

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2010

În perioada 30 august – 19 decembrie 2010 a fost realizat valul de toamnă 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 urban și în orașul București.

Eșantionul a avut un volum de 6,515 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.21% , iar în București s-au realizat 1,863 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.27%).

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. Conform datelor statistice ale INSEE disponibile la data de 01.07.2010, mărimea acestei populații este de 10.590.633 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 138 localități din care 70 (toate) localități urbane de peste 30,000 de locuitori și 68 localități alese aleator pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 30,000 de locuitori.

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: 16 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 16 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 19 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6048.7	100
Radio 21	436.3	4.3
Radio Antena Satelor	192.1	3.1
Radio Europa FM	954.3	11.5
Radio Kiss FM	1602.4	17.2
Radio Magic FM	332.2	3.9
Radio Național FM	109	1.3
Radio One FM	52.3	0.6
Radio Pro FM	613	6.7
Radio România Actualități	1058.6	14.3
Radio România Cultural	52.1	0.6
Radio România Regional	599.1	8.2
Radio ZU	1146.6	11.8
Alt post	1387.1	16.4

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 3.253 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1.72%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3737.7	100
Radio 21	348.6	6
Radio Antena Satelor	48.2	1.1
Radio Europa FM	676.2	13.1
Radio Kiss FM	1212.4	22.2
Radio Magic FM	277.4	5.6
Radio Național FM	63.8	1.4
Radio One FM	39.1	0.9
Radio Pro FM	403.1	7.5
Radio România Actualități	320.5	5.8
Radio România Cultural	18.9	0.2
Radio România Regional	220.7	4.5
Radio ZU	885	15.8
Alt post	857	15.9

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1012.6	100
Radio 21	105.8	6
Radio Antena Satelor	48.4	4.6
Radio City FM	11.6	0.6
Radio Europa FM	92.7	5.8
Radio Gold FM	27.5	1.9
Radio Guerrilla	19.9	1.6
Radio Kiss FM	201.7	12
Radio Magic FM	105	6.3
Radio Național FM	31.5	2
Radio One FM	15.1	0.7
Radio Pro FM	91.2	5.8
Radio ProFM Dance	7.1	0.3
Radio RealitateaFM	36.1	2.2
Radio România Actualități	203.3	17
Radio România Cultural	13.6	0.9
Radio România Regional	9.7	0.9
Radio Romantic FM	61.2	4.6
Radio Vibe FM	63	3.3
Radio ZU	239.5	14.6
Alt post	120.2	9

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 939 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3.2%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	638.7	100
Radio 21	82.8	7.9
Radio Antena Satelor	16.9	2.1
Radio City FM	10.9	1
Radio Europa FM	64.8	6.5
Radio Gold FM	18.4	1.4
Radio Guerrilla	18.6	2.6
Radio Kiss FM	153.7	15.2
Radio Magic FM	87.1	8.7
Radio Național FM	20.7	2.6
Radio One FM	11.6	0.8
Radio Pro FM	47	4.7
Radio ProFM Dance	7.1	0.4
Radio RealitateaFM	19.4	1.5
Radio România Actualități	58.5	6.2
Radio România Cultural	2.3	0.2
Radio România Regional	2.1	0.1
Radio Romantic FM	33.7	4.3
Radio Vibe FM	55.6	4.5
Radio ZU	184.1	19.9
Alt post	81	9.5

Rodica MINCULESCU
Președinte

Marius STRÂMBEANU
Director Executiv

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