



Informe del sector de la ràdio a Catalunya Resum 2007 – 2023

Barcelona, 8 Març 2024

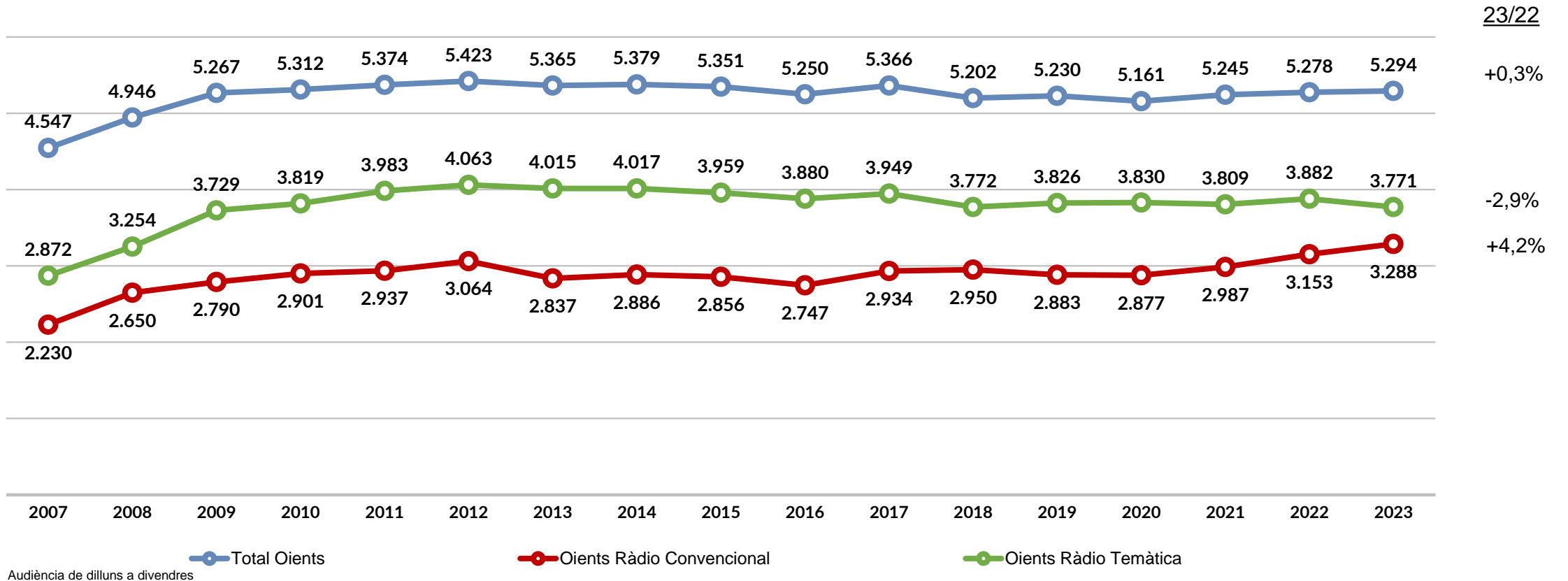
Document per: **ACR**)))
Associació Catalana de Ràdio

Taula de continguts

- 01** **Audiència de la ràdio a Catalunya**
- 02** Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya
- 03** Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors
- 04** Emissores sense títol habilitant

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Evolució del oients mensuals de ràdio a Catalunya



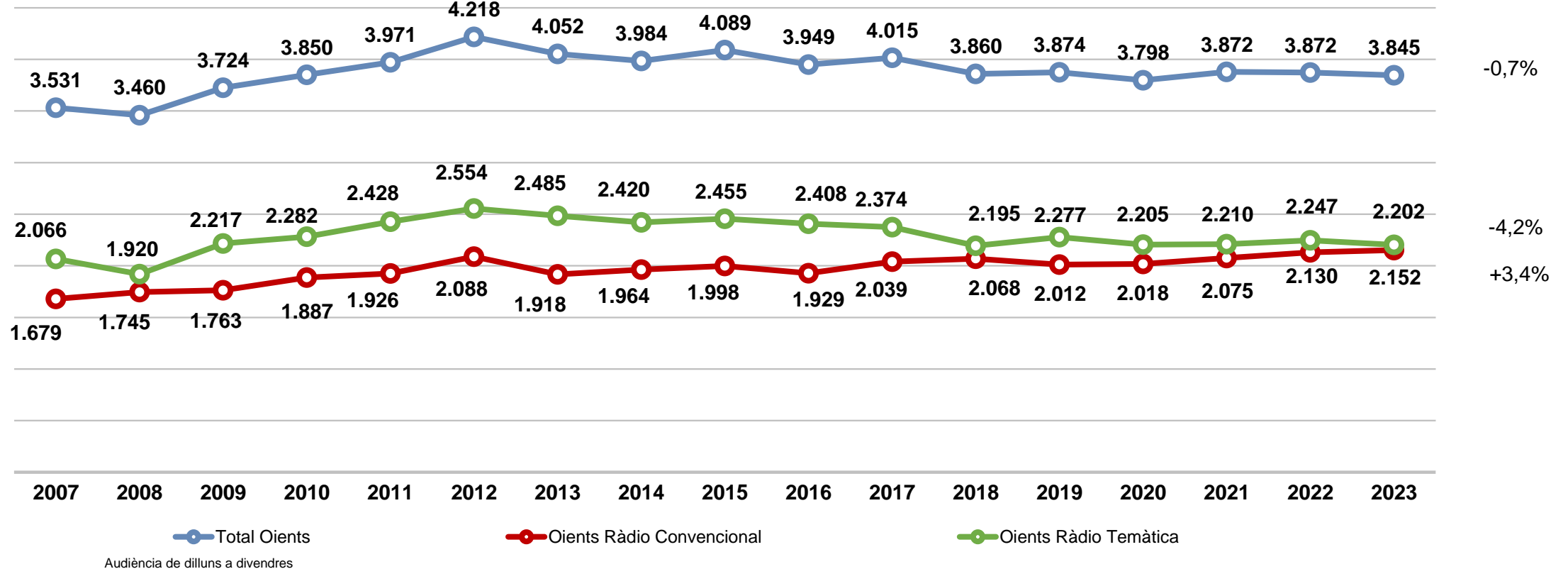
Font: EGM acum anys naturals

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Durant l'any 2023, la ràdio pràcticament ha mantingut els oients
 La ràdio convencional ha augmentat un 2,7%. La ràdio temàtica creix un 1,7%

Evolució del oients diaris de ràdio a Catalunya

23/22



Oients que escolten la ràdio en català 2.714, el 70,6% del total

Aportació de la ràdio privada: 74,1%, aportació de la ràdio pública: 25,9%

Font: EGM acum anys naturals

Oients que escolten la ràdio en català

El 70,6% dels oients de ràdio escolten la ràdio en català

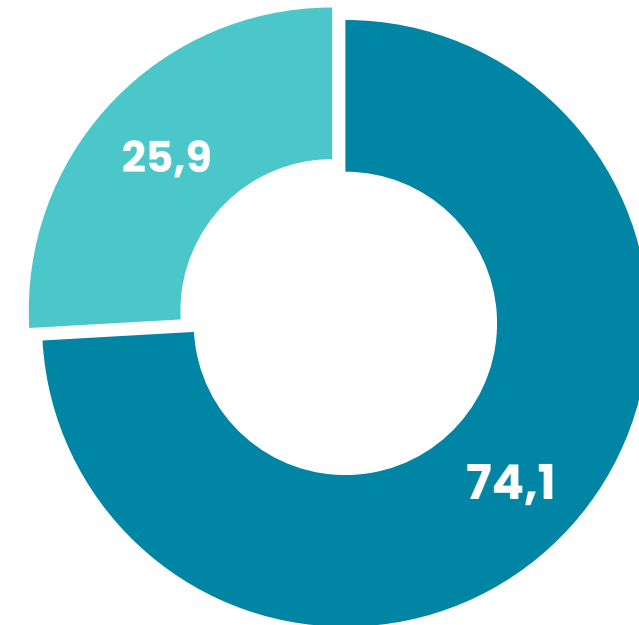
El 74,1% ho fan a través de la ràdio privada i el 25,9% al voltant de la ràdio pública

2.714.000

**Individus escolten
la ràdio en català.**

**Representen el 70,6%
del total oients.**

Aportació al català

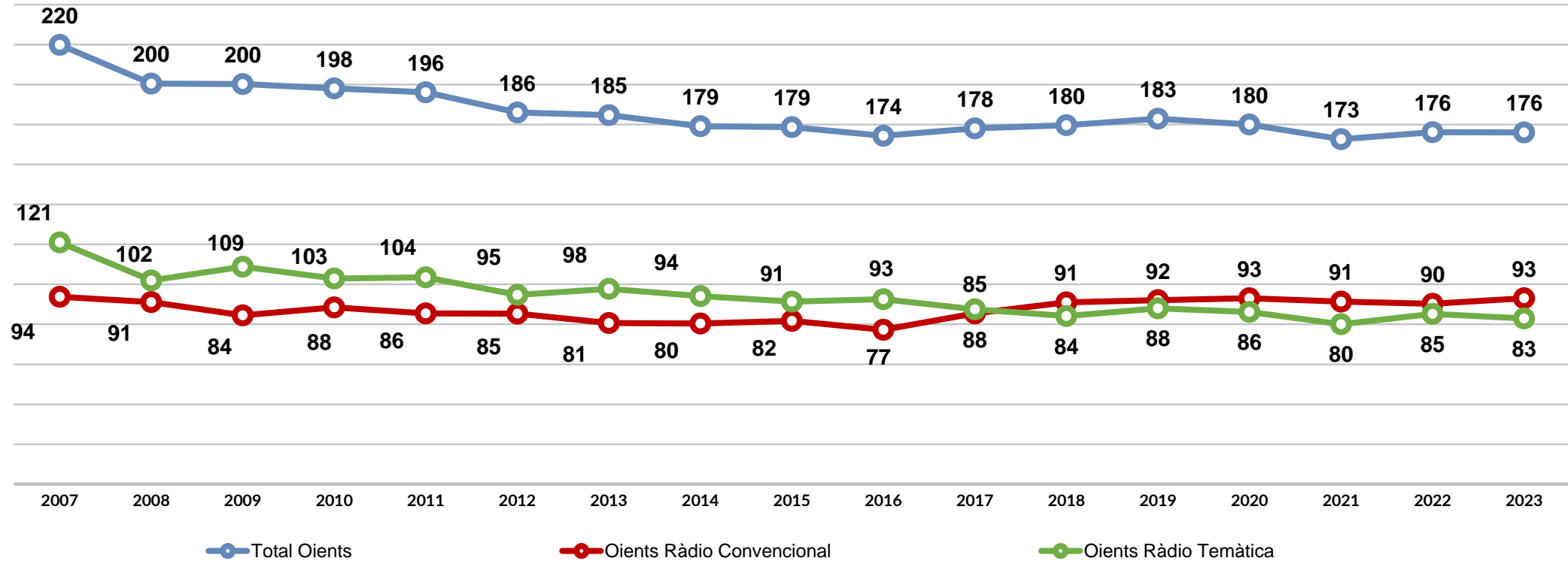


■ Ràdio Privada

■ Ràdio Pública

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Evolució dels minuts diaris d'escolta de ràdio a Catalunya



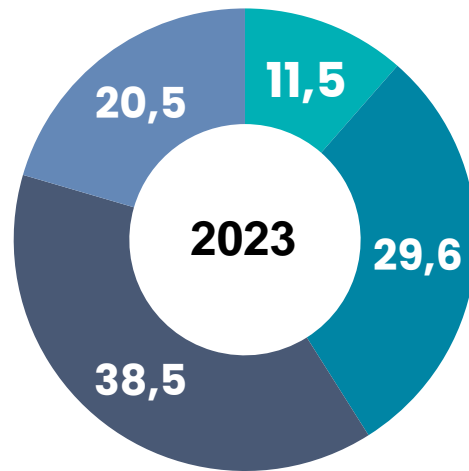
Minuts de dilluns a divendres

Font: EGM acum anys naturals

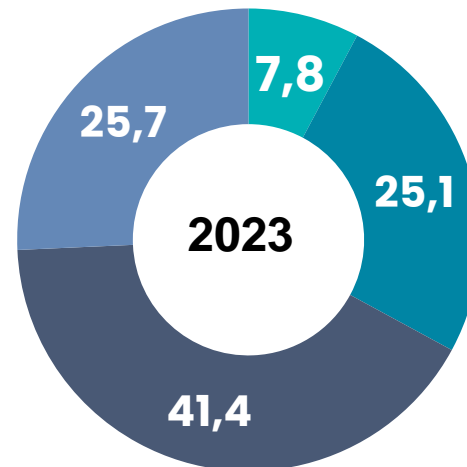
Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Perfil del oient de ràdio

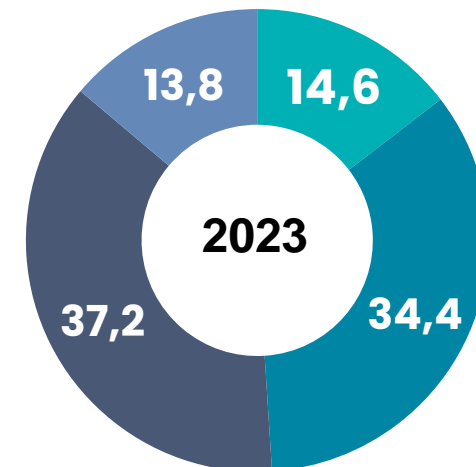
Total Ràdio



Ràdio Generalista



Ràdio Temàtica



■ Menys de 25 anys

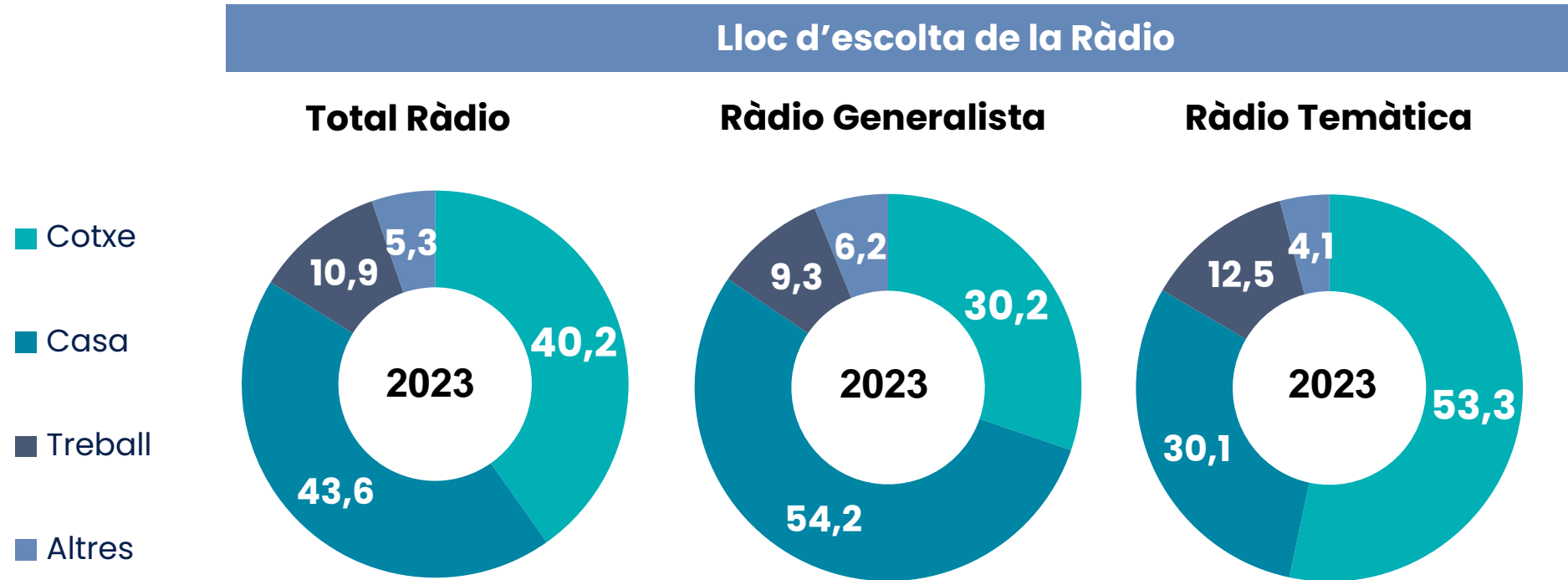
■ de 25 a 44 anys

■ de 45 a 64 anys

■ Més de 64 anys

Font: EGM acum anys naturals

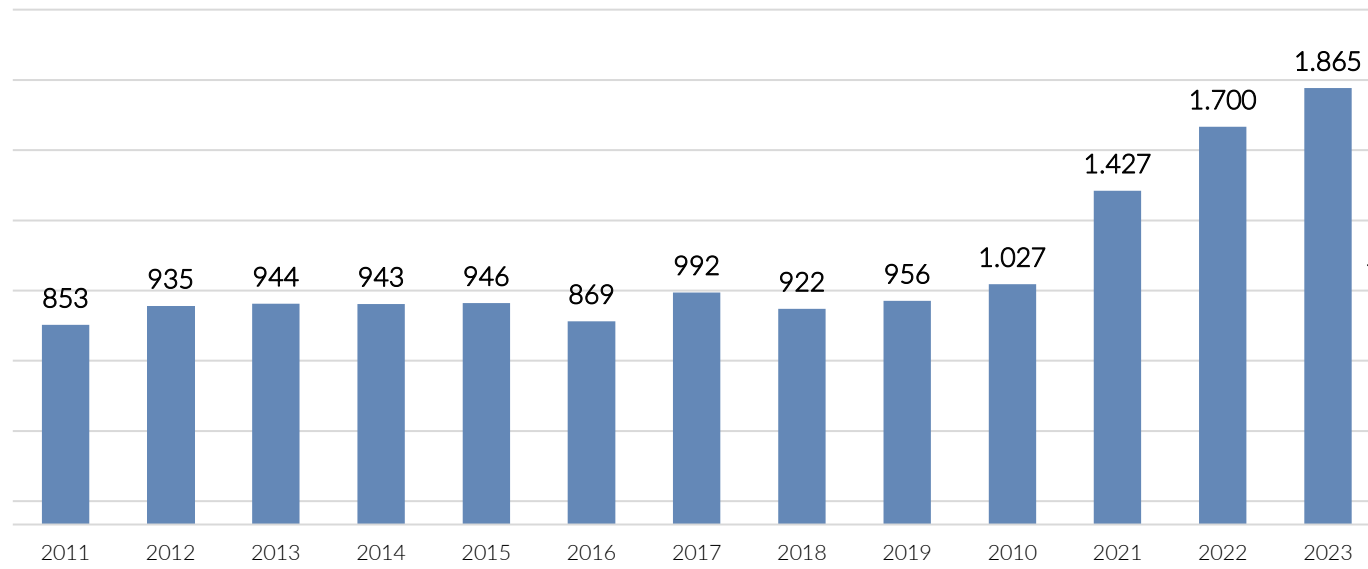
Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya



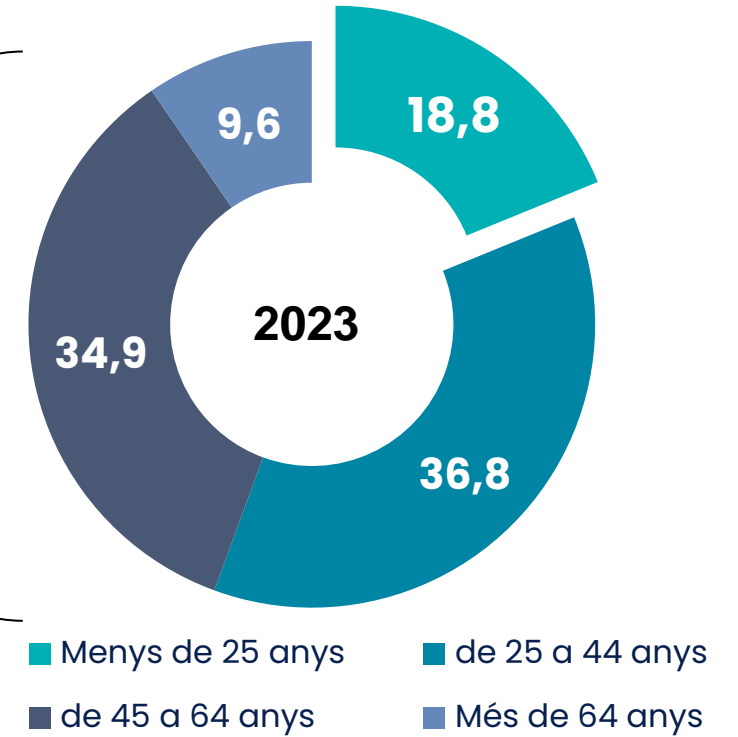
Font: EGM acum anys naturals

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Oients Ràdio per Internet



Perfil per edat



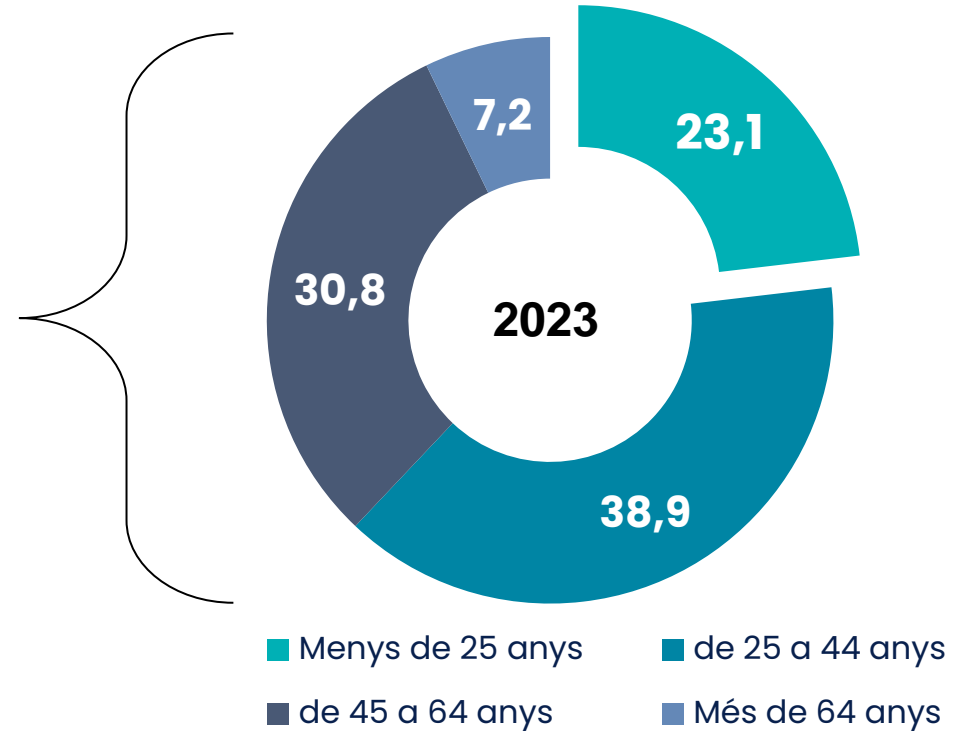
Font: EGM acum anys naturals

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Oients de Podcast de ràdio*

1.316
+22,2%

Perfil per edat



* Primera dada de mesura

Font: EGM acum anys naturals

Taula de continguts

101

Audiència de la ràdio a Catalunya

202

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

303

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

404

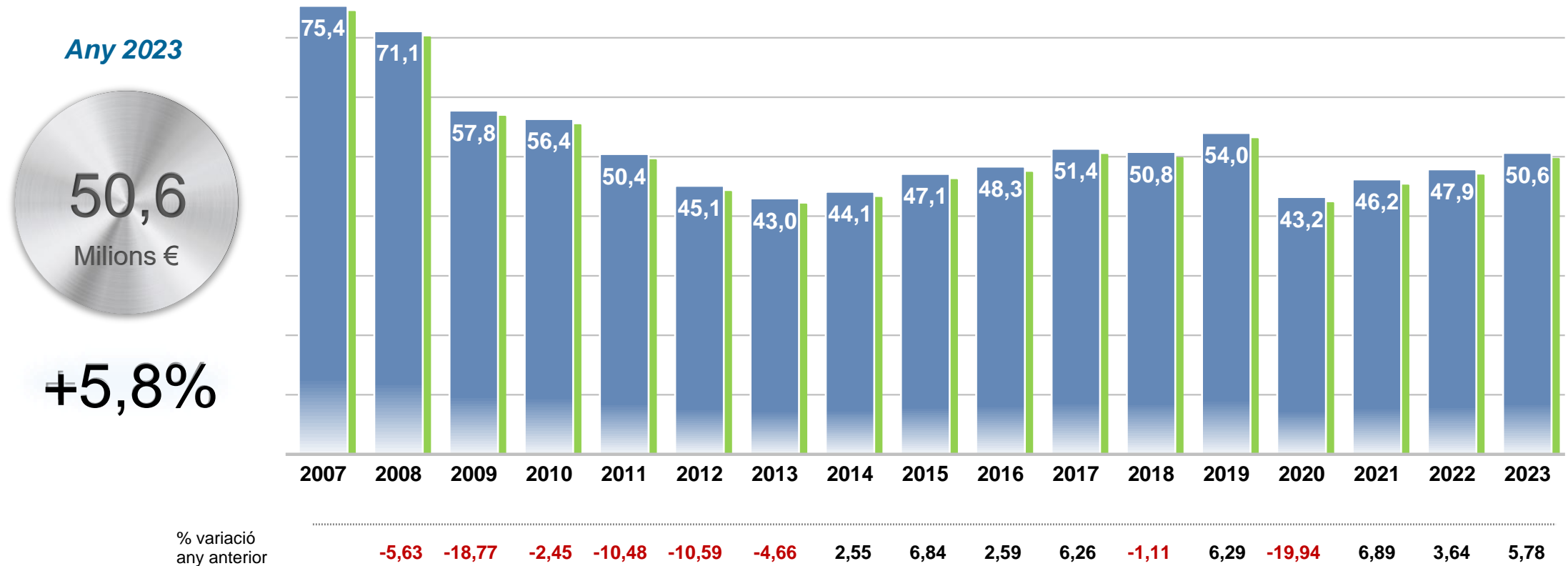
Emissores sense títol habilitant

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

L'any 2023, la inversió publicitària de la ràdio creix un 5,8% fins arribar als 50,6 mil·lions €, però encara no s'ha recuperat tota la caiguda provocada per la pandèmia.

Evolució de la inversió publicitària de la Ràdio a Catalunya

Mill. €

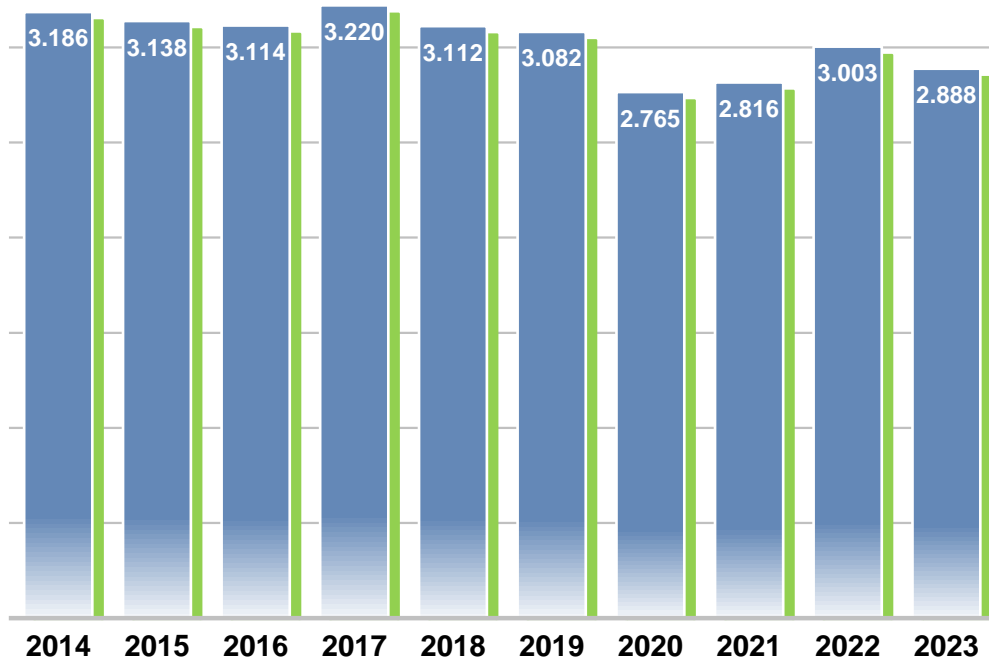


Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

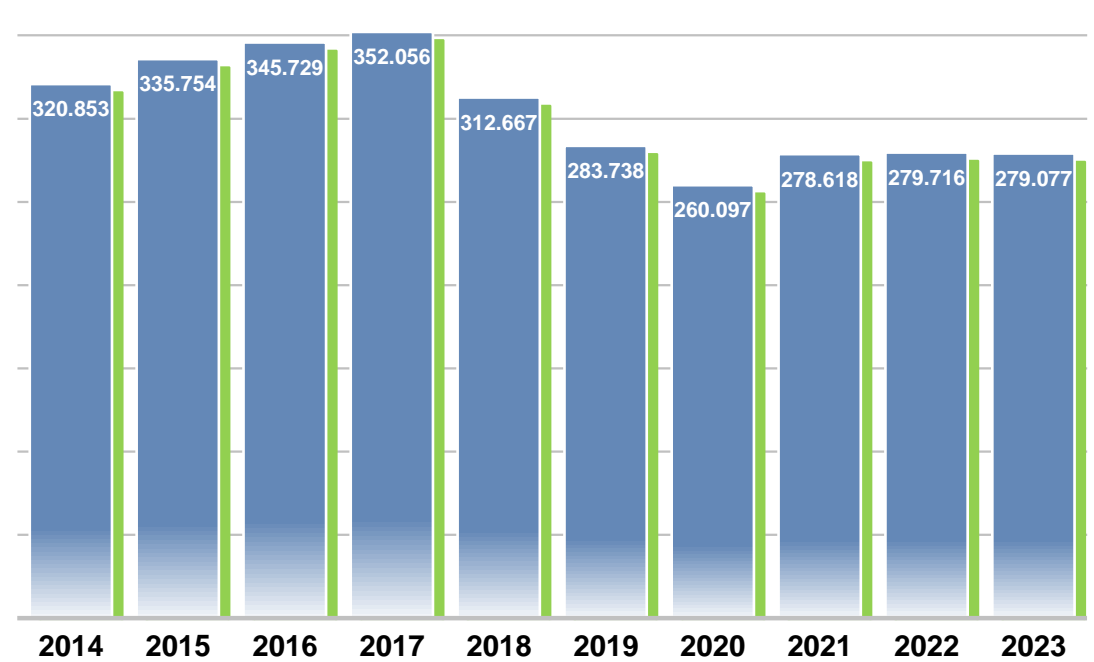
Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

Menys marques amb els mateixos minuts de publicitat sense arribar a les dades de l'any 2019

Nº Marques



Minuts de publicitat



% variació
any anterior

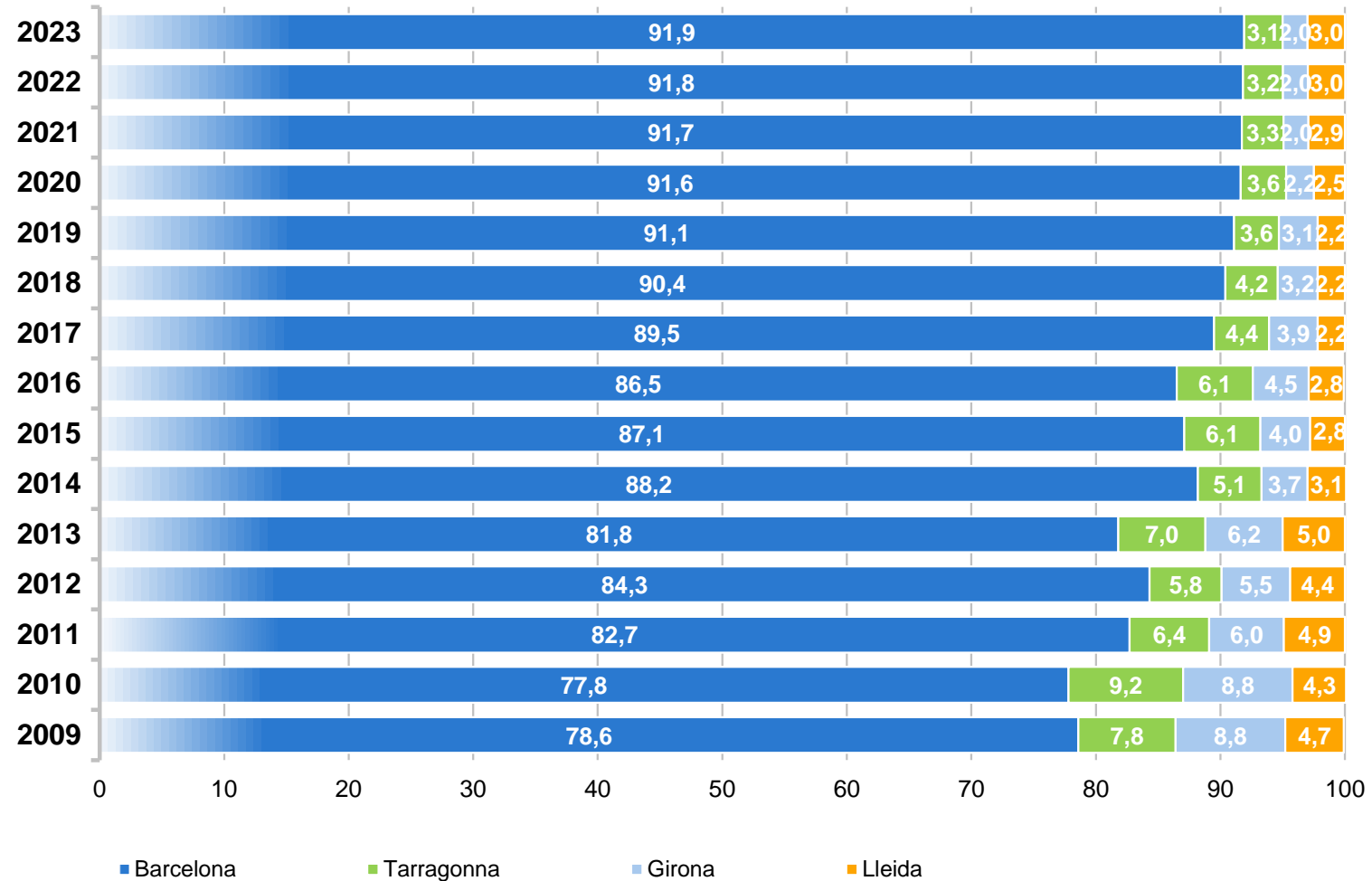
-1,5 -0,8 3,4 -3,4 -1,0 -10,3 1,8 6,6 -3,8

4,6 3,0 1,8 -11,2 -9,3 -8,3 7,1 0,4 -0,2

Font: Arce Media, Elaboració Media Hotline

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

Distribució de la inversió publicitària per demarcacions

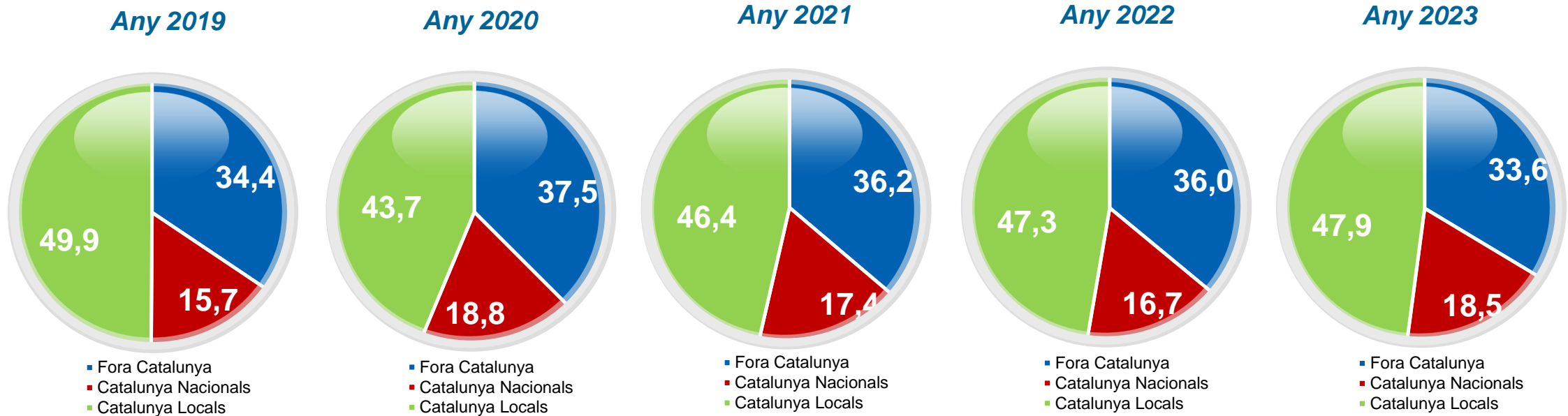


Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La inversió publicitària dels anunciants locals representa el 48% de la inversió total, augmenta quatre punts respecta del 2020, però encara està dos 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, automoció, serveis públics i alimentació.
- Perden participació de mercat: Llar, telecomunicacions i espectacles.

- **Publicitat local**

- Augmenten participacions de mercat, serveis públics i privats, oci, distribució i automoció.
- Perden participació de mercat espectacles, viatges i turisme, salut i telecomunicacions.

	Pub. Nacional			Pub. Local			Total		
	2022	2023	Difer	2022	2023	Difer	2022	2023	Difer
Alimentació	1,6	2,6	1,0	2,8	3,3	0,5	2,4	3	0,6
Espectacles	4,9	3,8	-1,1	13,8	12,5	-1,3	10,7	9,5	-1,2
Automoció	14	20,4	6,4	4,4	5,2	0,8	7,7	10,4	2,7
Begudes	2,2	2,1	-0,1	1,3	1,4	0,1	1,6	1,7	0,1
Bellesa	0,4	0,4		0,2		-0,2	0,2	0,2	
Cultura i esport	1,6	1,8	0,2	6,4	5,8	-0,6	4,7	4,4	-0,3
Decoració	4,2	4,2		6,3	6	-0,3	5,6	5,4	-0,2
Distribució	11,3	11,2	-0,1	6,1	6,9	0,8	7,9	8,4	0,5
Energia	2,7	2,8	0,1	1,1	1,5	0,4	1,7	1,9	0,2
Finances	12,7	13,2	0,5	1,1	1	-0,1	5,1	5,3	0,2
Llar	8,3	3,1	-5,2	1,6	0,8	-0,8	3,9	1,6	-2,3
Telecomunicacions	4,5	3,5	-1,0	2,3	1,4	-0,9	3,1	2,1	-1,0
Neteja				0,1	0,1		0,1	0,1	
Moda i complements	1,4	1,2	-0,2	3,4	3	-0,4	2,7	2,4	-0,3
Oci	9,9	9,9		7,3	8,2	0,9	8,2	8,8	0,6
Salut	3	2,3	-0,7	3,9	3	-0,9	3,6	2,8	-0,8
Serveis privats	6,2	5,6	-0,6	22,8	23,8	1,0	17,1	17,5	0,4
Serveis públics	4,5	5,5	1,0	11,6	13,3	1,7	9,2	10,6	1,4
Viatges i Turisme	6,2	6,4	0,2	3,7	2,7	-1,0	4,6	4	-0,6
Varis	0,1		-0,1						
Total	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

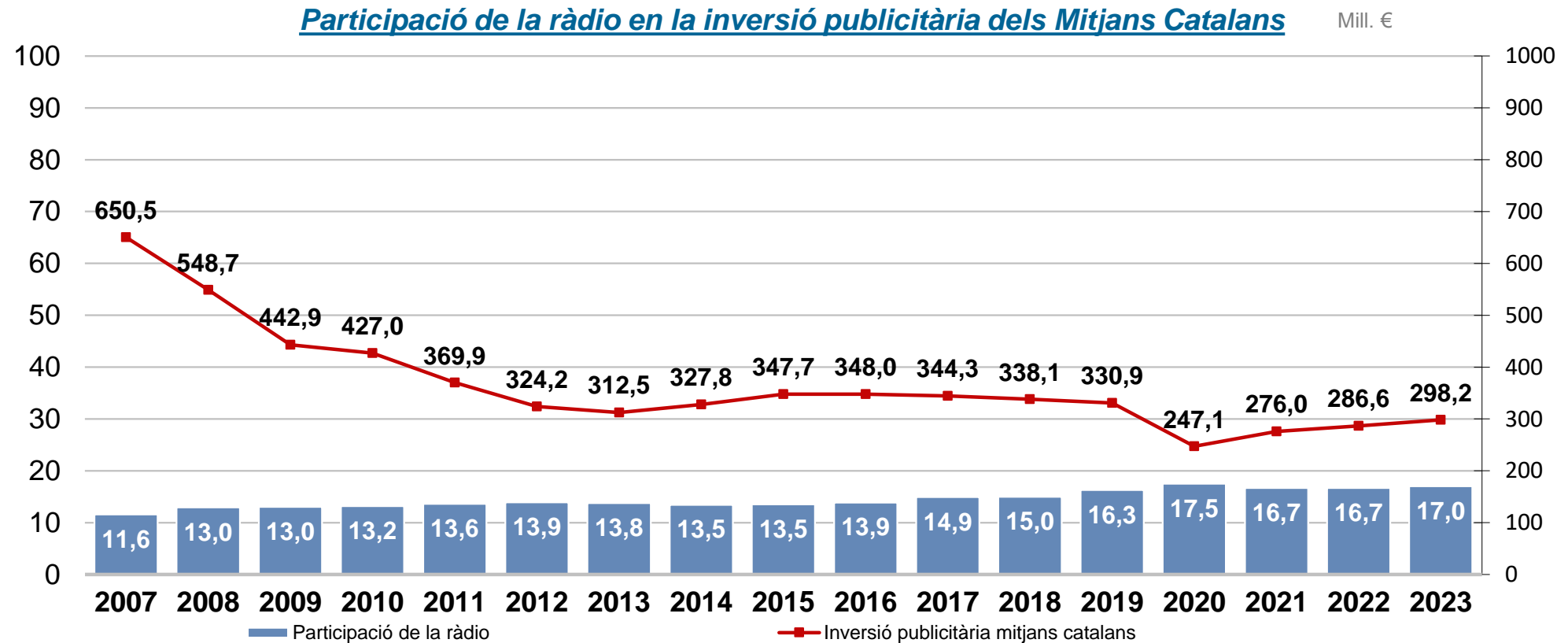
- En els tres primers trimestres de l'any la inversió publicitària ha augmentat, amb la excepció puntual de la ràdio digital
- Durant el quart trimestre de l'any la inversió publicitària en ràdio temàtica cau i en la ràdio generalista es ralenteix

	Primer Trimestre			Segon Trimestre			Tercer Trimestre			Quart Trimestre			Total		
	2022 (000)	2023 (000)	%Var	2022 (000)	2023 (000)	% Var	2022 (000)	2023 (000)	% Var	2022 (000)	2023 (000)	% Var	2022 (000)	2023 (000)	% Var
Generalista	6.469,9	7.215,7	11,5	8.961,8	9.354,0	4,4	5.241,0	5.874,8	12,1	10.928,5	11.354,5	3,9	31.601,2	33.799,0	7,0
Tradicional	6.251,2	6.976,8	11,6	8.733,1	9.169,0	5,0	5.108,6	5.725,2	12,1	10.676,3	11.075,7	3,7	30.769,2	32.946,7	7,1
Digital	218,7	238,9	9,2	228,7	185,0	-19,1	132,4	149,6	12,9	252,2	278,9	10,6	832,0	852,3	2,4
Temàtica	3.477,9	3.698,0	6,3	4.626,2	4.958,1	7,2	2.700,7	2.909,2	7,7	5.466,4	5.272,6	-3,5	16.271,2	16.838,0	3,5
Tradicional	3.456,0	3.680,2	6,5	4.542,7	4.846,0	6,7	2.656,3	2.828,3	6,5	5.412,5	5.223,3	-3,5	16.067,5	16.577,9	3,2
Digital	21,9	17,8	-18,8	83,5	112,1	34,3	44,4	80,8	82,1	53,9	49,3	-8,5	203,7	260,1	27,7
Total	9.947,9	10.913,7	9,7	13.587,9	14.312,1	5,3	7.941,7	8.784,0	10,6	16.394,9	16.627,2	1,4	47.872,4	50.637,0	5,8
Tradicional	9.707,2	10.657,0	9,8	13.275,8	14.015,0	5,6	7.764,9	8.553,6	10,2	16.088,8	16.299,0	1,3	46.836,7	49.524,6	5,7
Digital	240,6	256,7	6,7	312,2	297,1	-4,8	176,8	230,4	30,3	306,1	328,2	7,2	1.035,7	1.112,4	7,4
% Tradicional	97,6	97,6		92,8	97,9		97,8	97,4		98,1	98,0		97,8	97,8	
% Digital	2,4	2,4		7,2	2,1		2,2	2,6		1,9	2,0		2,2	2,2	
% per trimestres	20,8	21,6		26,8	28,3		16,6	17,3		34,2	32,8		100,0	100,0	

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

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La participació de ràdio en la inversió publicitària dels mitjans catalans es situa en el 17%, tres dècimes més que l'any anterior.

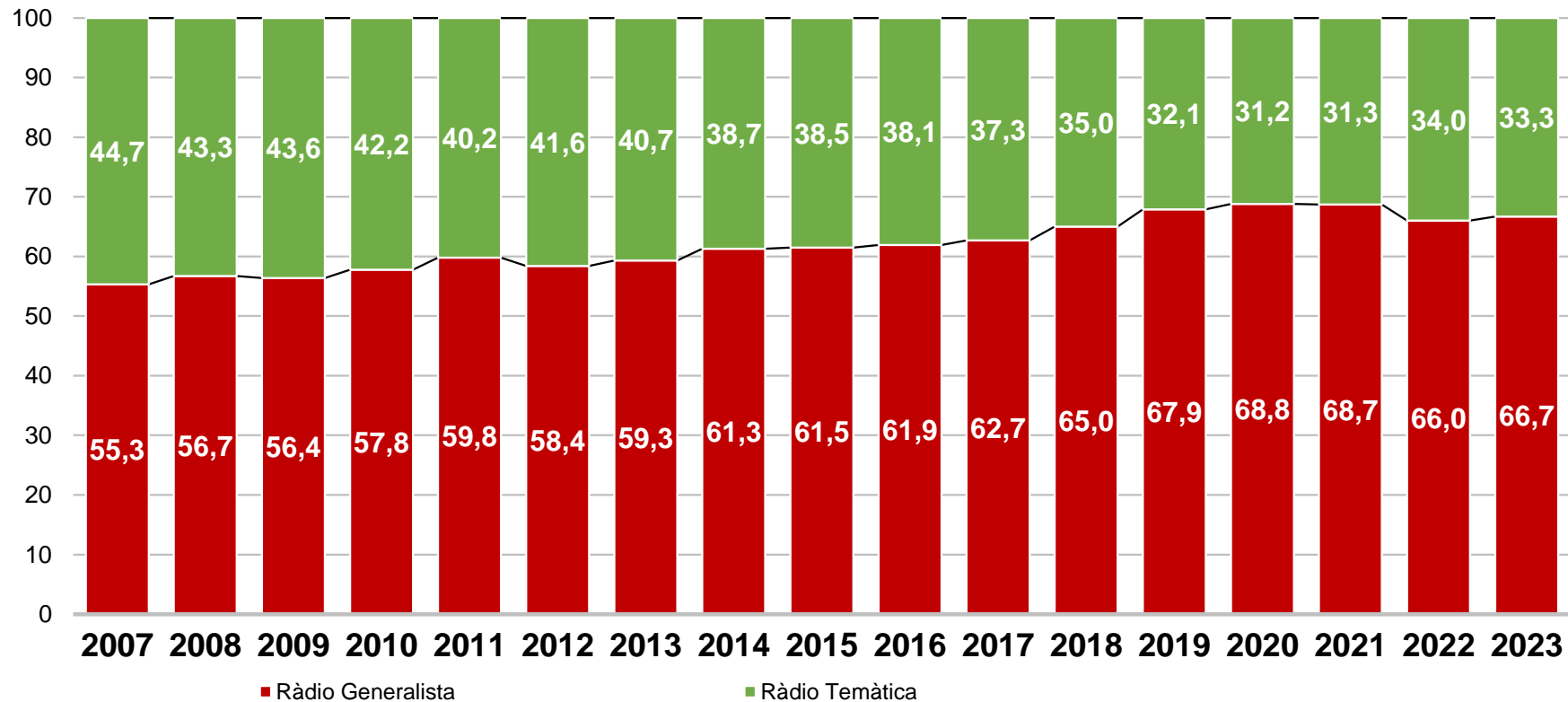


Font: Media Hotline, i2p estudi inversions Catalunya

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

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

Quotes de mercat per tipologies d'emissores de la 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

Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors

404

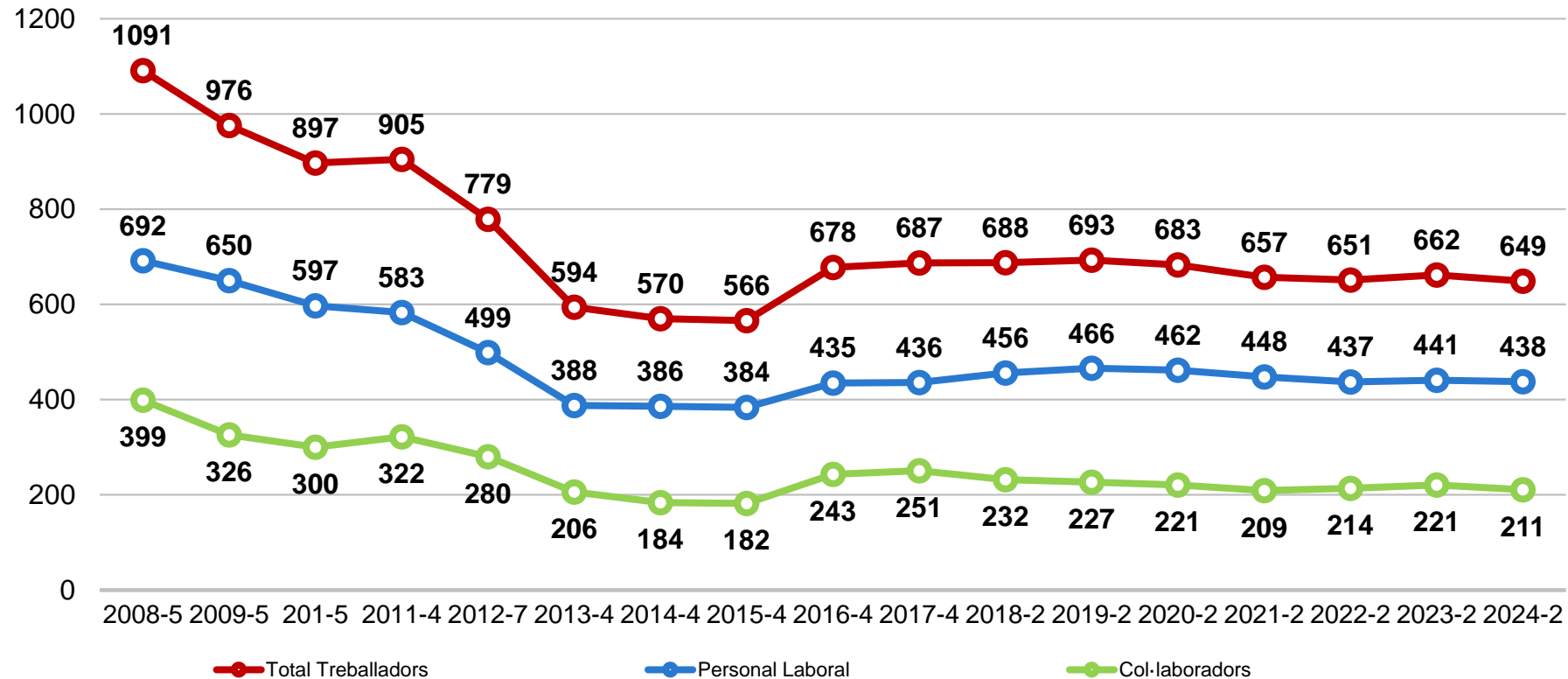
Emissores sense títol habilitant

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

Febrer de 2024, les diferents cadenes i emissores de ràdio privada a Catalunya donaven feina a un total de 649 persones, un 67% laborals i un 34% col·laboradors.

Aquestes dades representen una minoració del 2% dels llocs de treball

Evolució del nombre de treballadors



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

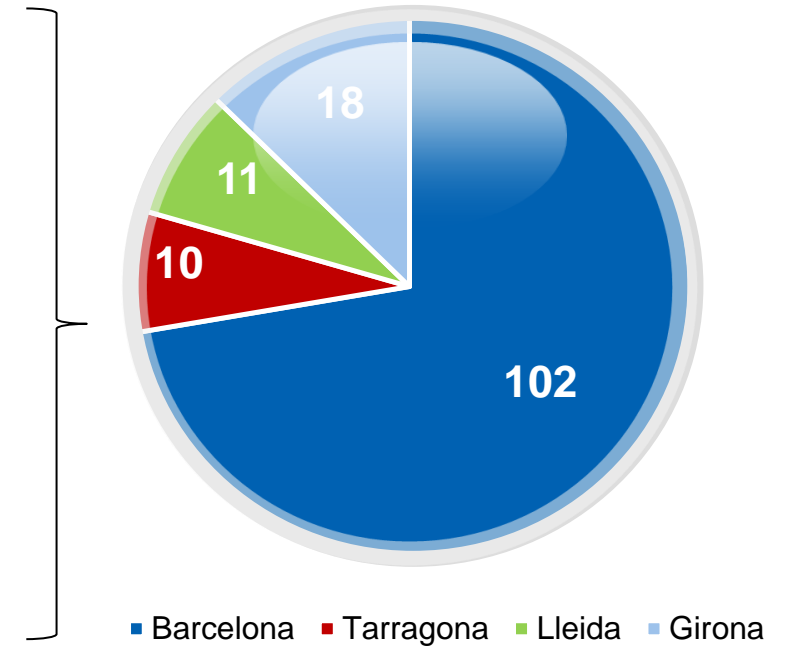
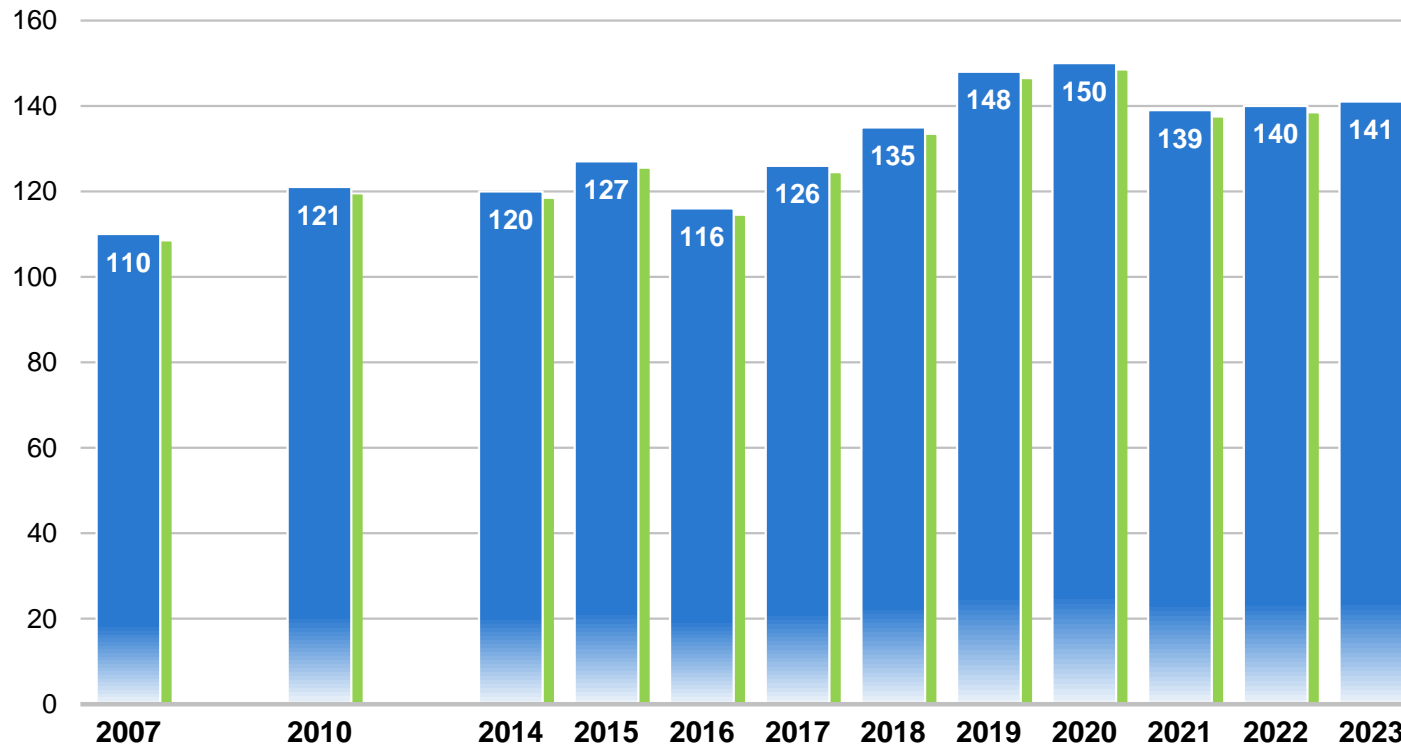
Taula de continguts

- 01 Audiència de la ràdio a Catalunya
- 02 Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya
- 03 Estat anímic de la ràdio
- 04 Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors
- 05 **Emissores sense títol habilitant**

Emissores sense títol habilitant

Avui dia, a Catalunya hi ha 141 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)



Annex: Metodologia de treball

Annex: Metodologia de treball

❖ Objectiu

- Dimensionar la situació actual i la seva 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 mateixes 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