

Febrer 2025

www.worldradioalliance.com



WORLD
RADIO
ALLIANCE



La ràdio, la líder d'àudio

Compiled by



> La ràdio, la líder d'àudio

Nosaltres, l'Aliança de la Ràdio Mundial, volem demostrar als anunciants i agències que la ràdio és el líder en àudio dins d'un panorama mediàtic en evolució, oferint a les marques una oportunitat única per lliurar missatges impactants.



www.worldradioalliance.com



Sobre la WRA



La WRA és una agrupació mundial d'emissores i organismes comercials de 16 mercats, a 4 continents, l'objectiu comú dels quals és promoure i demostrar el poder i el valor de la ràdio i l'àudio en el panorama mediàtic.



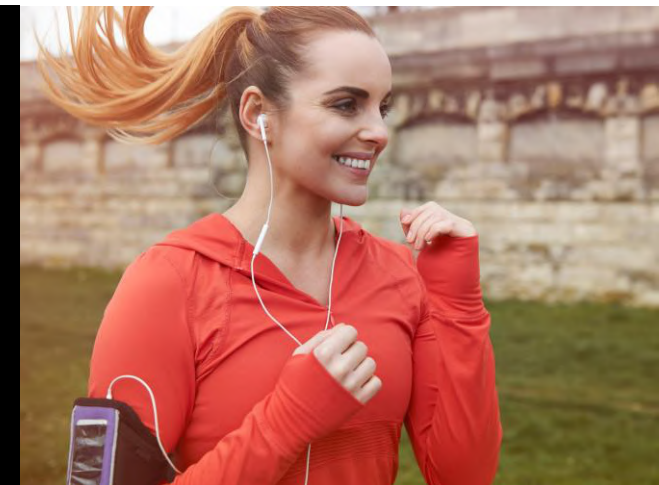
La ràdio, la líder d'àudio



El consum d'àudio més alt i l'escolta compatible amb anuncis



De més confiança



Abast inigualable



La més mòbil



1

La ràdio domina el cosum d'àudio

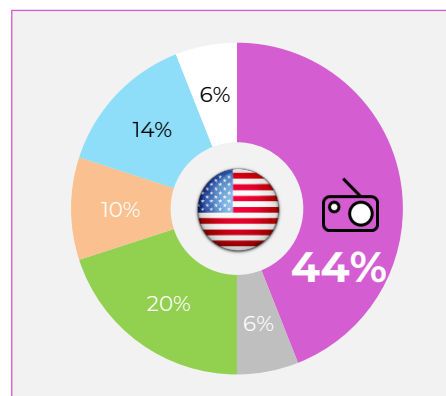
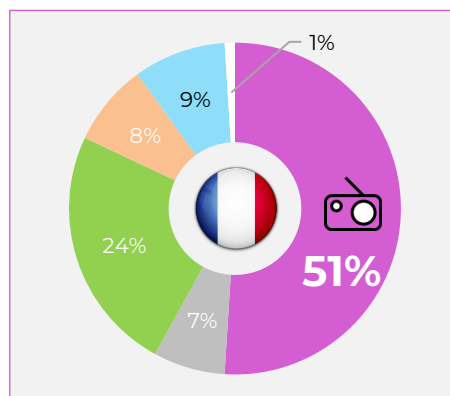
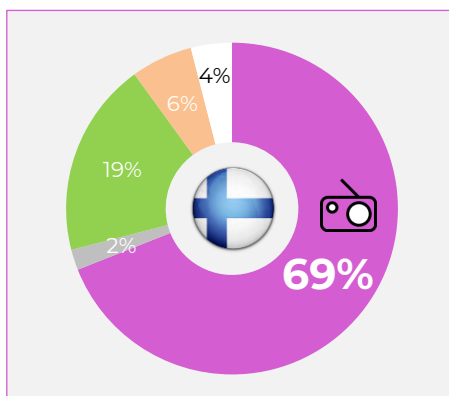
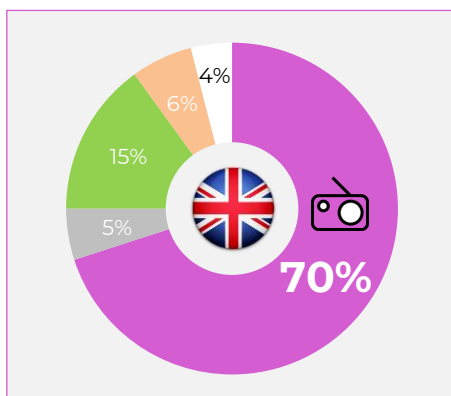
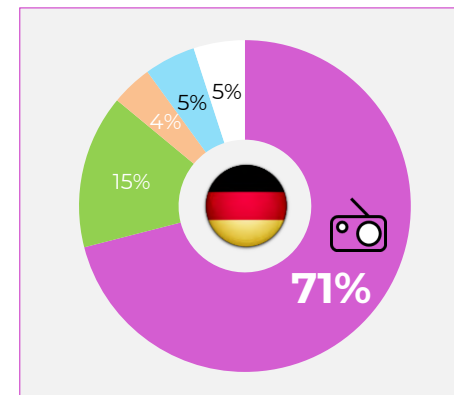
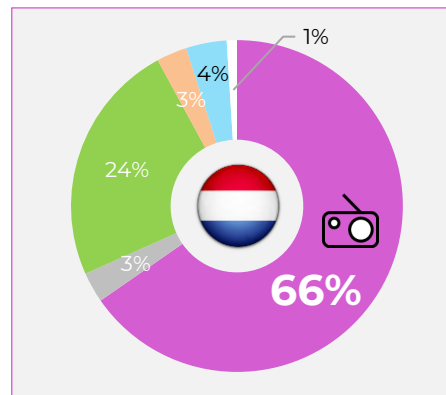
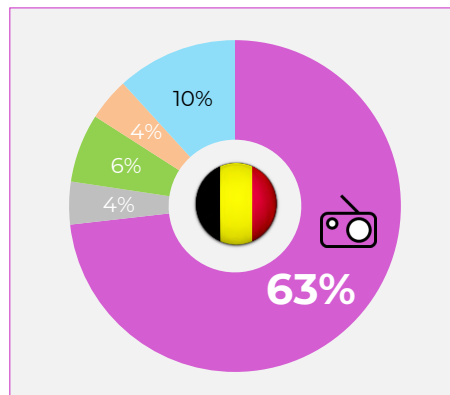
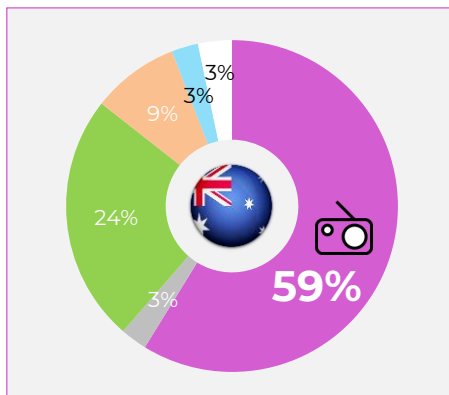
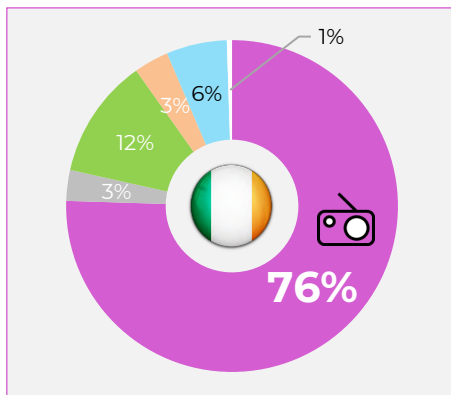
•••

La ràdio té la quantitat més gran de temps d'escolta i és la major part del paisatge d'àudio suportat per anuncis.



1. La Ràdio té la taxa més alta de temps d'escolta

Percentatge diari escoltant la ràdio



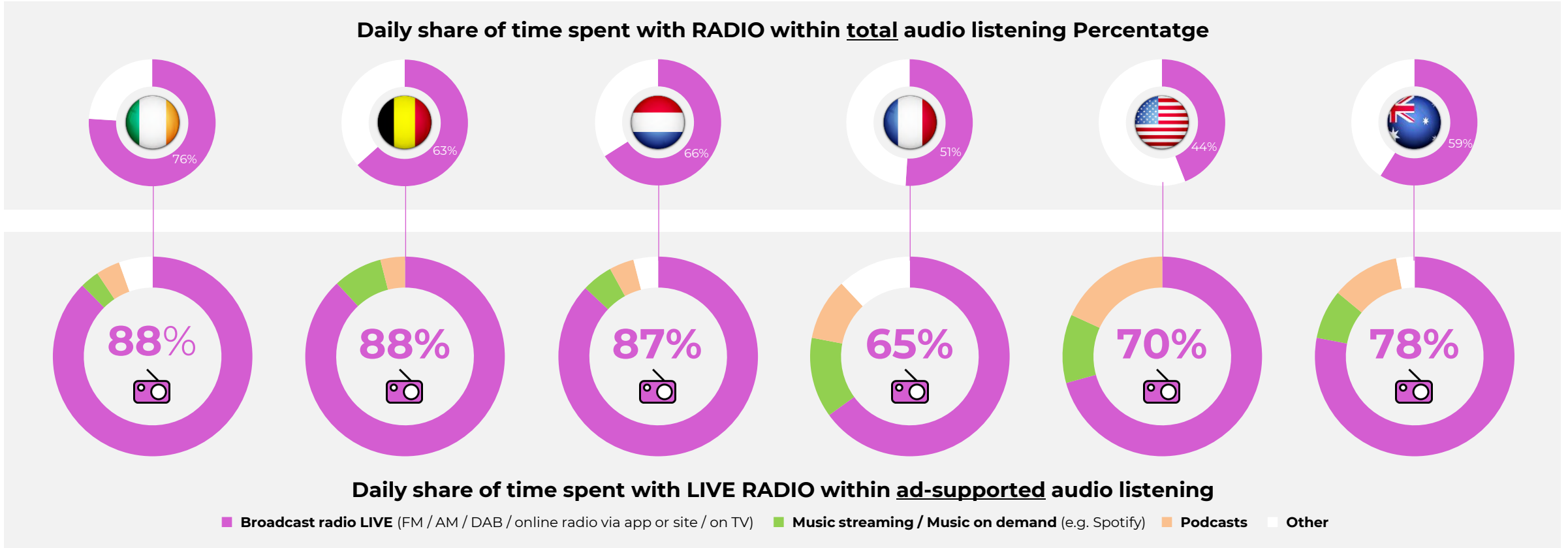
- **Ràdio en directe**
(FM / AM / DAB / online ràdio via app or site / on TV)
- **Música comprada**(CDs, arxius digitals)
- **Música en streaming** (e.g. Spotify)
- **Podcasts**
- **Vídeos de música**(e.g. YouTube)
- **Altres**

Font: IE: Ipsos JNLR 2024 2 Audio Module (April 24 – June '24), pop. 15+ | AU: GfK Share of Audio 2022, Metro, pop. 10+ | BE: CIM Audio Time 2025, pop. 12+ | NL: NMO December 2024, pop. 13+ | DE: Medienstudie 2024, pop 14+ | UK: Rajar Midas 2024 | FI: National Radio Survey, Finnpanel, Jan-Nov 2024, population 9+ | FR: Mediametrie Global Audio 2024, pop. 15-80 y.o. | US: Edison Share of Ear 2024, pop. 13+ |



2. La ràdio en viu és la major part del paisatge d'àudio suportat per anuncis

La ràdio és l'únic mitjà que ofereix una escala perquè les marques arribin als seus consumidors dins del panorama de l'àudio



Fonts: IE: Ipsos JNLR 2024 2 Audio Module (April 24 – June '24), pop. 15+ | BE: CIM Audio Time 2024, pop. 12+ | NL: NMO December 2024, pop. 13+ | FR: Mediametrie Global Audio 2024, pop. 15-80 y.o. | US: Edison Share of Ear 2024 | AU: GFK Share of Audio 2022, Metro, pop. 10+



2

La ràdio té un abast inigualable

...

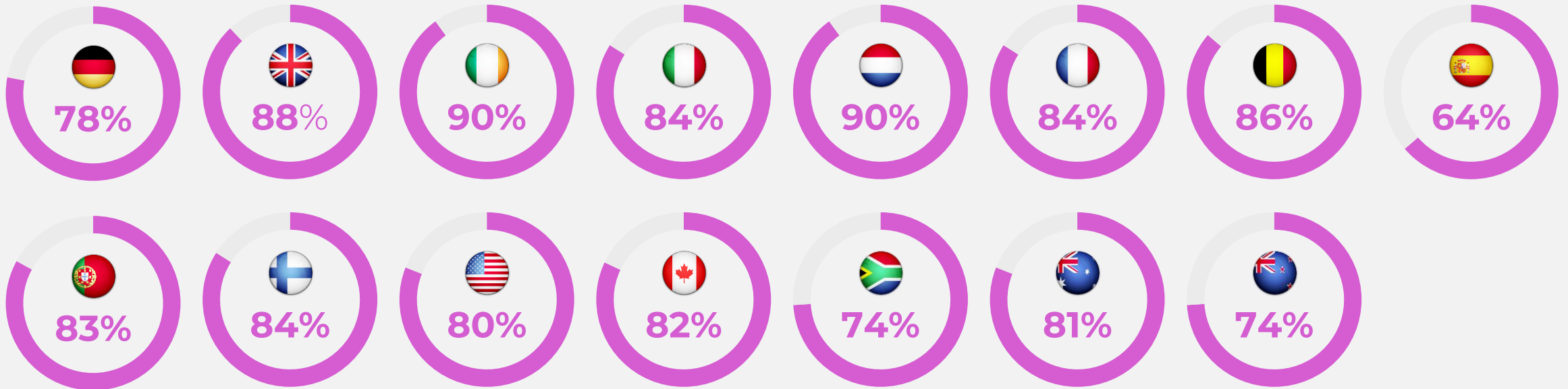
La radio ofereix a les marques una plataforma important per connectar amb grans audiències fent-la una eina essencial per maximitzar visibilitat i impacte



2. La ràdio té un abast incomparable arreu del món

La ràdio és l'únic mitjà que ofereix una gran escala per què les marques arribin als seus consumidors dins del panorama d'àudio

% de població que escolta la ràdio cada setmana



Font: DE: ARD/ZDF-Medienstudie 2024, pop. 14+ | UK: RajarMidas 2024 | IE: Ipsos JNLR 2024 2 Audio Module April 24 - June '24, pop. 15+ | NL: NMO December 2024, pop. 13+ | IT: ER (Tavolo Editori Riuniti), total 2024, pop. 14+ | FR: EAR Insights, Sept-Oct24, pop. 13+ | BE: CIM RAM sept23-aug24, pop. 13+ | ES: EGM 3rd wave 2024 | PT: Marktest Bareme Radio, Jan-Dec 2024, pop. 15+ | FI: National Radio Survey, Finnpanel, Jan-Nov 2024, pop. 9+ | US: Nielsen Radar 162 2024, pop. 12+ | CA: Numeris PPM Total Meter CTRL, Fall 2024, pop. 18+ | ZA: BRC RAM data for Jan 22 - Dec 23, pop. 15+ | AU: The Infinite Dial 2024, total pop. 12+ | NZ: The Infinite Dial 2023, total pop. 16+

3

La ràdio és el mitjà de més confiança ...

La ràdio destaca com un mitjà fiable que fomenta companyonia i connexió amb els oients

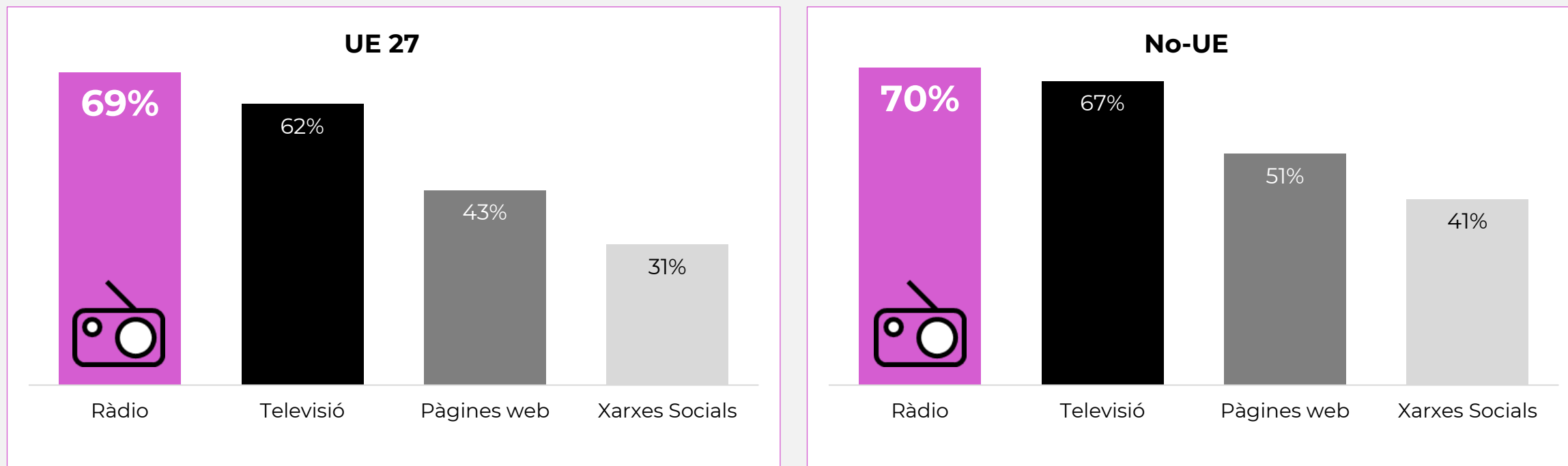




3. La ràdio és el mitjà de més confiança

La ràdio ofereix contingut prèmium en un medi segur i de confiança

% de població que tendeix a confiar depenent del tipus de mitjà



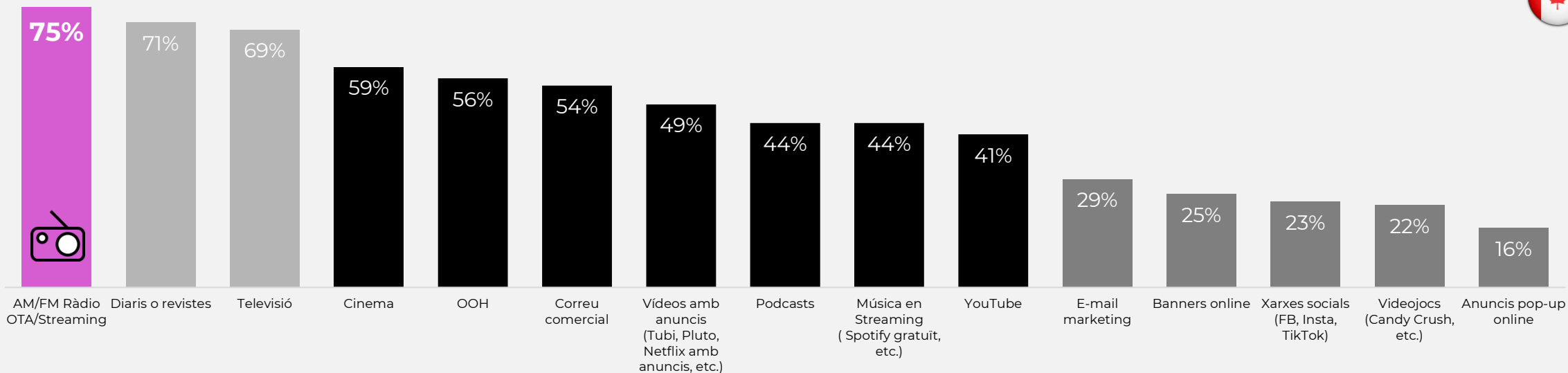
Font: European Commission – Standard Eurobarometer 102 - Oct-Nov 2024 - population 15+



3. Els anuncis de la ràdio són la forma més fiable de anunciar-se

Aquesta confiança es materialitza en taxes de participació més altes, fent la ràdio un mitjà essencial per les empreses que busquen relacions duraderes amb els consumidors

On els oients esperen veure anuncis de confiança



Els anuncis escoltats a la radio són percebuts amb més confiança pels canadencs en comparació als anuncis que reben en altres plataformes. La confiança és un factor vital pels anuncis efectius.

Font: Canada: Signal Hill Insights | Maru Voice Canada, September 2024 survey of 3,000 Canadians 18+.

4

La ràdio és el mitjà massiu més mòbil

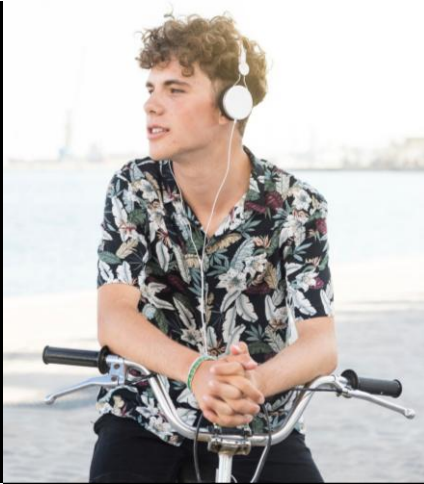
...

La ràdio és el millor mitjà mòbil: accessible a tot arreu, sense necessitat d'agafar o mirar quelcom, en qualsevol dispositiu que acompanya fàcilment als oients durant el dia



La ràdio és a tot arreu i el mitjà de masses més mòbil

Múltiples dispositius



Multiplatforma



En directe i a la carta



Mans lliures i ulls lliures



Acompanya als oients durant el dia



En moviment



1.000X

La Ràdio la líder de l'àudio

La ràdio és la líder de l'àudio, connectant comunitats arreu del món. Fins i tot quan el públic abraça noves plataformes, la ràdio destaca amb un abast inigualable, temps dedicat, confiança i compromís, oferint a les marques una oportunitat única per oferir missatges impactants i aconseguir resultats en un panorama mediàtic fragmentat.

