

CCRTV INFORME ANUAL 1999

1 Presentació

1999 ha estat un any marcat per la fortíssima competitivitat entre les cadenes que operen al nostre territori. El resultat global així ho indica, amb un empat tècnic entre TV3 i les dues cadenes comercials en obert. En el camp de la ràdio, el lideratge de Catalunya Ràdio és indiscutible una vegada més, situació que ens referma en la línia d'actuació escollida, tot i que l'entrada al mercat de la radiodifusió de competidors directes en llengua catalana, durant la temporada 2000, ens obligaran a no baixar la guàrdia sota cap concepte.

Tornem un moment a la televisió: deu dels quinze programes més vistos el 1999 són emissions de TV3; els informatius han mantingut diàriament el seu lideratge històric i són els únics informatius que apareixen entre els 40 programes més vistos de l'any. A més, si sumem la quota d'audiència de TV3 i del Canal 33 en resulta que Televisió de Catalunya és la cadena més seguida al territori català.

Però la forta competència que comentàvem al principi no prové únicament de les cadenes generalistes, sinó que també cal tenir en compte la progressiva implantació de les plataformes digitals. El perfil dels abonats a aquestes opcions televisives de pagament fa que TV3 es vegi més perjudicada que altres cadenes. La disminució del seguiment televisiu del futbol també és conseqüència directa de l'increment de l'oferta d'aquestes plataformes.

No obstant això, Televisió de Catalunya ha sabut superar aquests elements que d'entrada li anaven en contra, amb l'aposta clara i convençuda per una programació de producció pròpia i de qualitat. Així, 1999 ha estat l'any d'èxits tan rotunds com *"Plats bruts"*, una comèdia de situació que ha obtingut quotes d'audiència pròpies precisament de les grans retransmissions futbolístiques, *"Bellvitge Hospital"*, un *docu-soap* seriós i rigorós sobre la vida quotidiana d'un centre hospitalari, o *"Laberint d'ombres"*, el serial del migdia que es situa de forma habitual entre els cinc programes més vistos del dia.

L'any 1999 també ha estat l'any en què s'ha posat en qüestió la vigència del model de l'audiovisual públic. El debat es troba en plena efervescència, però el que tenim molt clar és que els mitjans de la CCRTV compleixen amb la missió de servei públic que tenen encomanada. La millor prova la tenim en la qualitat i el nivell de la nostra oferta audiovisual i en l'àmplia acceptació d'aquesta per part del públic. El nostre objectiu és mantenir-nos en aquesta línia i treballar per millorar-la any rere any.

2 Introducció

Des de la seva creació, l'any 1983, la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió és l'organisme que gestiona els mitjans audiovisuals públics de Catalunya, amb la voluntat de tirar endavant un projecte de comunicació innovador, modern, audaç i ambiciós.

Aquest Informe Anual recull el resum de les principals activitats de la CCRTV i les seves empreses filials corresponents a 1999. Amb la publicació d'aquest Informe la Corporació pretén posar a l'abast del públic el balanç de la seva activitat i donar a conèixer el resultat dels seus comptes anuals.

3 Corporació Catalana de Ràdio i Televisió

6 empreses filials

Televisió de Catalunya, S.A
Catalunya Ràdio, S.A
CCRTV Serveis Generals, S.A
TVC Multimèdia, S.L
Principal d'Edicions, S.A
Principal de Vídeo, S.A

4 empreses participades

Media Park
Vía Digital
Audiovisual Sport
Vang-3

1 fundació

Fundació La Marató de TV3

3.1 Organització

Director general

Consell d'Administració

Format per dotze membres elegits pel Parlament de Catalunya al principi de cada legislatura, escollits en proporció a la correlació de forces polítiques que componen la cambra catalana.

Membres del Consell d'Administració (a 31/12/99)

M. Eugènia Cuenca i Valero
Ricard Fernández Déu
David Garcia d'Enterría i Adan
Lluís Garriga i Paituví (fins al juliol 1999)
Salvador Giner i Sanjulian (des de juliol 1999)
Ramon Goicoechea i Utrillo
Jordi Menéndez i Pablo
Eugení Pérez-Moreno i Pallarès
Armand Querol i Gasulla
Miquel Renu i Tresserres
Jordi Sánchez i Picanyol
Josep M^a Triginer i Fernàndez
Jaume Vilalta i González

Consell Assessor

Es compon de dotze membres, designats per l'Institut d'Estudis Catalans, les Universitats catalanes, el Consell Executiu de la Generalitat i representants dels treballadors de les empreses filials. Aquest organisme emet opinió i dictamen a petició del Consell d'Administració.

Membres del Consell Assessor (a 31/12/99)

Nomenats pel Consell Executiu

Rosa M^a Pujol i Galobart
Ramon Juncosa i Ferret
Agustí Gallart i Teixidó

Nomenats per l'Institut d'Estudis Catalans

Carles Miralles i Solé
Miquel de Moragas i Spà

Pere Lluís Font

Nomenats pel Comitè d'Empresa de Televisió de Catalunya

Reinald Roca i Serra

Josep Castells Consegal

Gil Pau Toll Deniel

Nomenats pel Comitè d'Empresa de Catalunya Ràdio

Josep M^a Marsà i Palacio

M^a Dolors Serra i Munté

Martí Cuní i Bigueres

3.2 Organigrama

Direcció general: Jordi Vilajoana

Secretari general: Manuel Feu

Direcció d'actualitats: Eugeni Cabanes

Direcció Televisió de Catalunya: Lluís Oliva

Direcció Catalunya Ràdio: Joan Maria Clavaguera

3.3 Recursos humans

TOTAL: 30

Homes: 53%

Dones: 47%

Mitjana d'edat: 42,4 anys

4 Televisió de Catalunya

TV3

Tipus de canal: generalista

Sistema: obert

Àmbit d'emissió: Catalunya

Hores d'emissió anuals: 10.042

Canal 33

Tipus de canal: generalista

Sistema: obert

Àmbit d'emissió: Catalunya

Hores d'emissió anuals: 6.142

TVC Online

www.tvcatalunya.com

Visites 1999: 3 milions

TV3 aconsegueix un empat tècnic amb les seves dues principals competidores

L'any 1999 ha estat un temps de fortíssima competència entre totes les cadenes de televisió generalista, a l'Estat espanyol. A Catalunya, aquesta competència ha tingut un element diferencial: l'activitat de TV3, que, després d'haver estat líder absoluta el 1998, ha aconseguit ser-ho durant set mesos sobre dotze, i ha acabat l'any amb un empat tècnic amb la seva principal competidora, Antena 3TV.

La quota acumulada de TV3 el 1999 ha estat del 22,1 per cent, mentre que la d'Antena 3 fou del 22,2, i la de Tele 5, del 20,4. Amb el 27,3 per cent, resultat de la suma d'audiències de TV3 i Canal 33, Televisió de Catalunya reafirma el lideratge de 1998, i relativitza la finíssima diferència de 0,1 punts que té amb la cadena líder.

Aquest fet posa de manifest la situació difícil i canviant del mercat televisiu de Catalunya, i la capacitat de TV3 per competir a mesura que aquesta situació fa cada cop més complicat obtenir resultats quantitius contundents. Cal tenir en compte l'enorme diferència de les respectives inversions en programació i continguts que hi ha entre TV3 i les cadenes d'abast estatal que operen a Catalunya i que són les seves principals competidores

El Canal 33, escenari d'innovació i servei en televisió pública

El Canal 33, que ha acabat l'any amb una quota global del 5,2 per cent, s'ha anat consolidant com a escenari d'accions específiques de televisió pública. D'una banda, ha satisfet interessos concrets de sectors de teleespectadors en el camp de la cultura, la divulgació, els esports, l'educació, la innovació tecnològica, la música en tots els seus gèneres, la programació infantil i juvenil i la cobertura de grans esdeveniments culturals.

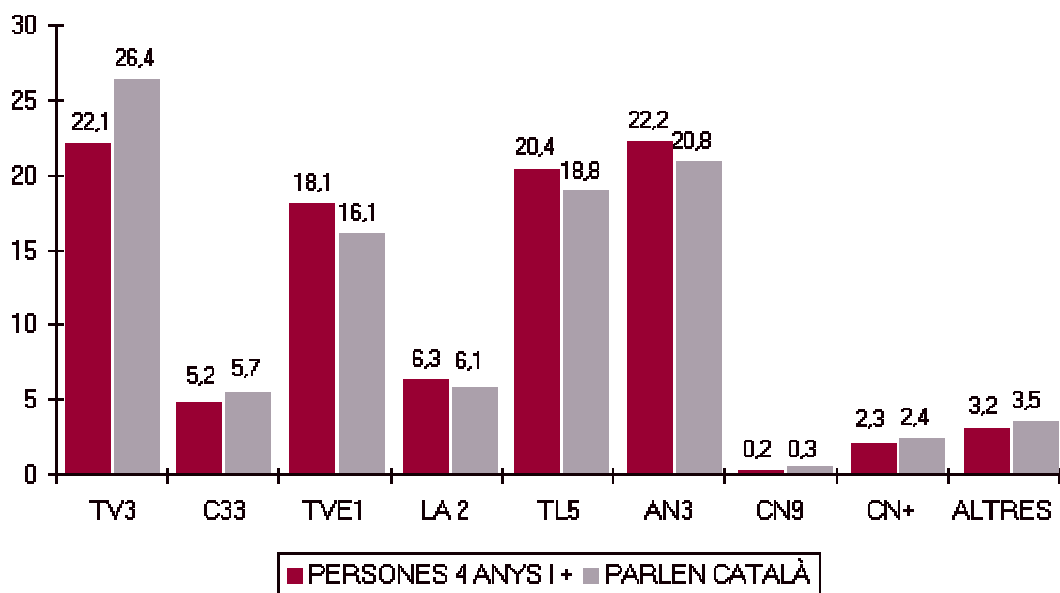
El Canal 33 ha estat capaç a l'hora d'incorporar el públic interessat per l'òpera, la música clàssica i la dansa, tot potenciant-se com l'única cadena de televisió de l'Estat espanyol que té una programació musical completa en tots els seus gèneres. Ha estat vehicle per al cinema català i per a l'emissió de nous telefilms produïts a Catalunya, i d'aportacions de creadors en els més diversos camps.

TELEVISIÓ DE CATALUNYA S.A.
CONTROL DE GESTIÓ

EMISSIONS DE TELEVISIÓ DE CATALUNYA 1999

TIPUS DE PRODUCCIÓ	TV3	C33	HORES	%
INTERNA	2208	2100	4.308	31,93
EXTERNA	234	78	312	2,31
INFORMATIUS	1093	251	1.344	9,96
ESPORTS	884	279	1.163	8,62
CONTINUITAT	289	220	509	3,77
TOTAL PROD. PRÒPIA	4708	2928	7.636	56,59
TOTAL PROD. ALIENA			5.858	43,41
TOTAL PROGRAMACIÓ			13.494	100,00
PUBLICITAT	626	286	9121	
HORES D' EMISSIONÓ	10042*	6142	4.406	

* inclou les desconexions territorials



ELS PROGRAMES MÉS VISTOS A TV3 DURANT L'ANY 99

Dia d'emissió	Data	Hora d'inici	Programa	Durada	Audiència	Quota	Mitjana	Mercat
Dimecres	10/03/99	21:34	FUTBOL AMISTÓS / BARCELONA-DREAM TEAM:HOMENATGE A JOHAN CRUYFF		109	32,3	64,8	
Dimecres	26/05/99	22:34	LLIURAMENT COPA D'EUROPA / MANCHESTER U.- BAYERN MUNICH		19	29,6	59,6	
Dimecres	10/03/99	20:57	CERIMÒNIA AMISTÓS / BARCELONA-DREAM TEAM:HOMENATGE A JOHAN CRUYFF		37	26,6	58,4	
Dimecres	26/05/99	20:45	FUTBOL COPA D'EUROPA / MANCHESTER U.-BAYERN MUNICH		110	26,5	60,4	
Dissabte	27/02/99	21:02	FUTBOL Lliga ESPANYOLA / BARCELONA - VALÈNCIA FUTBOL COPA DEL REI / BARCELONA - VALÈNCIA		110	26,4	61,0	
Dijous	18/02/99	21:32	PREVI FUTBOL AMISTÓS / BARCELONA - BRASIL: CENTENARI F.C.BARCELONA		110	24,8	53,2	
Dimecres	28/04/99	20:44	PLATS BRUTS CATALUNYA DES DE L'AIRE / BERGUEDÀ, BAGES, BAIX		27	20,9	56,5	
Dilluns	20/12/99	21:30	LLOBREGAT		34	18,3	39,6	
Dimecres	20/01/99	21:29	LA GRAN PEL.LÍCULA / LA MÀSCARA MALALTS DE TELE		32	17,6	38,4	
Dijous	7/01/99	21:23	30 MINUTS / OPERACIÓ OMEGA CAS TANCAT		117	17,4	37,2	
Dimarts	1/06/99	21:33	BELLVITGE HOSPITAL		144	16,3	36,7	
Diumenge	14/03/99	21:29	TELENOTÍCIES CAP DE SETMANA MIGDIA		25	15,4	34,7	
Dilluns	15/03/99	21:23	MR.BEAN		42	14,5	30,8	
Diumenge	21/11/99	14:29			51	14,1	38,7	
Dissabte	11/12/99	15:22			17	14,0	36,6	

ELS PROGRAMES MÉS VISTOS A C33 DURANT L'ANY 99

Dia d'emissió	Data	Hora d'inici	Programa	Durada	Audiència	Quota	Mitjana	Mercat
Dimarts	23/02/99	21:33	FUTBOL COPA DEL REI / R.MADRID-RACING SANTANDER		108	8,8	18,7	
Dimecres	30/06/99	21:49	FUTBOL Lliga ESPANYOLA ALTRES DIV. / SEVILLA - VILLARREAL: PROMOCIÓ		113	8,1	19,2	
Dijous	18/03/99	20:29	FUTBOL RECOPA / MALLORCA-NK VARTEKS		112	6,9	16,9	
Diumenge	14/02/99	21:29	GOL A GOL		190	6,4	16,2	
Dimecres	31/03/99	20:01	BASQUET COPA KORAC / BARCELONA - ESTUDIANTES		101	6,2	20,1	
Dimecres	31/03/99	21:42	POST BASQUET COPA KORAC / BARCELONA- ESTUDIANTES FÓRMULA 1 / G.P. D'ESPANYA		18	5,9	14,4	

Diumenge	30/05/99	13:31	BOLA DE DRAC GT	149	5,9	22,4
Divendres	9/04/99	14:01	FUTBOL COPA CATALUNYA / LLEIDA-ESPANYOL:FINAL	24	5,2	18,7
Dimarts	11/05/99	20:33	CONCERT HOMENATGE CARLES SABATER	114	4,8	13,1
Dimarts	27/04/99	20:59	ELS TELETUBBIES	154	4,7	10,4
Divendres	26/03/99	17:43	DANSA / LORD OF THE DANCE	24	4,6	20,2
Dilluns	5/04/99	22:00	HANDBOL COPA EUROPA / BARCELONA-CELJE PL	65	4,4	9,6
Dissabte	6/03/99	16:24	MAZINGER	102	4,4	14,3
Dissabte	13/03/99	14:24	ZSMOGGIES	25	4,3	14,3
Divendres	26/03/99	18:09		24	4,3	18,8

FONT: SOFRES AM

Univers: Persones de 4 anys i +

Programes de més de 15 minuts de durada

Només 1 emissió per programa

Només 1 futbol per competició

Indicadors positius

En un context complex i en contínua transformació, TV3, durant el 1999, ha resistit la competència de les altres dues grans cadenes privades aconseguint fites prou importants. D'una banda, la pèrdua d'audiència durant l'estiu, que era tradicional, es va reduir considerablement: quan el 1997 i 1998 érem líders, perdem el lideratge durant juny, juliol i agost. El 1999, només el vàrem perdre el juny i el juliol. Recuperar el lideratge el mes d'agost, tradicionalment el més difícil de l'any pel que fa a audiències, ha estat un indicador enormement positiu.

4.1 Continguts

D'altra banda, TV3 ha arribat a l'empat tècnic tot mantenint i potenciant els seus continguts de televisió pública, enfront a la duresa de les cadenes privades amb les seves programacions comercials i dotades de fortíssimes inversions.

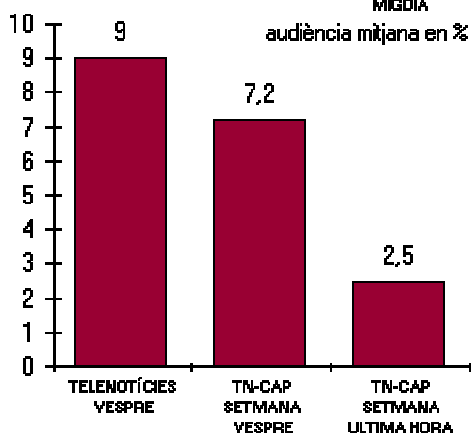
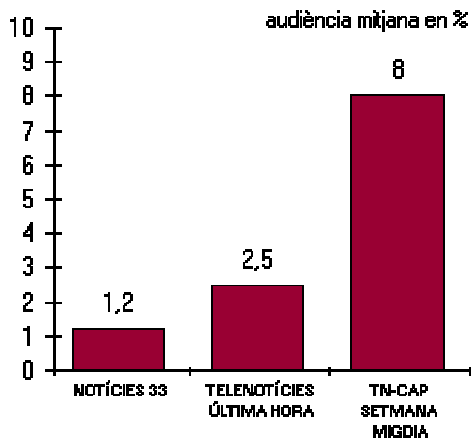
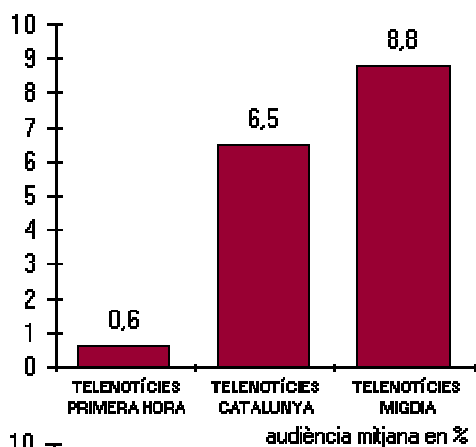
La programació de TV3 el 1999 s'ha caracteritzat per proposar continguts de televisió pública i programes de servei en horaris de màxima audiència i punts centrals de la programació, i no ha deixat de banda la recerca constant i la introducció de nous formats, com "*Coses de la vida*" o "*Mons petits*".

4.1.1 Els informatius

Els informatius, al seu torn, han tingut dos importants reptes: la cobertura de les eleccions municipals i les eleccions al Parlament de Catalunya, amb l'important desplegament professional i tècnic que totes dues operacions comporten, i amb l'obtenció dels millors resultats d'audiència possibles, tot esdevenint TV3 el centre de l'atenció informativa del país. En aquestes campanyes, Televisió de Catalunya, com a televisió pública i institucional, ha actuat amb la més gran exigència informativa, independència i pluralitat, i ha obtingut el reconeixement de totes les forces polítiques i socials per haver treballat a aquest alt nivell. Tot plegat ha reforçat el lideratge consolidat dels programes informatius de TV3, que fan de Televisió de Catalunya el principal mitjà informatiu del país i de més influència en els seus ciutadans. El 1999 s'ha consolidat el lideratge absolut dels telenotícies migdia, vespre i cap de setmana.

El programa setmanal "*30 Minuts*", referència indiscutible dins del gènere del reportatge d'actualitat, ha batut el rècord d'audiència absolut de la seva història amb el reportatge "*Operació Omega: cas tancat*", que tractava el cas del segrest de la farmacèutica d'Olot, amb una quota del 34,7 per cent i una audiència del 15,4 per cent (920.000 espectadors de mitjana). La quota mitjana de l'any 1999 ha estat del 21,6 per cent i una audiència del 9 per cent, xifra que representa uns 540.000 espectadors de

mitjana per programa. El programa "30 Minuts", ha celebrat aquest any el seu 15è. aniversari amb la publicació del llibre *Darrere la càmera*, que recull l'experiència de tots aquests anys.



4.1.2 Els esports

La programació esportiva ha aportat també rellevants factors de competitivitat a la programació. 1999 ha estat l'any de l'explotació exhaustiva de la Lliga espanyola de futbol. Tots els partits han estat emesos en alguna de les tres modalitats televisives: obert, codificat o peatge per visió. Malgrat la introducció de les noves tecnologies, el partit en obert de cada dissabte a FORTA ha continuat essent el referent del futbol espanyol per al gran públic.

1999 també s'ha caracteritzat per l'aposta decidida de TVC per les seleccions catalanes. El període nadalenc d'aquest any ha vist quatre partits de les seleccions més competitives i populars del nostre país: futbol, bàsquet, handbol i hoquei patins. Han continuat augmentant les hores d'emissió d'esports a TVC, especialment amb la creació d'una franja juvenil els diumenges al migdia on es pot veure els millors partits de bàsquet dels clubs catalans, el millor partit de la setmana de futbol americà i la Fórmula 1, que aquest any ha comptat amb la presència de dos pilots catalans a l'elit mundial.

4.1.3 La ficció

La producció de programes dramàtics ha tingut molt relleu durant l'any 1999. A més de la continuació de la telenovel·la diària "*Laberint d'ombres*", s'ha produït la sèrie "*Nissaga, l'herència*", exqueix de la mítica "*Nissaga de poder*". En el gènere de ficció ha destacat molt la *sitcom* "*Plats bruts*", gravada amb la presència de públic al plató. La comicitat dels personatges, diàlegs i situacions de "*Plats bruts*" l'han convertit en un fenomen de culte per a un ventall molt ampli d'espectadors i ha esdevingut la sèrie més vista de la història de TV3, amb una mitjana d'espectadors propera al milió de persones.

Bellvitge Hospital", un cas a part

L'èxit de la docu-sèrie "Bellvitge Hospital", mereix un apartat diferenciat, per l'especificitat del seu format, barreja de documental i serial, per la qualitat de la seva realització, i pels alts nivells d'audiència obtinguts.

4.1.4 L'entreteniment

D'entre el reguitzell de projectes produïts durant el 1999 destaca especialment el *late show* diari "*La cosa nostra*". Han tingut èxit també la sèrie de programes "*Aquest any, 100*", dedicada al centenari del FC Barcelona, la nova etapa de "*Malalts de tele*" i el concurs musical "*Cent anys de cançons*".

L'entreteniment de producció aliena

El cinema s'ha beneficiat de fórmules imaginatives per obtenir importants paquets de pel·lícules i sèries de producció aliena. La iniciativa d'oferir cada setmana una pel·lícula sense interrupcions publicitàries els dissabtes en horari de màxima audiència, ha estat igualment una iniciativa pionera a Catalunya i a Espanya.

4.1.5 Programes de contingut

TVC ha potenciat, al 1999, la presència, a la franja de *prime time*, de programes de contingut, debat, i idees, amb la qual cosa han estat presents a la programació la major part dels temes de preocupació social més prioritària, i s'ha incrementat la veu dels grups i sectors socials que reclamen accés a la televisió pública. Cal citar "*Coses de la vida*", dedicat als grans temes de la psicologia humana, la sèrie "*Mons petits*", que ha presentat d'una manera original el món dels infants catalans, la consolidació del programa "*Entre línies*" i una nova tongada dels originals perfils humans que presenta "*Música per a camaleons*".

El mes d'octubre, Canal 33 va estrenar el programa "*Àgora*", un espai d'entrevistes, debats i actuacions en directe, que des dels seus inicis s'ha situat com a programa de referència en el seu gènere.

4.1.6 Produccions infantils i juvenils

Dins l'entorn del **Club Super3** s'han realitzat un capítol especial de "*Les tres bessones*", i els microespais "*Superexplora i explica*". Durant l'any s'ha desenvolupat també la producció d'animacions en 3D. Les primeres protagonistes d'aquest projecte han estat les mascotes del Club Super3.

4.1.7 Programes culturals

La programació pròpia de programes culturals s'ha incrementat amb continguts creats dins la pròpia empresa i els professionals de TVC l'han utilitzat com a terreny de recerca i desenvolupament de nous continguts i noves tendències en el disseny i els llenguatges electrònics. S'han endegat nous programes com "*Aleph*", que tracta el món dels escriptors, el miniespai "*Miralls*", dedicat a la poesia, o les entrevistes intimistes de "*Nit en blanc*".

El seguiment i la difusió de la cultura popular del nostre país ha prosseguit amb una sèrie de programes específics: "*Terra*", "*Tarasca*", "*Aplecs i ballades*", cicle de concerts "*Tradicionarius*".

4.1.8 Programació musical

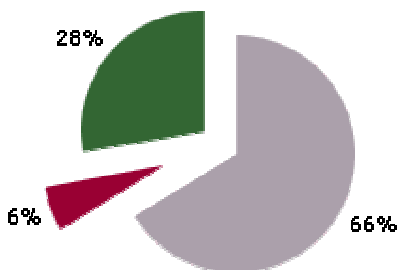
En el capítol musical, TVC ha estat ben present durant el 1999 en esdeveniments molt rellevants de la vida cultural de Catalunya: inauguracions de l'Auditori i del nou Gran Teatre del Liceu, concert d'homenatge a Carles Sabater i concert solidari amb Kosovo.

4.1.9 Motor del sector audiovisual

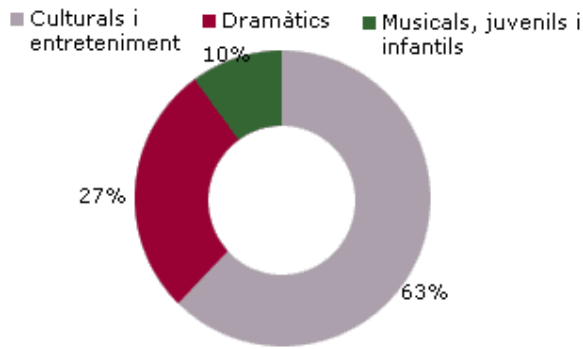
Tota aquesta activitat, ha tingut com a conseqüència, a més, potenciar el paper de Televisió de Catalunya com a locomotora del sector audiovisual de Catalunya, com a principal client i animador del sector de doblatge, i com a principal agent de contractació d'actors, guionistes i tota mena de professionals de teatre.

DISTRIBUCIÓ HORES PRODUCCIÓ 1999

■ Culturals i entreteniment ■ Dramàtics ■ Musicals, juvenils i infantils



DISTRIBUCIÓ DESPESA 1999



4.2 Àrea tècnica

S'ha iniciat el procés de digitalització de les instal·lacions de Sant Joan Despí, que ha de durar uns 5 anys. Paral·lelament, i com ja és habitual, s'han anat adequant les diferents unitats per tal de garantir la seva operativitat.

4.2.1 Actualitats

S'ha reposat la llibreria digital de vídeo ESS-3 per la llibreria de vídeo desenvolupada per TVC, amb tecnologia pròpia. El resultat ha estat molt satisfactori i ens ha animat a obrir un nou projecte per desenvolupar una llibreria de vídeo animat (videoclips). La introducció dels equips en punta per fibra òptica dissenyats per TVC ha fet possible que punts de producció pròpia amb unitats mòbils, com el Camp Nou, Montjuïc, i altres indrets, puguin estar units permanentment amb les instal·lacions de TVC.

4.2.2 Centre de Producció d'Audiovisuals

S'ha continuat l'ampliació i la implantació d'equipaments de nova tecnologia per aconseguir uns millors nivells de productivitat i rendiment de les produccions. En aquesta línia cal destacar la instal·lació de càmeres amb tecnologia digital al nou Centre de producció de l'Hospitalet, i la posada en marxa d'un nou procés d'animació en 2D i 3D per produir dibuixos animats en temps real.

4.2.3 Emissió

S'han començat les emissions, en pla experimental, de Televisió Digital Terrestre. Dins d'aquestes emissions experimentals s'està replicant la programació de TV3, Canal 33 i TVCSat. Aquestes emissions serveixen com a banc de proves per a la futura TDT. Dins de la millora de la qualitat s'ha incorporat el Betacam Digital com a format d'emissió.

4.2.4 TV digital terrestre

Al llarg del 1999 s'ha desenvolupat la infraestructura bàsica del futur servei de TV digital terrestre de Televisió de Catalunya. S'ha implementat el sistema de codificació i multiplexació de canals des del qual es fan les emissions en proves des de setembre de 1999. S'ha desenvolupat conjuntament amb el Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació i Enginyeria La Salle el sistema injector de dades, i s'han fet les primeres experiències de transmissió de serveis interactius en TDT de l'Estat, amb la posada en funcionament d'un servei d'informació d'aeroports. També està en desenvolupament el sistema de control que enllaça les continuïtats amb el sistema de codificació i que permetrà sincronitzar les informacions de servei

amb els continguts reals de la programació. Amb això, TVC es troba preparada per iniciar les emissions regulars de TDT en el moment que es consideri oportú.

4.3 TVC Data

TVC Data és el departament que publica els serveis interactius de TVC: els Teletextos dels quatre canals de televisió, així com la *web* d'Internet [TVC Online](#), que s'ha consolidat com a líder absolut de les *websites* en català, segons l'OJD, amb uns 3 milions de visites i més de 13 milions de pàgines visitades durant el 1999. El creixement entre abril i desembre de 1999, ha estat molt significatiu, un 58% en pàgines visitades i un 20,7% en visites. TVC Data també assegura la producció de subtitulació per a sords via teletext, amb més de 1.000 hores subtitulades durant el 1999.

4.3.1 Les principals novetats que ha incorporat TVC On line són:

- Ampliació de l'apartat Serveis (Aeroports -Barcelona, Palma, Madrid-), Diners, Estat de les carreteres i Servei Català d'Ocupació -Troba feina-).
- A l'apartat Comunitats, es va convocar i portar a terme el primer Concurs on line de relats curts de ficció en llengua catalana. Gràcies a la qualitat dels originals presentats, s'ha editat un llibre amb els relats guanyadors i enguany es convocarà una segona edició.
- Ampliació del nombre de Programes amb web pròpia.

El Teletext també ha incorporat les següents novetats: Servei Català d'Ocupació, informació de l'aeroport de Madrid, gràfic de l'Ibex-35 a Diners, així com serveis puntuals d'informació, com els resultats de les eleccions municipals i les eleccions al Parlament de Catalunya

L'objectiu a mig termini de TVC Data és fer possible que s'estableixi una relació *one to one* entre TVC i la seva audiència, oferint serveis personalitzats, que la diferenciïn de la competència, a través dels canals interactius: Internet, Interactius de TV digital, i WAP. L'any 1999 ha estat dedicat a crear els fonaments per fer-ho possible, invertint en *hardware*, *software* i mètodes de treball, que, no tan sols permeten millorar molt l'eficiència en la producció dels continguts, sinó també creen la base per donar servei i aconseguir la fidelitat i identificar els usuaris/clients de TVC.

Els ingressos de TVCDATA s'han doblat respecte a l'any anterior.

4.4 Recursos humans

Televisió de Catalunya disposa d'una plantilla mitjana de 1.590 treballadors, tot i que amb data de 31 de desembre de 1999, el nombre total de treballadors era de 1.613. En l'apartat de formació cal destacar les accions destinades a la implantació de noves tecnologies (administració de xarxes locals, editors no lineals, vídeo i audio digitals, nou *software* de disseny, etc.), els cursos promocionals (operadors d'imatge, ajudants de realització), els adreçats als departaments artístics o de programes i els destinats a l'àrea de prevenció de riscos laborals. S'han fet dos cursos nous de direcció d'equips de treball adreçats a persones de nivell intermedi de l'organització per millorar les tècniques de comandament.

PLANTILLA TVC A 31.12.99

DIRECCIÓ	88
TÈCNICA	539
GERÈNCIA	117
PROGRAMACIÓ	117

INFORMATIUS	290
PRODUCCIÓ	462
TOTAL	1.613



Mitjana d'edat:39,22
HOMES 63%
DONES 37%

4.5 Relacions públiques

4.5.1 Gabinet de direcció i relacions públiques

Les instal·lacions de Televisió de Catalunya han rebut la visita de més de 13.000 estudiants i un total de 45.000 persones han participat com a públic als programes realitzats als diferents platós de la cadena.

Des del mes de maig Televisió de Catalunya ha posat en funcionament el **Telèfon de l'espectador**. Trucant al número 902 20 33 33 els espectadors de Televisió de Catalunya poden donar la seva opinió, demanar informació sobre la programació, fer suggeriments, preguntes, queixes, etc. Amb vuit mesos de funcionament s'han contestat un total de 16.500 trucades.

Una altra via de comunicació amb els teleespectadors de Televisió de Catalunya són les cartes i els correus electrònics. Durant l'any 1999 s'han contestat 325 cartes i 3.200 *e-mails*.

4.6 Comercial

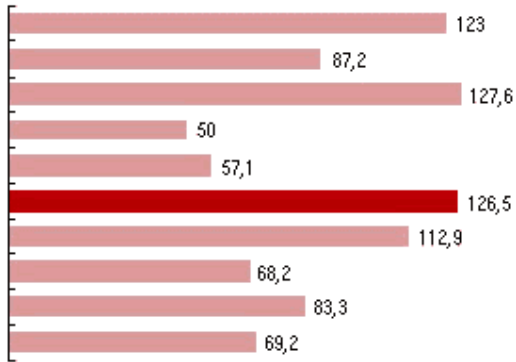
4.6.1 Departament Comercial

TVC ha obtingut el 1999 uns ingressos comercials de 21.308 milions de pessetes, xifra que representa un resultat extraordinari en un entorn tan altament competitiu. L'any 1999 el mercat ha crescut un 16% i TVC ho ha fet en un 21%.

Els bons resultats dels darrers anys s'expliquen pels motius següents:

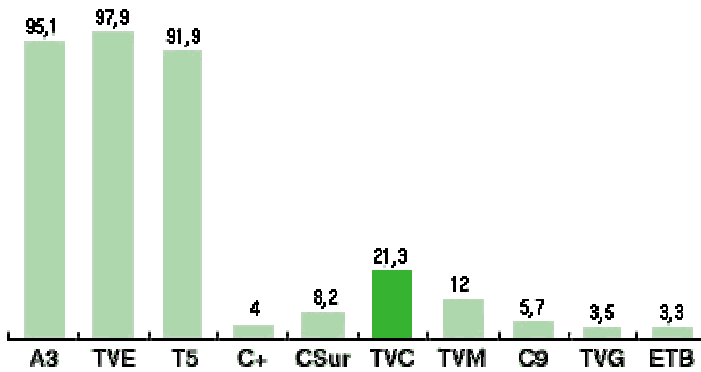
- Lideratge d'audiència editorial i d'audiència comercial.
- Televisió innovadora en promoció per a tots els *targets*.
- Seriositat i flexibilitat en les propostes comercials.
- Televisió pública amb el *rati* (quota audiència /quota inversió) més elevat del mercat.
- Posicionament de marca líder que ens permet capturar molta més inversió que altres autonòmiques en àmbits similars.

Quota d'inversió / quota d'audiència



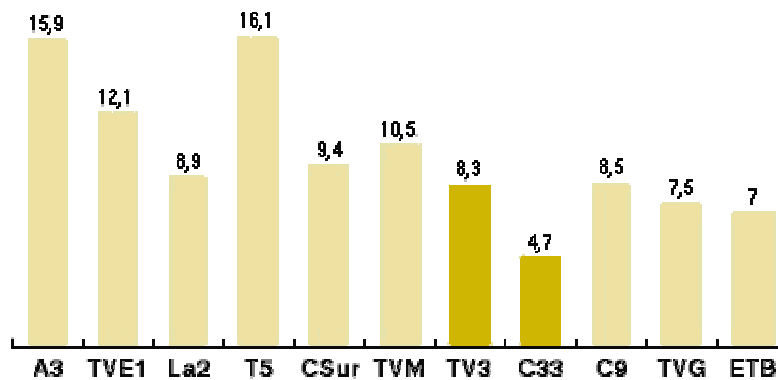
La inversió total en televisió ha estat de 343.322.600.000 pessetes (2.063.410.383,085 euros), i s'han repartit de la següent manera:

Repartiment de la inversió publicitària

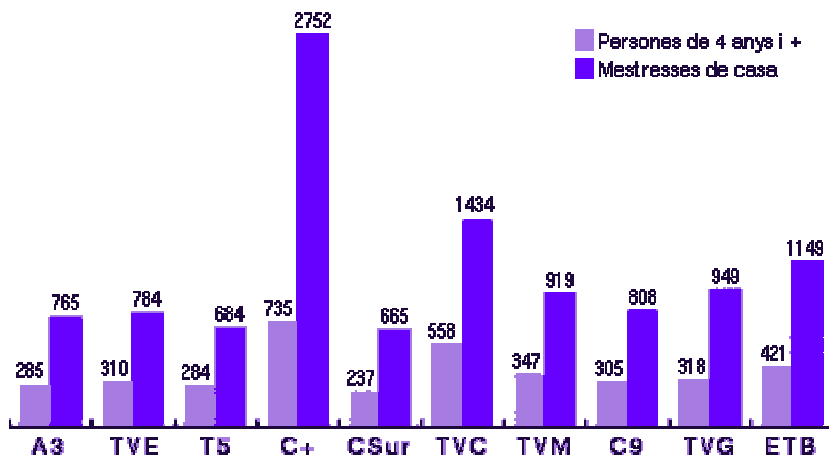


La política comercial de Televisió de Catalunya continua essent la de procurar una moderada ocupació en les seves cadenes, i ofereix un cost per impacte en el mercat més elevat que la resta de les televisions.

Índex d'ocupació



Cost per impacte per cadenes



4.7 Venda de programes

S'ha consolidat i ampliat la venda de diversos programes a televisions i plataformes espanyoles com ara TVE, Antena 3, Media Park i Televisions locals. En el pla internacional s'ha venut a diferents països d'Europa i d'Amèrica llatina i també a plataformes de distribució internacional.

Aquest any 1999, s'ha participat en les Fires Internacionals de programes següents: MIP-TV i MIPCOM a Cannes i al NATPE a New Orleans.

4.7.1 Merchandising

S'ha consolidat la *Revista dels Súpers* com a publicació mensual en català més venuda a Catalunya amb aproximadament 40.000 revistes/mes, així com la continuïtat de la *Revista Barça*.

També s'ha iniciat amb molt d'èxit la publicació amb Planeta Agostini de la *Revista d'Els Teletubbies* conjuntament amb un vídeo domèstic amb capítols de la sèrie televisiva de més audiència aquest 1999. S'ha arribat a un acord amb la BBC i Biplano per tenir participació en l'explotació de tot el *merchandising* que genera la sèrie dels *Teletubbies*.

Pel que fa al Club Super3 s'ha continuat amb el llançament de noves llicències amb la seva marca i personatges, així com la publicació de llibres, contes i quaderns amb la marca Super3.

En el camp editorial s'han editat diversos llibres com: *Darrere la Càmera* del programa 30 minuts, *L'Agenda de Malalts de tele*, *El Paisatge i la Mirada*, el *Calendari Gastronòmic*, *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*.

Dins del sector del Home Video hem editat diversos títols com, *Garfield i els seus amics*, la col.lecció de *Dragui*, *Història de Catalunya*, *Casaldàliga*, *A cor obert* i la col.lecció *Catalunya des de l'aire*, que també s'ha distribuït en format DVD.

Finalment, s'ha editat el disc recopilatori del programa "*Les 1000 i una*" (volum 1 i 2) i tres compactes basats en el programa "*Cent anys de cançons*".

4.8 Premis

La capacitat i qualitat dels programes de Televisió de Catalunya ha estat confirmada un any més amb l'obtenció de diversos premis nacionals i internacionals. Entre els més destacats hi ha:

- Primer premi del Festival Rencontres Media Nord-Sud al programa "*30 Minuts*" titulat "*Esclaus del comerç*".
- Premi Tiflos de Periodisme al programa de "*30 Minuts*", "*Mònica, un món a la mà*".

- Premi Esade de periodisme al programa "*Camí de l'euro*" ex aequo amb la secció d'economia dels serveis informatius de Televisió de Catalunya.
- Premi Bonaplata de patrimoni industrial en la categoria Difusió als reportages sobre patrimoni industrial emesos al *Telenotícies*, apartat "*La Revista*" i al programa "*Medi Ambient*".
- Premis de l'APEI Catalunya a premsa, ràdio i TV: en l'apartat de televisió ha estat premiat el programa "*Nit d'Arts*" del Canal 33 i el programa "*Malalts de tele*".
- Premi Generalitat de Catalunya a la Qualitat Social pel conjunt dels tres programes presentats: "*Entre línies*", "*Recull ONG's*" i "*Mònica, un món a la mà*".
- Premi T de Tarde (La Candileja i El laurel de Oro) que otorga l'Asociación Internacional de Prensa, Radio Televisión y Relaciones Públicas México-España, als programes "*En directe Mari Pau*" i "*Malalts de tele*".
- Premi Victor-Eutelsat a la millor direcció, al programa "*Viatge al Futbol*" concedit per Sport TV Play.
- Premi de l'empresa consultora Geca al programa "*Plats Bruts*".
- El programa "*Les coses com són*" ha quedat finalista del premis One World International Media Awards".
- Selecció com a finalista de l'International Emy Awards, el programa "*Circ, cercle d'emocions*".
- Finalistes al New York Festival amb el reportatge "*Tortura, més enllà del dolor*", de "30 Minuts", i amb el programa de promoció de La Marató de 1998.

5 TVC Multimèdia

TVC Multimèdia produeix, programa, comercialitza i distribueix tot tipus de programes audiovisuals, per a la seva distribució i explotació en l'àmbit de la difusió radiofònica, televisiva, telemàtica i altres suports multimèdia. L'edició i comercialització de revistes i publicacions periòdiques, suplementos, monogràfics, fascicles, llibres i similars, també forma part de la seva activitat.

TVC Multimèdia agrupa els següents canals: TVC Sat, TVC Internacional, Meteo i Canal Super 3.

Durant el 1999 els Serveis Audiovisuals de Meteorologia - SAM han reforçat la seva presència en tots els àmbits de demanda de continguts digitals: Internet, TV Interactiva i Televisió Digital. El Canal Méteo, que emet Canal Satélite Digital, ha reestructurat totalment la seva imatge i ha impulsat nous continguts d'actualitat, natura i viatges. A l'octubre es va posar en funcionament l'aplicació interactiva preparada per a Vía Digital i es va iniciar el desenvolupament de noves aplicacions en l'àmbit de la informació de serveis.

Pel que fa a Internet s'ha ampliat considerablement el nombre de clients que reben la informació meteorològica del SAM, entre els quals hi ha els portals i medis de comunicació espanyols més importants, com Eresmas.com, Ya.com, La Vanguardia Digital, Worldonline i el Grupo Correo.

El 1999, el SAM ha iniciat també l'expansió internacional amb la posada en marxa del servei Meteoplay a Portugal. Aquest servei permet subministrar i actualitzar informació meteorològica a distància per canals de televisió.

TVC Sat

Tipus de canal: generalista

Sistema: codificat

Emissor: Vía Digital

Àmbit d'emissió: Espanya

Hores d'emissió anuals: 6.570

TVC Internacional

Tipus de canal: generalista

Sistema: obert

Emissor: satèl.lit Astra (Europa), Hispasat (Amèrica)

Àmbit d'emissió: Europa i Amèrica

Hores d'emissió anuals: 8.760

Meteo

Tipus de canal: temàtic

Sistema: codificat

Emissor: Canal Satélite Digital

Àmbit d'emissió: Espanya

Hores d'emissió anuals: 6.570

Club Super 3

Tipus de canal: temàtic

Sistema: codificat

Emissor: Vía Digital

Àmbit d'emissió: Espanya

Hores d'emissió anuals: 9

6 Fundació la Marató de TV3

La [Fundació La Marató de TV3](#) promou, conjuntament amb Televisió de Catalunya, el programa **La Marató** i gestiona els recursos que s'hi obtenen. Aquest espai té per objectiu recaptar fons per destinar-los a la recerca científica d'excel·lència. La Fundació també promou una campanya de promoció que s'inicia mesos abans del programa, amb la intenció d'informar, conscienciar i mobilitzar els ciutadans de Catalunya sobre la malaltia que serà tractada. La Marató de TV3 s'ha convertit en l'esdeveniment mediàtic més important al nostre país.

6.1 Patronat

President: Jordi Vilajoana, director general de la CCRTV

Vice-president primer: Lluís Oliva, director de Televisió de Catalunya

Vice-president segon: Alícia Granados, Departament de Sanitat de la Generalitat de Catalunya.

Vocals:

- El president del Consell d'Administració de la CCRTV (representació rotatòria).
- Oriol Carbó, gerent de Televisió de Catalunya.
- Joan M. Clavaguera, director de Catalunya ràdio.
- Josep Lluís Cleries, Institut Català del Voluntariat.
- Manuel Feu, secretari general de la CCRTV.
- David Serrat, Comissionat per a Universitats i Recerca.
- Joan Vidal i Gaiolà, president del Centre de Cultura Popular i Tradicional de Catalunya.

Secretari, no patró: Josep Lluís Vilaseca.

Director Executiu de la Fundació: Miquel Vilar.

Comissió Assessora:

- Dra. Alícia Granados, gerent de L'Institut Català de la Salut. Coordinadora de la Comissió.
- Dr. Manel Josep Barbanj i Rodríguez, director de l'Institut Municipal d'Investigació Mèdica de Barcelona.

- Dr. Josep m. Borràs Andrés, director científic de l'Institut de Recerca Oncològica.
- Dr. Jordi Camí, director de l'Institut Municipal d'Investigació Mèdica de Barcelona.
- Dra. Mireia Espallargues, Agència d'Avaluació de Recerca i Tecnologia Mèdica. Secretària de la Comissió.
- Dr. Evarist Feliu i Frasnado, director gerent de l'Hospital Universitari Germans Trias i Pujol
- Teresa Guitart, cap de projectes especials de la Televisió de Catalunya.
- Dr. Joan R. Magdalena, president de la Fundació per a la recerca i la Docència de la Ciutat Sanitària de la Vall d'Hebron.
- Dr. Romà Pallarès, director científic de la Fundació Agustí Pi i Sunyer.
- Dr. Joan Rodés, president de la Fundació Privada Clínic per a la Recerca Biomèdica.
- Dr. Mateu Serra-Prat, responsable de la unitat de recerca de l'Agència d'Avaluació de recerca i Tecnologia Mèdica.
- Dr. David Serrat, director general de recerca del Comissionat per a Universitats i Recerca.
- Miquel Vilar, director executiu de la Fundació La Marató de TV3.

6.2 La Marató de 1999, trasplantaments d'òrgans: rècord de recaptació amb 765 milions de pessetes.

El 12 de desembre de 1999 es va celebrar la vuitena edició de La Marató de TV3 dedicada a la recerca sobre trasplantaments d'òrgans. La recaptació ha estat de 765 milions de pessetes, xifra que representa un rècord en relació a les edicions anteriors. Aquesta quantitat s'ha assolit després d'un programa de 14 hores de durada. Catalunya Ràdio ha emès un programa especial de 4 hores de durada, de 10 a 14. En aquesta edició s'ha comptat amb la col·laboració especial de 219 municipis de Catalunya que han col·laborat penjant pancartes amb el lema de la Marató. S'ha de destacar, igualment, l'adhesió d'onze companyies teatrals de Catalunya que van llegir un manifest la vigília, abans de la funció.

Especial menció mereixen els intèrprets i artistes catalans, que han fet possible el disc compacte "Música i músics amb la Marató de TV3", gràcies a la cessió dels seus drets. L'import obtingut per la seva venda ha incrementat la xifra de recaptació. Enguany també cal remarcar la importància de la *web* de la Fundació, a través de la qual s'ha obtingut una recaptació de 4.500.000 pessetes, mitjançant 594 donatius. També cal destacar que el 1999 s'ha començat a publicar la Revista de la Fundació La Marató de TV3, que, amb una tirada de 50.000 exemplars de distribució gratuïta, informa amb detall sobre la Marató i la distribució dels recursos obtinguts.

6.3 Xifres i dades de la Marató

5 seus:

Barcelona, annex del Palau Sant Jordi i Hall de TV3

Girona, Recinte Firal

Lleida, Sala Víctor Ciurana de la UdeL

Tarragona, Cobert 1 del Moll de Costes

Organització:

700 línies telefòniques, més 5 línies internacionals i un total de 137.369 trucades

3500 voluntaris coordinats per l'Institut Català del Voluntariat

226 empreses col·laboradores a tot Catalunya

Promoció i difusió:

1.728 conferències divulgatives a centres escolars i diverses entitats de 41 comarques i 279 municipis, amb 110.375 participants

78 metges conferenciants
 2.490 actes diversos de suport i col·laboració per tot Catalunya, amb 498.000 participants
 3.000 còpies del vídeo de promoció
 60.000 cartes a entitats i mitjans de comunicació locals
 50.000 fullets
 5.000 xapes
 1.380 banderoles
 300 opis
 322 pancartes
 4.500 cartells
 70.000 fulls informatius repartits per AUCAT
 6.000 CD
 19.538 pàgines visitades de la nostra *web*
 1.379 entrades a Educalia, comunitat virtual col·laboradora de la Marató

6.4 Projectes de recerca de l'edició de 1998

El 29 d'octubre de 1999 el Patronat de la Fundació La Marató de TV3 va aprovar els projectes de recerca sobre diabetis i altres malalties metabòliques (tema dedicat a la Marató de 1998) que eren mereixedors d'ajut, la relació dels quals està publicada a la *web* de la Fundació. S'hi van presentar 126 projectes i n'han estat premiats 37, entre els quals s'han repartit 551.316.084 pessetes.

El dia 24 de novembre es va fer el lliurament dels documents acreditatius dels ajuts en un acte acadèmic fet a Tarragona, al Paraninf de la Universitat Rovira i Virgili.

Des del 1992, Televisió de Catalunya organitza La Marató de TV3, dedicada cada any a promoure la investigació de diferents malalties:

6.5 Historial de la Marató

1992	Leucèmia	204 milions
1993	Síndrome de Down	392 milions
1994	Càncer de mama i de còlon	505 milions
1995	Malalties cardiovasculars	339 milions
1996	Malalties neurològiques	683 milions
1997	Malalties genètiques hereditàries	689 milions
1998	Diabetis i altres malalties metabòliques	655 milions
1999	Trasplantaments d'òrgans	765 milions

7 CCRTV Serveis Generals

CCRTV Serveis Generals integra l'Àrea de Sistemes d'Informació (ASI), el Departament d'estudis i relacions internacionals, la Unitat de gestió de control i risc, i el Servei d'Assessorament Lingüístic.

7.1 Recursos humans (a 31/12/99)

TOTAL: 61
 Homes: 70%
 Dones: 30%
 Mitjana d'edat: 35,8

7.2 ASI (Àrea de Sistemes d'Informació)

Un dels aspectes tinguts en compte aquest any ha estat el de les actuacions realitzades per tal de minimitzar l'impacte de l'efecte 2000. El procés d'anàlisi va iniciar-se l'any 1998 i, d'acord amb el pla previst, l'any 1999 s'ha substituït el maquinari

previst i s'ha fet una maqueta significativa dels elements crítics de la instal·lació. Un altre dels projectes genèrics iniciats el 1999 ha estat l'anomenat Plataforma 2000. L'objectiu d'aquest és fer la instal·lació de la plataforma de treball amb sistema operatiu de 32 bits a les persones que encara no en disposen (80% dels usuaris). L'ASI ha participat en els operatius muntats a TVC i Catalunya Ràdio per a les retransmissions especials de les eleccions aportant i mantenint, en el primer cas, el sistema informàtic de suport a la recepció de les dades i l'elaboració dels gràfics. Entre les moltes actuacions dutes a terme durant el 1999, destaquen: l'elaboració del programari RHIN (reursos humans i nòmina); la posada en funcionament a TVC de l'aplicatiu PARE (planificació de recursos), que permet la planificació dels recursos humans i tècnics que participen en la producció de programes d'Informatius, esports i producció pròpia; la instal·lació de quatre nous llocs de treball (Wintep), que permeten la interacció entre els magnetoscopis de visionat i la gestió documental d'imatges mitjançant el PC, cosa que facilita en gran mesura la posterior edició digital.

7.3 Departament d'estudis i relacions internacionals

La Corporació Catalana de Ràdio i Televisió ha organitzat, juntament amb el Parlament de Catalunya, la tercera edició de les **Jornades Parlamentàries sobre mitjans de comunicació audiovisual**, dedicades en aquesta ocasió al tema "Model i finançament de les televisions públiques europees. Catalunya dins el marc europeu". Han participat, entre altres, representants de la BBC i de les televisions públiques alemanya, danesa i irlandesa, a més de representants de productores privades i d'experts en temes legals.

El 1999 la CCRTV ha cooperat per segon any consecutiu amb **News World**, mercat internacional de programes informatius i de tecnologia del sector, que es celebra a Barcelona el mes de novembre. En el marc d'aquesta trobada professional, el Departament d'estudis i relacions internacionals ha coorganitzat, juntament amb Televisió de Catalunya, el *workshop* "La Mediterrània, cruïlla de civilitzacions", debat que pretenia explicar la diversitat cultural, religiosa, econòmica i política dels països de l'àrea mediterrània.

Coincidint amb el *News World*, la CCRTV ha concedit els novens **Premis Actual**, que premien el millor reportatge de periodisme d'acció o de risc d'àmbit internacional i el millor reportatge realitzat pels nous valors del sector audiovisual català.

El **Premi Actual Internacional** s'ha concedit *ex aequo* als reportatges "Jung in the land of Mujhaedin" (Guerra a la terra dels Mujhaedin), realitzat per un equip del canal italià Rai 3, i "Guerrilla warfare in Colombia, the gun powder law" (Colòmbia, la pau en armes), realitzat per la Televisió Suïssa Romanda.

El **Premi Actual Catalunya** ha estat per al reportatge "La Palomar", realitzat per Isabel Miquel, de Barcelona Televisió, en el qual s'intenta una aproximació al fenomen okupa. El Departament d'estudis i relacions internacionals ha mantingut la seva activitat de representació de la CCRTV en organismes internacionals com Circom, organització que agrupa unes quatre-centes ràdios i televisions públiques europees, CMCA (Centre Mediterrani de Comunicació Audiovisual), Eurovisioni i Institut Europeu de la Comunicació.

7.4 Unitat de gestió de control i risc

La unitat de gestió de control i de risc té com a missió donar suport en l'avaluació de riscos i en la prioritització d'accions de millora que els responsables operatius creguin necessàries.

El 1999 s'ha posat en marxa el Pla de Seguretat Corporatiu, iniciativa sorgida després de detectar l'increment dels riscos generats per l'augment del grau de dependència que les empreses de la CCRTV tenen dels sistemes d'informació i de l'increment mateix de l'ús de les tecnologies de la informació.

La informació és un dels patrimonis més valuosos d'una empresa i, com a tal, cal protegir-la dels perjudicis, de les pèrdues, de l'accés de persones no autoritzades i de la possibilitat que se'n faci un mal ús.

Les accions del Pla de Seguretat Corporatiu es resumeixen en els següents apartats:

- Realització d'una classificació de la informació per protegir i preservar les dades i la informació estratègica per a l'entitat, tant si estan en els sistemes d'informació com si es troben en altres suports.
- Compliment de la LORTAD, declaració de fitxers amb dades personals i elaboració dels manuals de seguretat corresponents.
- Establiment i implantació en l'organització d'una política de seguretat de sistemes d'informació: manuals de normes de seguretat, de funcions i procediments de control informàtics, de funcions i procediments dels usuaris, etc.
- Realització d'un Pla de Contingència per aconseguir una restauració progressiva dels serveis de negoci afectats per una paralització total o parcial de la capacitat operativa de la informàtica.
- Millora del control d'accés lògic a tots els entorns.
- La seguretat física de control d'accés del centre de processament de dades, formalitzar els procediments i l'administració de les bases de dades corporatives, etc.

Per tal de portar endavant el Pla de Seguretat Corporatiu i fer efectiu el seu seguiment correcte i complet, s'ha creat el Comitè de Seguretat, presidit pel secretari general de la CCRTV i format per representants de les empreses filials i la pròpia CCRTV. Al llarg de l'any 1999 s'han reunit aproximadament 25 grups de treball amb una mitjana de quatre persones per grup. S'han iniciat disset de les quaranta-vuit accions que componen el Pla i se n'han conclòs pràcticament sis.

La planificació del pla preveu, en principi, una durada de 3 anys, acabat el qual es comprovarà tant la idoneïtat com el correcte funcionament de totes les actuacions.

8 Catalunya Ràdio

Catalunya Ràdio

Tipus d'emissora: generalista

Any de creació: 1983

Àmbit d'emissió: Catalunya

Hores d'emissió anuals: 8.760

Catalunya Informació

Tipus d'emissora: informativa

Any de creació: 1992

Àmbit d'emissió: Catalunya

Hores d'emissió anuals: 8.760

Catalunya Música

Tipus d'emissora: musical

Any de creació: 1987

Àmbit d'emissió: Catalunya

Hores d'emissió anuals: 8.760

Catalunya Cultura

Tipus d'emissora: Cultural

Any de creació: 1999

Àmbit d'emissió: Catalunya

Hores d'emissió anuals: 8.760

Web de Catalunya ràdio

www.catràdio.com

Any de creació: 1998

visites 1999: 298.763

Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio

745.000 oients diaris

1.392.406.000 d'ingressos per publicitat

En un període marcat per l'increment de l'oferta radiofònica en català, Catalunya Ràdio ha continuat liderant el sector en els mateixos aspectes de sempre, qualitat, creativitat i audiència. I és en aquest últim eix en el que ha refermat la seva posició d'emissora capdavantera a l'espai comunicacional dels Països Catalans, amb 745.000 oients diaris. La competitivitat continua essent, doncs, la característica essencial de la nostra raó de ser.

En aquest marc de servei públic ha nascut dins el grup d'emissores de la CCRTV, el nou canal Catalunya Cultura, un aparador obert a les tendències culturals de casa nostra i un agent dinamitzador de l'activitat cultural que s'importa i s'exporta. El canal ha cobert el buit que va deixar RAC 105, la ràdio fórmula musical que va passar a mans privades a finals del 98.

L'èxit d'audiència de les emissores del grup ha repercutit lògicament en els ingressos per publicitat. Així, el 1999, Catalunya Ràdio ha incrementat notablement aquests ingressos fins a superar els 1.390 milions de pessetes, xifra rècord a la història de l'emissora.

De manera molt especial, les noves tecnologies han tingut un paper rellevant per fer-nos més competitiu.

La *web* de Catalunya Ràdio, en funcionament des de fa tres anys, ha experimentat més consultes que mai i s'ha consolidat com el cinquè canal del grup. La interactivitat ha fet d'aquest canal una eina cada dia més eficaç per traslladar el nostre producte radiofònic més enllà de les fronteres catalanes.

Finalment, hem impulsat la implantació a l'Estat espanyol de la Ràdio Digital Terrenal, DAB, des d'un doble vessant: participant a la Junta directiva del Foro DAB, i emetent, en període de proves, des del Centre de Collserola, les quatre programacions de les emissores de la Corporació.

LÍDERS D'AUDIÈNCIA GRUP D'EMISSORES DE CATALUNYA RÀDIO

Acumulat de febrer a novembre 1.999 Laborables

BASE: individus a Catalunya

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)

Total oients ràdio 3.225

Grup d'emissores de Catalunya Ràdio 245

Grup d'emissores de Catalunya Ràdio (23%)



Resta (77%)

PERFIL EMISSORES DE DILLUNS A DIVENDRES

FONT: EGM ACUMULAT FEBRER A NOVEMBRE DE 1999

AUDIÈNCIA TOTAL	Total Ràdio	%	Catalunya Música	%	Catalunya Ràdio	%	Catalunya Informació	%	Catalunya Cultura	%
Sexe										
Home										
Dona	3225	100	29	100	559	100	136	100	21	100
Rol familiar										
Mestressa de casa	1704	53	20	69	340	61	91	67	12	57
Cap de família	1522	47	9	31	219	39	45	33	9	43
Altra situació										
Classe social										
Alta	1054	33	10	34	180	32	42	31	6	29
Mitjana alta	1203	37	19	66	260	47	73	54	11	52
Mitjana mitjana	1186	37	3	10	159	28	30	22	7	33
Mitjana baixa	401	12	13	45	99	18	22	16	0	0
Baixa	599	19	4	14	149	27	31	23	5	24
Edat										
14 a 19	1567	49	6	21	225	40	62	46	10	48
20 a 24	581	18	5	17	78	14	21	15	5	24
25 a 34	78	2	0	0	8	1	0	0	0	0
35 a 44	262	8	0	0	16	3	1	1	0	0
45 a 54	384	12	0	0	63	11	11	8	4	19
55 a 64	713	22	4	14	109	19	26	19	6	29
65 i més	551	17	5	17	107	19	32	24	4	19
Estat civil										
Casat	487	15	6	21	89	16	29	21	1	5
Divorciat	343	11	4	14	64	11	17	13	2	10
Vidu	485	15	10	34	110	20	21	15	4	19
Solter										
Solter	1808	65	20	69	356	64	98	72	13	62
Nivell d'instrucció										
No sap llegir	75	2	0	0	6	1	1	1	0	0
Sense estudis	138	4	3	10	27	5	2	1	2	10
Primaris	1205	37	6	21	170	30	36	26	5	24
EGB/Batx. elemental	31	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Bup/Cou/Form.	104	3	0	0	6	1	2	1	0	0
Profes.	229	7	0	0	30	5	10	7	0	0
Tit. mitjà/ Diplomata	1239	38	7	24	198	35	41	30	12	57
Títol superior	1126	35	8	28	184	33	44	32	7	33
Hàbitat										
-de 2.000	231	7	5	17	71	13	23	17	1	5
2. a 10.000	265	8	8	28	71	13	17	13	0	0
10. a 50.000	127	4	2	7	66	12	6	4	2	10
50. a 500.000	424	13	7	24	102	18	42	31	2	10

Capitals	747	23	3	10	19	21	25	18	6	29
Província	868	27	4	14	88	16	25	18	7	33
Barcelona	1060	33	13	45	184	33	38	28	4	19
Girona										
Lleida	2562	79	23	79	366	65	108	79	9	43
Tarragona	238	7	1	3	72	13	17	13	5	24
Capitals de	162	5	3	10	60	11	1	1	0	0
Província	263	8	2	7	61	11	19	7	7	33
Barcelona										
Girona	887	28	9	31	155	28	30	22	2	10
Lleida	53	2	1	3	13	2	6	4	2	10
Tarragona	51	2	3	10	11	2	0	0	0	0
Coneixements del català	69	2	0	7	5	1	3	2	0	0
No l'enten	52	2	0	0	0	0	0	0	0	0
L'enten però no el parla	573	18	0	0	5	1	11	8	0	0
L'enten i el parla	2600	81	29	100	554	99	126	93	21	100
N.s./n.c.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Idioma familiar preferent	1328	41	25	86	465	83	91	67	16	76
Català	360	11	4	14	47	8	15	11	0	0
Català/Castellà	1499	46	0	0	44	8	30	22	5	24
Castellà	33	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Altres	6	0	0	0	1	0	0	0	0	0
N.s./n.c.										

8.1 Recursos humans

Total:372 persones

Homes: 57%

Dones:43%

Mitjana d'edat: 36 anys

8.2 Catalunya Ràdio

8.2.1 Programes

L'any 1999 ha estat un any de canvis en la programació de Catalunya Ràdio. La voluntat de donar un nou rumb a alguns espais i l'esperit de competir amb la resta d'emissores amb les mateixes armes han fet que la graella de Catalunya Ràdio hagi variat notablement en algunes franges importants.

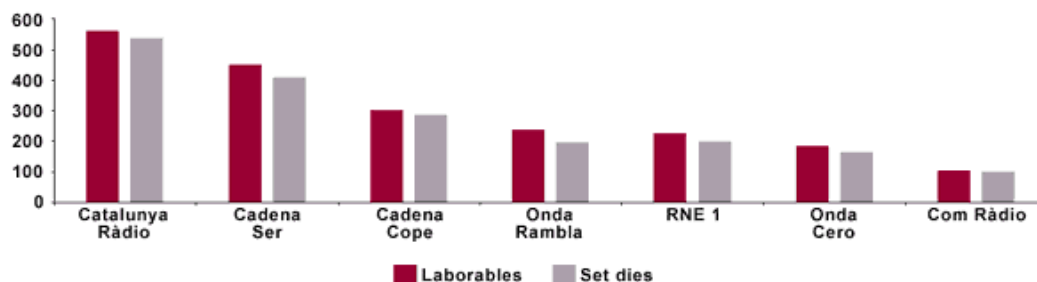
L'èxit dels programes més emblemàtics i la millora que ha suposat la introducció d'algunes modificacions han fet que Catalunya Ràdio torni a ser el 1999 l'emissora més escoltada del país amb 559.000 oients (EGM audiència acumulada any 1999, de dilluns a divendres). Aquesta dada, ja satisfactòria per si mateixa, encara ho és més si es té en compte que el lideratge de Catalunya Ràdio encara és més patent, ja que augmenta la diferència sobre el seu competidor més immediat fins als 109.000 oients. Segons dades de l'EGM el programa més escoltat de Catalunya torna a ser "*El matí de Catalunya Ràdio*", amb una audiència acumulada de 317.000 oients diaris, fet que ha permès que, per primera vegada, Catalunya Ràdio obtingui el lideratge d'audiència a Catalunya dels magazins del matí i de tarda. Els programes "*Diagonal*" i "*Versió original*" aconseguixen una audiència acumulada de 76.000 oients

CATALUNYA RÀDIO I LES PRINCIPALS EMISORES CONVENCIONALS

Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)

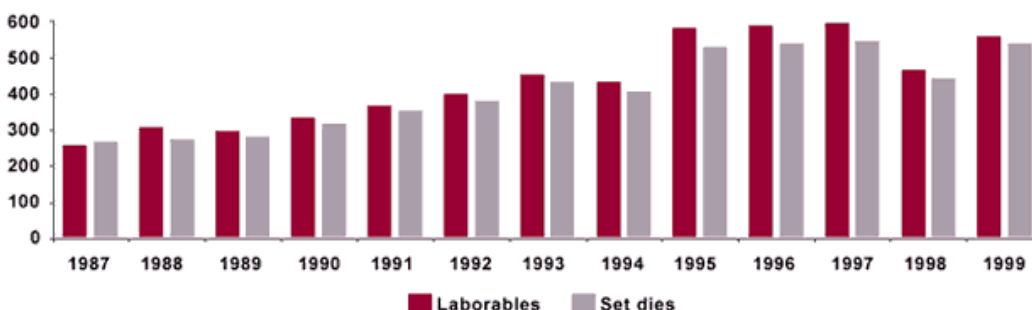


EVOLUCIÓ DE LES EMISORES DE CATALUNYA RÀDIO `87 A `99

Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)



Una de les claus de l'èxit ha estat la magnífica acceptació que té entre el públic tota l'oferta radiofònica matinal. Des de les 6 del matí fins a les dues del migdia, la programació de Catalunya Ràdio no té competència. També cal destacar les importants millores en altres franges. La tarda ha estat una de les més valorades, i durant aquest any el magazín "*Diagonal*" que va estar en antena de 4 a 6 durant la temporada 98/99 i "*Versió original*" que l'ha substituït a la temporada 99/00 de 4 a 7 de la tarda, han aconseguit augmentar l'audiència. Altres programes que han millorat considerablement la seva implantació han estat "*El Suplement*", el magazín de cap de setmana, dirigit per Xavier Solà, "*Els viatgers de la gran anaconda*" amb Toni Arbonès i "*No ho diguis a ningú*" l'espai esportiu de la mitjanit, que encapçala Jordi Basté. Tot això sense oblidar les retransmissions esportives del FC Barcelona que, de la mà de Joaquim Maria Puyal, continua essent un referent obligat en el panorama esportiu del nostre país i amb una audiència consolidada.

L'altre argument que ha estat fonamental per aconseguir aquests bons resultats és la presència al carrer. Si l'any 98 es va iniciar la política en aquest sentit, el 1999 s'ha mantingut fidel i amb força èxit. En total s'han fet 33 programes fora dels estudis i de cara als oients disseminats per diferents territoris del país (fins i tot a l'Alguer).

Si l'any 97 la quota d'audiència de Catalunya Ràdio va ser del 21.0 per cent, l'any 99 ha pujat fins al 23.8 per cent. Aquest augment de més de 2 punts és substancial i indicador que la línia de treball és bona.

8.2.2 L'estímul de la competència

La creació de nous projectes de ràdio en català i la futura reestructuració del panorama radiofònic del país han tingut una incidència directa en la nostra programació. Això, que sempre pot ser motiu de preocupació, té també una part afalagadora quan constatem que Catalunya Ràdio és el principal referent d'aquestes noves propostes i els seus professionals els més desitjats.

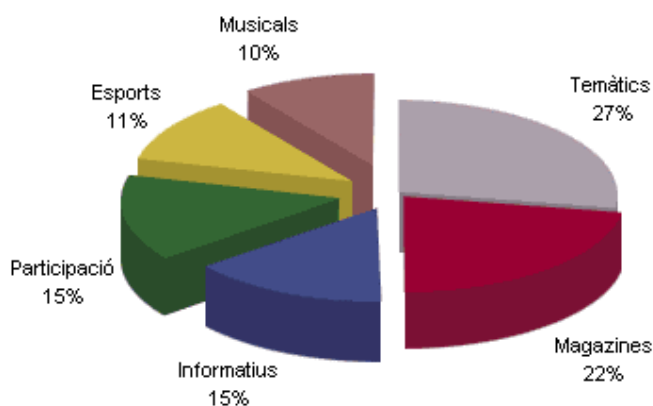
Davant d'aquesta nova etapa que s'obre, Catalunya Ràdio ha decidit augmentar la presència en antena dels espais que més prestigi ens han donat: els informatius, els esports i els magazins, aquests últims amb una especial atenció a l'entreteniment. El matí a d'evolucionar des de la informació estricta a primera hora, fins a uns espais més socials a l'hora de dinar; la tarda ha de ser lúdica per excel·lència, la nit esportiva i íntima i el cap de setmana amè, participatiu, esportiu i musical.

Pel que fa a Internet, l'any 99 ha estat l'any del disseny de la que serà la pàgina *web* de Catalunya Ràdio al 2000. Amb més d'un milió de visitants com actiu a exposar, la nova *web* tindrà com a objectiu millorar els serveis, augmentar la interactivitat i retroalimentar l'audiència telemàtica amb l'audiència hertziana. Tecnologia punta, més informació, més opcions, més participació i més productes amb la qualitat i el segell inconfusible de Catalunya Ràdio, juntament amb les opcions ja existents de ràdio en directe i ràdio a la carta, seran les armes per aconseguir que la nova *web* estigui altra vegada al capdavant de les pàgines de ràdio del nostre país.

8.2.3 Tipus de programes de Catalunya Ràdio

Programes	Hores d'emissió	Percentatge
Informatius	1.279	14,6
Esportius	973	11,1
Magazins	1.961	22,3
Programes participació	1.279	14,6
Musicals	871	9,9
Temàtics divulgatius i d' autor	2.397	27,3
Total	8.760	100,0

Distribució programació Catalunya Ràdio



8.2.4 Premis

Un any més, oients i institucions han volgut reconèixer la feina ben feta de la nostra emissora i dels nostres programes i han concedit al magazín de cap de setmana "*El Suplement*", el Premi Òmnium Cultural al millor programa de ràdio.

8.2.5 Els Esports

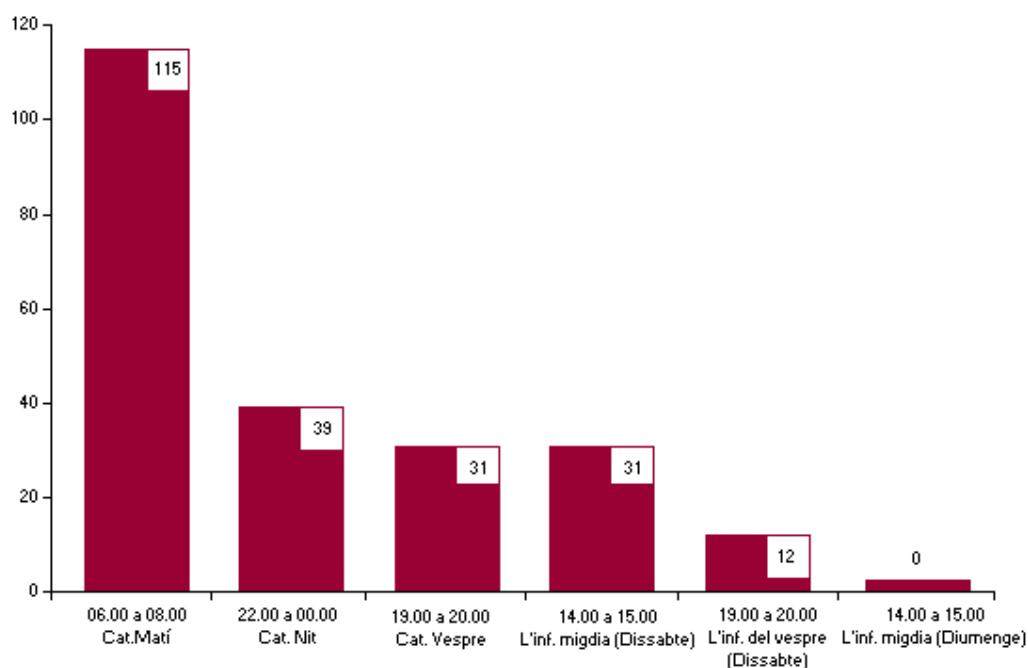
Els programes del Departament d'esports són un referent dins del món esportiu català. Durant l'any 1999 s'han mantingut els programes ja assentats com "*L'esport al punt*", "*Força esports*" i "*No ho diguis a ningú*" en les franges de migdia, tarda i nit respectivament, i "*La jornada*", els caps de setmana, on s'inclouen les retransmissions dels partits de lliga del Barça, l'Espanyol i la UE Lleida.

L'any 1999 el departament d'esports ha incorporat Joan Creus, que just després de deixar la pràctica activa del bàsquet, participa en les retransmissions dels partits aportant-hi la seva experiència i els seus comentaris tècnics. Els esdeveniments tradicionals del calendari internacional, també s'han seguit de prop: el campionat del món de motociclisme, amb dos pilots catalans —Alex Crivillé i Emili Alzamora— com a campions del món, el Tour de França, la Vuelta, la Setmana Catalana i la Volta, el Mundial d'Atletisme a Sevilla, el centenari de l'Espanyol, amb una programació especial, Roland Garros, Wimbledon i les principals actuacions dels esportistes catalans.

8.2.6 Serveis Informatius

Durant l'any 1999 s'ha continuat amb la consolidació del model informatiu de Catalunya Ràdio combinant les ofertes dels informatius de Catalunya Ràdio amb Catalunya Informació. Sense voler entrar en competència, aquesta doble oferta continua incorporant nous oients a les nostres emissores. D'una banda, els informatius de Catalunya Ràdio continuen essent, en la majoria de les franges, els més escoltats del país. D'altra banda, segons els últims informes d'audiència, Catalunya Informació ha consolidat la xifra d'uns 150.000 oients, segons dades de l'EGM.

Audiència acumulada dels programes informatius de Catalunya Ràdio



Catalunya Ràdio al món

Catalunya Ràdio té corresponsals a les principals capitals del món.

- Brussel·les: Carme Colomina
- Washington: Diana Negre
- París: Montserrat Casals
- Londres: Anna Cortadas
- Frankfurt: Joan Esteller

- Roma: Eduard Rubió
- Moscou: Lurdes Garcia
- Mèxic: Elisabet Sabartés
- Nova York: Montse Vendrell

Delegacions

Girona, Lleida, Tarragona, Madrid, Vielha

Corresponsalies a Espanya

València, Illes Balears

8.2.7 Comercial

L'activitat de l'àrea Comercial durant l'any 1999 s'ha centrat en potenciar al màxim Catalunya Ràdio, incrementar els anunciants a Catalunya Informació i buscar patrocinadors per a la nova emissora Catalunya Cultura

La inversió global publicitària en ràdio, tot i ser el segon mitjà en audiència, continua perdent participació de mercat, passant del 9,8% el 1995 al 9,3% actual. Comparat amb televisió i premsa, que són els mitjans amb més creixement publicitari, hauríem de fer diverses lectures, però la més important és que les agències no planifiquen aquest mitjà tenint en compte la seva penetració en el mercat i d'altra banda els creatius no pensen en la ràdio.

No obstant aquestes dades, la inversió publicitària a les nostres emissores ha batut el seu propi rècord, amb més de 1.392 milions de pessetes, i ha experimentat un creixement superior a la mitjana del mercat radiofònic. Aquestes dades s'han de valorar encara més si tenim en compte el canvi que s'ha produït en una de les emissores del grup, que de ser una ràdio-fórmula musical en format per a gent jove ha passat a ser una emissora especialitzada en cultura per a un tipus d'oient totalment diferent.

No obstant això el tancament de l'any ha estat francament bo, amb un increment de la facturació bàsicament a Catalunya Ràdio i Catalunya Informació, tant en nous anunciats com també amb la recuperació d'alguns habituals a RAC 105.

La comercialització de Catalunya Cultura no ha estat exempta de la problemàtica que envolta la creació d'una nova emissora en format especialitzat i per a un tipus de públic molt concret. És per aquest motiu que les audiències no han assolit uns mínims que permetessin comercialitzar com teníem previst l'emissora. Dins d'aquest context cal tenir molt present el desenvolupament de les audiències per poder aconseguir un lloc entre els oients de ràdio i al mateix temps en el mercat publicitari.

Pel que fa a les previsions de futur hem de ser optimistes malgrat la competència de ràdio convencional en català posada en marxa el 2000, que podria repercutir de forma significativa en els nostres ingressos, en augmentar el nombre de canals disponibles per part dels anunciants.

Vendes 1995/1999 (en milers)	
1995	927.694
1996	1.002.996
1997	1.145.309
1998	1.302.307
1999	1.392.406

8.2.8 Àrea Tècnica

S'ha executat la tercera fase, juntament amb el Centre de Telecomunicacions, del Pla d'Ampliació de la Cobertura de la xarxa de difusió de Catalunya Ràdio, amb la posada en marxa de nous reemissors.

Amb les freqüències, d'ús exclusiu de Catalunya Ràdio, per als enllaços mòbils aconseguides l'any 1998, s'ha realitzat, conjuntament amb el Centre, el projecte inicial de cobertura a 180 Mhz de tot el territori de cobertura de les nostres emissions.

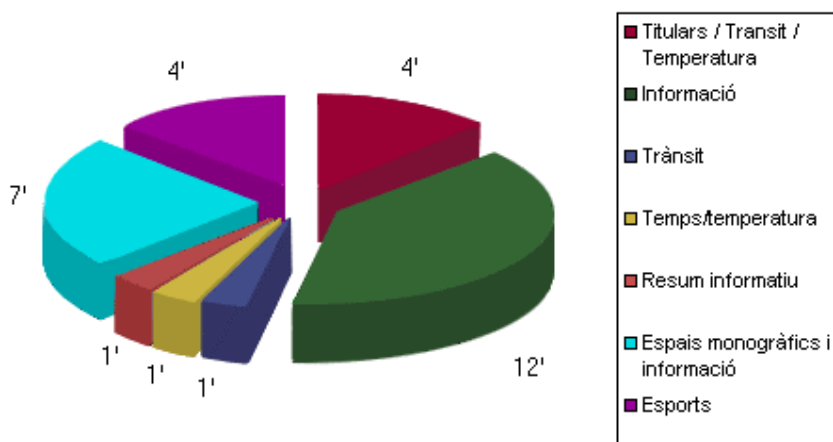
L'equipament dels serveis d'exterior ha estat objecte de millora amb la incorporació de nous materials i elements de PA, així com la construcció, disseny i muntatge de noves unitats mòbils i el nou estudi mòbil de Catalunya Ràdio. Cal fer una menció especial a aquest fet, donada la magnitud de la inversió i la importància operativa. S'ha continuat amb el procés iniciat l'any 95 d'implantació de l'àudio digital amb la incorporació de nous terminals, i amb la seva extensió a la producció de programes com a font de sintonies i *jingles*. L'estudi i la realització de l'estratègia de canvi a la nova versió client-servidor ha estat objecte de la nostra activitat.

En el capítol de noves tecnologies cal remarcar l'ampliació del servei XDSI per a les connexions i contribucions en directe, en substitució de les actuals línies microfòniques. El seu ús ha suposat un estalvi important, alhora que s'ha guanyat en flexibilitat i qualitat tècnica de so.

8.3 Catalunya Informació

Catalunya Informació, l'emissora de 24 hores de notícies, ha incorporat nous espais que han definit i consolidat la seva oferta informativa. Cal destacar el nou servei de trànsit des de l'helicòpter. De dilluns a divendres, des de quarts de vuit fins a les nou, s'informa amb exactitud de la situació del trànsit a les carreteres i autopistes de Catalunya des de l'helicòpter de Catalunya Ràdio.

Estructura del bloc informatiu

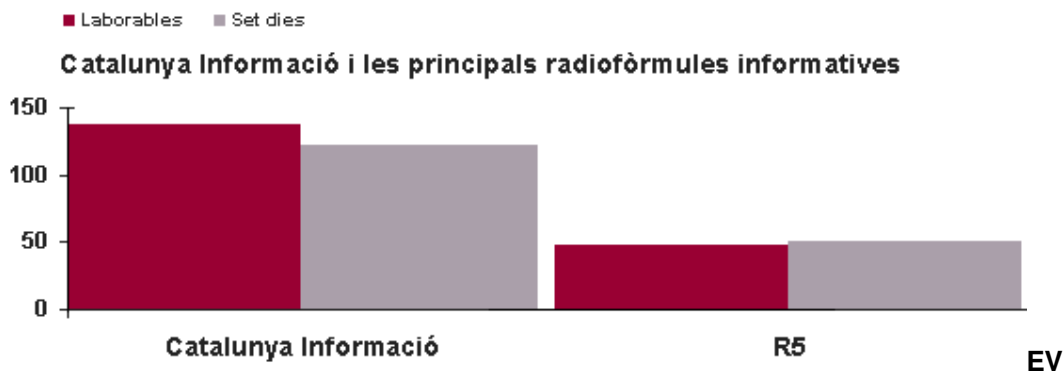


CATALUNYA INFORMACIÓ I LES PRINCIPALS RADIOFÒRMULES INFORMATIVES

Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)

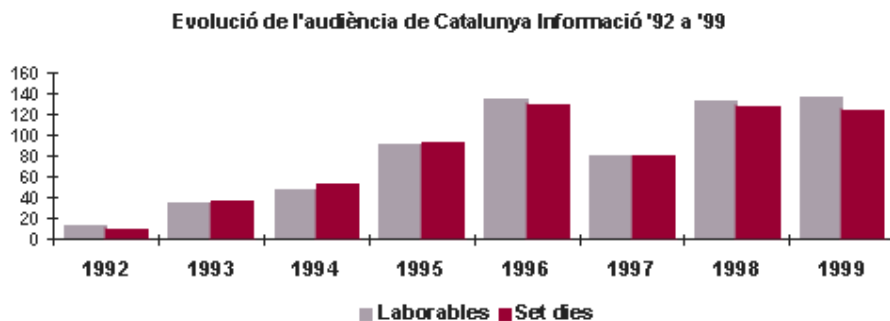


OLUCIÓ DE L' AUDIÈNCIA DE CATALUNYA INFORMACIÓ

Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)



L'oferta de Catalunya Informació es basa en tres eixos:

- **l'última hora cada quinze minuts:** cada quart d'hora, als titulars i als recordatoris es repassa el més nou i important del moment.
- **la ràdio servei:**
 - el trànsit cada quinze minuts a les hores punta.
 - les temperatures actualitzades en connexió amb els centres de meteorologia.
 - les borses i els principals índex econòmics del moment
- **l'aprofundiment:** per mitjà dels suplementos, ja siguin diaris o setmanals.

8.3.1 Els suplementos

Tenen una durada d'entre tres i deu minuts, i es repeteixen entre dues i cinc vegades al dia.

8.3.2 Espais diaris

L'Informatiu comarcal (20:00-20:30). 30 minuts d'informació local i comarcal en règim de desconnexió des de les delegacions de Barcelona, Tarragona, Lleida i Girona.

Meddia Aranès (12:00-13:00, i en repetició 19:00-20:00). Una hora d'informatiu i magazín en llengua aranesa per als residents a la Vall d'Aran.

La música. La crítica musical d'Albert Puig.

La forquilla. La gastronomia i la restauració.

Sentits. L'agenda cultural.

Mapamundi. El suplement d'informació internacional.

Revistes de premsa. Resums de la premsa internacional, espanyola, catalana, comarcal i econòmica.

Borsa. Cotitzacions borsàries.

Sort. Resum dels sorteigs.
Esport. Reportatges esportius.

8.3.3 Espais setmanals

Europa. L'actualitat comunitària
L'índex. L'economia a fons.
Intro. Ciència i tecnologia.
Secret sumari. Actualitat jurídica i judicial.
Diagnòstic. L'espai de salut i sanitat.
Travelling. Estrenes de cinema.
Neu. Estat de les pistes d'esquí (només a l'hivern).

8.3.4 Espais de cap de setmana

Sardanes. Agenda sardanística.
L'entrevista del diumenge. 15 minuts d'entrevista amb un protagonista de l'actualitat.
Cultura. Novetats musicals i literàries.
El Parlament. L'activitat setmanal de la cambra legislativa catalana. Dins d'aquest àmbit, cal afegir que Catalunya Informació ofereix en directe tots els debats de política general del Parlament i del Congrés dels Diputats, les compareixences parlamentàries del president de la Generalitat i del president del govern central, i també retransmet les sessions parlamentàries més destacades.

8.4 Catalunya Música

L'any 1999 ha estat per a Catalunya Música un any de renovació. Si bé els continguts s'han mantingut gairebé invariables, la graella de programació ha sofert canvis importants amb la intenció de potenciar la participació de l'oient i de fer més coherent l'oferta musical que es proposa durant la setmana. Així, s'ha augmentat en dies i hores els espais de participació directe del públic.

La diferenciació per franges horàries de música de tota mena, contrastada però coherent, i els espais de música especialitzada són àmpliament acceptats per l'audiència.

D'aquesta manera hem mantingut espais dedicats a la música antiga, barroc, romàntica, de cambra, òpera i opereta, sarsuela, música coral, contemporània, electroacústica, de cinema i de jazz; juntament amb espais dedicats a la divulgació musical per a estudiants de totes les edats, d'entrevista personal, de debat sobre temes musicals d'interès i entrevistes en profunditat als compositors actuals. Tot això, sense oblidar els músics i la música de Catalunya i amb una menció especial a la difusió de l'obra dels joves intèrprets i compositors catalans.

L'any 1999 ha estat també per a Catalunya Música un any per al retrobament amb un dels espais més estimats: el Gran Teatre del Liceu.

Pel que fa a la retransmissió en directe, hem estat presents com en anys anteriors a les temporades del Liceu, dels Amics de l'Òpera de Sabadell, de la Jove Orquestra Nacional de Catalunya, de l'Orquestra Simfònica del Vallès i en altres concerts fora de temporades estables.

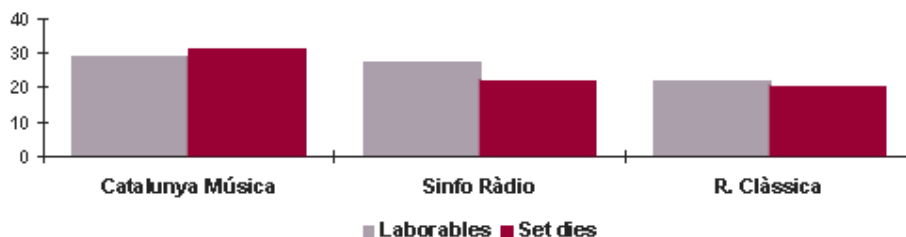
La programació escrita s'ha continuat oferint al públic a través de les pàgines centrals de la revista "Catalunya Música/Revista Musical Catalana", a Internet i al teletext.

CATALUNYA MÚSICA I PRINCIPALS RADIOFÓRMULES DE MÚSICA CLÀSSICA Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)

Catalunya Música i principals radioformules de música clàssi

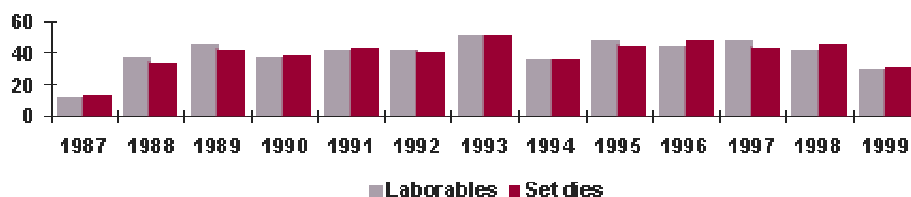


EVOLUCIÓ DE L' AUDIÈNCIA DE CATALUNYA MÚSICA '87 A '99 Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)

Evolució de l'audiència de Catalunya Música '87 a '99



8.5 Catalunya Cultura

El 2 de febrer de 1999 es van iniciar les emissions de Catalunya Cultura, la nova emissora de Catalunya Ràdio dedicada íntegrament a la programació cultural. Aquesta emissora és la primera de tot l'Estat dedicada a la cultura i a Europa només hi ha dos precedents: a França i en un lland alemany. Certament, la BBC britànica també ha servit de referent per a alguns dels nous programes.

En tot cas, totes aquestes emissores tenen un tarannà adient al seu país i a la seva tradició cultural. Calia, doncs, repensar i inventar una programació i una manera de fer ràdio que connectés amb l'audiència catalana. Fruit d'aquesta reflexió es van fixar els objectius que van definir la nova emissora: aparador i motor cultural.

- **Aparador:** mostrar la cultura que es fa i es consumeix a Catalunya, en primera instància, i a Espanya, Europa i a la resta del món.
- **Motor:** actuar com a dinamitzador i estimulador de l'activitat cultural, sobretot en aquells àmbits més necessitats, sense mitjans per promocionar-se, com són els creadors joves i la cultura popular.

8.5.1 Ràdio generalista amb elements de radiofórmula

El format de Catalunya Cultura s'organitza com una ràdio generalista, amb programes amb una estructura molt clara i definida. Cada hora apareixen elements de radiofórmula que li donen coherència i continuïtat al llarg de tot el dia, i n'asseguren la diversitat i varietat de continguts. Els programes tenen una durada inferior als de Catalunya Ràdio, cosa que reforça la voluntat de dinamisme.

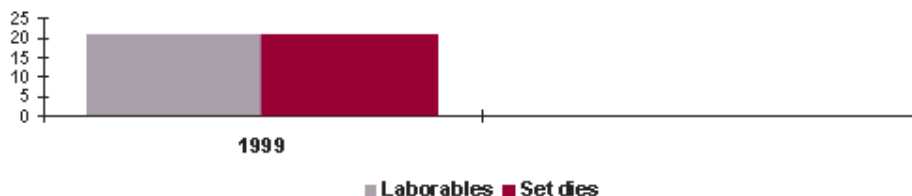
AUDIÈNCIA DE CATALUNYA CULTURA A 1999

Acumulat de febrer a novembre 1.999

Font: E.G.M.

Milers d'oients (han escoltat almenys 1/2 hores al dia)

Audiència de Catalunya Cultura 1.999



9 Principal Edicions

9.1 Editora Musical

Ha continuat la tasca editorial. S'han incorporat **218** noves obres al catàleg, completant un total de 1.278 temes musicals.

L'objectiu continua essent que tota obra musical generada pels programes de ràdio i televisió, estigui representada editorialment per Principal d'Edicions.

Catàleg:

1996: 595 obres
1997: 846 obres
1998: 1.060 obres
1999: 1.278 obres

9.2 Segell discogràfic

Produir fonogrames derivats de les programacions de ràdio i televisió. És l'activitat de **TVC Disc**. Durant l'any 1999 s'han publicat els següents:

- MÚSICA I CANÇONS DEL 10 + 2
- LES 10 DE SARDANA
- EN DIRECTE MARI PAU
- TRANSTOMÀTIC 3
- MÚSICA DE CONCERT PER A COBLA
- EL DISC DE LA FESTA DELS SUPERS
- JOAN I RICARD LAMOTE DE GRIGNON, OBRA PER A COBLA
- ÈXIT
- APA SUPER BALLA
- MALALTS DE SINTONIES
- EL MÓN S'ACABA
- ATRAPA-LA

i en co-producció:

- CENT ANYS DE CANÇONS
- ELS GRANS BALLETS DEL BOLSHOI

Fonogrames produïts:

1996: 5 (8 referències).
1997: 10 (16 referències).
1998: 13 (15 referències).
1999: 14 (17 referències) i en coproducció 2 (7 referències).
TOTAL: 56 referències de producció pròpia i 7 en coproducció.

Total de fonogrames venuts: 426.809 unitats.

9.3 Recursos humans (a 31/12/99)

TOTAL: 4

Homes: 50%

Dones: 50%

Mitjana d'edat: 43,7