

El caféamblllet es consolida com a mitjà líder a la zona

El Baròmetre de la Comunicació fa públiques les dades de la primera onada del 2009

Les dades de la primera onada del 2009 són contundents: el caféamblllet és el mitjà amb més audiència de tota la zona, exceptuant només a les grans cadenes de televisió.

Amb 29.000 lectors (23.000 a la comarca de La Selva) el caféamblllet experimenta una pujada del 75% i es consolida com el desè setmanari gratuït més llegit de Catalunya i el segon més llegit a la província de Girona.

A nivell comarcal, les xifres confirmen el lideratge que ja havia quedat palès als informes del 2008 i el caféamblllet augmenta un 400% el seu avantatge amb el següent mitjà, el Pànxing Selva, que obté 19.000 lectors a la Selva.

El tercer i quart lloc al rànquing d'audiència els ocupen dues ràdios, els 40 Principals, amb 16.000 oients, i Catalunya Ràdio amb 13.000. Els tres llocs següents corresponen a diaris com El Punt (12.000), El Periódico de Catalunya (11.000) i el Diari de Girona (7.000).

Al final del rànquing es troba la blanenca Ràdio Marina, que repeteix amb 4.000 oients.

En relació amb l'última onada de l'any 2008, el caféamblllet és el mitjà que té un increment més gran a la seva audiència, amb 52,6%.

L'estudi:

Tipus d'estudi: Estudi multimèdia d'audiències i consums culturals.
Metodologia: Entrevistes assistides per Tablet PC i realitzades a la llar habitual. **Disseny mostral:** Univers: població de 15 anys i més: 6.229.000 habitants - Àmbit Geogràfic: Catalunya - Entrevistes: 31.434 entrevistes personals - Tipus de mostreig: Aleatori polietàpic estratificat - Nivell de confiança: 95,5% - Marge d'error: 0,5% **Treball de camp:** Equip de camp: equip de camp propi, entrevistadors professionals, residents a la seva zona, bilingües j amb dedicació exclusiva al Baròmetre. - **Durada treball de camp:** Treball de camp continu, els set dies de la setmana i al llarg de tot l'any.



La pregunta:

I això, q qui l'importa?

Quanta gent llegeix el diari a Mollerusa? Quina cadena de televisió veuen els joves del Baix Ebre? Quines pàgines web són consultades pels majors de 50 anys? On és més efectiva la publicitat de cotxes? Totes aquestes preguntes i moltes més ja tenen respostes científiques fiables gràcies al Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, un estudi d'audiència fet a tot l'àmbit de parla catalana.

Però a qui importa aquesta informació? L'objectiu del Baròmetre, segons es pot llegir a la seva web, és "proporcionar informació valuosa als agents del mercat de la comunicació i la cultura".

Per exemple, als mitjans de comunicació aquesta informació els pot ser útil per tal de conèixer els seus lectors, per definir continguts a publicar i per detectar punts febles i noves oportunitats.

En el camp de la publicitat, les dades d'audiència serveixen perquè agències i empreses puguin planificar campanyes publicitàries .

Per què donem tant valor a aquestes dades?

Des del punt de vista empresarial, aquestes dades són una eina d'un valor enorme per a aquest setmanari, ja que corroboren oficialment la nostra posició de lideratge de cara a oferir el nostre servei com a plataforma

publicitària. Poder oferir als nostres clients un servei amb garanties, és una satisfacció molt gran.

Des del punt de vista periodístic, el fet de ser els més llegits ens provoca algunes reflexions. Disciplines com la poesia o la música clàssica, per posar dos exemples, no tenen - ni necessiten - grans audiències. Però es un mitjà de comunicació, la capacitat per arribar a un número considerable de persones en un àmbit determinat és molt important. Només arribant a un alt percentatge de la població, el mitjà pot servir de cohesionador social, de plaça pública on es puguin posar en contacte amplis sectors socials. Per això el número de lectors, més que un número és una confirmació de que el mitjà està funcionant i fent la seva feina: unir a la major quantitat de gent possible al seu voltant per tal de generar debat, idees i complicitats.

http://issuu.com/cafeamblllet/docs/web205_ok/6