

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2012

În perioada 16 ianuarie – 29 aprilie 2012 a fost realizat valul de primăvară 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 9,458 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.0%. În mediul urban s-au realizat 7,428 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1.1%), iar în București s-au realizat 1,801 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 Institutului Național de Statistică disponibile la data de 01.01.2012, mărimea acestei populații este de 19,030,601 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 1,148 localități dintre care 69 (toate) localități urbane de peste 30,000 de locuitori, 236 de localități urbane cu mai puțin de 30,000 de locuitori din cele 251 existente, 244 din cele 464 de localități rurale cu peste 5,000 de locuitori din România, și 599 din cele 2,397 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 99 de localități selectate aleator pentru realizarea unor interviuri domiciliare față în față.

La nivelul fiecărei localități, selectarea persoanelor de interviuat în subeșantionul rural face to face 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 interviu: 14 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 14 săptămâni de interviuare.

Durata medie a interviului: 16 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11713.4	100.0
Radio 21	685.1	3.2
Radio Antena Satelor	776.6	6.0
Radio Europa FM	1535.3	8.2
Radio Kiss FM	2861.0	14.2
Radio Magic FM	740.6	4.2
Radio Național FM	300.0	1.6
Radio ProFM	1737.3	8.8
Radio Rock FM	163.2	0.8
Radio România Actualități	1970.7	13.0
Radio România București FM	101.5	0.4
Radio România Cluj	147.1	0.6
Radio România Constanța	91.8	0.5
Radio România Cultural	193.9	0.8
Radio România Iași	514.2	3.4
Radio România Oltenia Craiova	421.2	2.8
Radio România Reșița	146.5	0.7
Radio România Târgu Mureș	142.8	0.8
Radio România Timișoara	199.6	1.0
Radio ZU	1833.0	8.4
Alt post de radio	2396.3	14.5
Post de radio neidentificat*	1520.3	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	7124.9	100.0
Radio 21	456.1	3.5
Radio Antena Satelor	203.2	2.2
Radio Europa FM	1100.7	9.2
Radio Kiss FM	1796.3	14.1
Radio Magic FM	640.7	5.8
Radio Național FM	219.0	2.0
Radio ProFM	1003.0	8.0
Radio Rock FM	153.3	1.2
Radio România Actualități	1191.4	13.4
Radio România București FM	61.2	0.5
Radio România Cluj	60.8	0.5
Radio România Constanța	51.1	0.4
Radio România Cultural	133.0	0.8
Radio România Iași	157.1	1.3
Radio România Oltenia Craiova	125.9	1.0
Radio România Reșița	84.5	0.7
Radio România Târgu Mureș	77.1	0.7
Radio România Timișoara	96.8	0.9
Radio ZU	1263.0	9.9
Alt post de radio	1704.3	16.5
Post de radio neidentificat*	1211.3	7.5

*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 4,203 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1.5%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4273.0	100.0
Radio 21	354.8	4.5
Radio Antena Satelor	74.1	1.1
Radio Europa FM	759.7	10.2
Radio Kiss FM	1314.6	18.5
Radio Magic FM	489.3	7.6
Radio Național FM	144.9	2.5
Radio ProFM	620.9	8.9
Radio Rock FM	112.6	1.5
Radio România Actualități	368.4	4.9
Radio România București FM	17.4	0.1
Radio România Cluj	16.3	0.1
Radio România Constanța	15.2	0.1
Radio România Cultural	59.2	0.5
Radio România Iași	66.9	0.6
Radio România Oltenia Craiova	71.3	0.9
Radio România Reșița	41.6	0.5
Radio România Târgu Mureș	24.3	0.2
Radio România Timișoara	27.7	0.2
Radio ZU	870.1	12.5
Alt post de radio	1059.4	17.3
Post de radio neidentificat*	735.2	7.4

*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	1213.3	100.0
Radio 21	103.8	3.5
Radio Antena Satelor	29.8	1.7
Radio Dance FM	24.3	1.1
Radio Europa FM	119.2	5.8
Radio Gold FM	24.4	1.2
Radio Guerrilla	76.6	3.3
Radio Kiss FM	225.9	11.5
Radio Magic FM	168.7	7.9
Radio Music FM	15.6	0.9
Radio Național FM	45.2	2.3
Radio ProFM	129.7	5.8
Radio Realitatea	55.1	2.2
Radio Rock FM	64.7	2.9
Radio România Actualități	238.6	14.7
Radio România București FM	14.4	0.4
Radio România Cultural	20.6	0.8
Radio Romantic FM	99.8	5.5
Radio Smart FM	9.3	0.7
Radio Vibe FM	68.3	2.1
Radio ZU	269.5	13.0
Alt post de radio	123.0	5.4
Post de radio neidentificat*	178.5	7.2

*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 1,001 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3.1%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	711.7	100.0
Radio 21	73.9	4.8
Radio Antena Satelor	9.5	0.7
Radio Dance FM	23.3	1.5
Radio Europa FM	78.3	6.2
Radio Gold FM	14.9	1.2
Radio Guerrilla	61.1	4.4
Radio Kiss FM	152.0	13.4
Radio Magic FM	133.8	11.1
Radio Music FM	10.1	0.5
Radio Național FM	32.9	2.9
Radio ProFM	78.5	6.9
Radio Realitatea	27.9	2.0
Radio Rock FM	52.8	3.8
Radio România Actualități	62.4	3.8
Radio România București FM	4.6	0.2
Radio România Cultural	8.5	0.6
Radio Romantic FM	39.9	4.4
Radio Smart FM	6.6	0.7
Radio Vibe FM	63.2	3.4
Radio ZU	180.1	16.7
Alt post de radio	67.9	4.2
Post de radio neidentificat*	99.3	6.6

Lăcrămioara LOGHIN**Președinte****Marius STRĂMBEANU****Director Executiv****ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ**<http://www.audienta-radio.ro/>

*Vezi pagina 2, nota de subsol