

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2007

În perioada 5 martie – 6 mai 2007 a fost realizat valul de primăvară al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și Mercury Research SRL.

În cadrul cercetării s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel național, urban, în orașul București și în orașul Timișoara.

Eșantionul național a avut un volum de 11.173 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 0.9%. În mediul urban s-au realizat 8.858 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 1.0%), în București s-au realizat 2.016 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.2%), iar în Timișoara s-au realizat 1.029 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 3.1%).

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. Conform datelor statistice ale INSEE disponibile la data de 01.01.2007, mărimea acestei populații este de 19.185.351 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 toate localitățile urbane de peste 50000 de locuitori, iar pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 50000 de locuitori au fost selectate aleator 58 de orașe cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare oraș selectat.

Pentru stratul de localități rurale au fost selectate aleator 112 comune, cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare comună. În fiecare comună au fost vizitate două sate, în care au fost efectuate în medie câte 10 interviuri.

Localitățile selectate în eșantionul pentru realizarea SAR au o distribuție geografică echilibrată la nivel național.

Selectarea persoanelor de interviuat la nivelul fiecărei localități a fost realizată pe baza cadrului de eșantionare oferit de bazele de date ale Institutului Național pentru Evidența Persoanelor 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 memorării audienței din ziua precedentă (*Day After Recall*), la care apelează cele mai multe din sistemele de măsurare existente pe plan internațional, metodologie recomandată de EBU (*European Broadcasting Union*) și ESOMAR.

În vederea înregistrării cât mai corecte a secvențelor de ascultare a posturilor de radio în ziua precedentă, respondenții au fost asistați cu lista posturilor de radio și prin 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 din teren pentru SAR a fost realizată de două institute de cercetare (eșantioane egale), prin interviuri față în față, realizate la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hîrtie (chestionar tipărit).

Durata perioadei de interviuare: 8 săptămâni de interviuare continuă.

Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 8 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 22 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	11786.6	61.4	100
Radio 21	1550.5	8.1	8.5
Radio Europa FM	2295.8	12	14.9
Radio Kiss FM	2463.3	12.8	13.7
Radio Pro FM	1114.9	5.8	5.9
Radio InfoPro	243.1	1.3	1.2
Radio Magic FM	180.3	0.9	1.1
Radio National FM	150.6	0.8	1
Radio Romantic FM	264.7	1.4	1.6
Radio Romania Actualitati	2739.6	14.3	16.6
Radio Romania Cultural	90.1	0.5	0.4
Radio Romania Muzical	36.4	0.2	0.2
Radio Antena Satelor	925.6	4.8	6.9
Radio Bucuresti	51.1	0.3	0.2
Radio Cluj	276.4	1.4	1.1
Radio Constanta	94.6	0.5	0.5
Radio Craiova	649.7	3.4	3.4
Radio Iasi	710.5	3.7	4.1
Radio Resita	190.8	1	1.1
Radio Tg. Mures	207.6	1.1	1.1
Radio Timisoara	257.7	1.3	1.3

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	6940.5	64.6	100
Radio 21	1217.3	11.3	11.1
Radio Europa FM	1602.9	14.9	16.8
Radio Kiss FM	1754.4	16.3	15.7
Radio Pro FM	737.5	6.9	6.7
Radio InfoPro	135.1	1.3	1.1
Radio Magic FM	132.5	1.2	1.3
Radio National FM	84.9	0.8	0.7
Radio Romantic FM	249.4	2.3	2.4
Radio Romania Actualitati	1522.5	14.2	15.4
Radio Romania Cultural	74.8	0.7	0.5
Radio Romania Muzical	23.7	0.2	0.2
Radio Antena Satelor	265.5	2.5	3.3
Radio Bucuresti	34.2	0.3	0.2
Radio Cluj	136.5	1.3	0.9
Radio Constanta	67.3	0.6	0.5
Radio Craiova	227.2	2.1	1.9
Radio Iasi	225.8	2.1	1.9
Radio Resita	93.1	0.9	1
Radio Tg. Mures	60	0.6	0.5
Radio Timisoara	126.4	1.2	1.1

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	1159.8	65.4	100
Radio 21	434.8	24.5	25
Radio City FM	9.6	0.5	0.4
Radio Deea	68.2	3.8	3
Radio Europa FM	143.5	8.1	7.4
Radio Guerrilla	51.7	2.9	2.4
Radio InfoPro	11.6	0.7	0.8
Radio Itsy Bitsy	14.3	0.8	0.5
Radio Kiss FM	305.6	17.2	13.6
Radio Magic FM	32.1	1.8	1.5
Radio National FM	12.5	0.7	0.7
Radio Pro FM	158.4	8.9	7.6
Radio RFI	5.2	0.3	0.2
Radio Romantic	111	6.3	5.9
Radio Total FM	26	1.5	1.3
Radio Romania Actualitati	299.9	16.9	20.8
Radio Romania Cultural	19.2	1.1	0.9
Radio Romania Muzical	10.3	0.6	0.6
Radio Antena Satelor	52	2.9	4.1
Radio Bucuresti	14.5	0.8	0.8

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în Timișoara:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	200	70.8	100
Radio 21	91.6	32.4	32.3
Radio Europa FM	42.7	15.1	17.4
Radio Guerrilla	4.7	1.6	0.9
Radio Kiss FM	23.4	8.3	6.5
Radio National FM	5.7	2	2.7
Radio Pro FM	24.2	8.6	8.7
Radio InfoPro	2.3	0.8	0.5
Radio Romantic FM	10	3.5	4.5
Radio Romania Actualitati	22	7.8	6.2
Radio Romania Cultural	2.9	1	1.1
Radio Antena Satelor	5.1	1.8	1.7
Radio Resita	3	1.1	1.3
Radio Timisoara	42.5	15.1	12.6

Asociația pentru Radio Audiență

