

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2017

În perioada 09 ianuarie – 23 aprilie 2017 a fost realizat valul de primăvară 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 10.127 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.400 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.727 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), 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 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, iar pentru București este de 1.701.186 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 1.375 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 242 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 267 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 799 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 127 de localități selectate aleator pentru realizarea unor interviuri domiciliare față în față.

La nivelul fiecărei localități din subeșantionul rural, selectarea persoanelor de interviuat 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 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 50,5% 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: 14 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 14 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	11435.3	100.0
Radio Antena Satelor	708.1	5.8
Radio Digi FM	591.0	2.7
Radio Europa FM	1385.2	7.9
Radio Kiss FM	2337.6	12.0
Radio Magic FM	639.4	3.1
Radio Național FM	260.5	1.5
Radio ProFM	928.0	4.5
Radio Rock FM	259.0	1.2
Radio România Actualități	1817.1	13.0
Radio România București FM	82.5	0.4
Radio România Cluj	109.7	0.6
Radio România Constanța	60.7	0.2
Radio România Cultural	242.4	0.7
Radio România Iași	366.7	2.4
Radio România Oltenia Craiova	350.5	1.9
Radio România Reșița	157.0	1.0
Radio România Târgu Mureș	133.6	0.6
Radio România Timișoara	195.1	1.0
Radio ZU	1904.2	10.6
Virgin Radio	474.3	2.3
Alt post de radio	2453.8	15.5
Post de radio neidentificat*	2179.1	10.8

*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 5.100 de interviuri la nivel național. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6202.4	100.0
Radio Antena Satelor	238.1	2.9
Radio Digi FM	405.8	3.4
Radio Europa FM	817.3	8.4
Radio Kiss FM	1662.0	16.8
Radio Magic FM	426.2	3.5
Radio Național FM	167.9	1.8
Radio ProFM	513.9	5.2
Radio Rock FM	176.1	1.5
Radio România Actualități	518.7	5.5
Radio România București FM	19.5	0.2
Radio România Cluj	37.7	0.5
Radio România Constanța	18.0	0.1
Radio România Cultural	93.4	0.4
Radio România Iași	116.1	1.7
Radio România Oltenia Craiova	164.9	1.5
Radio România Reșița	61.7	0.6
Radio România Târgu Mureș	39.8	0.3
Radio România Timișoara	43.9	0.3
Radio ZU	1270.2	14.2
Virgin Radio	391.6	3.6
Alt post de radio	1264.6	15.9
Post de radio neidentificat*	1258.5	11.6

* 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	7000.9	100.0
Radio Antena Satelor	209.9	1.9
Radio Digi FM	404.8	2.7
Radio Europa FM	932.8	9.2
Radio Kiss FM	1452.7	11.4
Radio Magic FM	518.3	4.2
Radio Național FM	185.5	1.7
Radio ProFM	572.0	4.4
Radio Rock FM	222.5	1.5
Radio România Actualități	1106.0	13.8
Radio România București FM	45.8	0.4
Radio România Cluj	72.4	0.4
Radio România Constanța	30.4	0.2
Radio România Cultural	147.0	0.8
Radio România Iași	103.6	1.3
Radio România Oltenia Craiova	160.8	1.5
Radio România Reșița	103.0	1.1
Radio România Târgu Mureș	45.9	0.4
Radio România Timișoara	95.0	0.7
Radio ZU	1262.0	10.9
Virgin Radio	332.0	2.3
Alt post de radio	1637.7	16.3
Post de radio neidentificat*	1615.6	12.9

* 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 3.735 de interviuri în mediul urban. Eroarea maximă de eșantionare este +/-1,6%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3842.5	100.0
Radio Antena Satelor	81.3	1.3
Radio Digi FM	283.3	3.3
Radio Europa FM	521.8	9.0
Radio Kiss FM	1038.5	16.5
Radio Magic FM	332.6	4.7
Radio Național FM	111.3	1.8
Radio ProFM	318.9	4.8
Radio Rock FM	152.4	1.9
Radio România Actualități	289.4	5.6
Radio România București FM	11.3	0.2
Radio România Cluj	18.6	0.2
Radio România Constanța	10.8	0.1
Radio România Cultural	62.1	0.5
Radio România Iași	28.4	0.5
Radio România Oltenia Craiova	67.3	1.0
Radio România Reșița	33.8	0.5
Radio România Târgu Mureș	8.2	0.2
Radio România Timișoara	29.5	0.3
Radio ZU	842.7	14.6
Virgin Radio	274.7	3.5
Alt post de radio	813.3	15.5
Post de radio neidentificat*	928.5	13.9

* 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 (%)
T O T A L	1,258.9	100.0
Radio Antena Satelor	30.9	1.3
Radio Dance FM	64.5	3.3
Radio Digi FM	49.9	1.8
Radio Europa FM	144.5	6.7
Radio Guerrilla	38.9	2.6
Radio Itsy Bitsy FM	24.2	0.7
Radio Kiss FM	190.7	7.3
Radio Magic FM	139.3	6.8
Radio Național FM	42.1	1.7
Radio ProFM	93.4	3.9
Radio Rock FM	85.9	2.7
Radio România Actualități	194.7	14.0
Radio România București FM	15.1	0.6
Radio România Cultural	28.9	0.8
Radio România Muzical	15.6	0.8
Radio Romantic FM	90.9	5.2
Radio Seven	6.6	0.1
Radio Smart FM	4.5	0.2
Radio Tanănana	19.6	0.6
Radio Vibe FM	23.6	0.5
Radio ZU	272.0	12.7
Virgin Radio	69.6	2.3
Alt post de radio	166.7	8.0
Post de radio neidentificat*	291.9	15.3

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	720.9	100.0
Radio Antena Satelor	10.8	0.6
Radio Dance FM	59.0	5.8
Radio Digi FM	35.3	1.9
Radio Europa FM	84.3	7.0
Radio Guerrilla	34.0	4.3
Radio Itsy Bitsy FM	21.2	1.1
Radio Kiss FM	133.6	9.7
Radio Magic FM	82.2	6.6
Radio Național FM	28.1	2.4
Radio ProFM	56.6	3.7
Radio Rock FM	63.6	3.9
Radio România Actualități	39.0	2.9
Radio România București FM	4.1	0.1
Radio România Cultural	11.8	0.5
Radio România Muzical	5.7	0.4
Radio Romantic FM	30.9	2.4
Radio Seven	3.0	0.1
Radio Smart FM	2.0	0.2
Radio Tanăna	18.5	1.0
Radio Vibe FM	18.8	0.5
Radio ZU	199.8	18.3
Virgin Radio	53.1	3.3
Alt post de radio	87.5	8.3
Post de radio neidentificat*	174.2	15.1

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol