

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2019

În perioada 22 aprilie – 11 august 2019, a fost realizat valul de vară 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 10.139 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.400 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.739 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), iar în București s-au realizat 1.805 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, care nu lucrează în domeniul radio, rezidente în locuințe neinstituționalizate din toate localitățile urbane și rurale din România. 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, pentru București este de 1.701.186 persoane, iar pentru mediul rural este de 8.098.479 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 1.533 localități, dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 244 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 289 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori și 933 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 100 de localități selectate aleator pentru realizarea unor interviuri domiciliare față în față.

La nivelul fiecărei localități din subeșantionul rural, selectarea gospodăriilor a fost realizată pe baza metodologiei *random route* în pas de 5, iar selectarea persoanelor de interviuat față în față a fost realizată prin aplicarea metodei zilei de naștere (prima persoană care își serbează ziua de naștere în gospodărie, după data interviuării).

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 35,9% 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: 15 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 15 săptămâni de interviuare. Durata medie a interviului: 17 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	12069.0	100.0
Radio Antena Satelor	752.6	5.8
Radio Digi FM	839.7	4.5
Radio Europa FM	1586.3	9.0
Radio Guerrilla	116.1	0.5
Radio Kiss FM	2527.4	11.0
Radio Magic FM	712.7	3.4
Radio Național FM	209.9	0.8
Radio Pro FM	912.2	3.9
Radio Rock FM	327.6	1.4
Radio România Actualități	1889.1	12.2
Radio România București FM	77.1	0.3
Radio România Cluj	85.5	0.3
Radio România Constanța	95.3	0.4
Radio România Cultural	217.1	1.0
Radio România Iași	451.7	3.0
Radio România Oltenia Craiova	408.1	2.7
Radio România Reșița	142.6	0.8
Radio România Târgu Mureș	137.5	0.8
Radio România Timișoara	212.4	0.9
Radio ZU	2104.4	8.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	577.4	2.4
Alt post de radio	2314.4	13.5
Post de radio neidentificat*	2471.2	12.4

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6459.5	100.0
Radio Antena Satelor	231.9	3.0
Radio Digi FM	561.4	5.8
Radio Europa FM	934.5	9.4
Radio Guerrilla	96.6	1.0
Radio Kiss FM	1779.9	16.0
Radio Magic FM	436.5	3.8
Radio Național FM	102.5	0.6
Radio Pro FM	445.0	3.6
Radio Rock FM	235.5	2.1
Radio România Actualități	503.5	5.2
Radio România București FM	19.5	0.1
Radio România Cluj	22.2	0.2
Radio România Constanța	40.3	0.3
Radio România Cultural	58.9	0.5
Radio România Iași	126.8	1.7
Radio România Oltenia Craiova	126.5	1.3
Radio România Reșița	54.4	0.6
Radio România Târgu Mureș	43.4	0.5
Radio România Timișoara	43.5	0.2
Radio ZU	1433.5	12.6
Virgin Radio (fost Radio 21)	458.5	3.9
Alt post de radio	1221.7	14.0
Post de radio neidentificat*	1372.8	13.8

* 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	7200.7	100.0
Radio Antena Satelor	216.6	2.8
Radio Digi FM	530.5	4.1
Radio Europa FM	1139.5	11.5
Radio Guerrilla	90.2	0.6
Radio Kiss FM	1535.5	10.6
Radio Magic FM	537.8	4.2
Radio Național FM	134.1	1.0
Radio Pro FM	603.0	4.4
Radio Rock FM	283.8	2.2
Radio România Actualități	1129.5	12.7
Radio România București FM	42.0	0.4
Radio România Cluj	48.1	0.3
Radio România Constanța	55.5	0.5
Radio România Cultural	133.6	1.0
Radio România Iași	107.2	1.0
Radio România Oltenia Craiova	147.7	1.3
Radio România Reșița	85.3	0.7
Radio România Târgu Mureș	63.1	0.5
Radio România Timișoara	94.2	0.6
Radio ZU	1326.5	9.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	398.9	3.1
Alt post de radio	1453.2	13.5
Post de radio neidentificat*	1672.1	13.6

* 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 3.441 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,7%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3983.9	100.0
Radio Antena Satelor	71.8	1.6
Radio Digi FM	329.1	4.9
Radio Europa FM	659.3	11.6
Radio Guerrilla	74.4	1.0
Radio Kiss FM	1098.3	14.8
Radio Magic FM	331.0	4.2
Radio Național FM	61.7	0.7
Radio Pro FM	296.1	3.6
Radio Rock FM	220.2	3.2
Radio România Actualități	282.6	4.6
Radio România București FM	13.2	0.1
Radio România Cluj	16.5	0.3
Radio România Constanța	22.0	0.4
Radio România Cultural	35.9	0.6
Radio România Iași	27.6	0.4
Radio România Oltenia Craiova	48.4	0.8
Radio România Reșița	35.8	0.6
Radio România Târgu Mureș	19.8	0.3
Radio România Timișoara	21.0	0.1
Radio ZU	893.8	13.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	318.7	4.9
Alt post de radio	747.1	13.2
Post de radio neidentificat*	956.7	14.7

* Vezi pagina 2, nota de subsol

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4868.3	100.0
Radio Antena Satelor	536.0	10.1
Radio Digi FM	309.2	5.2
Radio Europa FM	446.9	5.4
Radio Guerrilla	25.9	0.5
Radio Kiss FM	991.9	11.6
Radio Magic FM	174.9	2.3
Radio Național FM	75.7	0.5
Radio Pro FM	309.3	3.1
Radio Rock FM	43.8	0.4
Radio România Actualități	759.6	11.5
Radio România București FM	35.2	0.3
Radio România Cluj	37.4	0.4
Radio România Constanța	39.8	0.4
Radio România Cultural	83.5	1.1
Radio România Iași	344.5	5.8
Radio România Oltenia Craiova	260.4	4.8
Radio România Reșița	57.3	0.8
Radio România Târgu Mureș	74.4	1.2
Radio România Timișoara	118.1	1.4
Radio ZU	778.0	7.8
Virgin Radio (fost Radio 21)	178.5	1.3
Alt post de radio	861.2	13.6
Post de radio neidentificat*	799.1	10.7

* 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 1.235 de interviuri în mediul rural. Eroarea maximă de eșantionare este +/-2,8%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	2475.7	100.0
Radio Antena Satelor	160.2	5.3
Radio Digi FM	232.3	7.2
Radio Europa FM	275.2	6.1
Radio Guerrilla	22.2	0.9
Radio Kiss FM	681.6	17.7
Radio Magic FM	105.6	3.1
Radio Național FM	40.9	0.4
Radio Pro FM	148.9	3.6
Radio Rock FM	15.3	0.3
Radio România Actualități	220.9	6.1
Radio România București FM	6.3	0.2
Radio România Cluj	5.7	0.2
Radio România Constanța	18.3	0.2
Radio România Cultural	23.0	0.2
Radio România Iași	99.2	3.7
Radio România Oltenia Craiova	78.1	2.0
Radio România Reșița	18.6	0.6
Radio România Târgu Mureș	23.7	0.8
Radio România Timișoara	22.5	0.3
Radio ZU	539.6	11.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	139.9	2.3
Alt post de radio	474.5	15.2
Post de radio neidentificat*	416.1	12.3

* 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 (%)
T O T A L	1240.0	100.0
Radio Antena Satelor	41.7	3.7
Radio Dance FM	46.8	1.7
Radio Digi FM	63.1	2.7
Radio Europa FM	146.3	9.2
Radio Guerrilla	48.7	1.6
Radio Impuls	10.8	0.3
Radio Itsy Bitsy FM	18.2	0.6
Radio Kiss FM	191.3	7.8
Radio Magic FM	106.4	5.0
Radio Național FM	43.0	1.7
Radio Pro FM	94.4	4.3
Radio Rock FM	117.1	5.9
Radio România Actualități	196.4	12.5
Radio România București FM	13.4	0.5
Radio România Cultural	24.8	1.3
Radio România Muzical	15.0	0.7
Radio Romantic FM	95.4	4.7
Radio Seven	3.1	0.0
Radio Vibe FM	40.4	1.7
Radio ZU	252.9	9.2
Sport Total FM	13.6	0.4
Tanănana	12.4	0.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	66.2	2.3
Alt post de radio	120.2	7.1
Post de radio neidentificat*	294.2	14.8

* 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 849 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	700.7	100.0
Radio Antena Satelor	7.4	0.9
Radio Dance FM	36.9	2.2
Radio Digi FM	46.7	3.0
Radio Europa FM	93.0	9.4
Radio Guerrilla	40.8	2.7
Radio Impuls	8.6	0.4
Radio Itsy Bitsy FM	14.6	0.9
Radio Kiss FM	145.2	11.9
Radio Magic FM	54.0	3.9
Radio Național FM	16.1	1.0
Radio Pro FM	58.2	4.2
Radio Rock FM	95.7	8.9
Radio România Actualități	36.0	2.6
Radio România București FM	5.6	0.2
Radio România Cultural	4.9	0.7
Radio România Muzical	5.6	0.2
Radio Romantic FM	25.9	2.5
Radio Seven	3.1	0.1
Radio Vibe FM	26.9	1.7
Radio ZU	171.3	13.1
Sport Total FM	3.6	0.1
Tanănana	8.9	0.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	53.2	3.4
Alt post de radio	62.4	8.2
Post de radio neidentificat*	172.4	17.1

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol