

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2010

În perioada 11 ianuarie – 2 mai 2010 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 7.696 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.52% . În mediul urban s-au realizat 6.652 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1.27), iar în București s-au realizat 1.931 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.23%).

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 01.01.2010, mărimea acestei populații este de 19.093.218 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 206 localități din care: 70 (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 68 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 dintre 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: 15 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 15 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 20 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	10085.5	100
Radio 21	724.4	4.2
Radio Antena Satelor	675.9	7.9
Radio Europa FM	1623.1	11.1
Radio InfoPro	403	2.1
Radio Kiss FM	2216.5	14.1
Radio Magic FM	335.5	2.3
Radio Național FM	138.8	1.3
Radio One FM	100.8	0.5
Radio Pro FM	651.5	4.0
Radio România Actualități	2058.1	15.1
Radio România Cultural	54.7	0.3
Radio România Regional	1499.1	11.3
Radio ZU	1521.9	9.4
Alt post	2188.7	16.3

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	5939.8	100
Radio 21	534.9	5.1
Radio Antena Satelor	197.3	3.1
Radio Europa FM	992.7	12.6
Radio InfoPro	201.4	1.7
Radio Kiss FM	1397.8	15.2
Radio Magic FM	270.3	3.3
Radio Național FM	93.6	1.4
Radio One FM	95.8	0.8
Radio Pro FM	487.1	5.1
Radio România Actualități	1180.3	15.3
Radio România Cultural	54.7	0.5
Radio România Regional	590.4	7.1
Radio ZU	1032.3	10.5
Alt post	1442.8	18.4

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 3.314 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este 1,7%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3650.5	100
Radio 21	402.4	6.7
Radio Antena Satelor	51.6	1.1
Radio Europa FM	688.8	14
Radio InfoPro	158.1	2.3
Radio Kiss FM	1087.3	20.2
Radio Magic FM	212.8	4.8
Radio Național FM	60.4	1.4
Radio One FM	81.9	1.0
Radio Pro FM	299	5.6
Radio România Actualități	390.3	6.0
Radio România Cultural	14.7	0.2
Radio România Regional	220.8	4.4
Radio ZU	793.1	13.7
Alt post	878.3	18.5

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	930.5	100
Radio 21	140.5	7.0
Radio Antena Satelor	36.2	3.3
Radio City FM	10.5	0.6
Radio Europa FM	103.4	6.6
Radio Gold FM	20.6	1.3
Radio Guerrilla	29.4	1.7
Radio InfoPro	7.3	0.3
Radio Kiss FM	189.8	11.2
Radio Magic FM	82.6	5.8
Radio Național FM	27.4	1.6
Radio One FM	30.6	1.4
Radio Pro FM	84.5	4.8
Radio ProFM Dance	5.1	0.2
Radio RealitateaFM	38.8	2.2
Radio România Actualități	206.4	20.1
Radio România Cultural	8.3	0.6
Radio România Regional	14	1.1
Radio Romantic FM	65.3	4.5
Radio Smart FM	11.1	0.5
Radio Sport Total FM	9.7	0.6
Radio Vibe FM	70.5	4.1
Radio ZU	249.6	15.2
Alt post	91.8	5.4

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 991 de interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este 3,11%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	576.8	100
Radio 21	109.5	9.5
Radio Antena Satelor	12.2	1.5
Radio City FM	8.7	1.0
Radio Europa FM	58.1	5.5
Radio Gold FM	15	1.4
Radio Guerrilla	26.3	2.5
Radio InfoPro	6.6	0.4
Radio Kiss FM	144.5	15.4
Radio Magic FM	63.4	8.0
Radio Național FM	19.6	2.0
Radio One FM	25.9	2.0
Radio Pro FM	52.3	5.0
Radio ProFM Dance	4.3	0.2
Radio RealitateaFM	21.8	2.5
Radio România Actualități	50.7	5.7
Radio România Cultural	1.9	0.1
Radio România Regional	3.1	0.4
Radio Romantic FM	36.6	3.7
Radio Smart FM	6.2	0.5
Radio Sport Total FM	6.5	0.8
Radio Vibe FM	62.3	6.2
Radio ZU	190.3	20.7
Alt post	57	5.1

Rodica MINCULESCU
Președinte

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

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