

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2015

În perioada 12 ianuarie – 26 aprilie 2015 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 9.416 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1,0%. În mediul urban s-au realizat 7.399 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.017 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-2,2%), iar în București s-au realizat 1.799 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 culese 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 1.148 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 234 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 232 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 615 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 50,4% dintre 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: 14 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 14 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	11159.0	100.0
Radio 21	579.1	2.8
Radio Antena Satelor	767.9	7.0
Radio Europa FM	1422.1	8.5
Radio Kiss FM	2050.8	9.8
Radio Magic FM	701.2	3.7
Radio Național FM	233.8	1.2
Radio ProFM	1520.7	7.2
Radio Rock FM	256.1	1.5
Radio România Actualități	1874.2	14.7
Radio România București FM	53.7	0.3
Radio România Cluj	87.0	0.4
Radio România Constanța	56.1	0.2
Radio România Cultural	224.6	0.8
Radio România Iași	402.6	2.7
Radio România Oltenia Craiova	407.4	2.6
Radio România Reșița	120.9	0.7
Radio România Târgu Mureș	137.8	0.9
Radio România Timișoara	221.7	1.0
Radio ZU	1692.0	8.0
Alt post de radio	2601.1	15.5
Post de radio neidentificat*	2089.2	10.4

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 5.157 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6058.9	100.0
Radio 21	417.9	4.1
Radio Antena Satelor	254.8	3.6
Radio Europa FM	929.4	9.8
Radio Kiss FM	1415.2	13.6
Radio Magic FM	489.2	4.8
Radio Național FM	127.5	1.3
Radio ProFM	915.1	8.7
Radio Rock FM	191.4	2.3
Radio România Actualități	557.7	6.9
Radio România București FM	20.4	0.1
Radio România Cluj	35.0	0.2
Radio România Constanța	11.4	0.1
Radio România Cultural	75.7	0.4
Radio România Iași	154.5	1.5
Radio România Oltenia Craiova	157.3	1.7
Radio România Reșița	65.4	0.8
Radio România Târgu Mureș	61.8	0.7
Radio România Timișoara	83.4	0.6
Radio ZU	1089.2	10.7
Alt post de radio	1400.8	16.7
Post de radio neidentificat*	1220.3	11.6

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6852.9	100.0
Radio 21	382.6	2.8
Radio Antena Satelor	240.6	3.3
Radio Europa FM	988.7	10.0
Radio Kiss FM	1224.4	8.7
Radio Magic FM	590.6	5.3
Radio Național FM	172.4	1.4
Radio ProFM	930.3	7.0
Radio Rock FM	232.1	2.2
Radio România Actualități	1170.7	13.9
Radio România București FM	42.3	0.4
Radio România Cluj	49.2	0.3
Radio România Constanța	33.9	0.2
Radio România Cultural	145.9	0.9
Radio România Iași	116.9	0.9
Radio România Oltenia Craiova	170.6	1.4
Radio România Reșița	64.9	0.5
Radio România Târgu Mureș	47.5	0.4
Radio România Timișoara	84.2	0.6
Radio ZU	1144.7	9.1
Alt post de radio	1758.2	17.3
Post de radio neidentificat*	1608.4	13.5

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 4.083 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,5%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3779.7	100.0
Radio 21	276.2	3.9
Radio Antena Satelor	79.2	1.5
Radio Europa FM	620.3	10.7
Radio Kiss FM	836.1	12.0
Radio Magic FM	407.9	6.6
Radio Național FM	97.1	1.4
Radio ProFM	503.3	7.9
Radio Rock FM	178.4	3.2
Radio România Actualități	350.6	6.0
Radio România București FM	12.7	0.1
Radio România Cluj	15.1	0.1
Radio România Constanța	8.0	0.1
Radio România Cultural	51.6	0.5
Radio România Iași	38.2	0.3
Radio România Oltenia Craiova	59.0	0.8
Radio România Reșița	29.3	0.4
Radio România Târgu Mureș	13.8	0.2
Radio România Timișoara	28.2	0.4
Radio ZU	779.1	12.1
Alt post de radio	931.8	17.1
Post de radio neidentificat*	953.7	14.7

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1200.8	100.0
Radio 21	69.2	2.9
Radio Activ EFEM	0.8	0.0
Radio Antena Satelor	41.7	3.7
Radio Europa FM	122.6	7.1
Radio Gold FM	45.8	2.5
Radio Itsy Bitsy FM	15.5	0.4
Radio Kiss FM	142.6	4.6
Radio Magic FM	152.7	8.1
Radio Național FM	45.0	2.1
Radio ProFM	114.4	5.0
Radio Rock FM	91.0	3.8
Radio România Actualități	221.8	14.5
Radio România București FM	17.7	0.8
Radio România Cultural	32.8	0.9
Radio Romantic FM	100.0	4.5
Radio Smart FM	19.4	0.9
Radio Vibe FM	39.3	0.8
Radio ZU	270.6	11.4
Alt post de radio	217.0	10.6
Post de radio neidentificat*	307.6	15.6

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 1013 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,1%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	676.0	100.0
Radio 21	56.9	4.6
Radio Activ EFEM	0.0	0.0
Radio Antena Satelor	11.2	0.9
Radio Europa FM	68.0	6.1
Radio Gold FM	39.1	3.9
Radio Itsy Bitsy FM	12.1	0.4
Radio Kiss FM	107.4	7.1
Radio Magic FM	108.2	11.2
Radio Național FM	28.8	3.1
Radio ProFM	62.0	4.8
Radio Rock FM	67.1	5.8
Radio România Actualități	46.1	4.1
Radio România București FM	7.4	0.3
Radio România Cultural	8.1	0.3
Radio Romantic FM	42.3	2.7
Radio Smart FM	15.8	1.5
Radio Vibe FM	32.9	1.2
Radio ZU	202.1	15.7
Alt post de radio	118.6	9.2
Post de radio neidentificat*	193.3	17.3

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