



Subsector societats mercantils
Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació
Servei/Entitat: Catalunya Ràdio SRG, SA (6270)
Programa: Mitjans de comunicació social (533)

Unitat responsable

Catalunya Ràdio SRG, SA

Diagnòstic de la situació

El grup d'emissores de Catalunya Ràdio, format per la pròpia Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, Catalunya Música, iCat fm, tres canals específics per internet (iCatjazz, MusiCatles i TotCat) i dos canals digitals (DAB) amb programació musical exclusiva, és l'entitat radiofònica més important del país i el gran referent del sector. Això col·loca Catalunya Ràdio en una posició especialment favorable per afrontar els nous reptes: la caiguda, lenta però sostinguda, del nombre d'oients de la ràdio generalista a benefici dels canals temàtics; la creixent competència d'Internet, especialment entre els públics de menys de 35 anys i la progressiva implantació de l'escolta asincrònica i del consum a través de noves tecnologies (iPod, telefonia mòbil). Actualment, el grup d'emissores produeix 96 hores diàries de programació en FM, 48 en DAB i 72 per internet. A més, també per a internet, produeix els continguts d'informació complementària dels programes i serveis del grup, els nous serveis d'innovació, el servei de ràdio a la carta, Podcasting, descàrrega de fitxers de so i remet les 96 hores de la programació en FM.

Catalunya Ràdio va tancar la temporada 2006-2007 amb una mitjana de 547.000 oients diaris, líder de la ràdio generalista per tretzè any consecutiu. En termes televisius d'audiència, el share de Catalunya Ràdio en la segona onada del 2007 va arribar al 26,5%, 1,3 punts per sobre del seu seguidor més immediat.

Catalunya Informació, amb 103.000 oients diaris de mitjana, va mantenir-se líder de la ràdio-fórmula informativa. Catalunya Música, amb 15.000 oients diaris, va mantenir-se també líder de la ràdio-fórmula musical-clàssica. iCat fm, un any després de la seva creació, va enregistrar, segons l'EGM, 16.000 oients diaris i, segons l'OJD, 2.261.000 pàgines vistes al mes (juny 2007) del seu web sincrònic.

L'audiència conjunta dels quatre canals analògics de Catalunya Ràdio situa el grup com a líder indiscutible de la ràdio en català:

681.000 oients diaris, sense comptar els que té a l'Aragó, el País Valencià i les Illes, i els d'Andorra i la Catalunya Nord (que no han estat mai mesurats) i els que, de manera creixent, opten per seguir-ne les emissions, en directe o en diferit, a través d'Internet arreu del món.

Els estudis qualitius realitzats pel CAC atorguen a Catalunya Ràdio la qualificació més alta de totes les ràdios del país en aspectes tan essencials com pluralitat, rigor i confiança: és l'emissora preferida i la més escoltada dels catalans. Els nostres propis estudis qualitius i quantitius confirmen i enriqueixen aquesta valoració situant-nos entre el 10% de les empreses de comunicació mundials analitzades amb millor qualificació.

Els ingressos publicitaris cobreixen, el 2007, un 37% del pressupost del grup (un 1,5% més que el 2006).

Aquesta posició de lideratge s'ha d'utilitzar per introduir els canvis necessaris que permetin al grup d'emissores de Catalunya Ràdio consolidar la seva posició de referent en el panorama audiovisual català.

Missió

Oferir a tots els ciutadans de Catalunya, en compliment del mandat del Parlament, un servei públic radiofònic de qualitat, compromès amb els valors socials i democràtics i amb la promoció de la cultura i de la llengua catalana, gestionat amb criteris d'eficiència i d'èxit.

Objectius estratègics i operatius

1. Mantindre el lideratge d'audiència a Catalunya, ampliant l'espectre dels nostres oients i reforçant la imatge corporativa de les emissions de Catalunya Ràdio, sobre la base de criteris d'eficiència en la gestió
 - 1.1 Actualitzar i innovar l'estructura i els continguts de tots els canals del grup de Catalunya Ràdio. Aconseguir un major coneixement de l'audiència. Avançar en el procés d'aplicar i consolidar el model de gestió de qualitat EFQM.
 - 1.2 Renovar la imatge corporativa del grup d'emissores. Reforçar les accions de comunicació i màrqueting, en especial en motiu dels 25 anys de Catalunya Ràdio.
2. Ser capdavanters en la utilització de noves tecnologies a l'entorn ràdio, especialment a través d'Internet, en la línia encetada amb iCat fm.
 - 2.1 Desenvolupar nous serveis de suport, difusió alternativa i opcions de consum asincrònic de la programació de les emissores de Catalunya Ràdio a través d'Internet
 - 2.2 Aplicar els nous serveis desenvolupats a iCat fm a les altres emissores. Millorar la cobertura de difusió de les emissions del grup Catalunya Ràdio. Actualitzar les infraestructures tècniques.
3. Disposar dels recursos tècnics, humans i d'espai adequats que permetin assolir els objectius marcats
 - 3.1 Assegurar l'adequació dels recursos necessaris a l'activitat de les emissions i dels seus objectius
4. Avançar en l'organització transversal del grup CCRTV.
 - 4.1 Repensar el model organitzatiu sobre la base del treball a nivell de grup de la CCRTV
5. Mantindre el creixement dels ingressos publicitaris afavorint els patrocinis
 - 5.1 Revisar els procediments i mètodes interns de treball del Departament Comercial



Subsector societats mercantils
Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació
Servei/Entitat: Catalunya Ràdio SRG, SA (6270)
Programa: Mitjans de comunicació social (533)

Serveis / productes / activitats

1. Redisseny de la franja del matí i dels butlletins informatius de Catalunya Ràdio
2. Celebració 25 anys de Catalunya Ràdio i creació d'una acció solidària amb convocatòria anual
3. Completar el projecte de corresponsals a l'estranger i segona fase renovació xarxa corresponsals comarcals
4. Incorporar nous serveis d'innovació a tots els canals.
5. Posar en marxa un nou canal musical per internet d'iCat fm.
6. Tecnologia: Millorar la cobertura ampliant les potències en centres emissors, nous centres, cobertura en túnels i vies de comunicació, transport de senyal. Seguir amb la digitalització dels estudis i del fons d'arxiu sonor i amb la incorp.UM's via satèl.
7. Comunicació i màrqueting: Projecte "Entendre el mercat". Incorporar noves dades i major nivell d'explotació de la informació. Renovar la identitat corporativa: marques i logotips de l'empresa i de les diferents emissores i llançament de la nova imatge.
8. Comercial: Augmentar els ingressos publicitaris un 2.5% respecte del pressupost 2007 dels quals un 30% es generen a Madrid. Aconseguir l'autofinançament dels actes dels 25 anys de Catalunya Ràdio.
9. Organització interna: Posar en marxa els nous espais de l'ampliació provisional de CR a Barna. Renovació dels contractes actuals. Acabar l'elaboració del Llibre d'Estil. Atendre noves necessitats de correcció lingüíst. provinents dels webs. Ampliació de l'ésAdir

Indicadors Nom	Tipus	Unitat	2007	2008	Objectiu	
			Previst	Previst	Previst	Any
1. Audiència de Catalunya Ràdio (EGM)	Resultats	%	100,00	100,00		
2. Hores d'emissió anuals de programes culturals i educatius: Superior 17.600	Output	Nombre		17.600		
3. Hores d'emissió anuals que promoguin la solidaritat, la integració de col·lectius minoritaris i desafavorits	Output	Nombre		500		
4. Estudi d'Opinió Pública del CAC: Continuar sent l'emissora de referència per als radiooients.	Qualitat	%		100,00		
5. Estudi Opinió Pública del CAC: Continuar sent la cadena de referència en seguiment de la informació general i política	Qualitat	%		100,00		
6. Estudi d'Opinió Pública del CAC: CR ha de ser capdavantera en l'enquesta sobre imparcialitat política.	Qualitat	%		100,00		
Impacte sobre polítiques transversals						
Gènere, Medi ambient, Competitivitat						

Resum de despeses del programa (EUR)	
Capítol	2008
1 Remuneracions del personal	23.338.700,00
2 Despeses corrents de béns i serveis	24.722.084,00
3 Despeses financeres	141.162,00
4 Transferències corrents	0,00
5 Fons de Contingència	0,00
6 Inversions reals	3.250.837,00
7 Transferències de capital	0,00
8 Variació d'actius financers	0,00
9 Variació de passius financers	0,00
Total despeses	51.452.783,00
Nombre de llocs de treball pressupostats	420