



# Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

SEGON QUADRIMESTRE DE 2015  
Número 2. Setembre de 2015

# Sumari

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya 3

**Televisió**  4

Distribució de canals de televisió a Catalunya 5

La televisió d'àmbit nacional 6

La televisió d'àmbit estatal 7

La televisió d'àmbit local 8

La televisió local pública 9

La televisió local privada (1) 10

La televisió local privada (2) 11

Penetració i llengua de la televisió 12

Audiència de la televisió (1) 13

Audiència de la televisió (2) 14

Audiència de la televisió (3) 15

Audiència de la televisió: els programes més vistos 16

La tria de canal en retransmissions simultànies 17

Audiència de la televisió temàtica de pagament 18

**Ràdio**  19

Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya 20

La ràdio pública 21

La ràdio privada (1) 22

La ràdio privada (2) 23

Penetració i llengua de la ràdio 24

Audiència de la ràdio (1) 25

Audiència de la ràdio (2) 26

Audiència de la ràdio (3) 27

Penetració i audiència de la ràdio per franges 28

**Internet**  29

Perfil de l'internauta a Catalunya 30

Consum de continguts audiovisuals a internet 31

**Publicitat**  32

Inversió publicitària a mitjans convencionals 33

Inversió publicitària a la televisió 34

Inversió en publicitat digital (1) 35

Inversió en publicitat digital (2) 36

**L'apunt**  37

El *prime time* televisiu (1) 38

El *prime time* televisiu (2) 39

**Flaixos**  40



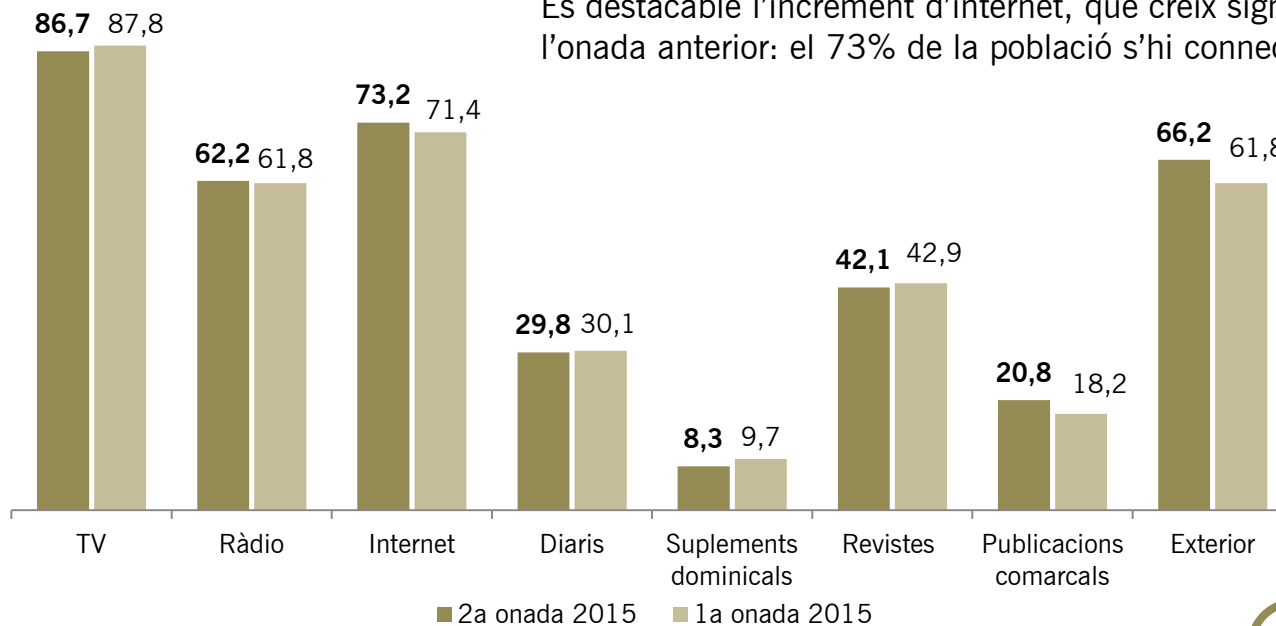
# Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya

## Penetració

(en % sobre el total de la població)

La televisió és el mitjà de comunicació amb més penetració a Catalunya: gairebé el 87% dels catalans i les catalanes miren la televisió, mentre que més del 62% de la població escolta la ràdio.

És destacable l'increment d'internet, que creix significativament respecte de l'onada anterior: el 73% de la població s'hi connecta a diari.



Nota: la penetració reflecteix el percentatge que l'audiència de cada mitjà representa en relació amb el total de la població.

El gràfic incorpora les respostes en relació amb els períodes i els mitjans següents:

- diaris (en paper), ràdio (dilluns-diumenge), televisió i internet; audiència del dia anterior a l'entrevista.
- suplements i exterior: audiència de la setmana.
- revistes i publicacions comarcals: audiència del període de la publicació.

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.

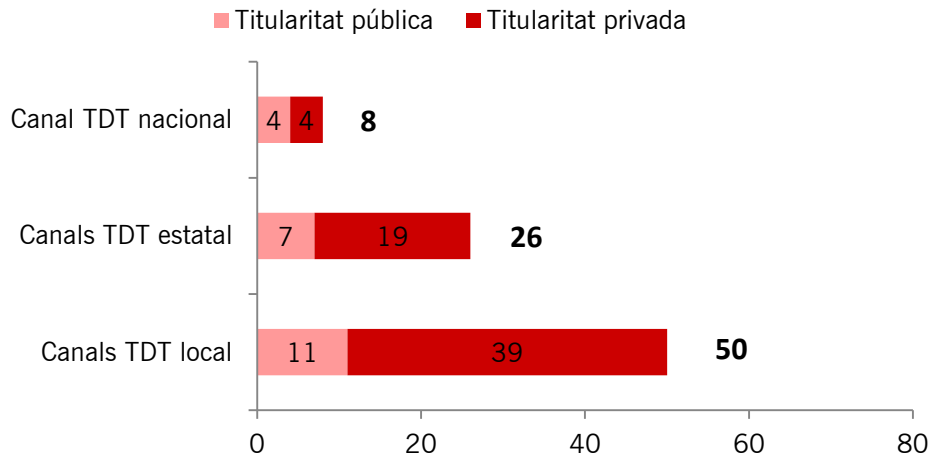
El consum de televisió baixa durant l'estiu i passa de la mitjana anual de 4 hores diàries a les 3 hores i 11 minuts d'agost, segons dades de Kantar Media.



# Distribució de canals de televisió a Catalunya

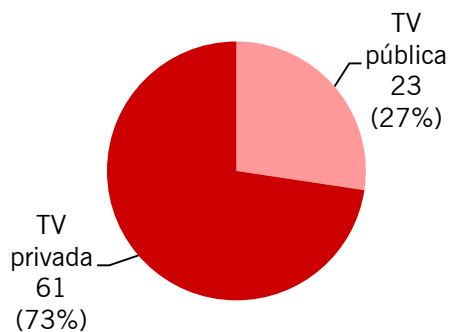
## Per zona de servei i titularitat

(en nombre de canals de TDT)



## Per oferta

(en nombre i en % de canals de TDT)



**84 canals de televisió**

El nombre de canals de televisió en obert oferts a Catalunya és de 84, la majoria –tres quartes parts del total– editats per empreses de titularitat privada.

La llar catalana rep una mitjana de 38 canals en obert:

- 8 d'àmbit nacional,
- 26 d'àmbit estatal i
- 1-4 canals de proximitat segons demarcació.

Respecte del quadrimestre anterior (BIAC núm.1), la televisió privada disminueix en la seva oferta. Finalitza l'emissió del canal nacional Bom i dels tres locals de Tele Taxi TV (demarcacions de Sabadell, Granollers i Tarragona).

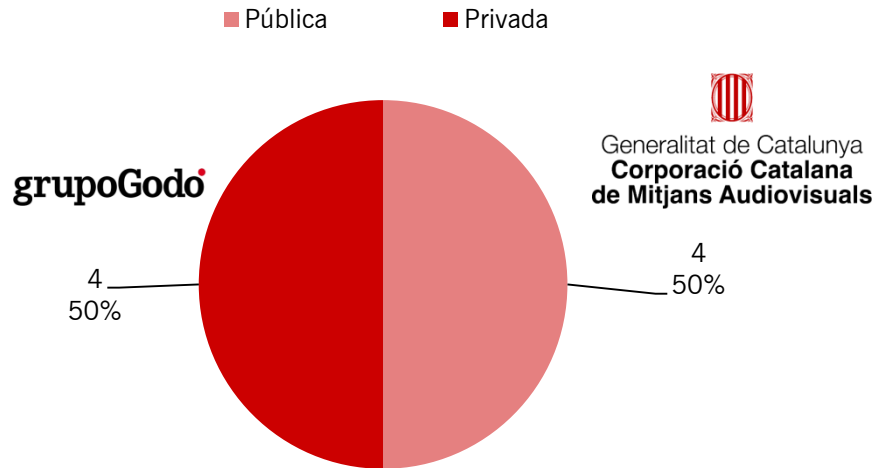
Nota: dins del BiaC es denomina *canals* (terme usual) als *programes* (terme tècnic i administratiu) de TDT que emeten per cada múltiplex (MUX).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (canals TDT estatal). Setembre 2015

# La televisió d'àmbit nacional

## Per titularitat

(en % de canals de TDT d'àmbit nacional a Catalunya)



## Per oferta

CANALS PÚBLICS	CANALS PRIVATS
CCMA	GRUPO GODÓ
TV3	8tv
Super3/33	RAC105
3/24	BARÇA TV
Esport3	
TV3 HD	

## 8 canals nacionals

L'oferta televisiva nacional a Catalunya és de 8 canals i s'estructura de manera equilibrada entorn de:

- l'àmbit públic: Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (5 canals, un en HD), i
- l'àmbit privat: Emissions Digitals de Catalunya, societat vinculada al Grupo Godó (3 canals).

Durant el període 2010-2014, Catalunya disposa del màxim nombre de canals nacionals: 12 (8 públics i 4 privats). A finals de l'any 2014 –amb la reordenació de l'espectre radioelèctric– l'oferta es redueix als 8 canals actuals.

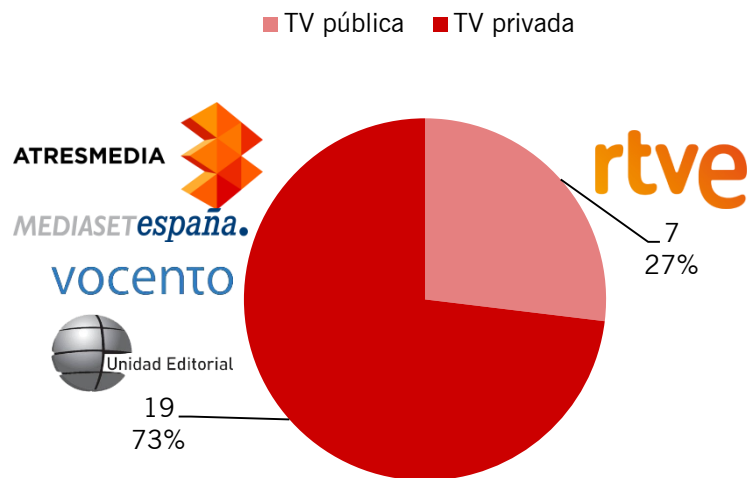
La llengua utilitzada pels mitjans nacionals és el català.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual i dels grups de comunicació. Setembre 2015.

# La televisió d'àmbit estatal

## Per titularitat

(en % de canals de TDT d'àmbit estatal a Catalunya)



## 26 canals estatals

Un grup de 26 canals integren l'oferta televisiva d'àmbit estatal a Catalunya, la majoria –un 73% del total–, de titularitat privada.

Mediaset (amb 8 canals) i Atresmedia (amb 7) ofereixen més de la meitat (el 58%) del total de canals d'àmbit estatal de Catalunya. El juliol de 2015, Atresmedia llança un nou canal de televisió, Mega, en el lloc que abans ocupava el canal de pagament Gol TV.

## Per oferta

CANALS PÚBLICS	CANALS PRIVATS			
CRTVE	ATRESMEDIA	MEDIASET	VOCENTO (NET TV)	UNIDAD EDITORIAL (VEO TV)
La 1	Antena 3	Telecinco	Disney Channel	Discovery Max
La 2	Antena 3 HD	Telecinco HD	Paramount Channel	13 TV
24H	Neox	Boing		
Clan	Nova	FDF		
La 1 HD	La Sexta	Cuatro		
Teledporte	La Sexta HD	Cuatro HD		
Teledporte HD	Mega	Energy		
		Divinity		

En l'àmbit públic, l'ens CRTVE ofereix 7 canals en obert, dos dels quals en HD.

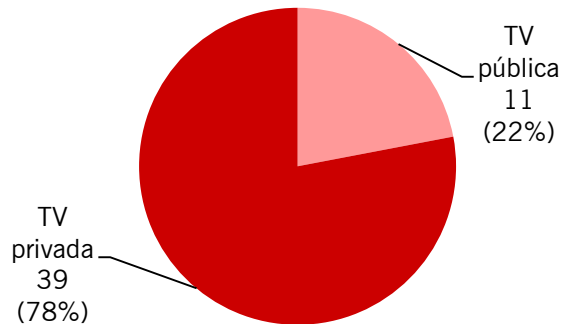
La llengua d'ús de la televisió d'àmbit estatal és el castellà, excepte les desconexions en català que l'ens públic CRTVE ofereix a Catalunya.

Font: Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual i dels grups de comunicació. Setembre 2015.

# La televisió d'àmbit local

## Per titularitat

(en nombre i en % de canals de TDT)

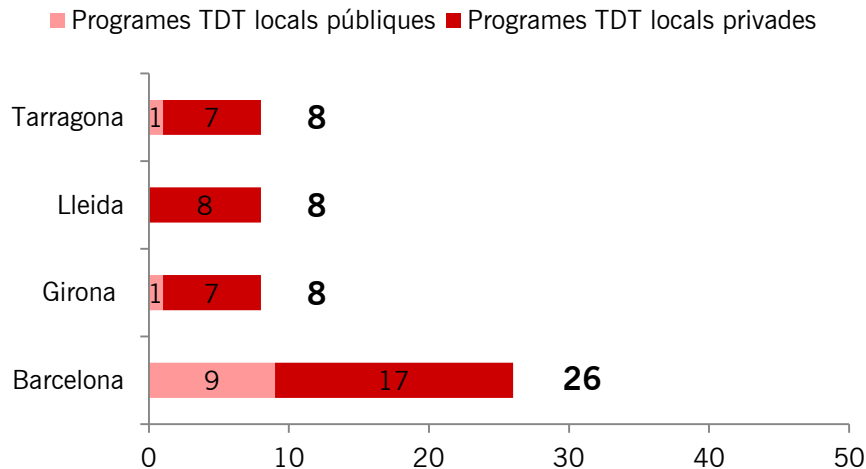


## 50 canals locals

Catalunya disposa de 50 canals de proximitat, majoritàriament de titularitat privada (39) i ubicats –més de la meitat– a la demarcació de Barcelona (26). El 2010, any de l'apagada analògica, és el moment en què hi ha més oferta local a Catalunya (64 canals). Al llarg de 5 anys han deixat d'emetre un total de 14 canals (7 públics i 7 privats). La llengua vehicular de les televisions locals és el català.

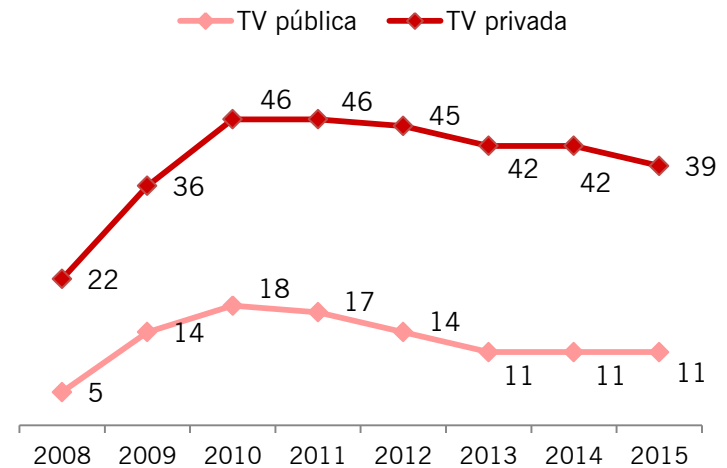
## Per titularitat i en demarcacions

(en nombre de canals de TDT)



## Evolució canals de TV local. Període 2008-2015

(en nombre i titularitat de canals de TDT)



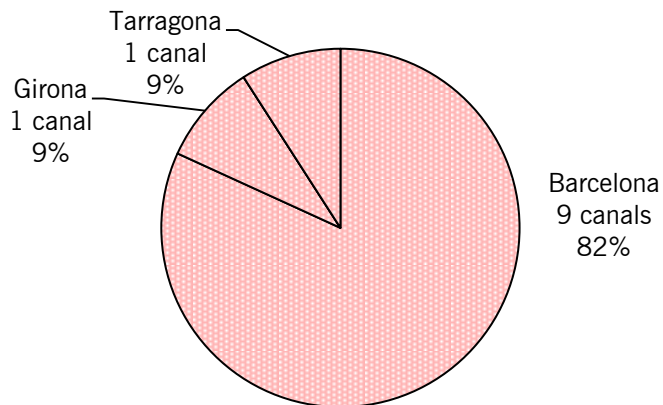
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre 2015



# La televisió local pública

## Per demarcacions

(en nombre de canals de TDTL)



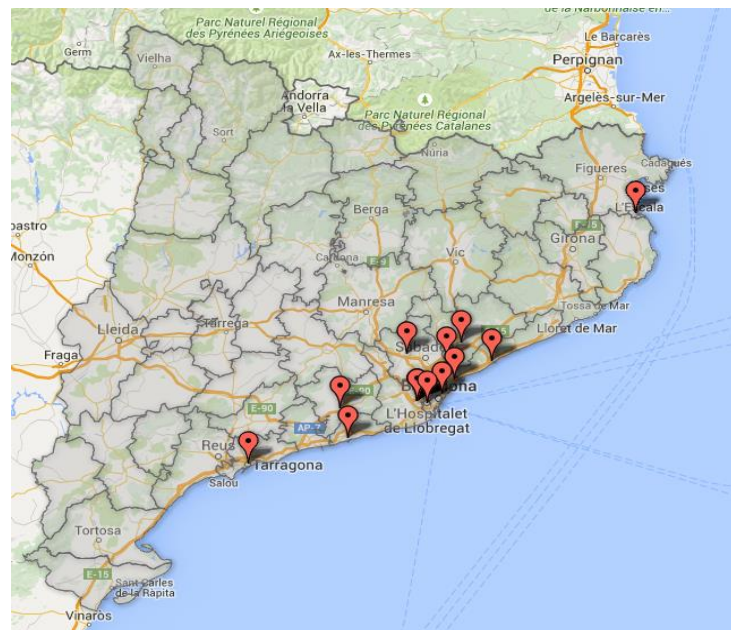
Estabilitat en l'oferta de canals de televisió local de titularitat pública des de l'any 2013: 11 canals.

La majoria dels canals es concentren geogràficament a les zones amb més densitat de població de Catalunya, com ara a la demarcació de Barcelona.

## Per oferta

BARCELONA	GIRONA	TARRAGONA
Barcelona Televisió	Canal 10 Empordà	TAC 12
Televisió de L'Hospitalet		TV El Vendrell
Televisió de Badalona		
Maresme 1 TV		
Vallès Oriental TV		
Canal Terrassa Vallès		
Vallès Visió		
Penedès Televisió		
Canal Blau		

**11 canals  
locals  
públics**

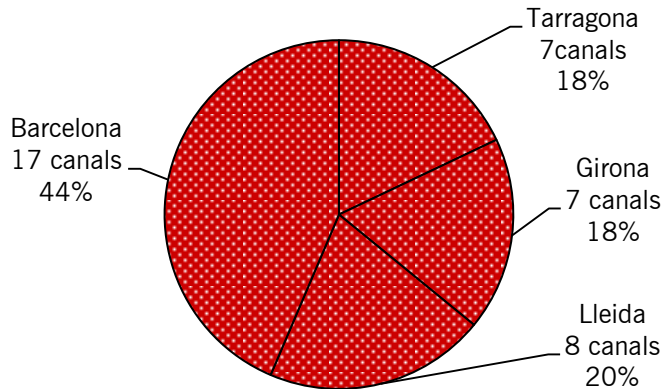


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre 2015.

# La televisió local privada (1)

## Per demarcacions (segons titularitat)

(en nombre de canals de TDTL)



L'oferta de TV privada de proximitat és de 39 canals. Canvis esdevinguts:

- Fi d'emissions de Tele Taxi TV Cornellà i Tele Taxi TV Tarragona.

- Adjudicació del Govern del programa per on emetia Tele Taxi TV Sabadell al prestador Diari de Girona, SA. Aquest prestador no està emetent.

La TV local privada es troba distribuïda per les quatre demarcacions, sobretot a la de Barcelona.

## Per oferta

BARCELONA	LLEIDA	GIRONA	TARRAGONA
Televisió del Berguedà	Pirineus TV	Televisió del Ripollès	Canal 21 Ebre
25TV	Tot TV	Televisió Costa Brava	Canal Reus TV
ETV Llobregat Televisió	Tot TV	Banyoles Televisió	El Punt Avui TV (Tarragona)
Maresme TV	Lleida TV	Empordà Televisió	Canal TE
TVSC Vallès 1	Lleida TV	Olot Televisió	L'Ebre TV
Canal Taronja Osona	Lleida TV	Televisió de Girona	Mola TV (Tarragona)
Canal Taronja Bages	El Punt Avui TV (Lleida)	El Punt Avui TV (Blanes)	
Canal Taronja Osona	s/d (La Seu d'Urgell)		
El Punt Avui TV (Barcelona)			
El Punt Avui TV (Sabadell)			
El Punt Avui TV (Vic)			
Mola TV (Vilanova i la Geltrú)			
Mola TV (Vallès Occidental)			
El 9 TV			
TV 20			
El Punt Avui TV (Granollers)			
s/d (Igualada)			

**39 canals  
locals  
privats**

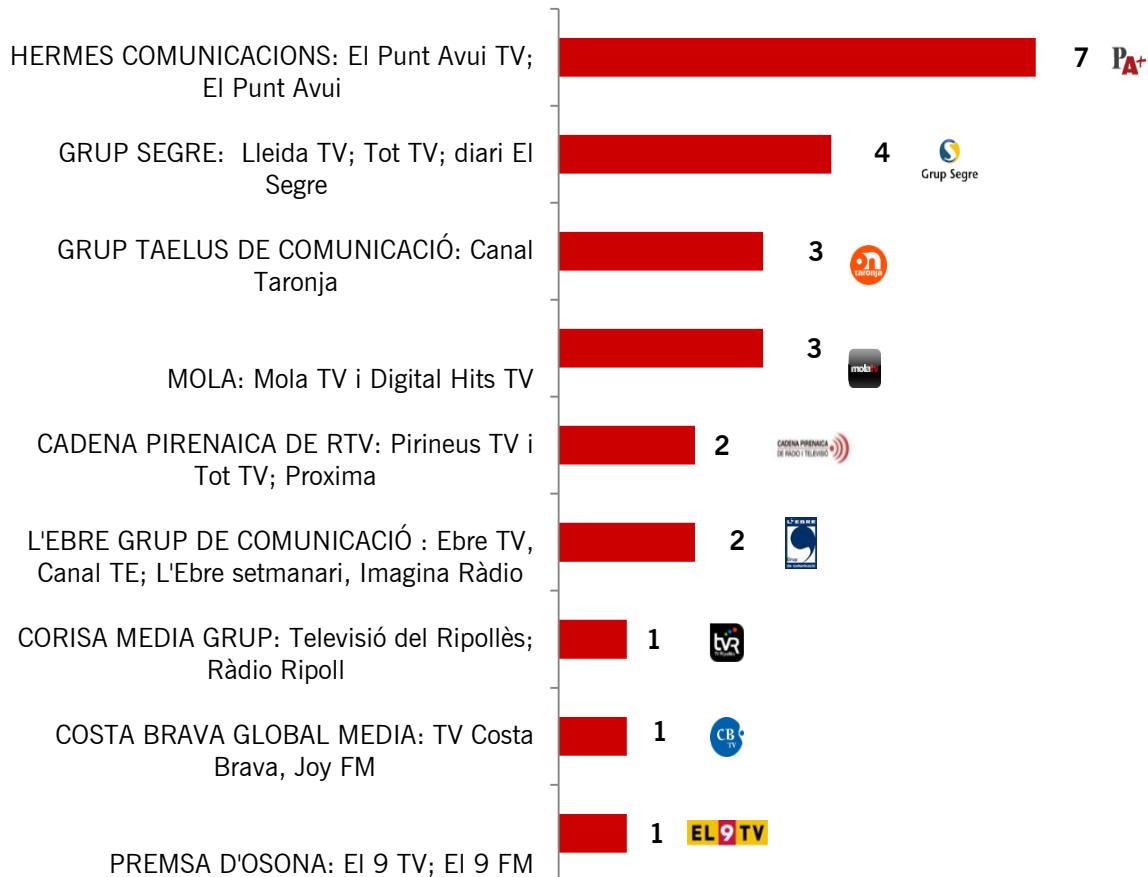


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre 2015.

# La televisió local privada (2)

## Principals grups de comunicació de proximitat privats a Catalunya

(per nombre de canals)



Dels 39 canals de TV privada de proximitat, 24 formen part d'un grup de comunicació d'àmbit supramunicipal o municipal.

Respecte del quadrimestre anterior (BIAC núm. 1), cal destacar la desaparició de Tele Taxi TV, tot i que continua tenint presència en el sector radiofònic.

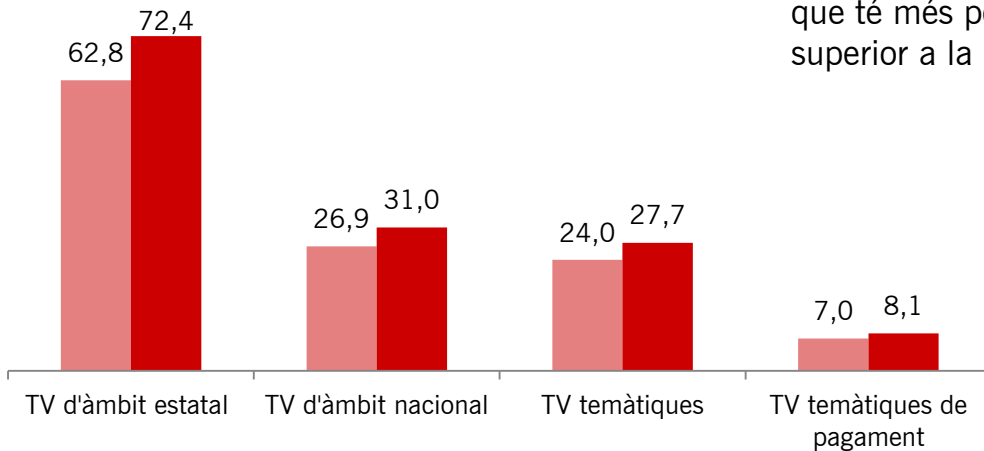
Els grups Hermes Comunicacions i Segre encapçalen la llista en nombre de llicències de televisió local, amb 7 i 4 canals, respectivament.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual i dels grups de comunicació. Setembre 2015.

# Penetració i llengua de la televisió

## Penetració

(en %, dia anterior a l'entrevista)



■ % sobre el total de la població (6.284.400) ■ % sobre els espectadors TV (5.519.700)

La televisió d'àmbit estatal, en llengua castellana, és la que té més penetració a Catalunya. La seva oferta és molt superior a la catalana i té, per tant, més audiència.

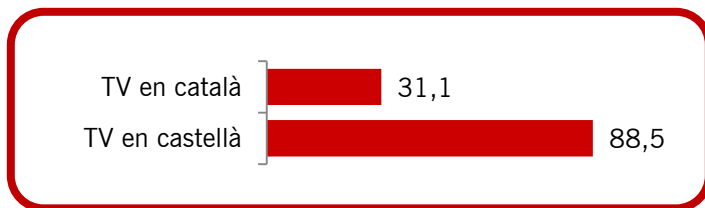
**TV estatal:** La 1, La 2, Antena 3 TV, La Sexta, Telecinco i Cuatro.

**TV nacional:** TV3, Super3/33, 3/24, Esport3 i 8tv.

**TV temàtiques:** principals televisions temàtiques en obert (FDF, Divinity, Energy, Boing, Neox, Nova, 24h, Teledporte, 24h, Boing, etc.).

## Distribució per llengua de consum sobre el total de teleespectadors

(en %, dia anterior a l'entrevista)



El castellà es manté com a llengua principal de consum de televisió a Catalunya.

Nota: atès que la persona teleespectadora acostuma a mirar més d'un canal el mateix dia, les dades estan tractades tenint en compte la multiplicitat de respostes. Això explica que la suma dels percentatges sigui superior al 100%.

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.

# Audiència de la televisió (1)

Quota mensual de pantalla a Catalunya (en % per canals, gener-agost 2015, en ordre descendent segons el rànquing d'agost)

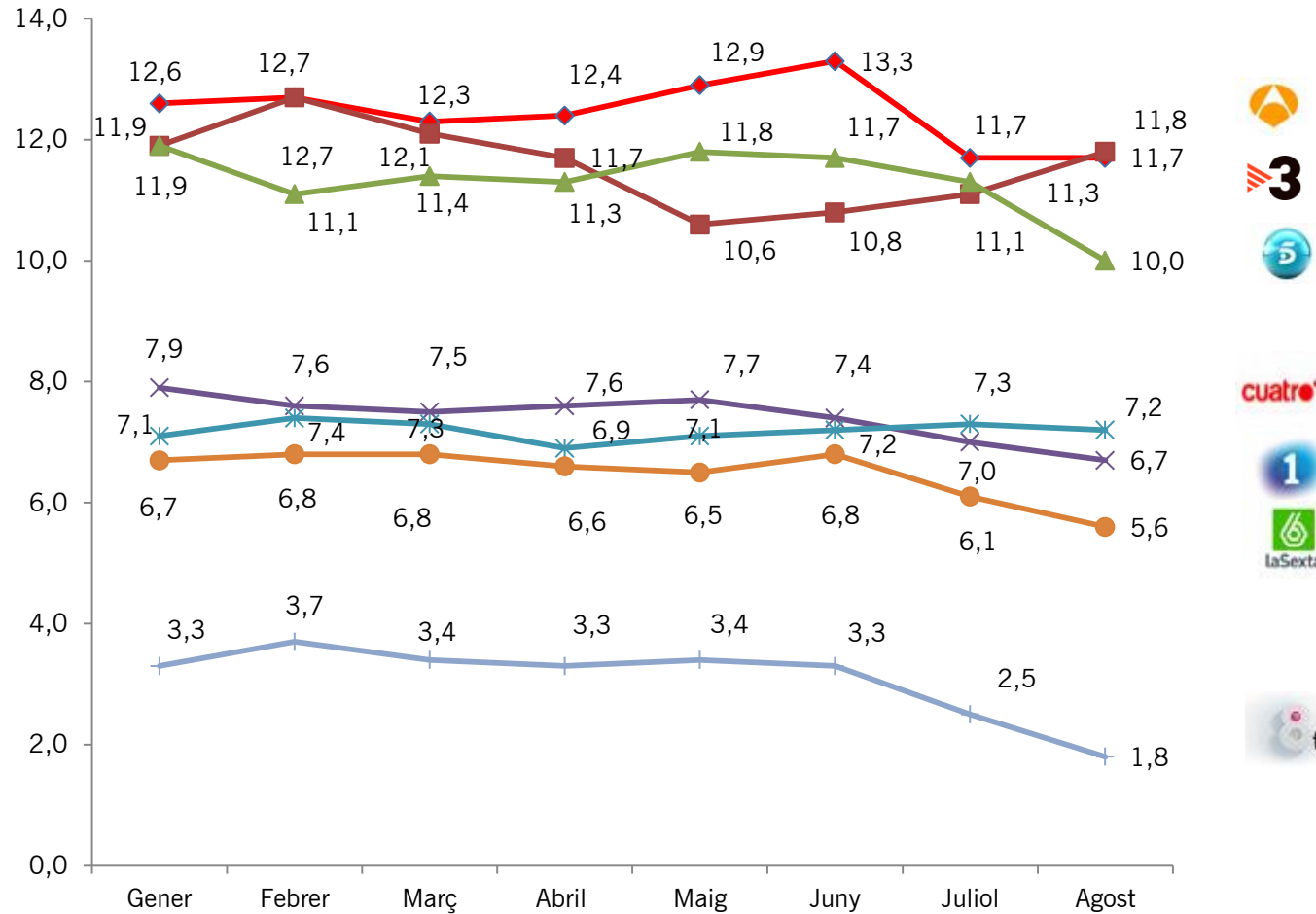
	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST
<b>Antena 3 TV</b>	11,9	11,1	11,4	11,3	10,6	10,8	11,1	11,8
<b>TV3</b>	12,6	12,7	12,3	12,4	12,9	13,3	11,7	11,7
<b>Telecinco</b>	11,9	12,7	12,1	11,7	11,8	11,7	11,3	10,0
<b>Cuatro</b>	7,1	7,4	7,3	6,9	7,1	7,2	7,3	7,2
<b>La 1</b>	7,9	7,6	7,5	7,6	7,7	7,4	7,0	6,7
<b>laSexta</b>	6,7	6,8	6,8	6,6	6,5	6,8	6,1	5,6
<b>Factoría de Ficción</b>	3,2	3,0	3,0	3,2	3,3	2,9	3,1	3,8
<b>Neox</b>	2,5	2,8	2,7	2,5	2,6	2,6	2,4	2,9
<b>Mega</b>							2,3	2,9
<b>Divinity</b>	2,8	2,8	2,4	2,9	2,6	2,4	2,3	2,5
<b>La 2</b>	2,7	2,5	2,4	2,3	2,4	2,6	2,5	2,5
<b>Discovery Max</b>	2,1	2,1	2,1	2,3	2,2	2,1	1,9	2,3
<b>Nova</b>	2,4	2,4	2,3	2,3	2,4	2,1	2,1	2,2
<b>Clan</b>	1,3	1,4	1,5	1,7	1,7	1,8	2,2	2,2
<b>Paramount Channel</b>	1,9	1,8	2,0	1,9	1,8	2,0	1,9	2,1
<b>Energy</b>	1,6	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8	1,9	2,0
<b>8tv</b>	3,3	3,7	3,4	3,3	3,4	3,3	2,5	1,8
<b>13TV</b>	1,1	1,0	1,3	1,4	1,5	1,4	1,4	1,6
<b>Boing</b>	1,2	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,6	1,5
<b>3/24</b>	1,4	1,4	1,5	1,2	1,3	1,4	1,5	1,4
<b>Super3/33</b>	1,6	1,5	1,6	1,5	1,5	1,6	1,4	1,2
<b>Disney Channel</b>	1,3	1,2	1,2	1,1	0,9	1,0	1,3	1,0
<b>Esport3</b>	1,2	1,1	1,3	1,4	1,5	1,1	0,8	0,9
<b>Teledeporte</b>	0,3	0,4	0,4	0,5	0,9	0,7	1,2	0,8
<b>24h</b>	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8	0,7
<b>RAC105</b>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1

Nota: la quota de pantalla o *share* és el percentatge d'individus que són audiència d'una cadena (en un programa o franja) respecte del percentatge d'individus que estaven mirant televisió durant aquest programa o franja. Mega inicia les seves emissions el juliol de 2015.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

# Audiència de la televisió (2)

Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals a Catalunya  
(en %, gener-agost 2015)

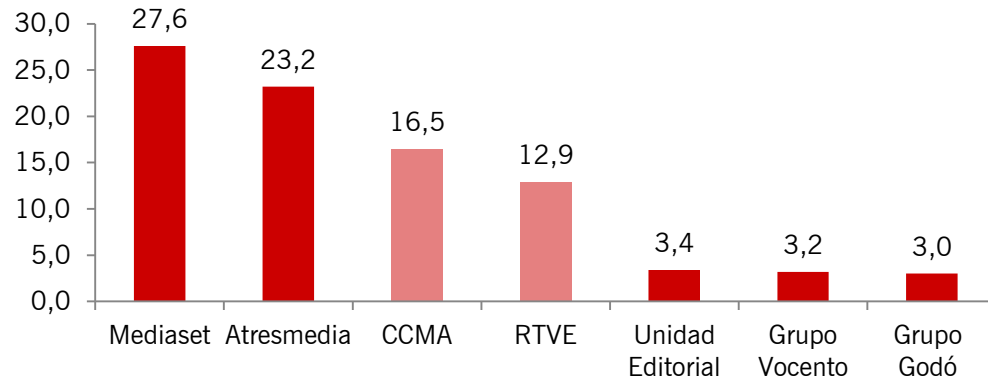


Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

# Audiència de la televisió (3)

## Quota de pantalla a Catalunya

(en % per grups, mitjana gener-agost 2015)

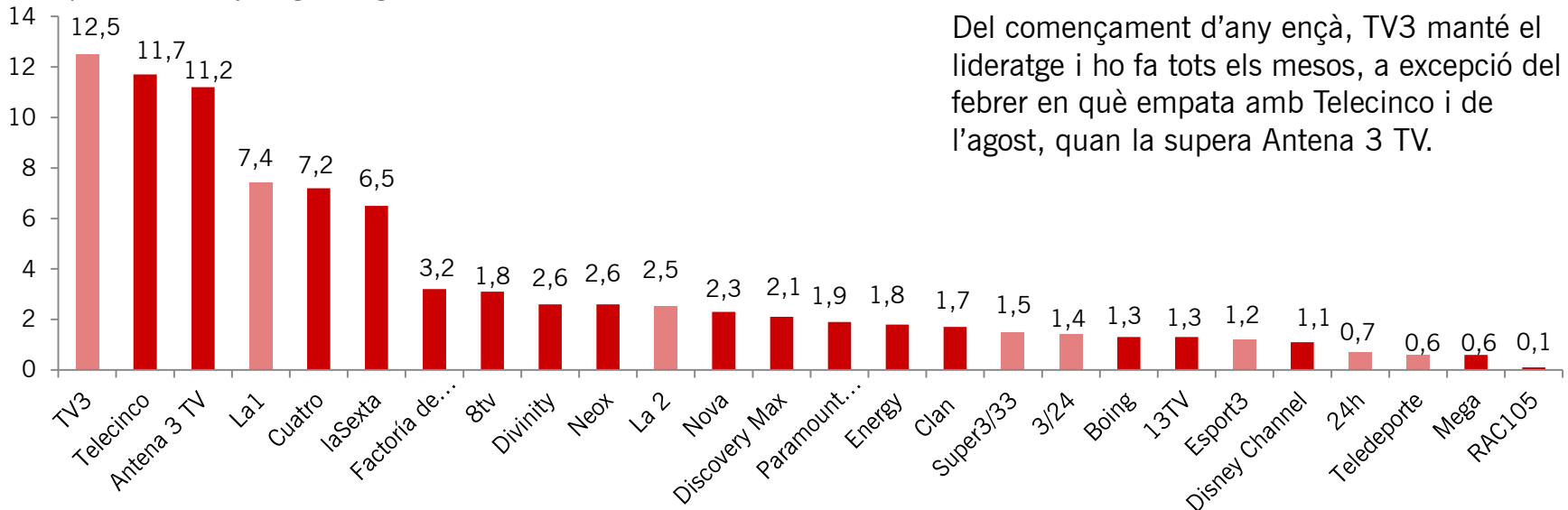


L'oferta dels grups privats lidera clarament l'audiència televisiva. El grup públic català se situa en tercera posició darrere dels dos grups espanyols principals, Mediaset i Atresmedia.

Els grups que emeten en català –CCMA i Godó– tenen el 19,5% de l'audiència a Catalunya.

## Quota de pantalla a Catalunya

(en % per canals, mitjana gener-agost 2015)



Del començament d'any ençà, TV3 manté el lideratge i ho fa tots els mesos, a excepció del febrer en què empata amb Telecinco i de l'agost, quan la supera Antena 3 TV.

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

# Audiència de la televisió: els programes més vistos

## Rànquing dels programes més vistos a Catalunya

### Maig de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Lliga de Campions: Bayern Munich-Barça		12/05/15	1.571	46,3
Copa del Rei: Ath. Bilbao-Barça		30/05/15	1.250	41,5
Eurovisión: votaciones		23/05/15	945	41,8
Lliga de Campions: Juventus-R.Madrid		05/05/15	833	24,5
Copa del Rey: Ath. Bilbao-Barça		30/05/15	809	26,9
E15: els resultats		24/05/15	752	24,0
Champions League: Juventus-R.Madrid		05/05/15	736	21,7
TN cap de setmana vespre		17/05/15	631	24,6
Champions League: Bayern Munich-Barça		12/05/15	625	18,4
TN cap de setmana vespre		03/05/15	614	21,4

### Juny de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Lliga de Campions: Juventus-Barça		06/06/15	1.506	52,1
Tricampions		07/06/15	836	28,1
TN cap de setmana vespre		07/06/15	741	27,4
Champions League: Juventus-Barça		06/06/15	725	25,1
Entrevista al President de la Generalitat		22/06/15	678	22,1
TN vespre		24/06/15	638	25,1
TN migdia		09/06/15	618	30,9
TN vespre		22/06/15	596	24,6
TN migdia		16/06/15	591	29,8
TN migdia		15/06/15	569	26,1

Nota: en els cas de les emissions de futbol només es recull el partit, no les prèvies ni els post partits.

### Juliol de 2015

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
TN migdia		02/07/15	580	31,2
TN vespre		27/07/15	559	25,6
TN migdia		01/07/15	558	28,8
TN vespre		20/07/15	555	24,4
TN migdia		03/07/15	549	28,0
TN vespre		06/07/15	531	22,5
Motociclismo Mundial Moto GP: G.P. Alemanya		12/07/15	531	32,7
TN migdia		27/07/15	529	26,2
TN migdia		20/07/15	525	25,7
TN migdia		21/07/15	520	26,9

### Agost de 2015








Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Supercopa Barça-Ath. Bilbao		17/08/15	1.037	40,2
Supercopa d'Europa Barça-Sevilla		11/08/15	797	38,0
Supercopa Ath. Bilbao-Barça		14/08/15	787	34,1
Trofeu Joan Gamper Barça-Roma		05/08/15	705	31,2
International Champions CUP Fiorentina-Barça		02/08/15	572	25,7
TN migdia		31/08/15	559	26,8
TN vespre		17/08/15	532	26,7
TN cap de setmana vespre		30/08/15	530	23,8
TN vespre		24/08/15	526	26,7
El Hormiguero 3.0		31/08/15	525	17,9

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.



# La tria de canal en retransmissions simultànies

Audiències de programes emesos simultàniament per dos canals a Catalunya (en milers d'espectadors)

Esdeveniment esportiu	Data d'emissió	Cadena	Espectadors
Semifinal de la Lliga de Campions: Bayern-Barça	12/05/2015	 3	1.571.000
		 1	625.000
Fórmula 1: Gran Premi de Mònaco	24/05/2015	 3	391.000
		 laSexta	178.000
Final de la Lliga de Campions: Juventus-Barça	06/06/2015	 3	1.506.000
		 1	725.000
Fórmula 1: Gran Premi de Gran Bretanya	05/07/2015	 3	243.000
		 8	179.000
Fórmula 1: Gran Premi d'Hongria	26/07/2015	 3	225.000
		 8	221.000
Trofeu Joan Gamper: Barça – Roma	05/08/2015	 3	705.000
		 8	141.000
Final Supercopa d'Europa: Barça – Sevilla	12/08/2015	 3	797.000
		 8	347.000
Lliga de Campions: R. Madrid – Xakhtar Donetsk	15/09/2015	 8	483.000
		 3	257.000
Lliga de Campions: Barça – Bayer Leverkusen	29/09/2015	 3	1.055.000
		 8	470.000

Quan una mateixa transmissió esportiva es pot veure alhora per TV3 i una cadena espanyola, l'audiència tria preferentment l'emissió de TV3.

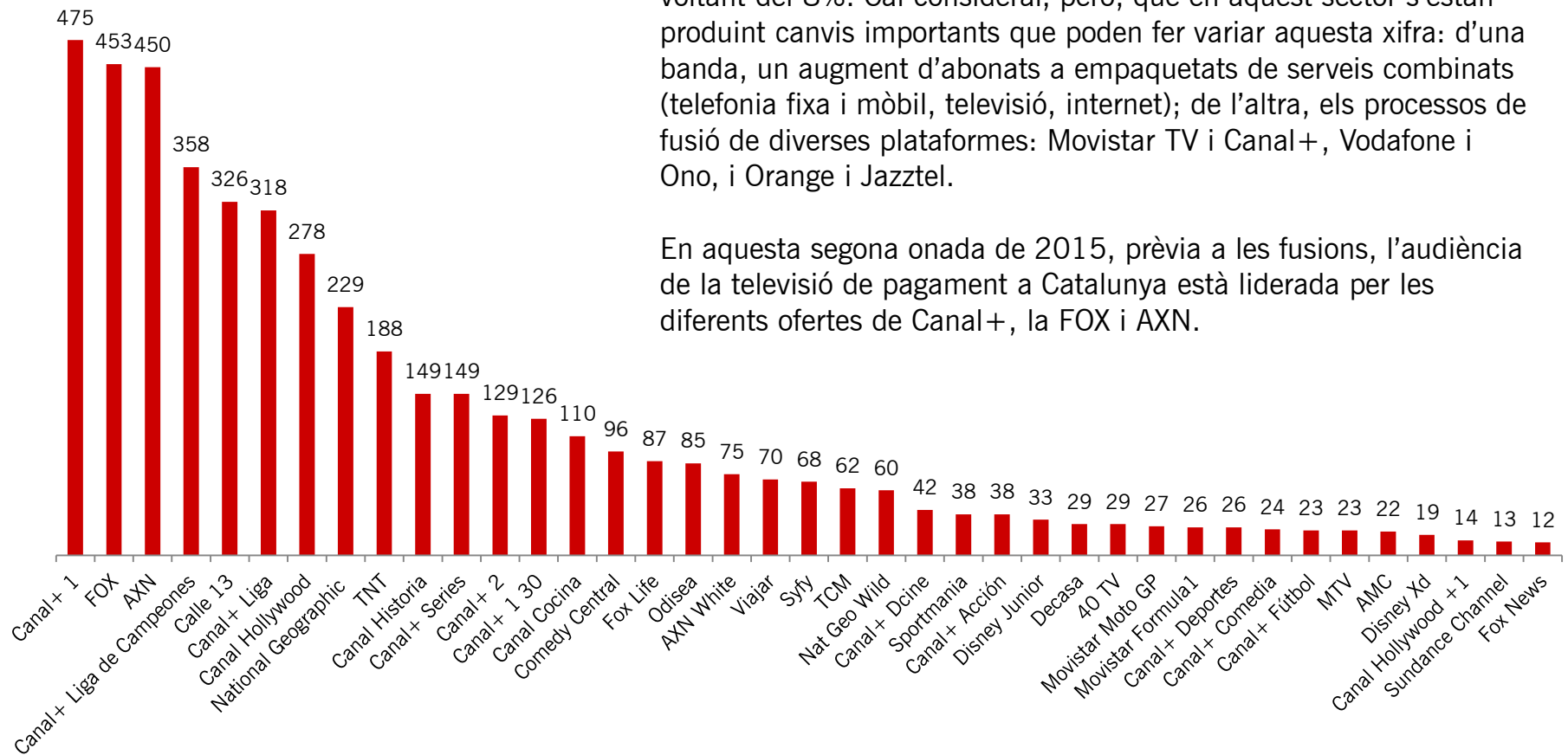
Com es pot observar, en el període inclòs hi ha una sola excepció.

Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media.

# Audiència de la televisió temàtica de pagament

## Audiència acumulada de les cadenes temàtiques de pagament a Catalunya

(en milers, últims 30 dies)



La televisió de pagament a Catalunya manté una penetració del voltant del 8%. Cal considerar, però, que en aquest sector s'estan produint canvis importants que poden fer variar aquesta xifra: d'una banda, un augment d'abonats a empaquetats de serveis combinats (telefonía fixa i mòbil, televisió, internet); de l'altra, els processos de fusió de diverses plataformes: Movistar TV i Canal+, Vodafone i Ono, i Orange i Jazztel.

En aquesta segona onada de 2015, prèvia a les fusions, l'audiència de la televisió de pagament a Catalunya està liderada per les diferents ofertes de Canal+, la FOX i AXN.

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.

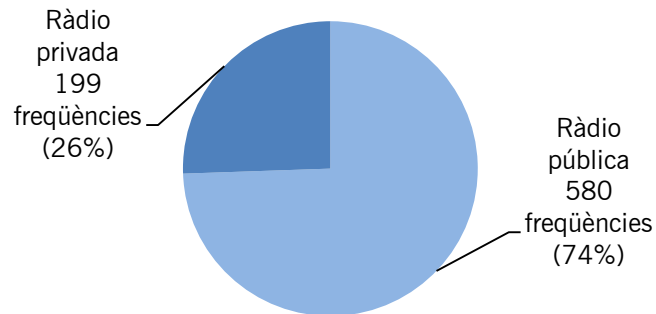


# Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya

**779 freqüències distribuïdes  
en 322 emissores de ràdio**

## Per titularitat

(en nombre i en % de **freqüències** d'FM)



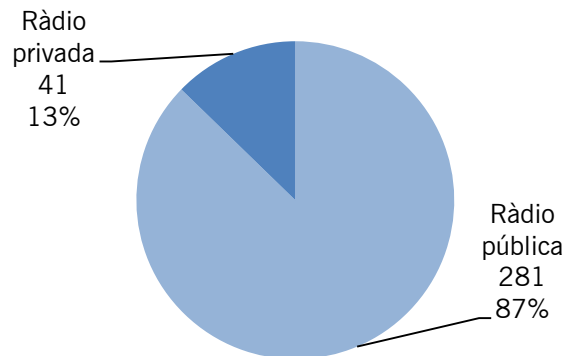
El sector radiofònic català està format per un conjunt de 779 freqüències (o 322 emissores) de titularitat pública o privada que emeten la seva programació en diferents zones de servei: local o municipal, nacional i estatal.

La ràdio de titularitat pública ocupa una posició majoritària al sector radiofònic català davant la ràdio comercial:

- Ràdio pública: 580 freqüències o 281 emissores.
- Ràdio privada: 199 freqüències o 41 emissores.

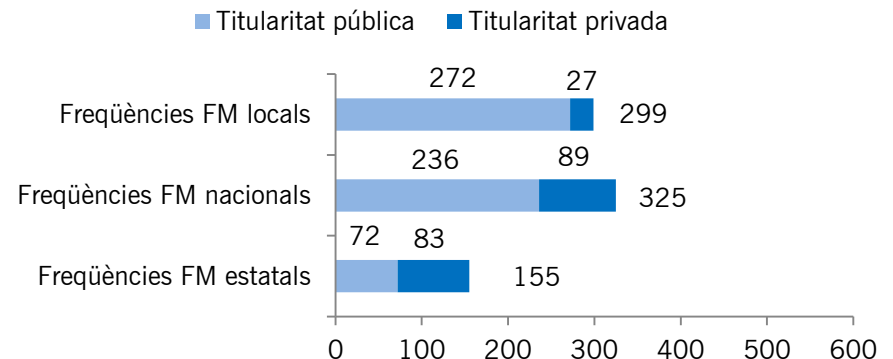
## Per titularitat

(en nombre i en % d'**emissores**)



## Per zona de servei i titularitat

(en nombre de **freqüències** d'FM)

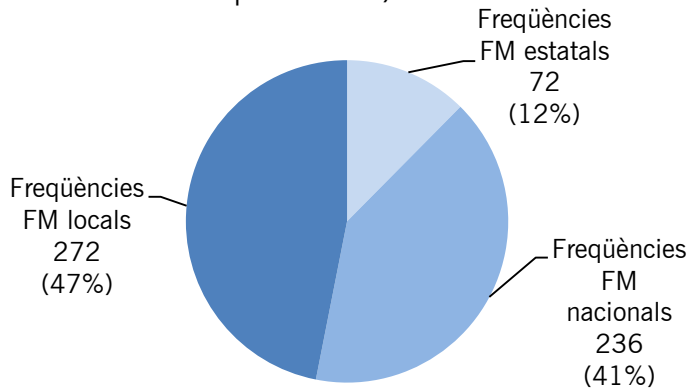


Nota: una emissora pot emetre per una freqüència d'FM o per més d'una.

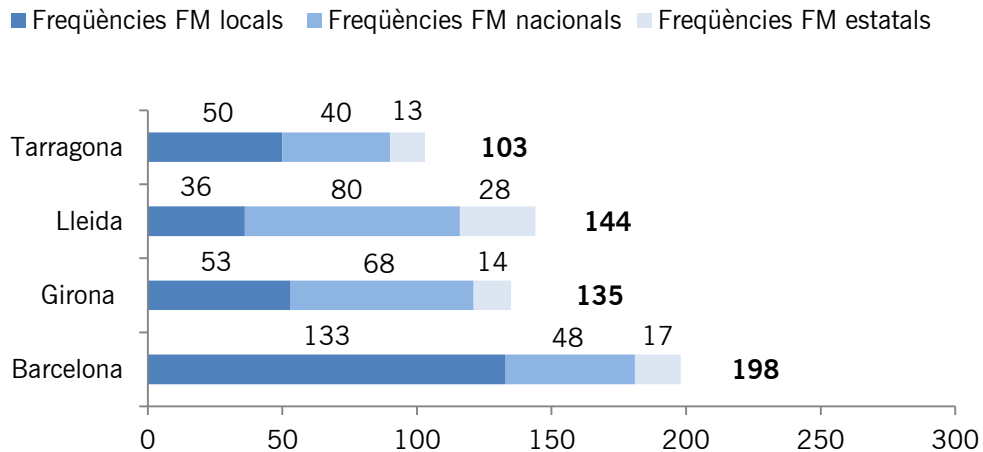
Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de dades de la CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (FM estatal). Setembre 2015

# La ràdio pública

**Per zona de servei**  
(en nombre i % de freqüències FM)



**Per demarcació i zona de servei**  
(en nombre i % de freqüències FM)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya a partir de dades de la CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme (FM estatal). Setembre 2015.

**580 freqüències distribuïdes en 281 emissores públiques**

**Oferta radiofònica**

EMISSORES DE RÀDIO PÚBLICA		
CCMA	RNE	EMISSORES LOCALS
Catalunya Ràdio	Radio Nacional	272 emissores
Catalunya Informació	Radio Clásica	
Catalunya Cultura	Radio 3	
Catalunya Música	Ràdio 4	
	Radio 5 Todo Noticias	

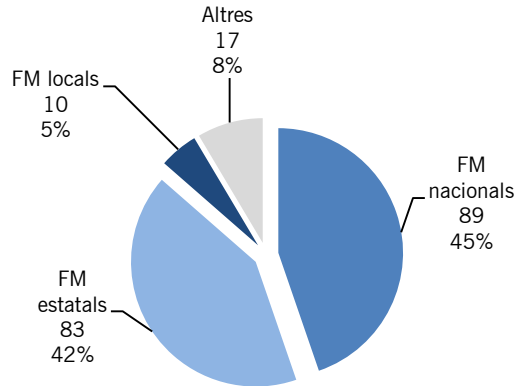
La ràdio pública està configurada per una majoria d'emissores locals (el 47% de les freqüències). La demarcació de Barcelona té el nombre més alt de freqüències en FM.

La llengua de la ràdio pública és majoritàriament el català. Les emissores de RNE utilitzen el castellà com a llengua vehicular, excepte Ràdio 4.

# La ràdio privada (1)

## Per zona de servei

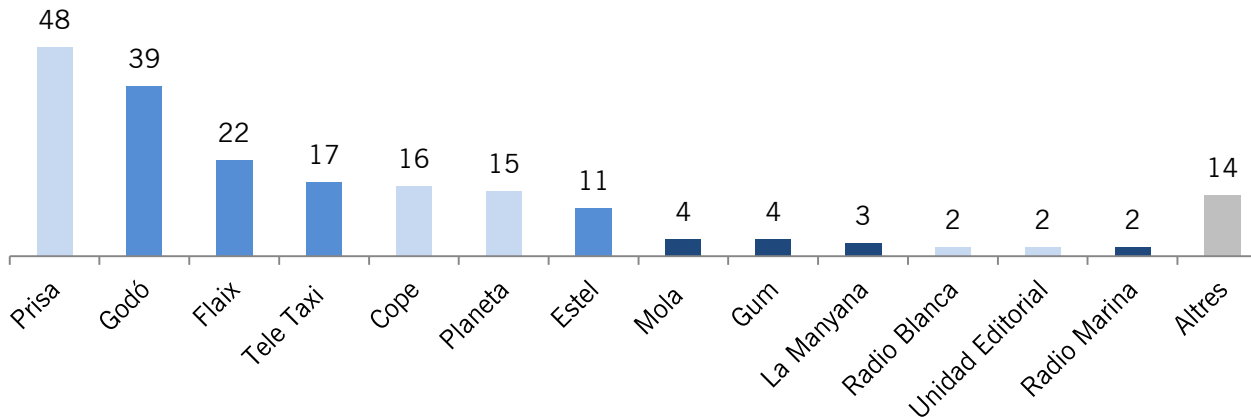
(en nombre de freqüències d'FM)



199 freqüències distribuïdes en 41 emissores privades

Els grups radiofònics d'àmbit nacional són els que tenen més freqüències a Catalunya (un 45%), tot i que el grup d'àmbit estatal Prisa (Cadena SER, 40 Principales, Cadena Dial, M80, Ona FM, Radiolé) ocupa el primer lloc en nombre de freqüències (48). El segueix el Grupo Godó (amb l'emissora generalista RAC1 i la musical RAC 105) amb 39 i el Grup Flaix (amb les emissores musicals Flaix FM i Flaixbac), que emet a través de 22 freqüències.

## Grups radiofònics



Nota: La columna *altres* inclou grups de comunicació multimèdia de proximitat que tenen una llicència radiofònica i empreses de ràdio local (vegeu la pàgina següent).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatives dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual i dels grups de comunicació. Setembre 2015

# La ràdio privada (2)

## Oferta radiofònica privada

(per tipologia de grups, nom del grup i del producte radiofònic i en nombre de freqüències)

GRUPS RADIOFÒNICS LOCALS	
Grup	Freqüències
<b>MOLA</b>	4
Amb2 FM	2
Digital Hits FM	2
<b>GUM</b>	4
Gum FM	4
<b>LA MANYANA</b>	3
s/d	3
<b>RÀDIO MARINA</b>	2
Ràdio Marina	2
<b>COSTA BRAVA GLOBAL MEDIA</b>	1
Joy FM	
<b>PROSA</b>	1
El 9 FM	
<b>EL 3 DE VUIT</b>	1
El 3 de vuit Ràdio	
<b>L'EBRE</b>	1
Imagina Ràdio	
<b>CADENA PIRENAICA</b>	1
Pròxima FM	
<b>TLB</b>	1
Styl FM	
<b>SIMALRO</b>	1
Ràdio UA1	
<b>MONTSERRAT RTV</b>	1
Montserrat Ràdio	
<b>TOTAL 13 emissores</b>	<b>21</b>

EMPRESA DE RÀDIO LOCAL	
Emissora	Freqüències
Ràdio Olot	1
Ràdio Ripoll	1
Ràdio Vic	1
Ràdio Aran	1
Hit 103	1
Ràdio Adventista	1
<b>TOTAL 6 emissores</b>	<b>6</b>

GRUPS RADIOFÒNICS NACIONALS	
Grup	Freqüències
<b>GODÓ</b>	39
RAC 1	23
RAC 105	16
<b>FLAIX</b>	22
Flaix FM	12
Ràdio Flaixbac	10
<b>TELE TAXI</b>	17
Ràdio Tele Taxi	14
Ràdio RM	3
<b>ESTEL</b>	11
Ràdio Estel	11
<b>TOTAL 7 emissores</b>	<b>89</b>

GRUPS RADIOFÒNICS ESTATALS	
Grup	Freqüències
<b>PRISA</b>	48
SER	19
40 Principales	11
Cadena Dial	7
Ona FM	4
Maxima FM	3
M 80	3
Radiolé	1
<b>COPE</b>	16
COPE	4
Cadena 100	4
Rock FM	3
s/d	5
<b>PLANETA</b>	15
Onda Cero	6
Europa FM	6
Melodía FM	3
<b>RADIO BLANCA</b>	2
Kiss FM	2
<b>UNIDAD EDITORIAL</b>	2
Radio Marca	2
<b>TOTAL 15 emissores</b>	<b>83</b>

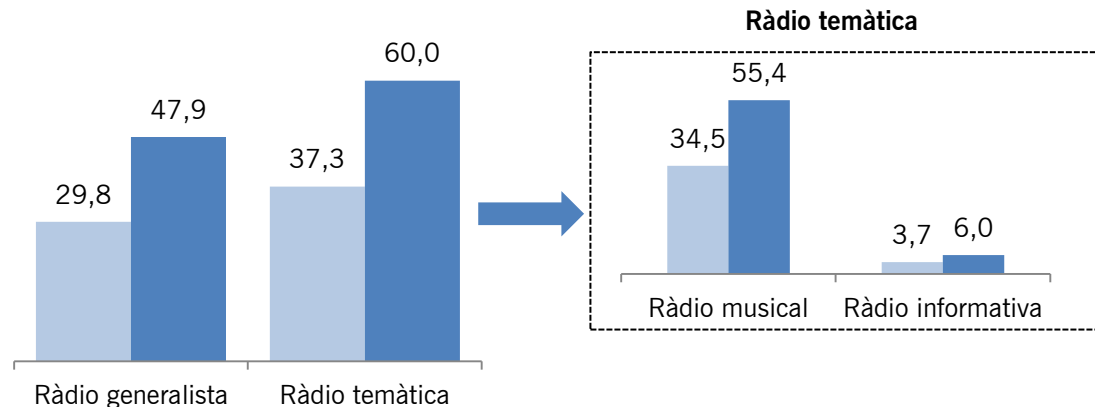
41 ràdios privades:  
19 emissores locals  
15 emissores estatals  
7 emissores nacionals

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Setembre 2015

# Penetració i llengua de la ràdio

## Penetració

(en %, dia anterior a l'entrevista)



L'oferta musical és la més escoltada a Catalunya, amb una penetració del 55,4% entre els oients. La ràdio generalista es troba en segona posició, amb un 47,9%. En darrer lloc, la ràdio temàtica informativa, seguida habitualment per només el 6% dels oients.

■ % sobre el total de la població (6.284.000) ■ % sobre els oients de ràdio (3.908.000)

## Distribució per llengua de consum sobre el total d'oients

(en %, dia anterior a l'entrevista)



El català és la llengua preferida pels oients de ràdio, a diferència del que passa amb la televisió, on el castellà suma més canals i més audiència.

**Ràdio en català:** emissores amb programació en català i les desconnexions en català de les principals emissores en castellà (generalistes i temàtiques).

**Ràdio en castellà:** emissores amb programació en castellà (generalistes i temàtiques).

Nota: atès que la persona radiooient acostuma a escoltar més d'una emissora el mateix dia, les dades estan tractades tenint en compte la multiplicitat de respostes. Això explica que la suma dels percentatges sigui superior al 100%.

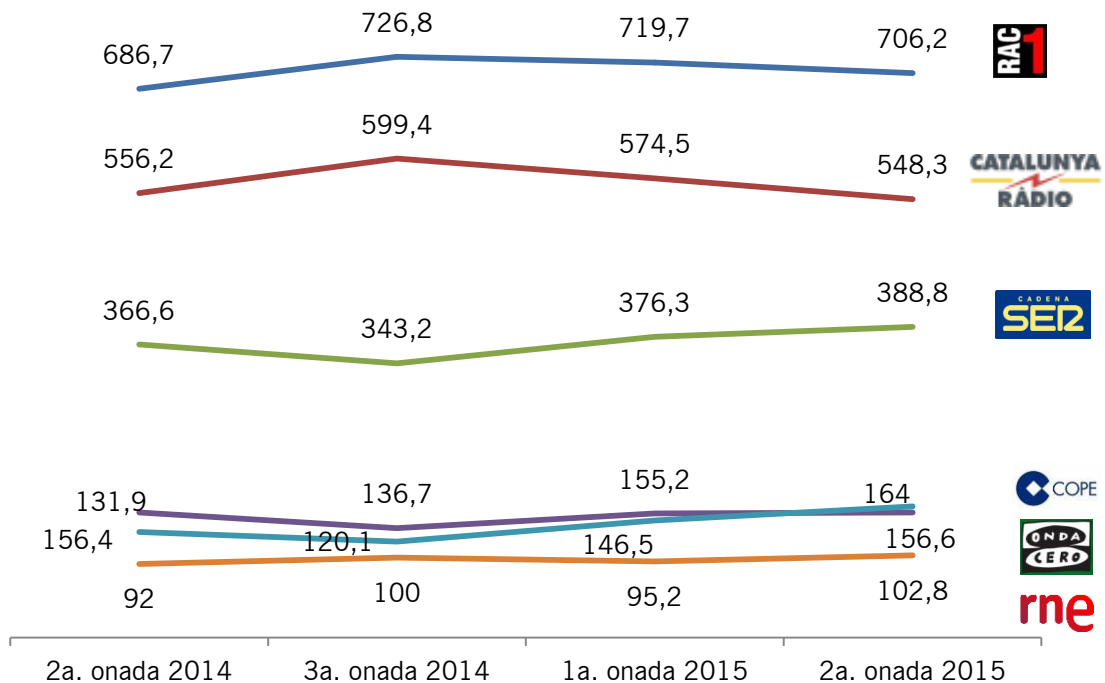
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.



# Audiència de la ràdio (1)

## Rànquing de les ràdios generalistes. Audiència

(evolució de les últimes 4 onades, en milers, dia anterior a l'entrevista)



Pel que fa al rànquing d'emissores, RAC1 es manté com a líder de la ràdio generalista a Catalunya.

Per primera vegada, en aquesta onada de l'EGM, les emissores del Grup Flaix avancen la fins ara líder de la ràdio musical, Los 40 Principales de la Cadena SER.

Grup **FLAIX**



Catalunya Informació encapçala el rànquing de la ràdio temàtica informativa.

(Vegeu la pàgina següent.)

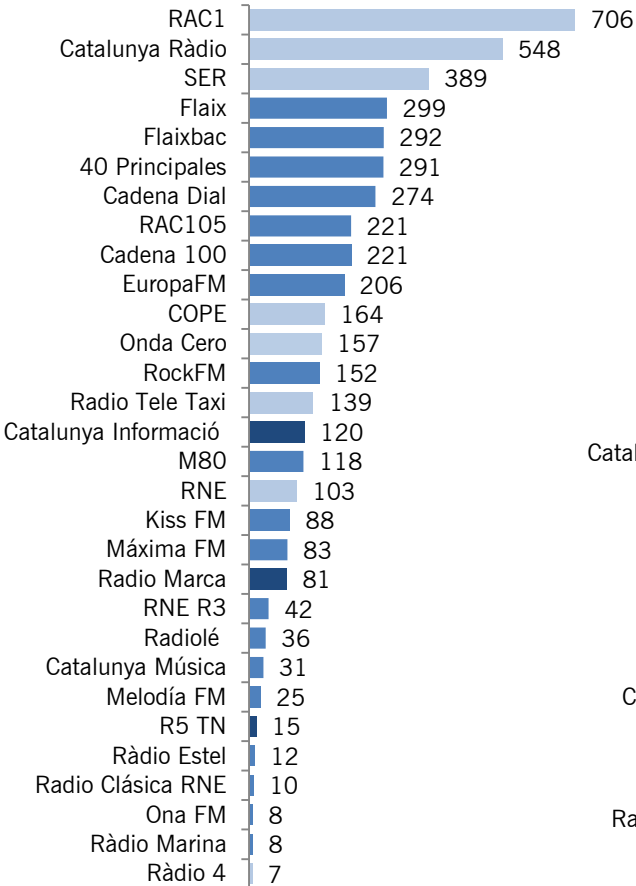
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.

# Audiència de la ràdio (2)

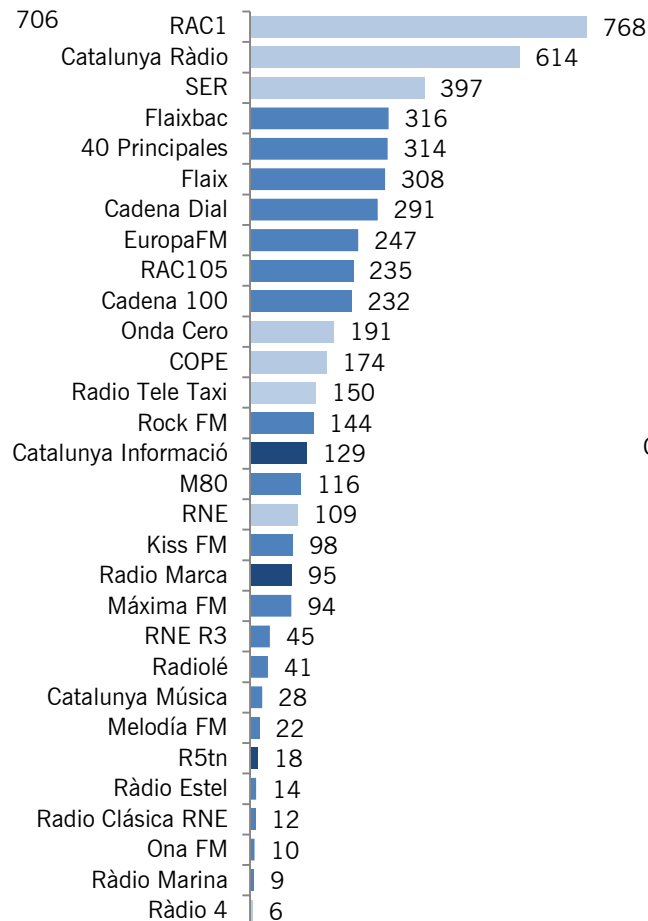
## Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

(en milers, dia anterior a l'entrevista)

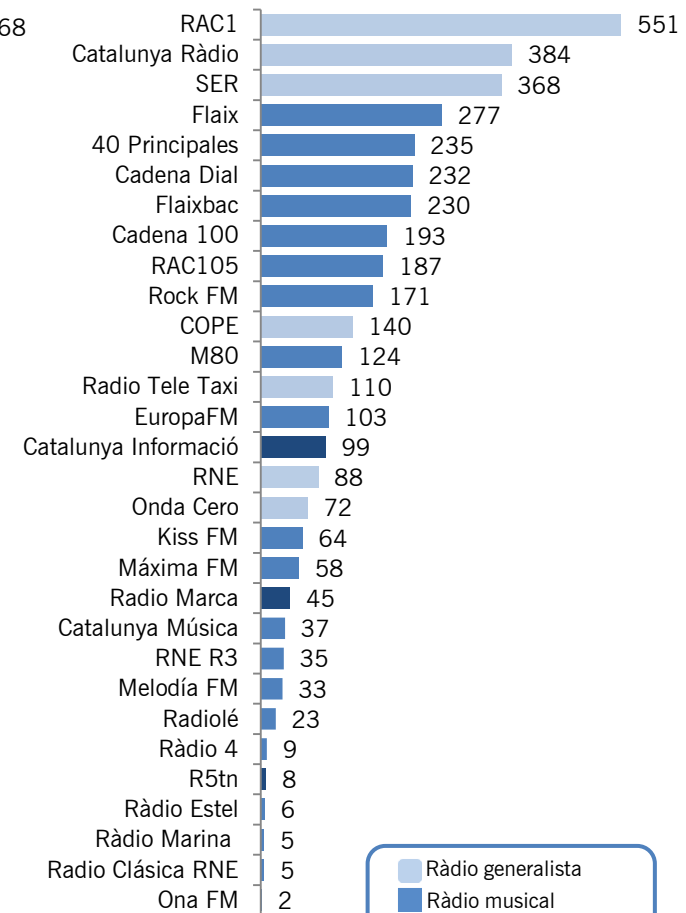
### Dilluns a diumenge



### Dilluns a divendres



### Dissabte i diumenge



■ Ràdio generalista  
■ Ràdio musical  
■ Ràdio informativa

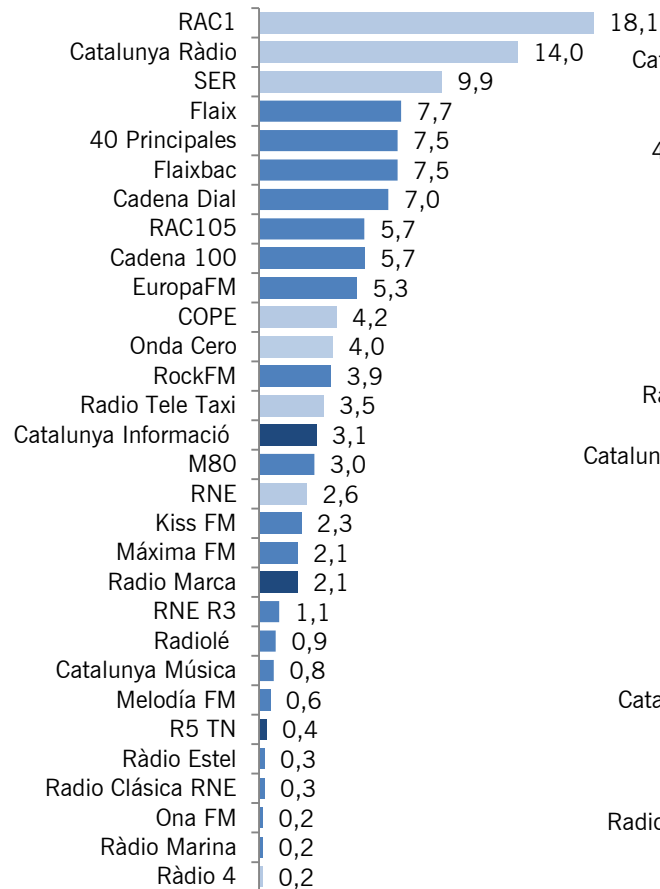
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a. onada de 2015.

# Audiència de la ràdio (3)

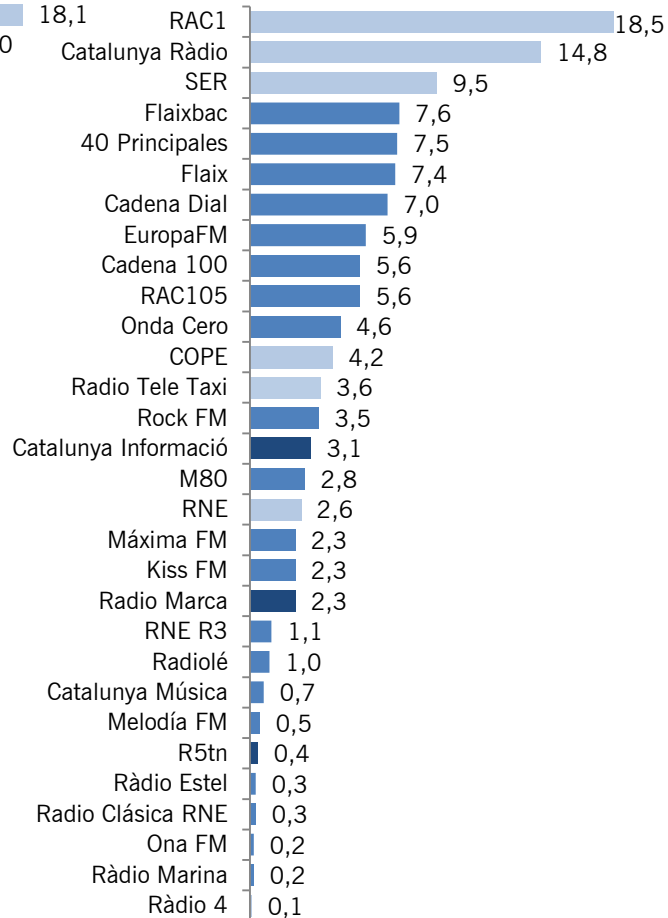
## Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

(en %, dia anterior a l'entrevista)

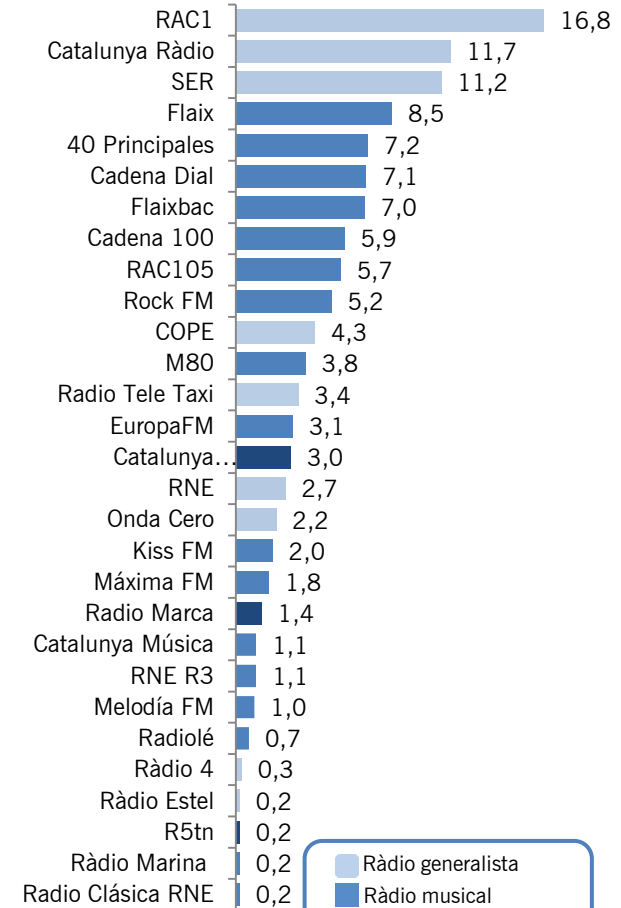
### Dilluns a diumenge



### Dilluns a divendres



### Dissabte i diumenge



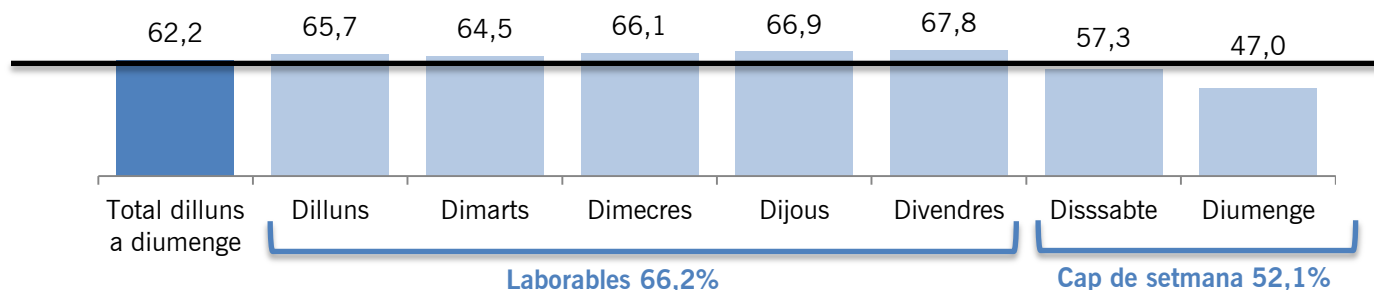
■ Ràdio generalista  
■ Ràdio musical  
■ Ràdio informativa

Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a. onada de 2015.

# Penetració i audiència de la ràdio per franges

## Penetració

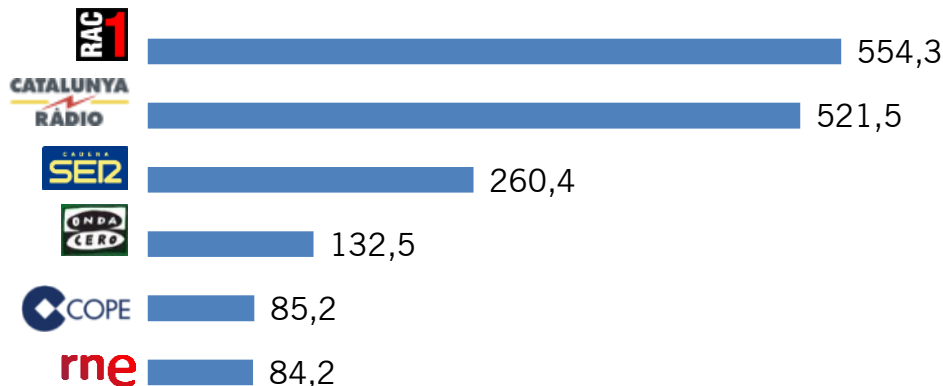
(en % sobre el total de la població, dia anterior a l'entrevista)



Els oients escolten més la ràdio entre setmana (66,2%) que el cap de setmana (52,1%).

## Audiència dels programes matinals de les principals cadenes generalistes

(en milers d'oients, de dilluns a divendres)



El *prime time* de la ràdio se situa a la franja matinal, que està liderada per les dues principals ràdios generalistes en català: RAC1 i Catalunya Ràdio

Nota: els programes matinals no tenen una franja horària idèntica. Tots comencen a les 6h, però acaben entre les 12 h i les 13 h.

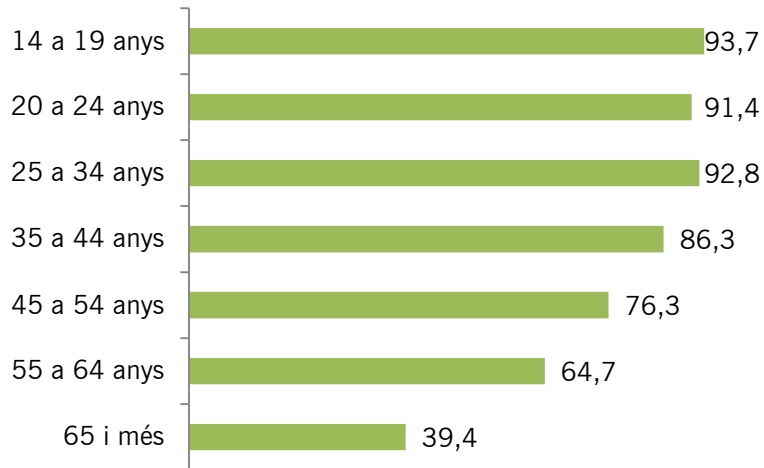
Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.



# Internet

# Perfil de l'internauta a Catalunya

## Connexió a internet per edats (en %, dia anterior a l'entrevista)

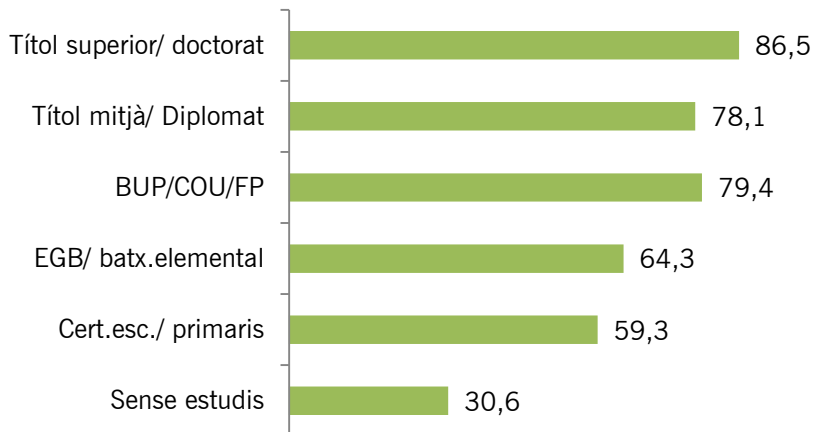


A Catalunya, la penetració d'internet se situa en el 73,2% de la població (71,4% en l'onada anterior).

L'ús de la xarxa creix més en la franja dels joves d'entre 14 i 19 anys (6 punts més respecte de l'onada anterior). Més del 93% d'aquest grup d'edat s'hi connecta a diari.

El percentatge de persones que utilitzen internet augmenta progressivament amb el seu nivell d'estudis: els internautes més actius són els que tenen estudis superiors.

## Connexió a internet per nivell d'estudis (en %, dia anterior a l'entrevista)



Nota: atesos els canvis de plans d'estudis, les persones han estat assignades segons la seva resposta i la seva edat a les categories següents:

- sense estudis.
- estudis primaris / certificat d'escolaritat / ingrés / 1r cicle ESO.
- EGB / graduat / batxillerat elemental /certificat d'estudis primaris / ESO complet.
- batxillerat superior /BUP, COU, PREU, batxillerat LOGSE/FPII
- diplomatura (3 anys de carrera)
- llicenciatura, grau, màster, doctorat.

Font: EGM Baròmetre Catalunya - 2a onada de 2015.

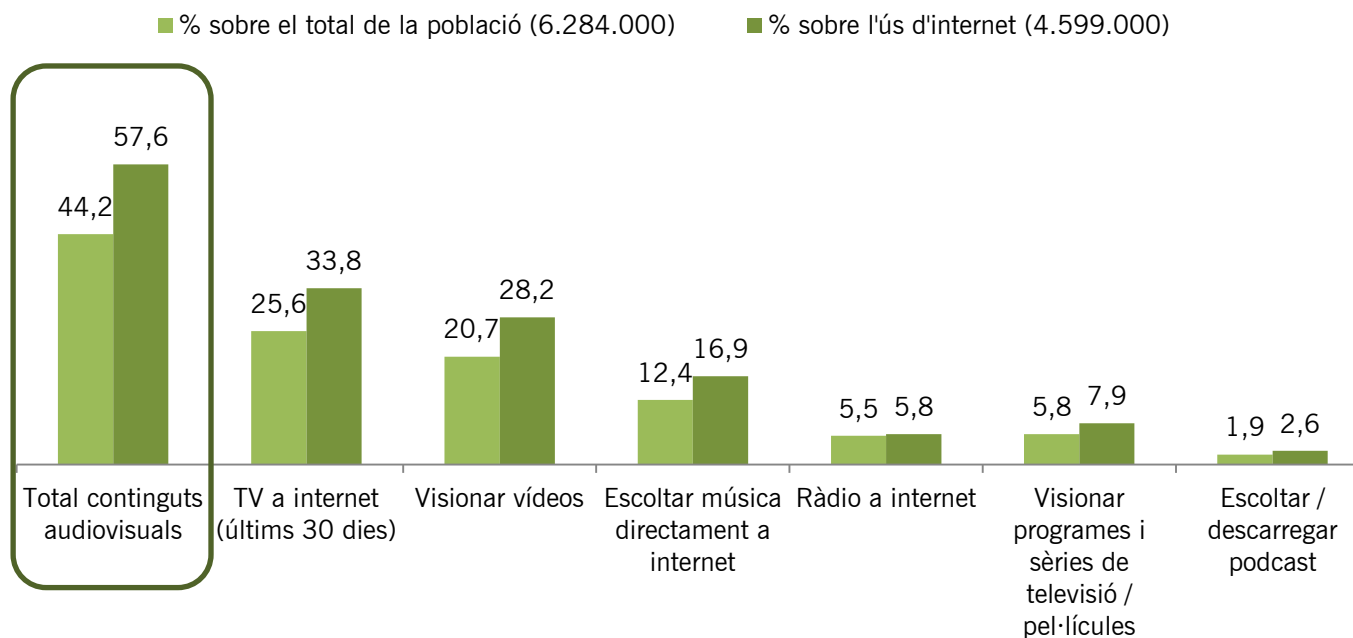
# Consum de continguts audiovisuals a internet

La majoria de les persones que es connecten a internet, un 57,6%, hi consumeixen continguts audiovisuals, principalment televisió i vídeos.

Gairebé el 46% de la població catalana es connecta a una xarxa social o a més d'una. Segons les dades d'aquesta enquesta de l'EGM, els usuaris de les xarxes socials tendeixen a consumir més continguts audiovisuals a internet que la resta d'internautes (66,2%).

## Ús d'internet per al consum de continguts audiovisuals

(en %, dia anterior a l'entrevista)



Font: EGM Baròmetre Catalunya – 2a onada de 2015.



# Publicitat



# Inversió publicitària a mitjans convencionals

## Inversió en publicitat a mitjans convencionals. 1er semestre de 2015

(en milions d'euros, a l'Estat espanyol)

Mitjans convencionals	Gener-juny 2014	Gener-juny 2015	Evolució (en %)
Televisió	935,0	1.028,0	9,9
<i>Televisions estatal en obert</i>	<i>846,1</i>	<i>925,6</i>	<i>9,4</i>
<i>Televisions autonòmiques</i>	<i>60,0</i>	<i>66,8</i>	<i>11,3</i>
<i>Televisió de pagament</i>	<i>28,9</i>	<i>35,6</i>	<i>23,0</i>
Diaris	282,8	278,6	-1,5
Internet	179,4	193,6	7,9
Ràdio	171,8	187,4	9,1
Exterior	142,8	150,4	5,3
Revistes	131,2	131,7	0,4
Dominicals	16,8	16,3	-2,7
Cinema	7,2	12,0	67,2
<b>TOTAL</b>	<b>1.867,0</b>	<b>1.998,0</b>	<b>7,0</b>

Nota: Quant a internet, les dades corresponen només a formats gràfics

Font: InfoAdex (2015).

La inversió publicitària ha crescut un 7% el primer semestre de 2015, respecte del mateix període de 2014, amb un total de 1.998 milions d'euros.

La inversió publicitària és superior en tots els mitjans excepte en diaris i dominicals. La televisió es manté com a primera opció d'inversió, amb més d'un milió d'euros.

Tot i que es mouen en xifres més baixes, destaquen els increments de la inversió publicitària a la televisió de pagament (23,0%) i el cinema (67,2%)

# Inversió publicitària a la televisió

## Inversió en publicitat a la televisió. 1er semestre de 2015

(en milions d'euros, a l'Estat espanyol)

Televisió	Inversió en publicitat			Quota de mercat (en %)	
	Gen-juny 2014	Gen-juny 2015	Evolució (en %)	Gen-juny 2014	Gen-juny 2015
Mediaset España	414,0	444,5	7,4	44,3	43,2
Atresmedia	397,7	440,5	10,7	42,6	42,8
Disney Channel	8,3	8,3	-0,2	0,9	0,8
Resta televisions estatals en obert	25,9	32,3	24,9	2,8	3,1
<b>Total televisions estatals en obert</b>	<b>846,1</b>	<b>925,6</b>	<b>9,4</b>	<b>90,5</b>	<b>90,0</b>
Total televisions autonòmiques	60,0	66,8	11,3	6,4	6,5
Total televisions de pagament	28,9	35,6	23,0	3,1	3,5
<b>Total televisió</b>	<b>935,0</b>	<b>1.028,0</b>	<b>9,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Durant el primer semestre de 2015 la inversió publicitària a la televisió creix un 9,9% i assoleix els 1.028 milions d'euros, dels quals les cadenes dels grups Mediaset i Atresmedia en concentren el 86%.

Respecte del mateix període del 2014, la inversió en publicitat del grup de televisions autonòmiques ha registrat un creixement de l'11,3%, amb una inversió total de 66,8 M €. Aquesta evolució situa les autonòmiques en una quota de mercat del 3,5%

Nota: s'integren sota l'epígraf Mediaset i Atresmedia els canals de TDT propietat de la cadena (*multiplex*).

Font: InfoAdex (2015).

# Inversió en publicitat digital (1)

**Inversió en publicitat digital a l'Estat espanyol. Any 2014**  
(en milions d'euros)

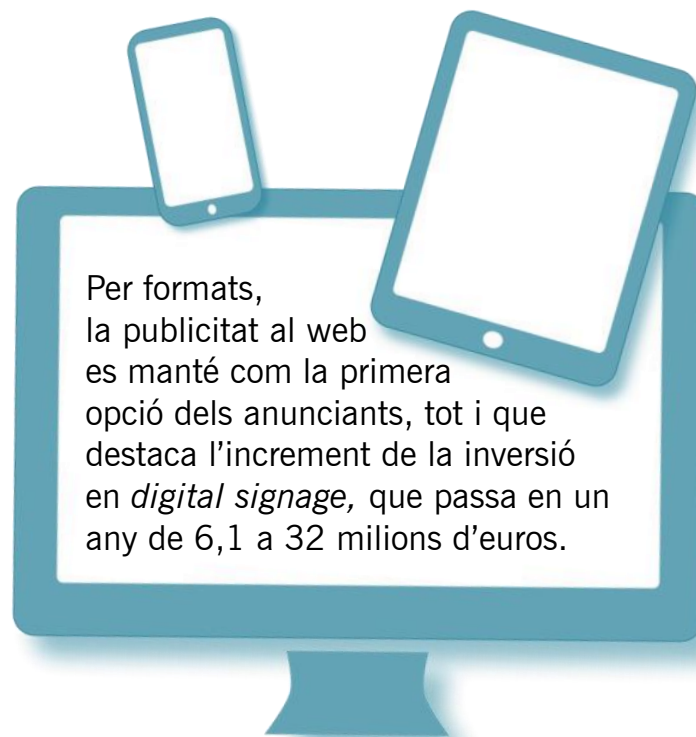
Formats publicitaris	Publicitat a internet (Desktop)	Publicitat al mòbil (Mobile)	Cartelleria electrònica ( <i>Digital signage</i> )
Publicitat gràfica ( <i>Display</i> )	358,7	27,7	
Publicitat directa (+20% <i>display</i> )	71,1	5,5	
Cercadors ( <i>Search</i> )	560,9	9,7	
<b>Total</b>	<b>990,7</b>	<b>42,9</b>	<b>32,0</b>
Percentatge	92,9%	4,1%	3,0%
<b>Inversió total en publicitat digital: 1.065,6</b>			

Nota: *Digital signage* o *cartelleria electrònica* és un format en què es difonen continguts per mitjà de pantalles al punt de venda.

Font: Interactive Advertising Bureau (IAB Spain).  
*Estudio de Inversión en Publicidad Digital 2014*. Maig de 2015

La inversió total en publicitat digital a l'Estat espanyol l'any 2014 va ser de 1.056,6 milions d'euros, un 10% més que l'any anterior.

La inversió en publicitat digital representa el 22,9% del total de la inversió publicitària i ocupa el segon lloc del rànquing de mitjans per darrere de la televisió.



## Inversió en publicitat digital (2)

### Inversió publicitària digital a Europa. Any 2014

(en milions d'euros)



Al conjunt d'Europa, la inversió s'ha doblat en els darrers 5 anys i ha assolit un nivell d'inversió de 30,7 milions d'euros.

El creixement de la inversió en publicitat digital la situa molt a prop de la inversió en televisió (33,5 milions).

El Regne Unit és el principal mercat d'inversió digital d'Europa. L'Estat espanyol se situa en el setè lloc d'un rànquing de 10 països.

IAB Spain fa la previsió de creixement en publicitat digital, per al conjunt del 2015, d'un 5% més que el 2014.

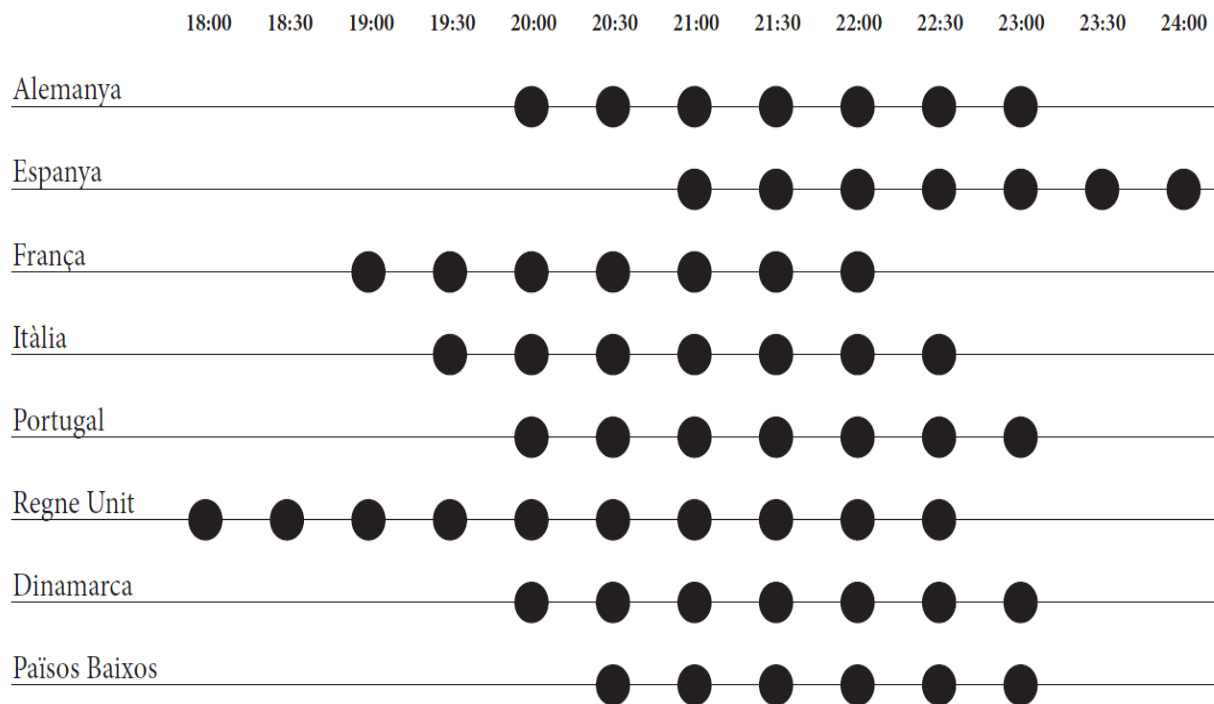
Font: Interactive Advertising Bureau (IAB Spain). *Estudio de Inversión en Publicidad Digital 2014*. Maig de 2015



**L'apunt: el *prime time***

# El *prime time* televisiu (1)

## Horari de *prime time* comparatiu dels principals països europeus. Any 2015



A Europa, el *prime time* (horari de màxima audiència) comença a les 20 hores. En alguns països, com França, el Regne Unit o Itàlia, abans.

El *prime time*, a l'Estat espanyol, comença a les 21 hores i acaba a mitjanit. Això suposa un perjudici per a les hores de son i el rendiment personal, tant en l'àmbit laboral com en el de l'educació.

La mitjana espanyola d'hores de son se situa 50 minuts per sota de la dels països del nostre entorn.

Gràfic extret de: Iniciativa per a la reforma horària (2015). *Catalunya versus Europa: Quins horaris tenim?*, pàgina 26.

Nota: El *prime time* és la franja horària amb més audiència (horari de màxima audiència)

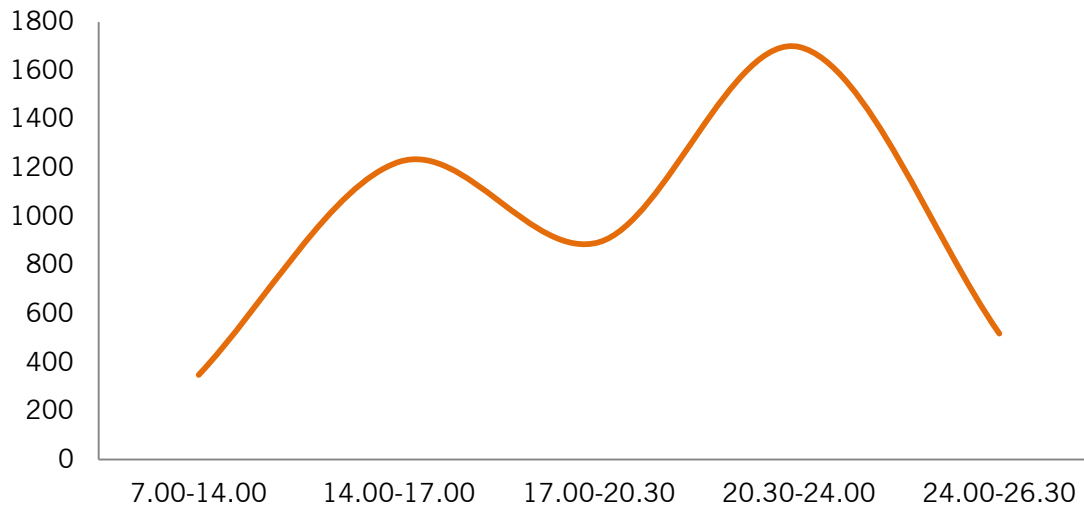
Fonts: Iniciativa per a la reforma horària (2015a). *Document de base per al Dictamen del Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible (CADS) sobre la reforma horària (2 de setembre de 2014)*; Iniciativa per a la Reforma Horària (2015b) "Catalunya versus Europa: Quins horaris tenim?", Col·lecció Reforma Horària, gener 2015; Parlament de Catalunya (2015). *Informe i conclusions de la Comissió d'Estudi de la Reforma Horària, Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, 14 de juliol de 2015

## El prime time televisiu (2)

Els hàbits de consum de televisió a l'Estat espanyol tenen una peculiaritat, dos *prime times* els dies laborables:

- de 14.30 a 17.00 hores
- de 21.00 a 24.00 hores

**Audiència de les principals cadenes generalistes (TV3, 8tv, La 1, Antena 3 TV, Telecinco, Cuatro i LaSexta) per franges horàries a Catalunya**  
(en milers)



Nota: s'ha pres com a exemple un dia entre setmana del període lectiu (22 de setembre de 2015) per mostrar el consum tipus "de dos pics".

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media.

La distribució de l'audiència diària en dos pics es deu a una organització horària laboral única a la UE. D'una banda, hi ha una pausa molt llarga al migdia, i de l'altra, una prolongació de l'horari de feina al vespre. Això permet que la franja horària de sobretaula tingui molta audiència i, en paral·lel, que al vespre l'oci –inclòs el consum televisiu– comenci més tard que a la resta d'Europa.

Aquesta tendència es veu reforçada indirectament per la pugna entre els dos principals canals comercials espanyols (Telecinco i Antena 3 TV) pel lideratge del *late night* (24.00-2.30 hores o, en terminologia d'anàlisi d'audiències, 24.00-26.30 hores).



# Flaixos





## **Mediaset adquireix el 40% de 8tv, la televisió del Grupo Godó**

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), mitjançant l'[Acord 72/2015, de 20 de maig](#), va autoritzar la modificació de l'estructura accionarial de la societat Emissions Digitals de Catalunya a favor de Mediaset.



## **Sortida a borsa d'Abertis**

[Debut de Cellnex](#) als parquets el 7 de maig. Cellnex Telecom, abans Abertis Telecom, va facturar 117 milions d'euros el primer trimestre de l'any, un 9% més, gràcies a les torres comprades a Espanya i Itàlia el 2014. Actualment suma una cartera de 15.170 torres i, gràcies a la sortida a borsa, preveu un creixement i una internacionalització de la companyia.



## **Els Premis Nacionals de Comunicació de la Generalitat de Catalunya 2015 reconeixen Canal Reus com a televisió de proximitat de referència**

Els [premis](#) també han valorat la trajectòria professional de Xavier Gaset, Antoni Batllori, Salvador Cot i Agustí de Uribe-Salazar, així com la tasca divulgativa del programa *Valor afegit* de TV3.



## **15 anys de CAC**

El 12 de juny el Parlament de Catalunya va acollir l'acte commemoratiu del **quinzè aniversari de la creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya** (CAC). Van intervenir-hi el president de la Generalitat, Artur Mas, la presidenta del Parlament, Núria de Gispert, el president del CAC, Roger Loppacher, i Francesc Codina, primer president del CAC i ponent de la [Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya](#).



## **Nou canal per a Atresmedia**

El 30 de juny Gol Televisión es va deixar de veure i va cedir la freqüència a [Mega](#), el nou canal en obert del Grup Atresmedia. L'objectiu del nou canal és fonamentalment el públic masculí adult.



## **Els 8 canals de TDT en obert denunciats podran continuar emetent**

El juliol el Tribunal Suprem va acceptar el desistiment dels tres recursos contenciosos-administratius presentats per les empreses Infraestructuras y Gestión 2002, SL; M&M Infonet Associated, SL, i Lofli Eventis y Medios, SL, que demanaven el tancament de 8 canals de TDT, ja que consideraven que les llicències s'havien atorgat de manera il·legal perquè no s'havia fet mitjançant un concurs públic. Finalment, el TS va arxivar la causa, un cop conegut l'acord econòmic entre les societats limitades i les televisions privades concessionàries de la TDT.



## Concentració en la televisió de pagament

Movistar TV i Canal+ es van fusionar a principis del mes de juliol i va néixer **Movistar+**, la plataforma de televisió de pagament de Telefónica que suma 3,6 milions de clients a l'Estat espanyol. La [CNMC](#) va aprovar l'operació amb condicions. Prèviament s'havien fusionat Vodafone i Ono, i Orange i Jazztel.



## Revisió de la Directiva europea sobre l'audiovisual

El 6 de juliol, la Comissió Europea va llançar una [Consulta pública](#) sobre la Directiva 2010/13/UE de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV). La consulta té dos objectius: en primer lloc, comprovar quines parts de la Directiva s'ajusten a la seva finalitat dins del programa d'adequació i eficàcia de la reglamentació (REFIT) i, en segon, recopilar dades i opinions per orientar la futura política de serveis de comunicació. El 6 de maig passat, en la [Comunicació sobre una estratègia per al mercat únic digital per a Europa](#), la Comissió va anunciar una revisió de la Directiva el 2016.



## Continguts televisius paritaris

El Parlament de Catalunya va aprovar la [Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes](#) que en l'article 25 fa un esment a les obligacions dels mitjans de comunicació en aquest àmbit. Entre aquestes obligacions destaca la necessitat que el contracte programa de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels inclogui mecanismes que garanteixin la representació paritària de dones i homes i que facin visible la realitat de les dones



## Europa vol garantir el pluralisme

La Comissió Europea ha obert una [convocatòria de propostes d'estudi](#) per implementar el [Media Pluralism Monitor](#) (MPM). L'MPM és l'entitat creada per la Comissió el 2009 que té com a funció identificar els potencials riscos en relació amb el pluralisme en els mitjans de comunicació dels estats membres de la UE. El projecte seleccionat ha d'anar més enllà d'aquest propòsit de l'MPM i, en aquells casos en què hi hagi dades disponibles, fer un monitoratge de l'evolució dels riscos esmentats, en comparació amb informes anteriors.



## **Comissió Europea: consulta pública sobre la revisió de la Directiva sobre satèl·lit i cable**

El 24 d'agost, la Comissió Europea va llançar una [consulta sobre la Directiva 93/83/EEC](#), de 27 de setembre, relativa a la coordinació de determinades regles de dret d'autor i de drets veïns aplicables a la radiodifusió per satèl·lit i a la retransmissió per cable. Aquesta consulta forma part d'una revisió més àmplia de la Directiva, una de les 16 iniciatives anunciades per la Comissió en la seva estratègia en relació amb el mercat únic digital. La consulta és oberta del 24 d'agost al 16 de novembre de 2015.



## **El tractament televisiu de l'estavellament de l'avió de Germanwings**

El mes de maig, el CAC va emetre un [informe del tractament informatiu que havia rebut l'accident de l'avió de Germanwings](#) per part de les cadenes de televisió. Se'n destaca que TV3 és el canal que va dedicar més temps a informar-ne i en va fer un tractament menys espectacularitzador.



## **La CCMA compleix amb les missions de servei públic**

El CAC ha analitzat els canals de televisió i les emissores de ràdio de l'empresa pública catalana, d'acord amb el mandat de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, i [conclou](#) que el 2014 la CCMA va complir amb les missions que té assignades com a prestador públic.



## **L'InCom presenta l'Informe de la comunicació a Catalunya 2013-2014**

A l'[informe](#) s'hi fa una anàlisi del context comunicatiu i tecnològic del país, i de la situació de les indústries i els mitjans de comunicació i s'intenten definir els reptes que té el sector en els propers anys. El monogràfic està dedicat a la comunicació institucional i empresarial.



## **Presentació de dos estudis centrats en l'anàlisi de l'estat del mitjà radiofònic**

D'una banda, l'Associació Catalana de Ràdio ha elaborat l'[Informe de la situació de la ràdio a Catalunya del període 2007-2014](#). De l'altra, s'ha donat a conèixer l'[Informe de l'Observatori de la Ràdio 2008-2011](#), un estudi coordinat per Josep Maria Martí i Belén Monclús, de l'OBS.

## BIAC. Núm. 2 – Segon quadrimestre de 2015

### Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Kantar Media: dades del segon quadrimestre de 2015. Fitxa tècnica: Àmbit Catalunya. Dades obtingudes per audímetre relatives a individus de 4 i més anys.
- EGM Baròmetre Catalunya: dades de la 2a onada de 2015. Període abril-juny 2015. Fitxa tècnica: àmbit Catalunya. Mostra prevista per al 2015: 33.584 entrevistes a individus de 14 o més anys (2.409 entrevistes multimèdia, 5.395 monomèdia ràdio, 1.295 monomèdia premsa i 2.357 monomèdia revistes).

### Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 2. Segon quadrimestre de 2015. Barcelona: CAC, setembre de 2015. <[www.cac.cat](http://www.cac.cat)>