



Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya

PRIMER QUADRIMESTRE DE 2017
Número 7. Maig de 2017

Sumari

Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya (1)	3
Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya (i 2)	4
Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya	5



Televisió

6

Distribució de canals de televisió a Catalunya	7
La televisió d'àmbit nacional	8
La televisió d'àmbit estatal	9
La televisió d'àmbit local	10
La televisió local pública	11
La televisió local privada (1)	12
La televisió local privada (i 2)	13
Audiència de la televisió (1)	14
Audiència de la televisió (2)	15
Audiència de la televisió (i 3)	16
Audiència de la televisió: els programes més vistos	17
Audiència de la televisió temàtica de pagament	18
Abonats a la televisió de pagament	19



Ràdio

20

Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya	21
La ràdio pública	22
La ràdio privada	23
Audiència de la ràdio (1)	24
Audiència de la ràdio (2)	25
Audiència de la ràdio (3)	26
Audiència de la ràdio (i 4)	27
Audiència de la ràdio per franges horàries (1)	28
Audiència de la ràdio per franges horàries (i 2)	29



Internet

30

Consum d'internet a Catalunya	31
Consum de continguts audiovisuals a internet (1)	32
Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)	33
Un minut a internet	34
El català a internet	35



Publicitat

36

Inversió publicitària a Catalunya	37
Inversió publicitària a l'Estat espanyol	38
Inversió en publicitat digital	39



L'apunt: Jocs i apostes en línia

40

Publicitat de jocs i apostes en línia	41
El joc en línia a Espanya: mercat i perfils	42
Indicadors del CAC sobre la regulació del joc i les apostes en línia	43



Flaixos

44

Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya (1)

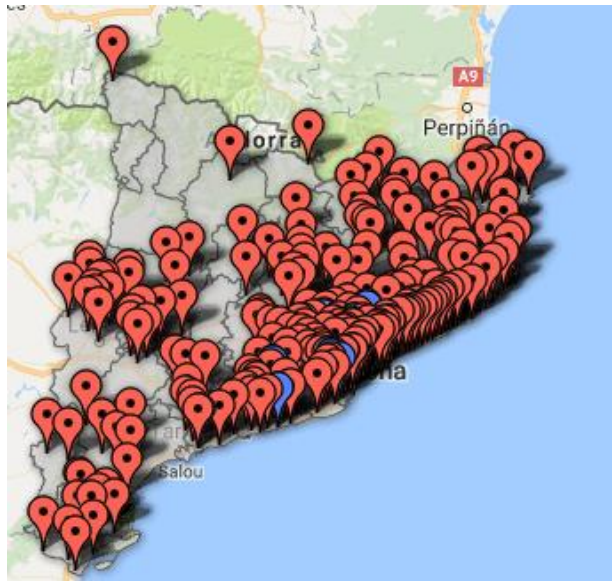
Distribució territorial dels mitjans audiovisuals a Catalunya per titularitat^A

Més concentració

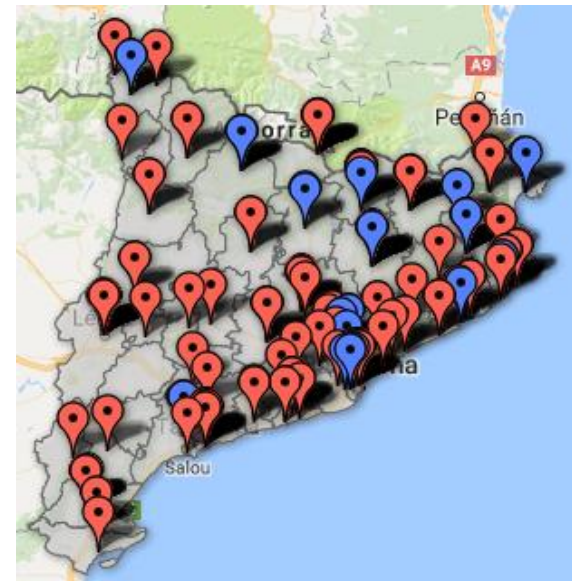


Menys concentració

Mitjans de titularitat pública



Mitjans de titularitat privada



Els mitjans audiovisuals de titularitat pública es distribueixen territorialment al llarg de la zona del litoral, mentre que els privats estan més repartits per tot el territori català. En qualsevol cas, on hi ha més concentració de mitjans és a les capitals i a l'àrea d'influència de Barcelona.

^A Aquestes imatges inclouen les emissores de ràdio i els canals de televisió que disposen de títol habilitant i que usen l'espectre radioelèctric per emetre i en emissió. No inclouen els canals televisius d'àmbit estatal. Data de la consulta: maig de 2017.

Font: [Mapa de mitjans audiovisuals](#) del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya (i 2)

Distribució territorial dels canals de televisió i de les emissores de ràdio per titularitat^A

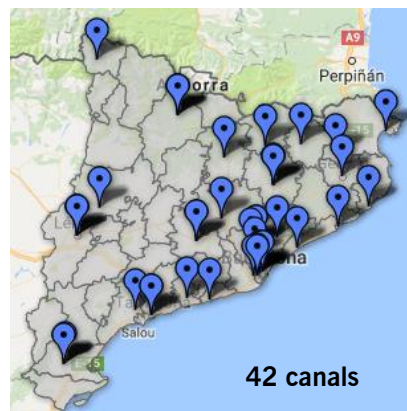
Titularitat pública

Titularitat privada

Més concentració



Menys concentració



El [Mapa de mitjans audiovisuals de Catalunya](#) que elabora el Consell de l'Audiovisual de Catalunya és una eina que permet fer cerques dels mitjans per nom comercial, empresa prestadora del servei i grup de comunicació. El mapa s'actualitza periòdicament.

Des del punt de vista geogràfic, s'hi poden cercar els mitjans per ubicació geogràfica (comarques) i en el cas de la televisió, també per les 21 demarcacions de la TDT local en què es divideix Catalunya.

^A Aquestes imatges inclouen les emissores de ràdio i els canals de televisió que disposen de títol habilitant i que usen l'espectre radioelèctric per emetre i en emissió. No inclouen els canals televisius d'àmbit estatal. Data de la consulta: maig de 2017.

Penetració dels mitjans de comunicació a Catalunya

En l'evolució de la penetració dels mitjans audiovisuals a Catalunya, destacada la davallada de gairebé 4 punts de la televisió i el repunt de la ràdio.

Penetració de mitjans audiovisuals a Catalunya (en % sobre el total de la població)



EDAT	TELEVISIÓ	RÀDIO	INTERNET	CINEMA
Total població	80,8 (84,0)	62,0 (58,7)	77,4 (77,3)	3,8 (4,6)
De 14 a 19 anys	73,4	56,4	91,2	3,8
De 20 a 24 anys	71,3	61,3	94,5	4,0
De 25 a 34 anys	73,2	65,2	92,9	6,2
De 35 a 44 anys	76,2	66,3	91,5	4,2
De 45 a 54 anys	82,1	69,5	86,4	4,2
De 55 a 64 anys	85,3	64,1	74,3	2,8
De 65 i més	90,1	50,9	41,5	2,5

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

Les dades relatives a internet fan referència a la connexió, indistintament de l'ús que se'n faci.

Períodes: ràdio (dilluns-diumenge); televisió i internet (audiència del dia anterior a l'entrevista); cinema (última setmana). Entre parèntesis, l'onada anterior.

Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2017.



La mitjana diària de consum audiovisual dels ciutadans que viuen a Catalunya durant el primer quadrimestre de 2017 ha estat:

Ràdio: 106'

Televisió: 228'

Fonts: Kantar Media i EGM dades Catalunya.



Distribució de canals de televisió a Catalunya



Canal TV

TV privada

TV pública

90 canals de televisió en obert

L'oferta de la televisió privada és majoritària (un 74%) respecte de la pública (un 26%).
La llar catalana rep entre 41 i 44 canals (segons la demarcació).

Oferta TV per àmbit territorial

TV nacional 8 canals

5 públics



3 privats



TV estatal 32 canals

7 públics



25 privats

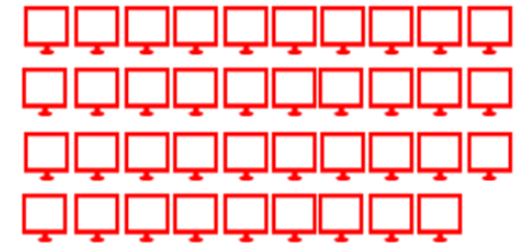


TV local 50 canals

11 públics



39 privats



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

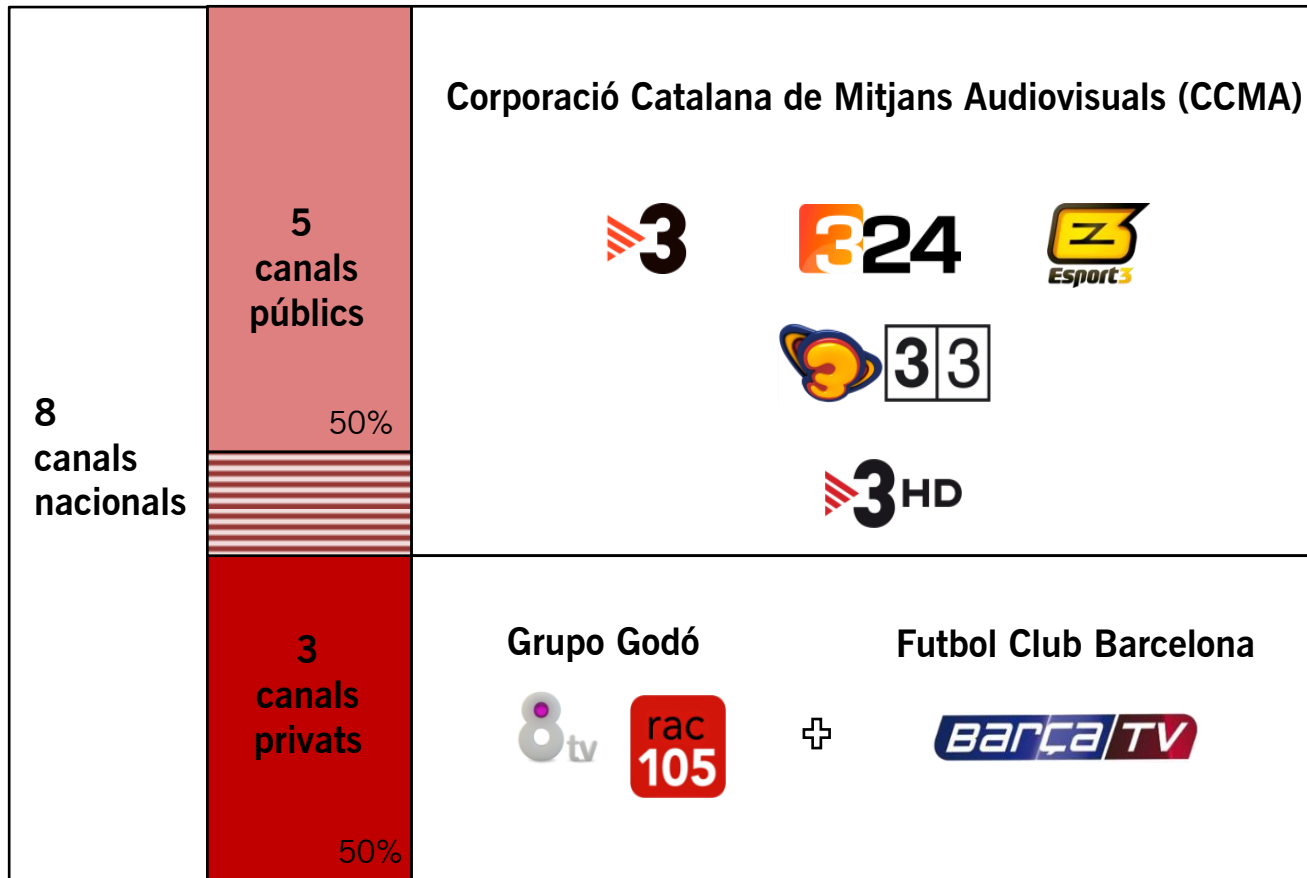
Font: CAC (canals TDT nacional i local) i Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital (canals TDT estatal). Maig de 2017.

La televisió d'àmbit nacional

 TV pública
  TV privada
  TV pública que emet per un MUX privat
  Llengua vehicular

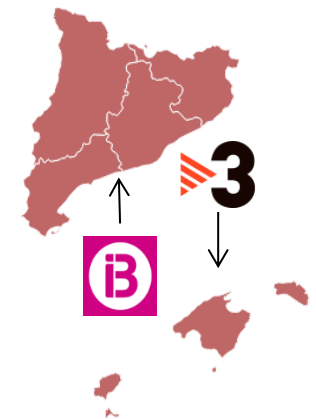
Per titularitat i oferta (en nombre i % de canals de TDT)

 Català



+ Reciprocitat d'emissions

El canal balear IB3 Global es veu a Catalunya des de l'abril de 2016.



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig de 2017.

La televisió d'àmbit estatal

 TV pública
  TV privada
  Llengua vehicular

Per titularitat i oferta (en nombre i % de canals de TDT)

 Castellà

32 canals estatals	7 canals públics 22%	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)         Desconnexions en català				
	25 canals privats 78%	Atresmedia Televisión     neox nova MEGA A3S	Mediaset España     d. E. F. BOING BE MAD	NET Televisión   VEO Televisión DMAX GOL	13 Televisión  Real Madrid Televisión 	Grupo Secuoya  Radio Blanca 

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya i webs corporatius dels prestadors de serveis de comunicació audiovisual. Maig de 2017.

La televisió d'àmbit local

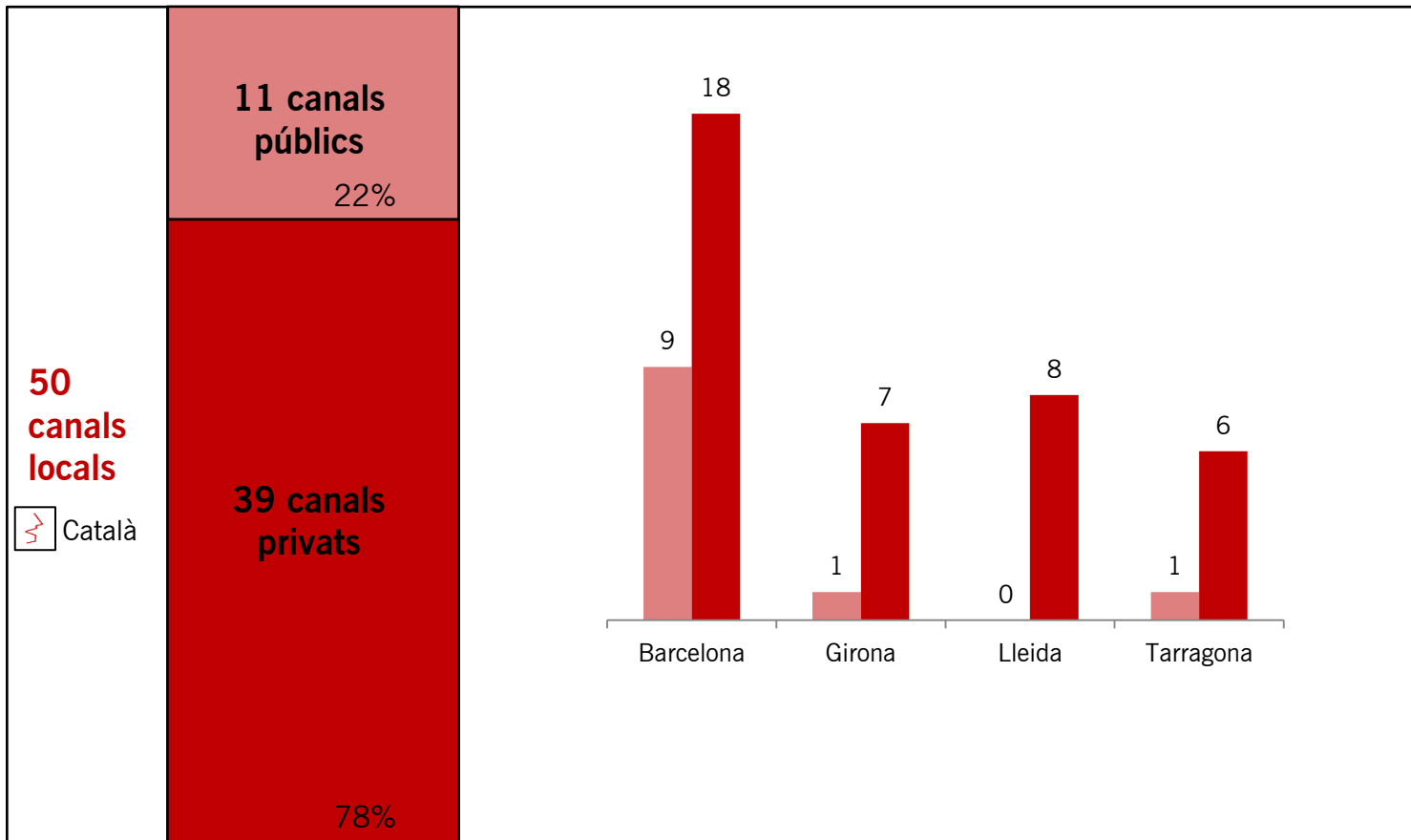
■ TV pública ■ TV privada □ Llengua vehicular

Per titularitat i oferta

(en nombre i % de canals de TDT)

Per províncies

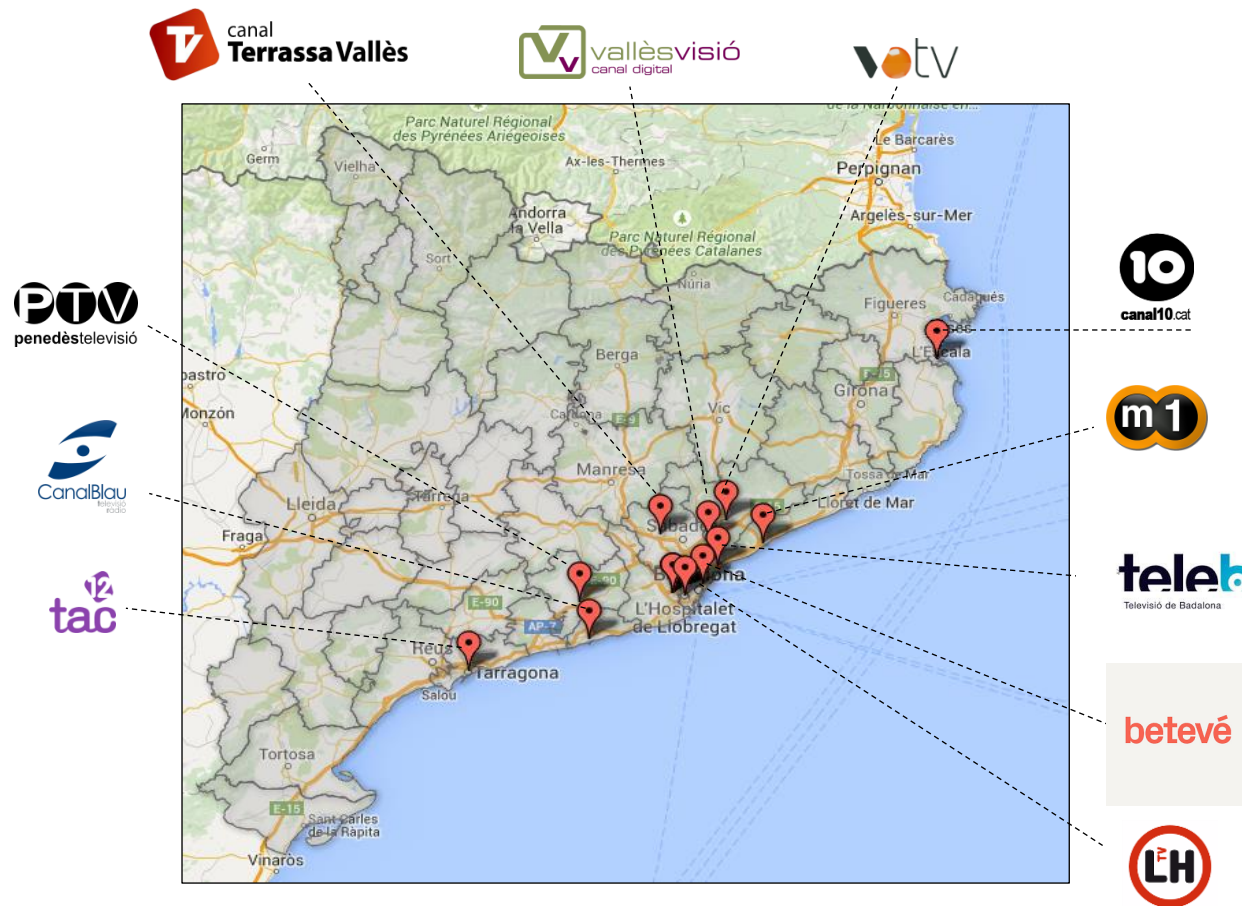
(en nombre de canals de TDT)



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig de 2017.

La televisió local pública

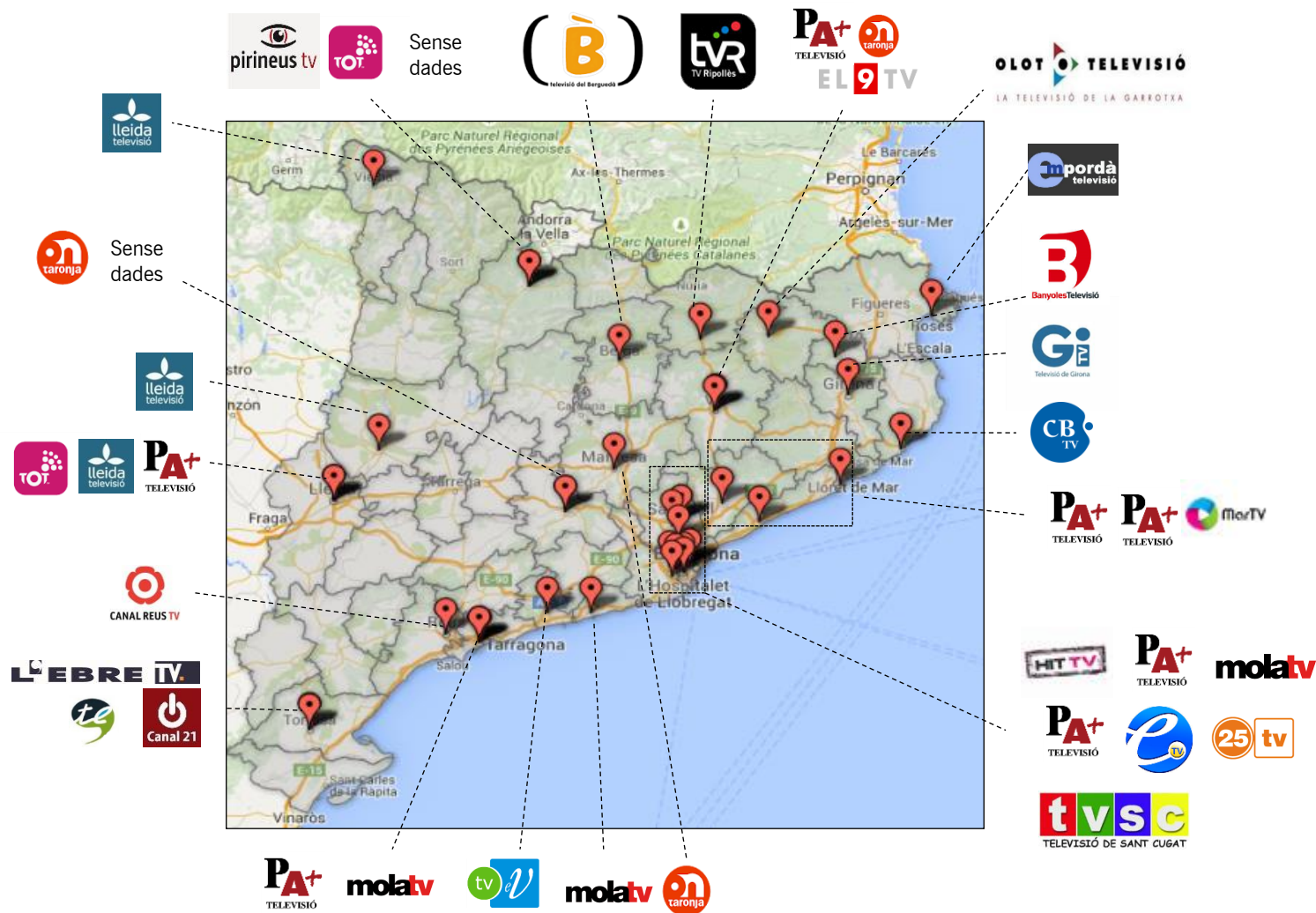
Oferta de les 11 televisions públiques d'àmbit local



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig de 2017.

La televisió local privada (1)

Oferta de les 39 televisions privades d'àmbit local

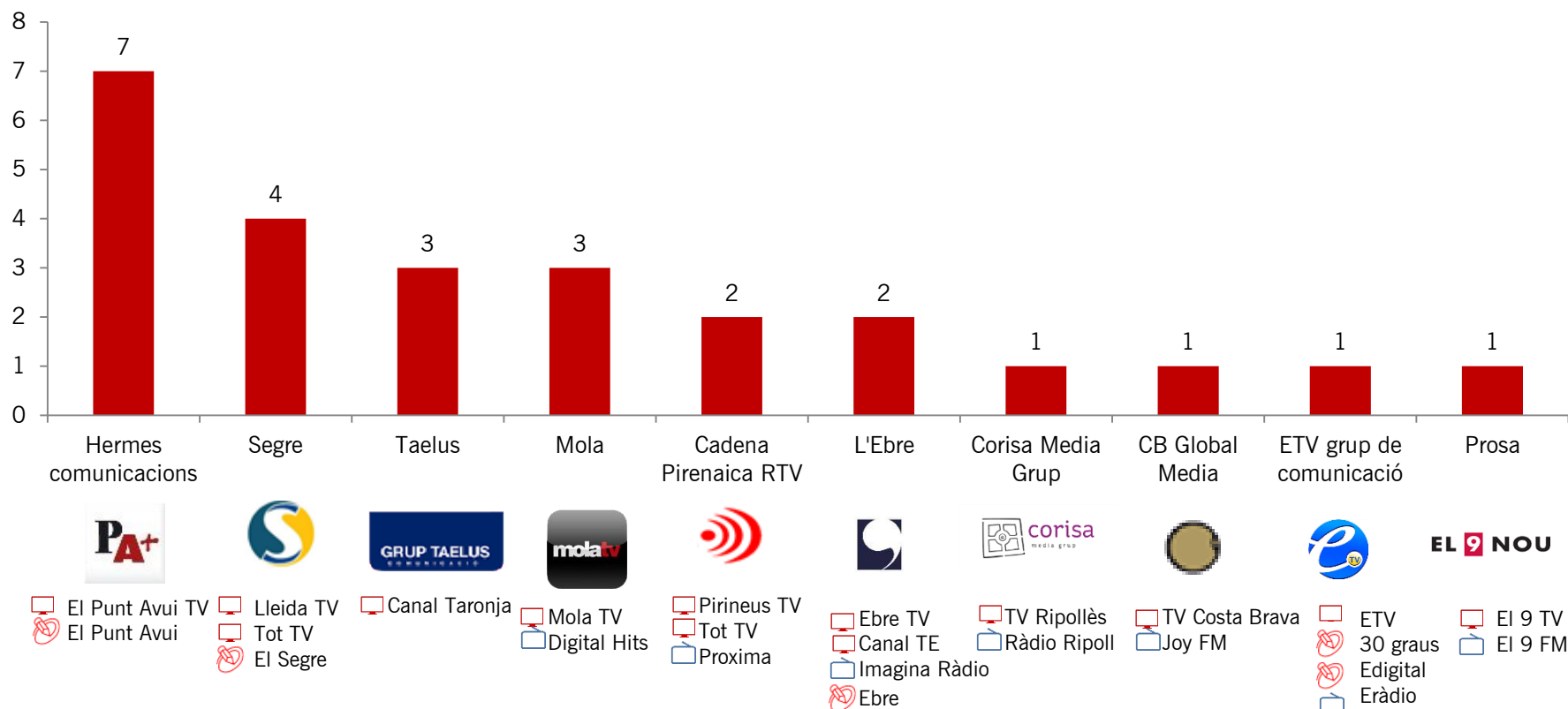


Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig de 2017.

La televisió local privada (i 2)

 Canal TV
  Emissora ràdio
  Premsa

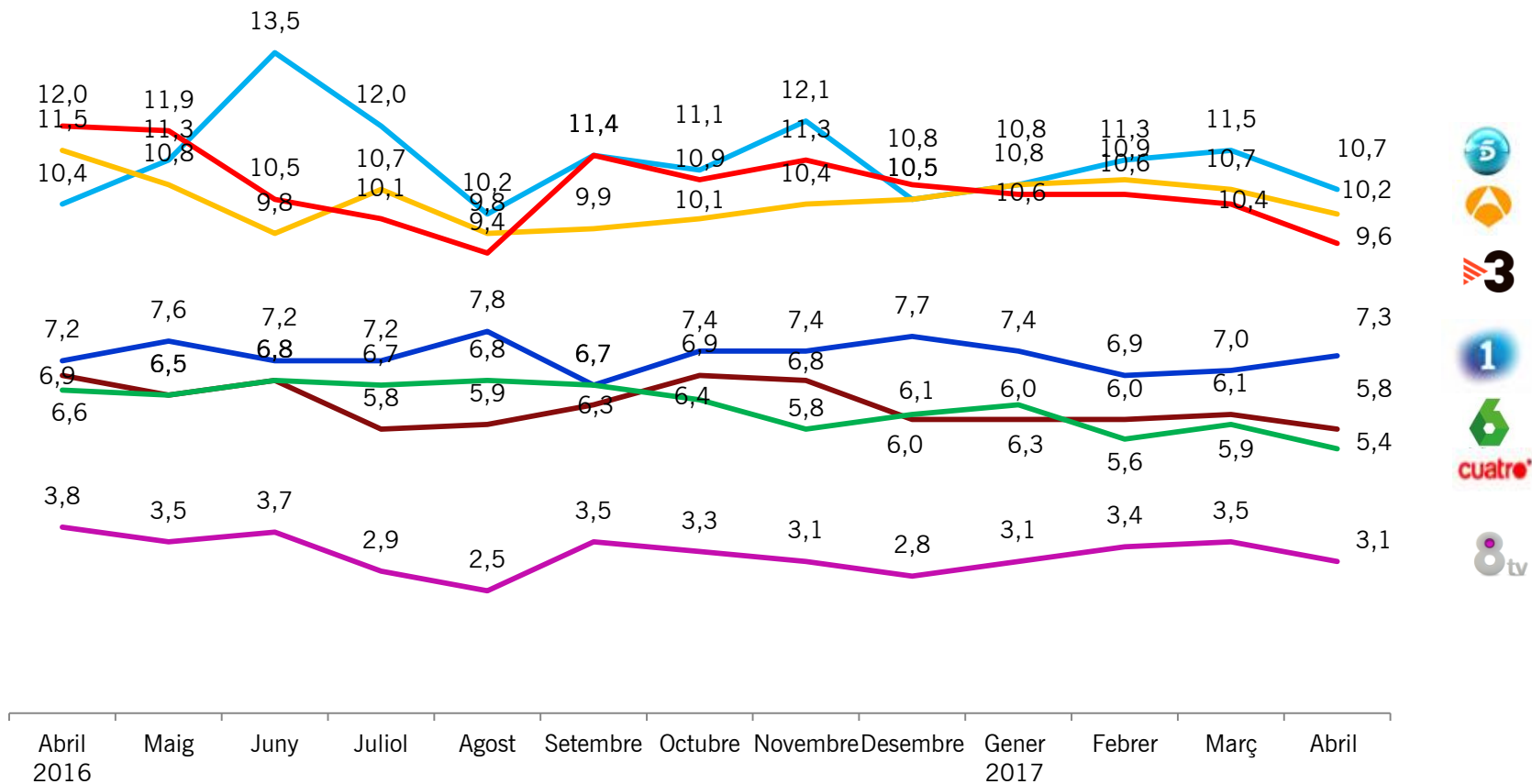
Grups de comunicació local privats amb presència al sector televisiu local



Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig de 2017.

Audiència de la televisió (1)

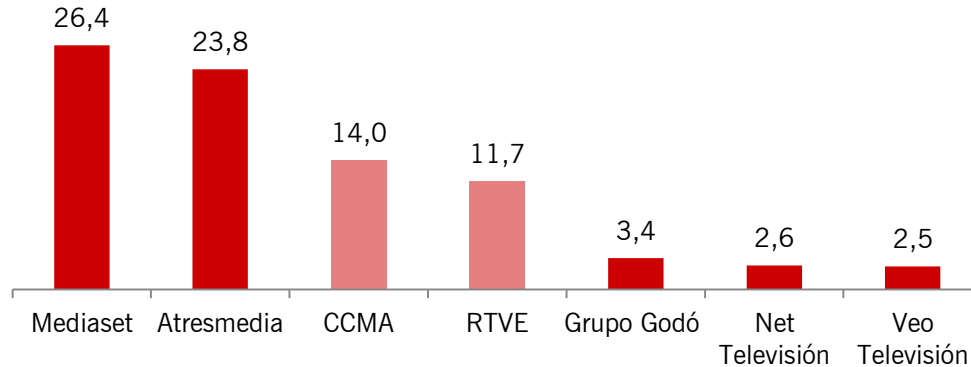
Evolució mensual de la quota de pantalla dels principals canals a Catalunya
(en %, d'abril de 2016 a abril de 2017)



Nota: la quota de pantalla o *share* és el percentatge d'individus que miren una cadena determinada respecte del total de persones que miren la televisió en aquell moment.

Audiència de la televisió (2)

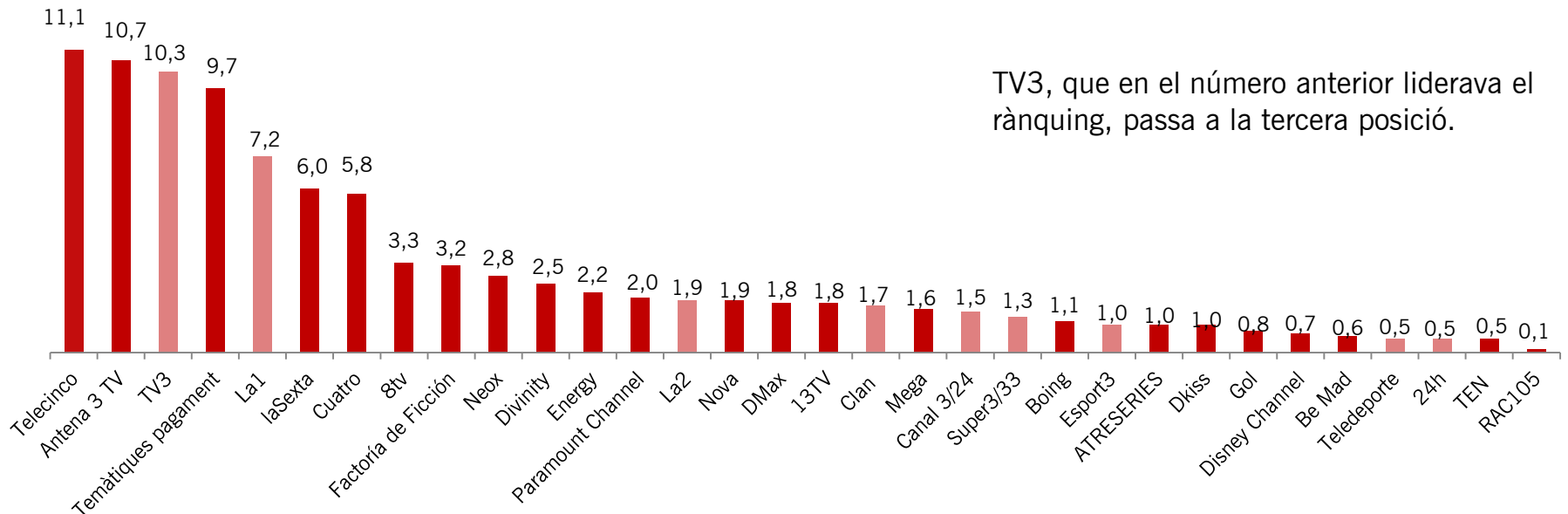
Quota de pantalla a Catalunya (en % per grups, mitjana gener-abril de 2017)



Tots els grups televisius perden quota de pantalla respecte del BIAC anterior, però els dos principals grups privats espanyols continuen dominant més de la meitat del mercat català.

La CCMA perd més d'un punt percentual de *share* en el global dels seus canals, la qual cosa fa que l'audiència de l'oferta en llengua catalana davalli.

Quota de pantalla a Catalunya (en % per canals, mitjana gener-abril de 2017)



TV3, que en el número anterior liderava el rànquing, passa a la tercera posició.

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

Audiència de la televisió (3)

Quota mensual de pantalla a Catalunya (en % per canals, gener-abril de 2017, en ordre descendent segons el rànquing d'abril)

	Gener	Febrer	Març	Abril
Telecinco	10,8	11,3	11,5	10,7
Antena 3 TV	10,8	10,9	10,7	10,2
TV3	10,6	10,6	10,4	9,6
Temàtiques pagament	6,7	8,2	8,2	9,7
La1	7,4	6,9	7,0	7,3
laSexta	6,0	6,0	6,1	5,8
Cuatro	6,3	5,6	5,9	5,4
8tv	3,1	3,4	3,5	3,1
Factoría de Ficción	3,2	3,0	2,9	3,6
Neox	2,7	2,9	2,8	2,7
Divinity	2,5	2,4	2,5	2,4
Energy	2,1	2,2	2,3	2,2
Paramount Channel	1,8	1,9	2,1	2,1
Nova	1,8	1,9	1,7	2,2
La2	2,0	1,9	1,9	1,8
13TV	1,8	1,9	1,9	1,7
DMax	1,8	1,8	1,6	1,8
Clan	2,1	1,6	1,5	1,6
Mega	1,5	1,6	1,6	1,6
3/24	1,4	1,5	1,7	1,5
Super3/33	1,4	1,3	1,2	1,2
Boing	0,9	1,1	1,1	1,3
Dkiss	0,7	0,9	1,2	1,2
Atreseries	0,9	0,9	0,9	1,1
Esport3	1,0	0,9	1,1	0,8
Gol	0,9	1,2	0,6	0,6
Disney Channel	0,6	0,6	0,7	0,9
BEMADtv	0,6	0,6	0,6	0,6
24h	0,5	0,5	0,6	0,5
TEN	0,5	0,5	0,4	0,5
Teledeporte	0,4	0,4	0,5	0,5
Barça TV				0,2
Real Madrid HD	0,0	0,1	0,1	0,2
RAC105	0,0	0,1	0,1	0,1

Les cadenes generalistes continuen en descens a causa de la fragmentació de la televisió lineal –que reté la franja d'edat més gran, mentre que els joves opten per altres formes de consum audiovisual– i de l'augment de la televisió de pagament.

L'agrupació dels canals temàtics de pagament ha pujat tres punts de *share* en el primer quadrimestre de l'any. A més, cal tenir en compte que aquesta agrupació no inclou els serveis sota demanda d'OTT, com ara Netflix, HBO o Amazon Prime.

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

Gener de 2017

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Futbol.Copa del Rey: R.Sociedad-FC Barcelona		19/01/17	691	22,4
TN vespre		16/01/17	600	21,1
Futbol. Copa del Rey: Celta de Vigo-R. Madrid		25/01/17	579	18,3
El hormiguero 3.0.Isabel Pantoja		30/01/17	576	18,9
TN vespre		24/01/17	575	19,7
TN vespre		23/01/17	574	19,0
TN migdia		23/01/17	565	27,4
TN cap de setmana vespre		15/01/17	563	19,3
TN vespre		30/01/17	557	19,8
TN cap de setmana vespre		29/01/17	552	18,0

Març de 2017

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Futbol: Champions League. Napoles-R.Madrid		07/03/17	647	22,2
Resum futbol: Lliga de Campions. Barcelona-Paris St. Germain		08/03/17	639	23,2
Futbol: amistoso. Francia-Espanya		28/03/17	591	21,1
Champions total		07/03/17	547	20,0
TN cap de setmana vespre		05/03/17	520	18,2
Tu cara me suena		03/03/17	512	26,4
TN cap de setmana vespre		12/03/17	496	16,6
TN vespre		16/03/17	493	18,5
TN migdia		23/03/17	488	25,8
TN vespre		09/03/17	486	17,7

Febrer de 2017

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Futbol Copa del Rey: FC Barcelona-At.Madrid		07/02/17	1074	33,4
Futbol Lliga de Campions: Paris St. Germain- FC Barcelona		14/02/17	973	29,6
Futbol Copa del Rey: At.Madrid-FC Barcelona		01/02/17	947	28,8
Futbol Champions league: Paris St. Germain- FC Barcelona		14/02/17	628	19,1
TN migdia		13/02/17	578	28,4
TN cap de setmana vespre		12/02/17	560	18,6
TN cap de setmana vespre		05/02/17	544	17,5
TN migdia		06/02/17	539	27,5
TN cap de setmana vespre		11/02/17	536	21,3
Champions total		14/02/17	522	17,0

Abril de 2017

Programa	Cadena	Data	AM(000)	Quota (%)
Futbol: Lliga de Campions. Juventus-FC Barcelona		11/04/17	908	31,9
Futbol: Champions league. R. Madrid-Bayern Munich		18/04/17	615	20,6
Futbol: Champions league. Juventus-FC Barcelona		11/04/17	567	19,9
Champions total		18/04/17	553	19,7
Futbol: Lliga de Campions. R.Madrid-Bayern Munich		18/04/17	552	18,5
Champions total		11/04/17	475	18,5
Supervivientes exprés		20/04/17	472	15,8
Polònia		27/04/17	465	15,8
Telenotícies vespre		17/04/17	464	16,9
Crackovia		24/04/17	441	14,4

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

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

Audiència de la televisió temàtica de pagament

La televisió de pagament a Catalunya té una audiència mitjana diària de 102.500 espectadors.

Audiència mitjana diària de les principals cadenes de pagament a Catalunya. Abril de 2017

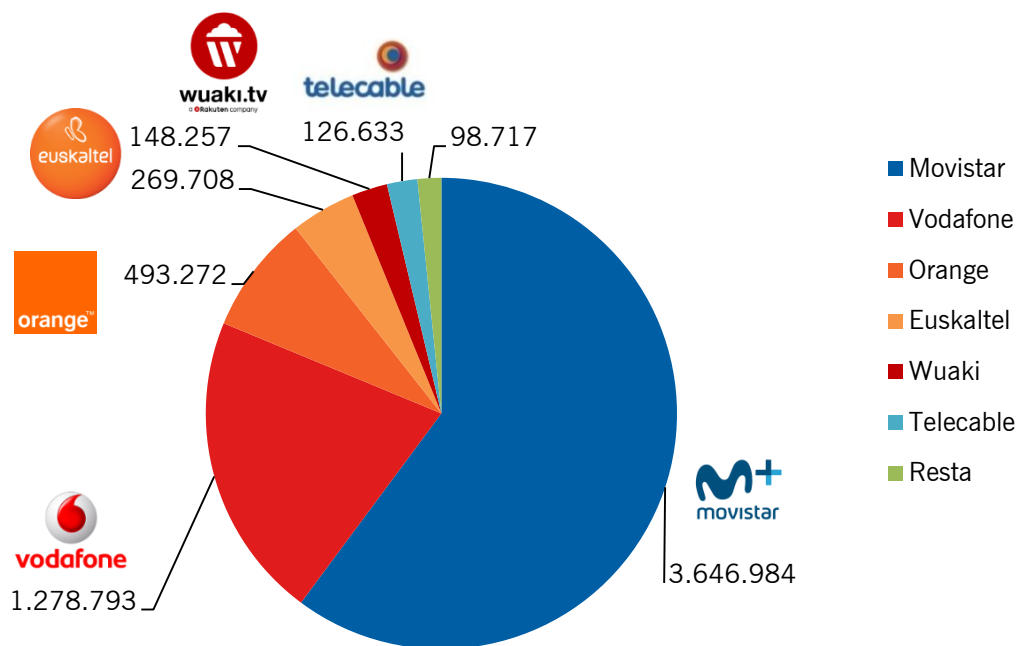
						
8,5	6,1	5,2	5,0	3,3	3,2	3,1
						
3,0	2,9	2,7	2,3	2,2	2,1	2,1
						
1,9	1,9	1,7	1,5	1,4	1,4	1,3
						
1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	0,9

Font: Kantar Media.

Abonats a la televisió de pagament

D'acord amb les dades de la CNMC, a l'Estat espanyol hi ha 6.062.364 llars abonades a la televisió de pagament. Movistar+ té el 60% de la quota de mercat.

Distribució dels abonats a la televisió de pagament a Espanya. Quart trimestre de 2016 (en milers)



La CNMC ofereix dades de persones abonades a les principals plataformes de televisió de pagament estatals. També inclou informació sobre el servei de vídeo sota demanda Wuaki, però no d'altres OTT que també operen a l'Estat espanyol com Netflix, HBO o Amazon.

Font: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) *Estadísticas. Trimestral IV 2016.*

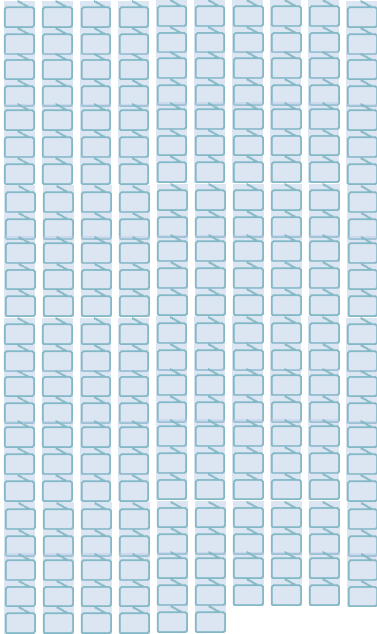


Distribució de freqüències de ràdio a Catalunya

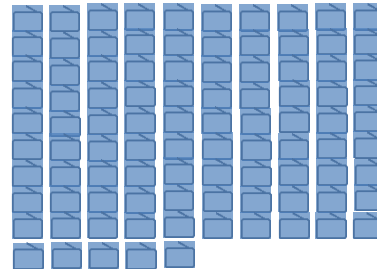
Oferta **de** ràdio per zona de servei

Ràdio nacional: 331 FM

236 públiques

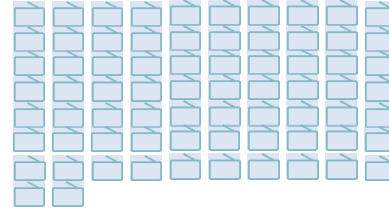


95 privades

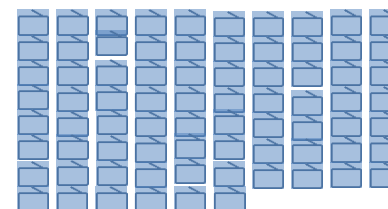


Ràdio estatal: 148 FM

72 públiques

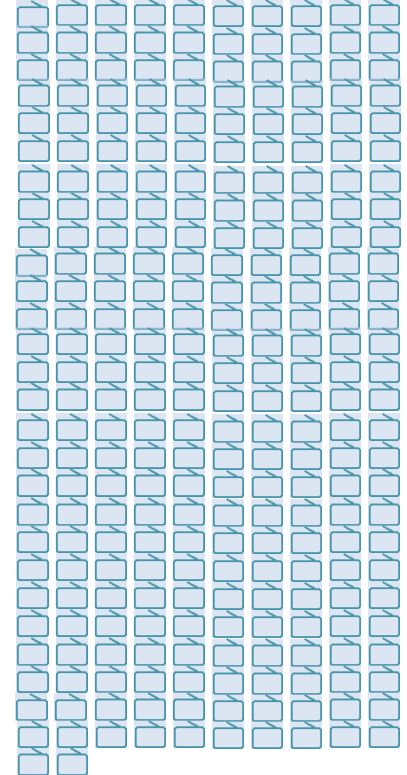


76 privades



Ràdio local: 299 freqüències

272 públiques



27 privades



778 freqüències de ràdio en FM

Al contrari que en la televisió, en el sector radiofònic l'oferta majoritària és pública, un 74%, davant el 26% de privada. La llar catalana rep més de 30 emissores d'FM (10 d'àmbit nacional i 20 d'estatals, a més de les emissores locals)

580 públiques

198 privades

Nota: dins del BIAC s'entén per *emissora* el mitjà de comunicació que emet un producte radiofònic per mitjà d'una o més freqüències.

Font: CAC (FM local), CCMA (FM nacional) i Ministeri d'Energia, Turisme i agenda Digital (FM estatal). Maig de 2017.

La ràdio pública

 Llengua vehicular

Per zona de servei
(en freqüències)

Per oferta
(en emissores)

580 freqüències	72 FM estatals 12%	280 emissores	5 emissores estatals	Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE)       Castellà (excepte Ràdio 4, en català)
	236 FM nacionals 41%		3 emissores nacionals	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)     Català
	272 FM locals 47%		272 emissores locals^A	Ens locals (exemples ràdios municipals)          Català

^A Inclou emissores actives i inactives.

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya (FM locals), Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (FM nacional) i Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital (FM estatal). Maig de 2017.

La ràdio privada

 Llengua vehicular

Per zona de servei
(en freqüències)

Per oferta
(en nombre d'emissores)

198 freqüències	27 FM locals 14%	41 emissores	18 emissores locals	Emissores ràdio local^A   Català
	76 FM cadena estatal 38%		15 emissores estatals	PRISA       COPE       Radio Blanca     Castellà (excepte desconnexions)
	95 FM cadena nacional 48%		8 emissores nacionals	Godó         Estel     Català

^A En el quadre hi falten les emissores El 3 de vuit ràdio, Radio Adventista i Capital Radio; i les del prestador Llegeix Escriu Escolta Català, SL (3 freqüències).

Font: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Maig de 2017.

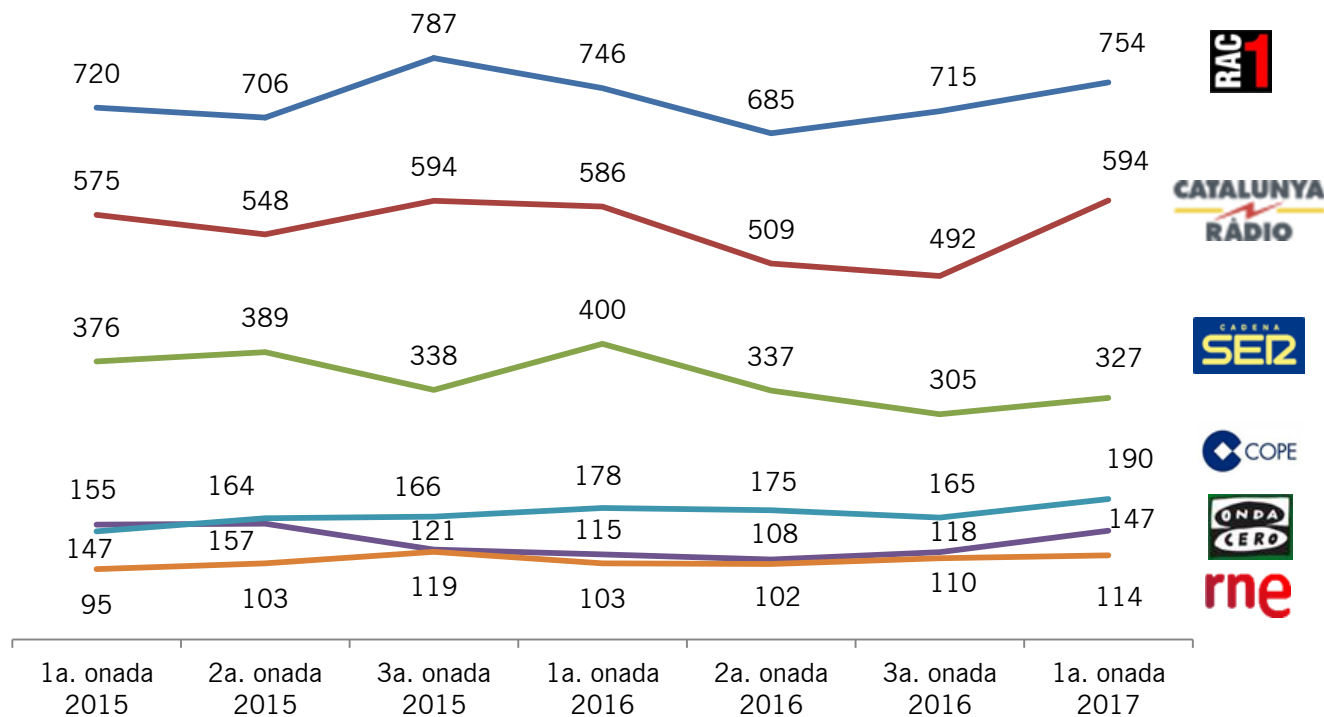
Audiència de la ràdio (1)

Totes les emissores generalistes sumen oients en la primera onada del 2017.

RAC1 encapçala el rànkung amb 39.000 oients més, tot i que la que guanya més seguidors, 102.000, és Catalunya Ràdio, en segona posició.

Rànking de les ràdios generalistes. Audiència

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



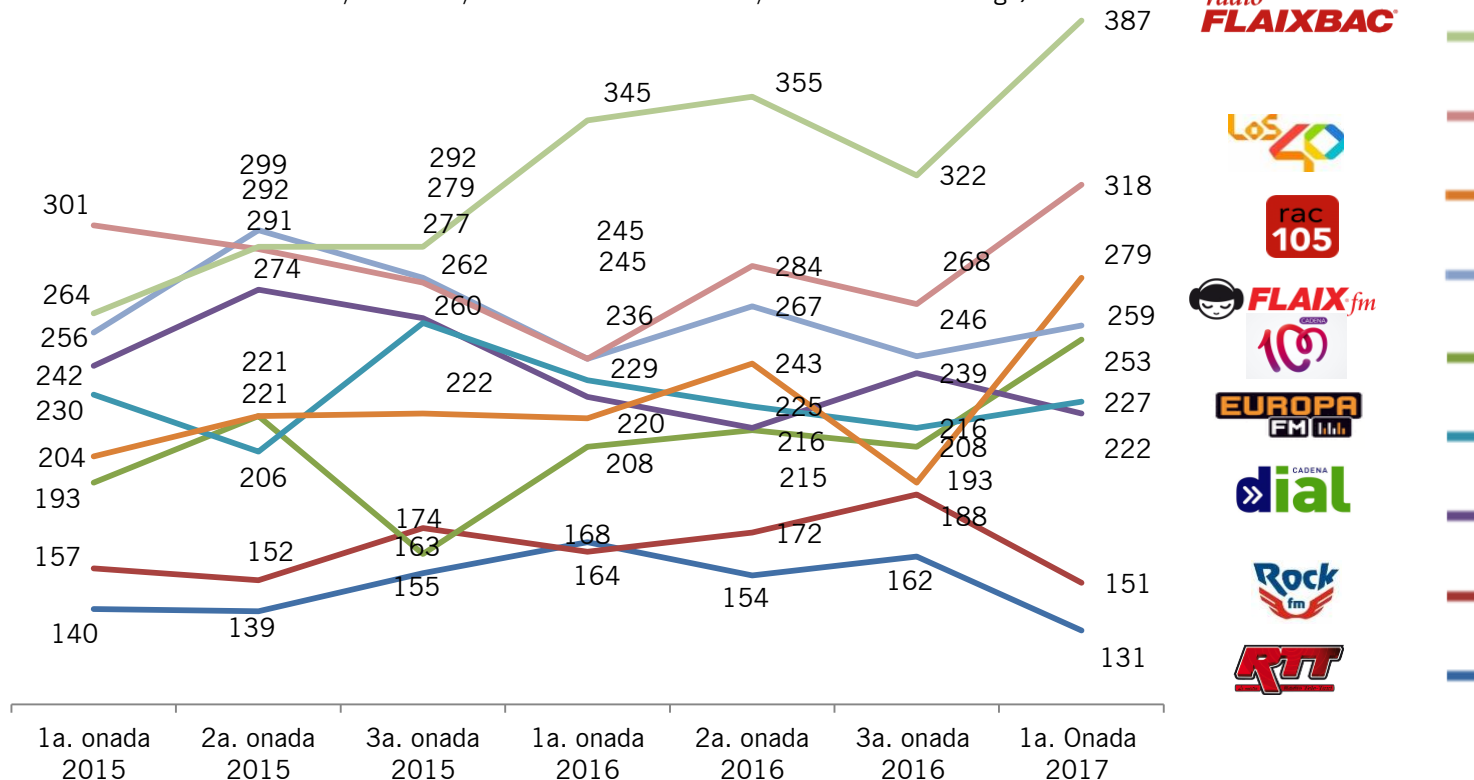
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2017.

Audiència de la ràdio (2)

Flaixbac continua creixent i sent líder de les ràdios musicals a Catalunya. A més, se situa en tercer lloc del global avançant la cadena SER. També Los40 puja cinquanta mil seguidors i torna a ser segona en el rànquing de les musicals. RAC105 és la que suma més oients respecte de l'onada anterior, 86.000, i passa de la vuitena a la tercera posició.

Rànquing de les ràdios musicals. Audiència

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



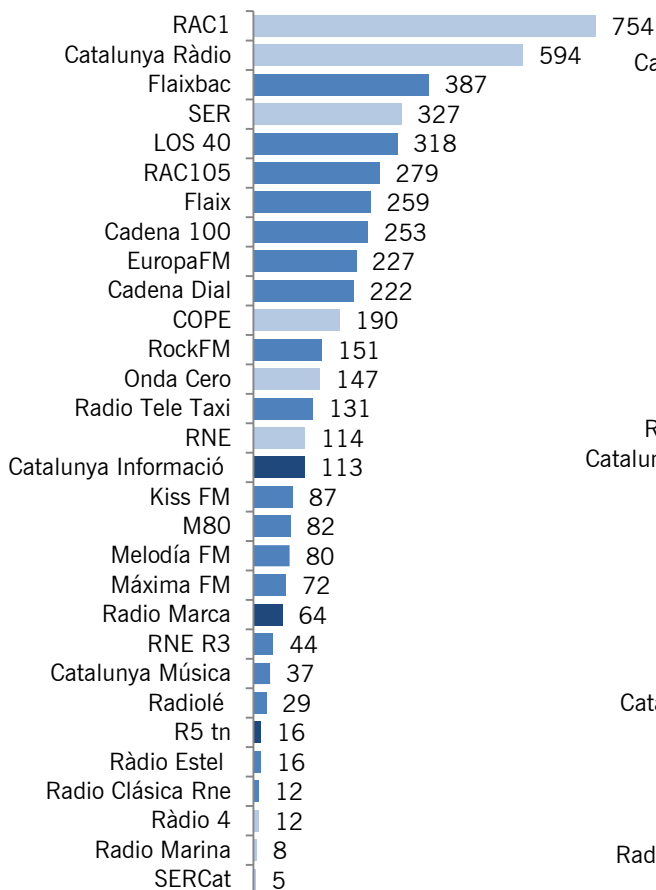
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2017.

Audiència de la ràdio (3)

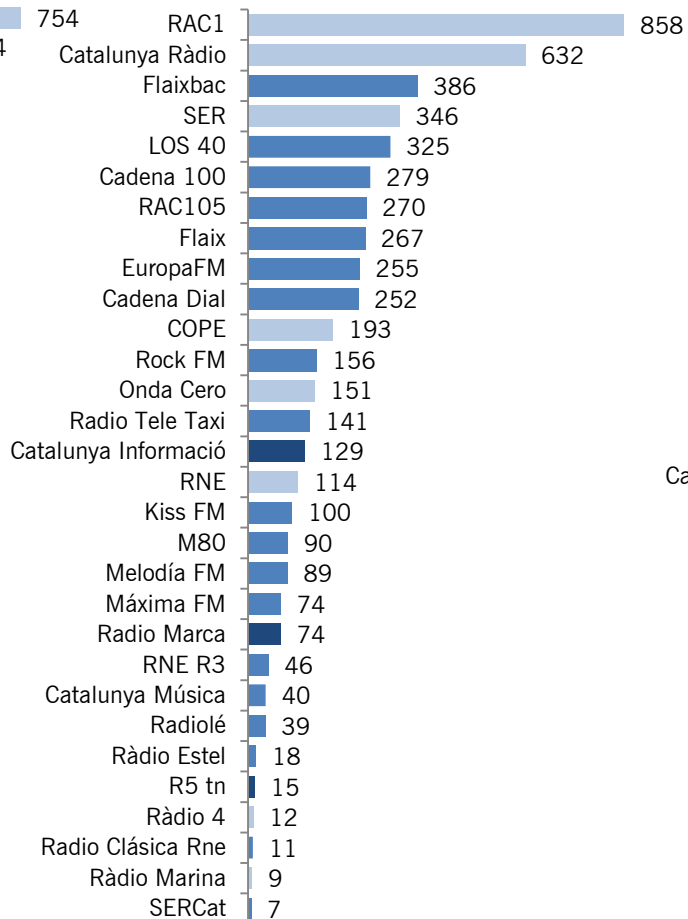
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

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

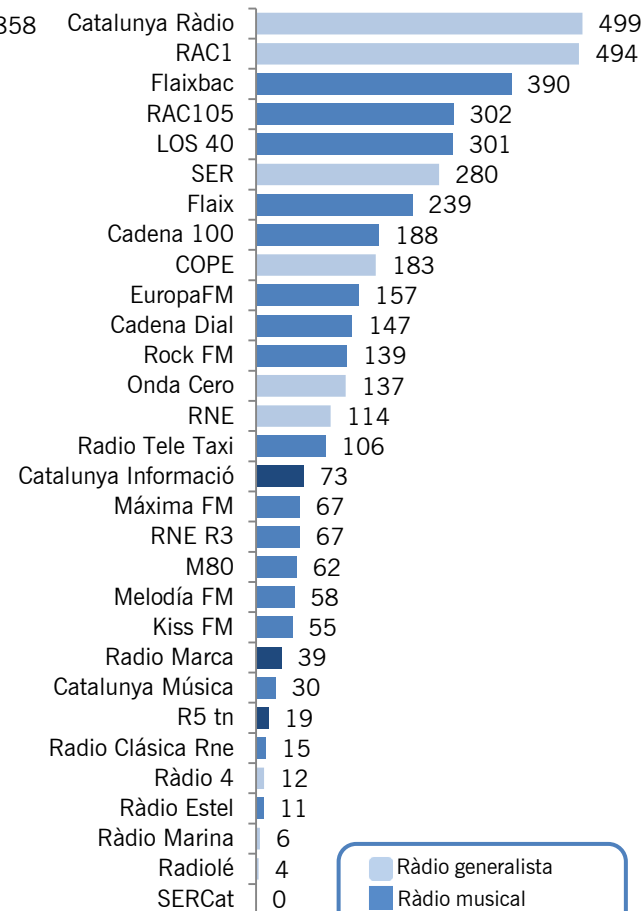
Dilluns a diumenge



Dilluns a divendres



Dissabte i diumenge



■ Ràdio generalista
■ Ràdio musical
■ Ràdio informativa

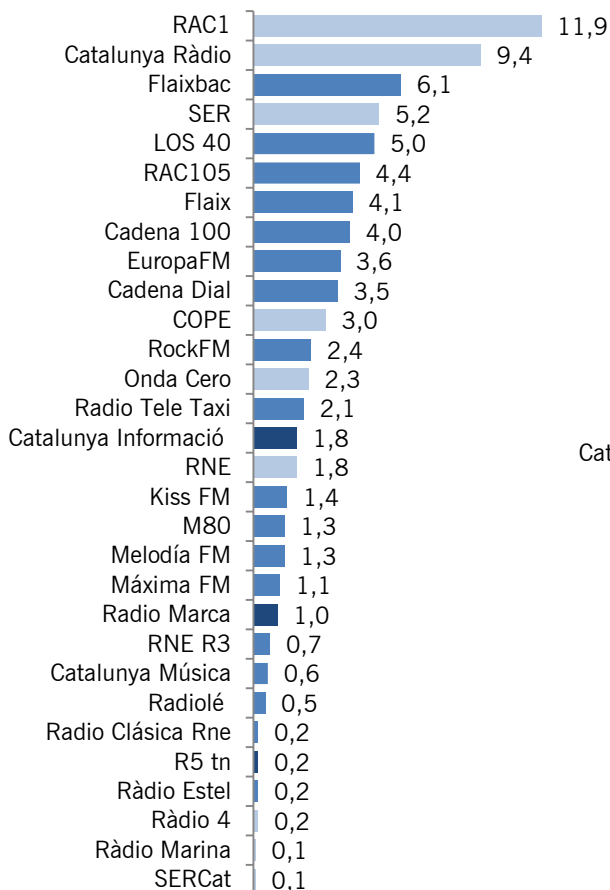
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2017.

Audiència de la ràdio (i 4)

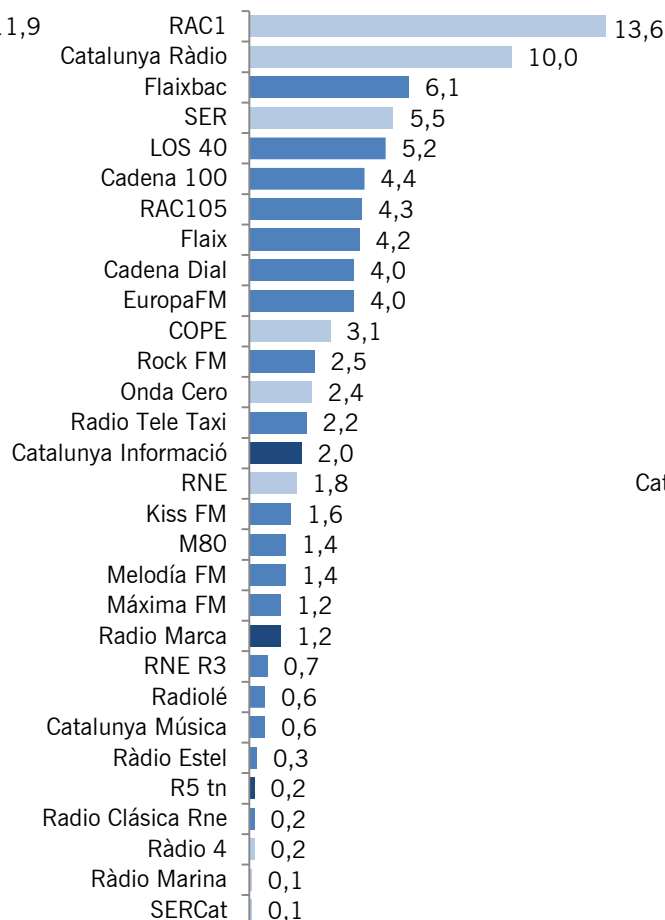
Audiència acumulada diària de ràdio a Catalunya

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

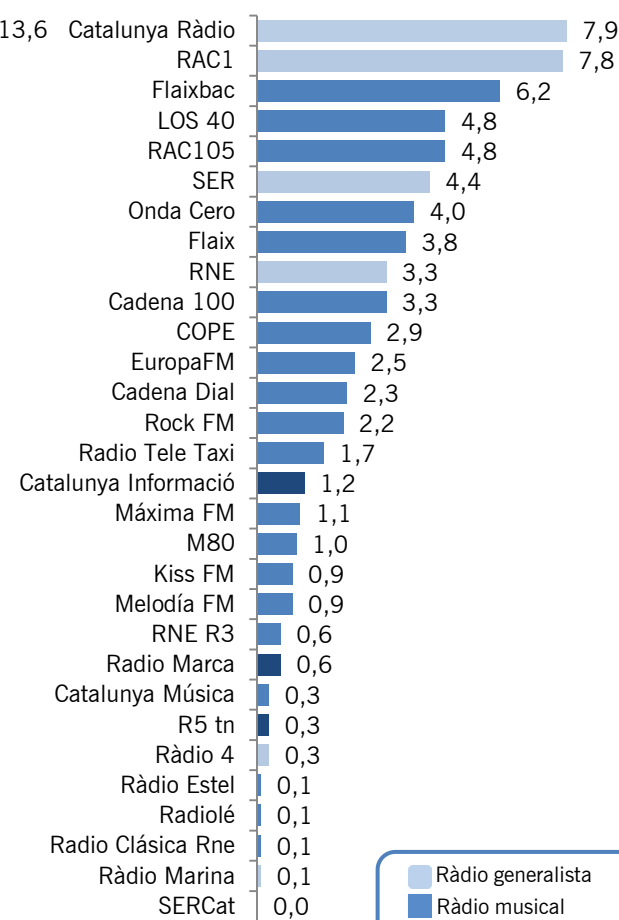
Dilluns a diumenge



Dilluns a divendres



Dissabte i diumenge



Ràdio generalista
 Ràdio musical
 Ràdio informativa

Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2017.

Audiència de la ràdio per franges horàries (1)

La població catalana escolta una mitjana de 116 minuts al dia de ràdio entre setmana (106 minuts de dilluns a diumenge).

L'emissora del Grup Godó, RAC1, lidera totes les franges horàries.

Audiència de la ràdio per franges horàries de les principals cadenes generalistes a Catalunya
(en milers d'oients, de dilluns a divendres, ordenat per audiència acumulada)

Emissora	Audiència acumulada	 de 6 a 12 h	 de 12 a 16 h	 de 16 a 20 h	 de 20 a 06 h
	858	660	330	293	217
	632	459	152	147	168
	346	217	69	85	129
	193	122	41	30	80
	151	71	37	44	41
	114	75	26	21	37

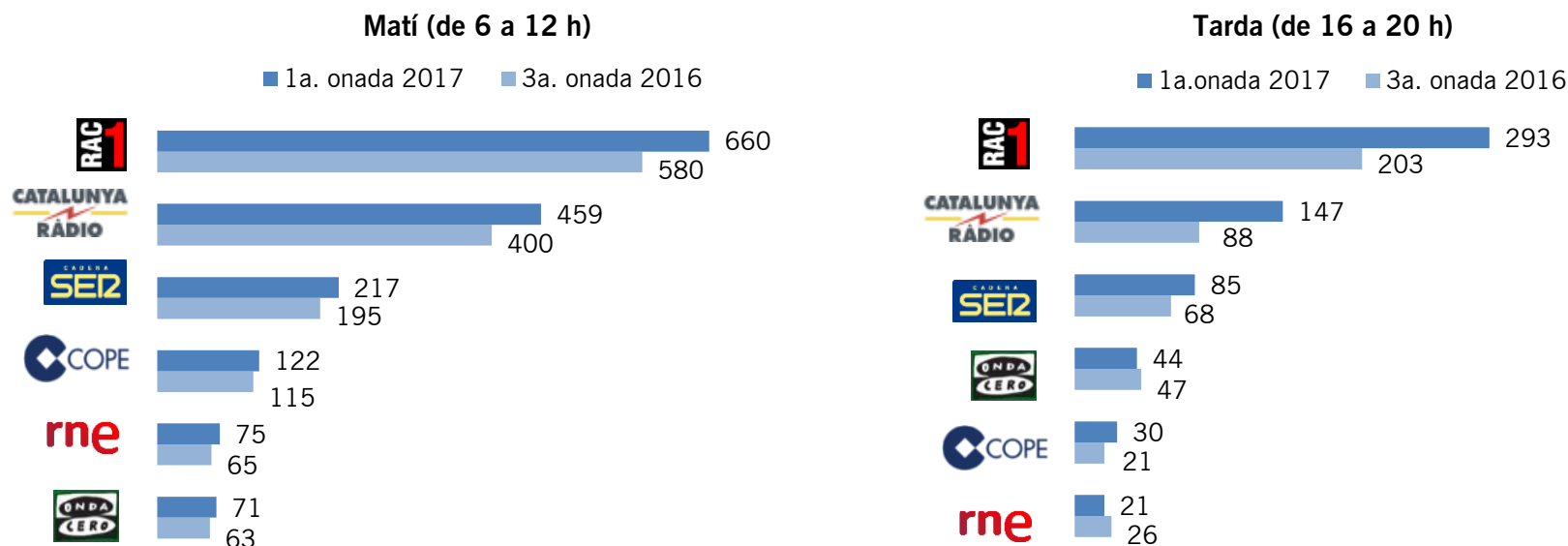
Font: EGM – Dades Catalunya – 1a. onada de 2017.

Audiència de la ràdio per franges horàries (i 2)

Tots els matinals incorporen nous oients, especialment RAC1, que en guanya 80.000, i també Catalunya Ràdio, que en suma 59.000. El magazins de tarda de RAC1, Catalunya Ràdio, Cadena SER i COPE també augmenten el nombre de seguidors.

En general, s'incrementa el nombre de persones que escolten la programació de ràdio en català.

Audiència de la ràdio a la franja de matí i de tarda de les principals cadenes generalistes a Catalunya
(en milers d'oients, de dilluns a divendres)



Nota: les franges horàries establertes per l'EGM no coincideixen amb els horaris dels magazins de matí i de tarda de les diferents emissores. Els programes matinals són de 6 h a 12 h a RNE, COPE i RAC1; de 6 h a 12.30 h a Onda Cero i la SER; de 6 a 13 h a Catalunya Ràdio. Els magazins de tarda d'Onda Cero, Catalunya Ràdio i RAC1 s'emeten de 16 a 19 h; els de la COPE i RNE, de 15 a 19 h, i els de la SER, de 16 a 20 h.

Font: EGM – Dades Catalunya – 1a onada de 2017.



Internet

Consum d'internet a Catalunya



El 95% dels internautes es connecten cada dia.



El 29,9%, entre 4 i 8 hores al dia.
El 25,4%, més de 8 hores al dia.



El 96% hi accedeixen mitjançant el mòbil.



El 32,3% estan subscrits a un paquet de serveis amb televisió de pagament.



És el principal proveïdor de servei d'accés a internet a la llar (43% dels internautes).



Ús de les xarxes socials

La majoria dels enquestats dediquen entre 15 i 30 minuts al dia a les xarxes socials, la més emprada de les quals és Facebook (84,4%).



84,4



53,2



48,4



38,2



18,5



11,5



5,3



4,9

Font: 19 edició de l'enquesta *Navegantes en la red* de l'AIMC, feta a partir de 14.822 entrevistes voluntàries en línia a internautes de tot l'Estat espanyol entre octubre i desembre de 2016. En aquest informe es presenten les dades corresponents a Catalunya, facilitades per l'AIMC, de 1.971 participants (1.432 homes i 539 dones).

Consum de continguts audiovisuals a internet (1)

Activitats relacionades amb l'accés a continguts audiovisuals a internet els últims 30 dies a Catalunya. Any 2016 (en %)

	87,9 Llegir notícies d'actualitat
	84,4 Veure vídeos en línia (p. ex. YouTube)
	60,2 Escoltar música en línia (no descàrrega)
	48,7 Veure pel·lícules/sèries en línia (no descàrrega)
	48,6 Veure emissions de cadenes de televisió en el web o l'app
	34,9 Escoltar cadena de ràdio en el web o l'app
	33,5 Visites a pàgines web per a adults
	29,9 Descarregar pel·lícules/sèries/documentals
	25,0 Jocs en xarxa
	21,0 Descarregar música
	18,3 Descarregar programes de ràdio per escoltar més tard
	12,4 Descarregar emissions de televisió per veure més tard

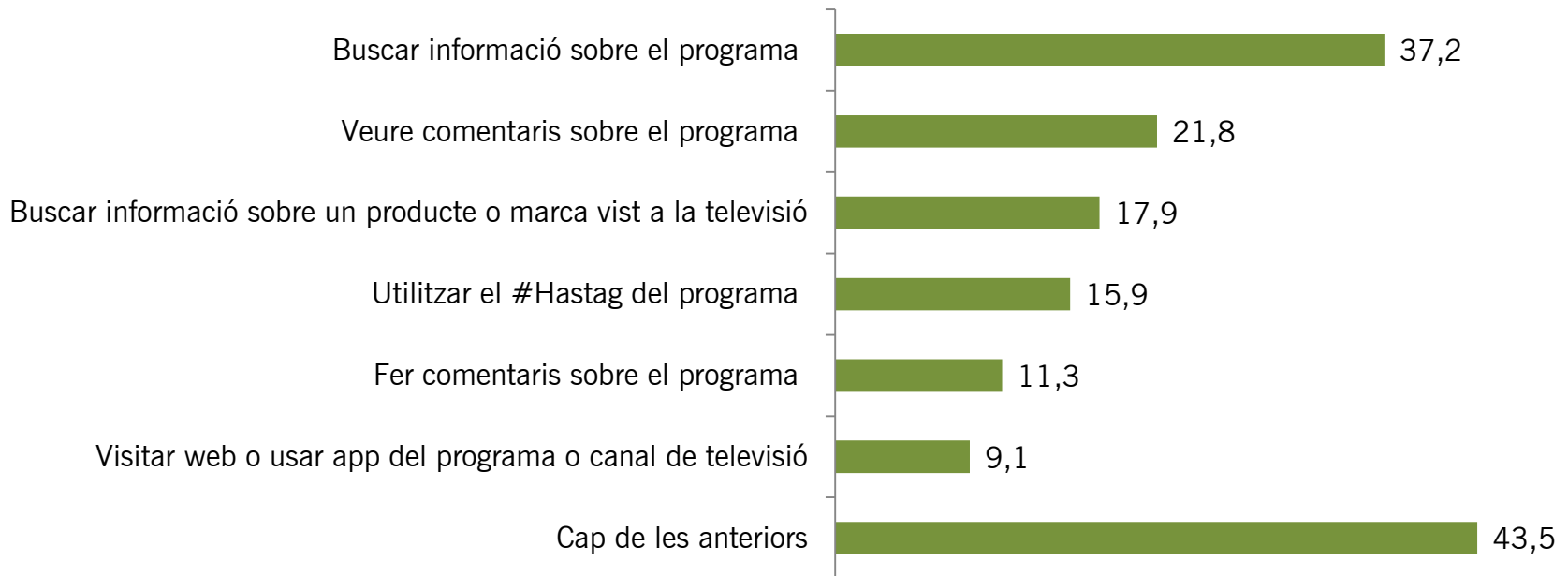
Font: AIMC. *Navegantes en la red.*

Consum de continguts audiovisuals a internet (i 2)

Les persones espectadores que compaginen el consum d'internet i televisió acostumen a interaccionar-hi per mitjà de les xarxes socials



Activitats que es fan a internet mentre es miren programes de televisió (en %)



Font: AIMC. *Navegantes en la red.*

Un minut a internet

Què passa a internet cada minut al món

2017 *This Is What Happens In An Internet Minute*



Per entendre la velocitat de la transmissió de dades i la capacitat de comunicació a la xarxa, només cal veure què passa a internet en un minut.

4,1 M de visualitzacions a YouTube
3,5 M de cerques a Google
900.000 entrades a Facebook
452.000 piulades a Twitter
70.000 hores visualitzades a Netflix
40.000 hores de música a Spotify

Font: Lori Lewis. [Merge](#). Març de 2017.

El català a internet

Presència del català als portals corporatius d'empreses i organitzacions radicades a territoris de parla catalana. Any 2017



La presència de la llengua catalana és alta als webs de mitjans de comunicació (diaris, revistes, ràdio i televisió a internet), al voltant del 70%, segons el Baròmetre de l'ús del català.

L'Observatori puntCAT comptabilitza a maig de 2017 un total de 112.912 dominis .cat.

Pel que fa a les *apps*, només un 18% de les aplicacions més descarregades ofereixen l'opció del català.

Font: Baròmetre de l'ús del català de [WICCAC](http://wiccac.cat)/puntCAT

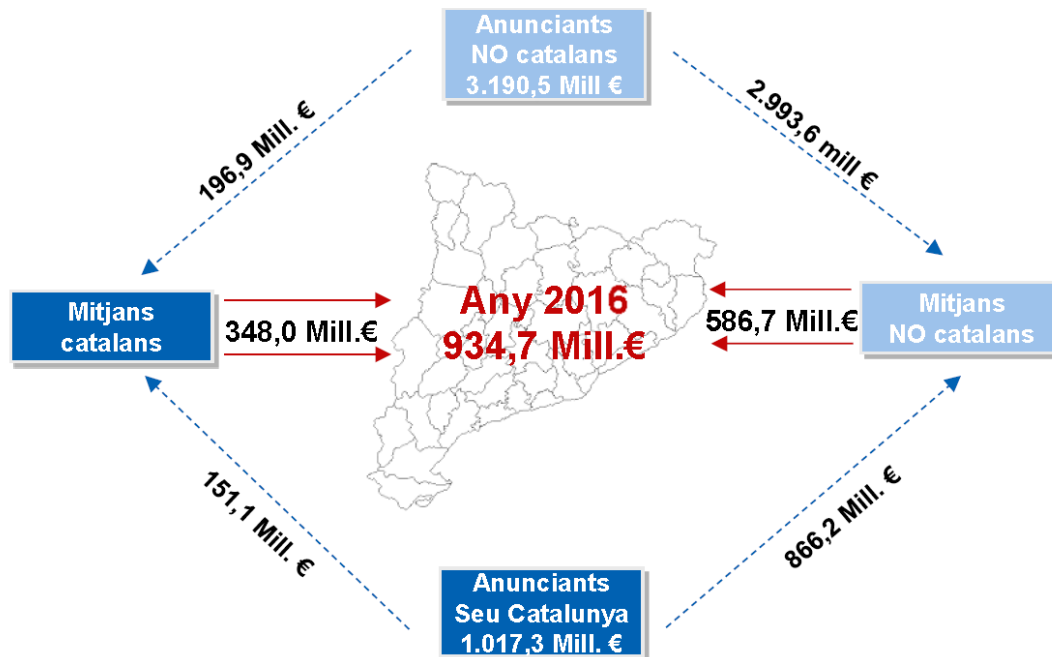


Publicitat

Inversió publicitària a Catalunya

Segons dades de l'Associació Empresarial de Publicitat, el 2016 arriben a Catalunya **934,7 M€** en publicitat. D'aquesta quantitat, els mitjans catalans en rep **348 M€**, d'anunciants de dins i fora de Catalunya.

Inversió en publicitat a Catalunya. Any 2016 (en milions d'euros)



Anunciants amb seu a Catalunya
1.017,3 M€

Inversió en mitjans **catalans**:

151,1 M€

Inversió en mitjans **no catalans**:

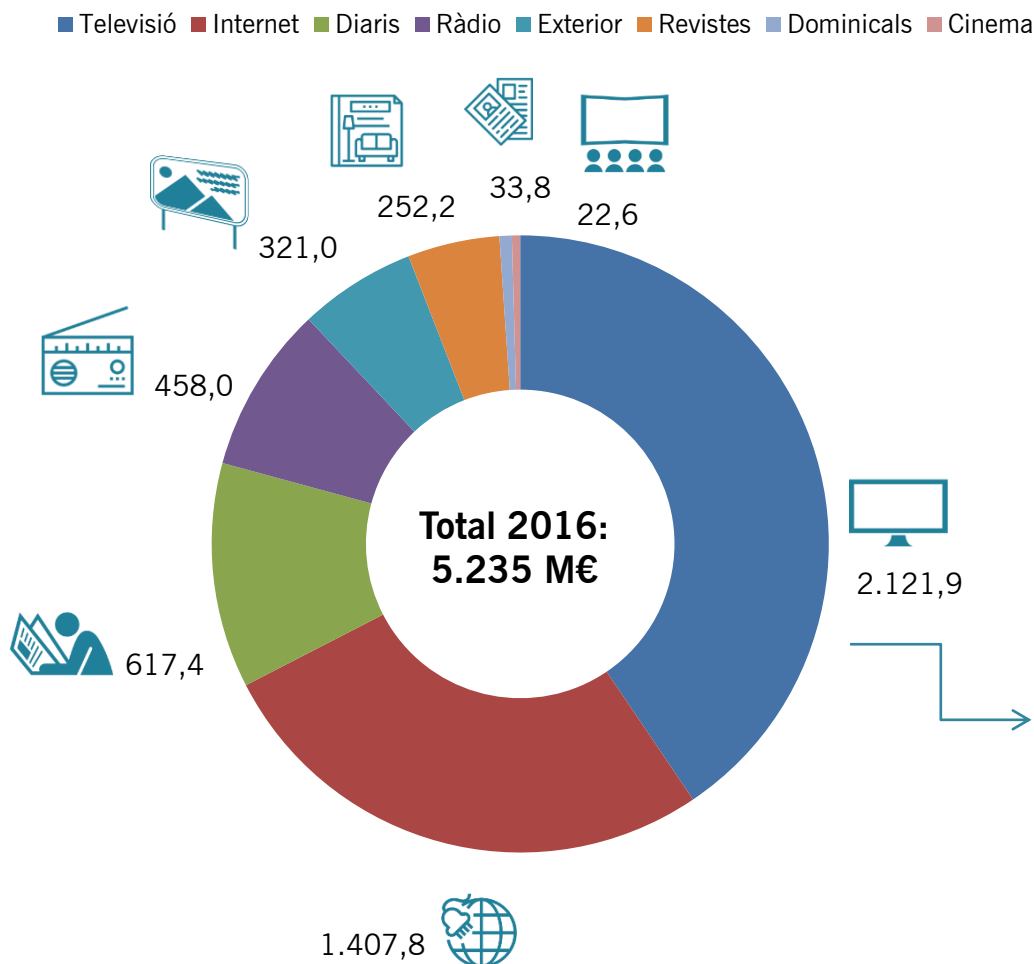
866,2 M€

Del total d'inversió publicitària generada per anunciants amb seu a Catalunya, només un 15% es destina a mitjans catalans.

Font: Associació Empresarial de Publicitat. [Estudi 2016 de la inversió publicitària a Catalunya](#).

Inversió publicitària a l'Estat espanyol

Inversió en publicitat en mitjans convencionals. Any 2016 (en milions d'euros, a l'Estat espanyol)



La inversió publicitària a l'Estat espanyol el 2016 en mitjans convencionals ha crescut un 4,3% i ha assolit els 5.235 milions d'euros.

Per suports, la televisió continua com a primera opció publicitària, però internet escurça distàncies i és segona, amb l'increment percentual més gran de l'any (12,6%).

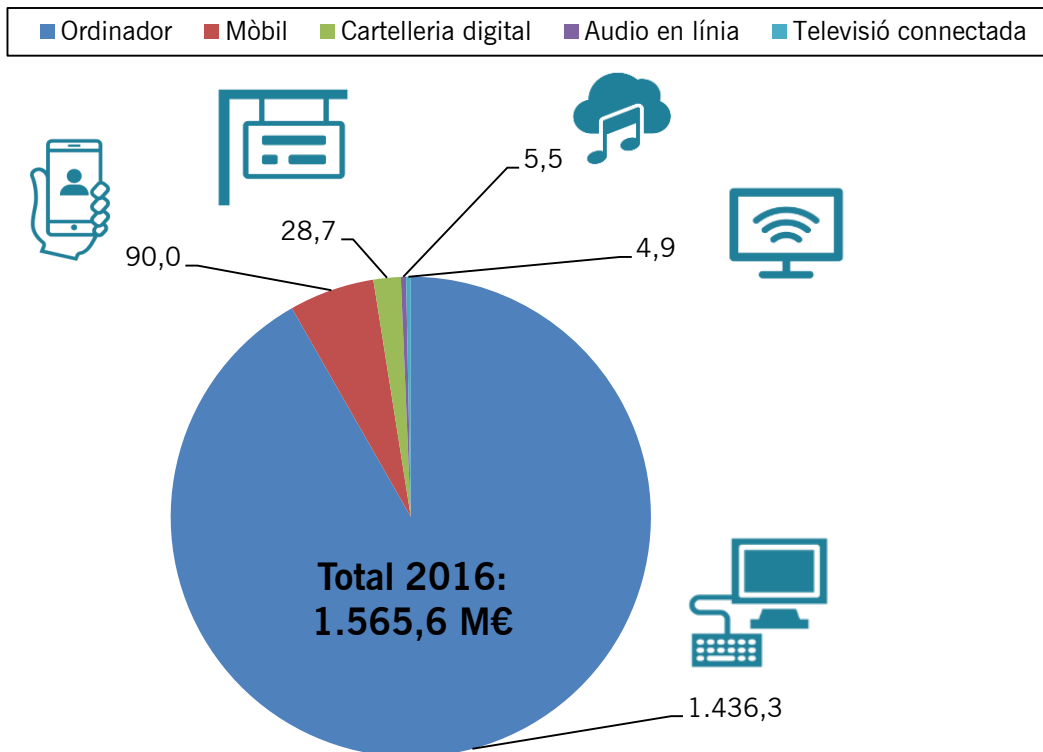
La nota decreixent correspon als suports impresos i a la publicitat exterior, que perden inversió. També cau la publicitat en televisions autonòmiques.

Inversió a la televisió	Any 2016	Evolució (en %)
Estatals en obert	1.911,5	5,9
Autonòmiques	126,9	-4,1
De pagament	81,4	13,3
Local	2,1	5,0

Font: InfoAdex. [Estudio de la inversión publicitaria en España 2017.](#)

Inversió en publicitat digital

Inversió en publicitat digital a l'Estat espanyol. Any 2016
(en milions d'euros)

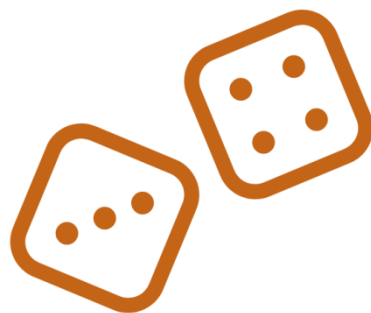


IAB Spain xifra en 1.565 milions d'euros la inversió total en publicitat digital a l'Estat espanyol el 2016, amb un creixement en un any del 21,5%.

El 80% de les planificacions publicitàries es fan conjuntament per a publicitat a l'ordinador (*desktop*) i al mòbil (*mobile*).

Els formats estrella continuen sent els cercadors i enllaços patrocinats (*search*), amb 783,6 milions, seguits de la publicitat gràfica (*display*), amb 584,1 milions, i el vídeo, amb 158,6 milions.

Font: Interactive Advertising Bureau (IAB Spain). [Inversión Publicitaria en Medios Digitales. Resultados 2016](#)



L'apunt.

Jocs i apostes en línia

Publicitat de jocs i apostes en línia

Casos analitzats pel CAC amb més freqüència d'anuncis de jocs en línia. Any 2016

Mitjà / plataforma	Programa / data	Anuncis de joc en línia sobre el total d'anuncis	Percentatge d'anuncis de jocs en línia
Antena 3 TV	Partit futbol Manchester City – FC Barcelona (1 de novembre de 2016)	10 / 47	21,3%
Cadena SER	Partit futbol R. Madrid – Celta (27 d'agost de 2016)	15 / 33	45,5%
Sport.es	15, 27, 29, 30 setembre i 3 i 7 d'octubre de 2016	10 / 22	45,5%
Mundodeportivo.com	15, 19, 26, 27, 29, 30 de setembre i 1 d'octubre de 2016	9 / 20	45,0%

Font: CAC. Informe [Anàlisi de la presència de continguts en relació amb el joc i les apostes en línia](#) (a partir de la pàgina. 3).

ESTRATÈGIA. El reclam habitual d'aquests anuncis i present a tots els mitjans (lineals i internet) és l'oferiment de bonus de joc –amb quanties que poden arribar als 1.200 euros– com a incentiu per atraure i retenir noves persones usuàries.

REGULACIÓ. [Llei espanyola 13/2011](#) i [Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego](#) (Autocontrol).

El joc en línia a Espanya: mercat i perfils

Quantitats jugades en apostes en línia a l'Estat espanyol el 2016 (en milions d'euros)

Any 2016	Quantitats jugades (M€)	Variació mateix trimestre any 2015
1r trimestre	2.662	33,46%
2n trimestre	2.732	32,80%
3r trimestre	2.580	23,94%
4t trimestre	2.913	19,91%
TOTAL ANY	10.887	21,3%

Font: Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), [Informes trimestrales](#).

EVOLUCIÓ PERFILS

- ♣ El perfil de persona ludòpata ha baixat de 35-45 anys a 20-30 anys.
- ♣ En els menors de 26 anys, els jocs i apostes en línia són la principal causa de ludopatia.
- ♣ La latència de les addiccions (període des de l'inici del joc fins a l'addicció) en el joc presencial és de 7 a 10 anys; en jocs en línia, d'1 a 2 anys.

Font: [Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados](#) (FEJAR)

PROPORCIÓ. Segons la DGOJ, el 25% del mercat del joc a l'Estat espanyol és en línia i el 75%, presencial.

CREIXEMENT. Les apostes fetes en línia van ser de 2.726 M€ el 2012. El 2016, de 10.887 M€. En aquest període, el creixement ha estat de gairebé el 400%.

PROMOCIÓ I PUBLICITAT. La inversió en aquest apartat va ser el 2015 de 134,16 M€, un 17,2% més que el 2014.

Indicacions del CAC sobre la regulació del joc i les apostes en línia

♣ Regular i homogeneïtzar els sistemes d'advertiment sobre el joc i les apostes com a contingut de risc.

♣ Regular els elements que s'utilitzen com a reclam publicitari (bonus regal, personatges famosos, ídols juvenils, professionals del joc, etc.), tenint en compte l'impacte que tenen en adolescents i joves.

♣ Establir mecanismes eficaços que impossibilitin l'accés dels menors d'edat al joc en línia i a les apostes. No només a les apostes amb diners.

♣ Impossibilitar l'accés de les persones menors d'edat als tutorials d'iniciació o expertesa en el joc en les xarxes d'intercanvi de vídeos.

♣ Establir sistemes per diferenciar clarament els continguts informatius de la publicitat del joc, especialment en els mitjans digitals i les plataformes d'intercanvi de vídeos.

♣ Adequar els horaris d'emissió de la publicitat del joc i les apostes en línia, tenint en compte la necessitat de protegir les persones menors d'edat.

Font: [Acord 18/2017, d'1 de març, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya en relació amb el joc i les apostes en línia](#)



Flaixos



Última emissió de Los 40 TV

Prisa va tancar al febrer el canal musical de pagament Los 40 TV, que es podia sintonitzar a Movistar+ i Orange TV. La cadena va començar a emetre el 1998 i programava principalment videoclips i espais musicals. Gairebé 20 anys després, la seva oferta s'integra al portal Los40.com.



Prohibició als mitjans de publicar imatges de Facebook

El Tribunal Suprem considera que publicar fotos a la xarxa social no autoritza a publicar-les als mitjans de comunicació de manera automàtica. En aquest sentit, es requereix el consentiment exprés de la persona que l'ha publicada, d'acord amb la [Sentència 91/2017](#), del 15 de febrer.



S'aprova el reglament del domini públic radioelèctric

El Ministeri d'Energia, Turisme i Agenda Digital va aprovar el febrer el [reglament](#) sobre l'ús de l'espectre radioelèctric amb l'objectiu de desplegar les xarxes de comunicació 5G i la instal·lació de dispositius per a la internet de les coses. La norma pretén flexibilitzar i optimitzar l'ús que els operadors de telecomunicacions fan de radiofreqüències.



Informe del CSA sobre la representació de les dones

Coincidint amb el Dia Internacional de les Dones, el CSA francès va publicar el seu [segon informe anual sobre la representació de les dones als programes de ràdio i de televisió](#). Des d'un punt de vista quantitatiu, l'anàlisi conclou que la seva presència encara és baixa, especialment quan es tracta d'experts i de representants polítics. Per a l'any vinent, el regulador francès es proposa promoure l'accés de les directores a la producció audiovisual, analitzar en profunditat la imatge de la dona en la publicitat i obrir un diàleg social per millorar la representació de la dona en vídeos musicals.



La BBC passa a ser regulada per l'Ofcom

La BBC deixa de ser un ens públic autoregulat i passa a ser competència del regulador [Ofcom](#). Es dissol el fins ara òrgan d'autoregulació BBC Trust i s'unifica la governança i la gestió de l'ens en el nou [BBC Board](#). La [Royal Charter and Agreement](#), el contracte entre el Govern i la Corporació per al període 2017-2027, defineix les obligacions de la BBC i el seu finançament. Sobre la base d'aquest document, l'Ofcom ha aprovat l'[Operating Framework](#), on es detallen els criteris relatius al compliment de les obligacions, els estàndards de qualitat i l'impacte sobre el mercat de la BBC.



Noruega: enquesta sobre notícies falses (*fake news*)

L'abril de 2017, el Ministeri de Cultura noruec va publicar els resultats d'una [enquesta sobre notícies falses](#) del regulador [Medietilsynet](#). El 45% diu que cada setmana llegeix notícies que consideren deliberadament falsificades. El 23% afirma haver compartit notícies, almenys una vegada, que després ha descobert que eren falses. Quant a les plataformes on s'ha trobat informació falsa, les principals són Facebook (62%), mitjans tradicionals (21%), cercadors (15%), YouTube (14%) i webs alternatius de notícies (12%).



Assemblea de l'EPRA a Edimburg

El 18 i 19 de maig es va celebrar a Edimburg la 45a reunió de l'EPRA, la plataforma de reguladors audiovisuals europeus. El representant de la Comissió Europea va informar sobre la proposta de revisió de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual, que actualment es troba en el Parlament i en el Consell Europeu. S'hi van tractar qüestions com la informació en l'era digital, les autoritzacions i llicències, l'educació en comunicació i el futur de la ràdio.



Contingut de proximitat a les plataformes de pagament

Les televisions locals adherides a La Xarxa ja es podien veure a Movistar+ (canal 159) i ara s'hi suma betevé, la televisió local de Barcelona, que s'ha allotjat al canal 160. Per a les televisions de proximitat, la presència a la plataforma de pagament representa l'oportunitat d'arribar a nous públics.



El CAC a l'escola

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va atorgar el 29 de maig, en un acte al CosmoCaixa, els [XIV Premis el CAC a l'escola](#), que distingeixen els millors treballs elaborats als centres educatius catalans en l'àmbit de l'educació en comunicació audiovisual. Les bases dels premis inclouen set categories que van des de l'educació primària fins als treballs de recerca de batxillerat i els programes del professorat, i tenen una dotació global de 10.500 euros.



iCat tornarà a l'FM al setembre

La [CCMA](#) va anunciar a l'abril que l'emissora musical i cultural tornarà a emetre per freqüència modulada després que des de fa cinc anys només es pogués seguir per internet. iCat és una plataforma per a la música i els continguts culturals emergents, amb un clar protagonisme dels creadors catalans i els festivals internacionals amb seu a Catalunya.



25 anys d'ACR

L'Associació Catalana de Ràdio (ACR) va néixer l'any 1992 i aplega les cadenes i emissores comercials privades que operen a Catalunya, gairebé 200 actualment. L'Associació ha celebrat el 25è aniversari amb un acte on el seu president, Robert Serentill, ha destacat que 3 de cada 4 oients de ràdio de Catalunya escolta alguna de les emissores associades.



Continguts nocius d'internet retirats

Google, Twitter i Yahoo van retirar continguts d'internet que incitaven a la mort per suïcidi i que havien estat denunciats pel Consell de l'Audiovisual davant la Fiscalia de Catalunya i les empreses proveïdores de continguts. El CAC, que el 2015 va iniciar les actuacions en l'àmbit d'internet, ha realitzat fins ara quatre informes que han servit per advertir sobre qüestions com ara la pornografia infantil, la incitació a trastorns com l'anorèxia i la bulímia, la violència masclista i sobre continguts de [risc en relació amb la mort per suïcidi](#).



Contra el discurs de l'odi

La Mesa per la Diversitat en l'Audiovisual (MDA), entitat impulsada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, va organitzar una jornada dedicada a analitzar el discurs de l'odi i el paper dels mitjans en la generació de discursos diferents per a les persones migrades, refugiades i estrangeres. En l'acte, el president del CAC va reclamar que la Directiva europea de serveis de comunicació audiovisual permeti que les autoritats audiovisuals puguin ordenar la retirada immediata dels continguts que inciten a l'odi o que perjudiquen els menors i que actualment tenen més capacitat d'escampar-se gràcies als mitjans digitals.

La Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual va lliurar els IX premis que s'atorguen cada any a aquells programes, produccions o iniciatives audiovisuals que reflecteixen millor la diversitat cultural.

BIAC. Núm. 7 – Primer quadrimestre de 2017

Fonts principals:

- CAC: dades pròpies del Consell.
- Kantar Media: Àmbit Catalunya. Dades obtingudes per audímetre relatives a individus de 4 i més anys.
- EGM: dades de la 1a onada de 2017. Període febrer-març de 2017. Àmbit Catalunya.
- AIMC: 19 edició de l'enquesta *Navegantes en la red*. A partir de 14.822 entrevistes voluntàries en línia a internautes de tot l'Estat espanyol entre octubre i desembre de 2016. Dades corresponents a Catalunya, de 1.971 participants (1.432 homes i 539 dones).

Citació bibliogràfica:

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 7. Primer quadrimestre de 2017. Barcelona: CAC, maig de 2017. <www.cac.cat>