



## **Informe de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya del període 2007 – 2017 Resum**

Barcelona, 19 Febrer 2018

Document confidencial per: **ACR** )))  
Associació Catalana de Ràdio

1

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

2

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

3

Annex: Metodologia de treball

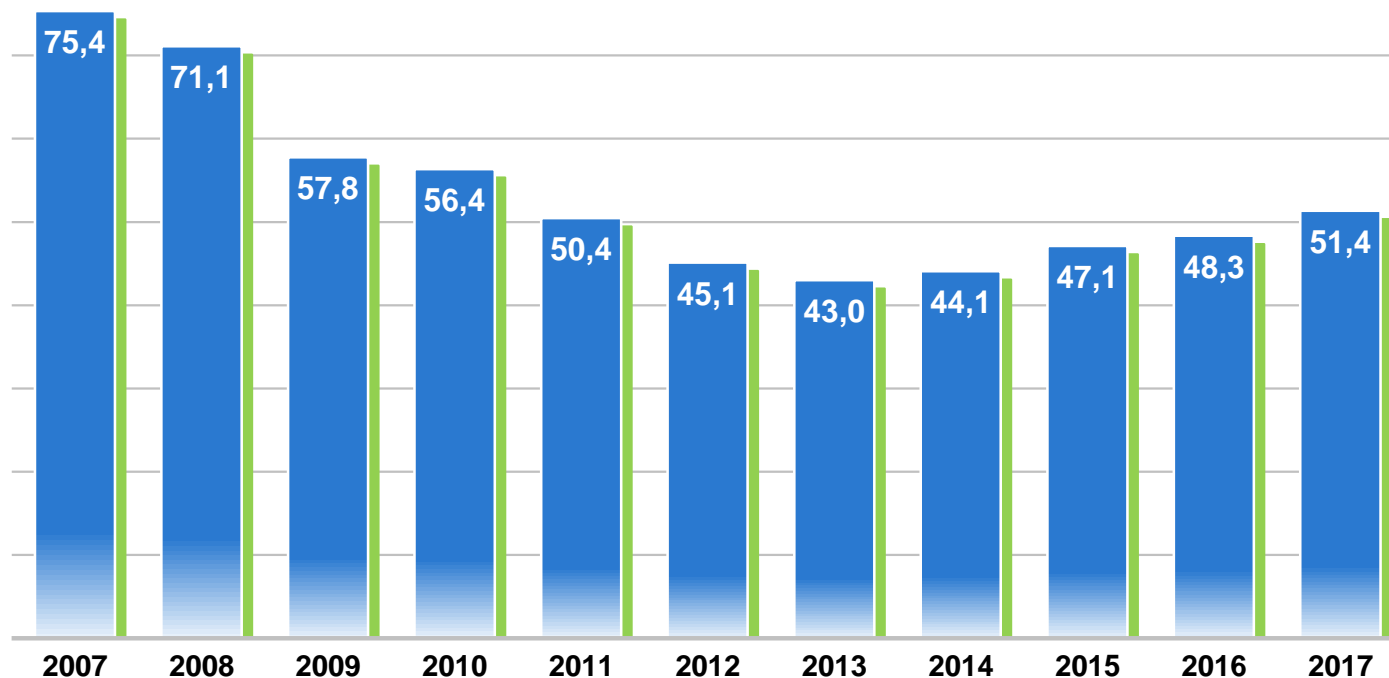
## Evolució de la inversió publicitària de la Ràdio a Catalunya

Mill. €

Any 2017



+6,3%



% variació any anterior

-5,6%

-18,8%

-2,4%

-10,5%

-10,6%

-4,7%

+2,6%

+6,5%

+2,6%

+6,3%

Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

# Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

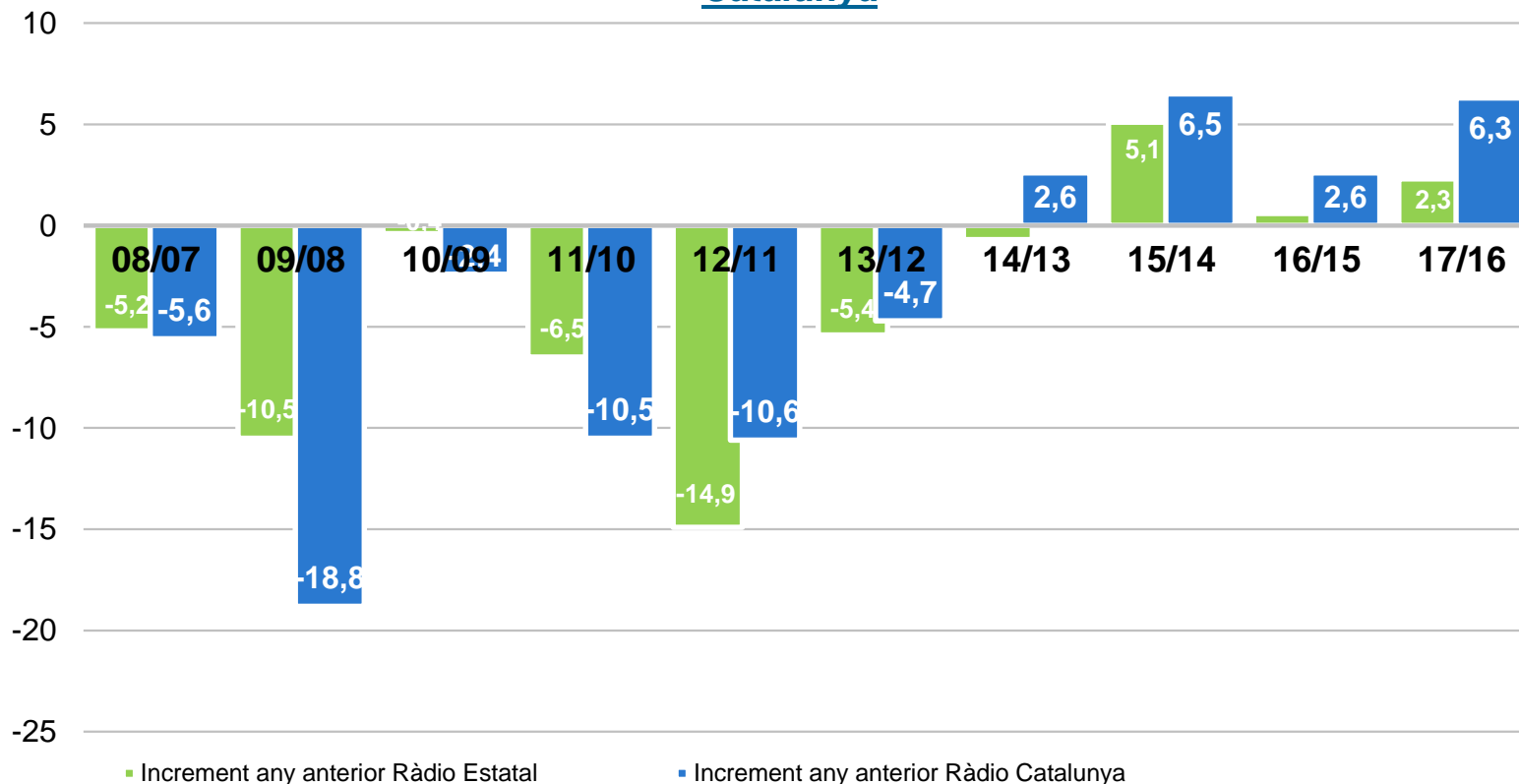
La ràdio ha tingut un millor comportament que altres mitjans davant la crisi, augmentant en deu anys més de quatre punts la seva participació, passant del 11,6 % de participació l'any 2007 al 14,9 % de participació l'any 2017.



Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

En els quatre darrers anys, la ràdio a Catalunya creix més que la ràdio estatal

## Comparació del creixement de la inversió publicitària de la Ràdio Estatal i Catalunya



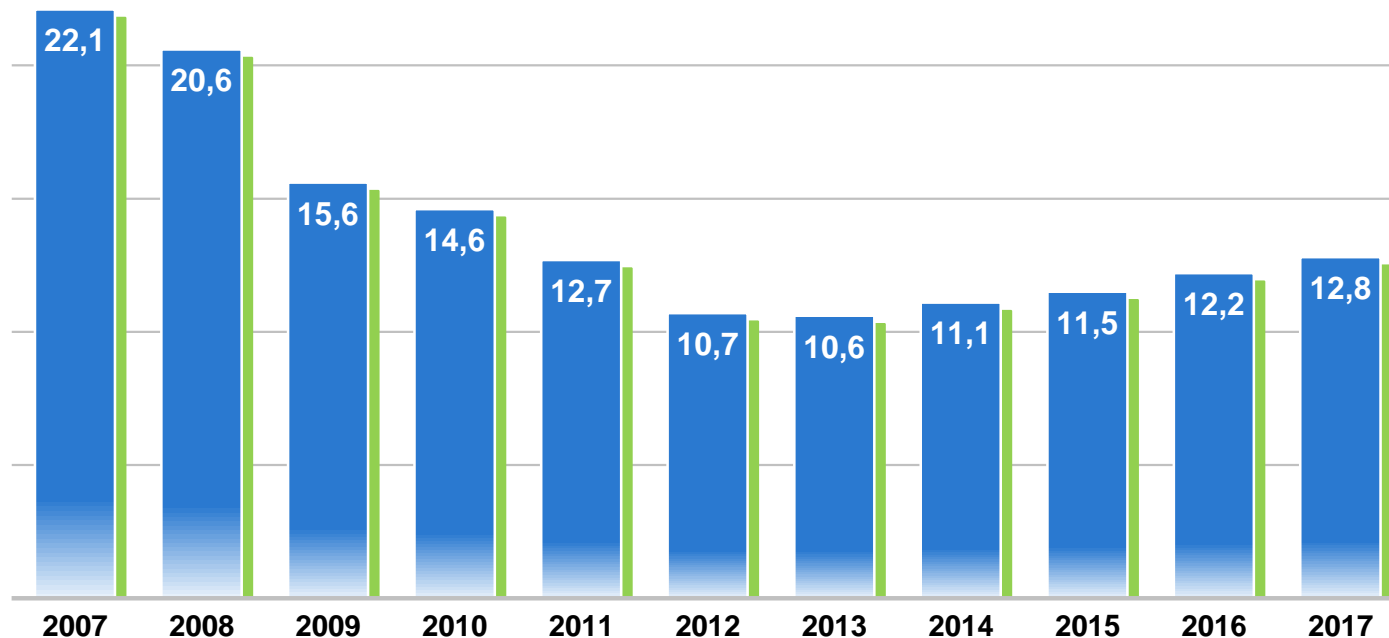
Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

## Evolució dels ingressos per oient

Any 2017



+4,9%



% variació  
any anterior

-6,8%

-24,3%

-6,4%

-13,3%

-15,7%

-0,9%

+4,3%

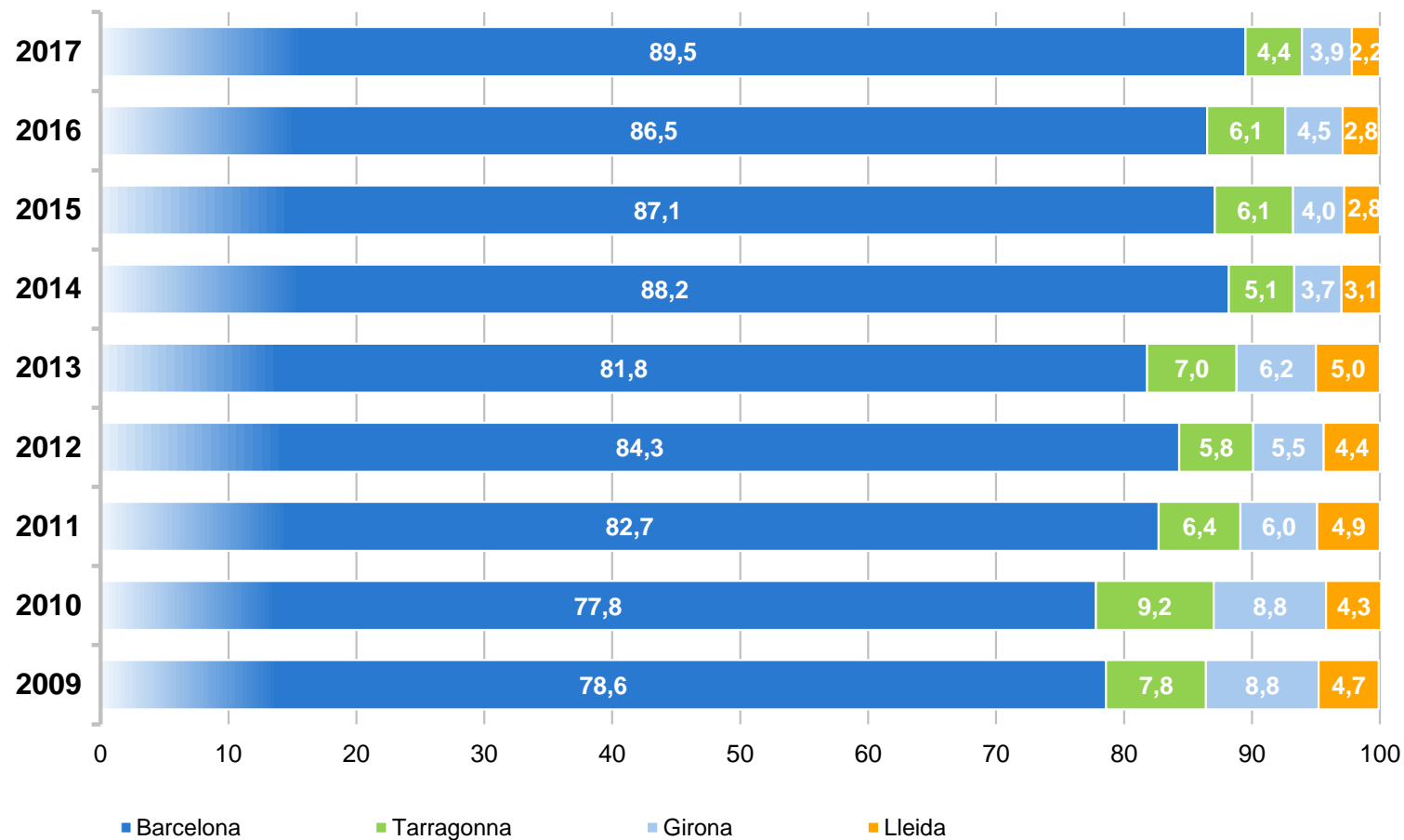
+3,6%

+5,2%

+4,9%

Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

## Distribució de la inversió publicitària per demarcacions

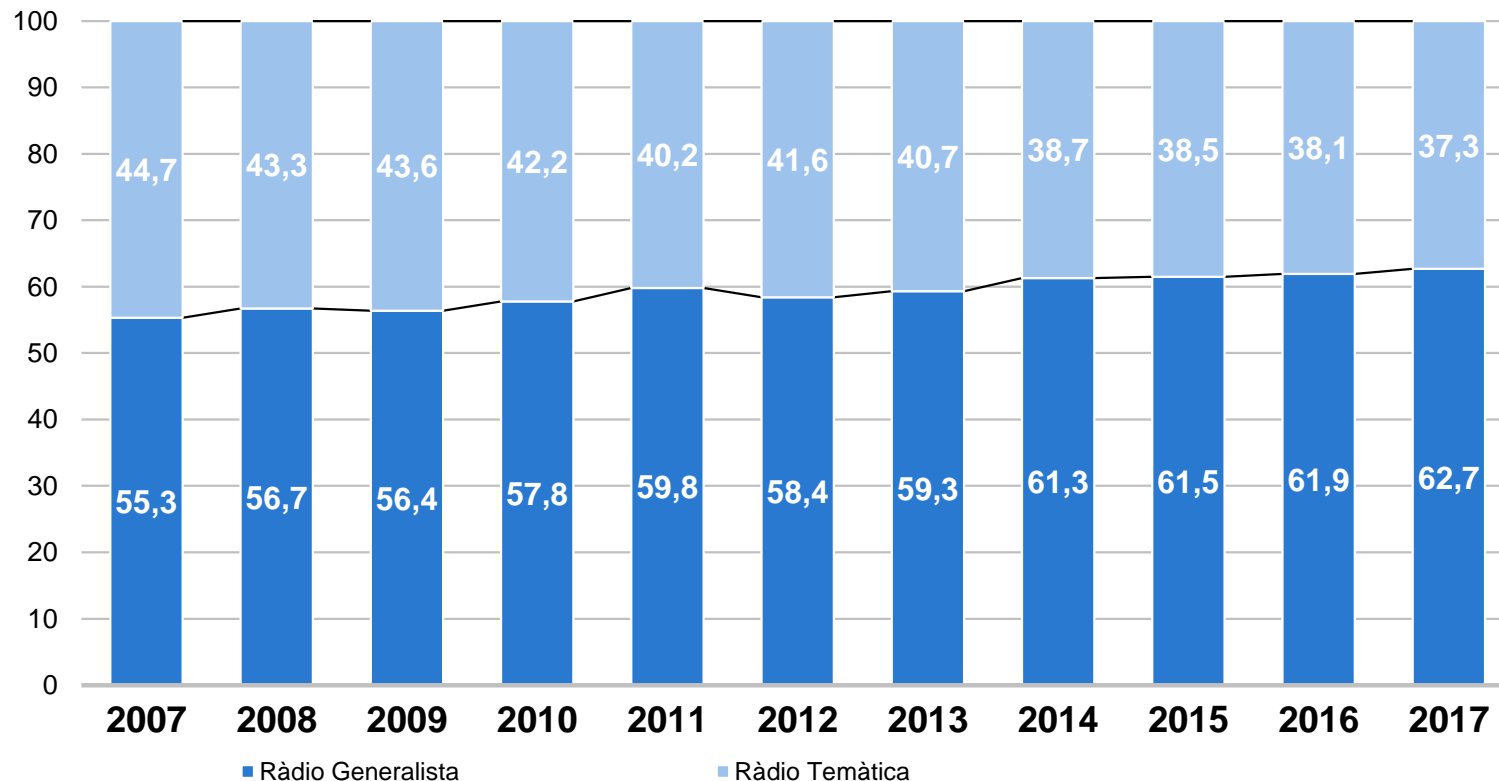


Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

# Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

La ràdio generalista representa el 62,7% de la inversió publicitària de ràdio a Catalunya.  
Aquesta participació està augmentant any rere any.

## Quotes de mercat per tipologies d'emissores de la ràdio a Catalunya



Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio



1

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

2

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

3

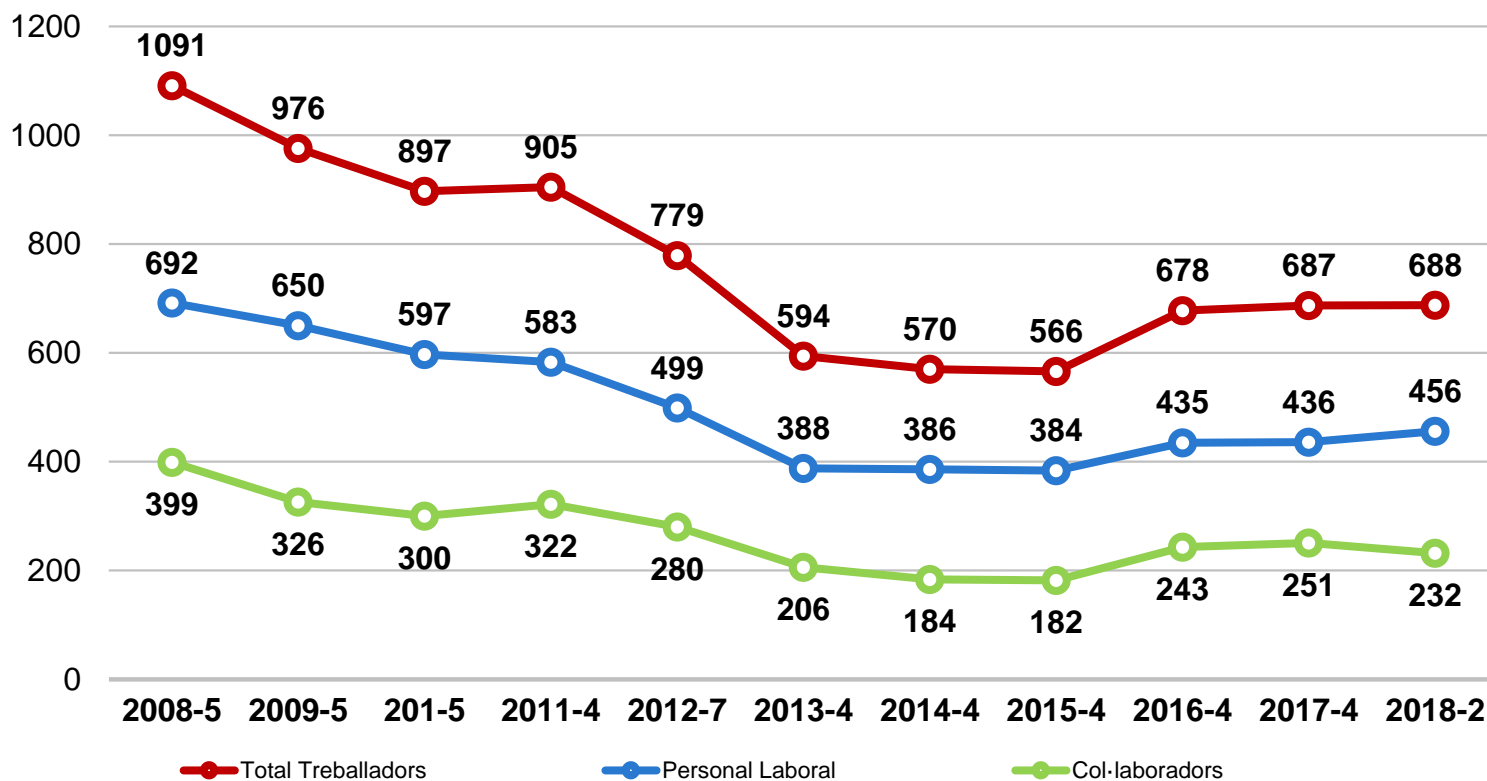
Annex: Metodologia de treball

# Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

Febrer de 2017, les diferents cadenes i emissores de ràdio privada a Catalunya donaven feina a un total de 688 persones, un 66% laborals i un 34% col·laboradors.

Aquestes dades representen un manteniment dels llocs de treball i un augment específic del 4,6% del personal laboral

## Evolució del nombre de treballadors



Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

1

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

2

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

3

Annex: Metodologia de treball

## ❖ Objectiu

- Dimensionar la situació de la ràdio a Catalunya.
- Aportar, des de l'associació, una eina de treball per a tots els associats que permeti ampliar el coneixement i l'anàlisi del mercat de la ràdio a Catalunya.

## ❖ El procés de treball per a la consecució dels objectius, s'ha realitzat de forma minuciosa cercant la màxima precisió possible de les dades

- Per a les xifres generals d'audiència i ocupació publicitària del conjunt del mercat s'ha recorregut a les fonts públiques d'informació
  - Arce Media, empresa dedicada al mesurament de l'activitat publicitària als mitjans, trimestralment publica i2p, una eina de referència al mercat publicitari
  - AIMC, per les dades que fan referència a l'audiència
- Per a les dades específiques de Catalunya s'ha contrastat la informació a través de les pròpies emissores de ràdio
  - Han col·laborat un total de 32 emissores, tant de titularitat pública com privada, i que representen el 94% de l'audiència de ràdio a Catalunya

## ❖ Resultats

- s'exposen dades del volum d'inversió publicitària de la ràdio a Catalunya:
  - La distribució d'aquest volum entre ràdio generalista i especialitzada
  - La relació entre la inversió publicitària i l'audiència

## ❖ Elaboració

- Media Hotline, consultora especialitzada en Mitjans de Comunicació, ha aportat a l'elaboració de l'estudi el seu coneixement i experiència sobre el mercat publicitari, per encàrrec de l'Associació Catalana de Ràdio