

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2011

În perioada 10 ianuarie – 1 mai 2011 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 municipiul București.

Eșantionul are un volum de 8,409 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.1%. În mediul urban s-au realizat 6,340 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1.2%), 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. Conform datelor statistice ale INSEE disponibile la data de 01.01.2011, mărimea acestei populații este de 19,057,743 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 1,141 localități din care 69 (toate) localități urbane de peste 30,000 de locuitori, 221 de localități urbane cu mai puțin de 30,000 de locuitori din cele 251 existente, 253 din cele 461 de localități rurale cu peste 5,000 de locuitori din România, și 598 din cele 2,400 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 face să se realizeze, 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 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 52% 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: 15 săptămâni de interviuare cu o pauză de o săptămână în perioada sărbătorii de Paște.

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 15 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 16 minute.

Din cauza schimbării procedurii de culegere a datelor (de la interviuri domiciliare față în față la interviuri telefonice) și a proiectării eșantionului, ARA nu recomandă compararea rezultatelor valului de primăvară 2011 cu valorile anterioare de măsurare a audienței radio.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11425.8	100.0
Radio 21	547.1	2.6
Radio Antena Satelor	670.9	4.5
Radio Europa FM	1505.8	9.5
Radio Kiss FM	2764.8	15.3
Radio Magic FM	508.6	3.3
Radio Național FM	261	1.6
Radio Pro FM	1292.4	7.1
Radio România Actualități	2209.6	15.8
Radio România Cultural	180.7	0.7
Radio România Regional	1637.5	11.1
Radio Rock FM	152	0.9
Radio ZU	1768.8	10.0
Alt post de radio	2059.6	11.9
Post de radio neidentificat ¹	1167	5.6

¹ Există persoane care își amintesc că au ascultat radioul însă nu știu ce post de radio au ascultat

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6900.7	100
Radio 21	373.8	2.7
Radio Antena Satelor	195.8	1.7
Radio Europa FM	1010.6	10.9
Radio Kiss FM	1753.8	16.5
Radio Magic FM	439	4.7
Radio Național FM	199.3	2.1
Radio Pro FM	764.5	6.9
Radio România Actualități	1253.2	14.4
Radio România Cultural	128.4	1
Radio România Regional	706.7	7.2
Radio Rock FM	136.8	1.4
Radio ZU	1131.8	10.6
Alt post de radio	1403.8	12.9
Post de radio neidentificat*	937.1	7.2

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 3,671 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1.6%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4092.7	100
Radio 21	292.9	3.9
Radio Antena Satelor	49.5	0.6
Radio Europa FM	647.2	11.6
Radio Kiss FM	1300.6	21.8
Radio Magic FM	346.1	5.5
Radio Național FM	129.6	2.5
Radio Pro FM	449.1	6.9
Radio România Actualități	352.6	5
Radio România Cultural	60.6	0.7
Radio România Regional	310.9	5.3
Radio Rock FM	106.6	1.9
Radio ZU	825.7	14.3
Alt post de radio	848.1	13
Post de radio neidentificat*	556.9	7

* 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	1150.4	100
Radio 21	68.3	2.8
Radio Antena Satelor	41.3	1.9
Radio City FM	2.6	0
Radio Europa FM	113.7	7
Radio Gold FM	24.9	1.8
Radio Guerrilla	66.1	4.2
Radio Kiss FM	208.1	11.4
Radio Magic FM	133.3	8.3
Radio Music FM	9.8	0.5
Radio Național FM	39	2.3
Radio Pro FM	77.7	4.3
Radio Realitatea FM	42.3	1.7
Radio România Actualități	213.6	14.7
Radio România Cultural	28	1.1
Radio România Regional	22.5	2
Radio Rock FM	59.8	3
Radio Romantic FM	104.6	5.6
Radio Vibe FM	79.2	3.1
Radio ZU	220.8	11.5
Alt post de radio	91.4	4
Post de radio neidentificat*	171.3	8.8

* 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 991 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3.1%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	681.7	100
Radio 21	45.5	3.7
Radio Antena Satelor	10.5	0.6
Radio City FM	1.6	0.1
Radio Europa FM	63.3	5.7
Radio Gold FM	11.7	1.3
Radio Guerrilla	52.8	5.6
Radio Kiss FM	160.7	16.2
Radio Magic FM	109.1	12.3
Radio Music FM	8.8	0.9
Radio Național FM	28	3.1
Radio Pro FM	40.7	3.6
Radio Realitatea FM	19.1	1.5
Radio România Actualități	47.6	2.9
Radio România Cultural	9.8	0.6
Radio România Regional	4.5	0.9
Radio Rock FM	45.0	3.9
Radio Romantic FM	56.0	4.1
Radio Vibe FM	70.7	4.6
Radio ZU	171.5	16.6
Alt post de radio	53.3	3.4
Post de radio neidentificat*	107.8	8.5

Rodica MINCULESCU
Președinte

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

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

* Vezi pagina 2 , nota de subsol