

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2019

În perioada 26 august – 15 decembrie 2019, 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 10.157 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.410 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.747 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), iar în București s-au realizat 1.806 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 1.535 localități, dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 239 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 288 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori și 941 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 36% 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	12256.0	100.0
Radio Antena Satelor	703.9	5.9
Radio Digi FM	908.2	4.5
Radio Europa FM	1682.6	10.1
Radio Guerrilla	133.3	0.5
Radio Kiss FM	2590.7	10.9
Radio Magic FM	836.7	4.0
Radio Național FM	238.7	1.2
Radio Pro FM	901.5	3.6
Radio Rock FM	409.8	1.6
Radio România Actualități	1964.7	12.4
Radio România București FM	120.8	0.5
Radio România Cluj	107.3	0.5
Radio România Constanța	78.2	0.5
Radio România Cultural	232.2	0.7
Radio România Iași	342.4	1.9
Radio România Oltenia Craiova	361.8	2.2
Radio România Reșița	154.2	1.0
Radio România Târgu Mureș	169.0	0.8
Radio România Timișoara	242.3	1.3
Radio ZU	1989.6	8.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	645.2	2.5
Alt post de radio	2767.0	15.5
Post de radio neidentificat*	2216.1	9.5

*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 4.513 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,5%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6554.2	100.0
Radio Antena Satelor	165.7	2.2
Radio Digi FM	644.8	6.3
Radio Europa FM	1015.3	11.4
Radio Guerrilla	112.4	0.9
Radio Kiss FM	1807.1	15.7
Radio Magic FM	519.9	5.0
Radio Național FM	120.3	1.2
Radio Pro FM	487.7	4.3
Radio Rock FM	312.6	2.5
Radio România Actualități	538.9	5.0
Radio România București FM	16.6	0.2
Radio România Cluj	30.1	0.2
Radio România Constanța	39.7	0.4
Radio România Cultural	75.7	0.4
Radio România Iași	98.8	1.0
Radio România Oltenia Craiova	127.9	1.2
Radio România Reșița	68.5	0.7
Radio România Târgu Mureș	42.3	0.3
Radio România Timișoara	65.8	0.6
Radio ZU	1245.5	10.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	494.8	4.0
Alt post de radio	1451.7	15.7
Post de radio neidentificat*	1236.2	10.3

* 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	7274.1	100.0
Radio Antena Satelor	189.1	2.0
Radio Digi FM	575.1	4.4
Radio Europa FM	1150.5	11.5
Radio Guerrilla	113.9	0.7
Radio Kiss FM	1538.0	11.7
Radio Magic FM	628.0	5.4
Radio Național FM	176.4	1.5
Radio Pro FM	550.9	3.8
Radio Rock FM	346.9	2.4
Radio România Actualități	1109.3	12.3
Radio România București FM	42.3	0.3
Radio România Cluj	52.8	0.3
Radio România Constanța	37.4	0.4
Radio România Cultural	160.9	0.7
Radio România Iași	119.9	1.0
Radio România Oltenia Craiova	126.3	1.2
Radio România Reșița	82.7	1.0
Radio România Târgu Mureș	49.9	0.4
Radio România Timișoara	111.2	1.0
Radio ZU	1322.1	9.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	498.6	2.7
Alt post de radio	1659.3	15.7
Post de radio neidentificat*	1437.9	10.2

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4022.2	100.0
Radio Antena Satelor	60.5	1.0
Radio Digi FM	392.2	5.7
Radio Europa FM	660.7	11.8
Radio Guerrilla	95.2	1.1
Radio Kiss FM	1076.9	16.0
Radio Magic FM	392.0	6.7
Radio Național FM	77.3	1.4
Radio Pro FM	271.7	3.9
Radio Rock FM	266.7	3.7
Radio România Actualități	269.6	3.9
Radio România București FM	9.4	0.2
Radio România Cluj	18.6	0.1
Radio România Constanța	18.6	0.2
Radio România Cultural	56.2	0.4
Radio România Iași	31.2	0.4
Radio România Oltenia Craiova	36.2	0.6
Radio România Reșița	36.0	0.9
Radio România Târgu Mureș	24.0	0.3
Radio România Timișoara	28.1	0.4
Radio ZU	812.3	11.2
Virgin Radio (fost Radio 21)	392.0	4.4
Alt post de radio	897.2	15.1
Post de radio neidentificat*	847.8	10.7

* 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	4981.9	100.0
Radio Antena Satelor	514.8	11.6
Radio Digi FM	333.1	4.6
Radio Europa FM	532.1	8.0
Radio Guerrilla	19.5	0.3
Radio Kiss FM	1052.7	9.8
Radio Magic FM	208.7	2.0
Radio Național FM	62.3	0.7
Radio Pro FM	350.7	3.3
Radio Rock FM	62.9	0.4
Radio România Actualități	855.3	12.5
Radio România București FM	78.5	0.8
Radio România Cluj	54.5	0.7
Radio România Constanța	40.8	0.7
Radio România Cultural	71.3	0.7
Radio România Iași	222.5	3.3
Radio România Oltenia Craiova	235.4	3.7
Radio România Reșița	71.5	1.0
Radio România Târgu Mureș	119.2	1.3
Radio România Timișoara	131.1	1.7
Radio ZU	667.5	7.0
Virgin Radio (fost Radio 21)	146.5	2.3
Alt post de radio	1107.7	15.2
Post de radio neidentificat*	778.3	8.5

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	2531.9	100.0
Radio Antena Satelor	105.3	4.1
Radio Digi FM	252.6	7.1
Radio Europa FM	354.6	10.8
Radio Guerrilla	17.2	0.6
Radio Kiss FM	730.2	15.1
Radio Magic FM	127.9	2.3
Radio Național FM	43.1	1.0
Radio Pro FM	216.1	4.9
Radio Rock FM	45.9	0.5
Radio România Actualități	269.3	6.8
Radio România București FM	7.2	0.1
Radio România Cluj	11.6	0.2
Radio România Constanța	21.0	0.7
Radio România Cultural	19.5	0.4
Radio România Iași	67.6	1.9
Radio România Oltenia Craiova	91.7	2.3
Radio România Reșița	32.5	0.5
Radio România Târgu Mureș	18.3	0.2
Radio România Timișoara	37.7	1.1
Radio ZU	433.2	9.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	102.8	3.5
Alt post de radio	554.5	16.6
Post de radio neidentificat*	388.4	9.6

* 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	1264.3	100.0
Radio Antena Satelor	30.8	1.7
Radio Chill FM	25.2	1.2
Radio Dance FM	37.9	1.5
Radio Digi FM	58.3	2.1
Radio Europa FM	171.3	8.6
Radio Gold FM	16.0	0.5
Radio Guerrilla	48.6	1.8
Radio Impuls	17.9	0.8
Radio Itsy Bitsy FM	17.8	0.5
Radio Kiss FM	197.5	6.9
Radio Magic FM	146.3	8.0
Radio Național FM	37.1	2.0
Radio Pro FM	87.2	3.8
Radio Rock FM	138.4	4.8
Radio România Actualități	214.0	14.2
Radio România București FM	14.9	0.9
Radio România Cultural	29.5	1.0
Radio România Muzical	19.0	1.2
Radio Romantic FM	98.9	4.8
Radio Seven	4.9	0.1
Radio Vibe FM	39.2	1.4
Radio ZU	255.3	9.9
Tanănana	17.3	0.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	84.2	2.7
Alt post de radio	139.6	7.4
Post de radio neidentificat*	247.1	11.9

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	718.8	100.0
Radio Antena Satelor	7.6	0.5
Radio Chill FM	19.3	1.8
Radio Dance FM	32.7	2.5
Radio Digi FM	46.0	3.1
Radio Europa FM	92.7	7.2
Radio Gold FM	7.5	0.4
Radio Guerrilla	42.8	2.8
Radio Impuls	14.1	1.3
Radio Itsy Bitsy FM	14.9	0.8
Radio Kiss FM	128.8	8.9
Radio Magic FM	82.2	9.3
Radio Național FM	14.0	1.3
Radio Pro FM	43.3	4.3
Radio Rock FM	100.3	7.3
Radio România Actualități	43.8	3.8
Radio România București FM	9.4	1.1
Radio România Cultural	10.7	0.3
Radio România Muzical	10.6	0.7
Radio Romantic FM	43.7	3.9
Radio Seven	3.4	0.2
Radio Vibe FM	26.5	1.8
Radio ZU	164.9	11.6
Tanănana	16.3	0.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	74.3	4.8
Alt post de radio	64.6	6.9
Post de radio neidentificat*	148.0	12.6

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol