

La premsa

Joan Corbella Cordoní

Departament de Comunicació
(Universitat Pompeu Fabra)

El bienni 2023–2024 de la premsa a Catalunya es va caracteritzar sobretot pel manteniment de la davallada de l'audiència i la difusió de les publicacions en paper, tot i algunes excepcions com les revistes en català. L'audiència va continuar el desplaçament cap a les publicacions digitals, un terreny en què la competència es fa més intensa entre editors tradicionals i editors nadius d'abast català i d'abast espanyol, als quals s'afegeixen els web d'informació textual d'algunes emissores de ràdio i televisió.

Des de la perspectiva econòmica, però, el sector va experimentar una millora relativa o almenys una estabilitat respecte als anys anteriors. Ara bé, en el bienni es van posar de manifest les dificultats que hi ha per adaptar les estratègies de relació amb els interessos de les grans empreses d'internet, a la vista del que succeeix en l'escenari internacional, tot i el suport de les autoritats públiques.

CORBELLA CORDOMÍ, Joan (2025): "La premsa", a LÓPEZ, Bernat; HUERTAS BAILÉN, Amparo; NAVARRO, Celina; PERES-NETO, Luiz, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2023–2024*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Generalitat de Catalunya i Institut de la Comunicació (InCom-UAB), pàg. 61–88.

**L'ús que els
influenciadors
periodístics i els
usuaris fan dels
mitjans socials ha
posat els mitjans
informatius en
una posició de
dependència
respecte de
les empreses
proprietàries de
xarxes socials
i cercadors**

.....

1. Introducció

Malgrat totes les dificultats que es presenten per a la premsa en un entorn de canvi radical en els hàbits d'accés a la informació per part de la població, hi ha una certesa incontestable: el periodisme seguirà existint, perquè és imprescindible per a la societat. Per això, els dos darrers anys han posat en evidència que la principal incògnita és una altra: qui prendrà el control de la cadena de valor del periodisme. Fins a l'arribada d'internet, els editors tradicionals en tenien les regnes en exclusiva, però en els darrers trenta anys han aparegut altres jugadors en l'ecosistema informatiu que n'amenacen l'hegemonia. De primer van ser els mitjans nadius digitals, que s'han consolidat i rivalitzen amb els editors tradicionals a Catalunya. Però els darrers anys han guanyat protagonisme les empreses propietàries de xarxes socials i cercadors per accedir a la informació, dels mitjans i d'altres fonts que s'han popularitzat sota la denominació d'*influenciadors periodístics* (que no sempre són periodistes). L'ús que aquests influenciadors i els usuaris fan dels mitjans socials ha posat els mitjans informatius en una posició de dependència de les estratègies i dels algorismes d'aquestes empreses tecnològiques.

En acabar el bienni 2023–2024, es podia dir que els editors havien pogut resistir, malgrat tot, però ja eren visibles les dificultats per arribar a acords amb elles, tot i el suport de les autoritats públiques de molts països per forçar pactes de respecte a la funció de la premsa.

Per fer aquest capítol, s'ha optat per agafar com a any de referència el 2019, l'anterior a la pandèmia, que va canviar moltes coses per a la premsa. En l'edició anterior de l'*Informe* ja es cobria aquest moment històric i els immediatament posteriors. Però aquí, centrant l'anàlisi i la informació estadística en el bienni 2023–2024, insistir en la comparació amb l'any 2019 permet comprendre millor les dades posteriors.

2. La premsa diària tradicional

El resultat del bienni 2023–2024 per a la premsa diària tradicional va ser de continuïtat amb el dels anys immediatament anteriors. La difusió en paper i l'audiència van mantenir la tendència a la baixa, com també els resultats econòmics de les empreses, de forma generalitzada. Això no obstant, en la competència amb els diaris nadius digitals van poder mantenir el seu protagonisme, malgrat que els indicadors usats per a la mesura de l'audiència digital dibuixen un panorama de molta igualtat entre uns i altres en els primers llocs dels rànquings.

Pel que fa a l'estructura empresarial i la composició del mercat de premsa diària de Catalunya, al bienni no es va produir cap operació de compra ni cap fallida. El sector, però, es va mantenir en el procés de davallada progressiva dels darrers temps, sobretot pel que fa a les edicions en paper, i amb les empreses immerses en l'esforç per aconseguir fer rendibles les diverses vies de distribució i accés als seus serveis digitals.

2.1. Evolució de la difusió dels diaris tradicionals de Catalunya

La taula 1 ofereix les dades de la difusió en paper dels diaris tradicionals de Catalunya, i amb l'excepció d'*El Periódico*, que va més que doblar les pèrdues respecte als seus competidors, les xifres indiquen una davallada

inferior al 20% en dos anys per als d'informació general i abast català. Per la seva banda, tots els diaris de proximitat van tenir una pèrdua de difusió més continguda que aquestes publicacions. En el cas dels dos diaris d'esports, la pèrdua de circulació se situà en el 20% d'exemplars en els dos últims anys.

Cal advertir, però, que en el cas de l'*Ara* si es compten les dades de la rèplica digital del diari (taula 3) la pèrdua de difusió queda molt més mitigada, ja que per aquesta via va perdre únicament un 7% de subscripcions en els dos darrers anys i assoliria el resultat menys desfavorable de tot el sector.

Si el perímetre s'amplia fins al 2019, l'any anterior a la pandèmia, la pèrdua de difusió supera el 70% en cinc anys per a *El Periódico*, el pitjor resultat; el millor és el de l'*Ara* amb un 30% de baixada en paper, però amb un increment net en digital. Pel seu costat, *La Vanguardia* manté el lideratge entre els diaris catalans, tot i reduir el 45% la difusió. Els diaris locals van tenir pèrdues inferiors —en conjunt— a les dels d'informació general d'abast català, i els d'esports van disminuir més del 50% la difusió.

Taula 1. Evolució de la difusió dels diaris de pagament de Catalunya, en paper (2019–2024)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evolució	
							2019–2024	2022–2024
Diaris d'informació general d'abast català								
<i>La Vanguardia</i>	88.254	74.228	63.740	56.661	52.257	48.124	–45,5%	–15,1%
<i>El Periódico de Catalunya</i>	50.793	36.785	27.837	23.315	17.501	14.696	–71,1%	–37,0%
<i>El Punt Avui</i>	19.674	16.229	14.487	13.414	12.266	11.034	–43,9%	–17,7%
<i>Ara</i> ^A	13.883	13.734	12.728	11.705	10.510	9.655	–30,5%	–17,5%
Total diaris d'informació general d'abast català	172.604	140.976	118.792	105.095	92.534	83.509	–51,6%	–20,5%
Diaris d'informació general d'abast local, provincial i intercomarcal								
<i>Segre</i>	7.794	7.179	6.721	6.404	6.105	5.902	–24,3%	–7,8%
<i>Diari de Tarragona</i> ^B	6.741	5.533	4.919	4.734	4.213	4.123	–38,8%	–12,9%
<i>Regió 7</i>	4.817	4.401	4.096	3.944	3.771	3.403	–29,4%	–13,7%
<i>Diari de Girona</i>	4.483	3.948	3.709	3.587	3.429	3.360	–25,1%	–6,3%
<i>Diari de Terrassa</i>	2.177	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	–	–
<i>La Mañana</i>	1.820	1.441	1.195	1.111	1.064	1.001	–45,0%	–9,9%
Total diaris d'informació general d'abast local	27.832	22.502	20.640	19.780	18.582	17.789	–36,1%	–10,1%
Diaris d'esports								
<i>El Mundo Deportivo</i>	42.469	41.231	26.321	25.195	22.192	20.019	–52,9%	–20,5%
<i>Sport</i>	35.506	23.350	19.137	17.453	15.467	14.120	–60,2%	–19,1%
Total diaris d'esports	77.975	64.581	45.458	42.648	37.659	34.139	–56,2%	–20,0%
Total diaris d'informació general de Catalunya	200.436	163.478	139.432	124.875	111.116	101.298	–49,5%	–18,9%
Total diaris de Catalunya	278.411	228.059	184.890	167.523	148.775	135.437	–51,4%	–19,2%

Nota: diaris amb control de l'Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

^A L'OJD comptabilitza separadament les subscripcions a l'edició digital (PDF).

^B Les dades del 2024 corresponen al període juliol 2023 – juny 2024.

s. d.: sense dades de l'OJD.

Font: elaboració pròpia amb dades d'INTROL/OJD.

La taula 2 permet contrastar els resultats dels diaris tradicionals de Catalunya amb les xifres dels generalistes d'abast espanyol. Pel que fa als dos darrers anys, la pèrdua va ser similar, però en la comparativa de cinc anys els de Madrid van reduir la seva difusió en percentatges lleugerament superiors. Cal afegir, a més, que el de menys difusió de tots (*La Razón*) va optar des del 2020 per evitar l'auditoria de la seva circulació.

Un altre fet que cal destacar pel seu significat és que els darrers anys *La Vanguardia*, que circumscriu gairebé tota la seva difusió a Catalunya, s'ha situat a una distància mínima d'*El País*, el diari amb distribució a tot Espanya i de pagament amb més difusió, i netament per davant de la resta de títols. L'any 2019 la diferència entre ambdós era de 22.000 exemplars, i el 2024 havia baixat per sota dels 3.000 exemplars.

Taula 2. Evolució de la difusió en paper dels diaris d'informació general de pagament d'abast espanyol (2019–2024)

							Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
<i>El País</i>	110.385	79.658	66.829	60.458	55.628	50.870	–53,9%	–15,9%
<i>ABC</i> ^A	68.128	57.128	49.429	43.916	39.213	35.212	–48,3%	–19,8%
<i>El Mundo</i> ^A	80.719	53.107	40.030	37.825	35.624	32.777	–59,4%	–13,3%
<i>La Razón</i>	51.585	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	–	–

^A L'OJD comptabilitza separadament les subscripcions a l'edició digital (PDF).
s. d.: sense dades de l'OJD.
Font: elaboració pròpia amb dades d'INTROL/OJD.

A l'evolució negativa de la difusió dels diaris en paper contribueixen també els canvis que hi ha hagut en la forma de comercialització dels exemplars. El 2010, d'acord amb les dades de l'OJD, els exemplars adquirits al quiosc o per subscripció pagada per l'usuari representaven el 70% de la difusió total de *La Vanguardia* i el 77% d'*El Periódico*, mentre que la majoria de diaris locals, d'abast català i espanyol, se situaven per damunt d'aquesta xifra i amb el mínim de difusió pagada pels usuaris per a *El Mundo Catalunya* amb el 63%.

En els primers anys de la dècada actual, sempre segons les dades de l'OJD, la part d'exemplars de distribució gratuïta o de subscripcions col·lectives pagades per entitats de tota mena s'ha reduït en gran mesura. Els diaris d'abast català estan tots per damunt del 80% d'exemplars pagats pels usuaris (95% a *La Vanguardia*, el que més) i la baixada de la difusió de les edicions per a Catalunya dels diaris d'abast espanyol estatals ve emparellada amb la reducció de les finestres de distribució gratuïta o no pagada pels lectors (tots entre el 92 i el 95% de pagament pels usuaris). Ben al contrari, entre els diaris locals ha augmentat el pes de la difusió no pagada pels lectors, fins a nivells superiors al 30%, i això ha minimitzat la caiguda de la seva difusió, com succeeix també amb alguns setmanaris d'informació local (fins al 50%).

Per completar aquest apartat, atesa la importància que va adquirint l'accés als diaris tradicionals (en paper) per mitjà de les rèpliques digitals (PDF), és important afegir la informació de què es disposa per completar la visió sobre l'evolució de la difusió de la premsa diària. A més del que s'ha indicat respecte al diari *Ara*, la taula 3 presenta la mitjana

diària de difusió en PDF segons l'OJD, entesa com la suma del nombre de subscripcions digitals actives i dels enviaments digitals gratuïts dels números editats en paper.

Es tracta de xifres que no han crescut amb els anys, però que aporten un volum important de difusió als editors. En el cas de l'Ara, l'exercici del 2024 va més que duplicar el total d'exemplars en paper que va arribar al públic. I entre els diaris d'abast espanyol, la versió digital d'El Mundo va obtenir un resultat superior a la meitat del que va assolir en paper.

Taula 3. Evolució de les subscripcions digitals dels diaris en paper (2019–2024)^A

							Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
<i>Ara</i>	20.552	21.985	22.386	22.908	20.910	21.331	3,8%	–6,9%
<i>El Mundo</i>	20.433	20.582	20.231	20.216	19.130	18.803	–8,0%	–7,0%
<i>ABC</i>	6.446	8.506	8.738	8.651	8.141	7.669	19,0%	–11,4%
<i>Expansión</i>	12.260	12.373	12.249	12.843	11.884	11.789	–3,8%	–8,2%
<i>Marca</i>	7.000	6.794	5.879	6.318	6.049	6.631	–5,3%	5,0%

^A Mitjana diària de difusió de la rèplica digital en PDF (subscriptors de la versió digital i trameses digitals gratuïtes).

Font: elaboració pròpia amb dades d'INTROL/OJD.

Una altra informació que ajuda a situar la posició dels diversos editors en el paisatge de la premsa fa referència al volum de subscripcions que tenen per als seus serveis digitals (web, aplicacions, rèplica digital de l'edició en paper) emparats en els murs de pagament. Es tracta d'una xifra que alguns editors anunciaven habitualment sense el suport d'una verificació externa, però el 2024 l'OJD va obrir el seu servei d'auditoria per acreditar el volum de subscripcions digitals de pagament.¹

D'entrada només s'hi van acollir els editors d'*El País*, *La Vanguardia* i *eldiario.es*. El primer d'aquests és amb gran diferència el líder del mercat, amb una evolució que el portà de les 338.000 subscripcions de pagament el gener del 2024 fins a les 362.000 en acabar el juny del 2024 i superar les 374.000 al setembre, per acabar l'any amb 392.000 (aquestes últimes són dades de l'empresa no certificades per l'OJD). *La Vanguardia* va iniciar l'any amb 135.000 subscripcions digitals de pagament segons l'OJD, a meitat de l'any havia crescut a 142.000 i al setembre, fins a 145.000. Encara que amb un resultat més favorable que el de Madrid, ambdós diaris van explotar amb èxit les promocions d'aquesta modalitat d'accés. Finalment, *eldiario.es* és l'únic que només té accés digital. A més, presenta un model de pagament diferent dels anteriors, ja que és adaptatiu a les possibilitats econòmiques dels lectors, que esdevenen membres de la seva comunitat d'usuaris. Amb el seu model de subscripció va començar l'any amb 75.000 altes, al juny ja en tenia 87.000 i al setembre va arribar a les 90.000.

Amb xifres pròpies —no auditades per tercers— l'editor d'*El Mundo* afirmava tenir més de 150.000 subscripcions de pagament la tardor del 2024, i l'*ABC* prop de 60.000. En tot cas, cap altre mitjà es va acostar a les xifres del líder de la premsa diària a Espanya, malgrat que l'audiència de molts d'ells —tradicionals i nadius digitals— hagi estat superior en tenir molts més continguts fora de la protecció del mur de pagament.

1. Vegeu ojd.es/suscripciones-digitales-pago-crecen

Els 141.000
exemplars de
diaris que van
arribar cada dia al
públic l'any 2024
representaven
pràcticament
la meitat dels
que arribaven
l'any 2019

.....

Encara que aquestes xifres són baixes en comparació amb els diaris líders d'altres països, Espanya no és dels territoris amb menys proporció de persones que accedeixen a la informació de premsa digital enfront de la de pagament. L'estudi anual del Reuters Institute for the Study of Journalism (NEWMAN et al., 2024), per mitjà d'enquestes a un gran nombre de països, el 2024 situava Espanya amb un 12% d'usuaris d'internet que havien pagat per accedir a notícies digitals, una xifra que oscil·la poc els darrers anys i s'allunya de la dels països nòrdics (Noruega amb el 40% i Suècia amb el 31%) i els Estats Units (22%), però semblant a la de la majoria d'estats europeus (Bèlgica i Holanda, 15%; Alemanya, 13%; Portugal, 12%; França, 11%, o Itàlia, 10%), i sobretot per damunt del Regne Unit (8%). En aquest últim país, la fortalesa informativa i de recursos de la BBC fa imbatible el seu servei d'informació escrita (BBC News) per als editors tradicionals de premsa.

2.2. Estructura del consum de diaris en paper a Catalunya

Atesa la diversitat de diaris tradicionals que hi ha en el paisatge informatiu de Catalunya, cal completar les dades de difusió total de cadascun amb les de difusió que assoleixen a Catalunya. Els generalistes d'abast local i de tot el territori del Principat concentren la pràctica totalitat de les vendes a Catalunya, com es pot comprovar acarant la taula 1 amb la 4. Aquesta última taula mostra també que mentre a *El Periódico* la pèrdua de difusió és superior en la versió en llengua catalana que en el total de les dues llengües en què s'edita, a *La Vanguardia* i a *Segre* és a la inversa.

També a la taula 4 es pot comprovar l'escassa implantació que tenen en el mercat català els diaris generalistes i d'esports editats a Madrid.

Pel que fa al volum total del consum de premsa en paper (sense comptar les versions digitals, que l'OJD no desglossa territorialment), els 141.000 exemplars que van arribar diàriament al públic l'any 2024 representaven pràcticament la meitat dels que arribaven l'any 2019. D'aquest consum de premsa diària, durant tot el període es va mantenir constant que el 40% dels exemplars havien estat en català.

Taula 4. Evolució de la difusió dels diaris en paper, de pagament, a Catalunya (2019–2024)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evolució %	
							2019–2024	2022–2024
DIARIS D'INFORMACIÓ GENERAL (d. i. g.)								
D'àmbit català								
<i>El Punt Avui</i>	19.674	16.229	14.486	13.414	12.266	11.034	–43,9%	–17,7%
<i>Ara</i>	13.224	13.099	12.206	10.937	10.050	9.233	–30,2%	–15,6%
<i>El Periódico de Catalunya</i> (total)	48.732	35.556	26.732	22.544	17.055	14.553	–70,1%	–35,4%
<i>El Periódico de Catalunya</i> (català)	17.846	13.397	10.797	9.990	7.023	5.797	–67,5%	–42,0%
<i>La Vanguardia</i> (total)	82.832	70.560	60.520	53.502	49.472	45.763	–44,8%	–14,5%
<i>La Vanguardia</i> (català)	36.156	31.782	27.486	23.922	22.269	20.876	–42,3%	–12,7%
Total d. i. g. d'àmbit català	164.462	135.444	113.944	100.397	88.843	80.583	–51,0%	–19,7%
d. i. g. d'àmbit català, en català	86.900	74.507	64.975	58.263	51.608	46.940	–46,0%	–19,4%
% català / d. i. g. d'àmbit català	52,8%	55,0%	57,0%	58,0%	58,1%	58,3%	10,2%	0,4%

							Evolució %	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024	2022-2024
DIARIS D'INFORMACIÓ GENERAL (d. i. g.)								
D'àmbit local, comarcal o intercomarcal								
<i>Diari de Girona</i>	4.483	3.948	3.709	3.587	3.429	3.360	-25,1%	-6,3%
<i>Diari de Tarragona</i> ^A	6.714	5.514	4.894	4.710	4.188	4.099	-38,9%	-13,0%
<i>Diari de Terrassa</i>	2.171	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	-	-
<i>La Mañana</i>	1.767	1.399	1.160	1.082	1.033	972	-45,0%	-10,2%
<i>Regió 7</i>	4.817	4.401	4.096	3.944	3.772	3.403	-29,4%	-13,7%
<i>Segre</i> (total)	7.640	7.046	6.592	6.276	5.987	5.784	-24,3%	-7,8%
<i>Segre</i> (català)	4.277	3.945	3.724	3.554	3.408	3.303	-22,8%	-7,1%
Total d. i. g. d'àmbit local	31.869	26.253	24.175	23.153	21.817	20.921	-34,4%	-9,6%
d. i. g. d'àmbit local, en català	13.577	12.294	11.529	11.085	10.609	11.038	-18,7%	-0,4%
% català / d. i. g. d'àmbit local	42,6%	46,8%	47,7%	47,9%	48,6%	52,8%	23,8%	10,2%
D'àmbit espanyol								
<i>ABC</i>	1.918	1.630	1.449	1.324	1.125	1.028	-46,4%	-22,4%
<i>El Mundo</i>	3.978	2.871	2.299	2.169	2.061	1.858	-53,3%	-14,3%
<i>El País</i>	9.345	7.852	6.932	6.326	5.813	5.505	-41,1%	-13,0%
<i>La Razón</i>	4.918	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	-	-
Total d. i. g. d'àmbit espanyol	20.159	12.353	10.680	9.819	8.999	8.391	-58,4%	-14,5%
d. i. g. (TOTAL)	216.490	174.050	148.799	133.369	119.659	109.895	-49,2%	-17,6%
d. i. g. en català	100.477	86.801	76.504	69.348	62.217	57.978	-42,3%	-16,4%
% català / d. i. g. a Catalunya	46,41%	49,87%	51,41%	52,00%	52,00%	52,76%	13,7%	1,5%
Total d. i. g. / total	76,63%	78,05%	78,59%	77,63%	77,37%	77,61%	1,3%	0,0%
% àmbit local / total d. i. g.	14,7%	15,1%	16,2%	17,4%	18,2%	19,0%	29,3%	9,7%
% àmbit català / total d. i. g.	76,0%	77,8%	76,6%	75,3%	74,2%	73,3%	-3,5%	-2,6%
% àmbit espanyol / total d. i. g.	9,3%	7,1%	7,2%	7,4%	7,5%	7,6%	-18,0%	3,7%
DIARIS D'ESPORTS								
Editats a Catalunya								
<i>Mundo Deportivo</i>	25.587	19.926	16.837	16.391	14.789	13.550	-47,0%	-17,3%
<i>Sport</i>	20.810	14.562	11.765	11.067	10.182	9.532	-54,2%	-13,9%
Editats a Madrid								
<i>As</i>	6.563	4.895	4.312	3.728	3.259	2.981	-54,6%	-20,0%
<i>Marca</i>	6.314	4.562	3.896	3.507	3.049	2.799	-55,7%	-20,2%
Total diaris d'esports	59.274	43.945	36.810	34.693	31.279	28.862	-51,3%	-16,8%
DIARIS D'ECONOMIA								
<i>Cinco Días</i>	1.065	662	453	310	228	200	-81,2%	-35,5%
<i>Expansión</i>	4.113	3.256	2.759	2.594	2.508	2.343	-43,0%	-9,7%
<i>El Economista</i>	1.574	1.082	515	839	982	300	-80,9%	-64,2%
Total diaris d'economia	6.752	5.000	3.727	3.743	3.718	2.843	-57,9%	-24,0%
TOTAL DIARIS A CATALUNYA	282.516	222.995	189.336	171.805	154.656	141.600	-49,9%	-17,6%
Total en català	100.477	86.801	76.504	69.348	62.217	57.006	-43,3%	-17,8%
Català/total (en %)	35,6%	38,9%	40,4%	40,4%	40,2%	40,3%	-	-

Nota: diaris editats a Catalunya i d'àmbit estatal, amb control de l'OJD.

^A Les dades del 2024 corresponen al període juliol 2023 – juny 2024.

s. d.: sense dades de l'OJD.

Font: elaboració pròpia amb dades d'INTROL/OJD.

La davallada de la lectura de revistes va ser molt menor, i sembla haver-se consolidat per sota del 30% de població lectora de 14 anys o més

.....

2.3. L'audiència dels diaris en paper

La difusió expressa el nombre d'exemplars que arriben a la població i aporta una visió de l'evolució de la indústria. L'altre indicador central per entendre els canvis en l'ús de la premsa diària tradicional (paper i rèplica en PDF) és l'audiència (persones que llegeixen les publicacions). D'acord amb les enquestes periòdiques de l'Estudi General de Mitjans (EGM) que duu a terme l'Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) per a tot Espanya, la premsa (sobretot els diaris) es va situar en el lloc més baix quant a audiència acumulada diària (volum de persones que hi va accedir), però a més a més a gran distància de la ràdio i la televisió.

La taula 5 mostra la pèrdua de protagonisme de la premsa impresa diària en els hàbits comunicatius a Catalunya. Si ja l'any de la pandèmia de la Covid-19 va haver-hi una caiguda important, la xifra va seguir baixant: el 2024 el nombre de lectors va caure el 44% respecte a l'any 2019, i en els dos últims exercicis, el 10%. L'any 2024 la pèrdua va ser de només un punt i mig. Caldrà esperar a veure si això és l'inici d'una nova tendència.

La davallada de la lectura de revistes va ser molt menor, com mostra la taula 5, i sembla haver-se consolidat per sota del 30% de població lectora de 14 anys o més. Però l'evolució va ser manifestament negativa en comparació amb la ràdio i la televisió, que van mantenir un alt volum de població amb contacte diari.

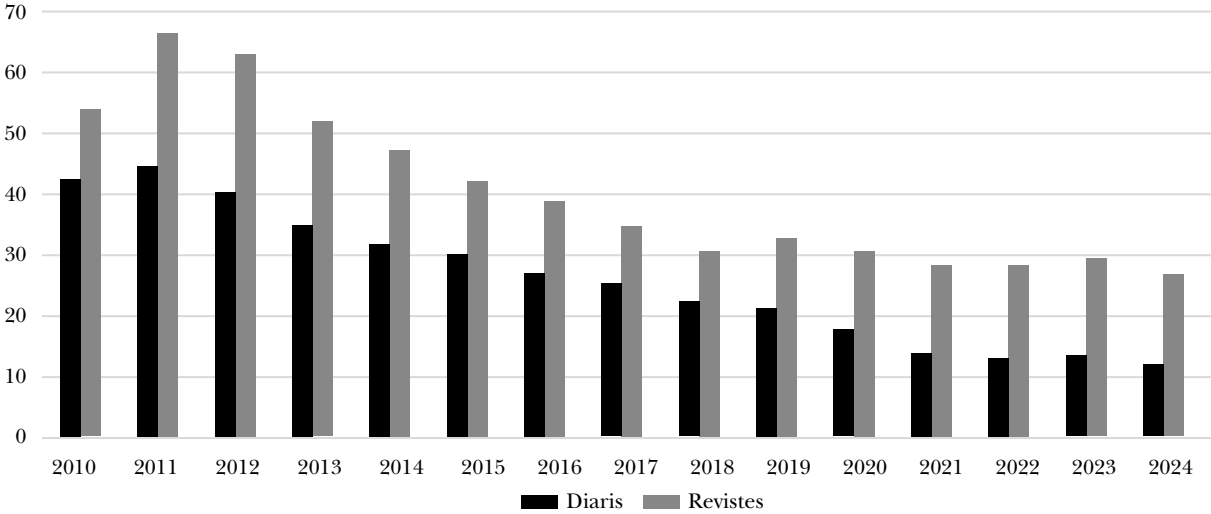
Taula 5. Evolució del percentatge de la població catalana de 14 anys o més que consumeix premsa impresa, ràdio i televisió (2019–2024)

							Evolució %	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
Diaris	21,2	17,5	13,8	13,2	13,4	11,9	–43,9%	–9,8%
Suplements dominicals	5,0	4,4	3,2	2,5	2,5	2,0	–60,0%	–20,0%
Revistes	32,7	30,4	28,4	28,2	29,2	26,9	–17,7%	–4,6%
Ràdio	57,3	55,5	55,8	56,1	54,7	55,0	–4,0%	–2,0%
Televisió	84,6	84,8	83,5	81,0	81,2	81,3	–3,9%	0,4%

Nota: es mesura l'audiència de l'últim període (diaris, ràdio, televisió i internet, audiència d'ahir; revistes i suplements dominicals, adaptada a la seva periodicitat).
Font: elaboració pròpia amb dades de l'AIMC procedents de l'EGM.

L'evolució de l'audiència d'ambdues modalitats de premsa en la població de Catalunya de 14 anys o més des del 2010 es pot veure també al gràfic 1.

Gràfic 1. Ús de la premsa tradicional a Catalunya (en %) (2010–2024)



Font: elaboració pròpia amb dades de l'AIMC procedents de l'EGM.

Per edats, els més joves (de 14 a 19 anys i de 20 a 24 anys) són tradicionalment els menys lectors de premsa diària, però la caiguda a prop de la meitat entre el 2020 i el 2024 en aquestes dues franges ofereix unes perspectives preocupants per al sector. La taula 6 conté les dades concretes a partir de l'EGM, i permet veure que a mesura que avança l'edat, la pèrdua de lectors de diaris és menor, tot i que l'any 2024 va baixar en tots els trams.

Pel que fa a les revistes, tot i que el 2024 també va disminuir la lectura, les xifres són molt més homogènies entre els grups d'edat.

Taula 6. Evolució del percentatge de la població catalana de 14 anys o més que consumeix premsa impresa, per franges d'edat (2020–2024)

	2020		2022		2023		2024	
	Diaris	Revistes	Diaris	Revistes	Diaris	Revistes	Diaris	Revistes
De 14 a 19 anys	8,7	27,2	7,5	26,2	6,7	27,0	4,2	23,8
De 20 a 24 anys	12,2	27,4	8,0	28,5	8,5	31,7	6,6	29,7
De 25 a 34 anys	12,8	28,9	8,7	26,0	9,9	27,9	7,1	26,2
De 35 a 44 anys	16,1	30,7	11,2	26,2	9,9	27,9	9,1	25,7
De 45 a 54 anys	21,5	32,9	14,6	31,5	15,1	31,6	14,2	29,3
De 55 a 64 anys	22,3	33,4	17,5	31,2	17,3	31,5	15,6	30,8
65 anys o més ^A	19,2	28,7	18,2	29,0	19,3	30,1	16,4	24,4
75 anys o més ^A	–	–	14,7	24,4	16,1	24,7	16,3	23,1

^A Des del 2022 es desglossen les xifres de persones de més de 65 anys en dos trams.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'AIMC procedents de l'EGM.

L'afectació per a cada títol i cada categoria de premsa està representada a la taula 7. Amb dues excepcions (*El Punt Avui* i *Diari de Tarragona*), els diaris d'informació general editats a Catalunya van reduir la pèrdua de lectors a xifres per sota del 10% els dos darrers anys i alguns (*Ara*, *Diari de Girona* i *Regió 7*) fins i tot la van augmentar. Els rotatius d'abast espanyol van tenir un comportament molt variat, i entre els d'esports només l'*Sport* va mantenir l'audiència en el període 2022–2024, mentre que la resta acumulava la pèrdua més gran de totes les categories de premsa diària.

La mirada sobre un lapse de temps més ampli permet afegir més informació: entre el 2019 i el 2024 el nombre de lectors es va reduir en 550.000 (41% de caiguda). Els diaris d'informació general d'abast català van perdre més del 40% de l'audiència, mentre que entre els d'abast espanyol la caiguda va ser menor i entre els locals l'evolució va ser dispar, igual que passa amb els d'esports.

Taula 7. Audiència dels diaris d'informació general i d'esports en paper i en PDF a Catalunya (2019–2024)

							Evolució (%)	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
Lectors diaris (milers)	1.367	1.142	909	875	904	811	–40,7%	–7,3%
% població de 14 anys o més	21,2%	17,5%	13,8%	13,2%	13,4%	11,9%	–	–
Informació general d'àmbit català								
<i>La Vanguardia</i>	502	426	351	330	314	301	–40,0%	–8,8%
<i>El Periódico</i>	314	248	179	162	131	152	–51,6%	–6,2%
<i>Ara</i>	113	76	65	63	73	66	–41,6%	4,8%
<i>El Punt Avui</i>	100	98	67	66	62	46	–54,0%	–30,3%
Informació general d'àmbit local								
<i>Segre</i>	67	65	53	50	52	46	–31,3%	–8,0%
<i>Diari de Girona</i>	27	36	28	28	21	30	11,1%	7,1%
<i>Diari de Tarragona</i>	66	68	42	36	44	26	–60,6%	–27,8%
<i>Regió 7</i>	31	23	19	20	33	21	–32,3%	5,0%
Informació general d'àmbit espanyol								
<i>El País</i>	84	79	62	68	79	56	–33,3%	–17,6%
<i>El Mundo</i>	37	35	44	23	22	28	–24,3%	21,7%
<i>ABC</i>	15	14	13	21	13	12	–20,0%	–42,9%
<i>La Razón</i>	14	s. d.	s. d.	8	4	7	–50,0%	–12,5%
Gratuïts								
<i>20 Minutos</i>	123	87	68	55	68	66	–46,3%	20,0%
<i>Diari Més</i>	52	41	31	33	39	20	–61,5%	–39,4%
Esports								
<i>El Mundo Deportivo</i>	224	164	140	105	144	152	–32,1%	44,8%
<i>Sport</i>	189	130	83	98	105	99	–47,6%	1,0%
<i>Marca</i>	106	76	55	49	72	66	–37,7%	34,7%
<i>As</i>	41	34	33	26	35	35	–14,6%	34,6%

Nota: xifres en milers de lectors diaris (mitjana anual) entre la població de 14 anys o més.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'AIMC procedents de l'EGM.

La taula 8 complementa l'anterior i permet veure el pes que té l'audiència de Catalunya respecte al total de cada diari, que corrobora el que s'ha indicat quant a la difusió. Els generalistes editats a Catalunya hi concentren absolutament l'audiència, per bé que les edicions específiques per a altres territoris expliquen la lleugera variació. En el segment de la premsa catalana d'esports, també sense variacions significatives els darrers anys, Catalunya aporta al voltant de la meitat dels lectors.

Pel que fa als diaris generalistes i d'esports editats a Madrid, l'aportació catalana a la seva audiència va oscil·lar sense una orientació concreta, però en tot moment es va mantenir en xifres molt baixes, sobretot si es té en compte el pes poblacional de Catalunya a l'Estat.

Pel que fa als diaris generalistes i d'esports editats a Madrid, l'aportació catalana a la seva audiència s'ha mantingut en xifres molt baixes

Taula 8. Percentatge de l'audiència a Catalunya sobre l'audiència total dels diaris en paper i en PDF de Catalunya i Madrid (generalistes i d'esports) (2019–2024)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Diaris d'informació general editats a Barcelona						
<i>La Vanguardia</i>	91%	88%	88%	88%	88%	87%
<i>El Periódico</i> ^A	87%	86%	86%	85%	83%	89%
<i>Ara</i>	97%	97%	92%	95%	89%	86%
<i>El Punt Avui</i>	100%	100%	99%	100%	93%	100%
Diaris d'informació general editats a Madrid						
<i>El País</i>	8%	8%	8%	9%	10%	8%
<i>El Mundo</i>	6%	6%	9%	5%	5%	6%
<i>ABC</i>	3%	3%	4%	6%	4%	4%
<i>La Razón</i>	7%	s. d.	s. d.	7%	3%	5%
Diaris d'esports editats a Catalunya						
<i>El Mundo Deportivo</i>	58%	55%	55%	52%	55%	58%
<i>Sport</i>	52%	47%	50%	54%	53%	51%
Diaris d'esports editats a Madrid						
<i>Marca</i>	6%	6%	7%	5%	7%	7%
<i>As</i>	5%	5%	9%	6%	9%	8%

^A Suma d'edicions territorials.
s. d.: sense dades.
Font: elaboració pròpia amb dades de l'AIMC procedents de l'EGM.

2.4. L'economia de les empreses editores de diaris en paper

L'escenari econòmic de la premsa diària tradicional en el bienni 2023–2024 resulta millor que el que s'ha presentat des de la perspectiva de la difusió i l'audiència, ja que els ingressos publicitaris i de subscripcions als serveis digitals li han permès compensar parcialment la caiguda de la publicitat en paper i sobretot de la venda d'exemplars. I com que els estudis que avaluen la inversió publicitària han ampliat el perímetre de mesura en comptabilitzar també els ingressos de la premsa digital, el conjunt de la premsa ha pogut oferir una imatge més saludable.

**La publicitat
digital a la premsa
ha augmentat
quasi tots els anys
des del 2019 i
es preveu que
ho seguirà fent**

.....

L'informe anual d'InfoAdex per a l'Associació Empresarial de Publicitat corresponent al 2023 (AEP, 2024) estimava en 69,3 milions els ingressos dels diaris (i suplementos) per a aquests anys, amb un augment inferior a l'1% respecte al 2022. L'any 2024, en sumar les dades de la premsa digital amb la de paper, InfoAdex elevava els ingressos publicitaris de la premsa de Catalunya fins a 146,7 milions, amb un augment del 12,3% respecte a l'exercici anterior (INFOADEX, 2025a).

Com a referència per comprovar l'evolució de la publicitat a la premsa, s'aporten algunes dades per al conjunt d'Espanya (INFOADEX, 2025b), però no una taula de tot el període, ja que l'empresa va canviar la metodologia de l'estudi per incloure les dades de despesa digital en l'apartat de diaris i no en l'apartat d'internet.

L'any 2024, el total de la inversió en premsa diària (inclosos els suplementos dominicals) va ser de 749,1 milions d'euros, el 12,1% de tota la publicitat controlada, i un 3,7% menys que l'any 2023. D'aquesta xifra, el 54,7% va correspondre als serveis digitals, per la qual cosa el paper ja va aportar menys de la meitat dels ingressos publicitaris en premsa diària. És significatiu comparar aquest resultat amb el de les revistes, ja que el mateix any encara el 59,1% dels 214,2 milions d'euros ingressats per publicitat fou per les versions en paper.

Si es desglossen per tipus de diaris, l'any 2024 els nadius digitals van obtenir 296 milions (3,9% menys que l'any 2023) i els regionals, 218,2 milions (amb una reducció de l'1,9% respecte al 2023). En canvi, els quatre d'informació general d'abast espanyol van recaptar només 73,4 milions (2,0% menys) i els ingressos dels esportius van augmentar un 35%, en ser un any de moltes competicions de gran seguiment.

Per completar la informació sobre el finançament de la premsa per mitjà de la publicitat i els ingressos per circulació (paper i digital), s'ofereixen les dades que proporciona per a Espanya la consultora PwC (taula 9), que fa el mateix estudi per a molts països i a escala global, i afegeix també les previsions per als propers anys (PwC, 2025).

Pel que fa a la publicitat, la xifra total per a la premsa s'estanca en els darrers anys, amb una previsió de creixement molt moderat per als propers exercicis, sense cap possibilitat que recuperi les dades del 2019. La publicitat que arriba als exemplars en paper va caure l'any 2020 (pandèmia) i no ha deixat de reduir-se des de llavors, i PwC tampoc no preveu una recuperació almenys fins al 2028. Per contra, la publicitat digital a la premsa ha augmentat quasi tots els anys des del 2019 i es preveu que ho seguirà fent.

Quant a les vendes d'exemplars i subscripcions, la suma total d'ingressos de la premsa diària no ha deixat de recular, i PwC pressuposa que el 2028 serà pràcticament la meitat que l'any 2019. La causa és la forta baixada de la venda en paper, que en cap cas és compensada pels ingressos digitals. Aquests ingressos augmenten i seguiran augmentant molt lentament, i per a l'any 2028 la previsió és que tot just superin la cinquena part dels que proporciona el paper (l'any 2024 eren el 14% dels del paper). En total, els ingressos de la premsa diària espanyola van caure entre el 2019 i el 2024 el 30,1% i pel que fa a venda d'exemplars i subscripcions, el 33,5%.

**Els ingressos de
la premsa diària
espanyola van
caure entre el
2019 i el 2024
el 30,1%**

.....

Taula 9. Evolució dels ingressos de la premsa diària a Espanya, per conceptes, i previsions de futur, en milions d'euros (2019–2028)

	Publicitat			Venda d'exemplars i subscripcions			Ingressos totals
	En diaris digitals	En diaris en paper	Total	En diaris digitals	En diaris en paper	Total	
2019	354	454	808	27	534	561	1.369
2020	356	263	619	31	479	510	1.129
2021	344	233	577	34	446	480	1.057
2022	359	212	571	37	405	442	1.013
2023	377	192	569	41	364	405	974
2024	394	179	572	44	329	373	946
2025	412	166	578	47	299	346	924
2026	432	155	587	50	273	323	910
2027	455	145	600	53	250	303	903
2028	480	137	617	56	229	285	902

Font: PwC, 2025.

Després de presentar la visió global de l'economia de la premsa diària, s'ofereixen les dades de cadascuna de les empreses editores de diaris tradicionals, a partir de la informació que proporcionen al registre mercantil. Les dades més recents, a data de tancament d'aquest capítol, corresponen al 2023. S'han considerat dos indicadors, com en les edicions anteriors de l'*Informe*: la xifra neta de vendes i el nombre de treballadors que declaren les empreses.

L'any 2023, els editors de diaris d'informació general d'abast català van ingressar al voltant de 116 milions d'euros, amb una reducció inferior al 5% respecte al 2021. Però en relació amb el 2019, la baixada va assolir el 24,5%. Per la seva banda, la facturació dels diaris locals es va reduir en conjunt el 14% entre el 2021 i el 2023, però amb resultats molt diferents entre les empreses. Pel que fa a l'evolució dels dos diaris d'esports de Catalunya, van registrar un augment d'ingressos els dos darrers anys, tot i que en el còmput des del 2019 la xifra s'ha reduït. Això contrasta amb els diaris d'esports editats a Madrid, ja que en tots dos es va reduir la facturació de forma important. Quant als diaris d'informació general d'abast espanyol, entre el 2019 i el 2023 tots van perdre ingressos, molt destacats en el cas d'*El Mundo*, però en el període més recent del 2021 al 2023, els d'*El País* i *La Razón* van tornar a augmentar.

L'efecte de la crisi de la premsa tradicional sobre l'ocupació laboral, que va ser molt sever en la dècada anterior, va reduir-se significativament i ja a partir del 2019 es van estabilitzar les plantilles en bona part de les empreses editores. Un cop superada la pandèmia de la Covid-19 alguns diaris catalans les van augmentar, i els que les van reduir ho van fer en proporcions modestes, en la majoria dels casos (taula 11). Pel que fa als diaris d'abast espanyol, contrasta l'augment de plantilla dels diaris d'esports i d'*El Mundo* amb la reducció els dos darrers anys a *El País* i *La Razón*.

L'any 2023, els editors de diaris d'informació general d'abast català van ingressar al voltant de 116 milions d'euros, amb un reducció inferior al 5% respecte al 2021

Un cop superada la pandèmia de la Covid-19 alguns diaris catalans van augmentar les plantilles, i els que les van reduir ho van fer en proporcions modestes

Taula 10. Evolució de la xifra neta de vendes, en milions d'euros, de les empreses editores de diaris en paper d'informació general i d'esports de pagament amb difusió a Catalunya (2019–2023)

							Evolució	
Empresa	Diari	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
Diaris d'abast català								
La Vanguardia Ediciones SLU	<i>La Vanguardia</i>	84,2	68,7	68,1	68,2	64,7	–23,2%	–5,0%
El Periódico de Catalunya SL	<i>El Periódico</i>	44,2	29,8	31,8	30,6	30,7	–30,5%	–3,5%
Edició de Premsa Periòdica Ara SA	<i>Ara</i>	11,9	11,7	12,1	11,8	s. d.	–	–
Hermes Comunicacions SA	<i>El Punt Avui</i>	13,6	10,6	10,1	9,1	9,3	–31,6%	–7,9%
Total diaris d'abast català^A		153,9	120,8	122,1	119,7	116,2	–24,5%	–4,8%
Diaris d'abast local								
Diari Segre SL	<i>Segre</i>	5,5	4,9	5,1	4,9	4,9	–10,9%	–3,9%
PROMICSA	<i>Diari de Tarragona</i>	5,5	4,2	4,5	4,6	4,9	–10,9%	8,9%
Diari de Girona SA	<i>Diari de Girona</i>	3,4	2,9	3,0	3,4	3,6	5,9%	20,0%
Edicions Intercomarcals SA	<i>Regió 7</i>	3,2	2,6	2,6	2,9	3,0	–6,3%	15,4%
Holder Solutions SL	<i>La Mañana</i>	1,3	1,1	1,1	1,1	1,3	0,0%	18,2%
Julián Sanz SL	<i>Diari de Terrassa</i>	1,5	s. d.	s. d.	–	–	–	–
Edicions Diari de Terrassa SL	<i>Diari de Terrassa</i>	–	–	–	1,0	0,9	–	–
Novapress Edicions SL	<i>Diari de Sabadell</i>	1,0	0,8	0,9	0,9	1,0	0,0%	11,1%
Total diaris d'abast local		21,4	17,5	17,2	18,8	19,6	–8,4%	14,0%
Diaris d'esports editats a Catalunya								
Mundo Deportivo SA	<i>Mundo Deportivo</i>	24,9	17,7	20,4	19,7	20,9	–16,1%	2,5%
Ediciones Deportivas Catalanas SA	<i>Sport</i>	17,9	12,0	13,8	13,7	14,9	–16,8%	8,0%
Total diaris d'esport editats a Catalunya		42,8	29,7	34,2	33,4	35,8	–16,4%	4,7%
Diaris d'informació general i abast estatal								
Ediciones El País SL	<i>El País</i>	128,7	97,2	103,4	100,9	105,3	–18,2%	1,8%
Diario ABC SL	<i>ABC</i>	50,8	45,1	45,2	42,5	42,2	–16,9%	–6,6%
Unidad Editorial Información General SLU	<i>El Mundo</i>	65,8	46,5	43,8	43,8	39,7	–39,7%	–9,4%
Audiovisual Española 2000 SA	<i>La Razón</i>	51,4	37,9	36,2	38,5	38,8	–24,5%	7,2%
Total diaris d'informació general i abast estatal		296,7	226,7	228,6	225,7	226,0	–23,8%	–1,1%
Diaris d'esports d'abast estatal								
Diario As SL	<i>As</i>	42,0	30,7	42,6	38,9	36,7	–12,6%	–13,8%
Unidad Editorial Información Deportiva SL	<i>Marca</i>	56,4	37,4	48,8	49,5	42,7	–24,3%	–12,5%
Total diaris d'esports d'abast estatal		98,4	68,1	91,4	88,4	79,4	–19,3%	–13,1%

^A La xifra per al 2023 és estimació de l'autor.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

Taula 11. Evolució de la xifra de treballadors de les empreses editores de diaris en paper d'informació general i d'esports de pagament amb difusió a Catalunya (2019–2023)

							Evolució	
Empresa	Diari	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
Diaris d'abast català								
La Vanguardia Ediciones SLU	<i>La Vanguardia</i>	259	236	250	241	238	–8,1%	–4,8%
El Periódico de Catalunya SL	<i>El Periódico</i>	151	154	154	159	163	7,9%	5,8%
Hermes Comunicacions SA	<i>El Punt / El Punt Avui</i>	160	138	134	128	148	–7,5%	10,4%
Edició de Premsa Periòdica Ara SA	<i>Ara</i>	132	135	132	132	s. d.	–	–
Total diaris d'abast català		443	427	420	419	443	0,0%	5,5%
Diaris d'abast local								
Diari Segre SL	<i>Segre</i>	72	72	66	63	64	–11,1%	–3,0%
PROMICSA	<i>Diari de Tarragona</i>	63	44	45	59	60	–4,8%	33,3%
Diari de Girona SA	<i>Diari de Girona</i>	59	51	50	50	51	–13,6%	2,0%
Edicions Intercomarcals SA	<i>Regió 7</i>	58	47	45	46	42	–27,6%	–6,7%
Holder Solutions SL	<i>La Mañana</i>	36	34	33	33	22	–38,9%	–33,3%
Julián Sanz SL	<i>Diari de Terrassa</i>	27	s. d.	s. d.	–	–	–100,0%	–
Edicions Diari de Terrassa SL	<i>Diari de Terrassa</i>	–	–	–	19	19	–	–
Novapress Edicions SL	<i>Diari de Sabadell</i>	17	15	13	15	15	–11,8%	15,4%
Total diaris d'abast local		332	263	252	285	273	–17,8%	8,3%
Diaris d'informació general i abast estatal								
Ediciones El País SL	<i>El País</i>	398	396	417	388	382	–4,0%	–8,4%
Diario ABC SL	<i>ABC</i>	255	256	257	260	258	1,2%	0,4%
Unidad Editorial Información General SLU	<i>El Mundo</i>	185	187	192	193	203	9,7%	5,7%
Audiovisual Española 2000 SA	<i>La Razón</i>	208	194	174	152	151	–27,4%	–13,2%
Total diaris d'informació general i abast estatal		1.046	1.033	1.040	993	994	–5,0%	–4,4%
Diaris d'esports editats a Catalunya								
Mundo Deportivo SA	<i>Mundo Deportivo</i>	102	98	103	104	109	6,9%	5,8%
Ediciones Deportivas Catalanas SA	<i>Sport</i>	59	64	61	63	69	16,9%	13,1%
Total diaris d'esport editats a Catalunya		161	162	164	167	178	10,6%	8,5%
Diaris d'esports d'abast estatal								
Diario As SL	<i>As</i>	135	134	137	149	190	40,7%	38,7%
Unidad Editorial Información Deportiva SL	<i>Marca</i>	148	135	148	149	155	4,7%	4,7%
Total diaris d'esports d'abast estatal		283	269	285	298	345	21,9%	21,1%

^A La xifra per al 2023 és estimació de l'autor.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

La llarga tradició
de premsa de
proximitat a
Catalunya manté
la seva vitalitat
encara avui

.....

3. La premsa local i comarcal no diària

En les pàgines anteriors s’ha fet referència a la situació i evolució desigual en el segment dels diaris d’abast local, provincial o intercomarcal quant a la difusió, l’audiència i les magnituds econòmiques. En aquest punt s’afegeix la informació de la resta de la premsa de proximitat, centrada en els setmanaris i bisetmanaris de pagament i en una mostra de publicacions significatives entre la premsa gratuïta d’abast local.

La llarga tradició de premsa de proximitat a Catalunya manté la seva vitalitat encara avui, i a més dels setmanaris editats per empreses ofereix un ampli ventall de títols gestionats per entitats no lucratives distribuïts per tota la geografia i de periodicitat diversa. Aquesta premsa s’agrupa en la ja històrica Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC), i ha anat incorporant progressivament l’edició digital de les publicacions, facilitant-ne la supervivència davant els hàbits canviants de la població respecte als mitjans informatius.

Amb el transcurs dels anys, s’ha desenvolupat amb força per tot Catalunya una altra modalitat de premsa de proximitat, de comercialització gratuïta i majoritàriament editada per empreses locals, la qual s’agrupa en l’Associació de Mitjans d’Informació i Comunicació (AMIC). En aquesta associació hi ha mitjans en paper i també publicacions natives digitals, i hi participen algunes publicacions de pagament, diaris inclosos.

La taula 12 presenta les xifres de difusió dels setmanaris i bisetmanaris de pagament que mantenen el control de l’OJD per a les edicions en paper. L’evolució que van tenir és prou diversa, però en quasi tots els casos va ser lleugerament negativa els dos darrers anys, i si es considera el període 2019–2024, el resultat per a la majoria va ser d’una clara tendència a la baixa, com succeïa també en el cas dels diaris. Aquests setmanaris, també com els diaris de proximitat, actualment despleguen el seu servei informatiu per mitjà del web.

Taula 12. Evolució de la difusió dels setmanaris locals i comarcals de pagament (2019–2024)^A

							Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
<i>El 9 Nou – Osona^B</i>	7.531	7.430	7.283	6.870	7.001	6.876	–8,7%	0,1%
<i>Setmanari de l’Alt Empordà</i>	3.684	3.407	3.287	3.197	3.093	3.035	–17,6%	–5,1%
<i>El 9 Nou – Vallès Oriental^B</i>	3.620	3.276	3.250	2.877	2.860	2.710	–25,1%	–5,8%
<i>El 3 de Vuit</i>	2.254	2.099	1.987	1.884	1.815	1.724	–23,5%	–8,5%
<i>La Veu de l’Anoia</i>	2.240	1.851	1.796	1.716	1.665	1.562	–30,3%	–9,0%
<i>La Comarca d’Olot</i>	1.733	1.478	1.485	1.480	1.345	1.297	–25,2%	–12,4%
<i>L’Eco de Sitges</i>	1.543	1.473	1.443	1.218	1.206	1.232	–20,2%	1,1%
<i>Hora Nova</i>	1.272	1.157	1.083	1.026	920	856	–32,7%	–16,6%
<i>Nova Tàrraga</i>	816	727	655	630	583	567	–30,5%	–10,0%
Total	24.693	22.898	22.269	20.898	20.488	19.859	–19,6%	–5,0%

^A Publicacions amb control de la difusió per part de l’OJD.

^B S’hi inclouen les subscripcions a la rèplica digital.

Font: elaboració pròpia amb dades d’INTROL/OJD.

Des de la perspectiva econòmica, però, els setmanaris locals van millorar la facturació en el bienni 2023–2024, i van superar les dificultats de l'any 2020 arran de la pandèmia. També pel que fa a la força laboral van oferir un resultat que mostra l'alta capacitat de la premsa comarcal per adaptar-se als canvis en el sistema informatiu.

Taula 13. Evolució de les magnituds econòmiques d'editors de premsa local de pagament (selecció) (2019–2023)

							Evolució	
Empresa	Publicació	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
Xifra neta de vendes (milions d'euros)								
Prensa d'Osona SA	<i>El 9 Nou</i>	3,0	2,5	2,6	2,6	2,7	–10,0%	3,8%
Editorial L'Empordà SL	<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,0%	14,3%
El Vallenc SL	<i>El Vallenc</i>	0,7	0,6	0,6	0,8	0,8	14,3%	33,3%
Edicions El Bassegoda SL	<i>La Comarca d'Olot</i>	0,6	0,4	0,5	0,5	0,5	–16,7%	0,0%
Publicacions Anoia SL	<i>La Veu de l'Anoia</i>	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	25,0%	25,0%
Setmanari L'Ebre SL	<i>L'Ebre</i>	0,4	0,3	0,4	0,5	0,4	0,0%	0,0%
Nombre d'empleats								
Prensa d'Osona SA	<i>El 9 Nou</i>	47	46	43	42	41	–12,8%	–4,7%
Editorial L'Empordà SL	<i>Setmanari de l'Alt Empordà</i>	15	13	11	12	12	–20,0%	9,1%
El Vallenc SL	<i>El Vallenc</i>	s. d.	s. d.	10	10	10	–	0,0%
Edicions El Bassegoda SL	<i>La Comarca d'Olot</i>	8	5	6	8	9	12,5%	50,0%
Publicacions Anoia SL	<i>La Veu de l'Anoia</i>	8	7	7	8	9	12,5%	28,6%
Setmanari L'Ebre SL	<i>L'Ebre</i>	6	4	4	4	4	–33,3%	0,0%

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

Pel que fa a la premsa de distribució gratuïta, la pèrdua de difusió va ser en general inferior a la de les publicacions de pagament, sobretot els dos darrers anys, ja que el 2020 van sofrir els mateixos problemes que la resta d'editors, com reflecteixen les dades de la taula 14.

Taula 14. Difusió de publicacions locals gratuïtes (2019–2024)^A

							Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
Diaris								
<i>20 Minutos</i> (Barcelona)	67.087	58.826	53.055	53.193	40.609	45.229	–33%	–15%
<i>Diari Més</i>	24.442	23.672	24.415	24.462	24.538	24.470	0%	0%
Setmanaris								
<i>Capgròs</i>	27.500	26.638	27.321	26.092	24.083	23.625	–14%	–9%
<i>La Fura</i>	25.300	25.300	25.300	25.300	25.300	25.300	0%	0%

							Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024	2022-2024
Setmanaris								
<i>Més Osona</i>	24.121	21.589	20.256	19.272	19.049	19.062	-21%	-1%
<i>El Cargol</i>	16.771	14.294	15.747	15.839	15.785	15.978	-5%	1%
<i>Tot Sant Cugat</i>	19.053	16.363	17.990	16.657	15.428	14.426	-24%	-13%
<i>Diari Més Ebre</i>	14.990	13.808	9.990	9.990	9.990	9.990	-33%	0%
<i>L'Independent</i> (Gràcia)	8.598	7.440	8.485	8.508	8.470	8.555	-1%	1%
<i>L'Enllaç dels Anoïens</i>	11.003	10.053	10.001	8.608	8.115	7.690	-30%	-11%
<i>SomGranollers</i>	13.823	9.162	7.420	8.287	7.818	7.029	-49%	-15%
<i>SomMollet</i>	13.678	9.601	6.201	6.451	6.746	6.748	-51%	5%
Publicacions quinzenals i mensuals								
<i>La Bústia del Baix Llobregat Nord</i>	50.530	50.652	45.485	41.076	43.076	40.440	-20%	-2%
<i>La Clau</i>	22.197	16.380	16.433	16.041	15.284	15.443	-30%	-4%
<i>Sant Cugat Magazine</i>	15.136	13.000	14.818	15.727	15.000	15.000	-1%	-5%
<i>Cop d'Ull</i>	13.995	13.995	13.995	13.995	13.995	13.995	0%	0%
<i>La Torre de Barcelona</i>	18.344	10.253	13.253	13.162	11.889	11.712	-36%	-11%
<i>Freqüència</i>	11.092	10.870	10.900	9.983	9.983	9.983	-10%	0%
<i>ELMirall.net</i>	10.617	9.325	9.700	9.700	9.700	9.700	-9%	0%
<i>Comarques de Ponent</i>	20.740	10.740	11.032	7.103	8.228	6.990	-66%	-2%
<i>Aquí Berguedà</i>	10.070	7.278	6.089	6.143	6.051	6.003	-40%	-2%
<i>Mollet a Mà</i>	5.015	4.995	10.904	5.995	5.995	5.995	20%	0%
<i>Cerdanyola al Dia</i>	6.037	4.072	5.041	5.044	5.010	5.041	-16%	0%
<i>Els Colors del Pla de l'Estany</i>	5.337	5.025	5.203	5.087	5.053	4.812	-10%	-5%
<i>Anoia Diari</i>	5.185	3.814	3.973	4.476	4.039	4.172	-20%	-7%
<i>La Marina</i>	5.810	3.492	5.219	5.992	4.537	3.992	-31%	-33%

^A Selecció de publicacions amb certificació d'INTROL/PDG i dades disponibles per al 2024.

Font: elaboració pròpia a partir de dades d'INTROL/PDG.

Pel que fa a les dimensions econòmiques, la mostra d'empreses de la taula 15, entre les més grans del sector, permet veure que són molt poques les que tenen una facturació superior al milió d'euros anuals, de forma comparable amb els setmanaris locals de pagament. El mateix es detecta quant a l'ocupació laboral. Alhora, es comprova que els dos darrers anys les xifres mantenen una certa estabilitat però no tots els editors recuperen el volum de facturació i de persones en plantilla.

Taula 15. Evolució de les magnituds econòmiques d'editors de publicacions locals gratuïtes (selecció) (2019–2023)

							Evolució	
Empresa	Publicació	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
Xifra neta de vendes (milions d'euros)								
Totmedia Comunicació SL	<i>Tot Sant Cugat</i>	2,1	1,5	1,5	1,7	1,9	–9,5%	26,7%
Tamediaxa SA	<i>Diari Més</i>	1,6	1,4	1,5	1,6	1,7	6,2%	13,3%
Capgròs Comunicació SL	<i>Capgròs</i>	1,0	0,7	0,7	0,8	0,7	–30,0%	0,0%
Reclam Publicitari SL	<i>Reclam</i>	0,9	0,5	0,6	0,6	0,6	–33,3%	0,0%
L'Enllaç dels Anoiencs SL	<i>L'Enllaç dels Anoiencs</i>	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	50,0%	50,0%
Nombre d'empleats								
Tamediaxa SA	<i>Diari Més</i>	27	25	25	22	24	–11,1%	–4,0%
Totmedia Comunicació SL	<i>Tot Sant Cugat</i>	31	26	20	20	18	–41,9%	–10,0%
Capgròs Comunicació SL	<i>Capgròs</i>	12	9	13	12	11	–8,3%	–15,4%
Reclam Publicitari SL	<i>Reclam</i>	9	4	9	9	9	0,0%	0,0%
L'Enllaç dels Anoiencs SL	<i>L'Enllaç dels Anoiencs</i>	4	4	4	4	4	0,0%	0,0%

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

4. La indústria de la premsa no diària d'abast general

La premsa no diària d'abast general va travessar una crisi la dècada anterior, que va comportar el tancament de moltes publicacions, la supressió de llocs de treball i la desaparició d'empreses. En els darrers anys, el panorama s'ha estabilitzat, però amb diferències importants entre els indicadors usats en aquest capítol.

Un dels aspectes a destacar és la relativa estabilitat de les revistes en català, la consolidació d'Abacus com a grup que edita alguns dels títols més populars, i la recuperació d'un títol veterà com *L'Avenç*, que el 2023 va haver de tancar.

L'indicador en què la caiguda de la premsa no diària en paper mostra pitjors resultats en el darrer bienni és el de la difusió (taula 16). Els cinc setmanaris “del cor” van experimentar reduccions de la difusió a Catalunya entre el 30% i el 44% des de l'exercici 2019–2020 fins al darrer control (2023–2024), i una caiguda igualment important en el conjunt de la seva circulació. Així, només el líder (*Pronto*) es va mantenir per damunt dels 30.000 exemplars a Catalunya. Pel que fa a les revistes d'una altra periodicitat, el resultat és similar, i només cinc títols es van mantenir el 2024 per damunt dels 10.000 exemplars per número a Catalunya entre els d'abast espanyol (un d'ells, de difusió gratuïta).

Per contra, les publicacions en català que se sotmeten al control de l'OJD van resistir millor la primera part de la dècada, amb baixades al voltant del 10%, i en el cas de les veteranes *Cavall Fort* i *El Tatano* fins i tot van augmentar la seva difusió. Per a la resta de revistes en català, prop d'un centenar agrupades en l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), no hi ha dades de difusió auditades.

Taula 16. Difusió a Catalunya de la premsa no diària d'abast general en paper (2019–2024)^A

Títol	Forma de comercia- lització ^A	Lloc d'edició	Difusió a Catalunya		Evolució a Catalunya 2019-2024	DIFUSIÓ TOTAL		Part Cat./ total 2023-2024
			2019-2020	2023-2024		2019-2020	2023-2024	
Setmanaris								
Pronto	P	Barcelona	113.490	79.815	-29,7%	618.675	427.533	18,7%
Hola	P	Madrid	43.905	28.121	-36,0%	295.291	209.428	14,5%
Lecturas	P	Barcelona	42.296	26.539	-37,3%	167.538	121.540	21,8%
Semana	C	Madrid	14.249	9.195	-35,5%	120.454	90.876	10,1%
Diez Minutos	C	Madrid	10.932	6.129	-43,9%	116.954	69.405	8,8%
Revistes d'una altra periodicitat								
Saber Vivir	P	Barcelona	25.955	16.948	-34,7%	151.145	84.022	20,2%
Mi Bebé y Yo	G	Barcelona	22.072	16.699	-24,3%	162.890	119.961	13,9%
Woman	P	Madrid	10.776	16.471	52,8%	86.420	59.327	27,3%
Elle	P	Madrid	12.934	10.431	-19,4%	76.239	69.277	15,1%
Clara	P	Barcelona	16.665	10.028	-39,8%	64.212	40.281	25,6%
El Mueble	P	Barcelona	13.132	9.665	-26,4%	61.607	43.865	23,8%
Vogue	P	Madrid	12.556	9.337	-25,6%	57.010	41.442	22,5%
National Geographic	P	Barcelona	17.796	9.071	-49,0%	86.940	46.590	22,2%
Historia National Geographic	P	Barcelona	10.070	6.700	-33,5%	54.712	41.175	20,0%
Cuerpomente	P	Barcelona	8.682	6.393	-26,4%	24.654	18.837	33,9%
Cosmopolitan	C	Madrid	17.349	5.821	-66,4%	61.324	33.319	17,5%
Hola Fashion	P	Madrid	8.536	5.716	-33,0%	79.987	50.928	11,2%
Telva	P	Madrid	9.076	5.532	-39,0%	86.142	50.023	12,0%
Cosas de Casa	P	Barcelona	7.963	5.259	-34,0%	47.141	28.528	18,4%
Coches 2000	P	Madrid	7.217	5.126	-29,0%	34.995	22.313	23,0%
In Style	C	Barcelona	10.197	5.103	-50,0%	39.716	18.346	27,8%
Viajes National Geographic	P	Barcelona	7.312	4.746	-35,1%	28.431	19.799	27,2%
Clan Revista	P	Madrid	7.419	4.660	-37,2%	51.760	28.350	16,4%
AD Architectural Digest	P	Madrid	5.939	4.524	-23,8%	29.825	18.939	22,7%
Fotogramas	C	Madrid	7.379	3.847	-47,9%	36.057	19.640	19,6%
Marie Claire	C	Madrid	7.858	3.634	-53,8%	38.428	33.221	10,9%
Condé Nast Traveller	C	Madrid	6.377	3.548	-44,4%	17.894	10.582	33,7%
Vanity Fair	P	Madrid	3.986	3.147	-21,0%	19.182	13.775	22,9%
Publicacions en català								
Time Out (Barcelona)	G	Barcelona	49.301	30.105	-38,9%	49.301	30.105	100,0%
Sàpiens	P	Barcelona	13.292	12.534	-5,7%	13.987	11.548	92,1%
Cavall Fort	P	Barcelona	9.648	11.155	15,6%	9.987	10.322	92,5%
Descobrir Catalunya	P	Barcelona	9.048	8.137	-10,1%	9.459	7.843	96,4%
Cuina	P	Barcelona	8.758	7.714	-11,9%	9.394	7.154	92,7%
El Tatano	P	Barcelona	6.290	10.007	59,1%	6.952	9.058	90,5%
Catalunya Cristiana (Set.) ^B	P	Barcelona	2.802	2.543	-9,2%	2.845	2.435	95,8%

Nota: publicacions amb difusió a Catalunya superior a 3.000 exemplars/número en el darrer control i publicacions en català sotmeses al control de l'OJD. Per a les publicacions en català, el control correspon a l'any natural. Per a la resta, de juliol a juny.

^A P = publicacions de pagament. G = publicacions de difusió gratuïta. C = publicacions de difusió combinada (almenys el 20% dels exemplars de pagament).

^B Inclou l'edició en castellà, amb 600 exemplars de mitjana.

Font: elaboració pròpia amb dades d'INTROL/OJD.

Les perspectives netament negatives per a la premsa no diària d'abast general que reflecteix el control de la difusió contrasten amb els resultats de les enquestes d'audiència de l'EGM. La pujada dels darrers anys per a un gran nombre de títols (paper i digital) que mostra l'EGM (taula 17), i sobretot per a les revistes mensuals, contrasta amb el balanç de l'evolució de la difusió en paper a Catalunya des del 2019. D'altra banda, cal advertir que en la informació facilitada per l'AIMC no hi ha dades referides als títols en català a l'EGM.

Taula 17. Audiència de la premsa no diària d'abast general en paper a Catalunya de publicacions controlades en l'EGM (milers) (2019–2024)^A

							Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019–2024	2022–2024
Setmanaris								
<i>Pronto</i>	354	264	265	230	280	264	–25,4%	14,8%
<i>Hola</i>	270	207	145	164	196	228	–15,6%	39,0%
<i>Lecturas</i>	232	147	125	122	163	169	–27,2%	38,5%
<i>Semana</i>	72	53	42	42	64	71	–1,4%	69,0%
<i>Diez Minutos</i>	109	79	65	47	90	54	–50,5%	14,9%
Altres revistes								
<i>National Geographic</i>	331	341	273	275	455	466	40,8%	69,5%
<i>Viajes National Geographic</i>	119	118	127	145	264	245	105,9%	69,0%
<i>Historia National Geographic</i>	113	104	149	132	207	223	97,3%	68,9%
<i>Vogue</i>	105	104	165	128	232	224	113,3%	75,0%
<i>Cosmopolitan</i>	82	80	96	132	200	159	93,9%	20,5%
<i>Elle</i>	82	86	96	80	146	142	73,2%	77,5%
<i>Saber Vivir</i>	114	87	98	102	118	130	14,0%	27,5%
<i>Fotogramas</i>	78	85	87	88	124	s. d.	–	–
<i>El Mueble</i>	86	83	77	88	132	127	47,7%	44,3%
<i>Viajar</i>	55	68	56	58	89	97	76,4%	67,2%
<i>Coches</i>	28	31	38	52	72	97	246,4%	86,5%
<i>Cosas de Casa</i>	41	37	58	58	76	96	134,1%	65,5%
<i>Clara</i>	61	56	53	43	91	94	54,1%	118,6%
<i>Woman</i>	41	35	49	48	94	92	124,4%	91,7%
<i>Cuorpomente</i>	68	63	52	68	97	87	27,9%	27,9%
<i>Elle Decoración</i>	28	31	29	52	84	81	189,3%	55,8%

^A Inclou l'edició en PDF.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'AIMC procedents de l'EGM, per a tots els setmanaris i sobre publicacions amb més de 80.000 lectors per número a Catalunya en l'últim exercici.

Quant a l'estructura i l'economia del mercat de premsa no diària de gran abast, no hi van haver canvis significatius en el bienni 2023–2024, i la majoria d'empreses van mostrar una estabilitat relativa. Les empreses editores de premsa no diària amb més facturació estaven repartides entre Madrid i Barcelona. Amb seu a Catalunya es mantien destacades (taula 18) i amb facturació per damunt dels deu milions d'euros el veterà Publicaciones Heres (*Pronto*), l'editora de còmics Norma i sobretot RBA Revistas, la segona per xifra de vendes al conjunt d'Espanya, darrere l'editora d'*Hola*. Entre els editors en català només el de

Cavall Fort i *El Tatano* es mantenia estable per damunt del milió d'euros de facturació l'any 2023.

Taula 18. Volum de vendes de les principals empreses editores de revistes en paper (2019–2023)

						Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
Xifra neta de vendes (en milions d'euros)							
RBA Revistas SL	48,7	41,5	43,2	44,5	44,4	–8,8%	2,8%
Norma Editorial SA	16,2	13,7	26,5	29,4	22,0	35,8%	–17,0%
Publicaciones Heres SL	21,5	18,5	17,1	15,9	14,5	–32,6%	–15,2%
Ediciones Reunidas SA / Motor Zeta SA	10,9	7,8	9,0	9,3	9,1	–16,5%	1,1%
Time Out Spain Media SL	3,6	1,8	1,0	3,0	3,7	2,8%	270,0%
Prisma Publicaciones 2002 SL	4,5	2,5	2,9	3,5	2,4	–46,7%	–17,2%
Ediciones El Jueves SA	2,4	2,1	1,9	1,8	1,3	–45,8%	–31,6%
Curt Ediciones SA	1,5	0,8	0,8	0,9	0,8	–46,7%	0,0%
Editors de premsa en català							
Edicions Cavall Fort SL	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	18,2%	8,3%
Grup Enderrock Edicions SL	0,6	0,5	0,6	0,7	0,7	16,7%	16,7%
L'Avenç SL	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	50,0%	50,0%
Principals grups editors de la resta d'Espanya							
Hola SL	59,4	47,1	57,9	63,0	s. d.	–	–
Hearst España SL	52,2	34,6	39,5	41,2	42,3	–19,0%	7,1%
Ediciones Condé Nast SA	40,2	26,8	26,5	38,5	36,1	–10,2%	36,2%
Blue Ocean Entertainment España SL	6,3	9,2	10,7	11,7	11,7	85,7%	9,3%
Zinet Media Global SL (G y J España Ediciones SL)	14,2	12,0	12,1	11,5	11,4	–19,7%	–5,8%
Sport Life Ibérica SA	18,0	11,0	9,0	11,0	10,8	–40,0%	20,0%
Spainmedia Consulting SLU	3,5	2,8	4,9	6,8	8,3	137,1%	69,4%
Unidad Editorial de Revistas SL	13,7	8,9	7,7	8,9	7,8	–43,1%	1,3%
Ediciones Cónica SA	8,3	5,7	6,5	7,1	7,0	–15,7%	7,7%
Semana SL	8,7	7,0	6,8	6,8	6,2	–28,7%	–8,8%

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

Pel que fa a l'ocupació, la taula 19 mostra que diverses editorials van recuperar i fins i tot ampliar les dimensions de plantilla anteriors a la Covid-19.

Taula 19. Nombre de persones empleades per les principals empreses editores de revistes en paper a Catalunya i a Espanya (2019–2023)

						Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
Nombre de persones empleades							
RBA Revistas SL	200	190	182	183	204	2,0%	12,1%
Norma Editorial SA	61	52	67	75	72	18,0%	7,5%
Ediciones Reunidas SA / Motor Zeta SA	52	44	38	55	54	3,8%	42,1%
Publicaciones Heres SL	46	45	47	45	44	–4,3%	–6,4%

						Evolució	
	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2023	2021-2023
Nombre de persones empleades							
Time Out Spain Media SL	41	36	33	34	38	-7,3%	15,2%
Prisma Publicaciones 2002 SL	42	35	36	36	31	-26,2%	-13,9%
Curt Ediciones SA	20	4	18	18	18	-10,0%	0,0%
Ediciones El Jueves SA	9	12	8	6	4	-55,6%	-50,0%
Editors de premsa en català							
Edicions Cavall Fort SL	10	10	11	11	11	10,0%	0,0%
Grup Enderrock Edicions SL	10	10	10	10	9	-10,0%	-10,0%
L'Avenç SL	2	2	2	1	1	-50,0%	-50,0%
Principals grups editors de la resta d'Espanya							
Hola SL	248	230	250	253	s. d.	-	-
Hearst España SL	364	337	291	246	252	-30,8%	-13,4%
Ediciones Condé Nast SA	206	206	122	213	211	2,4%	73,0%
Sport Life Ibérica SA	128	95	84	72	57	-55,5%	-32,1%
Spainmedia Consulting SLU	13	14	30	40	50	284,6%	66,7%
Zinet Media Global SL (G y J España Ediciones SL)	109	97	96	52	43	-60,6%	-55,2%
Unidad Editorial de Revistas SL	73	69	58	46	41	-43,8%	-29,3%
Blue Ocean Entertainment España SL	21	21	22	23	28	33,3%	27,3%
Ediciones Cónica SA	32	29	32	29	27	-15,6%	-15,6%
Semana SL	26	25	24	21	20	-23,1%	-16,7%

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

5. La premsa digital a Catalunya

En l'ecosistema dels mitjans escrits és ja evident que han de conviure els editors tradicionals, de moment amb el paper i els serveis digitals, i els nascuts directament a internet. El paper, d'acord amb els indicadors d'audiència i difusió, va perdent força a gran velocitat però permet encara als editors tradicionals uns ingressos netament superiors als dels editors nadius digitals i oferir un cabal informatiu més gran que aquests darrers, amb plantilles més àmplies i més recursos, a banda de l'avantatge de tractar-se de marques més conegudes per una part del públic lector.

Pel que fa a l'univers de la premsa digital estrictament, els darrers anys han aportat poques novetats. A Catalunya, en tot cas, va destacar la integració de *Nació Digital* i altres publicacions temàtiques en el grup Novapress, que edita també el *Diari de Sabadell* i el *Diari de Terrassa* (paper i digital), mentre es mantenien al capdavant les mateixes capçaleres que en els darrers exercicis, entre les quals *El Nacional*, *VilaWeb* i *Crónica Global* (en castellà, i vinculada a *El Español*). Des de Madrid, també es van mantenir els mateixos títols, majoritàriament de tarannà conservador, en una pugna a moltes bandes.

Cal afegir que la competència en el terreny digital inclou també els mitjans digitals de les televisions i ràdios, sobretot de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, de RAC1 i, en menor mesura, de Barcelona Televisió. Les xifres d'audiència que assoleixen fa que se'ls pugui

considerar competidors directes dels nadius digitals i dels editors de premsa tradicionals.

En termes d'audiència, el sector de la comunicació a Espanya va optar el 2022 per situar GfK com a mesurador oficial dels suports digitals, en substitució de Comscore. GfK va rebre moltes crítiques de la majoria d'editors per deficiències en l'aplicació de la seva metodologia de treball, i la seva continuïtat està en discussió, malgrat les millores introduïdes el 2024. En conseqüència, i sobretot per poder fer una comparació amb anys anteriors, a la taula 20 es presenten les dades proporcionades per Comscore, que no ha deixat en cap moment de fer les seves mesures.

Tot i la diversitat d'indicadors d'audiència digital disponibles, en la taula 20 s'ha optat per publicar els resultats del més usual en el sector: el nombre d'usuaris únics mensuals i referits a l'àmbit territorial de Catalunya, el mes de desembre de cada any. LaVanguardia.com va ser el líder tots els anys de la sèrie 2019–2024, malgrat una baixada important el 2024, per davant d'altres capçaleres de premsa tradicional. Pel que fa als nadius digitals, el darrer mes de desembre *OkDiario* i *ElConfidencial.com* van desplaçar *ElNacional.cat* del lideratge a Catalunya, almenys en nombre d'usuaris únics. També cal destacar les xifres assolides pels webs d'informació d'algunes cadenes radiofòniques.

Taula 20. Rànquing de mitjans digitals a Catalunya per nombre d'usuaris únics mensuals el desembre de cada any en milers (2019–2024)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Penetració desembre 2024
Total internet a Catalunya	5.740	5.901	6.314	6.415	6.412	6.453	–
ElEspanol.com	2.511	2.622	2.956	3.200	3.310	2.948	46%
LaVanguardia.com	4.424	4.674	4.488	3.561	5.702	2.942	46%
ElMundo.es	2.603	3.370	3.793	3.410	2.869	2.599	40%
ElPeriodico.com	2.893	3.476	3.526	3.111	3.069	2.530	39%
20Minutos.es	2.693	3.009	2.868	2.730	2.505	2.293	36%
ElPais.com	3.147	2.898	3.229	3.075	3.085	2.259	35%
OkDiario.com	1.660	1.678	1.968	2.138	1.628	1.863	29%
ElConfidencial.com	2.162	2.898	3.085	2.334	1.891	1.842	29%
LaRazon.es	785	688	1.639	1.743	1.442	1.725	27%
ABC.es	2.856	2.665	1.897	1.843	1.583	1.710	27%
HuffingtonPost.es	998	1.388	1.131	1.097	1.643	1.665	26%
ElNacional.cat	2.197	1.654	2.488	2.870	1.928	1.434	22%
eldiario.es	1.408	1.467	1.436	1.029	1.358	1.421	22%
LaSexta.com	–	–	–	–	1.342	1.018	16%
Cope.es	–	–	–	–	757	905	14%
Rac1.cat	–	–	–	–	793	861	13%
cadenaser.com	–	–	–	–	1.062	785	12%
ElDebate.com	–	–	–	–	715	671	10%
NacioDigital.cat	942	1.049	1.065	656	679	453	7%

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Penetració desembre 2024
Publico.es	939	826	1.000	817	574	356	6%
LibertadDigital.com	794	805	728	765	s. d.	355	6%
LaInformacion.com	688	647	811	631	s. d.	s. d.	–
VozPopuli.com	984	1.031	539	556	406	349	5%
VilaWeb.cat	744	748	764	514	s. d.	s. d.	–
Ara.cat	923	999	691	429	586	393	6%
ElPeriodico.cat	353	337	404	310	s. d.	s. d.	–
ElPuntavui.cat	290	316	336	304	s. d.	s. d.	–
ElMon.cat	547	407	335	202	s. d.	s. d.	–

Nota: selecció de publicacions, ordinador i mòbil.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia amb dades de Comscore.

Davant la controvèrsia per la mesura de l'audiència de les publicacions digitals, la taula 21 ofereix les dades verificades per l'OJD per a la premsa en català. En aquest cas, per completar la informació, s'ha optat per l'indicador “mitjana d'usuaris únics diaris” al llarg de desembre de cada any. La taula reflecteix també la baixada d'ElNacional.cat, tot i que manté el lideratge de la premsa en català, i sobretot destaca el creixement de Rac1.cat, per davant dels webs dels diaris tradicionals i de la resta de nadius digitals.

Taula 21. Audiència de publicacions digitals d'informació d'actualitat d'abast nacional i local (2019–2024)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ElNacional.cat	301.782	261.674	413.958	423.047	339.230	237.929
Rac1.cat	87.460	114.191	138.408	96.366	106.452	217.346
Ara.cat	135.286	157.758	133.552	113.139	123.837	129.424
E-noticies.cat	13.292	9.024	s. d.	s. d.	117.032	112.458
ElMon.cat	108.373	92.695	74.612	47.974	60.467	39.844
ElPuntAvui.cat	39.890	57.664	58.318	48.558	49.263	37.058
ElPeriodico.cat	35.737	34.738	34.659	25.978	17.033	12.605
RacoCatala.cat	18.301	13.379	5.047	9.246	7.550	9.358
DiariDeGirona.cat	63.069	75.557	82.950	92.587	67.910	60.535
Regió7.cat	32.618	50.380	50.720	44.030	41.694	59.462
BTV.cat	33.632	65.224	80.375	54.009	57.053	45.191
Segre.com	19.519	28.957	35.749	20.246	22.574	31.561
DiariDeSabadell.com	5.135	10.284	12.447	9.506	9.946	11.258
DiariDeTerrassa.com	–	–	9.760	8.077	14.153	11.071
El9Nou.cat	9.951	17.783	10.869	13.737	9.238	7.871

Nota: selecció, mitjana de navegants únics el desembre de cada any.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'OJD interactiva.

Per completar la informació sobre la premsa digital, com s'ha fet amb els altres segments, la taula 22 presenta l'evolució de les magnituds econòmiques dels editors de premsa nadiua digital dels quals s'han pogut consultar les dades aportades al registre mercantil al tancament d'aquest capítol (maig del 2025). Tant en termes de facturació com de nombre de treballadors, es pot comprovar que aquestes empreses, tot i que majoritàriament no han deixat de progressar, estan encara a gran distància dels editors tradicionals de premsa, per bé que en termes d'audiència hi estan competint de molt a prop.

Taula 22. Evolució de les magnituds econòmiques d'editors de mitjans digitals a Catalunya i a Espanya (xifra neta de vendes en milions d'euros) (2019–2023)

							Evolució	
Empresa	Mitjà digital	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
D'abast català								
Grup Les Notícies de Catalunya SL	<i>El Nacional</i>	3,8	3,5	4,6	6,5	s. d.	–	–
Crónica Global Media SL	<i>Crónica Global</i>	2,6	2,7	2,9	3,6	3,8	46,2%	31,0%
Partal, Maresma i Associats SL	<i>VilaWeb</i>	s. d.	1,8	2,0	2,0	2,2		10,0%
Edicions Digitals de Premsa Local SL	<i>Nació Digital</i> i altres	–	–	–	1,2	1,6	–	–
Serveis de Comunicació Global Aquitània SL ^A	<i>Nació Digital</i>	1,6	1,5	1,3	0,5	–	–	–
Tirabol Produccions SL	<i>Racó Català</i>	0,3	0,4	0,3	0,3	0,4	33,3%	33,3%
Edicions del Núvol SL	<i>El Núvol</i>	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4	33,3%	33,3%
D'abast espanyol								
Display Connectors SL	<i>Público</i>	3,6	4,2	4,2	4,7	s. d.	–	–
Titania Compañía Editorial SL	<i>El Confidencial</i>	20,2	19,7	22,2	23,9	25,1	24,3%	13,1%
El León de El Español Publicaciones SA	<i>El Español</i>	9,0	11,2	14,2	16,8	19,4	115,6%	36,6%
Libertad Digital SA	<i>Libertad Digital</i>	12,1	12,6	13,5	13,9	14,8	22,3%	9,6%
Diario de Prensa Digital SL	<i>El Diario</i>	6,9	9,7	10,9	12,7	13,7	98,6%	25,7%
Dos Mil Palabras SL	<i>OkDiario</i>	7,7	8,4	9,7	11,6	13,2	71,4%	36,1%
Vozpópuli Digital SA	<i>Voz Pópuli</i>	2,6	3,2	3,5	s. d.	3,5	34,6%	0,0%
The Objective Media SL	<i>The Objective</i>	0,1	0,0	0,1	1,2	2,2	2.100,0%	2.100,0%
Economía Digital SL	<i>Economía Digital</i>	3,4	2,3	2,2	1,8	2,0	–41,2%	–9,1%
Ediciones Prensa Libre SA	<i>Prensa Libre</i>	1,0	1,4	1,5	1,7	1,9	90,0%	26,7%
Nombre d'empleats								
D'abast català								
Grup Les Notícies de Catalunya SL	<i>El Nacional</i>	40	41	44	44	s. d.	–	–
Edicions Digitals de Premsa Local SL	<i>Nació Digital</i> i altres	–	–	–	20	38	–	–
Crónica Global Media SL	<i>Crónica Global</i>	19	23	27	30	29	52,6%	7,4%
Partal Maresma i Associats SL		s. d.	19	18	22	26	–	–
Serveis de Comunicació Global Aquitània SL	<i>Nació Digital</i>	28	30	29	–	–	–	–
Tirabol Produccions SL	<i>Racó Català</i>	8	7	8	9	6	–25,0%	–25,0%
Edicions del Núvol SL	<i>El Núvol</i>	3	4	4	5	4	33,3%	0,0%

							Evolució	
Empresa	Mitjà digital	2019	2020	2021	2022	2023	2019–2023	2021–2023
D'abast espanyol								
Titania Compañía Editorial SL	<i>El Confidencial</i>	150	154	169	170	181	20,7%	7,1%
El León de El Español Publicaciones SA	<i>El Español</i>	89	105	131	160	168	88,8%	28,2%
Libertad Digital SA	<i>Libertad Digital</i>	136	136	66	162	160	17,6%	142,4%
Diario de Prensa Digital SL	<i>El Diario</i>	91	s. d.	108	117	127	39,6%	17,6%
Dos Mil Palabras SL	<i>OK Diario</i>	59	72	82	84	91	54,2%	11,0%
Vozpópuli Digital SA	<i>Voz Pópuli</i>	s. d.	39	42	s. d.	43	–	2,4%
The Objective Media SL	<i>The Objective</i>	17	18	20	36	38	123,5%	90,0%
Economía Digital SL	<i>Economía Digital</i>	21	27	31	37	33	57,1%	6,5%
Ediciones Prensa Libre SA	<i>Prensa Libre</i>	17	24	26	31	28	64,7%	7,7%
Display Connectors SL	<i>Público</i>	49	55	57	61	s. d.	–	–

^A Comprada l'estiu del 2022 per Edicions Digitals de Premsa Local SL.

s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades SABI (SISTEMA DE ANÁLISIS DE BALANCES IBÉRICOS).

6. Conclusions

Malgrat el creixement ininterromput de la premsa digital, en termes d'audiència i econòmicament, el sector de la premsa de Catalunya en el període 2023–2024 mantenia en el primer pla els editors de premsa diària tradicional en paper. Aquests van experimentar una davallada de la difusió i de l'audiència de les edicions tradicionals, com els anys anteriors, però en conjunt van establir els ingressos i la força laboral. Al mateix temps, en l'àmbit digital van veure com els mitjans informatius nadius digitals anaven progressant, sobretot en termes econòmics.

En el paisatge dels mitjans informatius digitals, la gran diferència amb la premsa en paper és que la competència entre publicacions d'abast espanyol és molt gran, i a més aquestes tenen una gran audiència a Catalunya. Això dificulta la progressió dels editors digitals catalans, d'una manera molt diferent del que passa amb els diaris en paper, en què les publicacions editades a Madrid per a tot l'Estat tenen una escassa difusió i audiència a Catalunya.

Encara en el terreny de la premsa digital, el període 2023–2024 va posar en evidència les dificultats per obtenir ingressos dels lectors per mitjà de murs de pagament. Les subscripcions digitals van créixer lentament tot i les ofertes dels editors, i les previsions són que en un futur immediat no representaran una font de finançament important per a la premsa.

Pel que fa a la premsa de proximitat, immersa també en la digitalització, al llarg del bienni 2023–2024 va mantenir-se, tant la de pagament com la gratuïta, tot i el deteriorament progressiu de la difusió de les edicions en paper.

Quant al mercat de revistes per al gran públic, es va produir una paradoxa aparent: mentre l'audiència de les revistes augmentà, la difusió va

**En el balanç
del període
2023–2024 cal
assenyalar també
les dificultats
per posar
d'acord editors,
publicitaris
i anunciants
quant als canvis
necessaris en la
mesura de les
audiències digitals**

.....

seguir a la baixa per a les d'abast estatal, i les publicacions en català sotmeses a auditoria de l'OJD van mantenir pràcticament les seves xifres.

Amb tot, de cara al futur, totes les modalitats de premsa hauran de prestar atenció al rol fonamental que estan tenint les xarxes socials i els cercadors per acostar el públic a les publicacions, als quals s'afegiran properament les plataformes basades en intel·ligència artificial. L'experiència dels darrers anys és que els canvis en les estratègies i en els algorismes d'aquests actors tenen una gran incidència en els resultats de la premsa, i les mesures impulsades en diversos països per facilitar un tracte just en les negociacions entre uns i altres de moment no han donat un resultat gaire positiu.

Finalment, en el balanç del període 2023–2024 cal assenyalar també les dificultats per posar d'acord editors, publicitaris i anunciants quant als canvis necessaris en la mesura de les audiències digitals. La manca d'acord pel que fa a la metodologia i als indicadors que han de ser més rellevants pot perjudicar la captació d'inversió publicitària en els mitjans informatius digitals.

7. Referències

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2025): *Marco general de los medios en España*. aimc.es/otros-estudios-trabajos/marco-general

ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL DE PUBLICITAT (AEP) (2024): *Presentación del estudio InfoAdex Catalunya 2023*. elgremidelapublicitat.com/wp-content/uploads/2024/04/Presentation-Estudio-InfoAdex-de-la-Inversion-Publicitaria-2024_CATALUNYA.pdf

INFOADEX (2025a): *Presentació estudi InfoAdex Catalunya*. infoadex.es/wp-content/uploads/2025/06/Presentation-Estudio-infoadex-de-la-Inversion-Publicitaria-2025_CATALUNYA-SIN-MESA-REDONDA.pdf

INFOADEX (2025b): *Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2025*. infoadex.es/wp-content/uploads/2025/03/Presentation-Estudio-InfoAdex-2025_OK.pdf

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; ROBERTSON, Craig T.; ROSS ARGUEDAS, Amy; NIELSEN, Rasmus Kleis (2024): *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Oxford (Regne Unit): Reuters Institute. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf

PwC (2025): *Entertainment and Media Outlook 2024–2028 España*. pwc.es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2024-2028.html