

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2012

În perioada 03 septembrie – 16 decembrie 2012 a fost realizat valul de toamnă 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 9.456 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1,0%. În mediul urban s-au realizat 7.400 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.056 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-2,2%), 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 Institutului Național de Statistică disponibile la data de 01.07.2012, mărimea acestei populații este de 19.004.396 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 1.179 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, 245 din cele 468 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România, și 629 din cele 2.393 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 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 51% 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. 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. 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	11941.4	100.0
Radio 21	817.4	3.6
Radio Antena Satelor	868.1	6.9
Radio Europa FM	1634.9	9.2
Radio Kiss FM	2774.1	13.2
Radio Magic FM	723.1	3.9
Radio Național FM	277.9	1.6
Radio ProFM	1841.3	9.4
Radio Rock FM	213.3	1.1
Radio România Actualități	2013.5	13.4
Radio România București FM	82.6	0.3
Radio România Cluj	131.6	0.5
Radio România Constanța	60.1	0.4
Radio România Cultural	174.3	0.5
Radio România Iași	404.6	2.5
Radio România Oltenia Craiova	398.0	2.2
Radio România Reșița	153.0	0.8
Radio România Târgu Mureș	135.6	0.7
Radio România Timișoara	278.9	1.4
Radio ZU	1828.7	8.8
Alt post de radio	2040.6	11.1
Post de radio neidentificat*	1739.9	8.2

*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	7189.6	100.0
Radio 21	509.1	3.4
Radio Antena Satelor	218.5	2.7
Radio Europa FM	1132.8	10.8
Radio Kiss FM	1663.7	12.8
Radio Magic FM	575.4	5.3
Radio Național FM	202.0	1.9
Radio ProFM	1006.4	7.8
Radio Rock FM	205.5	1.7
Radio România Actualități	1297.2	14.0
Radio România București FM	52.6	0.4
Radio România Cluj	69.6	0.6
Radio România Constanța	34.1	0.3
Radio România Cultural	130.4	0.7
Radio România Iași	125.9	1.3
Radio România Oltenia Craiova	161.0	1.3
Radio România Reșița	88.5	0.8
Radio România Târgu Mureș	57.2	0.4
Radio România Timișoara	134.8	1.0
Radio ZU	1262.4	9.6
Alt post de radio	1394.4	12.4
Post de radio neidentificat*	1416.8	10.9

*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 4.029 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,5%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4271.3	100.0
Radio 21	378.1	4.6
Radio Antena Satelor	66.4	1.5
Radio Europa FM	767.3	12.3
Radio Kiss FM	1219.3	16.0
Radio Magic FM	438.7	6.9
Radio Național FM	126.6	1.8
Radio ProFM	635.0	8.5
Radio Rock FM	155.6	2.3
Radio România Actualități	390.3	5.4
Radio România București FM	21.3	0.3
Radio România Cluj	23.4	0.3
Radio România Constanța	12.5	0.3
Radio România Cultural	58.7	0.4
Radio România Iași	41.2	0.5
Radio România Oltenia Craiova	83.8	1.0
Radio România Reșița	51.2	0.6
Radio România Târgu Mureș	20.8	0.2
Radio România Timișoara	47.3	0.7
Radio ZU	889.5	11.8
Alt post de radio	891.7	12.9
Post de radio neidentificat*	901.3	11.6

*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	1235.9	100.0
Radio 21	98.7	3.6
Radio Antena Satelor	39.3	2.1
Radio Dance FM	22.0	0.5
Radio Europa FM	115.1	5.9
Radio Gold FM	32.6	1.2
Radio Guerrilla	61.7	3.0
Radio Kiss FM	192.2	7.9
Radio Magic FM	177.2	10.7
Radio Music FM	8.0	0.2
Radio Național FM	40.1	2.1
Radio ProFM	126.3	5.9
Radio Rock FM	81.6	3.7
Radio România Actualități	236.2	14.3
Radio România București FM	16.1	0.6
Radio România Cultural	32.3	1.2
Radio Romantic FM	103.0	5.1
Radio Smart FM	8.3	0.1
Radio Vibe FM	48.9	1.4
Radio ZU	302.5	15.0
Alt post de radio	134.2	6.0
Post de radio neidentificat*	222.6	9.6

*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 948 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,2%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	712.9	100.0
Radio 21	70.4	4.7
Radio Antena Satelor	10.8	1.1
Radio Dance FM	19.9	0.7
Radio Europa FM	71.8	6.1
Radio Gold FM	21.1	1.6
Radio Guerrilla	46.6	4.1
Radio Kiss FM	129.2	8.8
Radio Magic FM	134.5	14.6
Radio Music FM	5.9	0.2
Radio Național FM	27.7	2.4
Radio ProFM	66.4	6.1
Radio Rock FM	67.4	5.3
Radio România Actualități	44.8	3.0
Radio România București FM	6.2	0.5
Radio România Cultural	10.2	0.3
Radio Romantic FM	40.9	3.4
Radio Smart FM	6.6	0.1
Radio Vibe FM	48.1	2.4
Radio ZU	208.8	20.7
Alt post de radio	78.6	5.4
Post de radio neidentificat*	119.6	8.4

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

*Vezi pagina 2, nota de subsol