



Informe de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya del període 2007 – 2019 Resum

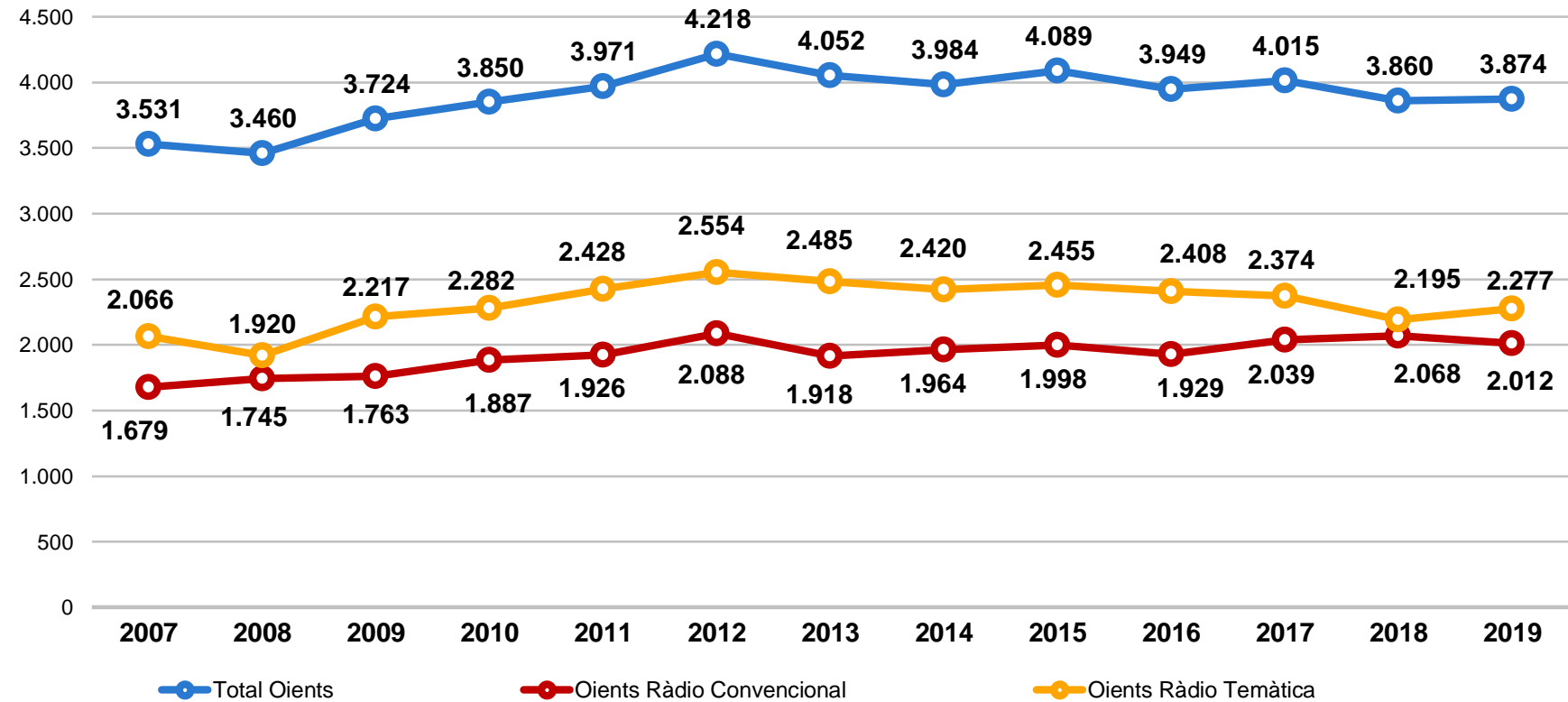
Barcelona, 27 Març 2020

Document confidencial per:

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Els oients de ràdio de l'any 2019 han crescut un 0,3%
La ràdio convencional representa el 47% del total d'oients
La ràdio temàtica representa el 53% dels oients

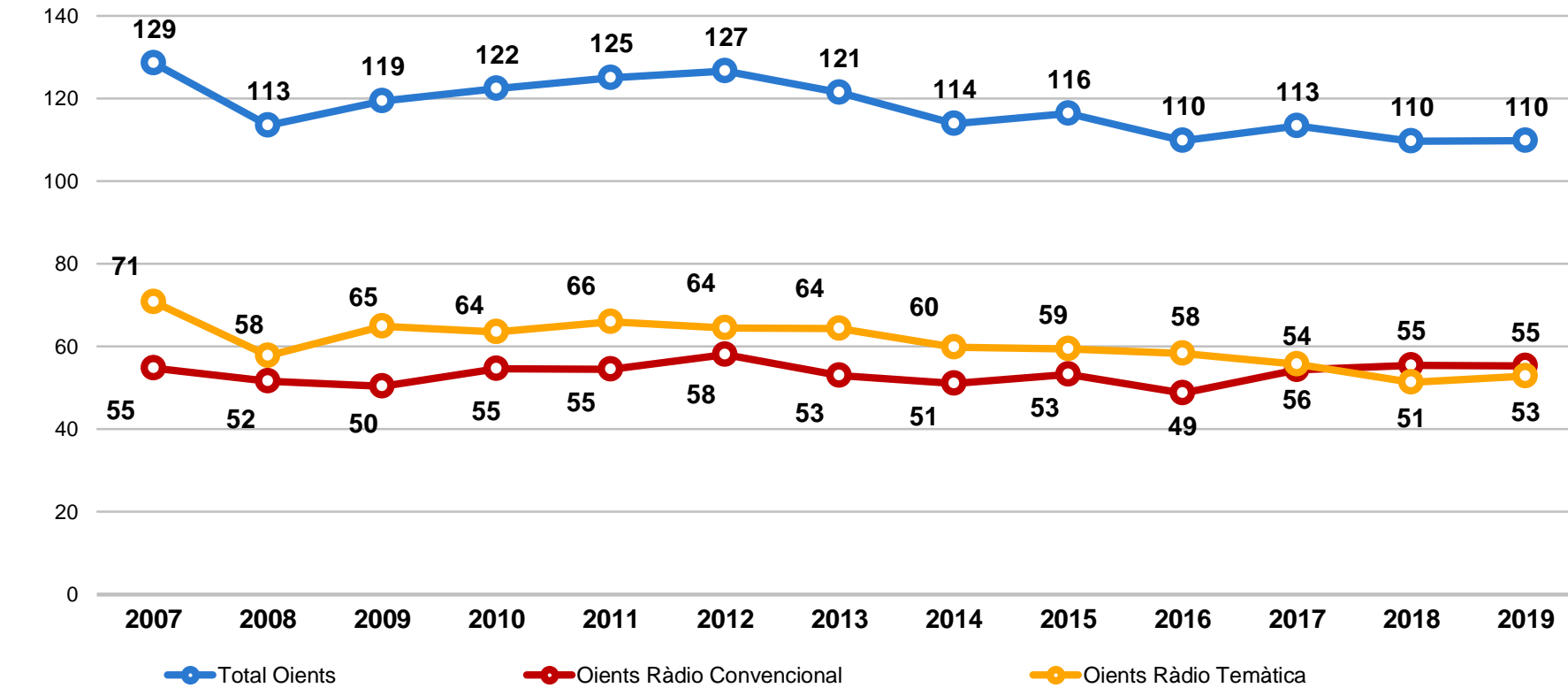
Evolució dels oients de ràdio a Catalunya



Audiència de dilluns a divendres

Els minuts d'escolta de ràdio de l'any 2019 s'han mantingut estables
Pugen els minuts de ràdio temàtica

Evolució dels minuts d'escolta de ràdio a Catalunya

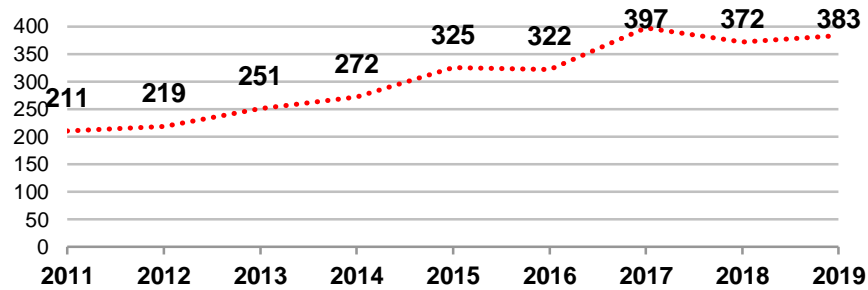


Minuts de dilluns a divendres

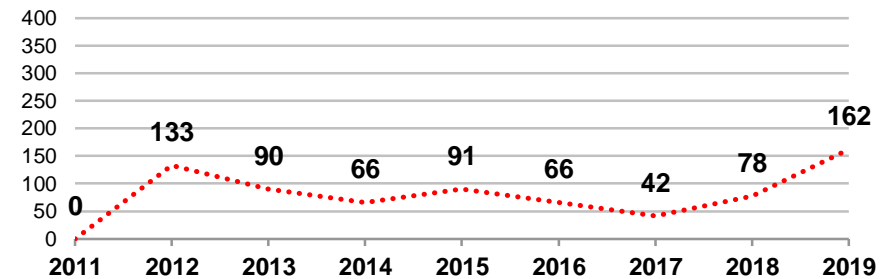
Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Les noves maneres d'escoltar la ràdio creixen lentament però sense acabar de consolidar-se
La llar i el cotxe representa més del 84% del lloc d'escoltar la ràdio.

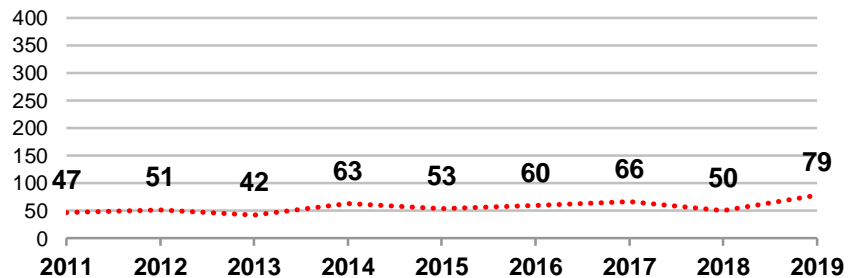
Oients Ràdio per Internet



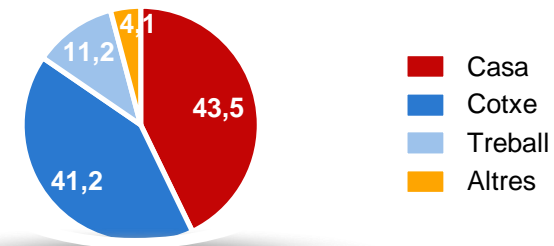
Oients Ràdio per Podcast



Oients Ràdio per Tdt



Lloc d'escolta de Ràdio



Minuts de dilluns a divendres

Font: AIMC acum Mòbils anys naturals

Any 2019

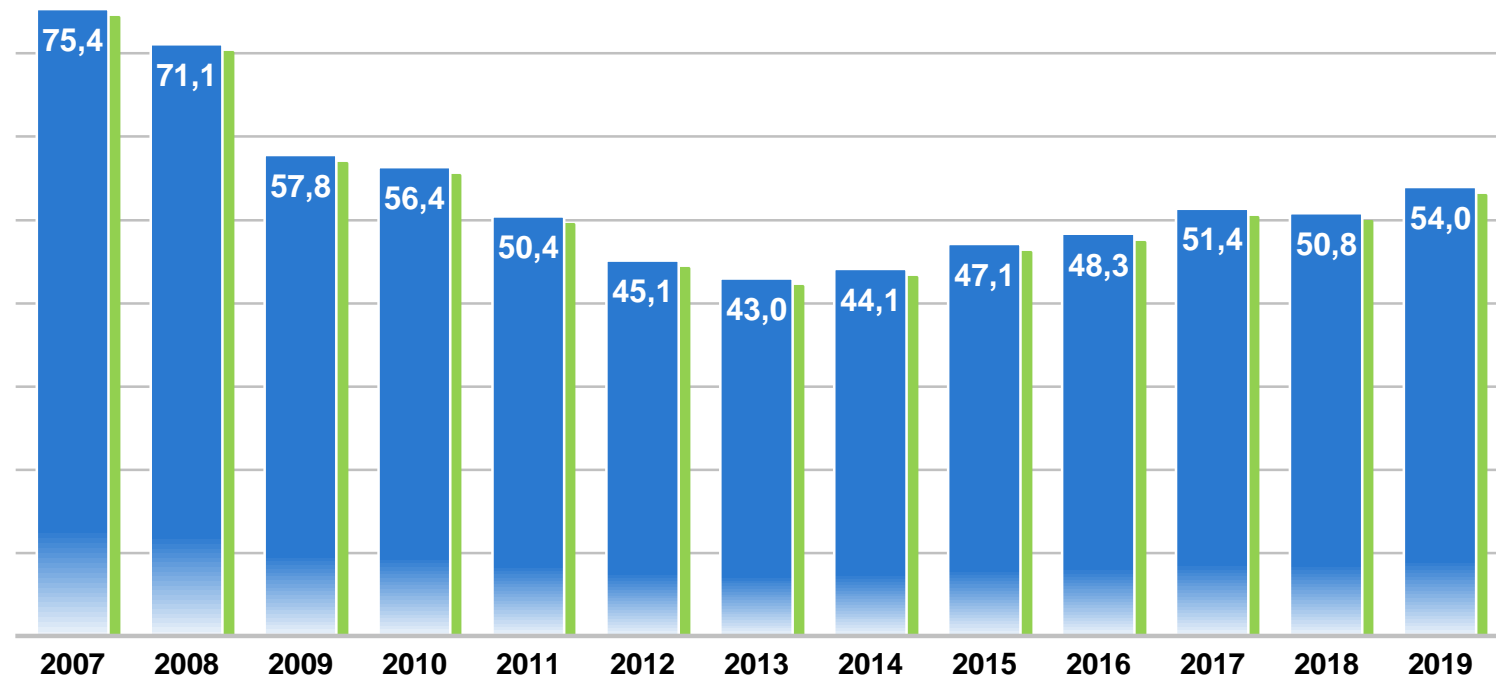


54,0
Milions €

+6,3%

Evolució de la inversió publicitària de la Ràdio a Catalunya

Mill. €



% variació
any anterior

-5,6%

-18,8%

-2,4%

-10,5%

-10,6%

-4,7%

+2,6%

+6,5%

+2,6%

+6,3%

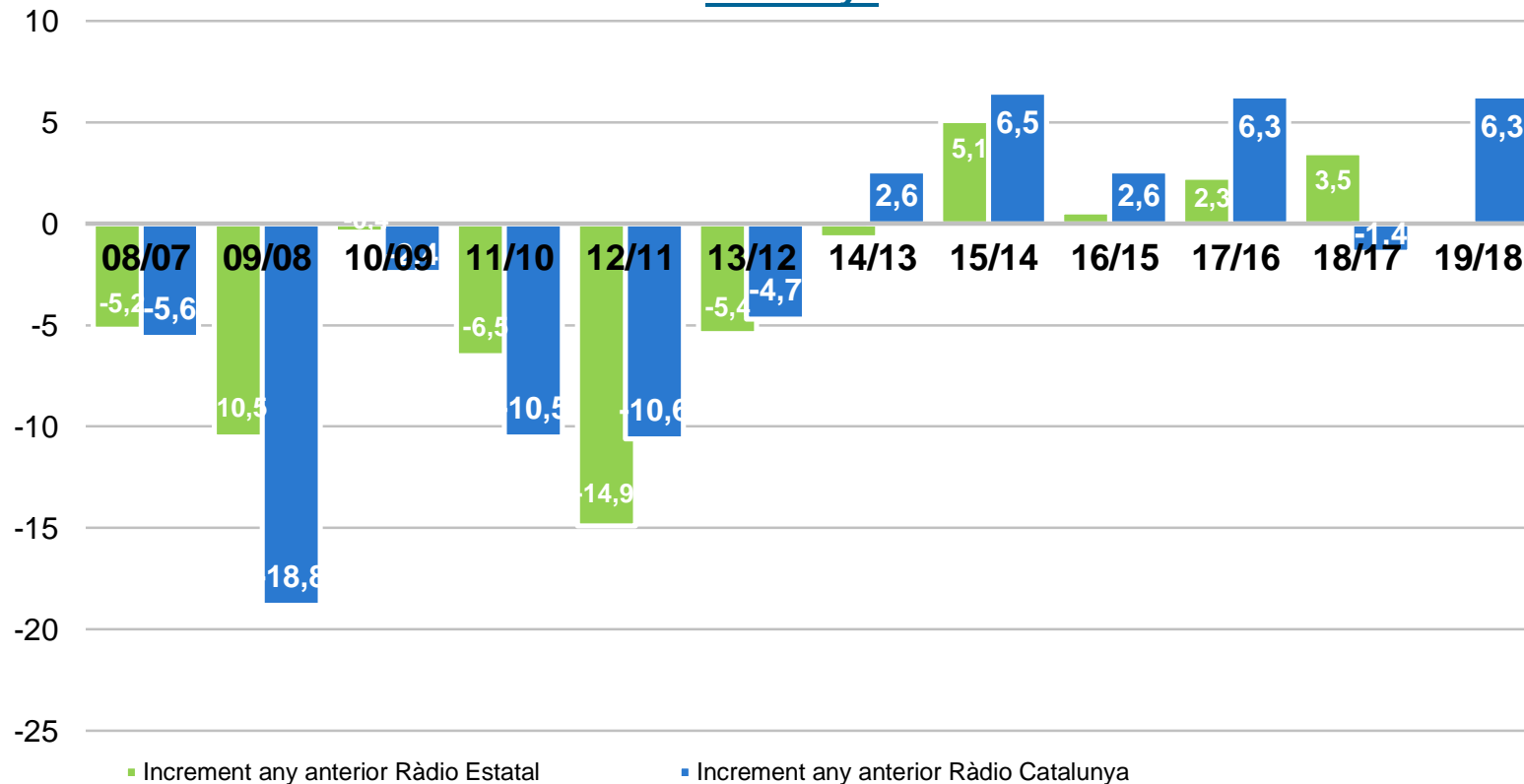
-1,2%

+6,3%

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

En el darrer any, la ràdio a Catalunya augmenta un 6,3% i a la ràdio estatal es manté plana
Es recupera la tendència dels darrers anys, perduda en el 2018

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

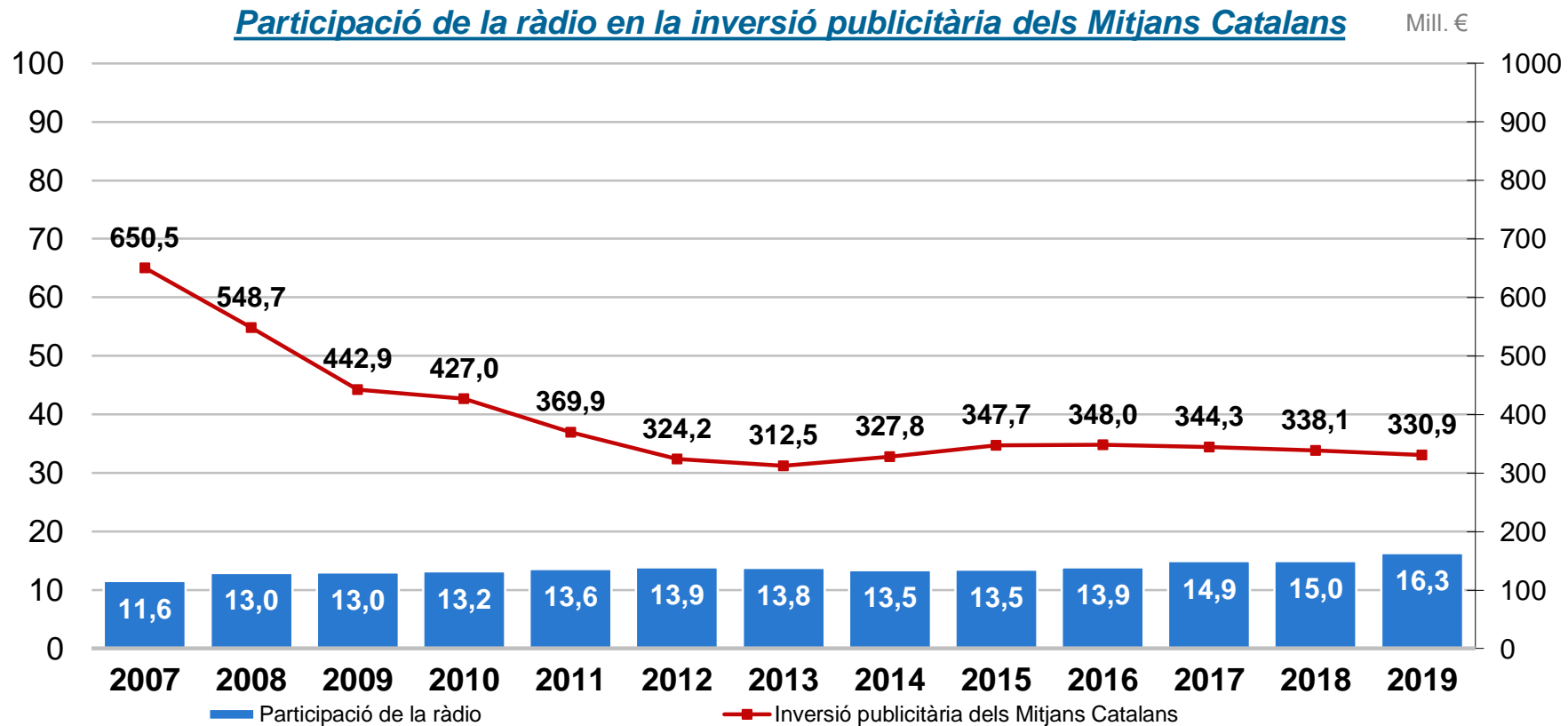


Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

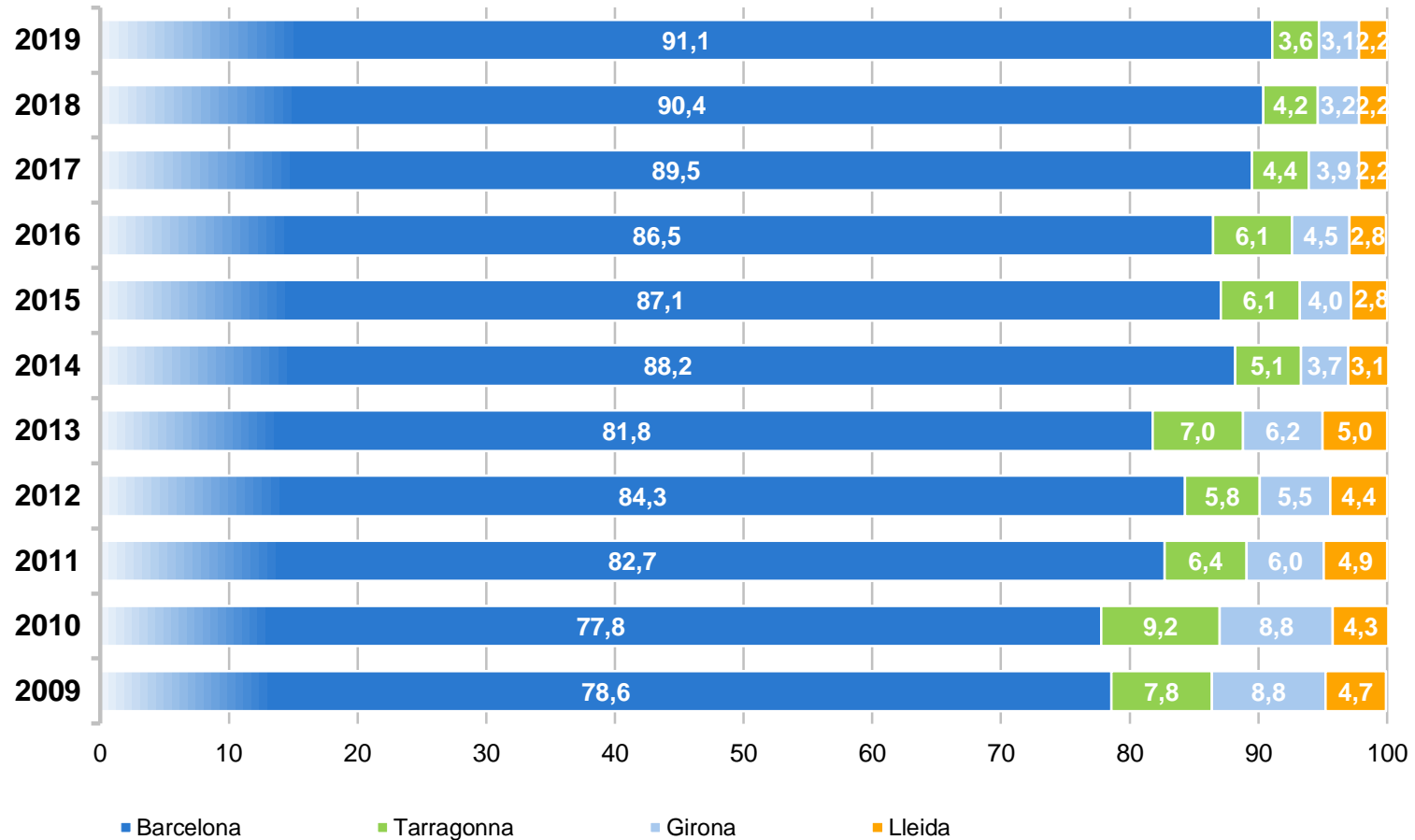
Mentre la inversió publicitària dels mitjans catalans baixa, la de la ràdio puja, augmentant la seva participació de mercat.

En dotze anys, la participació de mercat de la ràdio ha augmentat quasi cinc punts la seva participació, passant de l'11,6 % de participació l'any 2007 al 16,3 % de participació l'any 2019.



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

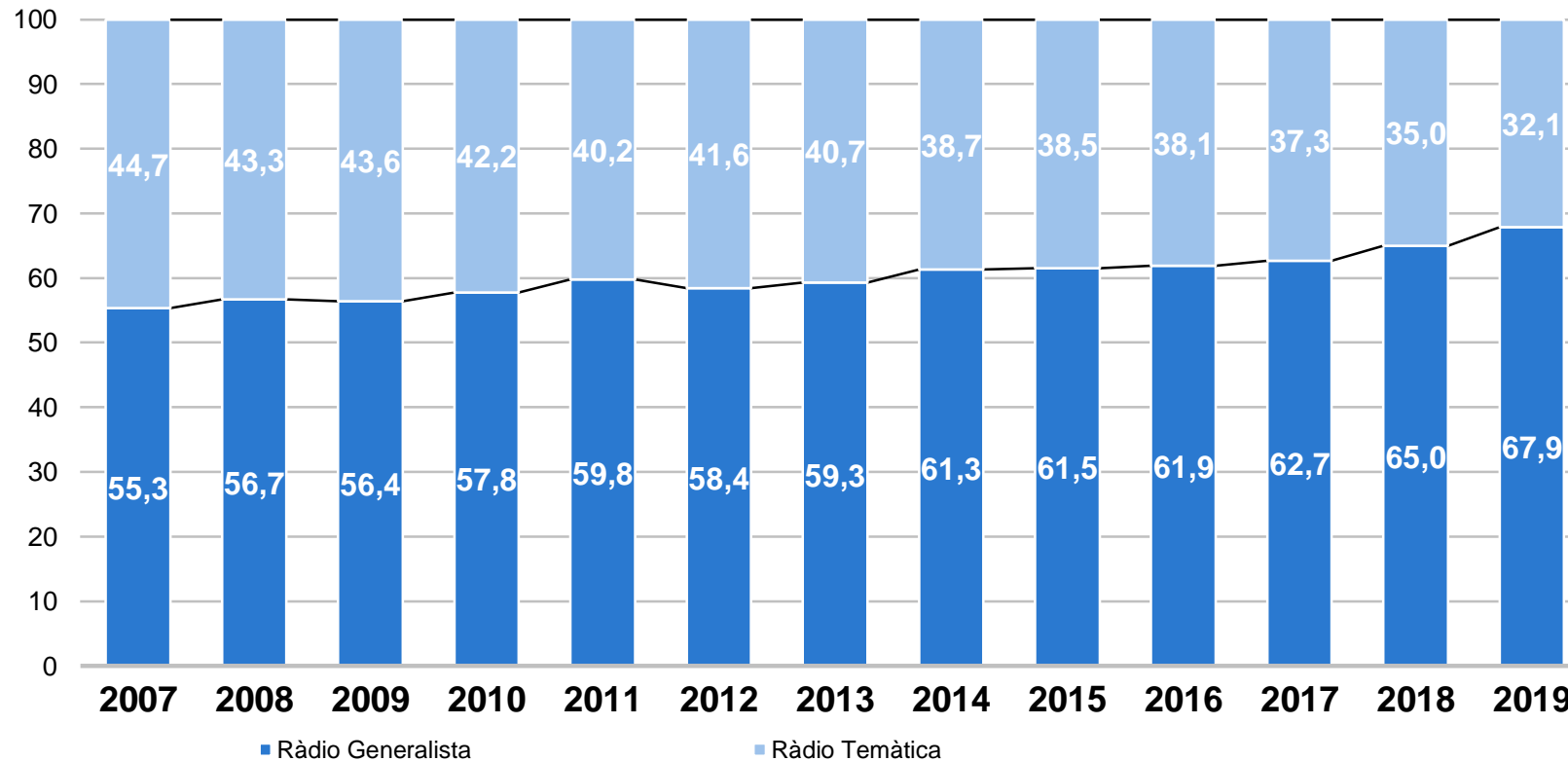
Distribució de la inversió publicitària per demarcacions



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

La ràdio generalista representa el 68% 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



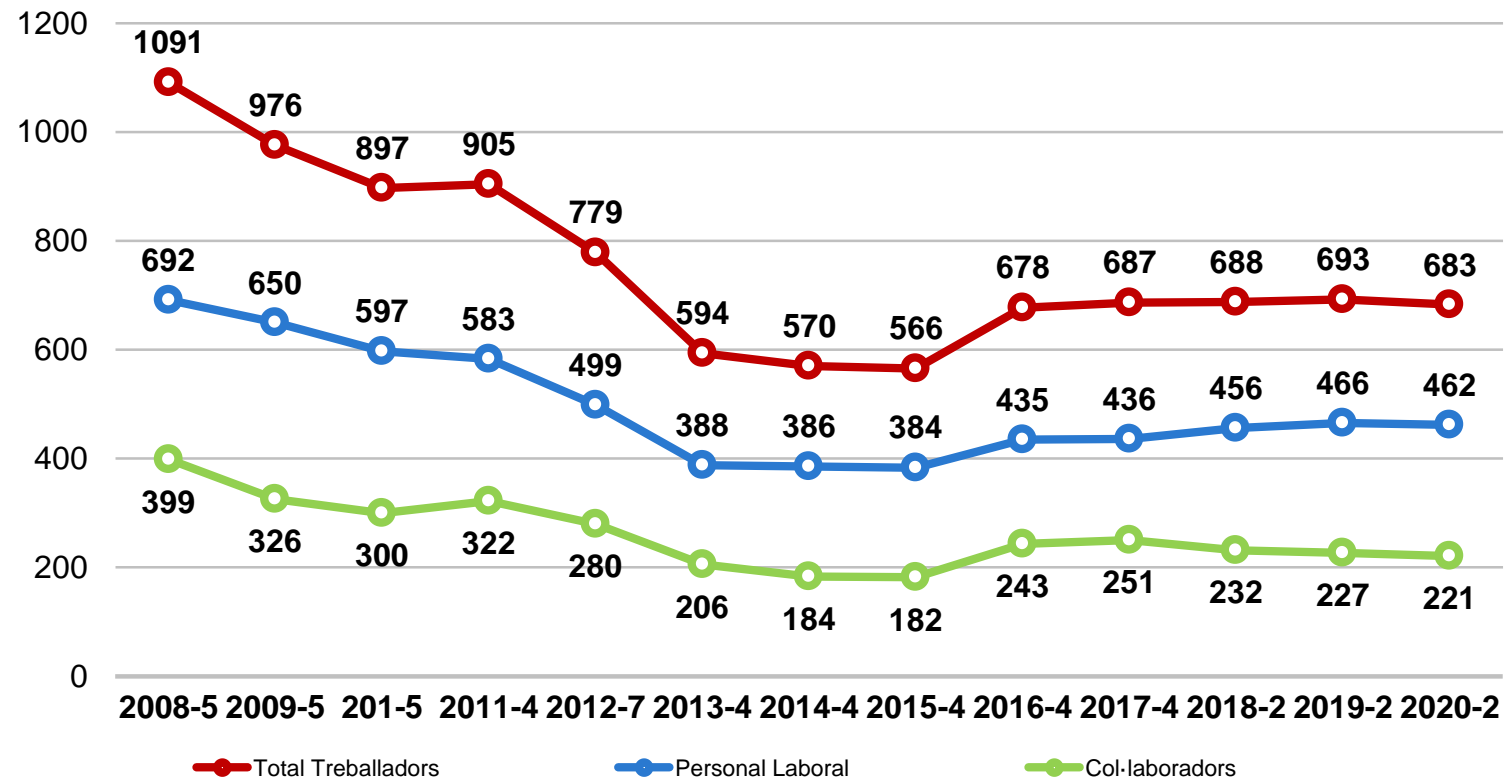
Font: Estudi elaborat per Media Hotline a petició de l'Associació Catalana de Ràdio

Evolució del nombre de treballadors de la ràdio a Catalunya

Febrer de 2020 les diferents cadenes i emissores de ràdio privada a Catalunya donaven feina a un total de 683 persones, un 68% laborals i un 32% col·laboradors.

Aquestes dades representen una pèrdua de l'1% dels llocs de treball

Evolució del nombre de treballadors



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

❖ 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