31	"
	%	0,7	0,1	"	1,1	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	8	4	"	54	"
	%	0,0	0,0	"	0,4	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11	5	"	74	"
	%	0,0	0,0	"	0,4	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.7 TOMÀQUET NATURAL EN CONSERVA

ANY:	1999	2000	2001	2002	2003
ESPOTS PUBLICITARIS:	206	no consta	no consta	no consta	no consta
%	1,4	"	"	"	"
TEMPS:	Minuts	69	"	"	"
%	1,7	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	741	"	"	"
%	4,1	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.054	"	"	"
%	4,3	"	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.8 TONYINA EN CONSERVA

ANY:	1999	2000	2001	2002	2003	
ESPOTS PUBLICITARIS:	8.173	2.155	6.693	1.754	4.083	
%	54,1	30,3	48,2	15,9	36,7	
TEMPS:	Minuts	1.866	708	1.781	591	1.156
%	45,5	34,1	47,7	21,0	35,9	
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	7.736	6.582	5.412	3.033	4.164
%	42,8	44,0	33,0	20,3	28,4	
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.543	8.903	7.463	4.122	5.882
%	42,8	44,2	33,0	20,1	28,5	

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.9 VEGETALS EN CONSERVA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		876	743	947	924	1.082
	%	5,8	10,5	6,8	8,4	9,7
TEMPS:	Minuts	246	199	313	276	270
	%	6,0	9,6	8,4	9,8	8,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.545	1.479	1.500	2.099	2.498
	%	8,6	9,9	9,2	14,1	17,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.155	2.166	2.198	3.036	3.510
	%	8,7	10,7	9,7	14,8	17,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.15 CONSERVES

## PRODUCTE: 1.15.10 ALTRES CONSERVES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.400	1.358	2.745	5.849	1.902
	%	15,9	19,2	19,8	53,1	17,2
TEMPS:	Minuts	641	308	503	1.264	475
	%	15,6	14,9	13,5	44,8	14,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.585	2.821	4.604	6.050	1.586
	%	8,8	18,8	28,0	40,4	10,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.124	3.673	6.189	8.128	2.165
	%	8,6	18,2	27,2	39,4	10,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.15 CONSERVES****PRODUCTE: 1.15.11 LÍNIA CONSERVES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		893	469	2.449	1.003	1.917
	%	5,8	6,6	17,6	9,1	17,2
TEMPS:	Minuts	300	153	848	293	581
	%	7,3	7,4	22,7	10,4	18,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.086	860	2.029	854	1.710
	%	11,5	5,7	12,0	5,7	11,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.849	1.193	2.827	1.215	2.462
	%	11,6	5,9	12,5	5,9	11,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.16 CONYACS I BRANDIS****PRODUCTE: TOTS ELS DE GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	2	no consta
	%	"	"	"	0,0	"
TEMPS:	Minuts	"	"	"	2	"
	%	"	"	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	5	"
	%	"	"	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	7	"
	%	"	"	"	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.16 CONYACS I BRANDIS****PRODUCTE: 1.16.1 CONYACS I BRANDIS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	2	no consta
	%	"	"	"	100,0	"
TEMPS:	Minuts	"	"	"	2	"
	%	"	"	"	100,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	5	"
	%	"	"	"	100,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	7	"
	%	"	"	"	100,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.17 DOLÇOS DE NADAL****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (5)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.844	3.106	1.856	2.186	1.709
	%	0,9	1,1	0,5	0,5	0,3
TEMPS:	Minuts	744	767	497	600	451
	%	0,7	0,8	0,4	0,4	0,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6.694	6.669	5.635	5.852	4.909
	%	1,3	1,4	1,0	0,9	0,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.203	9.293	7.893	8.215	6.968
	%	1,4	1,4	1,1	0,9	0,7

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.17 DOLÇOS DE NADAL

PRODUCTE: 1.17.1 MANTEGADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		37	116	27	49	22
	%	1,3	3,7	1,5	2,2	1,3
TEMPS:	Minuts	16	35	12	8	5
	%	2,2	4,6	2,4	1,4	1,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	139	436	31	73	21
	%	2,1	6,5	0,6	1,3	0,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	211	620	49	103	32
	%	2,3	6,7	0,6	1,3	0,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.17 DOLÇOS DE NADAL

PRODUCTE: 1.17.2. MASSAPANS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	11	7	no consta	64
	%	"	0,4	0,4	"	3,7
TEMPS:	Minuts	"	2	1	"	12
	%	"	0,2	0,2	"	2,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	12	7	"	229
	%	"	0,2	0,1	"	4,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	15	10	"	323
	%	"	0,2	0,1	"	4,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.17 DOLÇOS DE NADAL

PRODUCTE: 1.17.3 TORRONS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.433	2.626	1.517	1.437	1.391
	%	85,5	84,5	81,7	65,7	81,4
TEMPS:	Minuts	597	637	367	369	360
	%	80,2	83,2	73,8	61,5	79,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.248	5.164	4.402	4.423	4.218
	%	78,4	77,4	78,1	75,5	85,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.212	7.182	6.144	6.210	5.975
	%	78,4	77,2	77,9	75,5	85,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.17 DOLÇOS DE NADAL

PRODUCTE: 1.17.4 ALTRES DOLÇOS DE NADAL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7	84	10	1	56
	%	0,2	2,7	0,5	0,1	3,3
TEMPS:	Minuts	1	16	3	0	13
	%	0,1	2,0	0,6	0,0	2,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	14	314	17	0	206
	%	0,2	4,7	0,3	0,0	4,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12	436	19	0	291
	%	0,1	4,7	0,2	0,0	4,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.17 DOLÇOS DE NADAL****PRODUCTE: 1.17.5 LÍNIA DOLÇOS DE NADAL**

	ANY:	1999	2000	2001	2002	2003
ESPOTS PUBLICITARIS:		367	269	295	699	176
	%	13,0	8,7	15,9	32,0	10,3
TEMPS:	Minuts	130	77	114	223	61
	%	17,5	10,0	23,0	37,1	13,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.293	744	1.178	1.356	235
	%	19,3	11,2	20,9	23,2	4,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.768	1.041	1.671	1.902	347
	%	19,2	11,2	21,2	23,2	5,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.18 ESPUMOSOS I SIDRES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	1999	2000	2001	2002	2003
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.331	1.823	1.608	1.306	1.815
	%	0,4	0,6	0,5	0,3	0,4
TEMPS:	Minuts	844	960	809	754	883
	%	0,8	1,0	0,7	0,5	0,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.711	2.607	3.441	3.057	3.347
	%	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.596	3.494	4.561	4.059	4.405
	%	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.18 ESPUMOSOS I SIDRES

PRODUCTE: 1.18.1 CAVES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.180	1.670	1.394	1.167	1.545
	%	88,7	91,6	86,7	89,4	85,1
TEMPS:	Minuts	798	914	736	705	789
	%	94,6	95,2	91,0	93,5	89,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.300	2.233	2.868	2.544	2.738
	%	84,8	85,6	83,3	83,2	81,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.034	2.988	3.759	3.344	3.600
	%	84,4	85,5	82,4	82,4	81,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.18 ESPUMOSOS I SIDRES

PRODUCTE: 1.18.2 SIDRES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		151	153	214	139	179
	%	11,3	8,4	13,3	10,6	9,9
TEMPS:	Minuts	44	46	73	49	64
	%	5,4	4,8	9,0	6,5	7,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	411	375	573	513	573
	%	15,2	14,4	16,7	16,8	17,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	562	506	802	715	760
	%	15,6	14,5	17,6	17,6	17,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.18 ESPUMOSOS I SIDRES****PRODUCTE: 1.18.3 LÍNIA ESPUMOSOS I SIDRES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	91
	%	"	"	"	"	5,0
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	30
	%	"	"	"	"	3,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	36
	%	"	"	"	"	1,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	45
	%	"	"	"	"	1,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.19 FORMATGES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		9.528	5.444	9.686	16.577	15.751
	%	3,1	1,9	2,8	3,8	3,1
TEMPS:	Minuts	3.376	1.792	2.781	4.612	4.076
	%	3,1	1,8	2,4	3,3	2,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	17.242	14.390	24.254	35.735	29.752
	%	3,3	2,9	4,4	5,4	4,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23.451	19.454	33.883	48.348	41.684
	%	3,5	3,0	4,6	5,5	4,5

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.19 FORMATGES

## PRODUCTE: 1.19.1 FORMATGES EN BLOC

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.367	1.743	3.557	4.790	2.446
	%	14,3	32,0	36,8	28,8	15,5
TEMPS:	Minuts	413	565	1.007	1.300	638
	%	12,2	31,5	36,1	28,1	15,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.783	3.988	8.560	11.910	6.565
	%	16,1	27,7	35,3	33,2	22,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.806	5.505	12.083	16.450	9.284
	%	16,2	28,4	35,7	34,0	22,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.19 FORMATGES

## PRODUCTE: 1.19.2 FORMATGES FRESCOS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		3.974	1.053	1.796	3.856	4.776
	%	41,7	19,3	18,5	23,3	13,3
TEMPS:	Minuts	1.613	351	448	1.126	1.244
	%	47,8	19,6	16,1	24,4	13,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.808	3.998	5.842	9.218	10.429
	%	33,7	27,8	24,1	25,8	35,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.790	5.569	8.317	12.771	14.996
	%	33,2	28,6	24,6	26,4	36,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.19 FORMATGES

## PRODUCTE: 1.19.3 FORMATGES EN PORCIONS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		934	1.172	1.389	2.963	3.169
	%	9,8	21,5	14,3	17,9	20,1
TEMPS:	Minuts	284	296	338	790	828
	%	8,4	16,5	12,2	17,1	20,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.634	2.186	2.480	4.880	4.664
	%	15,3	15,2	10,2	13,7	15,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.694	2.789	3.331	6.068	5.996
	%	15,8	14,3	9,8	12,6	14,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.19 FORMATGES

## PRODUCTE: 1.19.4 FORMATGES RALLATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		296	no consta	790	400	84
	%	3,1	"	8,2	2,4	0,5
TEMPS:	Minuts	69	"	263	99	15
	%	2,0	"	9,5	2,2	0,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	831	"	354	709	304
	%	4,8	"	1,5	2,0	1,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.133	"	515	963	433
	%	4,8	"	1,5	2,0	1,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.19 FORMATGES

## PRODUCTE: 1.19.5 FORMATGES PER UNTAR

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.091	837	1.078	1.965	1.474
	%	21,9	15,4	11,1	11,9	9,4
TEMPS:	Minuts	781	313	380	562	351
	%	23,1	17,5	13,7	12,2	8,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.425	2.766	3.236	5.222	4.268
	%	19,9	19,2	13,3	14,6	14,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.746	3.723	4.377	7.114	6.046
	%	20,2	19,1	12,9	14,7	14,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.19 FORMATGES

## PRODUCTE: 1.19.6. FORMATGES TALLATS A RODANXES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	108	no consta	426	119
	%	"	2,0	"	2,6	0,8
TEMPS:	Minuts	"	36	"	159	40
	%	"	2,0	"	3,5	1,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	84	"	1.026	434
	%	"	0,6	"	2,9	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	124	"	1.371	590
	%	"	0,6	"	2,8	1,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.19 FORMATGES****PRODUCTE: 1.19.7 LÍNIA FORMATGES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		866	531	1.076	2.177	3.683
	%	9,2	9,8	11,1	13,1	23,4
TEMPS:	Minuts	216	231	345	576	960
	%	6,5	12,9	12,4	12,5	23,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.761	1.368	3.782	2.770	3.088
	%	10,2	9,5	15,6	7,8	10,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.282	1.744	5.260	3.611	4.339
	%	9,8	9,0	15,5	7,5	10,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.20 GALETES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.507	8.070	9.080	16.029	12.988
	%	2,4	2,8	2,7	3,7	2,6
TEMPS:	Minuts	2.110	2.251	2.655	4.591	3.856
	%	2,0	2,2	2,3	3,2	2,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	17.419	19.839	20.608	29.755	22.930
	%	3,4	4,0	3,7	4,5	3,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22.600	25.404	27.520	39.512	30.550
	%	3,4	3,9	3,7	4,5	3,3

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.20 GALETES

## PRODUCTE: 1.20.1 ASSORTIT DE GALETES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		952	535	589	304	335
	%	12,7	6,6	6,5	1,9	2,6
TEMPS:	Minuts	238	127	148	92	95
	%	11,3	5,6	5,6	2,0	2,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.623	2.480	2.009	1.202	954
	%	15,0	12,5	9,8	4,0	4,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.596	3.329	2.806	1.668	1.391
	%	15,9	13,1	10,2	4,2	4,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.20 GALETES

## PRODUCTE: 1.20.2 GALETES COBERTES DE XOCOLATA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.519	713	959	2.654	1.780
	%	20,2	8,8	10,6	16,6	13,7
TEMPS:	Minuts	295	168	263	733	751
	%	14,0	7,5	9,9	16,0	19,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.554	1.564	1.506	3.783	2.792
	%	14,7	7,9	7,3	12,7	12,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.136	1.855	1.860	4.574	3.497
	%	13,9	7,3	6,8	11,6	11,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.20 GALETES

PRODUCTE: 1.20.3 GALETES FARCIDES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.938	2.377	3.251	2.047	2.074
	%	25,8	29,5	35,7	12,8	16,0
TEMPS:	Minuts	670	790	1.090	674	573
	%	31,8	35,1	41,0	14,7	14,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.957	5.733	6.079	3.392	3.692
	%	28,5	28,9	29,5	11,4	16,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.295	7.273	7.883	4.493	4.971
	%	27,9	28,6	28,6	11,8	16,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.20 GALETES

PRODUCTE: 1.20.4 GALETES NORMALS (MARIA)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.220	2.989	3.187	7.958	4.826
	%	16,3	37,0	35,1	49,5	37,2
TEMPS:	Minuts	362	814	838	2.267	1.394
	%	17,2	36,2	31,6	49,3	36,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.400	6.643	7.835	12.400	7.248
	%	19,5	33,5	38,0	41,7	31,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.616	8.701	10.782	16.766	9.667
	%	20,4	34,3	39,2	42,4	31,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.20 GALETES

PRODUCTE: 1.20.5 NEULES I ROSQUILLES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		469	379	no consta	211	157
	%	6,2	4,7	"	1,3	1,2
TEMPS:	Minuts	46	40	"	35	26
	%	2,2	1,8	"	0,8	0,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	150	146	"	77	57
	%	0,9	0,7	"	0,3	0,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	191	198	"	111	81
	%	0,8	0,8	"	0,3	0,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.20 GALETES

PRODUCTE: 1.20.6 ALTRES GALETES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	289	no consta	1.292	1.966
	%	"	3,6	"	8,1	15,1
TEMPS:	Minuts	"	104	"	389	581
	%	"	4,6	"	8,5	15,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	1.097	"	3.921	4.723
	%	"	5,5	"	13,2	20,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	1.330	"	5.327	6.560
	%	"	5,2	"	13,5	21,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.20 GALETES****PRODUCTE: 1.20.7 LÍNIA GALETES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.409	788	1.094	1.563	1.850
	%	18,8	9,8	12,1	9,8	14,2
TEMPS:	Minuts	499	208	316	401	436
	%	23,5	9,2	11,9	8,7	11,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.735	2.175	3.179	4.980	3.464
	%	21,4	11,0	15,4	16,7	15,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.766	2.719	4.189	6.573	4.383
	%	21,1	10,7	15,2	16,6	14,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.21 GELATS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		10.046	5.142	6.896	7.321	13.066
	%	3,2	1,8	2,0	1,7	2,6
TEMPS:	Minuts	3.381	1.623	2.143	2.268	4.631
	%	3,2	1,6	1,9	1,6	2,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	13.478	10.949	13.335	11.367	10.829
	%	2,6	2,2	2,4	1,7	1,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.159	13.404	15.980	14.053	13.647
	%	2,4	2,1	2,2	1,6	1,5

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.21 GELATS

PRODUCTE: 1.21.1 GELATS D'IMPULS (DE PAL)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.995	2.672	4.155	5.660	9.328
	%	69,6	52,0	60,2	77,3	71,3
TEMPS:	Minuts	2.632	918	1.389	1.765	3.156
	%	77,8	56,5	64,8	77,8	68,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	8.962	5.894	8.374	8.592	7.561
	%	66,5	53,8	62,8	75,6	68,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10.083	6.757	9.427	10.430	9.282
	%	62,4	50,4	59,0	74,2	68,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.21 GELATS

PRODUCTE: 1.21.2 GELATS DE LA LLAR

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.483	1.689	2.495	1.292	2.346
	%	24,7	32,8	36,2	17,7	18,0
TEMPS:	Minuts	594	405	682	371	805
	%	17,6	25,0	31,8	16,4	17,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.569	3.635	4.703	2.614	2.224
	%	26,5	33,2	35,3	23,0	20,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.859	4.810	6.212	3.424	3.022
	%	30,1	35,9	38,9	24,4	22,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.21 GELATS****PRODUCTE: 1.21.3 LÍNIA GELATS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		568	781	246	369	1.392
	%	5,7	15,2	3,6	5,0	10,7
TEMPS:	Minuts	155	300	72	132	670
	%	4,6	18,5	3,4	5,8	14,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	947	1.420	258	161	1.044
	%	7,0	13,0	1,9	1,4	9,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.217	1.837	341	199	1.343
	%	7,5	13,7	2,1	1,4	9,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.147	1.770	2.596	2.414	3.995
	%	0,4	0,6	0,8	0,6	0,8
TEMPS:	Minuts	455	584	825	807	1.408
	%	0,4	0,6	0,7	0,6	0,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.840	3.408	4.051	2.248	5.203
	%	0,4	0,7	0,7	0,3	0,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.553	4.563	5.797	3.148	7.171
	%	0,4	0,7	0,8	0,4	0,8

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES

PRODUCTE: 1.22.1 MANTEGUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		258	230	332	2	344
	%	22,5	13,0	12,8	0,1	8,6
TEMPS:	Minuts	43	72	51	2	91
	%	9,5	12,3	6,1	0,3	6,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	136	1.023	870	8	1.584
	%	7,4	30,0	21,5	0,4	30,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	194	1.365	1.314	14	2.171
	%	7,6	29,9	22,7	0,4	30,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES

PRODUCTE: 1.22.2 MARGARINES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		889	1.540	2.260	2.412	3.651
	%	77,5	87,0	87,0	99,9	91,4
TEMPS:	Minuts	412	512	760	805	1.317
	%	90,5	87,7	92,2	99,7	93,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.704	2.386	3.176	2.240	3.619
	%	92,6	70,0	78,4	99,6	69,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.359	3.198	4.479	3.134	5.000
	%	92,4	70,1	77,2	99,6	69,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.22 GRASSES ALIMENTÀRIES****PRODUCTE: 1.22.3 ALTRES GRASSES ALIMENTÀRIES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	4	no consta	no consta
	%	"	"	0,2	"	"
TEMPS:	Minuts	"	"	14	"	"
	%	"	"	1,7	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	5	"	"
	%	"	"	0,1	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	4	"	"
	%	"	"	0,1	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.23 INFUSIONS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (4)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		324	559	49	46	398
	%	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1
TEMPS:	Minuts	116	185	61	8	167
	%	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.158	1.994	37	169	1.133
	%	0,2	0,4	0,0	0,0	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.566	2.759	37	193	1.647
	%	0,2	0,4	0,0	0,0	0,2

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.23 INFUSIONS

PRODUCTE: 1.23.1 CAMAMILLA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		30	no consta	no consta	no consta	no consta
	%	9,3	"	"	"	"
TEMPS:	Minuts	15	"	"	"	"
	%	12,9	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	29	"	"	"	"
	%	2,5	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	36	"	"	"	"
	%	2,3	"	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.23 INFUSIONS

PRODUCTE: 1.23.2 TE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2	144	no consta	no consta	no consta
	%	0,6	25,8	"	"	"
TEMPS:	Minuts	1	24	"	"	"
	%	0,9	13,1	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1	609	"	"	"
	%	0,1	30,5	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1	828	"	"	"
	%	0,1	30,0	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.23 INFUSIONS

PRODUCTE: 1.23.3 ALTRES INFUSIONS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		17	22	49	46	11
	%	5,2	3,9	100,0	100,0	2,8
TEMPS:	Minuts	3	3	61	8	2
	%	2,6	1,9	100,0	100,0	1,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	29	38	37	169	56
	%	2,5	1,9	100,0	100,0	4,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	32	42	37	193	60
	%	2,0	1,5	100,0	100,0	3,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.23 INFUSIONS

PRODUCTE: 1.23.4 LÍNIA INFUSIONS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		275	393	no consta	no consta	387
	%	84,9	70,3	"	"	97,2
TEMPS:	Minuts	97	158	"	"	165
	%	83,6	85,0	"	"	98,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.099	1.348	"	"	1.077
	%	94,9	67,6	"	"	95,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.497	1.889	"	"	1.587
	%	95,6	68,5	"	"	96,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.24 LACTIS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (9)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		11.057	13.753	13.563	22.850	28.863
	%	3,6	4,8	4,0	5,4	5,7
<b>TEMPS:</b>	Minuts	3.910	4.817	4.642	7.650	10.211
	%	3,6	4,8	4,1	5,5	6,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	20.809	26.357	26.010	40.408	33.060
	%	4,0	5,4	4,7	6,1	4,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	28.288	36.196	36.361	55.990	45.324
	%	4,2	5,6	4,9	6,3	4,8

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.24 LACTIS****PRODUCTE: 1.24.1 BATUTS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		1.430	1.179	1.764	2.616	4.904
	%	12,9	8,6	13,0	11,5	17,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	442	406	556	1.010	2.121
	%	11,3	8,4	12,0	13,2	20,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	1.985	1.159	1.374	2.173	2.791
	%	9,5	4,4	5,3	5,4	8,4
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	2.291	1.510	1.602	2.763	3.496
	%	8,1	4,2	4,4	4,9	7,7

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.2 LLET CONDENSADA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		345	670	359	1.101	910
	%	3,1	4,9	2,7	4,8	3,2
TEMPS:	Minuts	114	143	121	3.333	235
	%	2,9	3,0	2,6	4,4	2,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	752	1.127	656	1.259	1.378
	%	3,6	4,3	2,5	3,1	4,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.012	1.559	925	1.736	1.935
	%	3,6	4,3	2,5	3,1	4,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.3 LLET DESNATADA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		268	1.281	950	3.120	3.518
	%	2,4	9,3	7,0	13,7	12,2
TEMPS:	Minuts	86	573	317	942	1.093
	%	2,2	11,9	6,8	12,3	10,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.162	3.309	2.316	6.928	5.137
	%	5,6	12,6	8,9	17,1	15,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.714	4.491	3.220	9.603	7.129
	%	6,0	12,4	8,9	17,2	15,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.4 LLET EN POLS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		8	no consta	no consta	no consta	35
	%	0,1	"	"	"	0,1
TEMPS:	Minuts	6	"	"	"	41
	%	0,2	"	"	"	0,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	46	"	"	"	2
	%	0,2	"	"	"	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	75	"	"	"	4
	%	0,3	"	"	"	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.5 LLET SEMIDESNATADA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.430	653	289	1.502	243
	%	12,9	4,8	2,1	6,6	0,8
TEMPS:	Minuts	537	233	96	474	81
	%	13,7	4,8	2,1	6,2	0,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.244	1.259	1.045	1.114	177
	%	10,8	4,8	4,0	2,8	0,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.098	1.737	1.417	1.583	257
	%	11,0	4,8	3,9	2,8	0,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.6 LLET SENCERA (LARGA-VIDA)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		28	2.022	1.251	427	2.438
	%	0,3	14,7	9,2	1,9	8,5
TEMPS:	Minuts	8	772	435	186	649
	%	0,2	16,0	9,4	2,4	6,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	35	3.013	3.275	1.445	2.626
	%	0,2	11,4	12,6	3,6	7,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	53	4.029	4.592	2.068	3.684
	%	0,2	11,1	12,6	3,7	8,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.7 NATES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		97	no consta	324	1.432	491
	%	0,9	"	2,4	6,3	1,7
TEMPS:	Minuts	49	"	108	480	151
	%	1,3	"	2,3	6,3	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	343	"	1.021	3.262	1.810
	%	1,6	"	3,9	8,1	5,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	487	"	1.481	4.469	2.518
	%	1,7	"	4,1	8,0	5,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.8 ALTRES LACTIS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	446
	%	"	"	"	"	1,6
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	186
	%	"	"	"	"	1,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	395
	%	"	"	"	"	1,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	359
	%	"	"	"	"	0,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.24 LACTIS

PRODUCTE: 1.24.9 LÍNIA LACTIS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.451	7.948	8.626	12.352	15.868
	%	67,4	57,7	63,6	55,2	54,9
TEMPS:	Minuts	2.668	2.690	3.009	4.225	5.654
	%	68,2	55,9	64,8	55,2	55,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	14.242	16.491	16.323	24.227	18.744
	%	68,5	62,5	62,8	59,9	56,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19.558	22.869	23.124	4.315	25.942
	%	69,1	63,2	63,6	60,3	57,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.25 LICORS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (4)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		3.959	3.265	3.664	3.619	3.412
	%	1,3	1,1	1,1	0,8	0,7
<b>TEMPS:</b>	Minuts	1.193	1.101	1.219	1.259	1.102
	%	1,1	1,1	1,1	0,9	0,7
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	8.875	8.816	9.705	10.083	6.795
	%	1,7	1,8	1,7	1,5	1,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	11.617	11.626	12.849	13.495	9.015
	%	1,7	1,8	1,7	1,5	1,0

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.25 LICORS****PRODUCTE: 1.25.1 LICORS DE CREMA**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		2.897	2.506	3.055	2.825	2.885
	%	73,2	76,7	83,3	78,0	84,5
<b>TEMPS:</b>	Minuts	917	924	1.113	1.089	983
	%	76,9	83,8	91,3	86,5	89,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	7.200	7.487	7.834	7.803	6.041
	%	81,1	85,0	80,8	77,4	89,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	9.588	9.991	10.459	10.518	8.006
	%	82,5	85,9	81,4	77,9	88,8

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.25 LICORS

PRODUCTE: 1.25.2 LICORS DE FRUITA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		715	315	31	331	159
	%	18,1	9,7	0,9	9,2	4,7
TEMPS:	Minuts	211	84	7	93	53
	%	17,7	7,7	0,6	7,4	4,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	490	126	33	1.129	139
	%	5,5	1,4	0,3	11,2	2,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	606	173	39	1.520	196
	%	5,2	1,5	0,3	11,3	2,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.25 LICORS

PRODUCTE: 1.25.3 LICORS SENSE ALCOHOL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		329	444	578	463	362
	%	8,3	13,6	15,8	12,8	10,6
TEMPS:	Minuts	60	93	99	77	65
	%	5,0	8,5	8,1	6,1	5,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.174	1.203	1.838	1.151	613
	%	13,3	13,6	18,9	11,4	9,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.407	1.462	2.351	1.457	812
	%	12,2	12,6	18,3	10,8	9,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.25 LICORS****PRODUCTE: 1.25.4 LÍNIA LICORS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		18	no consta	no consta	no consta	6
	%	0,4	"	"	"	0,2
TEMPS:	Minuts	5	"	"	"	1
	%	0,4	"	"	"	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	11	"	"	"	2
	%	0,1	"	"	"	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16	"	"	"	1
	%	1,0	"	"	"	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.26 OLIS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (4)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.615	2.288	2.902	4.922	4.878
	%	0,5	0,8	0,9	1,1	1,0
TEMPS:	Minuts	446	631	843	1.479	1.422
	%	0,4	0,6	0,7	1,0	0,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.514	5.529	7.351	10.459	9.671
	%	0,7	1,1	1,3	1,6	1,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.961	7.701	10.518	14.401	13.640
	%	0,7	1,2	1,4	1,6	1,5

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.26 OLIS

PRODUCTE: 1.26.1 OLI DE GIRA-SOL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		368	50	no consta	825	713
	%	22,8	2,2	"	16,8	14,6
TEMPS:	Minuts	88	27	"	223	206
	%	19,7	4,3	"	15,1	14,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	992	188	"	2.868	2.161
	%	28,2	3,4	"	27,4	22,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.392	269	"	3.933	3.022
	%	28,1	3,5	"	27,3	22,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.26 OLIS

PRODUCTE: 1.26.2 OLI D'OLIVA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.221	2.189	2.739	3.926	3.696
	%	75,6	95,7	94,4	79,8	75,8
TEMPS:	Minuts	353	586	800	1.193	1.061
	%	79,1	92,9	94,8	80,7	74,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.498	5.286	7.211	7.548	7.277
	%	71,1	95,6	98,1	72,2	75,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.537	7.360	10.312	10.409	10.319
	%	71,3	95,6	98,0	72,3	75,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.26 OLIS

PRODUCTE: 1.26.3 ALTRES OLIS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	101
	%	"	"	"	"	2,1
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	29
	%	"	"	"	"	2,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	85
	%	"	"	"	"	0,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	121
	%	"	"	"	"	0,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.26 OLIS

PRODUCTE: 1.26.4 LÍNIA D'OLIS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		26	49	163	171	368
	%	1,6	2,1	5,6	3,4	7,5
TEMPS:	Minuts	5	18	43	63	126
	%	1,2	2,8	5,2	4,2	8,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	24	55	140	43	148
	%	0,7	1,0	1,9	0,4	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	32	72	206	59	178
	%	0,6	0,9	2,0	0,4	1,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (6)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		14.085	14.348	13.061	14.793	20.254
	%	4,5	5,0	3,8	3,4	4,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	4.086	4.330	4.297	4.601	6.829
	%	3,8	4,3	3,8	3,2	4,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	24.289	26.116	26.788	29.555	33.081
	%	4,7	5,3	4,8	4,4	4,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	30.597	34.293	34.925	39.063	43.552
	%	4,5	5,3	4,7	4,4	4,7

**OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.****SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA****PRODUCTE: 1.27.1 PA DE MOTLLE**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		2.774	5.323	4.021	4.583	5.801
	%	19,8	37,1	30,8	31,0	28,6
<b>TEMPS:</b>	Minuts	870	1.412	1.180	1.361	1.761
	%	21,3	32,6	27,5	29,6	25,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	6.395	9.381	9.765	10.164	10.368
	%	26,3	35,9	36,5	34,4	31,4
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	8.699	13.081	13.351	13.970	14.293
	%	28,4	38,1	38,2	35,8	32,8

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.**

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA

PRODUCTE: 1.27.2 PANETS ENVASATS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		711	351	350	467	181
	%	5,0	2,5	2,7	3,2	0,9
TEMPS:	Minuts	251	117	126	116	67
	%	6,2	2,7	2,9	2,5	1,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.740	1.308	667	1.292	498
	%	7,2	5,0	2,5	4,4	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.469	1.859	959	1.767	681
	%	8,2	5,4	2,8	4,5	1,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA

PRODUCTE: 1.27.3 PASTISSERIA I BRIOXERIA INFANTIL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		9.700	6.912	6.391	6.003	9.924
	%	69,0	48,2	48,9	40,6	49,0
TEMPS:	Minuts	2.749	2.248	2.230	2.007	3.721
	%	67,3	51,9	51,9	43,6	54,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	13.817	10.059	11.486	12.943	15.517
	%	56,9	38,6	42,8	43,8	46,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.169	12.061	13.992	16.367	19.464
	%	52,8	35,2	40,0	41,9	44,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA

PRODUCTE: 1.27.4 PASTISSERIA I BRIOXERIA LLAR

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		827	1.742	2.296	3.710	4.319
	%	5,7	12,1	17,6	25,0	21,3
TEMPS:	Minuts	206	550	761	1.108	1.273
	%	5,0	12,7	17,7	24,1	18,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.327	5.365	4.869	5.154	6.695
	%	9,6	20,5	18,2	17,4	20,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.252	7.289	6.622	6.957	9.112
	%	10,6	21,3	19,0	17,8	20,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA

PRODUCTE: 1.27.5 ALTRES PA I PASTISSERIA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	27	19
	%	"	"	"	0,2	0,1
TEMPS:	Minuts	"	"	"	9	6
	%	"	"	"	0,2	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	1	1
	%	"	"	"	0,0	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	1	1
	%	"	"	"	0,0	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.27 PA I PASTISSERIA****PRODUCTE: 1.27.6 LÍNIA PA I PASTISSERIA**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		73	20	3	3	10
	%	0,5	0,1	0,0	0,0	0,1
TEMPS:	Minuts	10	3	0	0	1
	%	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	10	3	1	1	2
	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8	2	1	1	1
	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.28 PASTES ALIMENTÀRIES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		5.361	4.034	4.790	6.420	7.404
	%	1,7	1,4	1,4	1,5	1,5
TEMPS:	Minuts	1.816	1.203	1.282	1.954	1.869
	%	1,7	1,2	1,1	1,4	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	9.328	7.724	6.779	9.221	12.776
	%	1,8	1,6	1,2	1,4	1,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	12.596	10.534	9.254	2.401	17.732
	%	1,9	1,6	1,2	1,4	1,9

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.28 PASTES ALIMENTÀRIES

PRODUCTE: 1.28.1 PASTES FRESQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		214	1.390	2.410	2.425	2.164
	%	4,0	34,5	50,3	37,7	29,2
TEMPS:	Minuts	107	477	612	765	509
	%	5,9	39,6	47,8	39,2	27,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	507	1.010	898	1.675	2.107
	%	5,4	13,1	13,3	18,2	16,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	704	1.417	1.177	2.278	2.878
	%	5,6	13,5	12,7	18,4	16,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.28 PASTES ALIMENTÀRIES

PRODUCTE: 1.28.2 PASTES SEQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		933	613	638	1.366	1.406
	%	17,4	15,2	13,3	21,3	19,0
TEMPS:	Minuts	300	115	190	333	269
	%	16,5	9,6	14,8	17,0	14,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.555	1.414	1.872	1.879	2.027
	%	16,7	18,3	27,6	20,4	15,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.092	1.841	2.516	2.491	2.764
	%	16,6	17,5	27,2	20,1	15,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.28 PASTES ALIMENTÀRIES****PRODUCTE: 1.28.3 LÍNIA PASTES ALIMENTÀRIES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.214	2.031	1.742	2.629	3.834
	%	78,6	50,3	36,4	41,0	51,8
TEMPS:	Minuts	1.409	611	480	856	1.091
	%	77,6	50,8	37,4	43,8	58,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	7.266	5.299	4.009	5.667	8.642
	%	77,9	68,6	59,1	61,4	67,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	9.800	7.275	5.561	7.632	12.090
	%	77,8	69,0	60,1	61,5	68,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (11)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		37.183	33.592	43.294	53.656	66.132
	%	12,0	11,6	12,8	12,5	12,9
TEMPS:	Minuts	12.632	11.766	15.159	17.506	21.818
	%	11,7	11,7	13,2	12,5	13,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	62.827	60.057	70.475	82.645	80.495
	%	12,1	12,3	12,6	12,3	11,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	85.952	83.458	98.983	113.962	112.911
	%	12,6	13,0	13,4	12,8	12,2

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.1 CREMES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		3.763	4.183	2.526	3.456	2.364
	%	10,2	12,5	5,8	6,4	3,6
TEMPS:	Minuts	1.337	1.034	901	1.276	652
	%	10,6	8,8	5,9	7,3	3,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	8.560	4.168	7.036	7.262	4.362
	%	13,6	6,9	10,0	8,8	5,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	11.640	5.748	9.936	10.205	6.239
	%	13,6	6,9	10,0	9,0	5,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.2 FLAMS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.847	1.194	312	739	1.317
	%	5,0	3,6	0,7	1,4	2,0
TEMPS:	Minuts	792	491	127	270	269
	%	6,3	4,2	0,8	1,5	1,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.057	2.412	946	1.102	1.878
	%	6,5	4,0	1,3	1,3	2,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.713	3.283	1.354	1.631	2.668
	%	6,6	3,9	1,4	1,4	2,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.3 FORMATGE FRESC TIPUS "PETIT"

	ANY:	1999	2000	2001	2002	2003
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.674	3.101	4.618	5.244	8.334
	%	17,9	9,2	10,7	9,8	12,6
TEMPS:	Minuts	1.448	1.015	2.233	2.401	3.512
	%	11,5	8,6	14,7	13,7	16,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.030	5.040	5.430	4.341	5.988
	%	8,0	8,4	7,7	5,3	7,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.324	6.894	6.896	5.015	7.538
	%	7,5	8,3	7,0	4,4	6,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.4 IOGURT AMB FERMENTS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.661	5.319	7.700	9.259	10.870
	%	12,5	15,8	17,8	17,3	16,4
TEMPS:	Minuts	1.718	2.162	2.816	3.232	3.856
	%	13,6	18,4	18,6	18,4	17,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	9.629	12.662	15.097	17.562	16.037
	%	15,3	21,1	21,4	21,2	19,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.514	17.645	20.786	23.931	21.992
	%	15,7	21,1	21,0	21,0	19,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.5 IOGURT LÍQUID

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.621	1.456	3.913	8.002	6.413
	%	7,0	4,3	9,0	14,9	9,7
TEMPS:	Minuts	775	369	1.082	1.902	1.560
	%	6,1	3,1	7,1	10,9	7,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.374	3.173	5.422	9.734	8.936
	%	5,4	5,3	7,7	11,8	11,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.586	4.441	7.684	13.399	12.751
	%	5,3	5,3	7,8	11,7	11,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.6 IOGURT NATURAL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.481	8.510	5.905	5.849	8.141
	%	17,4	25,3	13,6	10,9	12,3
TEMPS:	Minuts	2.770	3.226	2.108	2.162	2.498
	%	21,9	27,4	13,9	12,4	11,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	11.657	15.421	9.286	10.802	9.618
	%	18,6	25,6	13,2	13,1	12,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.133	21.652	13.430	15.143	13.807
	%	18,8	25,9	13,5	13,3	12,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.7 IOGURT SABOR

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		5.824	3.315	6.148	8.326	13.434
	%	15,7	9,9	14,3	15,5	20,3
TEMPS:	Minuts	1.823	1.319	2.074	2.954	4.947
	%	14,4	11,2	13,8	16,8	22,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	11.407	6.300	10.631	12.405	13.846
	%	18,2	10,5	15,1	15,0	17,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	15.507	8.526	15.034	16.963	19.427
	%	18,0	10,2	15,2	14,9	17,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.8 "MOUSSE"

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.463	1.186	2.436	3.963	2.314
	%	3,9	3,5	5,6	7,4	3,5
TEMPS:	Minuts	580	327	732	890	746
	%	4,6	2,8	4,8	5,1	3,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.996	2.851	4.407	4.989	3.756
	%	4,8	4,8	6,3	6,0	4,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.121	3.990	6.409	7.088	5.458
	%	4,8	4,8	6,5	6,2	4,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.9 QUALLADA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		612	1.140	1.704	2.354	2.195
	%	1,6	3,4	3,9	4,4	3,3
TEMPS:	Minuts	255	380	601	509	474
	%	2,0	3,2	4,0	2,9	2,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.542	1.621	2.445	4.187	3.148
	%	2,5	2,7	3,5	5,1	3,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.165	2.238	3.555	6.137	4.565
	%	2,5	2,7	3,6	5,4	4,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS

PRODUCTE: 1.29.10 ALTRES POSTRES FRESCOS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.895	2.470	3.985	2.269	5.189
	%	5,1	7,4	9,2	4,2	7,9
TEMPS:	Minuts	686	940	1.373	589	1.092
	%	5,4	8,0	9,1	3,4	5,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.450	3.339	3.967	3.206	5.126
	%	3,9	5,6	5,6	3,9	6,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.374	4.807	5.685	4.681	7.352
	%	3,9	5,8	5,7	4,1	6,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.29 POSTRES FRESCOS****PRODUCTE: 1.29.11 LÍNIA POSTRES FRESCOS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.342	1.718	4.047	4.195	5.561
	%	3,7	5,1	9,4	7,8	8,4
TEMPS:	Minuts	448	503	1.112	1.321	2.212
	%	3,6	4,3	7,3	7,6	10,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.125	3.070	5.808	7.055	7.799
	%	3,2	5,1	8,2	8,5	9,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.875	4.233	8.214	9.769	11.114
	%	3,3	5,1	8,3	8,6	9,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.30 POSTRES SECS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		563	662	430	1.332	1.977
	%	0,2	0,2	0,1	0,3	0,4
TEMPS:	Minuts	154	189	131	378	368
	%	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.180	952	607	1.313	2.047
	%	0,2	0,2	0,1	0,2	0,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.467	1.054	682	1.570	2.567
	%	0,2	0,2	0,1	0,2	0,3

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.30 POSTRES SECS

PRODUCTE: 1.30.1 GELATINES EN POLS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		336	301	430	1.332	1.977
	%	59,7	45,5	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	80	78	131	378	368
	%	52,0	41,6	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	647	271	607	1.313	2.047
	%	54,8	28,4	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	784	203	682	1.570	2.567
	%	53,4	19,2	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.30 POSTRES SECS

PRODUCTE: 1.30.2 "MOUSSE" EN POLS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		226	361	no consta	no consta	no consta
	%	40,1	54,5	"	"	"
TEMPS:	Minuts	73	111	"	"	"
	%	47,4	58,4	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	533	681	"	"	"
	%	45,2	71,6	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	683	851	"	"	"
	%	46,6	80,8	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.30 POSTRES SECS****PRODUCTE: 1.30.3 ALTRES POSTRES SECS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1	no consta	no consta	no consta	no consta
	%	0,2	"	"	"	"
TEMPS:	Minuts	1	"	"	"	"
	%	0,6	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	0	"	"	"	"
	%	0,0	"	"	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	0	"	"	"	"
	%	0,0	"	"	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.31 PRODUCTES DE CACAU****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (3)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.088	6.554	6.879	8.361	11.658
	%	2,3	2,3	2,0	1,9	2,3
TEMPS:	Minuts	2.805	2.701	2.787	2.500	5.350
	%	2,6	2,7	2,4	1,8	3,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	14.012	9.729	7.581	11.238	15.601
	%	2,7	2,0	1,4	1,7	2,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	17.494	11.209	8.271	13.570	20.408
	%	2,6	1,7	1,1	1,5	2,2

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.31 PRODUCTES DE CACAU

PRODUCTE: 1.31.1 CACAU SOLUBLE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		6.773	5.758	4.874	6.599	8.519
	%	95,6	87,8	70,9	78,9	73,1
TEMPS:	Minuts	2.647	2.479	2.115	2.013	3.802
	%	94,4	91,8	75,9	80,5	71,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	13.299	9.003	6.621	9.665	9.999
	%	94,9	92,5	87,4	86,0	64,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.607	10.664	7.417	11.937	12.996
	%	94,9	95,1	89,7	88,0	63,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.31 PRODUCTES DE CACAU

PRODUCTE: 1.31.2 CREMES DE CACAU

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		315	796	2.004	1.762	3.139
	%	4,4	12,2	29,1	21,1	26,9
TEMPS:	Minuts	158	222	671	487	1.548
	%	5,6	8,2	24,1	19,5	28,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	713	726	959	1.573	5.602
	%	5,1	7,5	12,6	14,0	35,9
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	887	544	854	1.633	7.412
	%	5,1	4,9	10,3	12,0	36,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.31 PRODUCTES DE CACAU****PRODUCTE: 1.31.3 LÍNIA CACAU**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	1	no consta	no consta
	%	"	"	0,0	"	"
TEMPS:	Minuts	"	"	1	"	"
	%	"	"	0,0	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	0,0	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	0	"	"
	%	"	"	0,0	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.32 SALSES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.669	1.871	3.301	11.849	12.000
	%	0,9	0,6	1,0	2,7	2,4
TEMPS:	Minuts	922	629	1.335	4.490	4.249
	%	0,9	0,6	1,2	3,2	2,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.726	2.746	3.254	11.032	11.945
	%	1,1	0,6	0,6	1,7	1,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.636	3.756	4.426	14.885	16.523
	%	1,1	0,6	0,6	1,7	1,8

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.32 SALSES

PRODUCTE: 1.32.1 "KETCHUP"

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	249	903
	%	"	"	"	2,1	7,5
TEMPS:	Minuts	"	"	"	83	270
	%	"	"	"	1,8	6,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	183	1.452
	%	"	"	"	1,7	12,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	162	2.053
	%	"	"	"	1,1	12,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.32 SALSES

PRODUCTE: 1.32.2 SALSES DESHIDRATADES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	6.853	4.603
	%	"	"	"	57,9	38,3
TEMPS:	Minuts	"	"	"	2.712	1.634
	%	"	"	"	60,4	38,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	5.900	4.926
	%	"	"	"	53,4	41,1
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	7.894	6.733
	%	"	"	"	53,0	40,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.32 SALSES

PRODUCTE: 1.32.3 SALSES PER A PASTES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	6	781	3	1.375
	%	"	0,3	23,7	0,0	11,5
TEMPS:	Minuts	"	2	326	1	455
	%	"	0,3	24,4	0,0	10,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	1	233	1	1.217
	%	"	0,1	7,2	0,0	10,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	2	327	1	1.669
	%	"	0,0	0,1	0,0	10,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.32 SALSES

PRODUCTE: 1.32.4 TOMÀQUET FREGIT

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		821	170	562	2.176	1.927
	%	30,8	9,1	17,0	18,4	16,1
TEMPS:	Minuts	212	76	165	698	614
	%	23,0	12,0	12,3	15,6	14,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.683	520	654	2.685	2.108
	%	29,4	19,0	20,1	24,3	17,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.207	727	931	3.723	2.982
	%	28,9	19,4	21,0	25,0	18,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.32 SALSES

PRODUCTE: 1.32.5 LÍNIA "MAHONESES"

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		399	751	896	no consta	1.551
	%	14,9	40,1	27,1	"	12,9
TEMPS:	Minuts	198	247	373	"	644
	%	21,5	39,3	28,0	"	15,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	875	929	1.091	"	1.249
	%	15,3	33,8	33,5	"	10,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.209	1.270	1.449	"	1.717
	%	15,8	33,8	32,7	"	10,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.32 SALSES

PRODUCTE: 1.32.6 ALTRES SALSES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.449	894	1.060	1.249	675
	%	54,3	47,8	32,1	10,5	5,6
TEMPS:	Minuts	512	293	470	447	217
	%	55,5	46,7	35,2	10,0	5,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3.168	1.282	1.268	1.055	179
	%	55,3	46,6	39,0	9,6	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	4.220	1.739	1.707	1.470	235
	%	55,3	46,3	38,6	9,9	1,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.32 SALSES****PRODUCTE: 1.32.7 LÍNIA SALSES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	50	2	1.319	966
	%	"	2,7	0,1	11,1	8,1
TEMPS:	Minuts	"	11	1	549	415
	%	"	1,7	0,1	12,2	9,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	14	8	1.208	814
	%	"	0,5	0,2	11,0	6,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	18	12	1.635	1.134
	%	"	0,5	0,3	11,0	6,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.33 SUCS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP(4)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		8.267	10.811	13.562	14.940	10.890
	%	2,7	3,8	4,0	3,5	2,1
TEMPS:	Minuts	2.688	3.906	4.012	4.269	3.566
	%	2,5	3,9	3,5	3,0	2,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	16.530	21.844	22.226	24.801	20.586
	%	3,2	4,4	4,0	3,7	3,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.949	29.506	30.519	33.960	28.255
	%	3,3	4,6	4,1	3,8	3,0

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.33 SUCS

PRODUCTE: 1.33.1 ORXATA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	319	no consta	no consta	12
	%	"	3,0	"	"	0,1
TEMPS:	Minuts	"	53	"	"	15
	%	"	1,4	"	"	0,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	561	"	"	5
	%	"	2,6	"	"	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	750	"	"	8
	%	"	2,5	"	"	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.33 SUCS

PRODUCTE: 1.33.2 SUCS DE FRUITA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		8.267	10.491	9.986	12.524	9.616
	%	100,0	97,0	73,6	83,9	79,1
TEMPS:	Minuts	2.688	3.853	3.113	3.499	2.795
	%	100,0	98,6	77,6	81,9	78,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	16.530	21.278	17.935	19.888	16.336
	%	100,0	97,4	80,7	80,2	79,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	21.949	28.750	24.545	27.272	22.306
	%	100,0	97,5	80,4	80,3	78,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.33 SUCS

PRODUCTE: 1.33.3 ALTRES SUCS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	3.576	2.412	2.262
	%	"	"	26,4	16,1	20,8
TEMPS:	Minuts	"	"	899	768	756
	%	"	"	22,4	18,0	21,2
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	4.291	4.910	4.245
	%	"	"	19,3	19,8	20,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	5.974	6.683	5.941
	%	"	"	19,6	19,7	21,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.33 SUCS

PRODUCTE: 1.33.4 LÍNIA SUCS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	1	no consta	4	no consta
	%	"	0,0	"	0,0	"
TEMPS:	Minuts	"	0	"	2	"
	%	"	0,0	"	0,1	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	4	"	3	"
	%	"	0,0	"	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	6	"	5	"
	%	"	0,0	"	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.34 VINS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		4.850	4.089	6.570	3.504	5.993
	%	1,6	1,4	1,9	0,8	1,2
<b>TEMPS:</b>	Minuts	1.284	853	1.690	992	1.981
	%	1,2	0,8	1,5	0,7	1,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	6.456	3.882	8.102	4.234	7.837
	%	1,3	0,8	1,5	0,6	1,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	8.468	5.288	11.033	5.562	10.520
	%	1,3	0,8	1,5	0,6	1,1

**OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.****SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.34 VINS****PRODUCTE: 1.34.1 BODEGUES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		18	81	156	215	79
	%	0,4	2,0	2,4	6,1	1,3
<b>TEMPS:</b>	Minuts	4	21	36	44	22
	%	0,3	2,5	2,1	4,4	1,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	89	137	396	313	92
	%	1,4	3,5	4,9	7,4	1,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	94	158	529	404	93
	%	1,1	3,0	4,8	7,3	0,9

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.**

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.34 VINS

PRODUCTE: 1.34.2 VINS DENOMINACIÓ D'ORIGEN

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.881	1.446	1.805	1.634	4.233
	%	38,8	35,2	27,5	46,6	70,6
TEMPS:	Minuts	406	272	366	372	1.368
	%	31,7	31,9	21,7	37,5	69,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.426	1.016	1.439	1.609	4.940
	%	37,5	26,1	17,7	38,0	63,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.319	1.412	1.843	2.066	6.737
	%	39,2	26,7	16,7	37,1	64,1

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.34 VINS

PRODUCTE: 1.34.3 VINS DOLÇOS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		25	2	no consta	8	11
	%	0,5	0,1	"	0,2	0,2
TEMPS:	Minuts	8	2	"	3	1
	%	0,6	0,2	"	0,3	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	15	6	"	14	24
	%	0,2	0,2	"	0,3	0,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	19	11	"	16	21
	%	0,2	0,2	"	0,3	0,2

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.34 VINS

PRODUCTE: 1.34.4 FINOS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		320	162	313	707	949
	%	6,6	4,0	4,8	20,2	15,8
TEMPS:	Minuts	92	41	151	320	336
	%	7,2	4,9	9,0	32,2	17,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	758	184	271	1.607	2.337
	%	11,7	4,7	3,3	38,0	29,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	824	214	375	2.145	3.052
	%	9,7	4,0	3,4	38,6	29,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.34 VINS

PRODUCTE: 1.34.5 VINS DE TAULA COMUNS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.465	890	1.137	654	586
	%	50,8	21,8	17,2	18,7	9,8
TEMPS:	Minuts	711	224	259	150	204
	%	55,4	26,2	15,3	15,2	10,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.856	853	1.324	144	288
	%	44,2	22,0	16,4	3,4	3,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.794	1.210	1.824	191	410
	%	44,8	22,9	16,5	3,4	3,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.34 VINS

PRODUCTE: 1.34.6 ALTRES VINS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		11	20	3	34	3
	%	0,2	0,5	0,1	1,0	0,1
TEMPS:	Minuts	1	7	0	9	0
	%	0,1	0,8	0,0	0,9	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2	9	1	15	2
	%	0,0	0,2	0,0	0,3	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2	13	0	22	2
	%	0,0	0,3	0,0	0,4	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.34 VINS

PRODUCTE: 1.34.7 LÍNIA VINS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		130	1.488	3.156	252	132
	%	2,7	36,4	48,0	7,2	2,2
TEMPS:	Minuts	62	286	878	94	50
	%	4,7	33,5	51,9	9,5	2,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	310	1.677	4.671	532	154
	%	5,0	43,3	57,7	12,6	2,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	416	2.271	6.462	718	205
	%	5,0	42,9	58,6	12,9	1,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.35 WHISKIES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (2)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		no consta	no consta	15	no consta	1
	%	"	"	0,0	"	0,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	"	"	2	"	1
	%	"	"	0,0	"	0,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	"	"	1	"	0
	%	"	"	0,0	"	0,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	"	"	1	"	0
	%	"	"	0,0	"	0,0

**OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.****SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.35 WHISKIES****PRODUCTE: 1.35.1 ESCOCÈS/ESTÀNDARD**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		no consta	no consta	15	no consta	no consta
	%	"	"	100,0	"	"
<b>TEMPS:</b>	Minuts	"	"	2	"	"
	%	"	"	100,0	"	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	100,0	"	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	100,0	"	"

**OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.**

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

GRUP: 1.35 WHISKIES

PRODUCTE: 1.35.2 ALTRES WHISKIES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	1
	%	"	"	"	"	100,0
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	1
	%	"	"	"	"	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	0
	%	"	"	"	"	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	0
	%	"	"	"	"	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI**

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (6)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.332	3.917	6.839	8.380	10.625
	%	1,4	1,4	2,0	1,9	2,1
TEMPS:	Minuts	1.470	1.279	2.279	3.004	3.753
	%	1,4	1,3	2,0	2,1	2,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	12.676	10.058	14.918	16.236	22.401
	%	2,5	2,0	2,7	2,4	3,2
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	16.900	13.201	20.170	22.234	30.764
	%	2,5	2,0	2,7	2,5	3,3

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: 1.36.1 BOMBONS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.834	1.787	2.362	3.735	4.612
	%	42,3	45,5	34,5	44,6	43,4
TEMPS:	Minuts	516	583	847	1.430	1.819
	%	35,1	45,6	37,2	47,6	48,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.760	5.134	6.105	8.873	9.734
	%	45,5	51,0	40,9	54,6	43,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.679	6.881	8.484	12.281	13.619
	%	45,4	52,1	42,0	55,3	44,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: 1.36.2 XOCOLATA EN PRESA

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.246	1.032	1.505	1.280	1.533
	%	28,8	26,4	22,0	15,3	14,4
TEMPS:	Minuts	475	302	479	426	473
	%	32,3	23,6	21,0	14,2	12,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.798	2.356	3.428	2.297	3.070
	%	22,0	23,4	23,0	14,1	13,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.761	3.037	4.700	3.054	4.196
	%	22,3	23,0	23,3	13,7	13,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: 1.36.3 XOCOLATES A LA TASSA EN POLS O LÍQUID

ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	
ESPOTS PUBLICITARIS:	467	186	267	no consta	491	
%	10,8	4,8	3,9	"	4,6	
TEMPS:	Minuts	156	62	90	"	161
%	10,6	4,9	3,9	"	4,3	
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.626	713	825	"	1.487
%	12,8	7,1	5,5	"	6,6	
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.227	924	1.170	"	2.110
%	13,2	7,0	5,8	"	6,9	

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: 1.36.4 XOCOLATINES I BARRES DE XOCOLATA

ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	
ESPOTS PUBLICITARIS:	784	911	2.338	2.181	2.344	
%	18,1	23,3	34,2	26,0	22,1	
TEMPS:	Minuts	323	332	770	753	838
%	22,0	25,9	33,8	25,0	22,3	
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.484	1.855	3.695	2.513	5.994
%	19,6	18,5	24,8	15,5	26,8	
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.223	2.359	4.616	3.207	7.922
%	19,0	17,9	22,9	14,4	25,3	

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: 1.36.5 ALTRES XOCOLATES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	27	13
	%	"	"	"	0,3	0,1
TEMPS:	Minuts	"	"	"	5	2
	%	"	"	"	0,2	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	7	3
	%	"	"	"	0,1	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	9	4
	%	"	"	"	0,0	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.36 XOCOLATES

PRODUCTE: 1.36.6 LÍNIA XOCOLATES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1	1	367	1.157	1.632
	%	0,0	0,0	5,4	13,8	15,4
TEMPS:	Minuts	0	1	93	390	460
	%	0,0	0,0	4,1	13,0	12,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	8	1	865	2.546	2.113
	%	0,1	0,0	5,8	15,7	9,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	10	0	1.200	3.683	2.913
	%	0,1	0,0	6,0	16,6	9,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (6)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		178	1.446	504	659	587
	%	0,1	0,5	0,1	0,2	0,1
<b>TEMPS:</b>	Minuts	66	359	146	143	149
	%	0,1	0,4	0,1	0,1	0,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	459	2.859	589	1.963	1.679
	%	0,1	0,6	0,1	0,3	0,2
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	583	3.647	721	2.848	2.380
	%	0,1	0,6	0,1	0,3	0,3

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ****PRODUCTE: 1.37.1 CARAMELS LÍQUIDS, XAROPS I "SIROPES"**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		no consta	667	234	1	no consta
	%	"	46,2	46,4	0,2	"
<b>TEMPS:</b>	Minuts	"	128	78	0	"
	%	"	35,6	53,3	0,1	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	"	801	234	0	"
	%	"	28,0	39,8	0,0	"
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	"	820	212	0	"
	%	"	22,5	29,4	0,0	"

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ

## PRODUCTE: 1.37.2 CONDIMENTS I ESPÈCIES VARIES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	10	4	no consta	no consta
	%	"	0,7	0,8	"	"
TEMPS:	Minuts	"	9	4	"	"
	%	"	2,5	2,9	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	12	1	"	"
	%	"	0,4	0,1	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	17	1	"	"
	%	"	0,5	0,2	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

## GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ

## PRODUCTE: 1.37.3 FARINES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		28	36	134	2	no consta
	%	15,7	2,5	26,6	0,3	"
TEMPS:	Minuts	9	4	45	3	"
	%	13,6	1,1	30,6	2,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	16	8	20	0	"
	%	3,5	0,3	30,4	0,0	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	22	7	28	0	"
	%	3,8	0,2	3,9	0,0	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ

PRODUCTE: 1.37.4 MEL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		101	353	92	626	521
	%	56,7	24,4	18,3	95,0	88,7
TEMPS:	Minuts	51	105	15	130	124
	%	77,4	29,3	10,5	91,0	82,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	423	1.377	312	1.922	1.593
	%	92,2	48,2	52,9	97,9	94,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	535	1.878	448	2.785	2.251
	%	91,8	51,4	62,0	97,8	94,5

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ

PRODUCTE: 1.37.5 ALTRES ALIMENTACIÓ

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		29	44	40	30	34
	%	16,3	3,0	7,9	4,5	5,8
TEMPS:	Minuts	3	4	4	10	12
	%	4,5	1,2	2,7	6,9	8,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	17	24	22	41	57
	%	3,7	0,8	3,8	2,1	3,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	23	33	32	63	86
	%	3,9	0,9	4,5	2,2	3,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.37 VARIS ALIMENTACIÓ****PRODUCTE: 1.37.6 LÍNIA VARIS ALIMENTACIÓ**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		20	336	no consta	no consta	32
	%	11,3	23,2	"	"	5,5
TEMPS:	Minuts	3	109	"	"	13
	%	4,5	30,3	"	"	8,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	3	638	"	"	29
	%	0,6	22,3	"	"	1,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3	892	"	"	43
	%	0,5	24,5	"	"	1,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.868	1.549	3.067	2.826	3.241
	%	0,6	0,5	0,9	0,7	0,6
TEMPS:	Minuts	506	425	935	838	1.044
	%	0,5	0,4	0,8	0,6	0,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.321	3.874	6.331	5.264	4.657
	%	1,0	0,8	1,1	0,8	0,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.422	5.381	8.693	7.410	6.499
	%	1,1	0,8	1,2	0,8	0,7

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.38 LÍNIA ALIMENTACIÓ****PRODUCTE: 1.38.1 LÍNIA ALIMENTACIÓ**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.868	1.549	3.067	2.826	3.241
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	506	425	935	838	1.044
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	5.321	3.874	6.331	5.264	4.657
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	7.422	5.381	8.693	7.410	6.499
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.39 VARIS BEGUDES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	6	no consta	no consta
	%	"	"	0,0	"	"
TEMPS:	Minuts	"	"	1	"	"
	%	"	"	0,0	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	0,0	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	0,0	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.39 VARIS BEGUDES****PRODUCTE: 1.39.1 ALTRES BEGUDES VÀRIES**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	6	no consta	no consta
	%	"	"	100,0	"	"
TEMPS:	Minuts	"	"	1	"	"
	%	"	"	100,0	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	100,0	"	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	1	"	"
	%	"	"	100,0	"	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI****GRUP: 1.40 LÍNIA BEGUDES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.974	2.565	2.473	4.166	5.603
	%	1,0	0,9	0,7	1,0	1,1
TEMPS:	Minuts	2.013	1.250	1.219	2.477	3.206
	%	1,9	1,2	1,1	1,7	1,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.669	3.249	3.979	6.780	10.594
	%	0,9	0,7	0,7	1,0	1,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.786	4.221	5.203	9.105	14.348
	%	0,9	0,7	0,7	1,0	1,5

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 1.

SECTOR: 1. PRODUCTES ALIMENTARIS DE CONSUM ORDINARI

GRUP: 1.40 LÍNIA BEGUDES

PRODUCTE: 1.40.1 LÍNIA BEGUDES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.974	2.565	2.473	4.166	5.603
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	2.013	1.250	1.219	2.477	2.306
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.669	3.249	3.979	6.780	10.598
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.786	4.221	5.203	9.105	14.348
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.**

**SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.****GRUP: TOTAL 2**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.747	3.144	2.875	3.110	5.892
	%	1,3	1,0	0,7	0,6	1,0
TEMPS:	Minuts	1.148	771	813	847	1.742
	%	0,9	0,7	0,6	0,5	0,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	14.276	8.112	7.107	7.238	7.397
	%	2,4	1,4	1,1	1,0	1,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	18.749	10.685	9.543	9.909	10.211
	%	2,4	1,4	1,1	1,0	1,0

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

**SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.****GRUP: 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (5)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		3.487	2.358	1.967	2.340	1.101
	%	73,5	75,0	68,4	75,2	18,7
TEMPS:	Minuts	840	583	561	613	296
	%	73,2	75,6	69,0	72,4	17,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	9.968	6.518	5.122	5.413	2.734
	%	69,8	80,4	72,1	74,8	37,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.055	8.589	6.844	7.364	3.788
	%	69,6	80,4	71,7	74,3	37,1

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 2.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.1.1 FARINES I FARINETES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.384	598	520	931	282
	%	39,7	25,4	26,4	39,8	25,6
TEMPS:	Minuts	324	165	138	245	76
	%	38,6	28,4	24,6	40,2	25,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.722	1.390	1.125	1.980	618
	%	47,4	21,3	22,0	36,6	22,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.291	1.852	1.472	2.718	897
	%	48,2	21,6	21,5	36,8	23,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.1.2 LLETS INFANTILS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		653	545	296	278	no consta
	%	18,7	23,1	15,0	11,9	"
TEMPS:	Minuts	186	115	67	79	"
	%	22,1	19,8	11,9	12,8	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.275	1.409	1.120	1.205	"
	%	12,8	21,6	21,8	22,3	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.678	1.980	1.523	1.786	"
	%	12,9	23,1	22,3	24,3	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.1.3 "POTITOS"

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		990	850	564	39	no consta
	%	28,4	36,0	28,7	1,7	"
TEMPS:	Minuts	241	201	200	16	"
	%	28,7	34,4	35,7	2,6	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.613	2.600	1.565	8	"
	%	26,2	39,9	30,5	0,1	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.469	3.264	2.061	9	"
	%	26,6	38,0	30,0	0,1	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL

PRODUCTE: 2.1.4 ALTRES ALIMENTACIÓ INFANTIL

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	306	580	318	no consta
	%	"	13,0	29,5	13,6	"
TEMPS:	Minuts	"	85	154	85	"
	%	"	14,5	27,5	13,8	"
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	908	1.299	180	"
	%	"	13,9	25,4	3,3	"
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	1.206	1.770	248	"
	%	"	14,0	25,9	3,4	"

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.****GRUP: 2.1 ALIMENTACIÓ INFANTIL****PRODUCTE: 2.1.5 LÍNIA ALIMENTACIÓ INFANTIL**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		460	59	7	774	819
	%	13,2	2,5	0,4	33,0	74,4
TEMPS:	Minuts	89	17	2	188	220
	%	10,6	2,9	0,3	30,6	74,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.358	212	13	2.040	2.116
	%	13,6	3,3	0,3	37,7	77,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.617	287	18	2.603	2.891
	%	12,3	3,3	0,3	35,4	76,3

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.****GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (7)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.260	786	908	770	4.791
	%	26,5	25,0	31,6	24,8	81,3
TEMPS:	Minuts	308	188	252	234	1.446
	%	26,8	24,4	31,0	27,6	83,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.308	1.594	1.985	1.825	4.663
	%	30,2	19,6	27,9	25,2	63,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	5.694	2.096	2.699	2.545	6.423
	%	30,4	19,6	28,3	25,7	62,9

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 2.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.1 BATUTS I BARRETES DIETÈTIQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	766
	%	"	"	"	"	16,0
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	192
	%	"	"	"	"	13,3
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	<b>GRP'S</b>	"	"	"	"	464
	%	"	"	"	"	10,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	"	"	"	"	602
	%	"	"	"	"	9,4

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.2 EDULCORANTS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		218	84	no consta	9	49
	%	17,3	10,7	"	1,2	1,0
TEMPS:	Minuts	83	14	"	7	28
	%	26,9	7,4	"	3,0	1,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	<b>GRP'S</b>	513	295	"	26	158
	%	11,9	18,5	"	1,4	3,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	<b>GRP'S</b>	731	374	"	41	243
	%	12,8	17,8	"	1,6	3,8

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.3 GALETES DIETÈTIQUES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		24	90	215	no consta	8
	%	1,9	11,5	23,7	"	0,2
TEMPS:	Minuts	13	15	36	"	9
	%	4,2	8,0	14,3	"	0,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	87	87	156	"	23
	%	2,0	5,5	7,9	"	0,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	106	130	237	"	37
	%	1,9	6,2	8,8	"	0,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.4 INFUSIONS PER APRIMAR-SE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		no consta	no consta	no consta	no consta	1
	%	"	"	"	"	0,0
TEMPS:	Minuts	"	"	"	"	1
	%	"	"	"	"	0,1
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	"	"	"	"	1
	%	"	"	"	"	0,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	"	"	"	"	1
	%	"	"	"	"	0,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.5 PREPARATS PER APRIMAR-SE (PARAFÀRMACIA)

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		500	317	339	491	2.622
	%	39,7	40,3	37,3	63,7	54,8
TEMPS:	Minuts	149	105	119	175	851
	%	48,5	55,9	47,2	74,8	58,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.432	731	1.165	1.044	2.250
	%	33,2	45,8	58,7	57,2	48,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	1.933	1.008	1.619	1.454	3.126
	%	33,9	48,1	60,0	57,1	48,6

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.6 ALTRES DIETÈTICS I PER APRIMAR-SE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		125	266	327	253	309
	%	9,9	33,8	36,0	32,9	6,4
TEMPS:	Minuts	13	44	70	36	63
	%	4,2	23,4	27,8	15,4	4,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	320	335	623	712	715
	%	7,4	21,0	31,4	39,0	15,3
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	328	379	774	982	946
	%	5,8	18,1	28,6	38,6	14,7

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 2. PRODUCTES ALIMENTARIS DESTINATS A UNA ALIMENTACIÓ ESPECIAL.

GRUP: 2.2 ALIMENTS PER APRIMAR-SE

PRODUCTE: 2.2.7 LÍNIA DIETÈTICS I PER APRIMAR-SE

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		393	29	27	17	1.036
	%	31,2	3,7	3,0	2,2	21,6
TEMPS:	Minuts	50	10	27	16	302
	%	16,2	5,3	10,7	6,8	20,8
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	1.956	146	41	43	1.052
	%	45,5	9,2	2,0	2,4	2,5
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.596	205	69	68	1.468
	%	45,6	9,8	2,6	2,7	22,9

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS**

**SECTOR: 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.****GRUP: TOTAL 2**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		2.101	2.438	3.023	2.538	3.133
	%	0,6	0,7	0,8	0,5	0,5
TEMPS:	Minuts	659	668	818	774	848
	%	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	4.627	7.443	6.330	6.595	7.688
	%	0,8	1,3	1,0	0,9	1,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	6.458	10.411	8.712	8.911	10.503
	%	0,8	1,4	1,0	0,9	1,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

**SECTOR: 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.****GRUP: 3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		921	1.177	995	1.514	1.668
	%	43,8	48,3	32,9	59,7	53,2
TEMPS:	Minuts	368	280	273	461	464
	%	55,8	41,9	33,4	59,6	54,7
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.498	3.940	3.491	4.135	3.655
	%	54,0	52,9	55,2	62,7	47,7
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.578	5.680	4.828	5.561	4.948
	%	55,4	54,6	55,4	62,4	47,1

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.

SECTOR: 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.  
 GRUP: 3.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS  
 PRODUCTE: 3.1.1 RECONSTITUENTS I ENERGÈTICS

ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	
ESPOTS PUBLICITARIS:	921	1.177	995	1.514	1.668	
%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
TEMPS:	Minuts	368	280	273	461	464
%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.498	3.940	3.491	4.135	3.655
%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	3.578	5.680	4.828	5.561	4.948
%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

SECTOR: 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.  
 GRUP: 3.2 VITAMINES

ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	
ESPOTS PUBLICITARIS:	1.180	1.261	2.028	1.024	1.465	
%	56,2	51,7	67,1	40,3	46,8	
TEMPS:	Minuts	291	388	545	313	384
%	44,2	58,1	66,6	40,4	45,3	
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.129	3.503	2.839	2.460	4.013
%	46,0	47,1	44,8	37,3	52,3	
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.880	4.731	3.884	3.350	5.555
%	44,6	45,4	44,6	37,6	52,9	

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 3.

SECTOR: 3. COMPLEMENTS ALIMENTARIS.

GRUP: 3.2 VITAMINES

PRODUCTE: 3.2.1 VITAMINES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.180	1.261	2.028	1.024	1.465
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	291	388	545	313	384
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	2.129	3.503	2.839	2.460	4.013
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	2.880	4.731	3.884	3.350	5.555
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.**

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.****GRUP: TOTAL 3**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		28.954	25.311	33.423	35.864	34.830
	%	8,1	7,7	8,5	7,3	6,1
<b>TEMPS:</b>	Minuts	9.121	7.830	10.546	11.155	10.070
	%	7,5	6,9	8,1	6,9	5,3
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	41.604	39.810	36.286	36.101	39.039
	%	7,0	7,0	5,8	4,9	5,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	51.669	49.174	46.381	45.229	49.230
	%	6,7	6,6	5,6	4,6	4,7

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.****GRUP: 4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		27.108	23.462	30.887	32.664	31.767
	%	93,6	92,7	92,4	91,0	91,2
<b>TEMPS:</b>	Minuts	8.505	7.244	9.812	10.256	9.231
	%	93,3	92,5	93,0	92,0	91,7
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	41.076	38.536	35.347	35.204	38.185
	%	98,7	96,8	97,4	97,5	97,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	51.005	47.510	45.099	44.001	48.084
	%	98,7	96,6	97,2	97,3	97,7

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 4.

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.****GRUP: 4.1 CADENES DE MENJAR RÀPID I/O DOMICILI****PRODUCTE: 4.1.1 CADENES DE MENJAR RÀPIDS I/O DOMICILI**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		27.108	23.462	30.887	32.664	31.767
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	8.505	7.244	9.812	10.256	9.231
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	41.076	38.536	35.347	35.204	38.185
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	51.005	47.510	45.099	44.001	48.084
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.****GRUP: 4.2 CAFETERIES I BARS****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		653	913	787	703	750
	%	2,3	3,6	2,4	2,0	2,2
TEMPS:	Minuts	266	325	302	270	292
	%	2,9	4,2	2,9	2,4	2,9
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	69	924	295	130	141
	%	0,2	2,3	0,8	0,4	0,4
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	90	1.224	395	179	189
	%	0,2	2,5	0,9	0,4	0,4

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.**  
**GRUP: 4.2 CAFETERIES I BARS**  
**PRODUCTE: 4.2.1 CAFETERIES I BARS**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		653	913	787	703	750
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	266	325	302	270	292
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	69	924	295	130	141
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	90	1.224	395	179	189
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.**  
**GRUP: 4.3 RESTAURANTS**  
**PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.193	936	1.749	2.497	2.313
	%	4,1	3,7	5,2	7,0	6,6
TEMPS:	Minuts	350	261	432	629	547
	%	3,8	3,3	4,1	5,6	5,4
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	459	350	644	767	713
	%	1,1	0,9	1,8	2,1	1,8
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	574	440	887	1.049	957
	%	1,1	0,9	1,9	2,3	1,9

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 4.

SECTOR: 4. RESTAURACIÓ.  
GRUP: 4.3 RESTAURANTS  
PRODUCTE: 4.3.1 RESTAURANTS

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		1.193	936	1.749	2.497	2.313
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	350	261	432	629	547
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	459	350	644	767	713
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	574	440	887	1.049	957
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES.**

**SECTOR: 5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES****GRUP: TOTAL 1**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		7.540	7.409	5.808	11.123	15.269
	%	2,1	2,2	1,5	2,3	2,7
<b>TEMPS:</b>	Minuts	2.324	2.254	1.929	4.240	5.822
	%	1,9	2,0	1,5	2,6	3,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	9.604	11.128	10.864	15.732	16.399
	%	1,6	2,0	1,7	2,1	2,1
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	13.385	15.569	15.338	22.528	23.139
	%	1,7	2,1	1,8	2,3	2,2

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

**SECTOR: 5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES****GRUP: 5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		7.540	7.409	5.808	11.123	15.269
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>TEMPS:</b>	Minuts	2.324	2.254	1.929	4.240	5.822
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	9.604	11.128	10.864	15.732	16.399
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	13.385	15.569	15.338	22.528	23.139
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 5.

SECTOR: 5. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES  
GRUP: 5.1 CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES  
 PRODUCTE: 5.1.1. CADENES I TENDES D'ALIMENTACIÓ I BEGUDES

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		7.540	7.409	5.808	11.123	15.269
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	2.324	2.254	1.929	4.240	5.822
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	9.604	11.128	10.864	15.732	16.399
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	13.385	15.569	15.338	22.528	23.139
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC.**

**SECTOR: 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC****GRUP: TOTAL 2**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		5.064	4.484	6.131	6.777	5.160
	%	1,4	1,4	1,6	1,4	0,9
<b>TEMPS:</b>	Minuts	1.867	1.544	1.928	1.912	1.873
	%	1,5	1,4	1,5	1,2	1,0
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	6.540	6.793	10.125	9.742	6.088
	%	1,1	1,2	1,6	1,3	0,8
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	8.868	9.524	13.854	13.260	8.519
	%	1,1	1,3	1,7	1,3	0,8

**OBSERVACIONS:** Percentatges referits al total de la publicitat en alimentació.

**SECTOR: 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC****GRUP: 6.1 CAMPANYES DE CONSUM****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
<b>ESPOTS PUBLICITARIS:</b>		4.850	4.280	5.592	6.351	3.579
	%	95,8	95,5	91,2	93,7	69,4
<b>TEMPS:</b>	Minuts	1.819	1.478	1.738	1.782	1.188
	%	97,4	95,7	90,1	93,2	63,4
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b>	GRP'S	6.373	6.644	9.897	9.393	4.285
	%	97,4	97,8	97,7	96,4	70,4
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b>	GRP'S	8.652	9.339	13.523	12.766	5.988
	%	97,6	98,1	97,6	96,3	70,3

**OBSERVACIONS:** Percentatges en relació al sector 6.

**SECTOR: 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC****GRUP: 6.1 CAMPANYES DE CONSUM****PRODUCTE: 6.1.1 CAMPANYES DE CONSUM**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		4.850	4.280	5.592	6.351	3.579
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	1.819	1.478	1.738	1.782	1.188
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	6.373	6.644	9.897	9.393	4.285
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	8.652	9.339	13.523	12.766	5.988
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.

**SECTOR: 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC****GRUP: 6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN****PRODUCTE: TOTS ELS DEL GRUP (1)**

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		214	204	539	426	1.581
	%	4,2	4,5	8,8	6,3	30,6
TEMPS:	Minuts	48	66	190	130	685
	%	2,6	4,3	9,9	6,8	36,6
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	167	149	228	349	1.803
	%	2,6	2,2	2,3	3,6	29,6
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	216	185	331	494	2.531
	%	2,4	1,9	2,4	3,7	29,7

OBSERVACIONS: Percentatges en relació al sector 6.

SECTOR: 6. CAMPANYES D'INTERÈS PÚBLIC

GRUP: 6.2 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN

PRODUCTE: 6.2.1 CAMPANYES DENOMINACIÓ D'ORIGEN

	ANY:	<u>1999</u>	<u>2000</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
ESPOTS PUBLICITARIS:		214	204	539	426	1.581
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
TEMPS:	Minuts	48	66	190	130	685
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:	GRP'S	167	149	228	349	1.803
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:	GRP'S	216	185	331	494	2.531
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

OBSERVACIONS: Percentatges referits al grup.