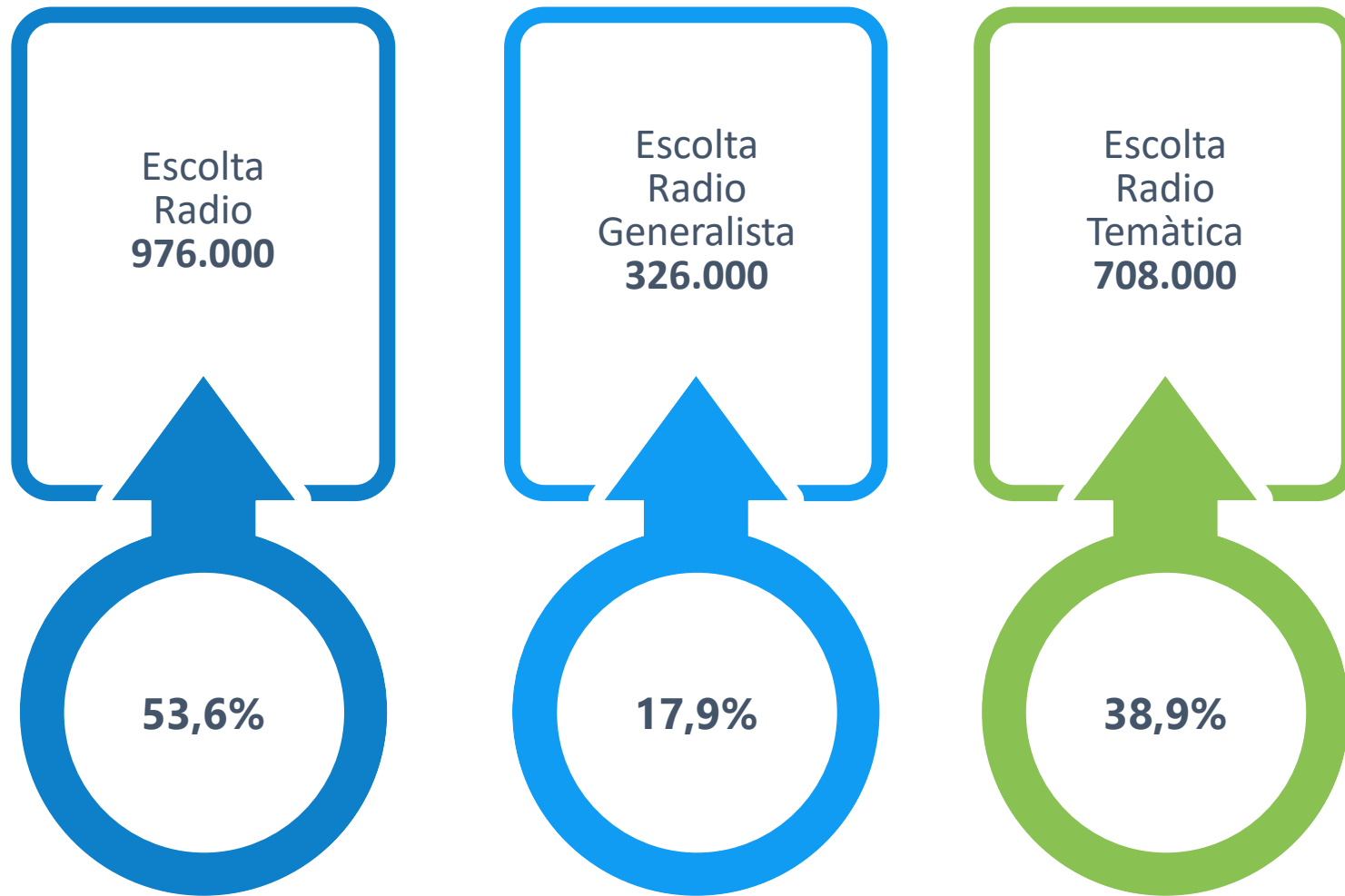




## Les marques publicitàries a la radio per a joves a Catalunya

Jornada: el futur de la ràdio i els joves  
Barcelona, 13/07/2021

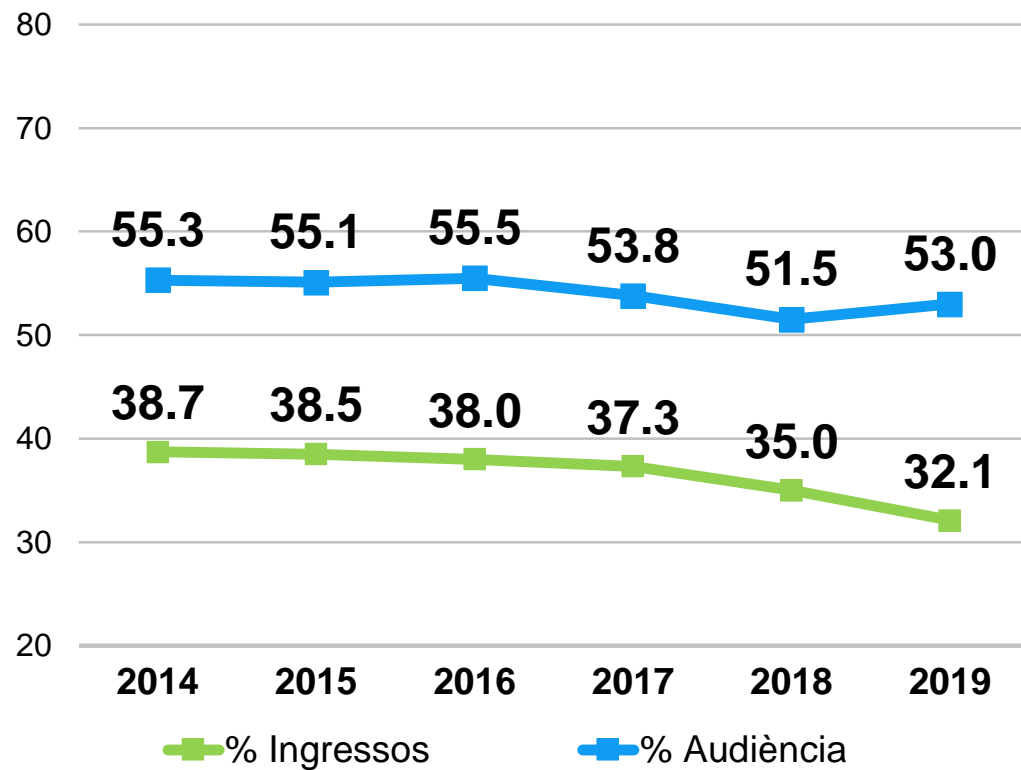
## Oients de ràdio 18-34 anys a Catalunya



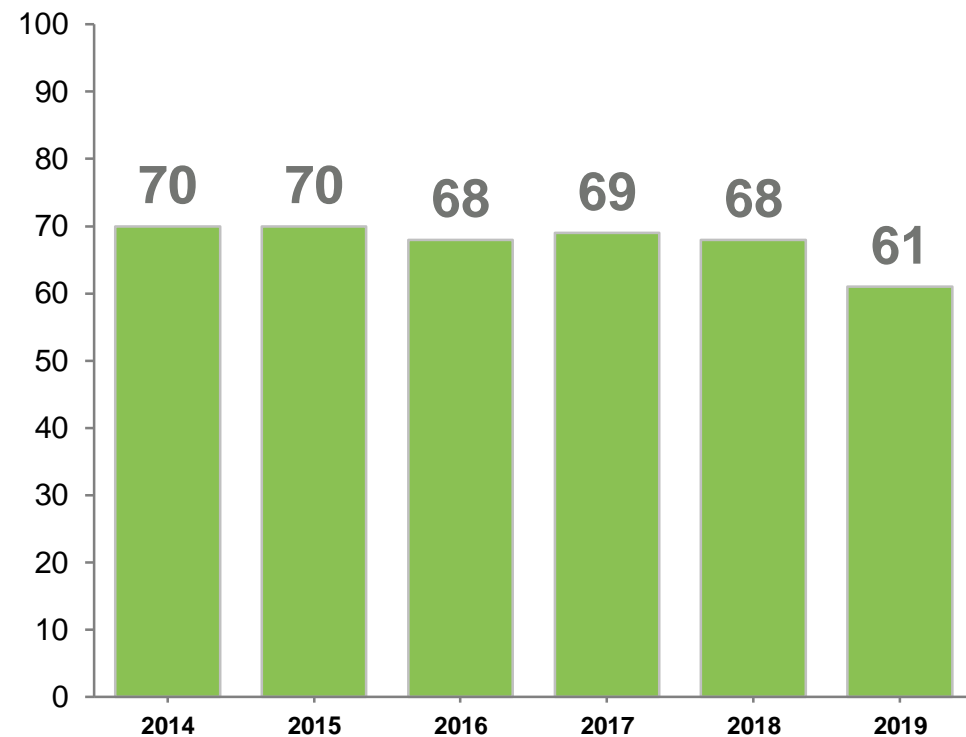
- **Casi 4 de cada 10 individus de 18-34 anys a Catalunya escolta radio temàtica**
- **1 de cada 3 oients de radio temàtica son menor de 35 anys**

- La ràdio temàtica té un pitjor retorn publicitari de la seva audiència.
- El percentatge d'ingressos per publicitat és un 40% inferior al pes de la seva audiència.

### Relació % Ingressos i % Audiència de la radio temàtica

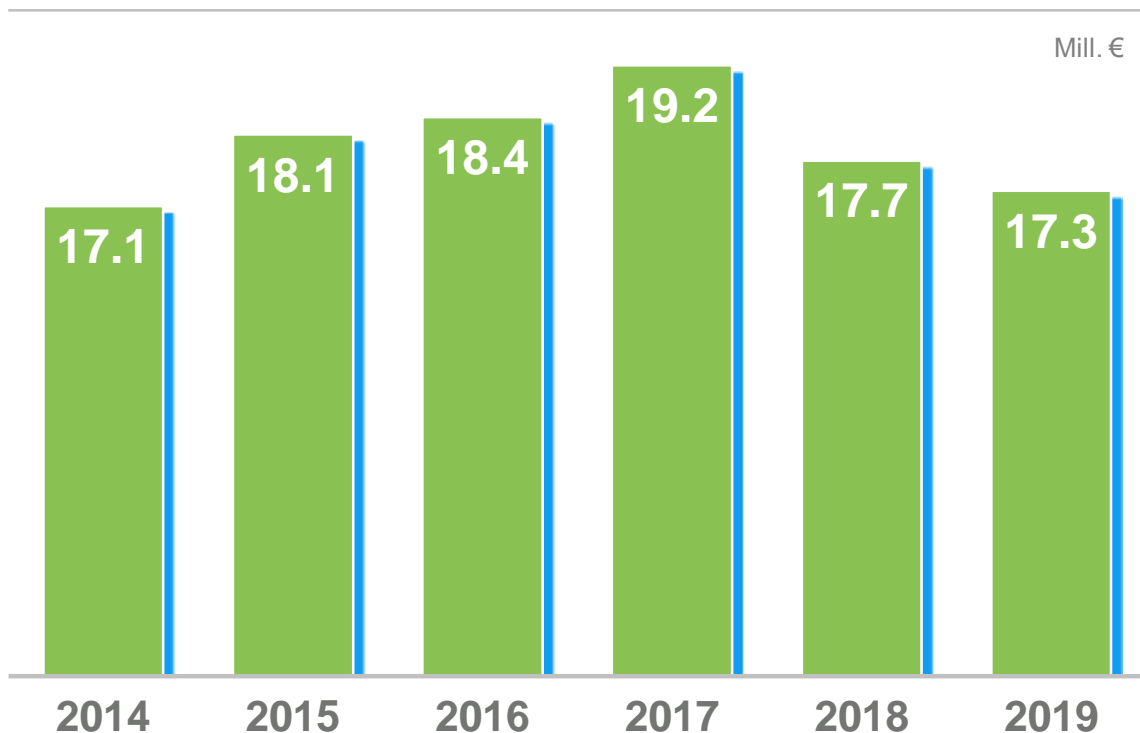


### Índex Ingressos/Audiència

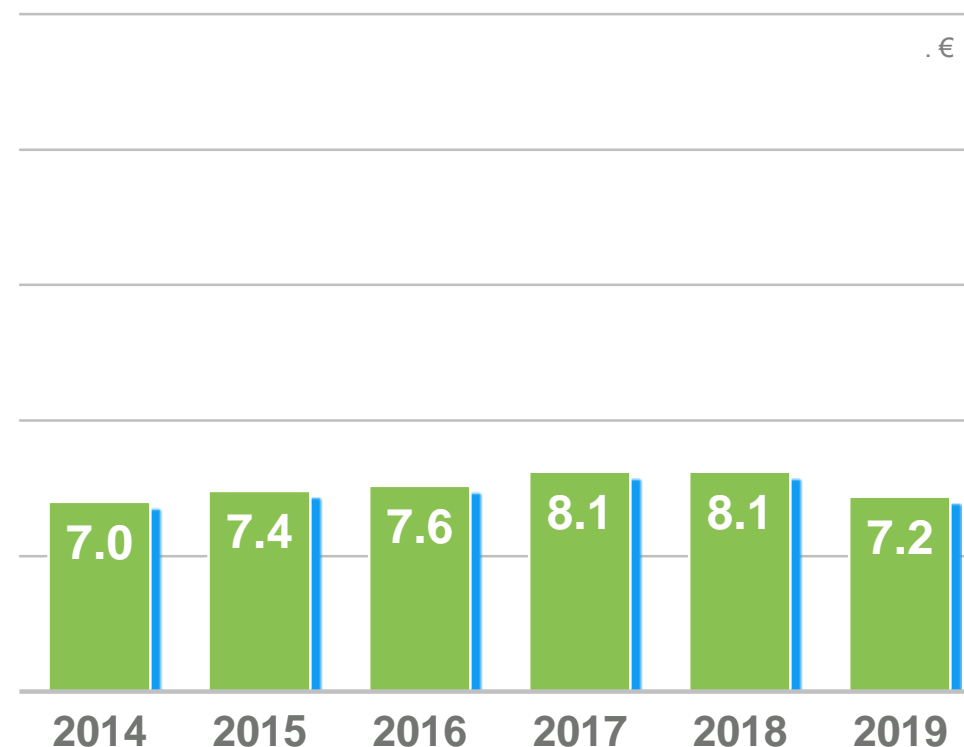


- La inversió publicitària de la radio temàtica cau en els dos últims anys.
- Els ingressos per oient baixen en el últims any analitzat.

**Evolució de la inversió publicitària de la Ràdio Temàtica a Catalunya**



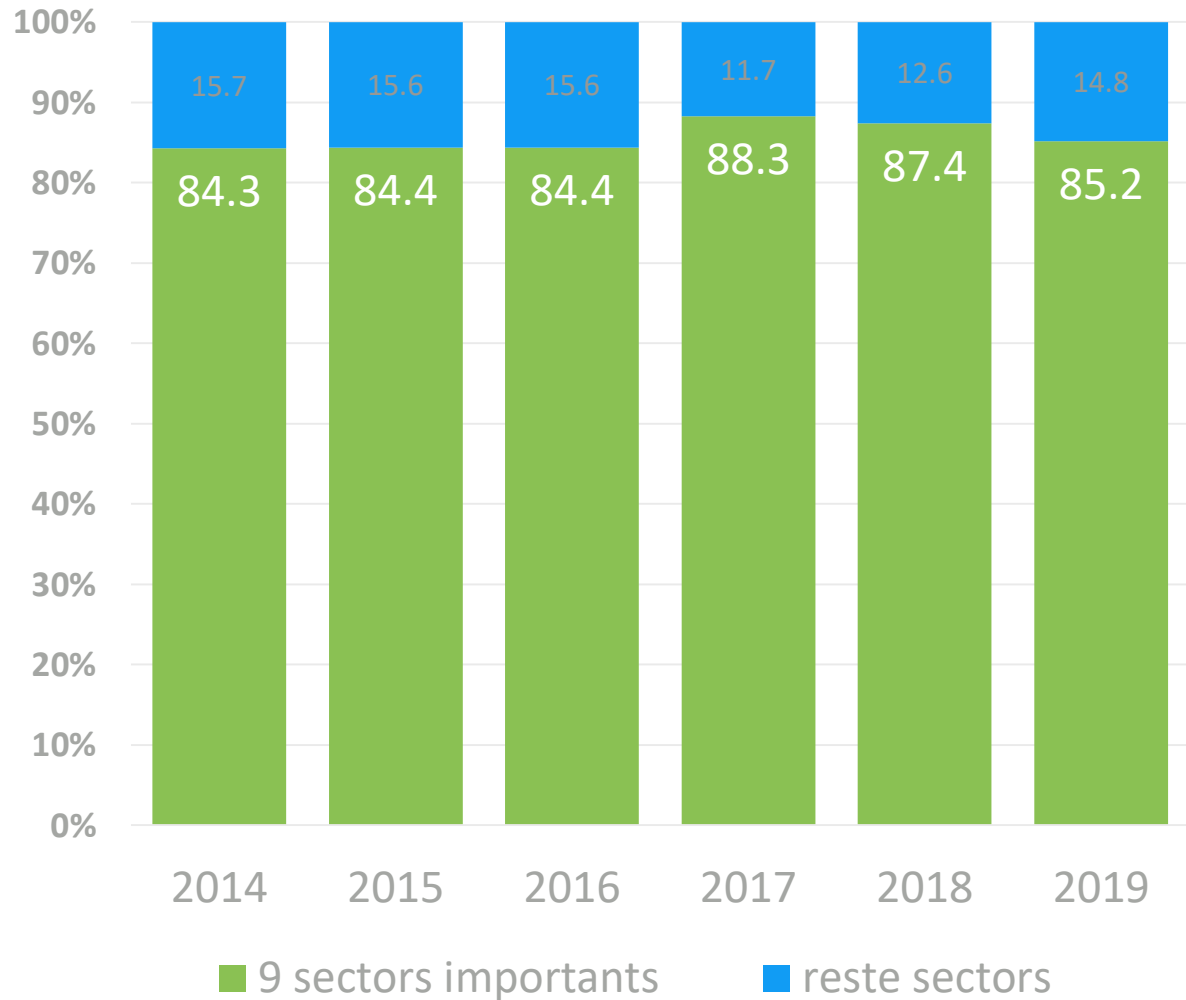
**Evolució dels ingressos per oient**



- En sis anys, el mercat ha perdut 207 anunciants, mantenint la inversió publicitària de l'any 2014, però perdent casi 2,0 mil. € des de 2017 i caient el número de minuts de publicitat
- Augmenta la inversió publicitària local, representant el 70% de la inversió de la radio temàtica

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº Anucniants	1.995	1.966	1.892	1.966	1.884	1.788
Minuts	181.957	196.459	196.380	214.804	193.614	170.048
i2p	17.054.567	18.133.987	18.394.876	19.211.987	17.744.098	17.390.871
i2p/anunciant	8.549	9.224	9.722	9.772	9.418	9.726
minuts/anunciant	91	100	104	109	103	95
Pes Nacional	32,9	28,4	37,1	34,2	30,2	30,0
Pes Local	67,1	71,6	62,9	65,8	69,8	70,0

## Publicitat local per sectors



- **Sectors emergents:**

- **Art i espectacles**
- **Decoració**
- **Moda i complements**
- **Salut**
- **Serveis privats**

2014	2015	2016	2017	2018	2019
36,1	39,2	44,0	53,7	53,6	53,0

- **Sectors importants que s'estan deteriorant per la ràdio:**

- **Automoció**
- **Distribució**
- **Oci**
- **Serveis públics**

2014	2015	2016	2017	2018	2019
48,2	45,2	40,3	34,6	33,8	32,2

## A on va la participació que perd la radio dels sectors deteriorats?

Sector	19/14%	Sector Guanyador	Quota
Automoció	+13,4	Internet	22,2%
Distribució	+2,2	Internet	26,7%
Oci	+0,5	Internet	18,8%
Serveis públics	+17,3	Internet	22,1%

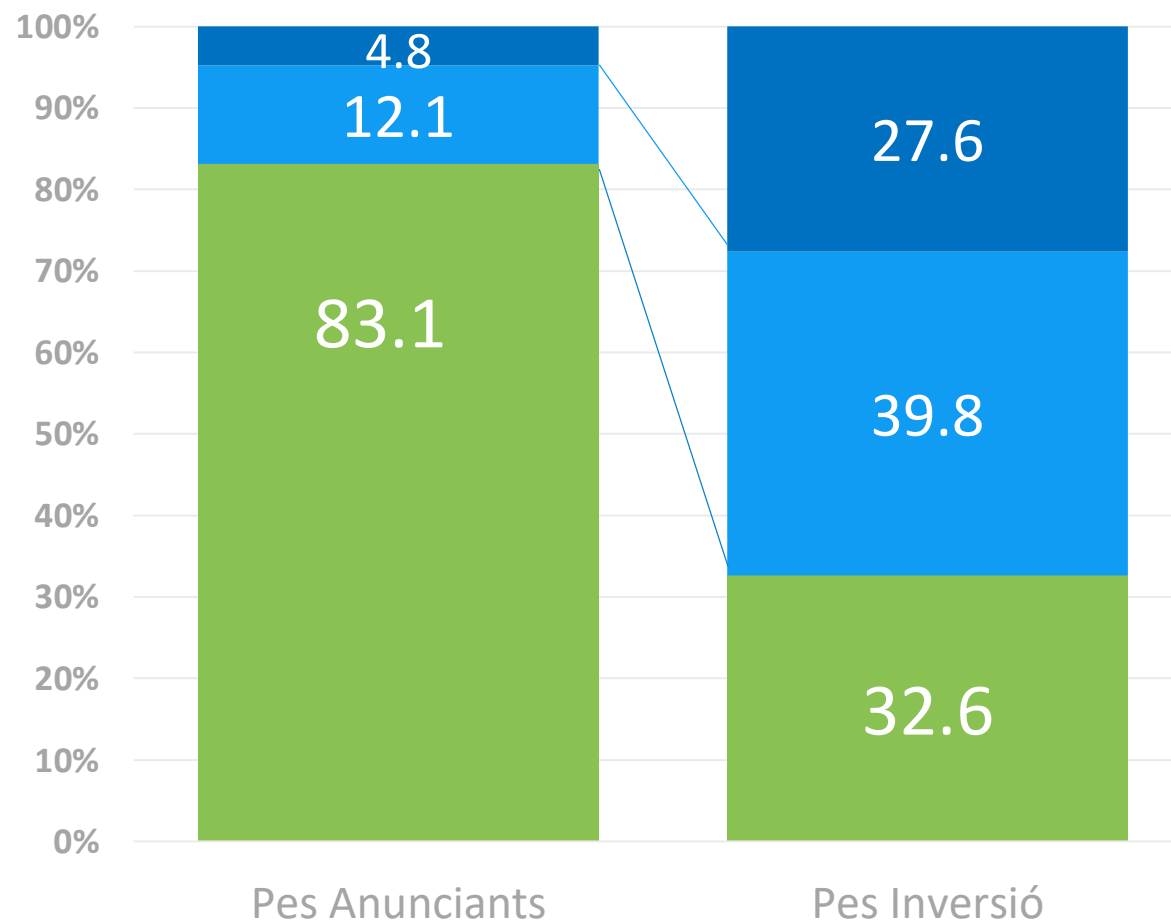
### Periode 2014-2019

Anunciants que han estat 5/6 anys

Anunciants que han estat 3/4 anys

Anunciants que han estat 1/2 anys

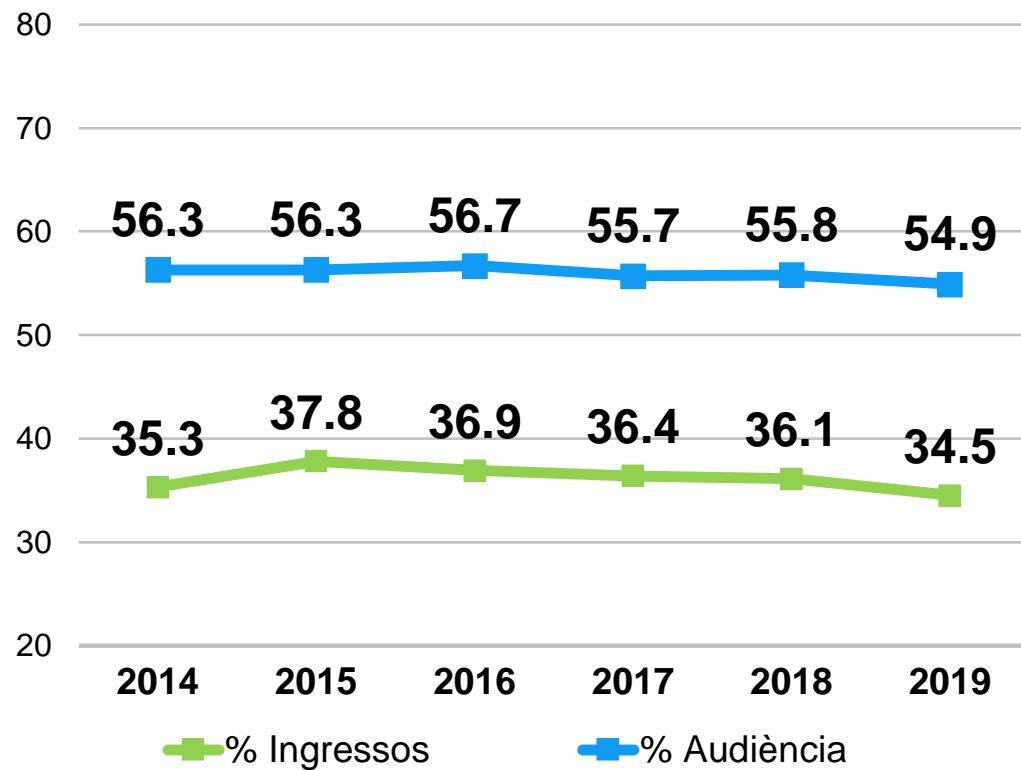
### Fidelització de la cartera d'anunciants del mercat local



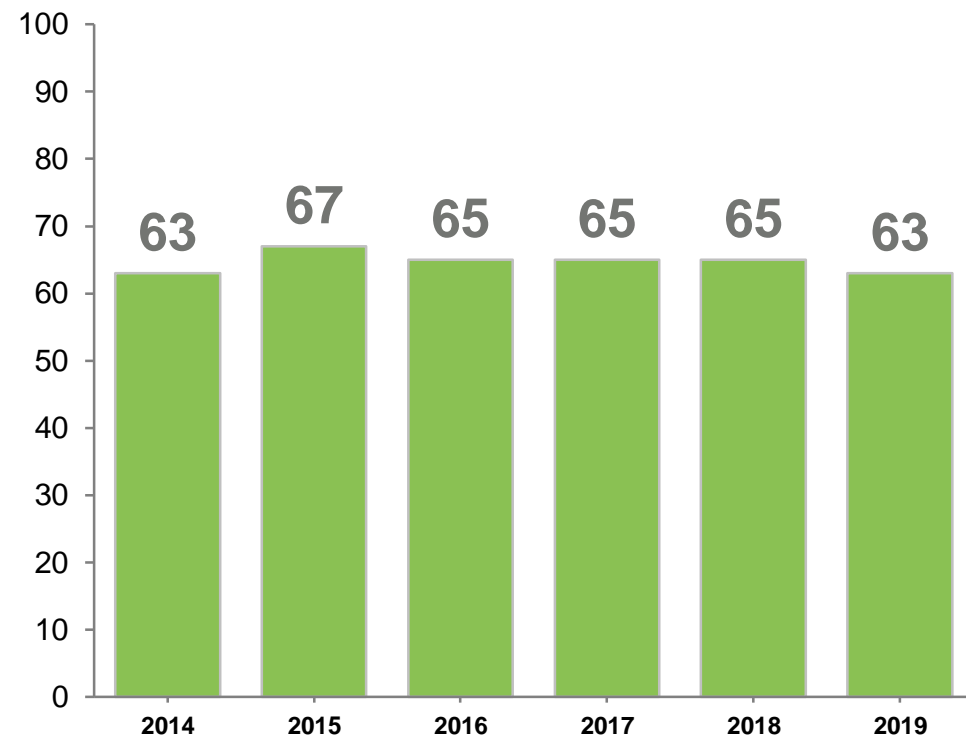


- A nivel d'estat espanyol es reproduceix la mateixa problemàtica encare una mica mes agreujada.
- El pes de la inversi3n publicitaria est1 per sota de la import1ncia de la audiencia

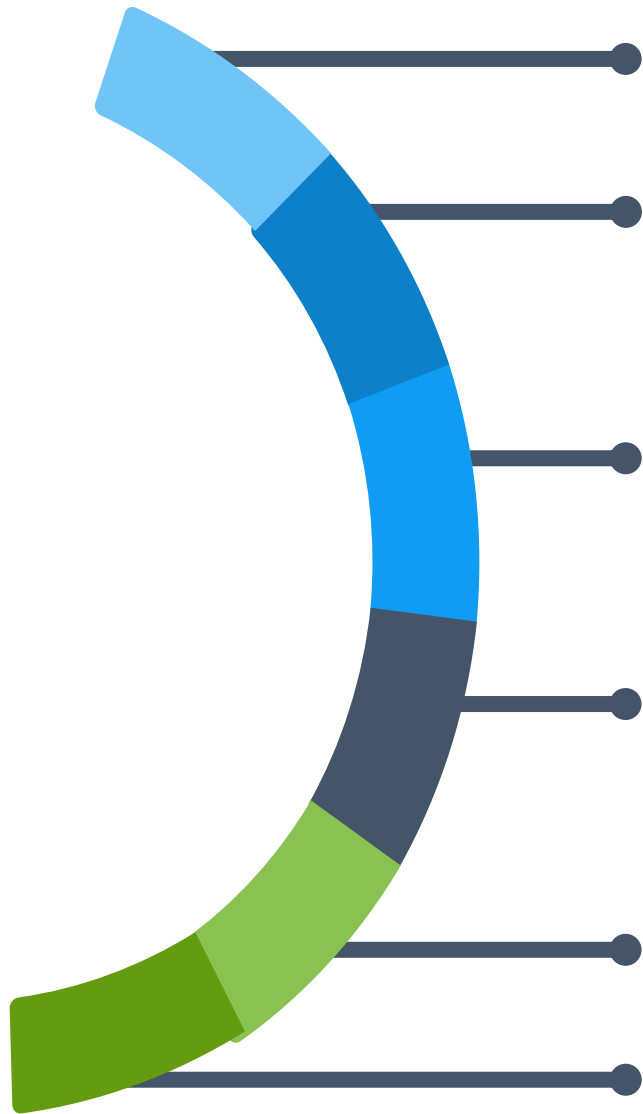
Relaci3 % Ingressos i % Audiencia de la radio tem1tica



**Índex Ingressos/Audiencia**



## Conclusions



**4 de cada 10 individus menor de 14 a 35 anys de Catalunya escolta la radio temàtica.**

**La ràdio temàtica té un pitjor retorn publicitari de la seva audiència. El percentatge d'ingressos per publicitat és un 40% inferior al pes de la seva audiència.**

**9 sectors representen el 85% de la inversió publicitària local de la radio temàtica a Catalunya.**

**Peró 4 d'aquets nou sectors, automoció, distribució, oci i serveis públics estant baixant el seu pes a la radio en favor de mitjans digitals**

**El 83% dels anunciants locals es renovan cada any o dos anys i representa el 32,6% de la inversió.**

**Aquesta mateixa problemàtica succeeix d'una manera mes acusada a la radio temàtica de l'estat espanyol**

## **Com avançar?**

**Escoltant al mercat publicitari...  
especialment als anunciants... però  
també algunes agències**

**Buscant perquè a la situació...**

**Entenent les seves necessitats...**

**I després de fer la  
recerca?**

**Amb els aprenentatges de la  
recerca fer molta pedagogia i  
argumentar el mitjà!**

