

## Rezultatele Studiului de Audiență Radio

### Valul de toamnă 2017

În perioada 28 august – 17 decembrie 2017 a fost realizat valul de toamnă al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și MERCURY RESEARCH S.R.L. În cadrul cercetării, s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel național, urban și în municipiul București.

Eșantionul are un volum de 10.129 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.401 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.728 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), iar în București s-au realizat 1.800 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2,3%).

### Universul

Universul *Studiului de Audiență Radio* este format din persoanele în vârstă de 11 ani și peste, rezidente în locuințe neinstituționalizate din toate localitățile urbane și rurale din România, care nu lucrează în domeniul radio. Conform datelor statistice ale Institutului Național de Statistică obținute în urma Recensământului populației din anul 2011, mărimea acestei populații este de 17.808.907 persoane<sup>1</sup> la nivel național, pentru mediul urban este de 9.710.428 persoane, iar pentru București este de 1.701.186 persoane.

### Eșantionul

*Studiul de Audiență Radio* s-a realizat pe baza unui eșantion de tip probabilist, stratificat, cu extracție multistadială.

În eșantion au fost incluse 1.376 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 242 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 256 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 811 din cele 2.462 de localități rurale cu mai puțin de 5.000 de locuitori.

Localitățile din eșantionul SAR au reieșit din generarea aleatoare a numerelor de telefon pentru realizarea interviurilor și au o distribuție geografică echilibrată la nivel național. În mediul rural au fost adăugate 126 de localități selectate aleator pentru realizarea unor interviuri domiciliare față în față.

La nivelul fiecărei localități din subeșantionul rural, selectarea persoanelor de interviuat față în față a fost realizată pe baza cadrului de eșantionare oferit de bazele de date ale Direcției pentru Evidența Persoanelor și Administrarea Bazelor de Date pentru populația în vârstă de 11 ani și peste, aplicând o procedură de selecție aleatoare.

### Metoda de măsurare a audienței

Măsurarea audienței posturilor de radio în cadrul SAR s-a realizat pe baza metodei rememorării audienței din ziua precedentă (*Day After Recall*), la care apelează cele mai multe dintre sistemele de măsurare existente pe plan internațional, metodologie recomandată de EBU (*European Broadcasting Union*) și ESOMAR (*European Society for Opinion and Marketing Research*).

---

<sup>1</sup> Pentru ponderarea bazei au fost folosite datele oficiale disponibile la Institutul Național de Statistică, așa cum au fost publicate ca urmare a Recensământului populației și al locuințelor din anul 2011. Matricea de ponderare a fost construită conform noii structuri a populației, iar datele pot fi consultate la adresa <http://www.recensamantromania.ro/>.

În vederea înregistrării cât mai corecte a secvențelor de ascultare a posturilor de radio în ziua precedentă, respondenții au fost asistați cu reconstituirea principalelor activități desfășurate de ei în cursul zilei anterioare interviului, în raport cu care au fost înregistrate intervalele de ascultare.

### Procesul de culegere a datelor în teren

Culegerea datelor pentru SAR a fost realizată de două institute de cercetare (eșantioane egale).

În mediul urban toate interviurile s-au realizat prin telefonul fix și telefonul mobil, iar în mediul rural 50,4% din interviuri au fost realizate față în față, la domiciliul respondenților, pe baza procedurii CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing), iar restul prin telefonul fix și telefonul mobil.

Durata perioadei de interviuare: 16 săptămâni. Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe tip de localitate și zi a săptămânii, de-a lungul celor 16 săptămâni de interviuare. Durata medie a interviului: 18 minute.

### Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

#### A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11717.6	100.0
Radio Antena Satelor	701.6	6.0
Radio Digi FM	650.3	3.3
Radio Europa FM	1337.5	7.8
Radio Kiss FM	2462.1	12.0
Radio Magic FM	653.8	3.3
Radio Național FM	219.5	0.9
Radio ProFM	896.7	4.0
Radio Rock FM	269.9	1.2
Radio România Actualități	1731.9	12.9
Radio România București FM	103.6	0.5
Radio România Cluj	103.3	0.5
Radio România Constanța	72.2	0.5
Radio România Cultural	196.4	1.1
Radio România Iași	432.3	2.8
Radio România Oltenia Craiova	414.2	2.0
Radio România Reșița	173.6	1.0
Radio România Târgu Mureș	117.9	0.6
Radio România Timișoara	182.7	0.9
Radio ZU	1866.1	10.1
Virgin Radio (fost Radio 21)	468.0	1.9
Alt post de radio	2415.3	14.4
Post de radio neidentificat*	2501.4	12.6

\*Există persoane care își amintesc că au ascultat radioul însă nu știu ce post de radio au ascultat.

**B. Public comercial**

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 4.924 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

<b>Audiența medie zilnică</b>	<b>Daily Reach (000)</b>	<b>Market Share (%)</b>
TOTAL	6283.9	100.0
Radio Antena Satelor	242.2	3.9
Radio Digi FM	441.9	4.1
Radio Europa FM	837.7	8.8
Radio Kiss FM	1682.8	16.2
Radio Magic FM	472.7	4.3
Radio Național FM	106.7	0.8
Radio ProFM	474.9	4.1
Radio Rock FM	214.4	1.8
Radio România Actualități	462.0	5.5
Radio România București FM	30.6	0.2
Radio România Cluj	24.4	0.3
Radio România Constanța	37.6	0.3
Radio România Cultural	78.3	0.6
Radio România Iași	130.2	1.7
Radio România Oltenia Craiova	134.7	1.1
Radio România Reșița	76.8	0.7
Radio România Târgu Mureș	39.3	0.3
Radio România Timișoara	48.3	0.3
Radio ZU	1241.9	13.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	392.4	2.9
Alt post de radio	1318.5	15.4
Post de radio neidentificat*	1416.9	12.6

\* Vezi pagina 2, nota de subsol

**Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:****A. Total populație 11+**

<b>Audiența medie zilnică</b>	<b>Daily Reach (000)</b>	<b>Market Share (%)</b>
TOTAL	7095.2	100.0
Radio Antena Satelor	202.7	2.4
Radio Digi FM	412.0	3.2
Radio Europa FM	959.5	9.1
Radio Kiss FM	1460.9	11.4
Radio Magic FM	492.0	4.4
Radio Național FM	153.2	1.1
Radio ProFM	542.6	3.9
Radio Rock FM	252.1	1.8
Radio România Actualități	1074.4	13.3
Radio România București FM	66.3	0.6
Radio România Cluj	39.1	0.3
Radio România Constanța	49.0	0.6
Radio România Cultural	148.7	1.4
Radio România Iași	108.8	0.9
Radio România Oltenia Craiova	141.8	1.1
Radio România Reșița	113.0	0.9
Radio România Târgu Mureș	44.0	0.3
Radio România Timișoara	120.1	0.9
Radio ZU	1199.2	10.8
Virgin Radio (fost Radio 21)	381.8	2.6
Alt post de radio	1599.9	14.5
Post de radio neidentificat*	1712.5	14.5

\* Vezi pagina 2, nota de subsol

**B. Public comercial**

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 3.579 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,6%.

<b>Audiența medie zilnică</b>	<b>Daily Reach (000)</b>	<b>Market Share (%)</b>
TOTAL	3972.3	100.0
Radio Antena Satelor	71.7	1.5
Radio Digi FM	278.8	3.7
Radio Europa FM	587.2	10.1
Radio Kiss FM	1048.8	15.5
Radio Magic FM	350.5	5.5
Radio Național FM	77.2	1.1
Radio ProFM	252.4	3.3
Radio Rock FM	202.0	2.8
Radio România Actualități	271.5	4.6
Radio România București FM	18.3	0.2
Radio România Cluj	7.0	0.1
Radio România Constanța	18.9	0.3
Radio România Cultural	47.7	0.7
Radio România Iași	29.4	0.5
Radio România Oltenia Craiova	59.2	0.8
Radio România Reșița	54.4	0.8
Radio România Târgu Mureș	10.4	0.1
Radio România Timișoara	26.6	0.2
Radio ZU	839.9	15.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	332.4	4.0
Alt post de radio	888.1	14.6
Post de radio neidentificat*	1004.2	14.5

\* Vezi pagina 2, nota de subsol

**Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:****A. Total populație 11+**

<b>Audiența medie zilnică</b>	<b>Daily Reach (000)</b>	<b>Market Share (%)</b>
T O T A L	1280.7	100.0
Radio Antena Satelor	39.9	2.4
Radio Dance FM	67.8	2.2
Radio Digi FM	58.9	2.4
Radio Europa FM	132.1	5.9
Radio Guerrilla	57.6	2.5
Radio Itsy Bitsy FM	32.3	1.2
Radio Kiss FM	169.2	6.7
Radio Magic FM	139.1	6.4
Radio Național FM	53.9	2.2
Radio ProFM	108.8	3.8
Radio Rock FM	105.7	3.8
Radio România Actualități	202.0	14.0
Radio România București FM	20.3	1.1
Radio România Cultural	37.2	2.5
Radio România Muzical	14.4	0.9
Radio Romantic FM	88.8	4.1
Radio Seven	2.9	0.1
Radio Smart FM	15.7	0.5
Radio Vibe FM	28.3	0.9
Radio ZU	257.3	11.8
Tanănana	12.4	0.2
Virgin Radio (fost Radio 21)	69.9	2.6
Alt post de radio	153.0	7.9
Post de radio neidentificat*	293.5	13.8

\* Vezi pagina 2, nota de subsol

**B. Public comercial**

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 847 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,4%.

<b>Audiența medie zilnică</b>	<b>Daily Reach (000)</b>	<b>Market Share (%)</b>
T O T A L	747.9	100.0
Radio Antena Satelor	12.6	1.6
Radio Dance FM	61.7	3.8
Radio Digi FM	47.7	3.9
Radio Europa FM	84.7	6.1
Radio Guerrilla	48.5	3.8
Radio Itsy Bitsy FM	22.8	1.7
Radio Kiss FM	133.4	9.4
Radio Magic FM	88.3	7.3
Radio Național FM	27.0	2.0
Radio ProFM	46.1	2.6
Radio Rock FM	82.2	5.6
Radio România Actualități	43.6	3.8
Radio România București FM	5.9	0.3
Radio România Cultural	11.0	1.3
Radio România Muzical	5.2	0.4
Radio Romantic FM	25.1	2.3
Radio Seven	1.7	0.0
Radio Smart FM	9.8	0.6
Radio Vibe FM	22	1.2
Radio ZU	175.9	16
Tanăna	11.8	0.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	61.2	3.9
Alt post de radio	77.8	8.2
Post de radio neidentificat*	184.3	13.8

**Lăcrămioara LOGHIN****Președinte****Marius STRĂMBEANU****Director Executiv****ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ**<http://www.audienta-radio.ro/>

\* Vezi pagina 2, nota de subsol