

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2012

În perioada 30 aprilie – 19 august 2012 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 9.465 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 2.065 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-2,1%), 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 01.01.2012, mărimea acestei populații este de 19.030.601 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 1.159 localități dintre care 69 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 239 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 251 existente, 236 din cele 464 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România, și 614 din cele 2.397 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 face to face 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 52% 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: 16 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 16 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	11925.1	100.0
Radio 21	825.6	3.6
Radio Antena Satelor	826.6	6.9
Radio Europa FM	1519.4	8.6
Radio Kiss FM	2840.8	13.8
Radio Magic FM	700.7	3.8
Radio Național FM	251.8	1.1
Radio ProFM	1821.5	9.4
Radio Rock FM	239.8	1.0
Radio România Actualități	2030.7	12.1
Radio România București FM	71.5	0.5
Radio România Cluj	107.7	0.4
Radio România Constanța	78.2	0.6
Radio România Cultural	184.2	0.8
Radio România Iași	521.0	2.8
Radio România Oltenia Craiova	435.3	2.7
Radio România Reșița	115.3	0.7
Radio România Târgu Mureș	133.6	0.6
Radio România Timișoara	225.0	0.9
Radio ZU	1707.3	7.9
Alt post de radio	2251.8	13.3
Post de radio neidentificat*	1812.5	8.5

*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	7237.2	100.0
Radio 21	544.0	3.6
Radio Antena Satelor	193.4	2.5
Radio Europa FM	1041.3	9.4
Radio Kiss FM	1817.0	14.0
Radio Magic FM	596.2	5.2
Radio Național FM	209.3	1.3
Radio ProFM	1044.3	7.9
Radio Rock FM	220.6	1.5
Radio România Actualități	1286.3	12.9
Radio România București FM	28.3	0.3
Radio România Cluj	53.6	0.3
Radio România Constanța	58.6	0.8
Radio România Cultural	132.5	0.9
Radio România Iași	154.4	1.5
Radio România Oltenia Craiova	175.0	1.4
Radio România Reșița	63.7	0.5
Radio România Târgu Mureș	54.2	0.3
Radio România Timișoara	119.9	0.9
Radio ZU	1252.2	8.9
Alt post de radio	1590.3	15.2
Post de radio neidentificat*	1404.6	10.5

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4341.5	100.0
Radio 21	406.9	4.4
Radio Antena Satelor	57.1	1.1
Radio Europa FM	684.7	9.6
Radio Kiss FM	1365.2	18.8
Radio Magic FM	457.0	6.5
Radio Național FM	128.9	1.2
Radio ProFM	683.6	8.9
Radio Rock FM	168.8	1.9
Radio România Actualități	406.1	4.8
Radio România București FM	10.0	0.2
Radio România Cluj	18.3	0.2
Radio România Constanța	28.4	0.7
Radio România Cultural	50.2	0.5
Radio România Iași	61.3	0.7
Radio România Oltenia Craiova	93.8	1.1
Radio România Reșița	36.8	0.5
Radio România Târgu Mureș	16.7	0.2
Radio România Timișoara	34.7	0.3
Radio ZU	885.8	11.2
Alt post de radio	1014.4	15.8
Post de radio neidentificat*	849.7	11.3

*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	1214.0	100.0
Radio 21	110.7	3.6
Radio Antena Satelor	48.6	4.2
Radio Dance FM	19.8	0.8
Radio Europa FM	133.4	6.5
Radio Gold FM	24.9	1.3
Radio Guerrilla	68.3	2.3
Radio Kiss FM	214.8	7.8
Radio Magic FM	144.6	7.1
Radio Music FM	13.9	0.8
Radio Național FM	43.2	1.8
Radio ProFM	127.4	6.5
Radio Realitatea	57.1	2.3
Radio Rock FM	92.9	3.0
Radio România Actualități	230.4	14.1
Radio România București FM	9.1	0.6
Radio România Cultural	15.4	0.5
Radio Romantic FM	86.4	4.3
Radio Smart FM	16.3	0.9
Radio Vibe FM	66.9	2.5
Radio ZU	271.7	12.7
Alt post de radio	116.7	6.1
Post de radio neidentificat*	219.6	10.3

*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 1.005 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,0%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	711.2	100.0
Radio 21	72.8	3.6
Radio Antena Satelor	7.2	1.4
Radio Dance FM	17.4	1.3
Radio Europa FM	80.3	6.1
Radio Gold FM	15.8	1.5
Radio Guerrilla	62.9	3.5
Radio Kiss FM	147.7	10.0
Radio Magic FM	117.2	9.8
Radio Music FM	7.7	0.4
Radio Național FM	26.7	1.4
Radio ProFM	76.9	6.9
Radio Realitatea	36.6	2.5
Radio Rock FM	75.7	4.4
Radio România Actualități	53.1	3.3
Radio România București FM	1.2	0.1
Radio România Cultural	5.1	0.2
Radio Romantic FM	45.2	3.9
Radio Smart FM	11.7	1.2
Radio Vibe FM	59.7	3.9
Radio ZU	203.3	17.3
Alt post de radio	67.7	5.6
Post de radio neidentificat*	128.0	11.6

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

*Vezi pagina 2, nota de subsol