

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2016

În perioada 11 ianuarie – 24 aprilie 2016 a fost realizat valul de primăvară al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și MERCURY RESEARCH S.R.L. În cadrul cercetării, s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel național, urban și în municipiul București.

Eșantionul are un volum de 10.141 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.397 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.744 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), 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 obținute 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 1.372 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 241 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 254 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 810 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 128 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 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*).

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 50,8% din interviuri au fost realizate față în față, la domiciliul respondenților, pe baza procedurii CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing), 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: 18 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11306.3	100.0
Radio 21	565.5	2.8
Radio Antena Satelor	805.2	6.9
Radio Digi FM	407.7	2.4
Radio Europa FM	1366.0	8.9
Radio Kiss FM	2192.2	10.9
Radio Magic FM	652.8	3.7
Radio Național FM	222.1	1.4
Radio ProFM	1054.7	5.0
Radio Rock FM	251.0	1.1
Radio România Actualități	1912.2	14.4
Radio România București FM	102.1	0.5
Radio România Cluj	123.0	0.7
Radio România Constanța	36.3	0.2
Radio România Cultural	197.2	0.9
Radio România Iași	356.4	2.1
Radio România Oltenia Craiova	377.0	2.0
Radio România Reșița	165.2	1.2
Radio România Târgu Mureș	108.7	0.6
Radio România Timișoara	219.9	1.2
Radio ZU	1922.4	9.8
Alt post de radio	2172.4	14.3
Post de radio neidentificat*	1853.3	8.8

*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 5.291 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6115.5	100.0
Radio 21	415.4	4.1
Radio Antena Satelor	247.5	3.7
Radio Digi FM	283.6	3.6
Radio Europa FM	860.9	9.9
Radio Kiss FM	1546.2	15.7
Radio Magic FM	437.9	4.4
Radio Național FM	140.3	1.6
Radio ProFM	537.0	4.8
Radio Rock FM	195.1	1.7
Radio România Actualități	571.1	6.3
Radio România București FM	27.0	0.2
Radio România Cluj	45.9	0.4
Radio România Constanța	19.4	0.2
Radio România Cultural	70.5	0.6
Radio România Iași	129.5	1.2
Radio România Oltenia Craiova	145.3	1.5
Radio România Reșița	73.9	1.1
Radio România Târgu Mureș	42.0	0.5
Radio România Timișoara	66.7	0.6
Radio ZU	1260.1	13.6
Alt post de radio	1203.4	14.3
Post de radio neidentificat*	1099.0	9.9

* Vezi pagina 2, nota de subsol

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6908.3	100.0
Radio 21	392.9	3.3
Radio Antena Satelor	229.7	3.0
Radio Digi FM	278.8	2.4
Radio Europa FM	918.8	10.1
Radio Kiss FM	1322.7	10.8
Radio Magic FM	528.4	4.7
Radio Național FM	149.4	1.6
Radio ProFM	679.6	5.3
Radio Rock FM	240.9	1.6
Radio România Actualități	1185.9	14.5
Radio România București FM	62.0	0.4
Radio România Cluj	68.3	0.5
Radio România Constanța	24.4	0.1
Radio România Cultural	134.6	0.9
Radio România Iași	133.0	1.2
Radio România Oltenia Craiova	158.6	1.2
Radio România Reșița	109.0	1.0
Radio România Târgu Mureș	56.8	0.5
Radio România Timișoara	112.4	0.9
Radio ZU	1205.0	9.7
Alt post de radio	1480.5	16.0
Post de radio neidentificat*	1395.6	10.1

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3840.8	100.0
Radio 21	303.7	4.8
Radio Antena Satelor	83.0	1.8
Radio Digi FM	201.2	3.5
Radio Europa FM	577.9	10.8
Radio Kiss FM	951.6	15.7
Radio Magic FM	346.4	5.2
Radio Național FM	86.0	1.8
Radio ProFM	334.2	4.8
Radio Rock FM	184.9	2.3
Radio România Actualități	344.1	5.6
Radio România București FM	12.2	0.1
Radio România Cluj	26.8	0.4
Radio România Constanța	9.7	0.1
Radio România Cultural	53.0	0.7
Radio România Iași	40.5	0.5
Radio România Oltenia Craiova	61.3	1.0
Radio România Reșița	44.9	0.8
Radio România Târgu Mureș	13.2	0.3
Radio România Timișoara	34.0	0.3
Radio ZU	822.3	13.7
Alt post de radio	808.3	15.3
Post de radio neidentificat*	814.0	10.3

* 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	1255.6	100.0
Radio 21	82.2	3.6
Radio Antena Satelor	45.0	2.9
Radio Digi FM	26.6	0.8
Radio Europa FM	107.8	6.5
Radio Gold FM	24.4	1.3
Radio Itsy Bitsy FM	19.8	0.8
Radio Kiss FM	162.1	7.2
Radio Magic FM	151.9	8.5
Radio Național FM	38.8	1.9
Radio ProFM	115.4	5.3
Radio Rock FM	113.4	4.1
Radio România Actualități	238.4	16.6
Radio România București FM	11.0	0.4
Radio România Cultural	28.5	1.0
Radio România Muzical	21.6	1.7
Radio Romantic FM	86.8	4.6
Radio Seven	0.9	0.0
Radio Smart FM	11.5	0.3
Radio Tanănana	20.7	0.8
Radio Vibe FM	32.8	0.8
Radio ZU	250.5	11.1
Alt post de radio	161.5	9.1
Post de radio neidentificat*	254.3	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 998 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,10%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	711.5	100.0
Radio 21	65.1	5.1
Radio Antena Satelor	12.0	0.8
Radio Digi FM	20.9	1.3
Radio Europa FM	72.2	8.1
Radio Gold FM	19.8	2.0
Radio Itsy Bitsy FM	15.8	1.2
Radio Kiss FM	115.7	10.2
Radio Magic FM	95.7	9.1
Radio Național FM	25.0	2.0
Radio ProFM	52.5	4.0
Radio Rock FM	90.2	5.9
Radio România Actualități	62.9	5.2
Radio România București FM	6.3	0.4
Radio România Cultural	8.1	0.5
Radio România Muzical	2.0	0.0
Radio Romantic FM	24.8	2.5
Radio Seven	0.9	0.1
Radio Smart FM	5.4	0.4
Radio Tanănana	20.1	1.5
Radio Vibe FM	21.8	1
Radio ZU	187.4	15.8
Alt post de radio	108	11.5
Post de radio neidentificat*	146.1	11.4

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol