

4 d'octubre de 2022

## NOTA DE PREMSA

# El consum de televisió continua baixant a Catalunya mentre internet amplia la distància com a mitjà amb més penetració

- El consum diari de televisió baixa 15 minuts fins a les 2 hores i 43 minuts
- TV3 és el canal que més es mira habitualment a Catalunya (28,3%). La segona opció, amb un 13,3%, correspon al conjunt de plataformes de vídeo a petició
- El BIAC del CAC recull un informe de l'European Broadcasting Union (EBU) que mostra que les radiotelevisions públiques europees són un motor fonamental de la producció pròpia (amb el 95%), a distància de Netflix (31%)

El darrer butlletí BIAC elaborat pel CAC mostra com internet, a Catalunya, ha aconseguit i consolidat un nivell de penetració superior al de la televisió. En concret, i amb dades del segon quadrimestre del 2022 procedents de l'EGM, internet té una penetració del 90,7% en l'audiència de Catalunya, mentre que la televisió té una penetració del 80,9%.

El butlletí número 22 del CAC, corresponent al segon quadrimestre del 2022, inclou un gràfic dels darrers cinc anys en el qual es pot veure com internet va superar a la televisió a finals del 2019 i com paulatinament va augmentar-ne la diferència. Per la seva banda, la ràdio té una penetració del 55,4%, també segons les dades del segon quadrimestre del 2022.

En aquest sentit, el BIAC destaca que el consum diari de televisió a Catalunya ha estat, en el segon quadrimestre del 2022, de 2 hores i 43 minuts. Això suposa un descens de un quart d'hora en relació amb el quadrimestre anterior. Alhora, el consum a Catalunya és una hora inferior al consum mitjà europeu (3 hores i 36 minuts).



## **El paper impulsor de les corporacions audiovisuals europees**

El BIAC també destaca que les corporacions de radiotelevisió pública europees són un dels motors fonamentals de la producció pròpia europea. El butlletí quadrimestral del CAC assenyala, en concret, que gairebé el 95% dels continguts disponibles en els serveis de vídeo a petició dels prestadors públics són de producció europea.

La dada procedeix d'un informe de l'European Broadcasting Union (EBU), que és l'associació dels prestadors públics europeus. L'EBU ha elaborat una anàlisi sobre 22 prestadors públics de 21 mercats. Les dades, actualitzades al 2022, procedeixen de països membres de la Unió Europea, del Regne Unit i d'altres països europeus no comunitaris però membres de l'EBU.

La notable presència de productes audiovisuals europeus contrasta amb les quotes de les plataformes de vídeo a petició amb seu als Estats Units d'Amèrica. El BIAC, recollint una dada que destaca l'EBU, assenyala que la producció europea inclosa el 2022 en la plataforma Netflix va tenir una quota d'obra europea del només del 31%. Cal recordar que la Directiva de serveis de comunicació audiovisual obliga a les plataformes de vídeo a petició disponibles al mercat europeu a oferir un mínim del 30% de sèries i pel·lícules de producció europea.

En concret, la producció audiovisual en les plataformes de vídeo a petició de les radiotelevisions públiques va tenir l'origen següent: el 63,6% va produir-se en el mercat propi de cadascun dels prestadors, el 17,7% va procedir de la resta dels països membres de la UE, el 9,7% va procedir del Regne Unit, el 3,4%, de països europeus no comunitaris i el 5,6% dels Estats Units d'Amèrica.

EL BIAC assenyala que, tot i que els ingressos de les radiotelevisions públiques europees va caure gairebé un 1% en el període 2016-2020, aquestes corporacions van augmentar un 0,7% la inversió en continguts. En total, la inversió total en continguts, en aquest cas referida a 49 prestadors de 46 mercats europeus, va ser de gairebé 17.700 milions d'euros en el 2020.

## **Enquesta Omnibús**

L'apunt, que és la secció del BIAC que desenvolupa un tema monogràfic en cada edició, presenta els resultats de l'últim Omnibus de la Generalitat. El CAC ha participat en l'elaboració del qüestionari de l'estudi, que s'ha fet a 1.200 persones i que està datat a l'agost del 2022.



En relació amb la pregunta de com s'informa la ciutadania, la televisió és la primera opció a Catalunya, amb un 78% de respostes en aquest sentit del total de les persones enquestades. Les xarxes socials i els mitjans digitals són el segon i el tercer canal d'informació més utilitzats. Per edats, les franges de més edat es decanten pels mitjans tradicionals i les franges més joves utilitzen principalment les vies digitals.

L'esmentat informe Omnibús assenyala que TV3 és el canal que més es mira habitualment a Catalunya, amb un 28,3% de les respostes de les persones enquestades. La segona opció, amb un 13,3%, correspon al conjunt de plataformes de vídeo a petició, per davant d'altres canals generalistes com Antena 3 TV (11,6%) o La1 (10,6%).

Pel que fa a la protecció dels menors, gairebé la meitat (47,5%) dels pares, mares o persones tutores legals d'infants i adolescents catalans enquestats controlen el contingut audiovisual consumit pels seus fills o filles, ja sigui personalment o mitjançant sistemes de control parental.

Davant un contingut audiovisual inadequat, 4 de cada 10 persones farien arribar una queixa o denúncia. La meitat d'aquest grup s'adreçaria directament al mitjà de comunicació o bé al CAC. El BIAC destaca el percentatge baix de queixa per part de la ciutadania, ja sigui per desinterès (14,7% del total) o per desconeixement (45,7%).

## [Núm. 22 del BIAC. Segon quadrimestre del 2022](#)

Més informació: **Comunicació del CAC** • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona  
Tel.: 93 557 50 00 i 627 480 483  
Adreça electrònica: [comunicacio.cac@gencat.cat](mailto:comunicacio.cac@gencat.cat)  
Web: [www.cac.cat](http://www.cac.cat)