

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2016

În perioada 29 august – 18 decembrie 2016 a fost realizat valul de toamnă 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 10.161 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.407 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.754 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), iar în București s-au realizat 1.803 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 la nivel național, pentru mediul urban este de 9.710.428 persoane, iar pentru București este de 1.701.186 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 1.371 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 236 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 251 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 817 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 din subeșantionul rural, selectarea persoanelor de interviuat 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 50,9% 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: 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: 19 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11464.6	100.0
Radio 21	563.0	2.2
Radio Antena Satelor	699.4	6.6
Radio Digi FM	485.3	2.3
Radio Europa FM	1381.7	8.0
Radio Kiss FM	2155.1	10.3
Radio Magic FM	700.6	4.1
Radio Național FM	251.8	1.5
Radio ProFM	965.6	4.2
Radio Rock FM	290.7	1.4
Radio România Actualități	2025.6	15.5
Radio România București FM	98.1	0.4
Radio România Cluj	134.3	0.6
Radio România Constanța	36.5	0.3
Radio România Cultural	208.0	0.8
Radio România Iași	395.9	2.3
Radio România Oltenia Craiova	403.4	2.3
Radio România Reșița	190.5	1.2
Radio România Târgu Mureș	116.0	0.6
Radio România Timișoara	191.4	1.1
Radio ZU	1960.6	9.0
Alt post de radio	2370.6	13.0
Post de radio neidentificat*	2348.2	12.1

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6172.7	100.0
Radio 21	399.8	3.3
Radio Antena Satelor	240.7	3.6
Radio Digi FM	342.1	3.2
Radio Europa FM	862.9	8.9
Radio Kiss FM	1508.5	14.3
Radio Magic FM	514.5	5.8
Radio Național FM	114.1	0.9
Radio ProFM	542.1	4.9
Radio Rock FM	240.1	2.4
Radio România Actualități	585.5	6.6
Radio România București FM	37.3	0.3
Radio România Cluj	60.3	0.6
Radio România Constanța	15.0	0.3
Radio România Cultural	85.2	0.7
Radio România Iași	130.4	1.4
Radio România Oltenia Craiova	165.0	1.8
Radio România Reșița	69.7	0.8
Radio România Târgu Mureș	46.8	0.4
Radio România Timișoara	42.3	0.5
Radio ZU	1283.8	12.3
Alt post de radio	1242.2	13.1
Post de radio neidentificat*	1397.0	13.9

* 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	7202.0	100.0
Radio 21	360.8	2.2
Radio Antena Satelor	185.2	2.0
Radio Digi FM	333.4	2.5
Radio Europa FM	985.1	9.3
Radio Kiss FM	1332.7	9.9
Radio Magic FM	575.1	5.6
Radio Național FM	191.5	1.7
Radio ProFM	579.4	3.8
Radio Rock FM	256.6	1.9
Radio România Actualități	1235.3	15.7
Radio România București FM	80.2	0.5
Radio România Cluj	74.8	0.6
Radio România Constanța	28.2	0.4
Radio România Cultural	146.1	0.9
Radio România Iași	115.4	0.9
Radio România Oltenia Craiova	149.3	1.4
Radio România Reșița	108.1	1.0
Radio România Târgu Mureș	70.0	0.6
Radio România Timișoara	88.0	0.7
Radio ZU	1283.1	9.8
Alt post de radio	1678.4	14.7
Post de radio neidentificat*	1757.2	13.9

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3962.6	100.0
Radio 21	265.4	3.3
Radio Antena Satelor	65.1	1.2
Radio Digi FM	233.9	3.2
Radio Europa FM	603.5	9.5
Radio Kiss FM	948.9	13.6
Radio Magic FM	425.1	7.8
Radio Național FM	84.9	1.0
Radio ProFM	323.0	4.3
Radio Rock FM	206.0	3.1
Radio România Actualități	332.8	6.2
Radio România București FM	29.5	0.3
Radio România Cluj	27.9	0.5
Radio România Constanța	12.0	0.4
Radio România Cultural	61.6	0.6
Radio România Iași	24.8	0.3
Radio România Oltenia Craiova	51.3	1.0
Radio România Reșița	42.3	0.6
Radio România Târgu Mureș	22.3	0.2
Radio România Timișoara	17.4	0.1
Radio ZU	844.2	13.2
Alt post de radio	873.5	13.7
Post de radio neidentificat*	1066.9	15.8

* 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	1272.1	100.0
Radio 21	65.2	1.9
Radio Antena Satelor	40.4	2.5
Radio Dance FM	48.1	1.4
Radio Digi FM	33.8	0.8
Radio Europa FM	139.0	7.4
Radio Guerrilla	49.9	1.8
Radio Impuls	4.9	0.2
Radio Itsy Bitsy FM	24.1	0.5
Radio Kiss FM	160.9	5.8
Radio Magic FM	135.5	6.9
Radio Național FM	49.9	1.9
Radio ProFM	85.9	3.9
Radio Rock FM	110.2	4.3
Radio România Actualități	233.1	16.8
Radio România București FM	19.1	0.8
Radio România Cultural	22.3	1.2
Radio România Muzical	17.9	1.1
Radio Romantic FM	76.1	4.1
Radio Seven	1.4	0.1
Radio Smart FM	21.6	0.9
Radio Tanănana	14.6	0.4
Radio Vibe FM	23.4	0.9
Radio ZU	288.4	14.1
Alt post de radio	146.6	6.6
Post de radio neidentificat*	291.1	13.7

* 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 996 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,1%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	732.3	100.0
Radio 21	51.6	3.0
Radio Antena Satelor	13.3	1.6
Radio Dance FM	42.5	2.4
Radio Digi FM	29.9	1.2
Radio Europa FM	93.8	6.8
Radio Guerrilla	45.6	2.7
Radio Impuls	4.9	0.4
Radio Itsy Bitsy FM	21.2	0.8
Radio Kiss FM	109.8	7.9
Radio Magic FM	98.5	9.1
Radio Național FM	23.6	1.6
Radio ProFM	54.8	4.7
Radio Rock FM	93.6	6.6
Radio România Actualități	45.4	3.9
Radio România București FM	6.8	0.5
Radio România Cultural	9.0	1.0
Radio România Muzical	3.9	0.2
Radio Romantic FM	21.6	2.5
Radio Seven	1.4	0.2
Radio Smart FM	16.8	1.2
Radio Tanăna	14.1	0.7
Radio Vibe FM	13.5	1.1
Radio ZU	191.8	18.1
Alt post de radio	77.8	6.8
Post de radio neidentificat*	191.7	14.9

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol