

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2018

În perioada 27 august – 16 decembrie 2018 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 10.147 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.408 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.739 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, 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 1.519 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 233 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 273 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 946 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 interviurii).

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: 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: 16 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11735.2	100.0
Radio Antena Satelor	687.6	5.9
Radio Digi FM	779.0	4.0
Radio Europa FM	1424.5	8.0
Radio Guerrilla	113.6	0.5
Radio Kiss FM	2511.5	11.5
Radio Magic FM	736.6	4.2
Radio Național FM	205.3	1.0
Radio Pro FM	955.3	4.2
Radio Rock FM	350.5	1.5
Radio România Actualități	1781.9	12.4
Radio România București FM	107.2	0.5
Radio România Cluj	74.9	0.3
Radio România Constanța	51.4	0.3
Radio România Cultural	230.7	0.9
Radio România Iași	370.2	2.2
Radio România Oltenia Craiova	373.8	1.7
Radio România Reșița	144.9	0.7
Radio România Târgu Mureș	91.9	0.4
Radio România Timișoara	196.5	0.9
Radio ZU	1895.8	8.8
Virgin Radio (fost Radio 21)	620.3	3.1
Alt post de radio	2304.6	12.9
Post de radio neidentificat*	2653.4	14.2

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6237.0	100.0
Radio Antena Satelor	186.5	2.6
Radio Digi FM	517.3	4.9
Radio Europa FM	829.7	8.7
Radio Guerrilla	99.4	0.9
Radio Kiss FM	1769.8	16.1
Radio Magic FM	511.3	5.6
Radio Național FM	99.1	0.8
Radio Pro FM	484.8	4.2
Radio Rock FM	224.0	1.9
Radio România Actualități	443.0	4.3
Radio România București FM	12.2	0.1
Radio România Cluj	20.2	0.2
Radio România Constanța	23.1	0.2
Radio România Cultural	75.7	0.7
Radio România Iași	101.8	1.0
Radio România Oltenia Craiova	133.1	1.0
Radio România Reșița	66.8	0.6
Radio România Târgu Mureș	34.0	0.3
Radio România Timișoara	52.4	0.3
Radio ZU	1278.9	12.8
Virgin Radio (fost Radio 21)	503.1	5.0
Alt post de radio	1207.2	13.1
Post de radio neidentificat*	1459.7	14.5

* 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	7064.7	100.0
Radio Antena Satelor	214.3	2.7
Radio Digi FM	506.9	4.3
Radio Europa FM	1060.0	10.3
Radio Guerrilla	104.9	0.8
Radio Kiss FM	1497.7	11.2
Radio Magic FM	566.2	5.3
Radio Național FM	148.5	1.0
Radio Pro FM	545.3	3.4
Radio Rock FM	294.6	2.1
Radio România Actualități	994.4	11.8
Radio România București FM	44.6	0.3
Radio România Cluj	44.4	0.3
Radio România Constanța	37.3	0.4
Radio România Cultural	149.0	0.8
Radio România Iași	97.8	1.1
Radio România Oltenia Craiova	124.7	1.0
Radio România Reșița	88.8	0.8
Radio România Târgu Mureș	40.6	0.3
Radio România Timișoara	80.7	0.7
Radio ZU	1218.2	9.5
Virgin Radio (fost Radio 21)	436.5	3.2
Alt post de radio	1411.8	12.7
Post de radio neidentificat*	1802.4	16.0

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3887.6	100.0
Radio Antena Satelor	64.4	1.3
Radio Digi FM	331.1	4.8
Radio Europa FM	622.1	11.0
Radio Guerrilla	92.1	1.3
Radio Kiss FM	1075.2	15.5
Radio Magic FM	388.0	6.6
Radio Național FM	69.3	0.8
Radio Pro FM	244.1	2.7
Radio Rock FM	188.0	2.6
Radio România Actualități	254.8	4.2
Radio România București FM	12.2	0.1
Radio România Cluj	3.9	0.0
Radio România Constanța	15.3	0.3
Radio România Cultural	46.5	0.5
Radio România Iași	30.6	0.6
Radio România Oltenia Craiova	47.9	0.6
Radio România Reșița	28.3	0.6
Radio România Târgu Mureș	7.7	0.1
Radio România Timișoara	17.0	0.2
Radio ZU	840.7	13.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	356.5	4.8
Alt post de radio	729.5	12.0
Post de radio neidentificat*	972.8	15.9

* 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	4670.4	100.0
Radio Antena Satelor	473.2	10.9
Radio Digi FM	272.1	3.7
Radio Europa FM	364.5	4.4
Radio Guerrilla	8.7	0.1
Radio Kiss FM	1013.8	12.0
Radio Magic FM	170.4	2.4
Radio Național FM	56.8	1.0
Radio Pro FM	410.0	5.4
Radio Rock FM	55.9	0.5
Radio România Actualități	787.5	13.3
Radio România București FM	62.5	0.7
Radio România Cluj	30.5	0.3
Radio România Constanța	14.1	0.2
Radio România Cultural	81.8	1.0
Radio România Iași	272.5	4.0
Radio România Oltenia Craiova	249.1	2.9
Radio România Reșița	56.2	0.6
Radio România Târgu Mureș	51.2	0.4
Radio România Timișoara	115.8	1.2
Radio ZU	677.6	7.6
Virgin Radio (fost Radio 21)	183.8	3.0
Alt post de radio	892.8	13.0
Post de radio neidentificat*	851.0	11.6

* 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 1.298 de interviuri în mediul rural. Eroarea maximă de eșantionare este +/-2,7%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	2349.4	100.0
Radio Antena Satelor	122.1	5.0
Radio Digi FM	186.3	5.1
Radio Europa FM	207.6	4.8
Radio Guerrilla	7.3	0.1
Radio Kiss FM	694.6	17.2
Radio Magic FM	123.3	3.8
Radio Național FM	29.8	0.8
Radio Pro FM	240.7	6.9
Radio Rock FM	36.1	0.7
Radio România Actualități	188.3	4.4
Radio România București FM	0.0	0.0
Radio România Cluj	16.3	0.4
Radio România Constanța	7.8	0.2
Radio România Cultural	29.1	1.1
Radio România Iași	71.2	1.6
Radio România Oltenia Craiova	85.3	1.9
Radio România Reșița	38.5	0.7
Radio România Târgu Mureș	26.3	0.6
Radio România Timișoara	35.4	0.4
Radio ZU	438.3	11.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	146.6	5.5
Alt post de radio	477.7	15.1
Post de radio neidentificat*	486.9	12.0

* 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	1207.9	100.0
Radio Antena Satelor	26.4	3.0
Radio Dance FM	54.5	2.1
Radio Digi FM	71.3	2.3
Radio Europa FM	155.5	8.6
Radio Guerrilla	58.2	2.3
Radio Impuls	4.0	0.2
Radio Itsy Bitsy FM	25.0	0.9
Radio Kiss FM	154.4	5.9
Radio Magic FM	145.6	6.4
Radio Național FM	39.3	1.9
Radio Pro FM	101.5	4.4
Radio Rock FM	108.3	4.6
Radio România Actualități	164.9	11.6
Radio România București FM	13.8	0.5
Radio România Cultural	27.3	1.0
Radio România Muzical	20.5	0.8
Radio Romantic FM	82.8	3.5
Radio Seven	4.9	0.3
Radio Vibe FM	26.8	0.9
Radio ZU	235.1	10.7
Sport Total FM	13.8	0.4
Tanănana	14.4	0.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	81.4	3.4
Alt post de radio	115.3	5.8
Post de radio neidentificat*	327.8	17.9

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	692.0	100.0
Radio Antena Satelor	6.5	1.1
Radio Dance FM	48.7	3.7
Radio Digi FM	39.6	1.8
Radio Europa FM	83.7	7.2
Radio Guerrilla	50.1	3.9
Radio Impuls	1.9	0.2
Radio Itsy Bitsy FM	21.0	1.6
Radio Kiss FM	123.5	8.9
Radio Magic FM	89.1	7.6
Radio Național FM	16.9	1.4
Radio Pro FM	53.3	3.8
Radio Rock FM	71.0	5.4
Radio România Actualități	39.4	3.9
Radio România București FM	4.9	0.2
Radio România Cultural	7.5	0.5
Radio România Muzical	3.0	0.1
Radio Romantic FM	30.4	2.3
Radio Seven	1.8	0.4
Radio Vibe FM	25.3	1.6
Radio ZU	161.4	14.8
Sport Total FM	10.8	0.5
Tanăna	14.4	1.2
Virgin Radio (fost Radio 21)	69.3	5.8
Alt post de radio	55.1	4.6
Post de radio neidentificat*	183.9	17.5

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol