

?RAC1 manté el liderat en plena reculada general de les ràdios

L'emissora del Grup Godó registra 834.000 oients diaris i amplia distàncies amb Catalunya Ràdio que n'obté 563.000



Jordi Basté i Jofre Llobart a RAC1. | @jordibaste

RAC1 ha tancat el 2019 com a líder d'audiència a la ràdio catalana (<https://www.rac1.cat/media/20191127/471907848322/rac1-egm-audiencies-liders-10-anys.html>), segons les dades de l'EGM fetes públiques aquest matí, amb 834.000 oients. Un lideratge que ha revalidat per desè any consecutiu, aquest cop però perdent audiència.

I és que l'emissora del Grup Godó ha reulat en 31.000 oients respecte l'any anterior, una tendència general que només ha esquivat la Ser, que ha estat l'única generalista que ha crescut arribant als 345.000 oients. Catalunya Ràdio, en segona posició al rànquing, també ha perdut audiència fent la comparativa anual, situant-se en els 563.000 oients diaris.

Per programes, *El Món a RAC1*, amb Jordi Basté, ha registrat 631.000 oients, 201.000 més que *El Matí de Catalunya Ràdio*. El Món té, de 8 a 9 del matí, l'hora de més audiència de la ràdio a Catalunya, 345.000 oients.

La Competència, amb els Òscares Andreu i Dalmau, obté 218.000 oients i *El vostè primer*, de Marc

Giró, s'estrena amb 148.000 oients. Millora l'audiència que hi havia fins ara en aquesta franja i duplica la que té la segona emissora. Albert Om, amb *Islàndia*, iguala el seu rècord històric, amb 160.000.

Catalunya Ràdio consolida un dels millors resultats de mitjana anual

Tot i la tendència a la baixa de les ràdio, Catalunya Ràdio ha consolidat per tercer any consecutiu una xifra històrica de mitjana anual (<https://www.ccma.cat/catradio/catalunya-radio-tanca-lany-amb-633-000-oients-diaris-segons-legm/noticia/2966494/>). La ràdio pública catalana ha aconseguit superar els 630.000 oients diaris apuntalada pel programa matinal de Mònica Terribas i l'espai de cap de setmana que condueix Roger Escapa.

"Som referència informativa en la franja de migdia, de dilluns a divendres, i el cap de setmana ens permet treure pit", ha afirmat el seu director, Saül Gordillo que ha constatat també que hi ha un "cansament" generalitzat que ha desplaçat el consum cap al producte televisiu.