

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2013

În perioada 29 aprilie – 18 august 2013 a fost realizat valul de vară 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 9.437 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 2.037 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 01.01.2013, mărimea acestei populații este de 18.993.186 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 1.162 localități dintre care 69 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 241 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 251 existente, 246 din cele 468 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România, și 606 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 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*).

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	11789.1	100.0
Radio 21	721.7	3.4
Radio Antena Satelor	828.7	6.5
Radio Europa FM	1465.2	8.3
Radio Kiss FM	2551.3	11.7
Radio Magic FM	668.7	3.6
Radio Național FM	254.0	1.3
Radio ProFM	1804.2	9.3
Radio Rock FM	203.2	1.0
Radio România Actualități	1883.7	12.3
Radio România București FM	54.4	0.3
Radio România Cluj	109.0	0.6
Radio România Constanța	110.0	0.7
Radio România Cultural	145.2	0.6
Radio România Iași	468.0	2.8
Radio România Oltenia Craiova	421.0	2.3
Radio România Reșița	129.7	0.6
Radio România Târgu Mureș	97.9	0.5
Radio România Timișoara	265.3	1.0
Radio ZU	1758.5	8.1
Alt post de radio	2175.0	12.1
Post de radio neidentificat*	2051.0	13.0

*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	7159.7	100.0
Radio 21	497.1	3.8
Radio Antena Satelor	224.4	2.8
Radio Europa FM	992.9	9.5
Radio Kiss FM	1605.9	11.8
Radio Magic FM	538.4	4.9
Radio Național FM	186.5	1.5
Radio ProFM	1023.1	8.6
Radio Rock FM	164.6	1.0
Radio România Actualități	1122.5	13.0
Radio România București FM	38.1	0.3
Radio România Cluj	53.2	0.5
Radio România Constanța	75.9	0.8
Radio România Cultural	98.8	0.6
Radio România Iași	154.5	1.3
Radio România Oltenia Craiova	170.3	1.5
Radio România Reșița	73.7	0.4
Radio România Târgu Mureș	49.6	0.5
Radio România Timișoara	107.4	0.7
Radio ZU	1116.3	7.8
Alt post de radio	1468.1	13.0
Post de radio neidentificat*	1596.7	15.8

*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 3.977 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,6%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4233.1	100.0
Radio 21	371.5	5.0
Radio Antena Satelor	73.4	1.4
Radio Europa FM	644.2	10.5
Radio Kiss FM	1108.8	14.8
Radio Magic FM	387.6	6.2
Radio Național FM	126.8	1.7
Radio ProFM	677.5	10.7
Radio Rock FM	118.2	1.3
Radio România Actualități	328.6	4.2
Radio România București FM	3.9	0.1
Radio România Cluj	14.6	0.2
Radio România Constanța	30.3	0.5
Radio România Cultural	53.9	0.3
Radio România Iași	55.3	0.6
Radio România Oltenia Craiova	71.2	0.8
Radio România Reșița	34.6	0.2
Radio România Târgu Mureș	11.6	0.1
Radio România Timișoara	34.7	0.4
Radio ZU	778.4	9.9
Alt post de radio	900.1	13.6
Post de radio neidentificat*	1010.1	17.4

*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	1235.2	100.0
Radio 21	99.1	5.0
Radio Activ EFEM	4.1	0.1
Radio Antena Satelor	38.5	2.9
Radio Europa FM	112.7	6.3
Radio Guerrilla	70.0	2.1
Radio Kiss FM	197.0	7.1
Radio Magic FM	112.6	5.3
Radio Național FM	51.1	3.1
Radio ProFM	127.0	6.4
Radio Rock FM	75.0	2.2
Radio România Actualități	190.6	13.1
Radio România București FM	16.9	1.0
Radio România Cultural	20.5	0.5
Radio Romantic FM	72.5	5.0
Radio Smart FM	10.0	0.3
Radio Vibe FM	38.9	1.0
Radio ZU	257.5	10.5
Alt post de radio	199.3	9.1
Post de radio neidentificat*	309.2	18.9

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	736.4	100.0
Radio 21	75.1	6.6
Radio Activ EFEM	4.1	0.2
Radio Antena Satelor	12.6	1.3
Radio Europa FM	70.8	5.8
Radio Guerrilla	62.4	3.4
Radio Kiss FM	133.6	9.2
Radio Magic FM	78.0	6.7
Radio Național FM	28.9	3.1
Radio ProFM	66.3	6.0
Radio Rock FM	56.7	3.4
Radio România Actualități	40.2	2.4
Radio România București FM	2.2	0.3
Radio România Cultural	10.6	0.2
Radio Romantic FM	24.7	2.9
Radio Smart FM	5.8	0.2
Radio Vibe FM	26.0	1.5
Radio ZU	200.8	14.2
Alt post de radio	122.9	9.3
Post de radio neidentificat*	202.4	23.3

Lăcrămioara LOGHIN

Președinte

Marius STRÂMBEANU

Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

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

*Vezi pagina 2, nota de subsol