

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2013

În perioada 14 ianuarie – 28 aprilie 2013 a fost realizat valul de toamnă al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și GfK România – Institut de Cercetare de Piață SRL. În cadrul cercetării, s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel național, urban și în municipiul București.

Eșantionul are un volum de 9.443 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1,0%. În mediul urban s-au realizat 7.400 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.043 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-2,2%), iar în București s-au realizat 1.800 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. Conform datelor statistice ale Institutului Național de Statistică disponibile la data de 01.01.2013, mărimea acestei populații este de 18.993.186 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 1.160 localități dintre care 69 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 243 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 251 existente, 253 din cele 468 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România, și 595 din cele 2.393 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, selectarea persoanelor de interviuat în subeșantionul rural față în față 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 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*).

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 51% din interviuri au fost realizate față în față, la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hârtie (chestionar tipărit), iar restul prin telefonul fix și telefonul mobil.

Durata perioadei de interviuare: 15 săptămâni de interviuare. 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: 24 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11483.6	100.0
Radio 21	759.0	3.7
Radio Antena Satelor	721.6	5.9
Radio Europa FM	1332.1	8.3
Radio Kiss FM	2443.4	11.5
Radio Magic FM	734.7	4.1
Radio Național FM	252.2	1.3
Radio ProFM	1657.2	8.8
Radio Rock FM	199.2	0.9
Radio România Actualități	1925.8	14.2
Radio România București FM	64.6	0.3
Radio România Cluj	129.8	0.5
Radio România Constanța	66.5	0.3
Radio România Cultural	141.3	0.7
Radio România Iași	518.7	2.7
Radio România Oltenia Craiova	398.4	2.3
Radio România Reșița	153.3	0.8
Radio România Târgu Mureș	113.2	0.7
Radio România Timișoara	257.4	1.4
Radio ZU	1738.9	7.8
Alt post de radio	2073.5	13.8
Post de radio neidentificat*	1875.0	9.9

*Există persoane care își amintesc că au ascultat radioul însă nu știu ce post de radio au ascultat

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6973.3	100.0
Radio 21	469.0	4.1
Radio Antena Satelor	166.0	1.8
Radio Europa FM	951.1	9.3
Radio Kiss FM	1637.6	12.2
Radio Magic FM	618.7	5.5
Radio Național FM	211.5	1.7
Radio ProFM	908.7	7.7
Radio Rock FM	185.6	1.3
Radio România Actualități	1200.8	14.7
Radio România București FM	40.5	0.3
Radio România Cluj	53.4	0.5
Radio România Constanța	43.3	0.3
Radio România Cultural	104.2	0.8
Radio România Iași	131.1	1.3
Radio România Oltenia Craiova	144.1	1.2
Radio România Reșița	95.2	0.8
Radio România Târgu Mureș	48.7	0.5
Radio România Timișoara	90.6	0.6
Radio ZU	1129.5	7.9
Alt post de radio	1455.1	14.8
Post de radio neidentificat*	1495.2	12.6

*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 4.017 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,5%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4162.7	100.0
Radio 21	372.8	5.5
Radio Antena Satelor	58.0	1.0
Radio Europa FM	646.6	10.7
Radio Kiss FM	1183.6	15.9
Radio Magic FM	482.5	7.2
Radio Național FM	146.2	1.7
Radio ProFM	594.2	8.6
Radio Rock FM	145.8	1.7
Radio România Actualități	346.8	5.9
Radio România București FM	4.2	0.0
Radio România Cluj	14.6	0.3
Radio România Constanța	21.2	0.2
Radio România Cultural	39.3	0.5
Radio România Iași	40.2	0.6
Radio România Oltenia Craiova	65.7	1.0
Radio România Reșița	40.9	0.4
Radio România Târgu Mureș	13.8	0.3
Radio România Timișoara	12.8	0.2
Radio ZU	776.7	10.1
Alt post de radio	891.4	14.8
Post de radio neidentificat*	1001.1	13.5

*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	1200.0	100.0
Radio 21	93.3	4.8
Radio Antena Satelor	28.0	1.7
Radio Europa FM	96.4	5.6
Radio Guerrilla	70.0	3.2
Radio Kiss FM	183.9	6.8
Radio Magic FM	164.1	9.2
Radio Național FM	48.3	2.7
Radio ProFM	86.9	4.3
Radio Rock FM	79.8	3.4
Radio România Actualități	236.5	16.0
Radio România București FM	13.2	0.9
Radio România Cultural	14.6	0.5
Radio Romantic FM	96.7	4.6
Radio Smart FM	18.0	0.7
Radio Vibe FM	45.5	1.1
Radio ZU	261.0	11.3
Alt post de radio	166.1	9.1
Post de radio neidentificat*	265.8	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 953 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,2%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	710.5	100.0
Radio 21	71.2	6.2
Radio Antena Satelor	8.9	1.1
Radio Europa FM	62.0	6.0
Radio Guerrilla	63.5	4.9
Radio Kiss FM	130.5	8.5
Radio Magic FM	122.4	12.1
Radio Național FM	34.5	3.0
Radio ProFM	55.5	4.4
Radio Rock FM	66.6	5.0
Radio România Actualități	65.0	4.8
Radio România București FM	3.1	0.1
Radio România Cultural	4.7	0.2
Radio Romantic FM	40.8	2.5
Radio Smart FM	11.9	0.8
Radio Vibe FM	38.3	1.4
Radio ZU	191.5	15.5
Alt post de radio	94.9	7.5
Post de radio neidentificat*	172.0	16.2

Lăcrămioara LOGHIN

Președinte

Marius STRĂMBEANU

Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

<http://www.audienta-radio.ro/>

*Vezi pagina 2, nota de subsol