

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2015

În perioada 31 august – 20 decembrie 2015 a fost realizat valul de toamnă al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și GfK România – Institut de Cercetare de Piață SRL. În cadrul cercetării, s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel național, urban și în municipiul București.

Eșantionul are un volum de 9.449 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1,0%. În mediul urban s-au realizat 7.400 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.049 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-2,2%), 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 persoane¹.

Eșantionul

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

În eșantion au fost incluse 1.156 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 237 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 213 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 639 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 100 de localități selectate aleator pentru realizarea unor interviuri domiciliare față în față.

La nivelul fiecărei localități, selectarea persoanelor de interviuat în subeșantionul rural 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*).

¹ 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 51,2% din interviuri au fost realizate față în față, la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hârtie (chestionar tipărit), iar restul prin telefonul fix și telefonul mobil.

Durata perioadei de interviuare: 16 săptămâni de interviuare. 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: 20 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11347.6	100.0
Radio 21	568.8	2.5
Radio Antena Satelor	701.2	6.3
Radio Europa FM	1509.9	8.3
Radio Kiss FM	2105.3	8.8
Radio Magic FM	772.1	4.1
Radio Național FM	253.2	1.5
Radio ProFM	1454.3	6.4
Radio Rock FM	264.1	1.3
Radio România Actualități	1990.0	14.3
Radio România București FM	80.6	0.4
Radio România Cluj	99.5	0.4
Radio România Constanța	49.0	0.4
Radio România Cultural	176.0	0.8
Radio România Iași	401.8	2.6
Radio România Oltenia Craiova	418.4	2.3
Radio România Reșița	163.0	0.9
Radio România Târgu Mureș	134.3	0.8
Radio România Timișoara	203.2	0.9
Radio ZU	1752.2	8.2
Alt post de radio	2692.1	16.6
Post de radio neidentificat*	2101.2	12.2

*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 4.760 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6102.7	100.0
Radio 21	436.2	3.8
Radio Antena Satelor	259.7	3.7
Radio Europa FM	973.9	8.9
Radio Kiss FM	1462.2	12.6
Radio Magic FM	559.2	5.3
Radio Național FM	139.2	1.5
Radio ProFM	822.3	7.8
Radio Rock FM	187.4	1.9
Radio România Actualități	613.5	7.0
Radio România București FM	17.9	0.2
Radio România Cluj	28.3	0.2
Radio România Constanța	20.9	0.4
Radio România Cultural	55.1	0.4
Radio România Iași	102.5	0.8
Radio România Oltenia Craiova	145.6	1.4
Radio România Reșița	93.6	1.1
Radio România Târgu Mureș	38.9	0.3
Radio România Timișoara	73.7	0.5
Radio ZU	1180.2	11.3
Alt post de radio	1437.2	17.2
Post de radio neidentificat*	1281.1	13.7

* Vezi pagina 2, nota de subsol

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	7111.2	100.0
Radio 21	399.0	2.8
Radio Antena Satelor	224.2	2.7
Radio Europa FM	1055.4	9.3
Radio Kiss FM	1337.5	8.2
Radio Magic FM	623.0	5.3
Radio Național FM	166.7	1.5
Radio ProFM	894.7	6.0
Radio Rock FM	236.7	1.7
Radio România Actualități	1243.9	14.7
Radio România București FM	47.2	0.4
Radio România Cluj	52.8	0.4
Radio România Constanța	33.9	0.4
Radio România Cultural	130.0	1.0
Radio România Iași	124.4	0.9
Radio România Oltenia Craiova	164.9	1.4
Radio România Reșița	93.6	1.0
Radio România Târgu Mureș	53.5	0.4
Radio România Timișoara	92.9	0.7
Radio ZU	1162.4	8.2
Alt post de radio	1856.8	18.0
Post de radio neidentificat*	1710.2	14.8

* 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 3.727 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,6%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3949.0	100.0
Radio 21	299.7	3.9
Radio Antena Satelor	84.4	1.6
Radio Europa FM	680.6	9.6
Radio Kiss FM	922.4	10.8
Radio Magic FM	437.6	6.2
Radio Național FM	92.4	1.1
Radio ProFM	485.1	6.8
Radio Rock FM	166.6	2.4
Radio România Actualități	386.2	6.9
Radio România București FM	16.0	0.3
Radio România Cluj	18.0	0.2
Radio România Constanța	15.3	0.5
Radio România Cultural	53.3	0.6
Radio România Iași	29.4	0.2
Radio România Oltenia Craiova	68.3	1.0
Radio România Reșița	44.8	1.0
Radio România Târgu Mureș	14.2	0.1
Radio România Timișoara	27.9	0.2
Radio ZU	814.2	11.5
Alt post de radio	998.1	17.8
Post de radio neidentificat*	1071.9	17.2

* Vezi pagina 2, nota de subsol

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1264.8	100.0
Radio 21	84.8	3.2
Radio Antena Satelor	30.6	2.2
Radio Europa FM	153.9	8.1
Radio Gold FM	54.3	2.0
Radio Itsy Bitsy FM	25.9	0.5
Radio Kiss FM	186.8	5.8
Radio Magic FM	162.9	8.5
Radio Național FM	48.7	1.6
Radio ProFM	121.0	4.3
Radio Rock FM	98.0	3.8
Radio România Actualități	215.2	13.4
Radio România București FM	18.7	1.0
Radio România Cultural	22.3	0.6
Radio Romantic FM	87.0	4.0
Radio Smart FM	18.6	0.8
Radio Tanănana	9.2	0.6
Radio Vibe FM	19.8	0.7
Radio ZU	242.8	10.1
Alt post de radio	221.9	10.5
Post de radio neidentificat*	351.5	18.4

* 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 905 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,3%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	720.8	100.0
Radio 21	59.8	4.4
Radio Antena Satelor	7.7	0.5
Radio Europa FM	98.5	8.8
Radio Gold FM	49.8	3.5
Radio Itsy Bitsy FM	20.6	0.6
Radio Kiss FM	123.6	7.6
Radio Magic FM	103.1	8.4
Radio Național FM	20.4	0.8
Radio ProFM	66.0	4.8
Radio Rock FM	70.5	5.1
Radio România Actualități	37.7	3.2
Radio România București FM	7.8	1.1
Radio România Cultural	8.0	0.3
Radio Romantic FM	28.4	2.7
Radio Smart FM	12.6	0.6
Radio Tanănana	9.2	1.1
Radio Vibe FM	19.8	1.3
Radio ZU	177.6	14.4
Alt post de radio	125.7	10.0
Post de radio neidentificat*	223.3	20.8

Lăcrămioara LOGHIN
Președinte

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

<http://www.audienta-radio.ro/>

* Vezi pagina 2, nota de subsol