



Informe del sector de la ràdio a Catalunya 2007 – 2022

Barcelona, 2 Febrer 2023

Document confidencial per:

ACR))))
Associació Catalana de Ràdio

Taula de continguts

101

Audiència de la ràdio a Catalunya

202

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

303

Estat anímic de la ràdio

404

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

505

Emissores sense títol habilitant

Oients que escolten la ràdio en català

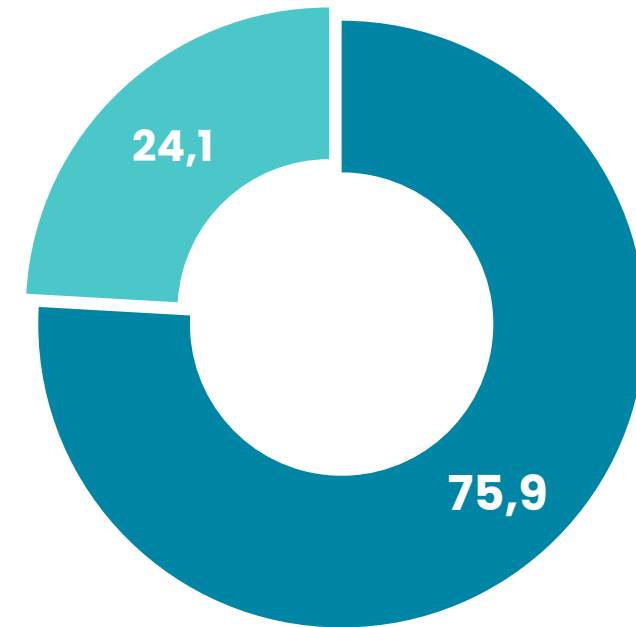
El 71,8% dels oients de ràdio escolten la ràdio en català

El 75,9% ho fan a través de la ràdio privada i el 24,1% al voltant de la ràdio pública

2.799.000
Individus escolten
la ràdio en català

Representen el 71,8%
del total oients

Aportació al català

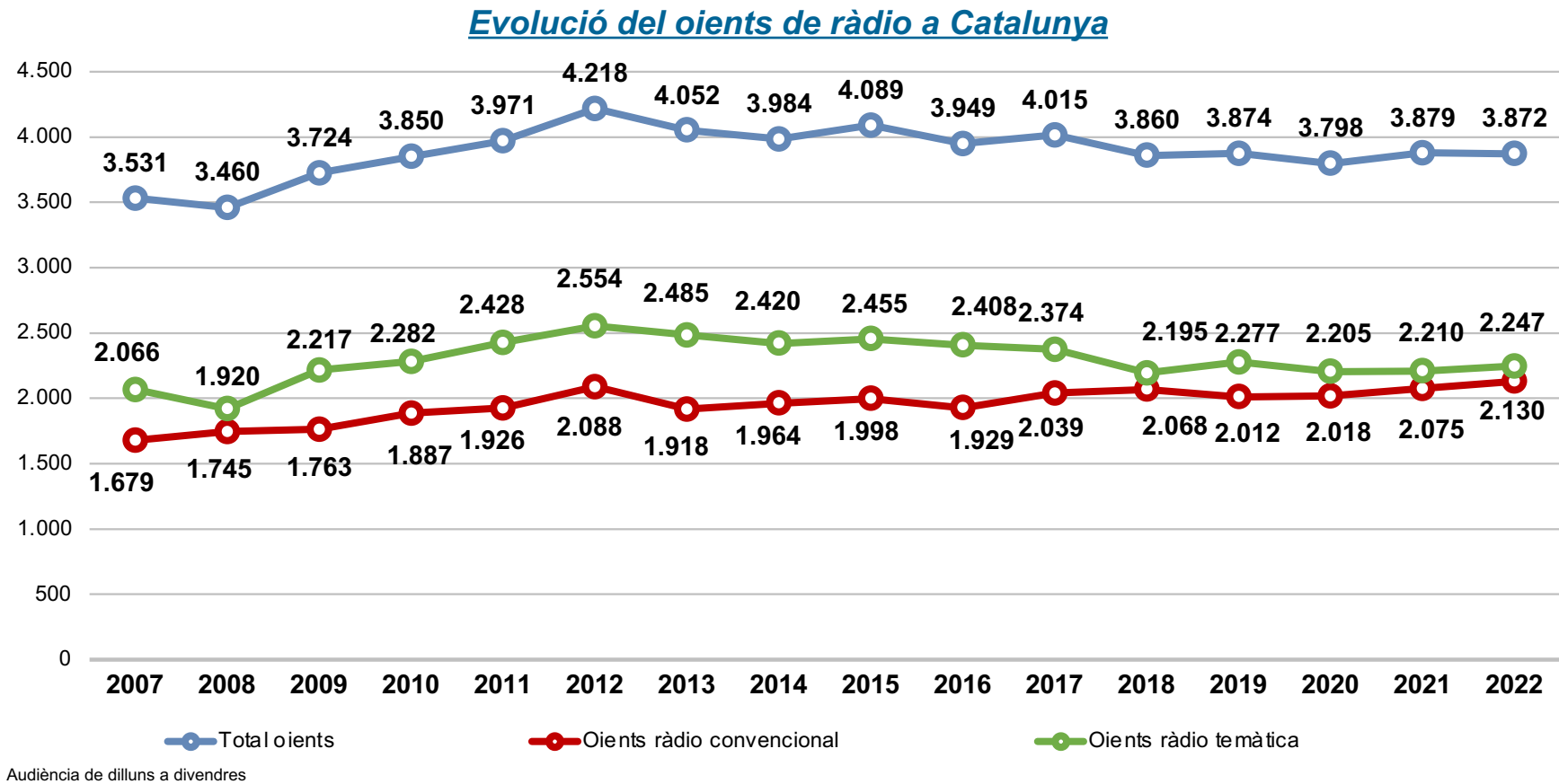


■ Ràdio privada

■ Ràdio pública

Evolució de l'audiència de la ràdio a Catalunya

Es mantenen estables els oients de ràdio
La ràdio convencional ha augmentat un 2,7%. La ràdio temàtica creix un 1,7%

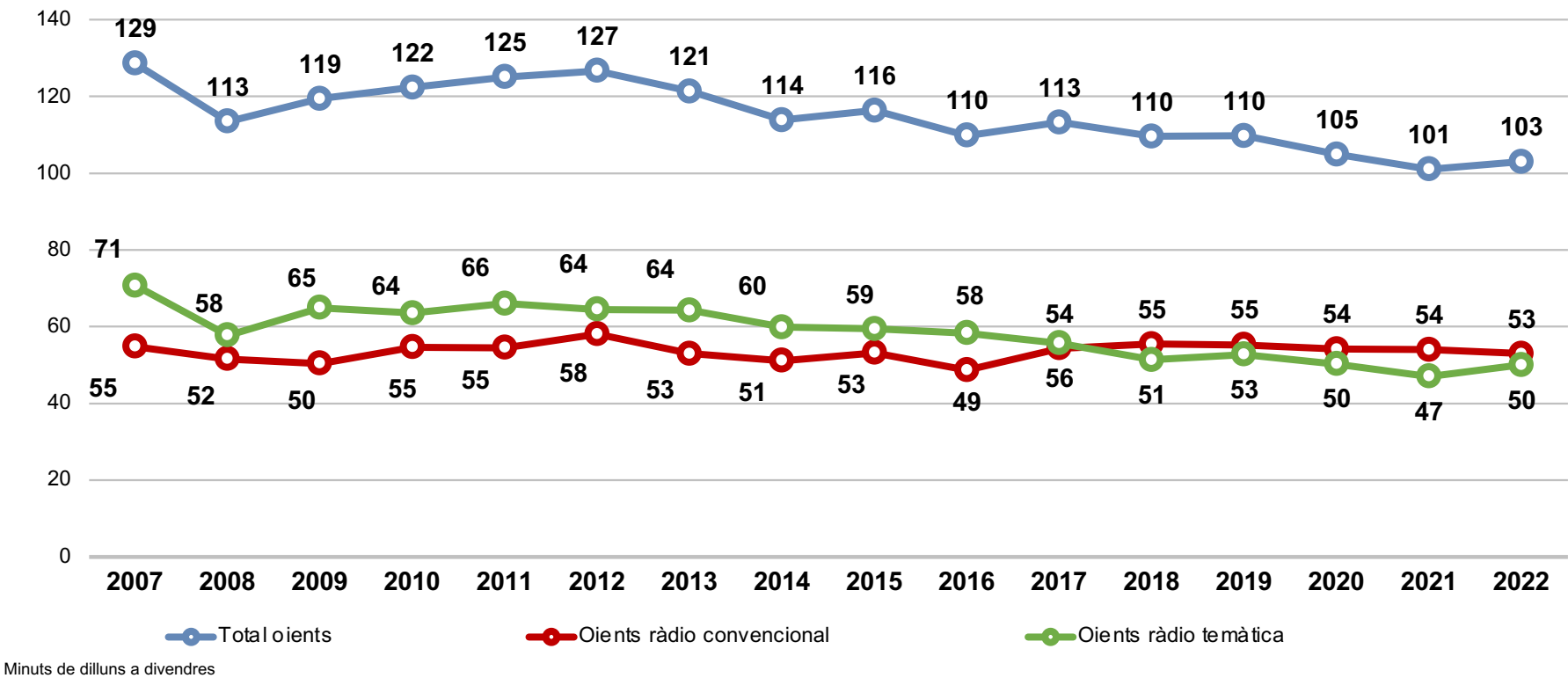


Font: EGM Mòbils anys naturals. Les dades de oients en català corresponen al segon acumulat 2022

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Els minuts d'escolta de ràdio han augmentat lleugerament, especialment per la ràdio temàtica

Evolució dels minuts d'escolta de ràdio a Catalunya



Font: EGM acum Mòbils anys naturals

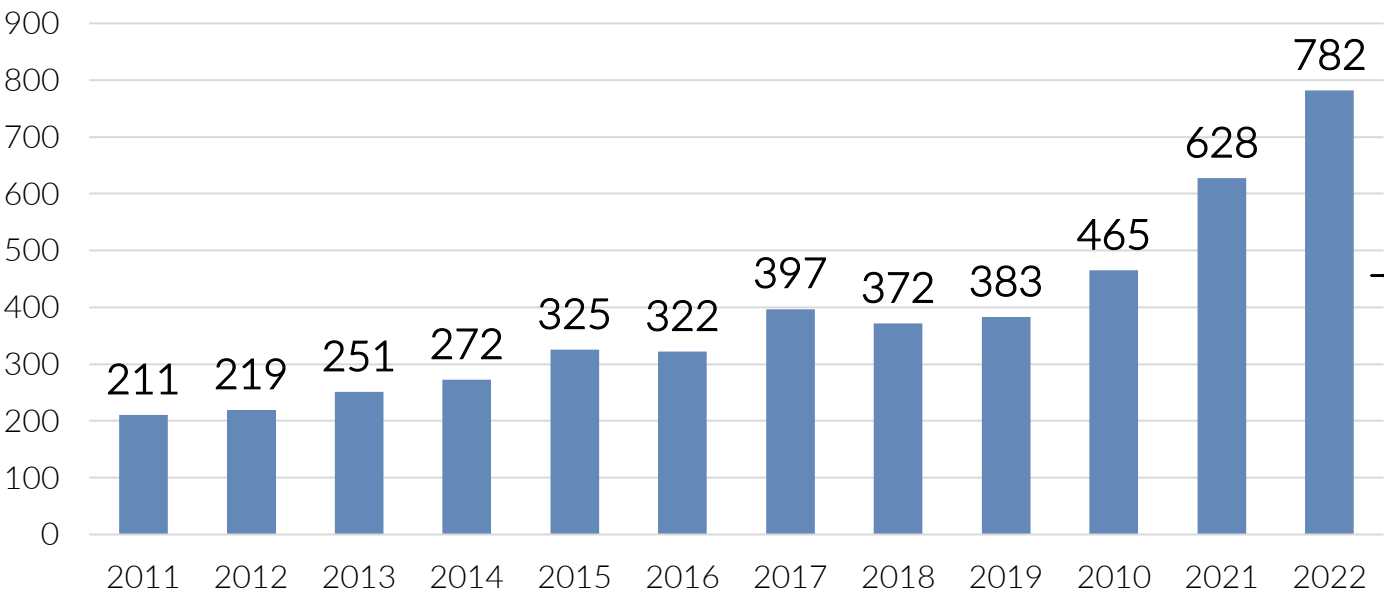
Evolució de l'audiència de la ràdio a Catalunya

Creix de manera important l'escolta de ràdio per Internet

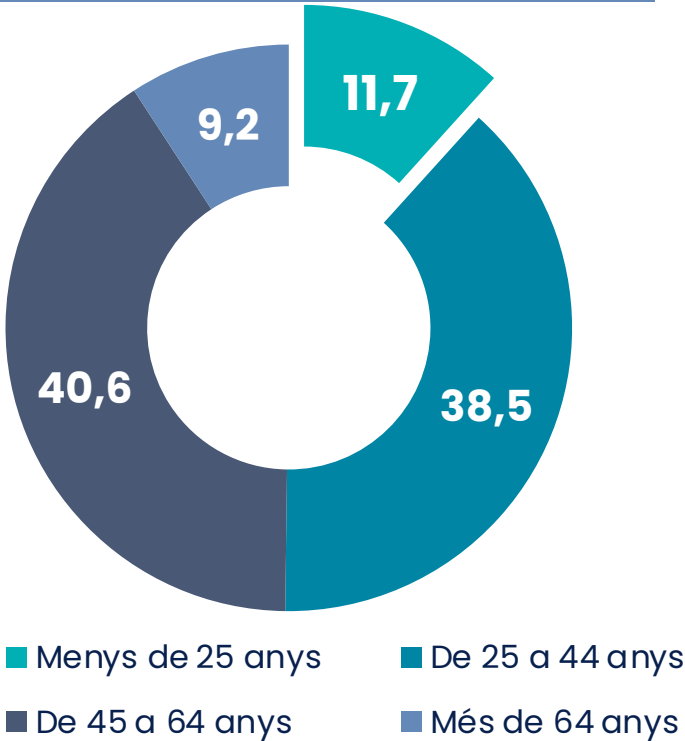
Durant l'any 2022, s'han incorporat 153.000 nous oients en aquesta modalitat, que representen un creixement del 25%.

El 12% d'aquesta audiència és menor de 25 anys.

Oients Ràdio per Internet



Perfil per edat

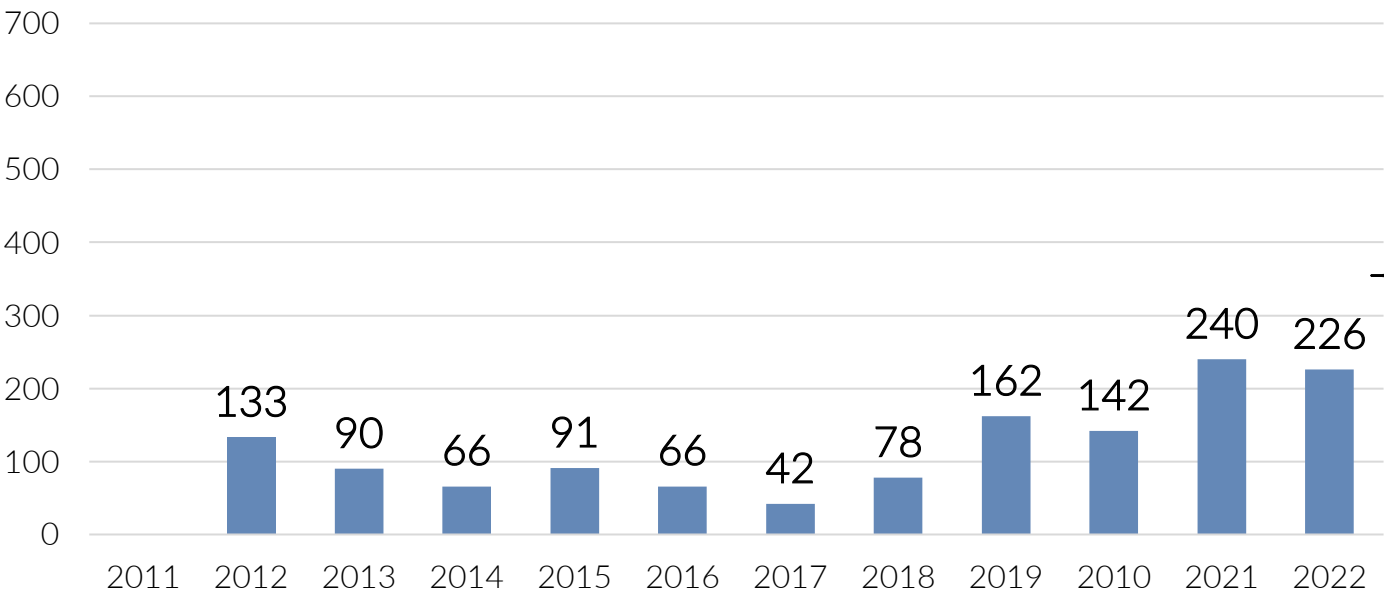


Font: EGM acum Mòbils anys naturals

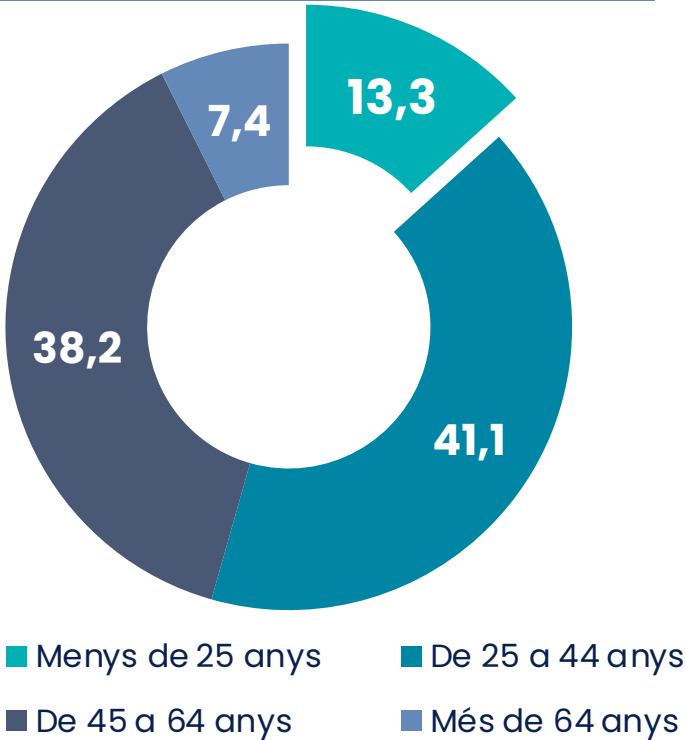
Evolució de l'audiència de la ràdio a Catalunya

Els oients de ràdio per pòdcast cauen lleugerament
Durant l'any 2022, s'han perdut 14.000 oients.
El 13,3% d'aquesta audiència és menor de 25 anys.

Oients ràdio per pòdcast



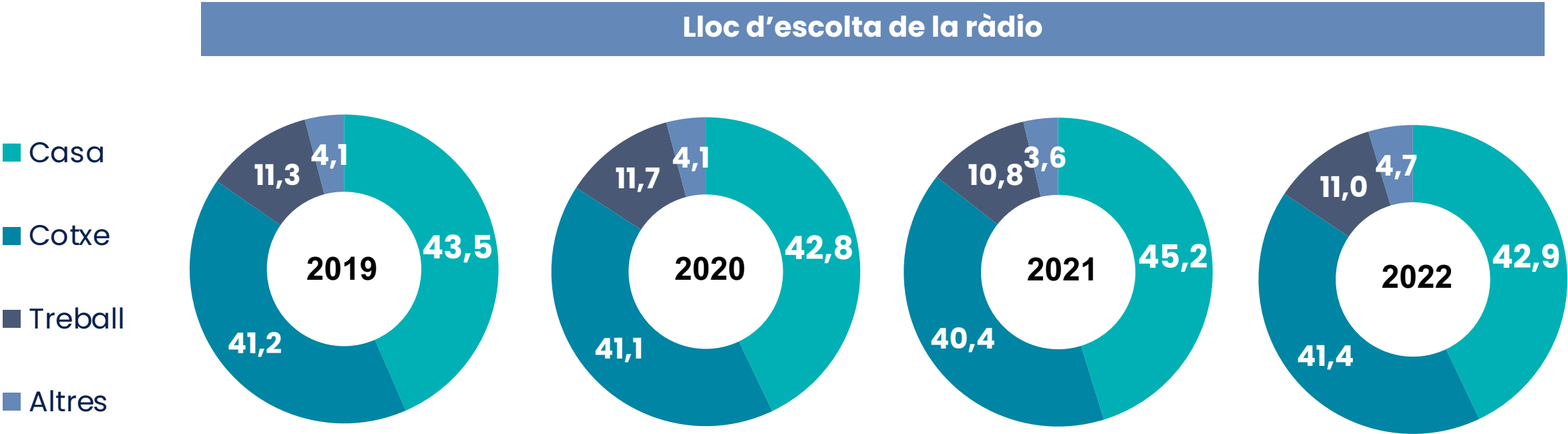
Perfil per edat



Font: EGM acum Mòbils anys naturals

Evolució de l'audiència de la ràdio a Catalunya

La llar i el cotxe són els llocs preferits per escoltar la ràdio, representen el 84% del total



Font: EGM acum Mòbils anys naturals

Taula de continguts

101

Audiència de la ràdio a Catalunya

202

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

303

Estat anímic de la ràdio

404

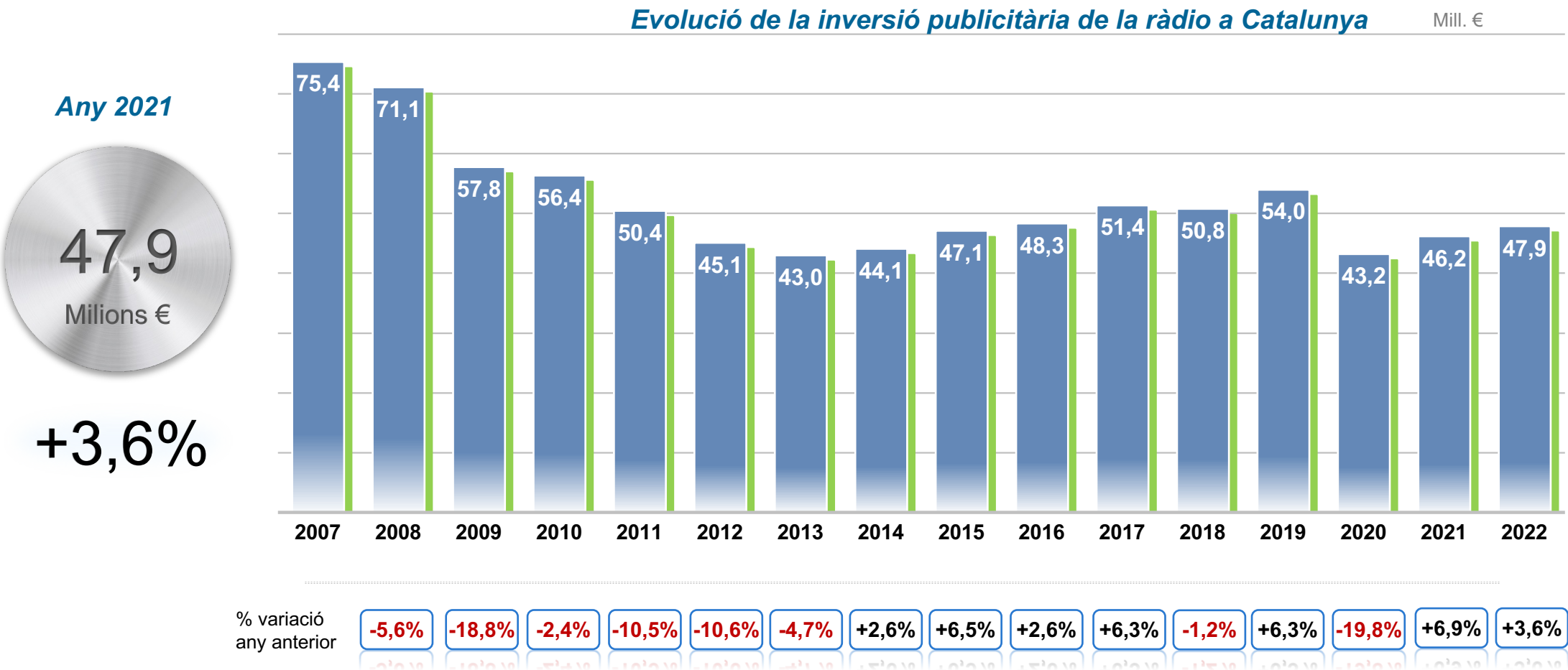
Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

505

Emissores sense títol habilitant

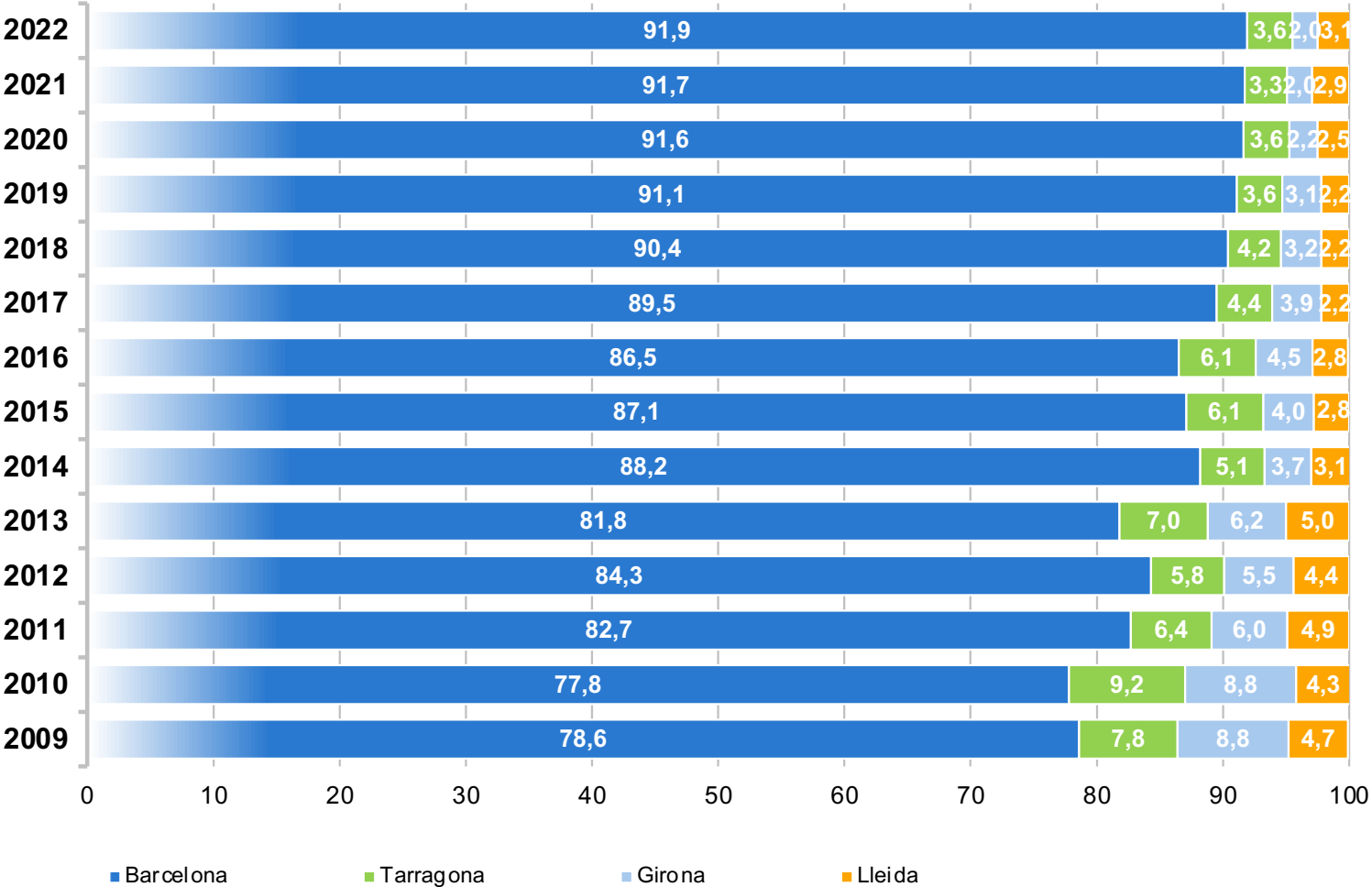
Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

L'any 2022, la inversió publicitària de la ràdio creix un 3,6% fins arribar als 47,9 mill€, però encara no s'ha recuperat tota la caiguda provocada per la pandèmia.



Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Distribució de la inversió publicitària per demarcacions

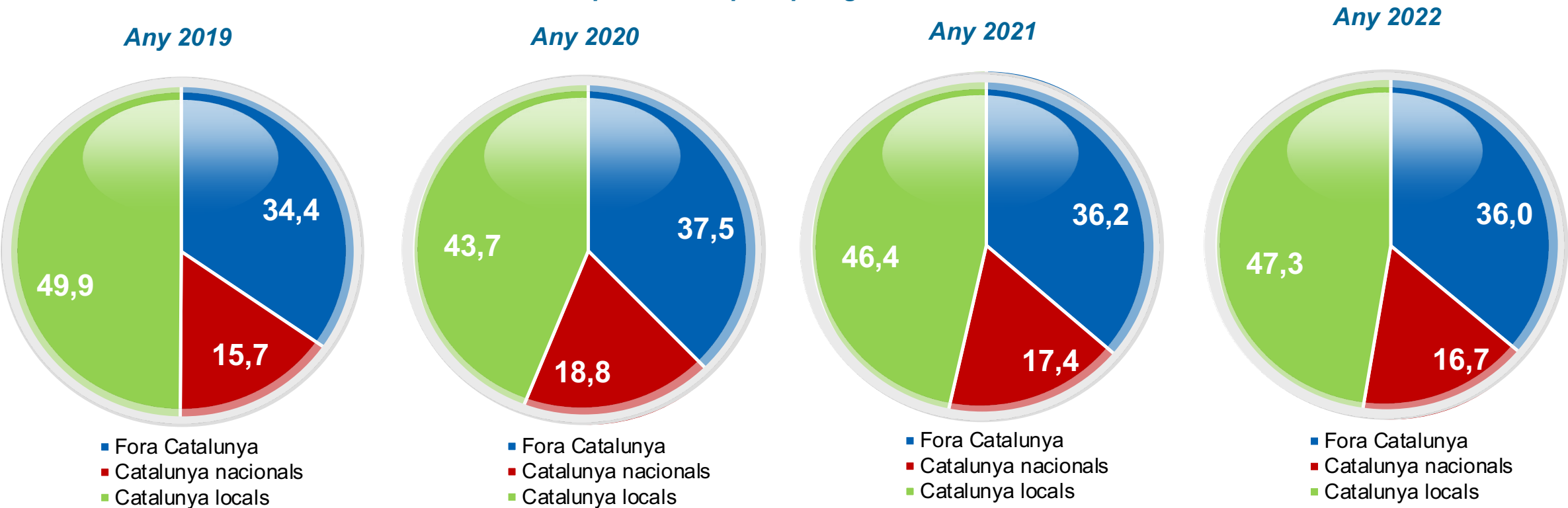


Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La inversió publicitària dels anunciants locals representa el 47% de la inversió total, augmenta tres punts respecte del 2020, però encara està quasi tres punts menys que el 2019

Inversió publicitària per tipologies d'anunciants



Font: Arce Media, Elaboració Media Hotline

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

Distribució dels minuts de publicitat per sectors i àmbits de la publicitat

- **Publicitat nacional**
 - Augmenten participació:
Espectacles, Oci, salut, serveis privats i públics i viatges i turisme.
 - Perden participació de mercat:
Automoció, distribució, finances i telecomunicacions.
- **Publicitat local**
 - Augmenten participació de mercat:
Espectacles, salut, oci i viatges i turisme.
 - Perden participació de mercat:
Distribució, serveis privats i cultura.

	Pub. Nacional			Pub. Local			Total		
	2021	2022	Difer	2021	2022	Difer	2021	2022	Difer
Alimentació	1,8	1,6	-0,2	1,9	2,7	0,8	1,9	2,4	0,5
Espectacles	2,8	5,1	2,3	8,1	13,5	5,4	6,3	10,7	4,4
Automoció	16,6	14,5	-2,1	3,8	4,3	0,5	8,1	7,7	-0,4
Begudes	2,3	2,3		1,1	1,2	0,1	1,5	1,6	0,1
Bellesa	0,9	0,4	-0,5	0,3	0,2	-0,1	0,5	0,2	-0,3
Cultura i esport	2,7	1,7	-1,0	7,8	6,3	-1,5	6,1	4,7	-1,4
Decoració	4,6	4,4	-0,2	7,7	6,2	-1,5	6,6	5,6	-1,0
Distribució	9,7	9,3	-0,4	9,9	7,2	-2,7	9,8	7,9	-1,9
Energia	3,6	2,8	-0,8	1,1	1,1		1,9	1,7	-0,2
Finances	15,2	13,1	-2,1	0,8	1,1	0,3	5,6	5,1	-0,5
Llar	9,4	8,6	-0,8	1,1	1,6	0,5	3,9	3,9	
Telecomunicacions	4,2	3,9	-0,3	2,2	2,7	0,5	2,8	3,1	0,3
Neteja				0,2	0,1	-0,1	0,1	0,1	
Moda i complements	1,1	1,4	0,3	3,6	3,3	-0,3	2,8	2,7	-0,1
Oci	9,4	10,3	0,9	6,6	7,1	0,5	7,5	8,2	0,7
Salut	2,1	3,1	1,0	3,2	3,8	0,6	2,8	3,6	0,8
Serveis privats	5,4	6,2	0,8	26,2	22,5	-3,7	19,3	17,1	-2,2
Serveis públics	3,5	4,7	1,2	11,3	11,4	0,1	8,7	9,2	0,5
Viatges i Turisme	4,8	6,4	1,6	2,9	3,6	0,7	3,6	4,6	1,0
Varis		0,1	0,1	0,1		-0,1			
Total	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	

Font: Arce Media, Elaboració Media Hotline

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

- El primer i segon trimestre de l'any la inversió publicitària va augmentar lleugerament.
- Durant el tercer trimestre de l'any la inversió publicitària en ràdio en format tradicional va caure.
- El quart trimestre ha sigut el de més inversió publicitària i el de creixement més alt.

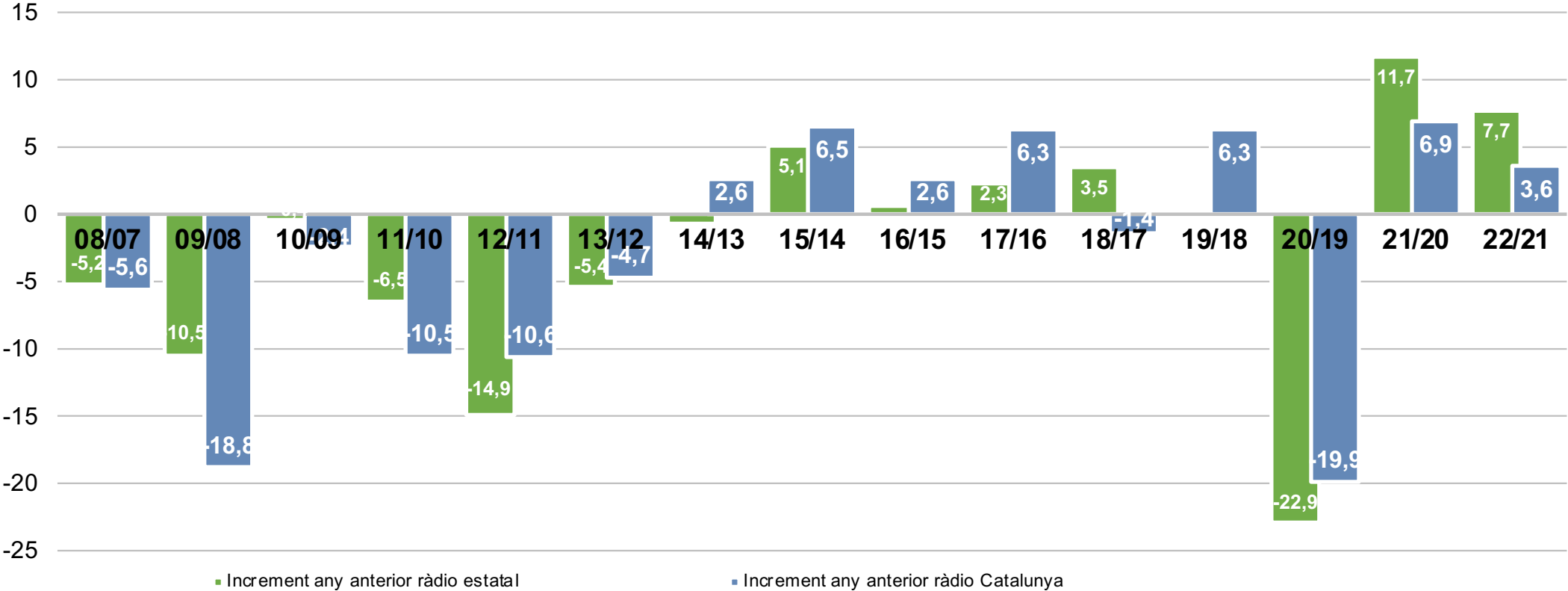
	Primer Trimestre			Segon Trimestre			Tercer Trimestre			Quart Trimestre			Total		
	2021 (000)	2022 (000)	%Var	2021 (000)	2022 (000)	% Var	2021 (000)	2022 (000)	% Var	2021 (000)	2022 (000)	% Var	2021 (000)	2022 (000)	% Var
Generalista	6.392,3	6.521,1	2,0	8.807,2	9.060,0	2,9	5.928,0	5.627,6	-5,1	10.531,8	10.948,6	4,0	31.659,4	32.157,2	1,6
Tradicional	6.129,8	6.232,1	1,7	8.441,2	8.687,9	2,9	5.756,2	5.445,2	-5,4	10.029,7	10.402,9	3,7	30.356,9	30.768,1	1,4
Digital	262,5	288,9	10,1	366,0	372,1	1,7	171,8	182,4	6,2	502,1	545,7	8,7	1.302,4	1.389,1	6,7
Temàtica	3.407,7	3.406,4	0,0	4.188,3	4.541,7	8,4	2.857,5	2.818,7	-1,4	4.077,6	4.948,4	21,4	14.531,1	15.715,2	8,1
Tradicional	3.381,7	3.375,8	-0,2	4.130,4	4.467,4	8,2	2.827,0	2.779,0	-1,7	4.010,5	4.869,2	21,4	14.349,5	15.491,4	8,0
Digital	26,0	30,6	17,5	57,9	74,2	28,2	30,5	39,7	30,2	67,2	79,2	18,0	181,6	223,8	23,2
Total	9.800,0	9.927,5	1,3	12.995,5	13.601,6	4,7	8.785,5	8.446,3	-3,9	14.609,5	15.897,0	8,8	46.190,5	47.872,4	3,6
Tradicional	9.511,5	9.607,9	1,0	12.571,6	13.155,3	4,6	8.583,2	8.224,2	-4,2	14.040,2	15.272,0	8,8	44.706,5	46.259,5	3,5
Digital	288,6	319,5	10,7	423,9	446,3	5,3	202,3	222,1	9,8	569,3	625,0	9,8	1.484,0	1.612,9	8,7
% Tradicional	97,1	96,8		96,7	96,7		97,7	97,4		96,1	96,1		96,8	96,6	
% Digital	2,9	3,2		3,3	3,3		2,3	2,6		3,9	3,9		3,2	3,4	
% per trimestres	21,2	20,7		28,1	28,4		19,0	17,6		31,6	33,2		100,0	100,0	

Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

Per segon any consecutiu, la ràdio a Catalunya ha tingut un pitjor comportament que la ràdio estatal

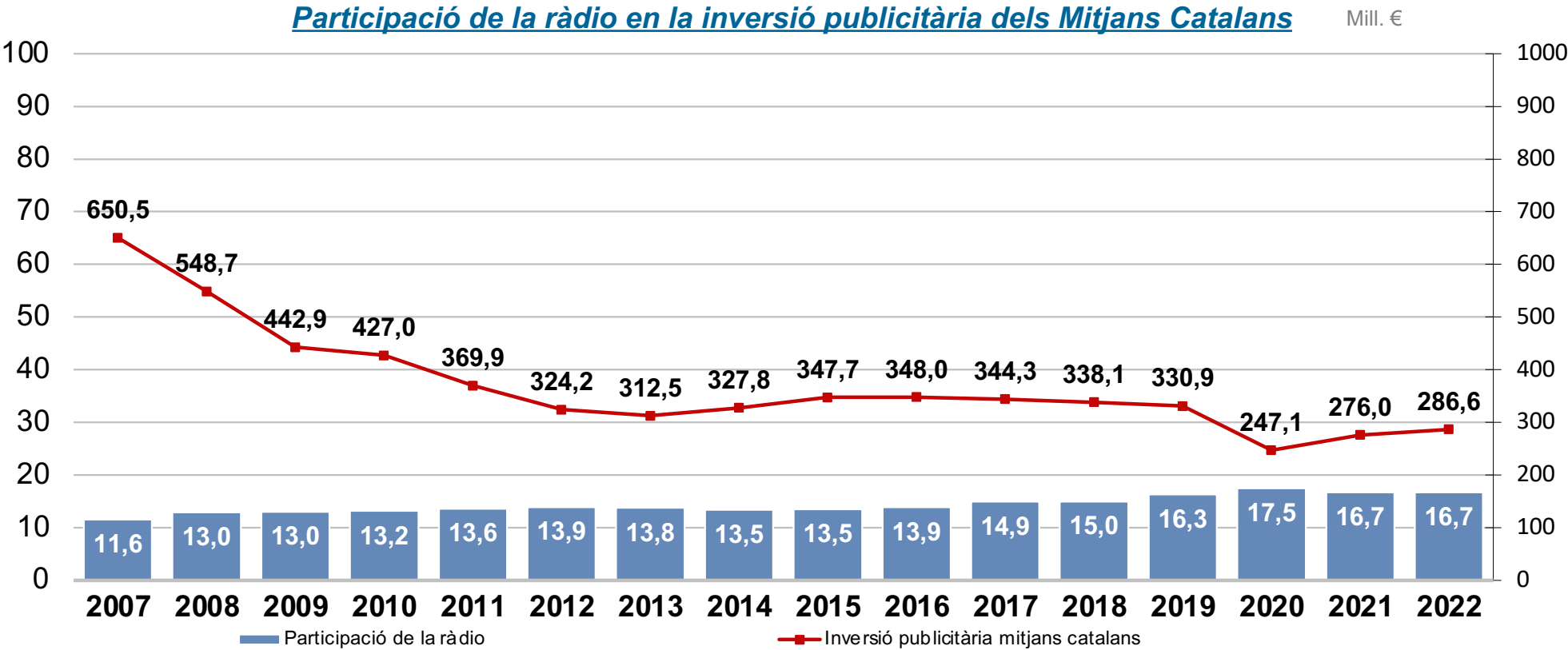
Comparació del creixement de la inversió publicitària de la ràdio Estatal i Catalunya



Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio, i2p ràdio Espanya

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

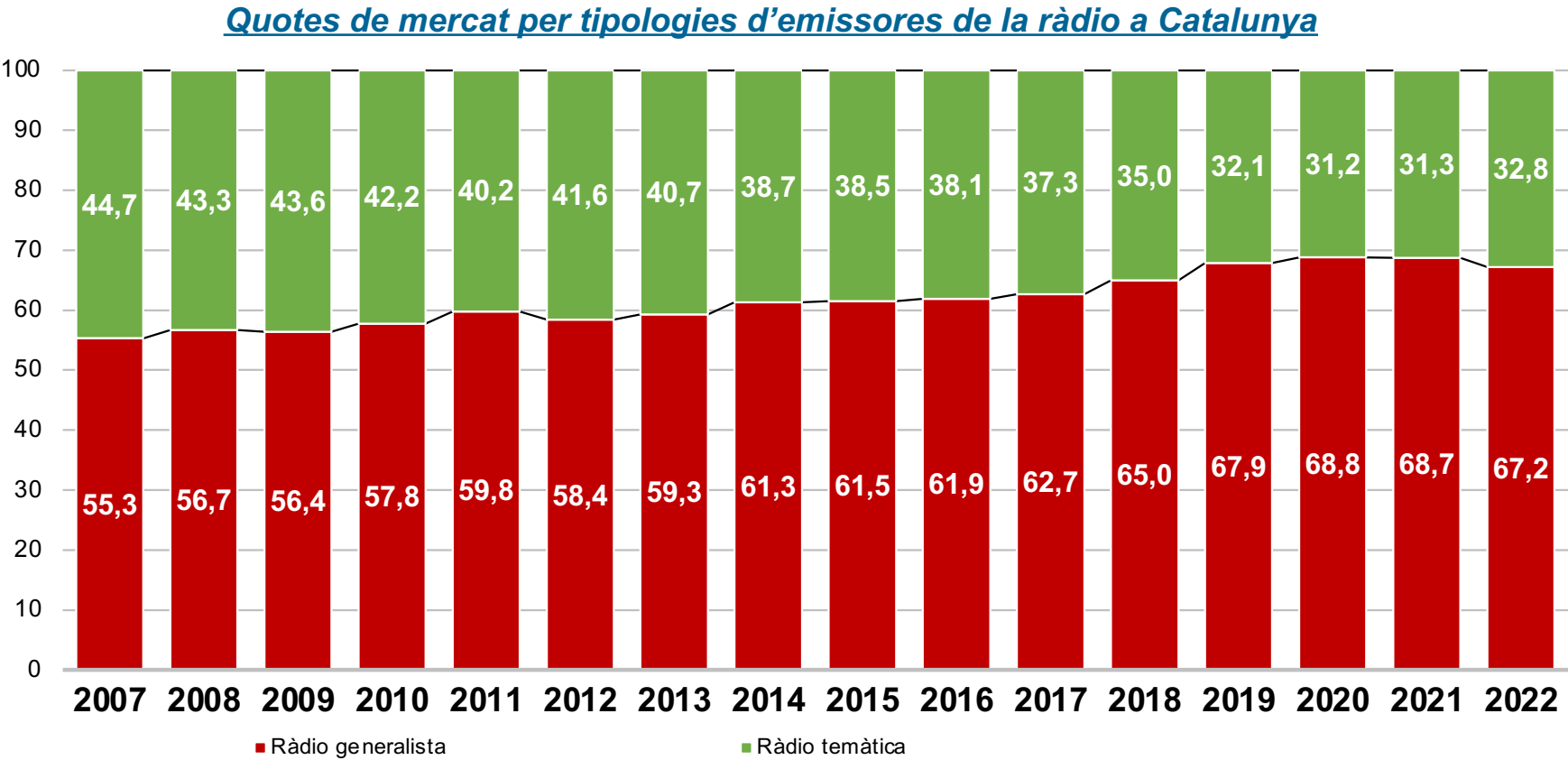
La participació de ràdio en la inversió publicitària dels mitjans catalans se situa al voltant del 17%



Font: Media Hotline, i2p estudi inversions Catalunya

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La ràdio generalista representa el 67% de la inversió publicitària de ràdio a Catalunya



Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Taula de continguts

101

Audiència de la ràdio a Catalunya

202

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

303

Estat anímic de la ràdio

404

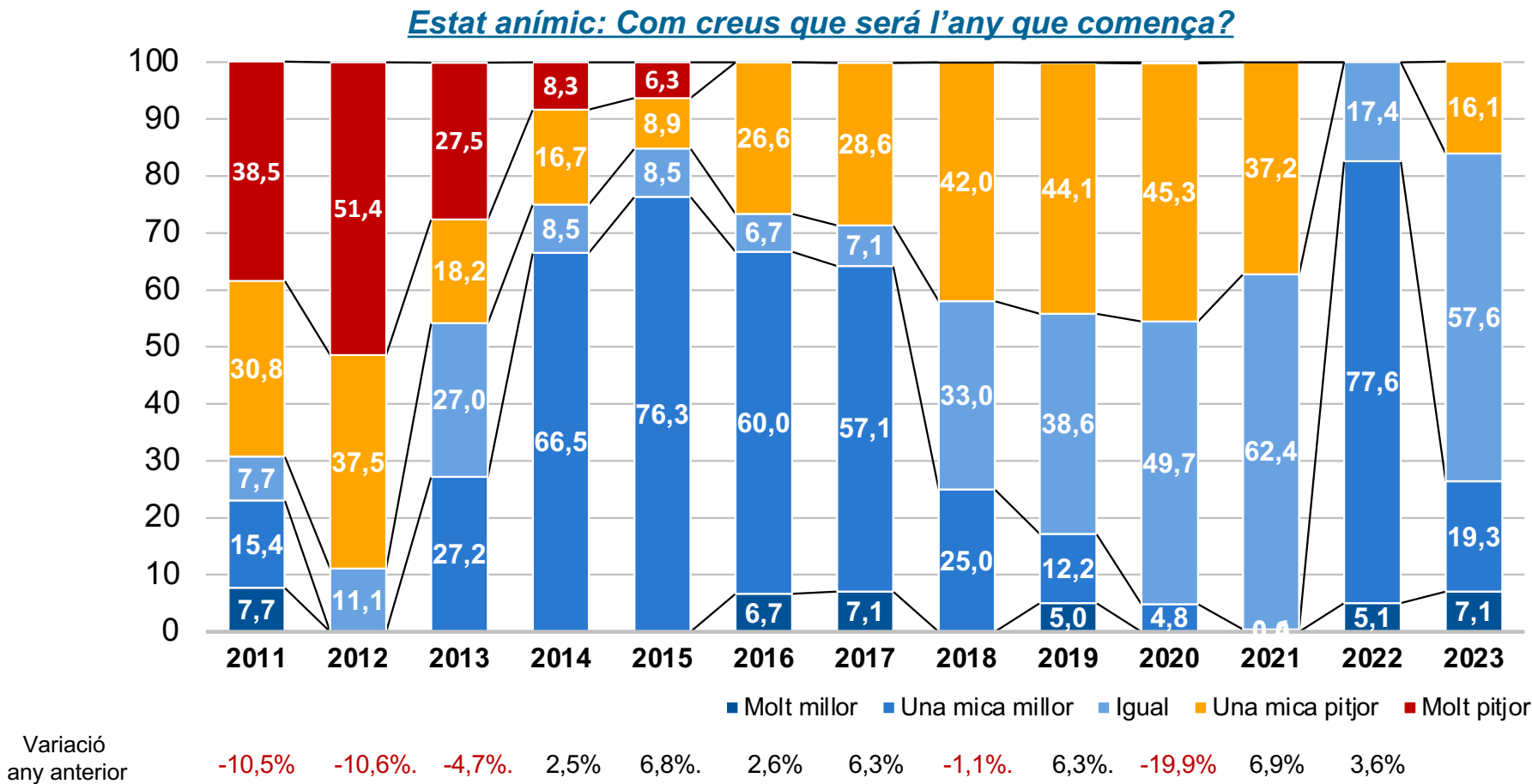
Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

505

Emissores sense títol habilitant

Estat anímic de la ràdio a Catalunya

Torna l'escepticisme, el 57% creu que l'any 2023 serà igual que el 2022



Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Taula de continguts

101

Audiència de la ràdio a Catalunya

202

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

303

Estat anímic de la ràdio

404

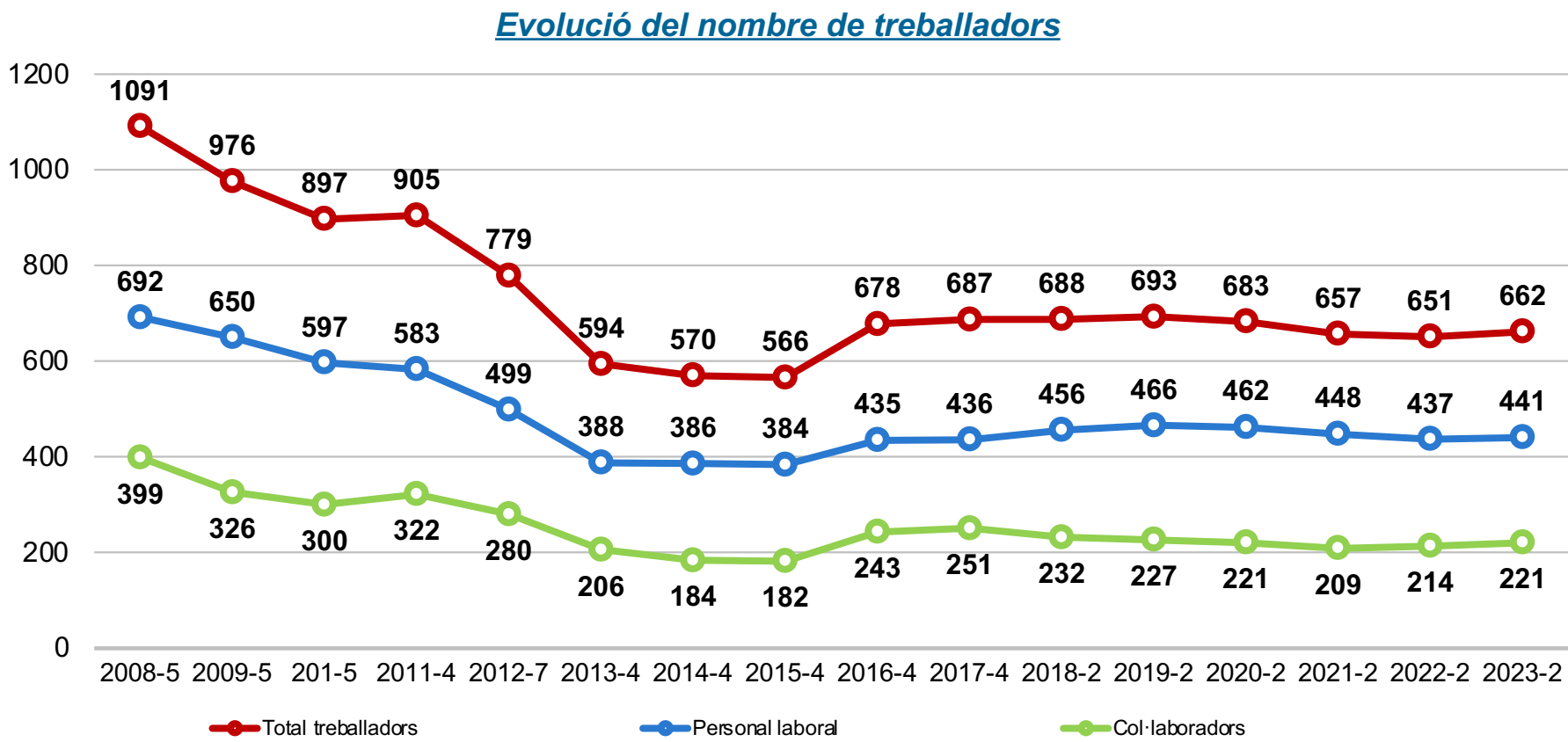
Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

505

Emissores sense títol habilitant

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

Febrer de 2023, les diferents cadenes i emissores de ràdio privada a Catalunya donaven feina a un total de 662 persones, un 67% laborals i un 34% col·laboradors
Aquestes dades representen un creixement de l'1,7% dels llocs de treball



Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Taula de continguts

101

Audiència de la ràdio a Catalunya

202

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

303

Estat anímic de la ràdio

404

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

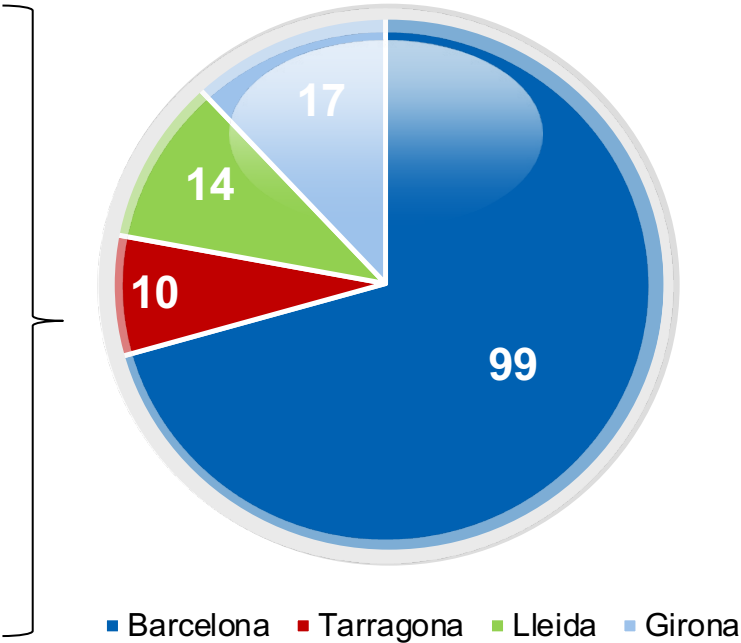
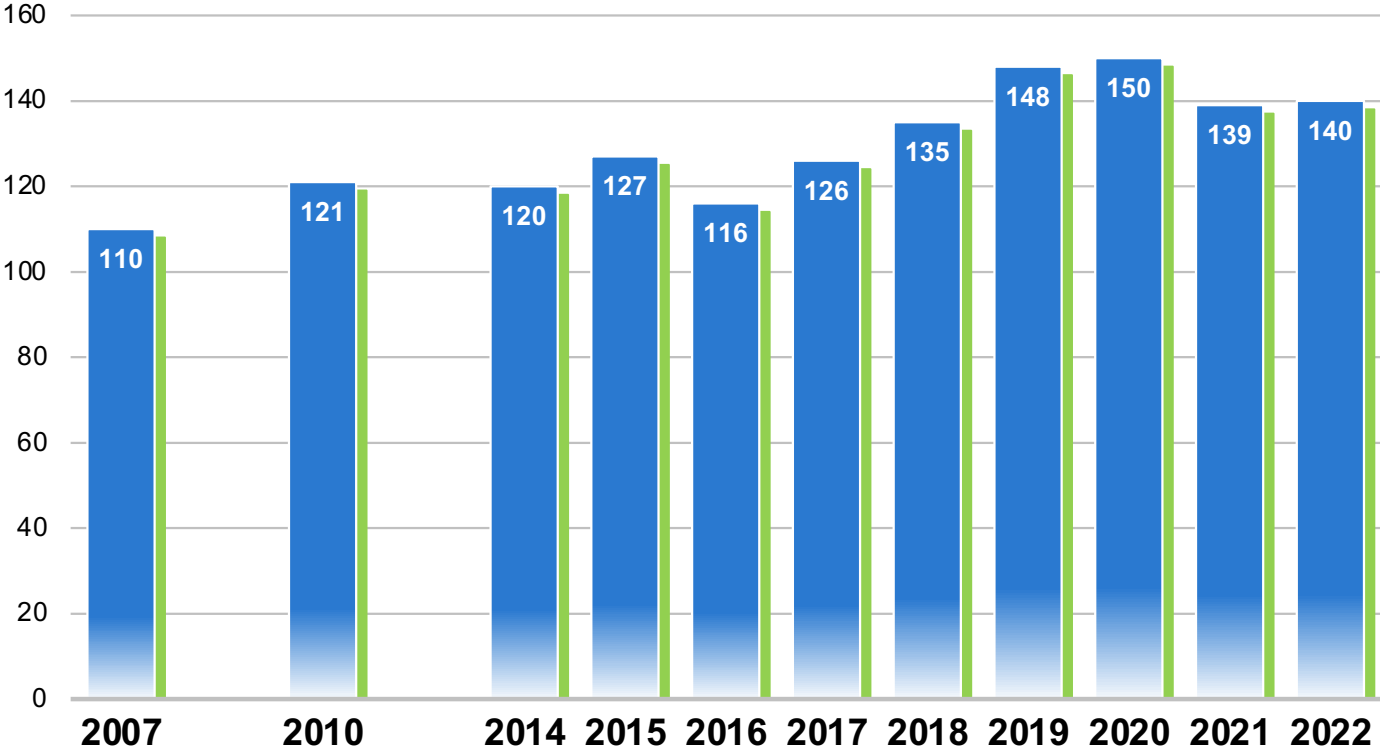
505

Emissores sense títol habilitant

Emissores sense títol habilitant

Avui en dia, a Catalunya hi ha 140 emissores il·legals, que es concentren sobretot a l'àrea metropolitana de Barcelona

Ràdios sense autorització administrativa



Font: Informe sobre la ràdio a Catalunya 2006-2007 i 2009-2010 de l'Observatori de la Ràdio.
2014-2021: <http://www.aer-dx.org> , <http://www.guiadelaradio.com>, <http://www.antenadigital.es> , Associació Catalana de Ràdio (ACR)

Emissores sense títol habilitant

❖ Cas 1: emissores comercials sense títol habilitant

- La majoria són en mans privades i operen comercialment.
- Algunes d'aquestes empreses il·legals es volen convertir en associacions sense ànim de lucre per intentar mantenir el negoci amb una possible llicència de tercer sector.

❖ Cas 2: emissores municipals que cedeixen la seva gestió

- Des de fa uns anys l'ACR ha vingut denunciant a les corporacions municipals que cedeixen la gestió de la seva emissora efectuant processos de licitació.
- L'ACR ha guanyat TOTS els casos davant els tribunals.
- El primer cas va ser Castellvell del Camp, però després s'ha denunciat a Girona, Sant Pol, Sant Vicenç de Montant... i fins al moment s'han obtingut sempre sentències favorables i algunes han estat dictades pel Tribunal Superior de Justícia de Catalunya.

❖ Cas 3: enderrocament de les antenes il·legals del Carmel

- Després d'anys de contenciosos, i de què els tribunals donessin la raó a l'Associació Catalana de Ràdio, l'Ajuntament de Barcelona finalment va actuar i va retirar totes les instal·lacions il·legals de telecomunicacions de l'àrea del Carmel.
- L'Associació Catalana de Ràdio va aconseguir aquesta demolició després d'anys de denúncies al CAC, a la Generalitat, a l'Ajuntament de Barcelona i finalment als jutjats.



Taula de continguts

Annex: Metodologia de treball

❖ Objectiu

- Dimensionar la situació actual i l'evolució 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 dels mitjans
 - Media Hotline, empresa que elabora mensualment el i2p, una eina de referència al mercat publicitari
 - AIMC, per les dades que fan referència a l'audiència
- Per a les dades específiques de la inversió publicitària a 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 95% 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