

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2010

În perioada 10 mai – 15 august 2010 a fost realizat valul de vară al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și Mercury Research SRL.

În cadrul cercetării s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel urban și în orașul București.

Eșantionul a avut un volum de 6,500 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.28% , iar în București s-au realizat 1,876 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.26%).

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. Conform datelor statistice ale INSEE disponibile la data de 01.01.2010, mărimea acestei populații este de 10.614.905 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 138 localități din care 70 (toate) localități urbane de peste 30,000 de locuitori și 68 localități alese aleator pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 30,000 de locuitori.

Localitățile selectate în eșantionul pentru realizarea SAR au o distribuție geografică echilibrată la nivel național.

Selectarea persoanelor de interviuat la nivelul fiecărei localități a fost realizată pe baza cadrului de eșantionare oferit de bazele de date ale Institutului Național pentru Evidența Persoanelor 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*).

În vederea înregistrării cât mai corecte a secvențelor de ascultare a posturilor de radio în ziua precedentă, respondenții au fost asistați cu lista posturilor de radio și prin 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 din teren pentru SAR a fost realizată de două institute de cercetare (eșantioane egale), prin interviuri față în față, realizate la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hârtie (chestionar tipărit).

Durata perioadei de interviuare: 14 săptămâni de interviuare continuă.

Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 14 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 19 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	5863.2	100
Radio 21	471.5	5.2
Radio Antena Satelor	191.2	3
Radio Europa FM	1104.3	13.1
Radio InfoPro	189.5	2.2
Radio Kiss FM	1432.4	14.7
Radio Magic FM	244.9	3.3
Radio Național FM	119.7	1.5
Radio One FM	143.3	1.5
Radio Pro FM	429.5	4.7
Radio România Actualități	1126.9	14.2
Radio România Cultural	64.6	0.7
Radio România Regional	660.4	7.7
Radio ZU	1115.6	11.4
Alt post	1297.9	16.9

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 3.199 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1.73%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3575.5	100
Radio 21	341.2	6.4
Radio Antena Satelor	50.2	1.1
Radio Europa FM	778.4	15.1
Radio InfoPro	134.4	2.7
Radio Kiss FM	1076.3	19.1
Radio Magic FM	198.1	4.4
Radio Național FM	80.7	1.9
Radio One FM	129.1	2.2
Radio Pro FM	275	4.7
Radio România Actualități	374.5	5.7
Radio România Cultural	29.6	0.5
Radio România Regional	270.1	4.7
Radio ZU	811.7	15
Alt post	789.2	16.6

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:**A. Total populație 11+**

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	944.7	100
Radio 21	106.5	5.8
Radio Antena Satelor	35.5	3.1
Radio City FM	7.8	0.3
Radio Europa FM	88.9	6.1
Radio Gold FM	23.8	2
Radio Guerrilla	36	1.9
Radio InfoPro	16	1.3
Radio Kiss FM	212.2	11.7
Radio Magic FM	91.4	6.5
Radio Național FM	27.5	1.6
Radio One FM	45.5	2.4
Radio Pro FM	69.5	4.4
Radio ProFM Dance	7.7	0.5
Radio RealitateaFM	39.4	2.3
Radio România Actualități	220.6	20.1
Radio România Cultural	13.6	0.7
Radio România Regional	15.7	1.1
Radio Romantic FM	75.7	5.7
Radio Smart FM	4.7	0.3
Radio Vibe FM	76.2	3.3
Radio ZU	233.4	11.7
Alt post	91.3	7.2

B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 903 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3.26%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	565.3	100
Radio 21	73.9	7
Radio Antena Satelor	6.2	0.4
Radio City FM	6	0.4
Radio Europa FM	58.7	7
Radio Gold FM	11.3	1.6
Radio Guerrilla	26.9	2.4
Radio InfoPro	10.5	1.5
Radio Kiss FM	161.9	16
Radio Magic FM	75.2	10
Radio Național FM	17.1	2
Radio One FM	41.4	3.8
Radio Pro FM	41.9	4.3
Radio ProFM Dance	6.2	0.6
Radio RealitateaFM	17	1.2
Radio România Actualități	41.6	5.1
Radio România Cultural	4.3	0.3
Radio România Regional	7	1
Radio Romantic FM	31.2	4.7
Radio Smart FM	2	0.1
Radio Vibe FM	65.8	5
Radio ZU	178.4	17.3
Alt post	61	8.1

Rodica MINCULESCU
Președinte

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ
<http://www.audienta-radio.ro/>