

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2014

În perioada 28 aprilie – 17 august 2014 a fost realizat valul de vară 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 9.436 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 2.036 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, care nu lucrează în domeniul radio. Conform datelor statistice ale Institutului Național de Statistică culese în urma Recensământului populației din anul 2011, mărimea acestei populații este de 17.808.907 persoane¹.

Eșantionul

Studiul de Audiență Radio s-a realizat pe baza unui eșantion de tip probabilist, stratificat, cu extracție multistadială.

În eșantion au fost incluse 1.150 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 235 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 223 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 625 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, selectarea persoanelor de interviuat în subeșantionul rural față în față a fost realizată pe baza cadrului de eșantionare oferit de bazele de date ale Direcției pentru Evidența Persoanelor și Administrarea Bazelor de Date 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*).

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 51% dintre 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: 16 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 16 săptămâni de interviuare. Durata medie a interviului: 20 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11438.6	100.0
Radio 21	731.2	3.2
Radio Antena Satelor	752.5	6.5
Radio Europa FM	1410.1	7.4
Radio Kiss FM	2310.8	11.0
Radio Magic FM	717.4	4.7
Radio Național FM	279.9	1.5
Radio ProFM	1692.4	8.6
Radio Rock FM	214.9	1.1
Radio România Actualități	2012.0	14.2
Radio România București FM	77.7	0.3
Radio România Cluj	140.8	0.7
Radio România Constanța	70.3	0.5
Radio România Cultural	176.9	0.7
Radio România Iași	405.0	2.6
Radio România Oltenia Craiova	332.0	2.0
Radio România Reșița	171.7	0.9
Radio România Târgu Mureș	94.6	0.4
Radio România Timișoara	229.8	1.2
Radio ZU	1885.0	9.1
Alt post de radio	2665.2	16.3
Post de radio neidentificat*	1649.9	7.3

*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 5.062 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6307.4	100.0
Radio 21	527.1	4.7
Radio Antena Satelor	290.6	4.1
Radio Europa FM	972.5	9.2
Radio Kiss FM	1616.4	15.3
Radio Magic FM	539.7	6.4
Radio Național FM	175.4	1.4
Radio ProFM	1023.7	10.0
Radio Rock FM	176.6	1.4
Radio România Actualități	609.9	5.9
Radio România București FM	22.2	0.2
Radio România Cluj	37.0	0.4
Radio România Constanța	28.7	0.3
Radio România Cultural	70.0	0.5
Radio România Iași	147.5	1.6
Radio România Oltenia Craiova	139.8	1.5
Radio România Reșița	92.9	0.7
Radio România Târgu Mureș	18.9	0.1
Radio România Timișoara	70.2	0.5
Radio ZU	1268.5	11.8
Alt post de radio	1481.8	16.3
Post de radio neidentificat*	951.2	7.8

* 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	6992.9	100.0
Radio 21	445.5	2.9
Radio Antena Satelor	238.9	3.4
Radio Europa FM	1022.7	9.4
Radio Kiss FM	1422.8	10.6
Radio Magic FM	586.4	5.8
Radio Național FM	227.4	1.9
Radio ProFM	1037.2	8.3
Radio Rock FM	193.9	1.6
Radio România Actualități	1260.2	14.6
Radio România București FM	52.3	0.4
Radio România Cluj	59.9	0.3
Radio România Constanța	42.2	0.4
Radio România Cultural	132.5	0.7
Radio România Iași	137.9	1.2
Radio România Oltenia Craiova	123.6	0.9
Radio România Reșița	79.0	0.7
Radio România Târgu Mureș	46.9	0.3
Radio România Timișoara	119.0	0.8
Radio ZU	1266.9	9.4
Alt post de radio	1824.1	17.3
Post de radio neidentificat*	1345.9	9.1

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3968.6	100.0
Radio 21	332.4	4.3
Radio Antena Satelor	78.4	1.5
Radio Europa FM	695.7	11.6
Radio Kiss FM	1031.1	14.9
Radio Magic FM	443.5	7.4
Radio Național FM	134.5	1.6
Radio ProFM	631.6	9.1
Radio Rock FM	155.6	2.0
Radio România Actualități	365.1	5.5
Radio România București FM	13.2	0.2
Radio România Cluj	15.1	0.2
Radio România Constanța	17.3	0.4
Radio România Cultural	50.5	0.3
Radio România Iași	47.4	0.6
Radio România Oltenia Craiova	61.3	0.8
Radio România Reșița	42.2	0.4
Radio România Târgu Mureș	13.0	0.1
Radio România Timișoara	32.6	0.3
Radio ZU	874.5	12.7
Alt post de radio	997.7	16.6
Post de radio neidentificat*	770.6	9.4

*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	1224.0	100.0
Radio 21	93.3	3.4
Radio Activ EFEM	2.0	0.1
Radio Antena Satelor	42.8	3.0
Radio Europa FM	120.5	6.0
Radio Gold FM	25.9	0.9
Radio Kiss FM	184.4	7.4
Radio Magic FM	161.5	9.0
Radio Național FM	55.5	2.2
Radio ProFM	127.0	6.2
Radio Rock FM	98.0	4.5
Radio România Actualități	204.8	13.4
Radio România București FM	12.4	0.7
Radio România Cultural	21.7	0.6
Radio Romantic FM	105.8	5.1
Radio Smart FM	15.9	0.4
Radio Vibe FM	46.7	1.6
Radio ZU	282.3	13.6
Alt post de radio	257.9	14.0
Post de radio neidentificat*	230.4	7.8

*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 977 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,1%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	726.1	100.0
Radio 21	74.9	4.6
Radio Activ EFEM	1.1	0.2
Radio Antena Satelor	18.1	2.4
Radio Europa FM	81.3	7.1
Radio Gold FM	17.4	1.1
Radio Kiss FM	140.3	10.3
Radio Magic FM	123.4	11.5
Radio Național FM	39.0	2.2
Radio ProFM	73.1	5.8
Radio Rock FM	85.7	6.2
Radio România Actualități	46.9	2.8
Radio România București FM	2.0	0.5
Radio România Cultural	10.9	0.4
Radio Romantic FM	42.4	3.2
Radio Smart FM	12.8	0.7
Radio Vibe FM	41.9	2.3
Radio ZU	213.7	18.8
Alt post de radio	150.8	13.3
Post de radio neidentificat*	129.7	6.8

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

*Vezi pagina 2, nota de subsol