

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2011

În perioada 2 mai – 14 august 2011 a fost realizat valul de vară 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 municipiul București.

Eșantionul urban are un volum de 6,331 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.2%, 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 din România. Conform datelor statistice ale INSSE disponibile la data de 01.01.2011, mărimea acestei populații este de 10,562,201 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 293 de localități urbane din care 69 (toate) localități urbane de peste 30,000 de locuitori, 224 de localități urbane cu mai puțin de 30,000 de locuitori din cele 251 existente.

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.

Metoda de măsurare a audienței

Măsurarea audienței posturilor de radio în cadrul SAR s-a realizat pe baza metodei memorării 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

Culegerea datelor pentru SAR a fost realizată de două institute de cercetare (eșantioane egale).

Interviurile s-au realizat prin telefonul fix și telefonul mobil.

Durata perioadei de interviu: 15 săptămâni de interviu continuu.

Culegerea datelor s-a realizat după o planificare echilibrată pentru fiecare zi a studiului, de-a lungul celor 15 săptămâni de interviu continuu.

Durata medie a interviului: 16 minute.

Din cauza schimbării procedurii de culegere a datelor începând cu anul 2011 (de la interviuri domiciliare față în față la interviuri telefonice) și a proiectării eșantionului, ARA nu recomandă compararea rezultatelor valului de vară 2011 cu valorile anterioare schimbării metodologiei de măsurare a audienței radio.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	7230.1	100.0
Radio 21	424.1	3.2
Radio Europa FM	1089	9.9
Radio Kiss FM	1926.3	16.7
Radio Magic FM	523.8	4.8
Radio Național FM	179.6	1.3
Radio ProFM	886	7.5
Radio Rock FM	147.5	1.3
Radio ZU	1073.1	8.5
Alt post de radio	3366.9	36.8
Post de radio neidentificat*	1195.3	9.9

* 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 3,685 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1.6%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4319.9	100.0
Radio 21	335	4.3
Radio Europa FM	730.8	10.6
Radio Kiss FM	1409.4	21.5
Radio Magic FM	409.7	6.1
Radio Național FM	111.9	1.4
Radio ProFM	590.4	8.9
Radio Rock FM	120.4	1.9
Radio ZU	769.6	11.0
Alt post de radio	1609.4	25.8
Post de radio neidentificat*	664.7	8.5

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	1219.5	100.0
Radio 21	101.3	3.6
Radio City FM	9.9	0.4
Radio Dance FM	12.4	0.4
Radio Europa FM	121.1	7.3
Radio Gold FM	32	1.2
Radio Guerrilla	49.7	2.4
Radio Kiss FM	230.2	10.5
Radio Magic FM	161.6	8.9
Radio Music FM	15.4	0.7
Radio Național FM	42.3	1.7
Radio ProFM	119.7	5.7
Radio Realitatea FM	34.2	1.5
Radio Rock FM	56.7	2.9
Radio Romantic FM	114.7	6.0
Radio Vibe FM	69.1	3.1
Radio ZU	222.3	10.5
Alt post de radio	384.1	23.3
Post de radio neidentificat*	202	9.9

* 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 966 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3.2%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	698.2	100.0
Radio 21	74.2	4.8
Radio City FM	8.7	0.7
Radio Dance FM	12.4	0.7
Radio Europa FM	71.9	6.7
Radio Gold FM	17.5	1.4
Radio Guerrilla	35.6	3.4
Radio Kiss FM	165	14.5
Radio Magic FM	126.1	11.4
Radio Music FM	7.1	0.7
Radio Național FM	27.1	1.8
Radio ProFM	60.3	5.5
Radio Realitatea FM	10.5	0.4
Radio Rock FM	46.9	4.7
Radio Romantic FM	41.7	3.2
Radio Vibe FM	61	5.1
Radio ZU	161.2	14.2
Alt post de radio	133	11.7
Post de radio neidentificat*	116.5	9.0

Rodica MINCULESCU
Președinte

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

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

* Vezi pagina 2 , nota de subsol