

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2014

În perioada 01 septembrie – 21 decembrie 2014 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 9.442 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 2.042 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, 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 1.139 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 240 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 213 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 619 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 51% 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: 16 săptămâni. 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 16 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	11291.1	100.0
Radio 21	733.8	3.4
Radio Antena Satelor	737.3	6.8
Radio București FM	63.4	0.4
Radio Europa FM	1441.1	7.5
Radio Kiss FM	2091.5	9.9
Radio Magic FM	728.2	4.3
Radio Național FM	211.1	1.2
Radio ProFM	1575.0	7.3
Radio Rock FM	232.5	0.8
Radio România Actualități	1987.2	14.5
Radio România Cluj	120.6	0.6
Radio România Constanța	45.9	0.2
Radio România Cultural	214.5	0.7
Radio România Iași	367.8	2.3
Radio România Oltenia Craiova	461.4	2.7
Radio România Reșița	173.0	0.8
Radio România Târgu Mureș	93.7	0.6
Radio România Timișoara	222.7	1.0
Radio ZU	1618.6	7.1
Mai mult de un post de radio	998.7	7.9
Alt post de radio	2435.9	15.1
Post de radio neidentificat*	1442.9	4.8

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

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 5.011 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6191.5	100.0
Radio 21	501.2	4.5
Radio Antena Satelor	267.3	3.8
Radio București FM	24.4	0.3
Radio Europa FM	956.2	9.0
Radio Kiss FM	1380.7	13.3
Radio Magic FM	500.2	5.4
Radio Național FM	136.4	1.5
Radio ProFM	947.5	8.9
Radio Rock FM	185.9	1.1
Radio România Actualități	631.0	7.3
Radio România Cluj	58.4	0.6
Radio România Constanța	15.9	0.1
Radio România Cultural	90.4	0.5
Radio România Iași	126.2	1.4
Radio România Oltenia Craiova	195.1	1.6
Radio România Reșița	73.6	0.7
Radio România Târgu Mureș	31.5	0.4
Radio România Timișoara	62.9	0.4
Radio ZU	1021.8	9.1
Mai mult de un post de radio	690.5	10.1
Alt post de radio	1352.2	14.9
Post de radio neidentificat	874.1	5.2

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	7005.4	100.0
Radio 21	468.2	3.5
Radio Antena Satelor	217.2	2.4
Radio București FM	39.7	0.4
Radio Europa FM	1048.7	9.0
Radio Kiss FM	1292.6	9.1
Radio Magic FM	604.1	5.4
Radio Național FM	157.3	1.4
Radio ProFM	968.1	6.8
Radio Rock FM	206.6	1.2
Radio România Actualități	1244.3	14.9
Radio România Cluj	61.8	0.6
Radio România Constanța	25.4	0.2
Radio România Cultural	155.4	0.9
Radio România Iași	126.6	1.2
Radio România Oltenia Craiova	170.9	1.4
Radio România Reșița	99.0	0.8
Radio România Târgu Mureș	54.8	0.4
Radio România Timișoara	103.1	0.8
Radio ZU	1081.8	7.9
Mai mult de un post de radio	757.0	9.3
Alt post de radio	1674.0	16.4
Post de radio neidentificat	1152.1	5.9

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 3.963 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,6%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3906.5	100.0
Radio 21	333.6	4.8
Radio Antena Satelor	68.6	1.1
Radio București FM	14.8	0.2
Radio Europa FM	673.9	10.1
Radio Kiss FM	859.0	12.5
Radio Magic FM	408.7	6.3
Radio Național FM	92.6	1.4
Radio ProFM	569.4	7.8
Radio Rock FM	160.0	1.7
Radio România Actualități	361.9	6.4
Radio România Cluj	11.5	0.3
Radio România Constanța	4.7	0.1
Radio România Cultural	63.4	0.6
Radio România Iași	43.5	0.6
Radio România Oltenia Craiova	70.5	1.0
Radio România Reșița	36.3	0.4
Radio România Târgu Mureș	20.5	0.3
Radio România Timișoara	24.6	0.2
Radio ZU	720.7	10.7
Mai mult de un post de radio	515.0	11.1
Alt post de radio	951.1	16.1
Post de radio neidentificat	701.8	6.3

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1246.3	100.0
Radio 21	99.3	4.0
Radio Activ EFEM	5.7	0.1
Radio Antena Satelor	40.6	1.8
Radio București FM	14.3	0.7
Radio Europa FM	126.7	5.7
Radio Gold FM	38.6	2.1
Radio Itsy Bitsy	18.4	0.7
Radio Kiss FM	182.8	8.0
Radio Magic FM	161.5	8.3
Radio Național FM	45.7	2.2
Radio ProFM	131.8	4.5
Radio Rock FM	90.9	3.3
Radio România Actualități	202.0	13.5
Radio România Cultural	25.6	0.7
Radio Romantic FM	100.1	4.6
Radio Smart FM	19.2	0.8
Radio Vibe FM	45.0	1.5
Radio ZU	223.2	10.5
Mai mult de un post de radio	166.5	10.5
Alt post de radio	223.0	11.1
Post de radio neidentificat	187.7	5.3

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18 – 49 ani, au fost realizate 958 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,2%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	732.6	100.0
Radio 21	69.2	4.9
Radio Activ EFEM	5.7	0.1
Radio Antena Satelor	13.1	0.9
Radio București FM	4.2	0.2
Radio Europa FM	90.1	5.4
Radio Gold FM	29.4	2.8
Radio Itsy Bitsy	16.3	0.9
Radio Kiss FM	131.1	11.0
Radio Magic FM	118.4	10.7
Radio Național FM	26.4	1.5
Radio ProFM	78.1	4.8
Radio Rock FM	74.6	4.3
Radio România Actualități	51.6	4.0
Radio România Cultural	10.4	0.4
Radio Romantic FM	44.2	2.7
Radio Smart FM	11.2	0.8
Radio Vibe FM	41.8	2.3
Radio ZU	161.2	13.6
Mai mult de un post de radio	120.4	12.4
Alt post de radio	134.5	10.1
Post de radio neidentificat	128.7	6.4

Lăcrămioara LOGHIN

Președinte

Marius STRĂMBEANU

Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

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