

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2009

În perioada 12 ianuarie – 12 aprilie 2009 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 și în orașul București.

Eșantionul a avut un volum de 10.202 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 0.97% . În mediul urban s-au realizat 8162 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1.08), iar în București s-au realizat 1.842 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.28%).

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 01.07.2008, mărimea acestei populații este de 19.136.695 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 240 localități din care: 72 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 68 localități alese aleator pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori și 100 localități pentru mediul rural.

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 rememorării 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 (*European Society for Opinion and Marketing Research*).

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-hârtie (chestionar tipărit).

Durata perioadei de interviuare: 13 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 13 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 20,5 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	10682.2	100
Radio 21	1200.9	6.8
Radio Antena Satelor	789.5	7.8
Radio Europa FM	1864.9	12.4
Radio InfoPro	343.8	2.4
Radio Kiss FM	1829.6	10.9
Radio Magic FM	201.5	1.1
Radio Național FM	46.7	0.2
Radio Pro FM	862.3	5.2
Radio România Actualități	2447.7	17.2
Radio România Cultural	83.1	0.5
Radio România Regional	2055.3	14.6
RFI România	46.5	0.1
Radio ZU	1119.3	6.3
Alt post	2139.4	14.4

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6163.9	100
Radio 21	824	7.7
Radio Antena Satelor	212	3.6
Radio Europa FM	1296	15
Radio InfoPro	187.5	2.1
Radio Kiss FM	1293.3	12.6
Radio Magic FM	165.3	1.6
Radio Național FM	34	0.4
Radio Pro FM	542.7	5.3
Radio România Actualități	1317.4	16.6
Radio România Cultural	63.9	0.6
Radio România Regional	621.1	7.4
RFI România	38.8	0.2
Radio ZU	907.8	8.6
Alt post	1497.8	18.1

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1028.3	100
Radio 21	222.1	11.3
Radio Antena Satelor	52.5	4.8
Radio City FM	12.4	0.6
Radio Europa FM	102.3	6.3
RFI România	5.3	0.2
Radio Gold FM	13.6	0.8
Radio Guerrilla	29.5	1.9
Radio InfoPro	7.1	0.2
Radio Kiss FM	186.1	9.8
Radio Magic FM	69.4	4.2
Radio Național FM	7.1	0.4
Radio One FM	12.4	0.4
Radio ProFM	114.2	5.9
Radio ProFM Dance	8.8	0.3
Radio RealitateaFM	35.4	2.5
Radio România Actualități	235.8	18.7
Radio România Cultural	10.2	0.9
Radio România Regional	5.7	0.2
Radio Romantic FM	95	6.5
Radio Smart FM	8.6	0.3
Radio Sport Total	14.6	0.8
Radio Vibe FM	54.7	3
Radio ZU	261.8	14.2
Alt post	91.9	6.1

Marius STRÂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ
<http://www.audienta-radio.ro/>