

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2018

În perioada 08 ianuarie – 22 aprilie 2018 a fost realizat valul de toamnă 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 10.165 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.407 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.758 de interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), iar în București s-au realizat 1.805 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, pentru București este de 1.701.186 persoane, iar pentru mediul rural este de 8.098.479 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 1.563 localități dintre care 67 (toate) localități urbane de peste 30.000 de locuitori, 237 de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori din cele 253 existente, 276 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 983 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 din subeșantionul rural, selectarea gospodăriilor a fost realizată pe baza metodologiei random route in pas de 5, iar selectarea persoanelor de interviuat față în față a fost realizată prin aplicarea metodei zilei de naștere (prima persoană care își serbează ziua de naștere în gospodărie, după data interviurii).

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 36,3% 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: 16 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

A. Total populație 11+

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	11490.2	100.0
Radio Antena Satelor	817.2	6.7
Radio Digi FM	658.2	3.4
Radio Europa FM	1206.3	6.9
Radio Kiss FM	2364.6	11.4
Radio Magic FM	589.9	3.5
Radio Național FM	236.8	1.3
Radio ProFM	924.1	4.1
Radio Rock FM	241.5	0.9
Radio România Actualități	1768.3	13.8
Radio România București FM	79.2	0.3
Radio România Cluj	104.2	0.5
Radio România Constanța	45.4	0.3
Radio România Cultural	205.4	0.9
Radio România Iași	410.0	2.8
Radio România Oltenia Craiova	388.3	2.1
Radio România Reșița	157.7	0.7
Radio România Târgu Mureș	110.6	0.6
Radio România Timișoara	173.9	1.2
Radio ZU	1893.2	8.5
Virgin Radio (fost Radio 21)	612.0	2.7
Alt post de radio	2518.8	15.5
Post de radio neidentificat*	2366.6	12.0

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6220.4	100.0
Radio Antena Satelor	251.3	3.5
Radio Digi FM	468.8	4.7
Radio Europa FM	735.9	8.5
Radio Kiss FM	1680.3	16.8
Radio Magic FM	388.9	4.4
Radio Național FM	125.0	1.3
Radio ProFM	467.1	4.0
Radio Rock FM	180.5	1.4
Radio România Actualități	478.3	5.8
Radio România București FM	27.4	0.2
Radio România Cluj	31.3	0.4
Radio România Constanța	15.4	0.2
Radio România Cultural	72.4	0.6
Radio România Iași	138.4	2.0
Radio România Oltenia Craiova	132.4	1.4
Radio România Reșița	93.7	0.8
Radio România Târgu Mureș	27.8	0.1
Radio România Timișoara	48.4	0.4
Radio ZU	1227.5	11.6
Virgin Radio (fost Radio 21)	505.9	4.7
Alt post de radio	1356.8	15.9
Post de radio neidentificat*	1262.7	11.2

* 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	6913.6	100.0
Radio Antena Satelor	197.2	2.1
Radio Digi FM	408.3	3.2
Radio Europa FM	842.7	7.8
Radio Kiss FM	1498.2	12.0
Radio Magic FM	479.5	4.7
Radio Național FM	172.8	1.4
Radio ProFM	576.6	4.1
Radio Rock FM	222.4	1.4
Radio România Actualități	1043.0	12.8
Radio România București FM	38.2	0.3
Radio România Cluj	47.4	0.4
Radio România Constanța	27.7	0.3
Radio România Cultural	142.5	1.1
Radio România Iași	156.1	1.5
Radio România Oltenia Craiova	131.4	1.2
Radio România Reșița	91.1	0.9
Radio România Târgu Mureș	47.6	0.3
Radio România Timișoara	101.7	1.1
Radio ZU	1216.8	9.1
Virgin Radio (fost Radio 21)	444.1	3.5
Alt post de radio	1599.0	16.5
Post de radio neidentificat*	1653.9	14.3

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3865.2	100.0
Radio Antena Satelor	63.2	0.8
Radio Digi FM	272.1	4.0
Radio Europa FM	507.2	8.9
Radio Kiss FM	1083.9	17.5
Radio Magic FM	314.9	5.6
Radio Național FM	93.5	1.4
Radio ProFM	268.3	3.8
Radio Rock FM	172.0	2.0
Radio România Actualități	279.1	5.0
Radio România București FM	10.9	0.2
Radio România Cluj	13.0	0.2
Radio România Constanța	11.7	0.2
Radio România Cultural	53.0	0.5
Radio România Iași	40.4	0.7
Radio România Oltenia Craiova	40.1	0.6
Radio România Reșița	43.1	0.8
Radio România Târgu Mureș	8.4	0.1
Radio România Timișoara	23.1	0.4
Radio ZU	811.4	12.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	367.4	5.8
Alt post de radio	848.6	15.5
Post de radio neidentificat*	930.4	13.7

* Vezi pagina 2, nota de subsol

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	4576.6	100.0
Radio Antena Satelor	620.0	13.8
Radio Digi FM	249.9	3.7
Radio Europa FM	363.6	5.5
Radio Kiss FM	866.4	10.4
Radio Magic FM	110.3	1.6
Radio Național FM	64.0	1.1
Radio ProFM	347.5	3.9
Radio Rock FM	19.1	0.3
Radio România Actualități	725.3	15.3
Radio România București FM	41.0	0.3
Radio România Cluj	56.8	0.6
Radio România Constanța	17.6	0.2
Radio România Cultural	62.9	0.6
Radio România Iași	253.9	4.9
Radio România Oltenia Craiova	257.0	3.5
Radio România Reșița	66.6	0.5
Radio România Târgu Mureș	63.1	1.0
Radio România Timișoara	72.2	1.3
Radio ZU	676.5	7.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	167.9	1.6
Alt post de radio	919.8	14.1
Post de radio neidentificat*	712.7	8.4

* 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 1.293 de interviuri în mediul rural. Eroarea maximă de eșantionare este +/-2,7%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	2355.1	100.0
Radio Antena Satelor	188.1	8.0
Radio Digi FM	196.8	6.1
Radio Europa FM	228.7	7.9
Radio Kiss FM	596.5	15.5
Radio Magic FM	74.1	2.4
Radio Național FM	31.6	1.1
Radio ProFM	198.7	4.2
Radio Rock FM	8.6	0.5
Radio România Actualități	199.2	7.3
Radio România București FM	16.5	0.3
Radio România Cluj	18.3	0.6
Radio România Constanța	3.7	0.2
Radio România Cultural	19.3	0.6
Radio România Iași	98.1	4.3
Radio România Oltenia Craiova	92.3	2.8
Radio România Reșița	50.6	0.8
Radio România Târgu Mureș	19.4	0.2
Radio România Timișoara	25.2	0.5
Radio ZU	416.1	10.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	138.5	2.7
Alt post de radio	508.2	16.6
Post de radio neidentificat*	332.3	7.0

* 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	1245.9	100.0
Radio Antena Satelor	35.7	1.5
Radio Dance FM	58.5	1.8
Radio Digi FM	62.7	3.0
Radio Europa FM	112.2	5.4
Radio Guerrilla	54.6	3.1
Radio Itsy Bitsy FM	20.8	0.4
Radio Kiss FM	185.4	7.7
Radio Magic FM	131.9	7.9
Radio Național FM	43.6	1.9
Radio ProFM	99.3	4.6
Radio Rock FM	92.1	2.8
Radio România Actualități	182.1	12.4
Radio România București FM	9.0	0.6
Radio România Cultural	31.1	1.1
Radio România Muzical	21.4	1.3
Radio Romantic FM	100.1	5.4
Radio Seven	0.0	0.0
Radio Smart FM	12.5	0.6
Radio Vibe FM	21.9	0.8
Radio ZU	265.4	11.4
Tanănana	13.1	0.2
Virgin Radio (fost Radio 21)	79.8	4.3
Alt post de radio	117.9	6.5
Post de radio neidentificat*	277.3	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 847 interviuri în București. Eroarea maximă de eșantionare este +/-3,4%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	706.5	100.0
Radio Antena Satelor	10.4	0.5
Radio Dance FM	54.0	3.3
Radio Digi FM	41.0	3.5
Radio Europa FM	54.6	4.9
Radio Guerrilla	42.9	5.0
Radio Itsy Bitsy FM	16.1	0.7
Radio Kiss FM	133.2	10.3
Radio Magic FM	79.2	10.2
Radio Național FM	21.4	0.8
Radio ProFM	45.4	4.1
Radio Rock FM	69.9	4.1
Radio România Actualități	36.5	4.5
Radio România București FM	5.6	0.5
Radio România Cultural	14.4	0.5
Radio România Muzical	8.3	0.3
Radio Romantic FM	32.9	3.1
Radio Seven	0.0	0.0
Radio Smart FM	3.2	0.1
Radio Vibe FM	17.4	1.4
Radio ZU	175.8	15.8
Tanăna	9.7	0.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	63.2	7.2
Alt post de radio	46.1	4.1
Post de radio neidentificat*	155.5	14.8

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol