

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2009

În perioada 31 august – 20 decembrie 2009 a fost realizat valul de toamnă 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 8.437 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.1%, iar în București s-au realizat 1.983 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.2%).

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 01.07.2009, mărimea acestei populații este de 10.632.113 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 toate localitățile urbane de peste 30.000 de locuitori (72 orașe), iar pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori au fost selectate aleator 68 de orașe cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare oraș selectat.

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 interviu: 16 săptămâni de interviu continuă.

Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 16 săptămâni de interviu continuă.

Durata medie a interviului: 20 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	5957.5	100
Radio 21	600.0	6
Radio Antena Satelor	219.4	3.5
Radio Europa FM	1124.3	13.4
Radio InfoPro	209.4	2.4
Radio Kiss FM	1472.3	15.1
Radio Magic FM	242.6	2.6
Radio Pro FM	522.8	5.6
Radio România Actualități	1176.4	14.5
Radio România Cultural	51.1	0.4
Radio România Regional	609.7	7.2
RFI România	38.8	0.1
Radio ZU	1094.1	11.5
Alt post	1519.1	17.7



B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 4.535 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este 1,5%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3714.1	100
Radio 21	456.1	7.8
Radio Antena Satelor	47.5	1.0
Radio Europa FM	791.2	15.3
Radio InfoPro	170.1	3.3
Radio Kiss FM	1137.7	19.4
Radio Magic FM	196.8	3.4
Radio Pro FM	318.6	5.8
Radio România Actualități	374.5	5.6
Radio România Cultural	23.9	0.2
Radio România Regional	235.6	3.8
RFI România	22.8	0.1
Radio ZU	851.3	15.5
Alt post	980.8	18.9



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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	968.1	100
Radio 21	151.0	9.2
Radio Antena Satelor	39.5	3.8
Radio City FM	13.3	0.6
Radio Europa FM	115.3	8.8
Radio Gold FM	22.8	1.8
Radio Guerrilla	28.2	2.2
Radio InfoPro	11.6	0.5
Radio Kiss FM	219.7	11.4
Radio Magic FM	82.1	4.7
Radio One FM	29.0	1.5
Radio ProFM	103.5	6.5
Radio ProFM Dance	13.2	0.5
Radio RealitateaFM	40.2	2.6
Radio România Actualități	202.2	18.4
Radio Cultural	9.6	0.3
Radio România Regional	9.8	0.5
Radio Romantic FM	59.8	4.4
RFI România	3.6	0.2
Radio Smart FM	7.9	0.5
Radio Sport Total FM	13.6	1.0
Radio Vibe FM	75.3	3.9
Radio ZU	221.6	11.9
Others	81.0	4.9



B. Public comercial

Pe segmentul comercial reprezentat de persoanele din categoria de vârstă 18-49 ani, au fost realizate 960 de interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este 3,2%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	606.2	100
Radio 21	111.8	11.9
Radio Antena Satelor	4.3	0.7
Radio City FM	11.6	1
Radio Europa FM	82.6	10.4
Radio Gold FM	15.9	2.1
Radio Guerrilla	21.6	2.7
Radio InfoPro	10.7	0.8
Radio Kiss FM	166.7	14.8
Radio Magic FM	69.4	6.4
Radio One FM	24.4	2.2
Radio ProFM	58.3	6.3
Radio ProFM Dance	11.5	0.8
Radio RealitateaFM	23.7	2.3
Radio România Actualități	45.9	5.0
Radio Cultural	3.3	0.1
Radio România Regional	1.9	0.1
Radio Romantic FM	32.3	3.3
RFI România	2.1	0.1
Radio Smart FM	5.9	0.6
Radio Sport Total FM	12.9	1.6
Radio Vibe FM	59.1	5.2
Radio ZU	174.9	17.1
Others	48.5	4.4

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ

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


