



Informe del sector de la ràdio a Catalunya Resum 2007 – 2024

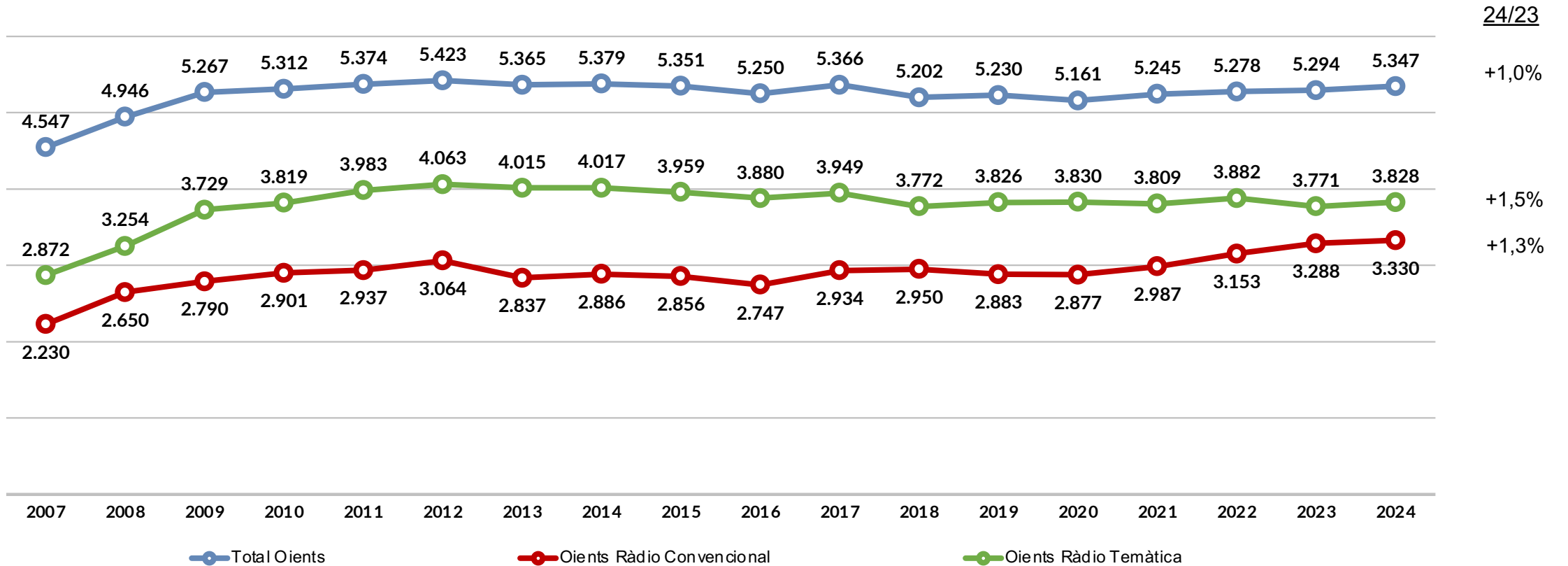
Barcelona, 25 de març de 2025

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

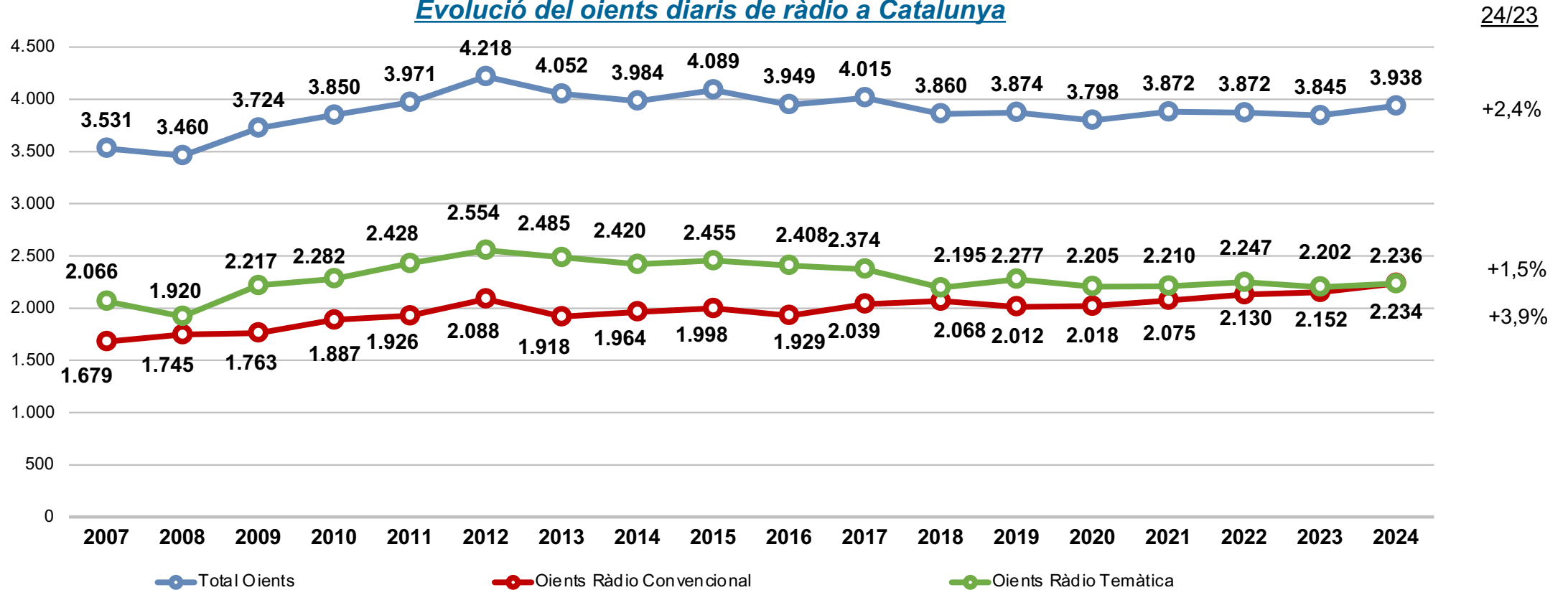


Audiència de dilluns a divendres

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Durant l'any 2024, l'audiència diària de ràdio ha crescut un 2,4%
 La ràdio convencional ha augmentat un 3,9%. La ràdio temàtica creix un 1,5%

Evolució del oients diaris de ràdio a Catalunya



Audiència de dilluns a divendres

Font: EGM Acum anys naturals

Oients que escolten la ràdio en català

El 69,2% dels oients de ràdio escolten la ràdio en català

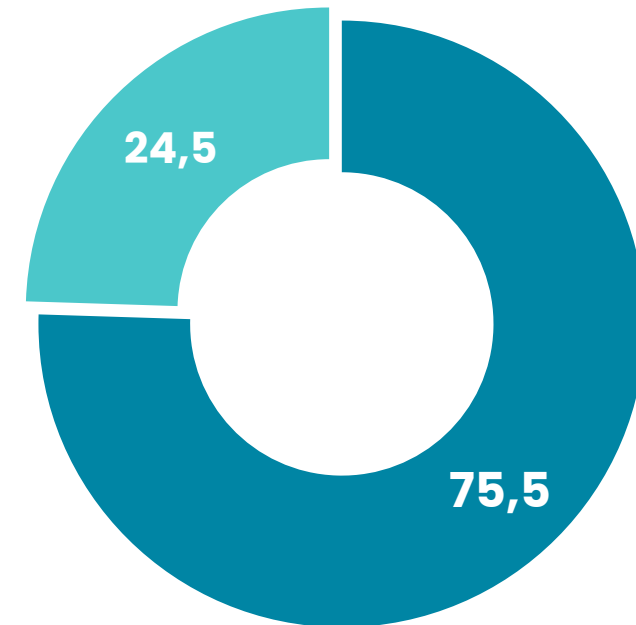
El 75,5% ho fan a través de la ràdio privada i el 24,5% al voltant de la ràdio pública

2.727.000

**Individus escolten
la radio en català.**

**Representen el 69,2%
del total d'oients.**

Aportació al català

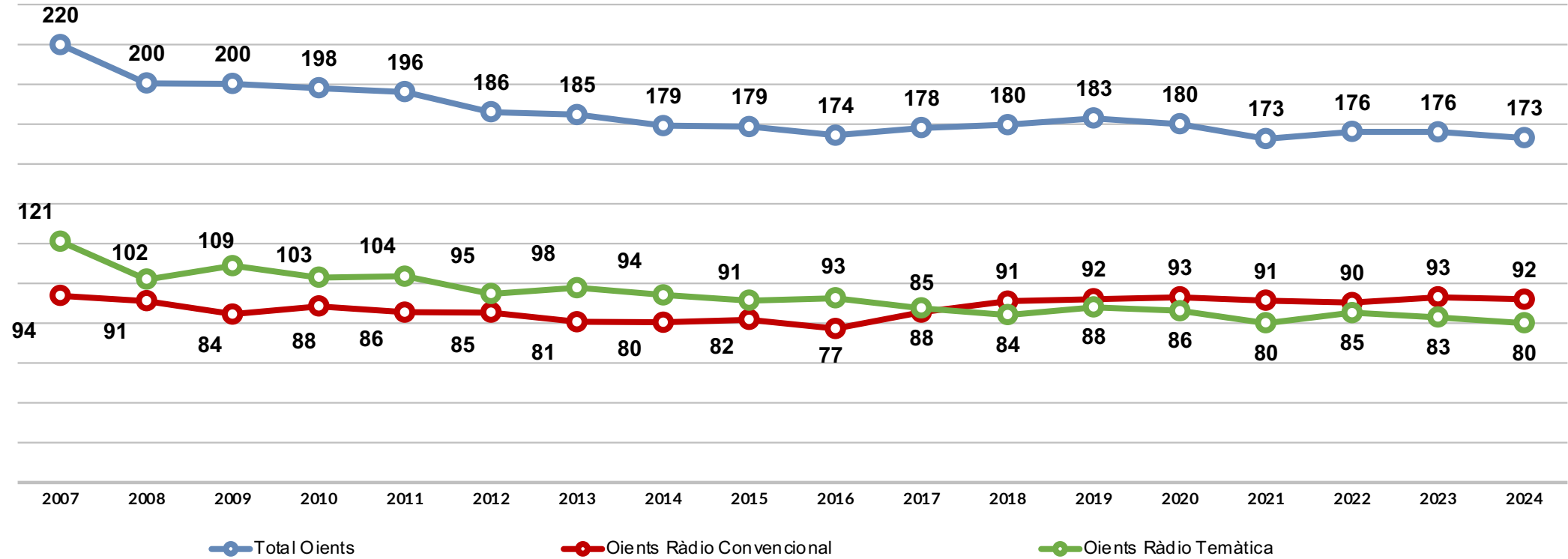


■ Ràdio Privada

■ 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

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

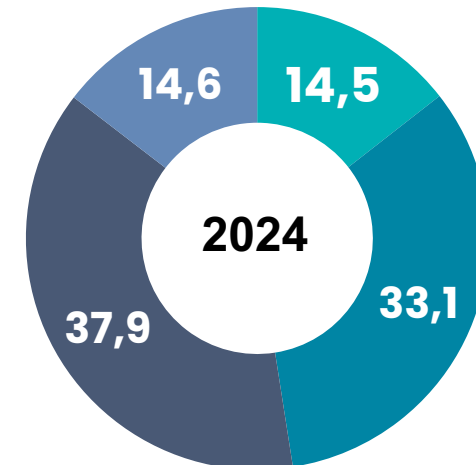
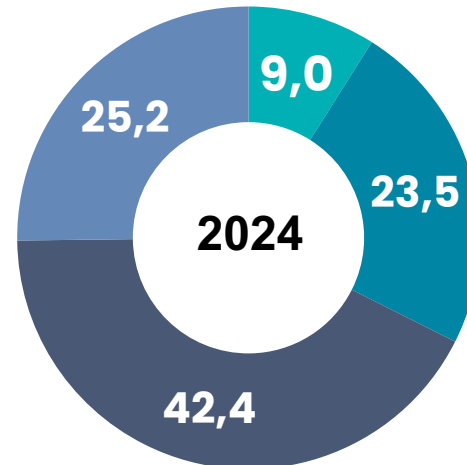
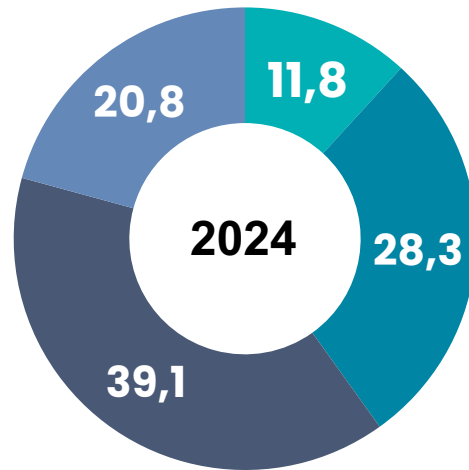
Perfil del oient de ràdio

Total Ràdio

Ràdio Generalista

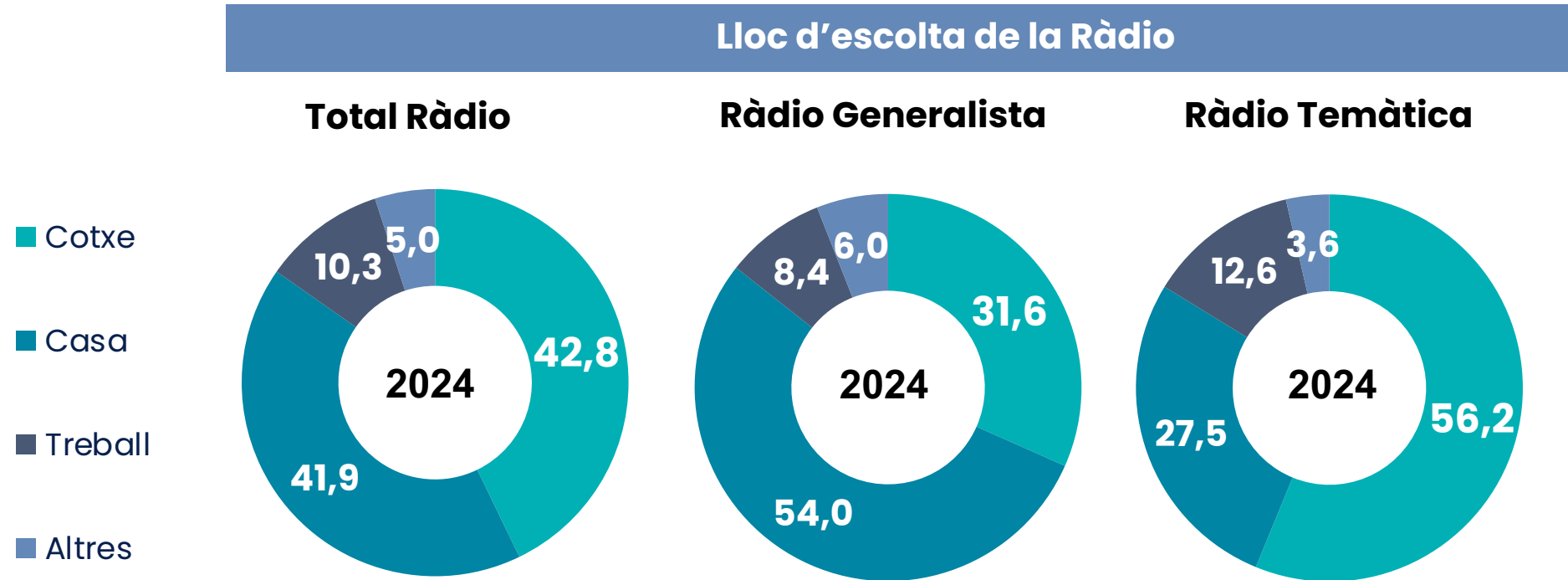
Ràdio Temàtica

- Menys de 25 anys
- de 25 a 44 anys
- de 45 a 64 anys
- Més de 64 anys



Font: EGM 2024 Acum

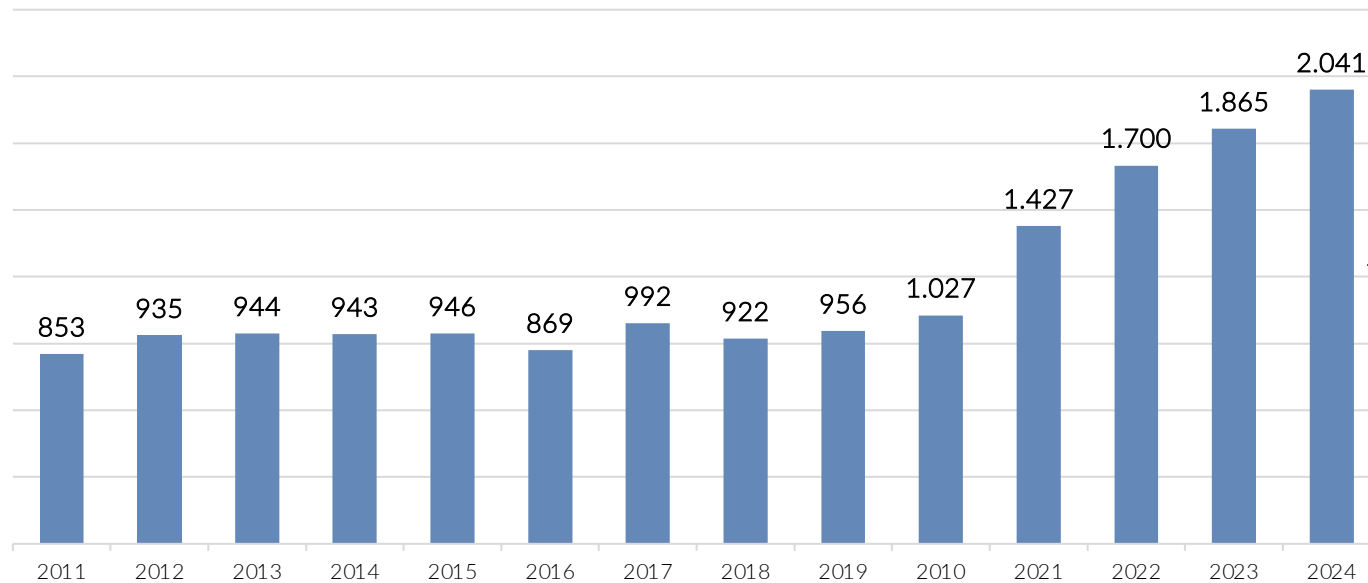
Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya



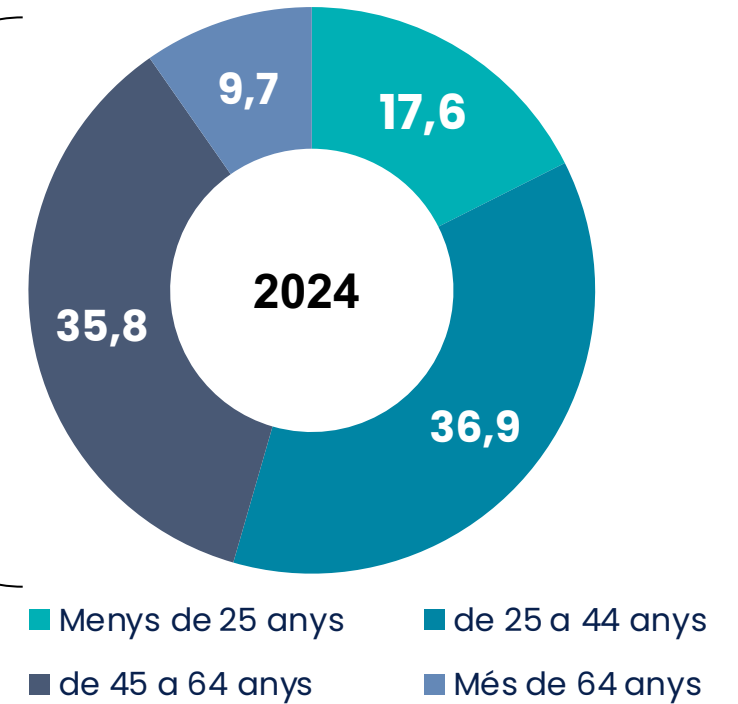
Font: EGM 2024 acum

Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Oients Ràdio per Internet



Perfil per edat

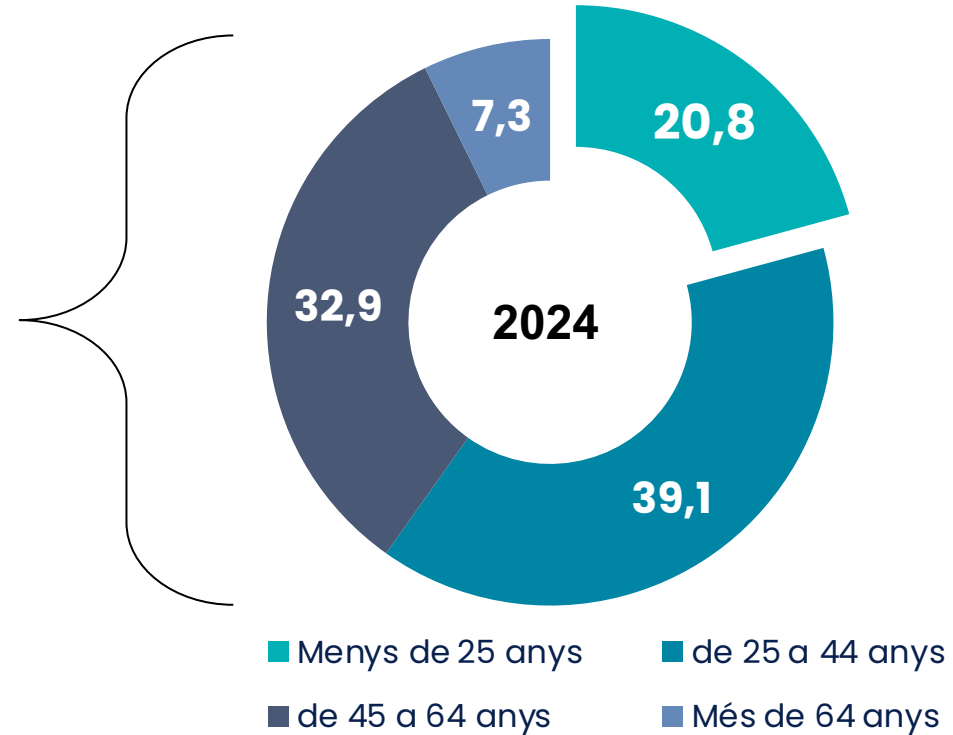


Evolució de l'audiència de la Ràdio a Catalunya

Oients de Podcast de ràdio

1.466
+11,4%

Perfil per edat



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 2024, la inversió publicitària de la ràdio creix un 6,3% fins a arribar als 54,1 mil·lions €, recuperant les xifres d'abans de la pandèmia (any 2019).

Evolució de la inversió publicitària de la Ràdio a Catalunya

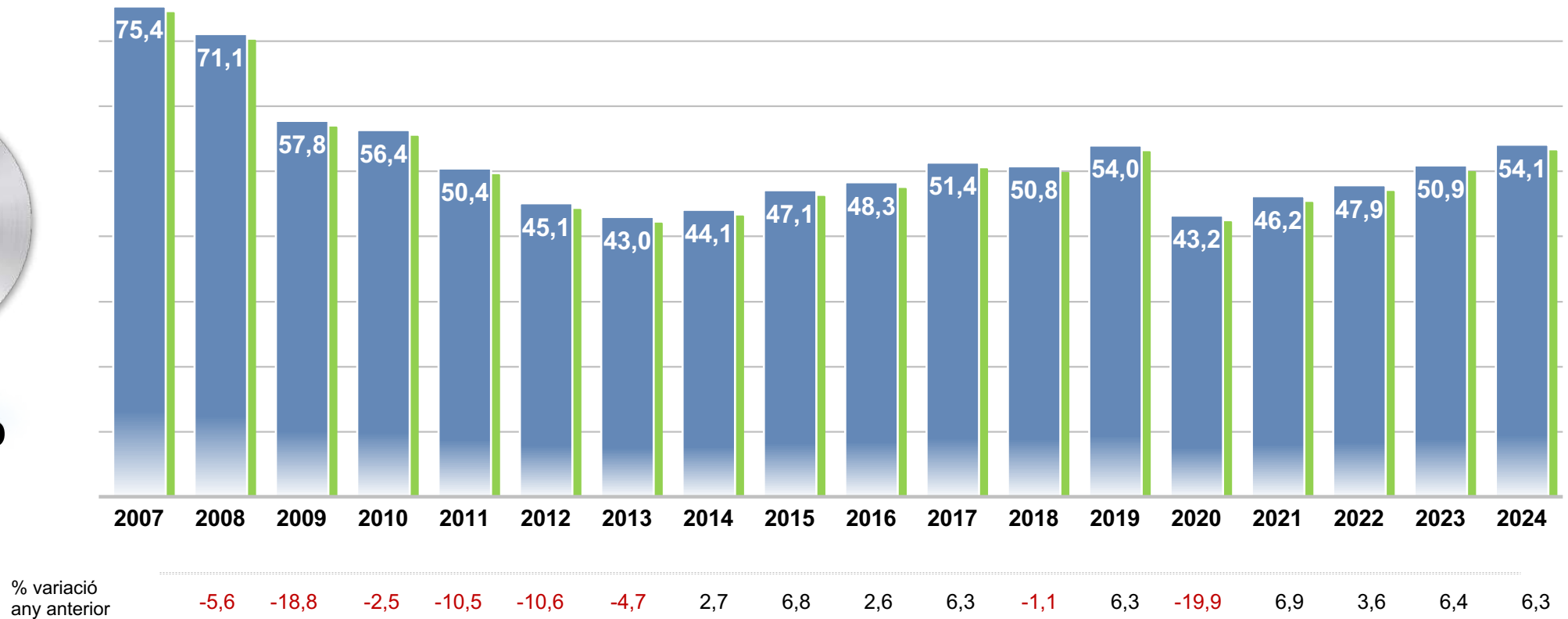
Mill. €

Any 2024



54,1
Milions €

+6,3%

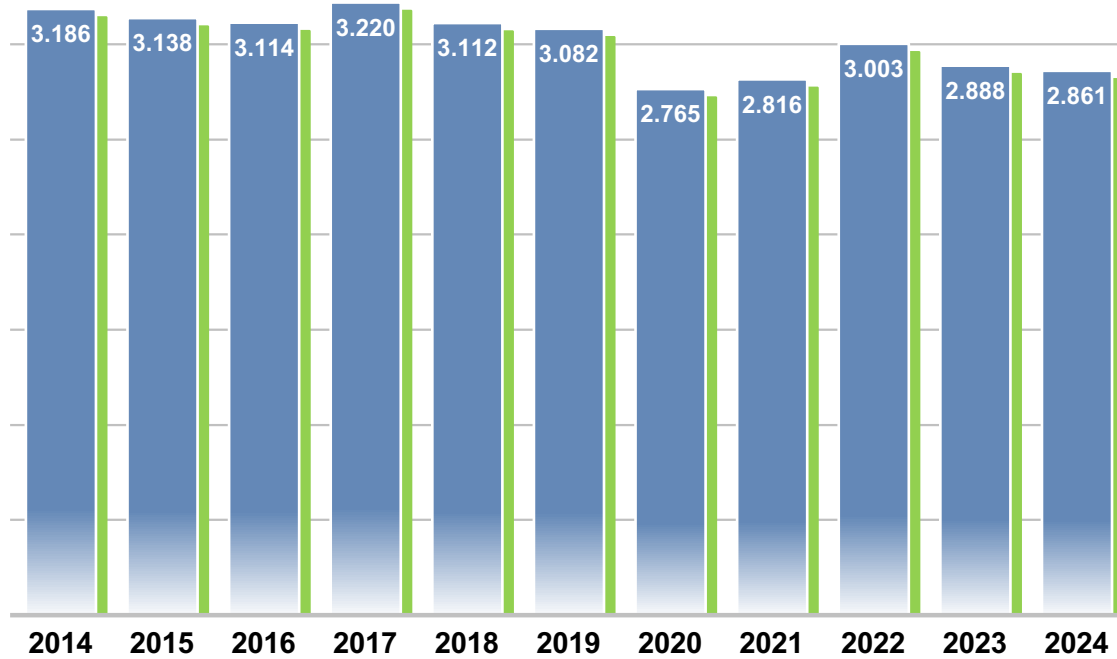


Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

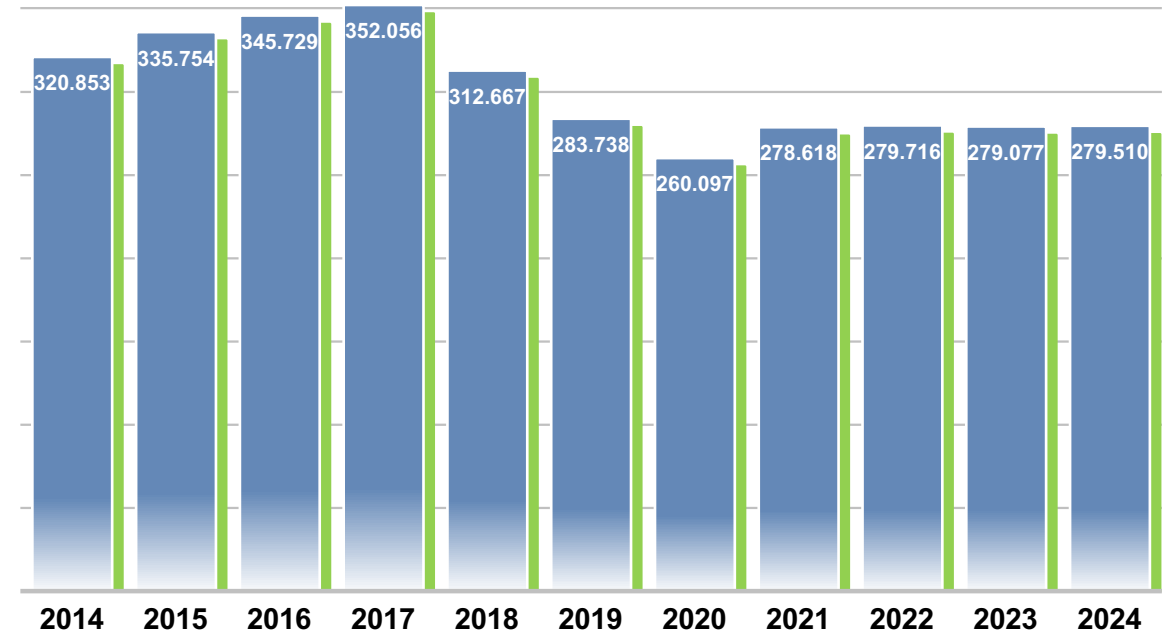
Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

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

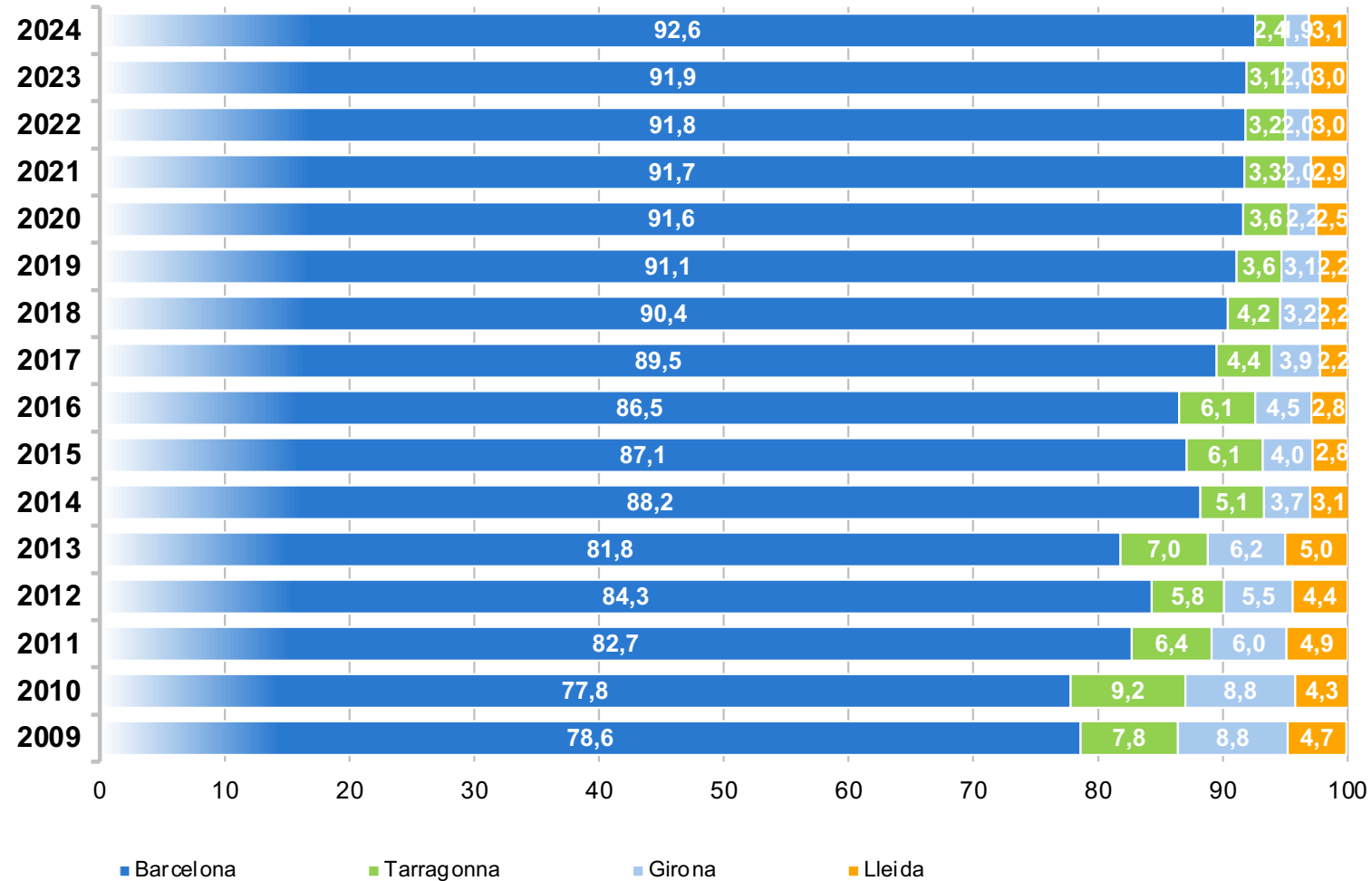
-1,5, -0,8, 3,4, -3,4, -1,0, -10,3, 1,8, 6,6, -3,8, -0,9

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

Font: Media Hotline S/ dades d'Arce Media

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

Distribució de la inversió publicitària per demarcacions

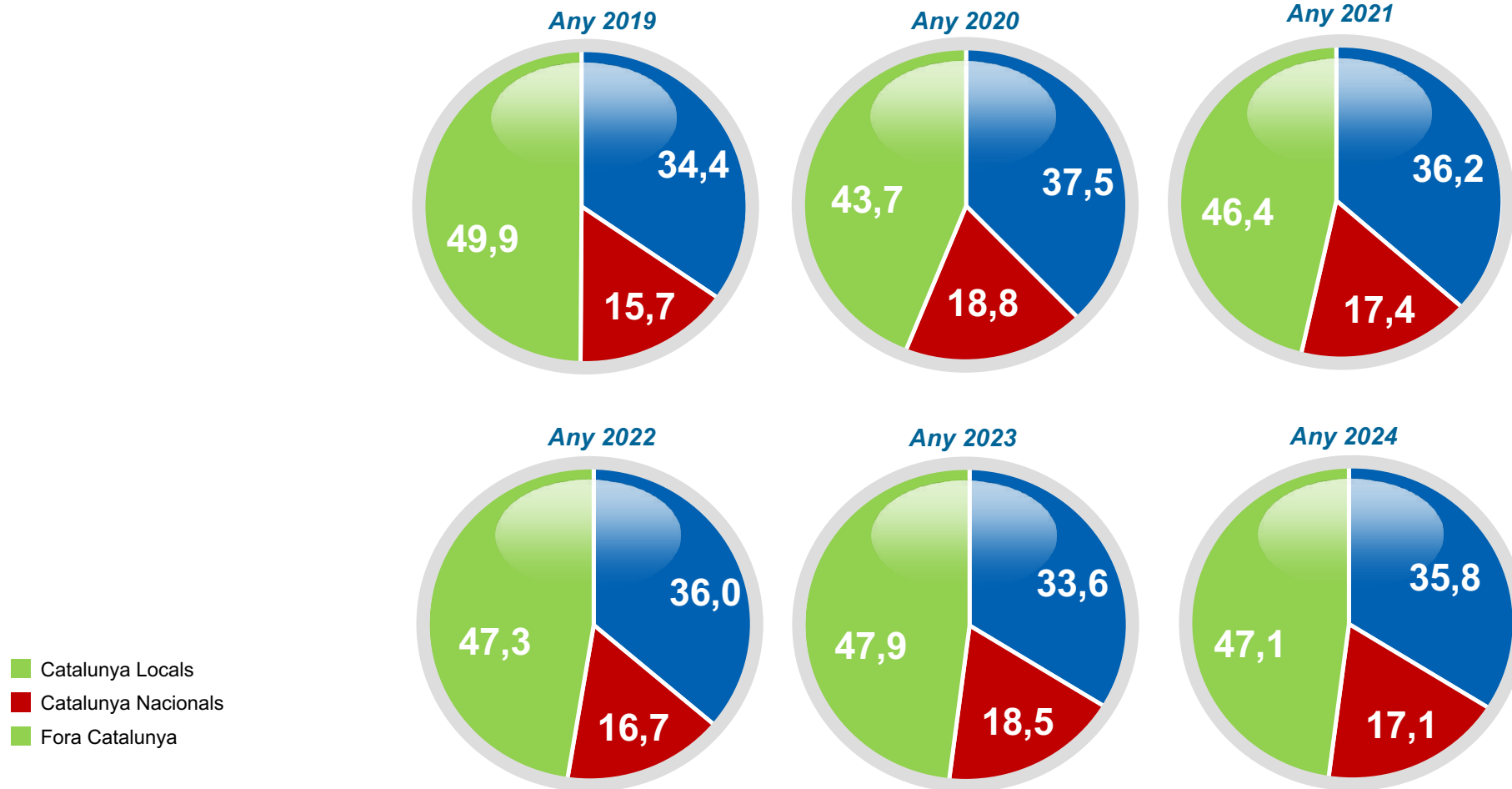


Font: Media Hotline, qüestionari enviat a les emissores de ràdio

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La inversió publicitària dels anunciants locals representa el 47% de la inversió total, ha augmentat quatre punts respecte del 2020 fins a l'any 2023, en el 2024 ha baixat 0,8 punts. Encara està gairebé tres punts menys que el 2019

Inversió publicitària per tipologies d'anunciants



Font: Media Hotline S/ dades d'Arce Media

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

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

- **Publicitat nacional**

- Augmenten participació de mercat automoció i oci i espectacles.
- Perden participació de mercat Distribució, viatges, finances, serveis privats i telecomunicacions.

- **Publicitat local**

- Augmenten participació de mercat Automoció i oci.
- Perden participació de mercat serveis privats, distribució i espectacles.

	Pub. Nacional			Pub. Local			Total		
	2023	2024	Difer	2023	2024	Difer	2023	2024	Difer
Alimentació	2,6	2,3	-0,2	3,0	3,3	0,2	2,6	2,8	0,2
Espectacles	3,8	5,2	1,4	9,6	8,9	-0,7	3,8	13,8	10,0
Automoció	20,4	24,3	3,9	10,4	12,3	1,9	20,4	4,4	-16,0
Begudes	2,1	1,8	-0,3	1,7	1,5	-0,2	2,1	1,3	-0,8
Bellesa	0,4	0,3	-0,1	0,2	0,2	0,1	0,4	0,2	-0,2
Cultura i esport	1,7	1,9	0,1	4,2	4,8	0,5	1,8	6,4	4,6
Decoració	4,2	3,2	-0,9	5,3	5,4	0,0	4,2	6,3	2,1
Distribució	11,2	9,1	-2,1	8,4	7,5	-0,9	11,2	6,1	-5,1
Energia	2,8	3,1	0,4	1,9	1,6	-0,3	2,8	1,1	-1,7
Finances	13,3	11,9	-1,4	5,3	4,7	-0,6	13,2	1,1	-12,1
Llar	3,0	2,9	-0,1	1,6	1,5	0,0	3,1	1,6	-1,5
Telecomunicacions	3,5	2,8	-0,6	2,1	1,9	-0,2	3,5	2,3	-1,2
Neteja	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0		0,1	0,1
Moda i complements	1,2	0,8	-0,4	2,4	2,2	-0,2	1,2	3,4	2,2
Oci	9,9	13,0	3,1	8,8	10,2	1,4	9,9	7,3	-2,6
Salut	2,4	2,7	0,4	4,5	4,8	0,3	2,3	3,9	1,6
Serveis privats	5,6	4,3	-1,3	15,9	14,4	-1,5	5,6	22,8	17,2
Serveis públics	5,6	5,4	-0,2	10,6	10,9	0,3	5,5	11,6	6,1
Viatges i Turisme	6,4	4,7	-1,7	4,0	3,9	-0,1	6,4	3,7	-2,7
Varis				0,0	0,0	0,0			
Total	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	

Font: Media Hotline S/ dades d'Arce Media

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

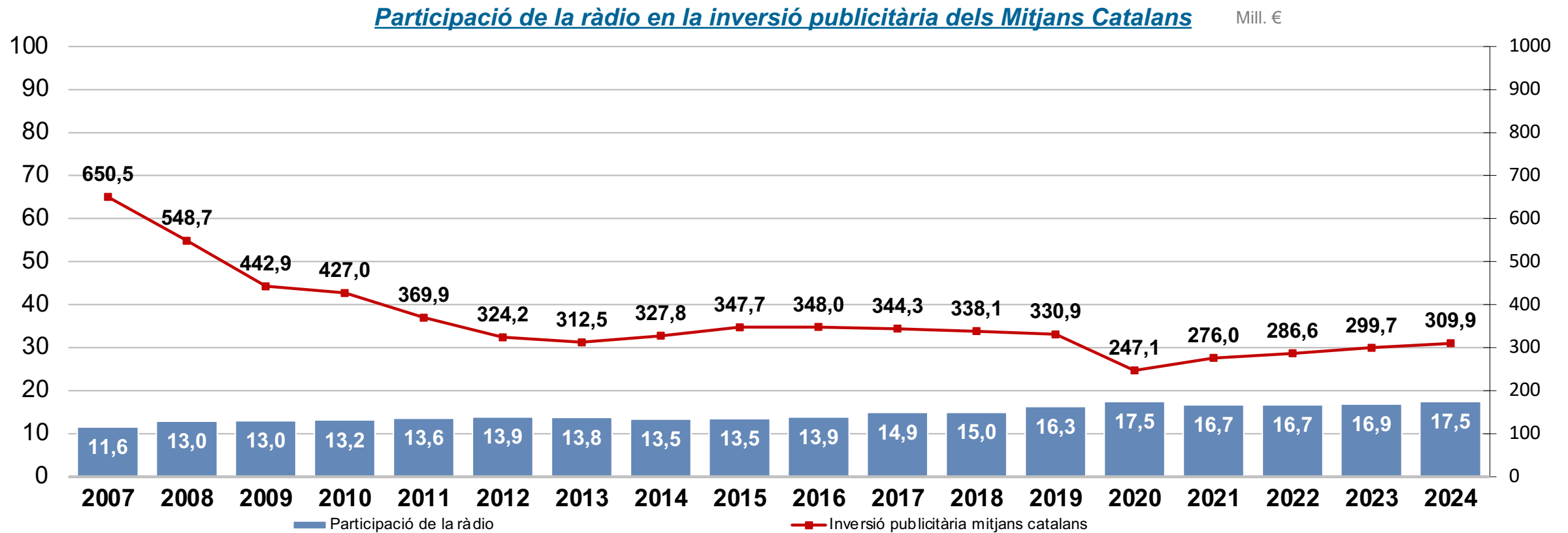
- Encara que el primer trimestre de l'any el mercat publicitari va començar caient s'ha anat recuperant en els darrers trimestres.
- El segon i tercer trimestre són els que l'augment ha sigut més significatiu.

	Primer Trimestre			Segon Trimestre			Tercer Trimestre			Quart Trimestre			Total		
	2023 (000)	2024 (000)	% Var	2023 (000)	2024 (000)	% Var	2023 (000)	2024 (000)	% Var	2023 (000)	2024 (000)	% Var	2023 (000)	2024 (000)	% Var
Generalista	7.215,7	7.182,1	-0,5	9.353,9	10.327,6	10,4	6.014,4	6.716,7	11,7	11.493,9	12.026,8	4,6	34.077,9	36.253,2	6,4
Tradicional	6.976,8	6.954,0	-0,3	9.001,0	9.877,0	9,7	5.773,8	6.460,6	11,9	11.195,1	11.736,1	4,8	32.946,7	35.027,7	6,3
Digital	238,9	228,1	-4,5	353,0	450,7	27,7	240,5	256,0	6,4	298,8	290,7	-2,7	1.131,2	1.225,5	8,3
Temàtica	3.698,0	3.423,4	-7,4	4.958,1	5.529,7	11,5	2.909,2	3.332,6	14,6	5.272,7	5.570,5	5,6	16.838,0	17.856,2	6,0
Tradicional	3.680,2	3.397,1	-7,7	4.846,7	5.472,1	12,9	2.827,7	3.250,7	15,0	5.223,3	5.439,5	4,1	16.577,9	17.559,4	5,9
Digital	17,8	26,4	48,3	111,5	57,5	-48,4	81,4	81,9	0,6	49,4	131,0	165,2	260,1	296,8	14,1
Total	10.913,7	10.605,5	-2,8	14.312,0	15.857,3	10,8	8.923,6	10.049,3	12,6	16.766,6	17.597,3	5,0	50.915,9	54.109,4	6,3
Tradicional	10.657,0	10.351,1	-2,9	13.847,7	15.349,1	10,8	8.601,5	9.711,3	12,9	16.418,4	17.175,6	4,6	49.524,6	52.587,1	6,2
Digital	256,7	254,5	-0,9	464,5	508,2	9,4	321,9	337,9	5,0	348,2	421,7	21,1	1.391,3	1.522,3	9,4
% Tradicional	97,6	97,6		96,8	96,8		96,4	96,6		97,9	97,6		97,3	97,2	
% Digital	2,4	2,4		3,2	3,2		3,6	3,4		2,1	2,4		2,7	2,8	
% per trimestres	21,4	19,6		28,1	29,3		17,5	18,6		32,9	32,5		100,0	100,0	

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

Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya

La participació de la ràdio en la inversió publicitària dels mitjans catalans se situa en el 17,5%, quatre dècimes més que l'any anterior

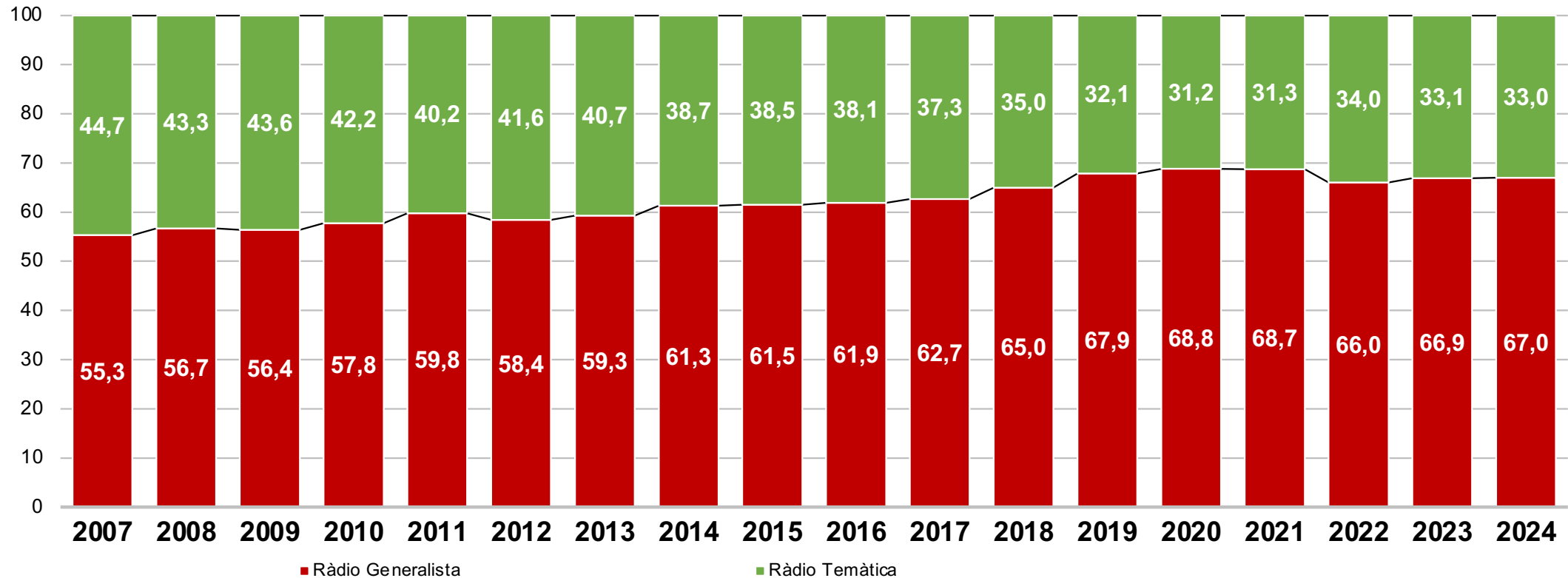


Font: Media Hotline, i2p estudi inversions Catalunya

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

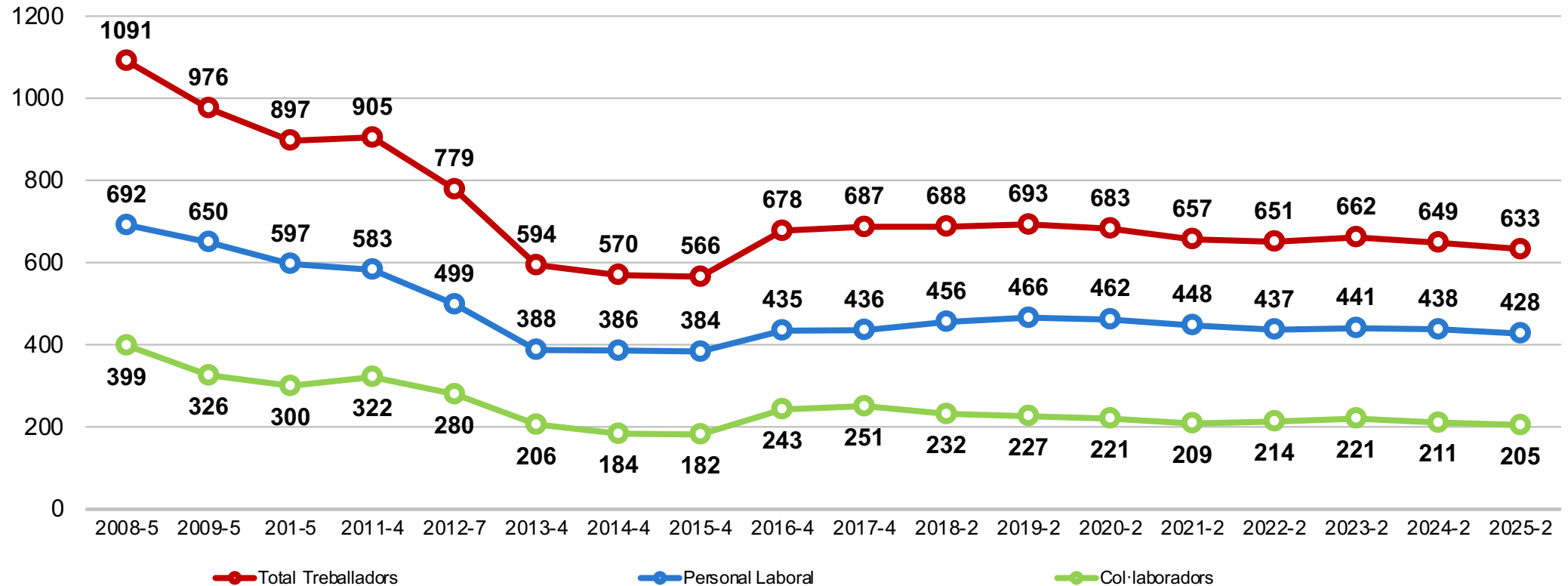
Emissores sense títol habilitant

Inversió publicitària del total de la ràdio a Catalunya

Febrer de 2025, les diferents cadenes i emissores de ràdio privada a Catalunya donaven feina a un total de 633 persones, un 68% laborals i un 32% col·laboradors.

Aquestes dades representen una minoració del 2,5% dels llocs de treball

Evolució del nombre de treballadors



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

Taula de continguts

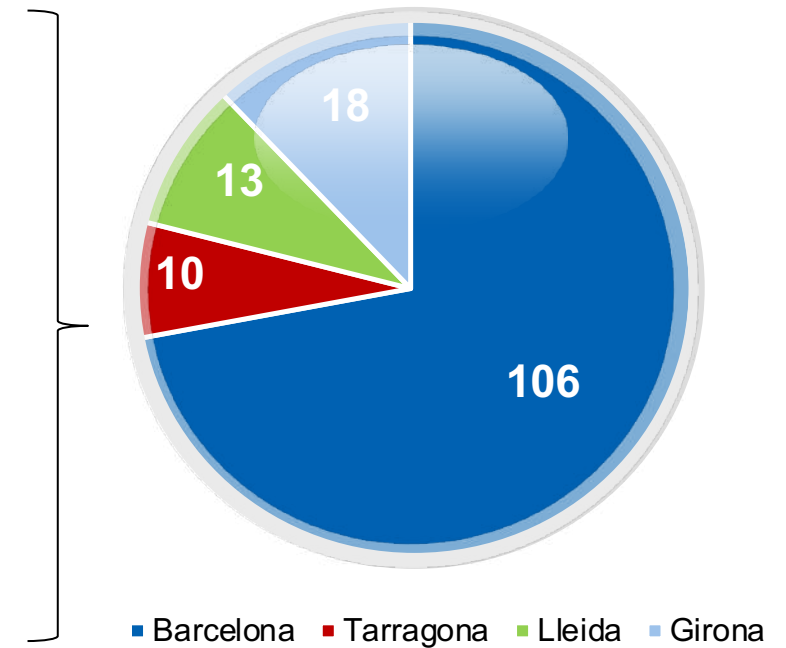
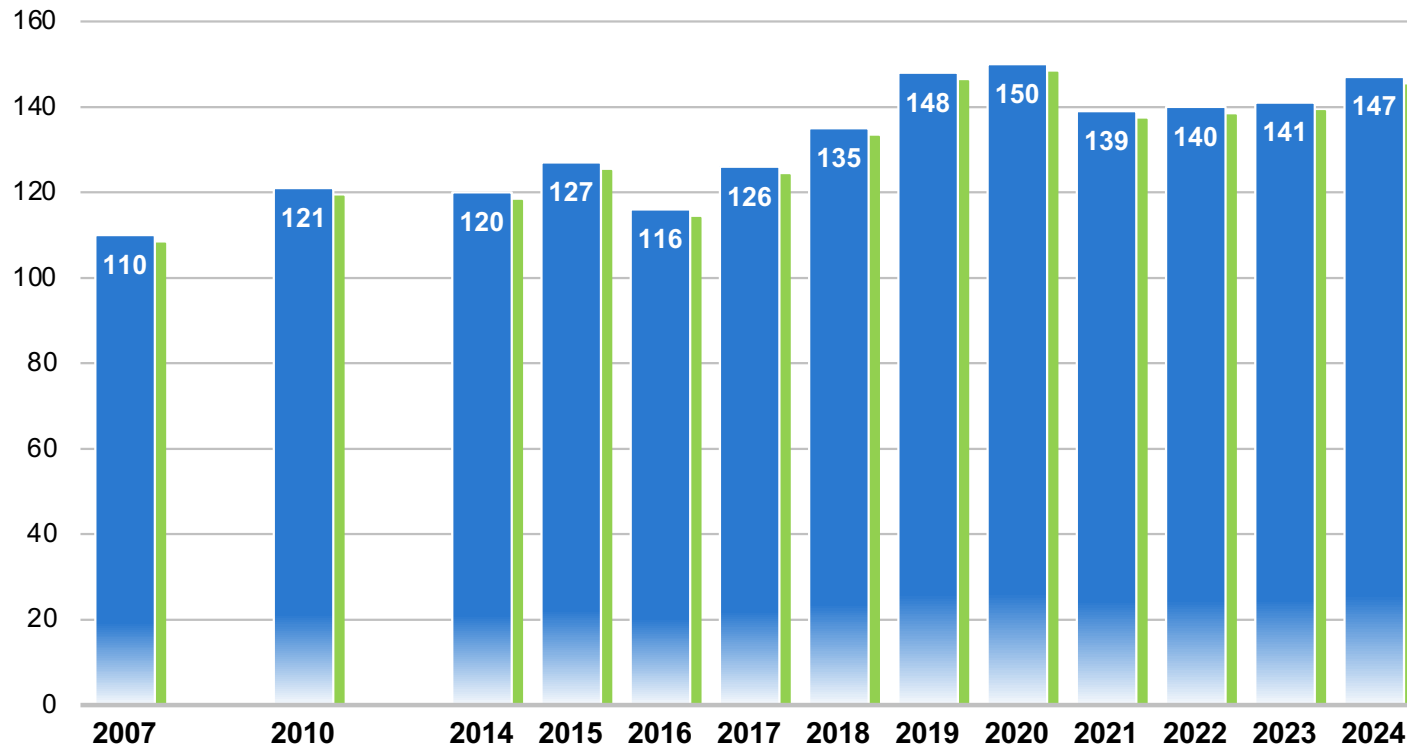
- 01 Audiència de la ràdio a Catalunya
- 02 Inversió publicitària de la ràdio a Catalunya
- 03 Ocupació laboral: Nombre de treballadors i col·laboradors
- 04 **Emissores sense títol habilitant**

Emissores sense títol habilitant

Avui dia, a Catalunya hi ha 147 emissores il·legals, sis més que l'any 2023.

El 72% es concentra 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.
2014-2024: <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 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