

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2019

În perioada 07 ianuarie – 21 aprilie 2019, 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 10.158 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.413 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.745 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,9%), iar în București s-au realizat 1.808 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, care nu lucrează în domeniul radio, rezidente în locuințe neinstituționalizate din toate localitățile urbane și rurale din România. 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 1.527 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, 264 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori și 961 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* în 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 35,9% 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: 15 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 15 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	11854.2	100.0
Radio Antena Satelor	675.4	5.5
Radio Digi FM	744.8	3.4
Radio Europa FM	1471.9	8.4
Radio Guerrilla	109.4	0.6
Radio Kiss FM	2518.6	10.7
Radio Magic FM	672.8	3.8
Radio Național FM	257.6	1.2
Radio Pro FM	895.5	3.9
Radio Rock FM	349.5	1.7
Radio România Actualități	1736.0	12.3
Radio România București FM	81.7	0.4
Radio România Cluj	105.9	0.4
Radio România Constanța	58.6	0.4
Radio România Cultural	218.5	0.9
Radio România Iași	411.2	2.8
Radio România Oltenia Craiova	409.2	2.4
Radio România Reșița	178.3	1.0
Radio România Târgu Mureș	181.6	1.0
Radio România Timișoara	194.1	1.0
Radio ZU	1942.7	8.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	576.8	2.5
Alt post de radio	2465.9	14.6
Post de radio neidentificat*	2307.2	12.2

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6267.0	100.0
Radio Antena Satelor	203.2	2.5
Radio Digi FM	553.2	5.0
Radio Europa FM	832.3	9.1
Radio Guerrilla	91.6	1.1
Radio Kiss FM	1722.6	15.1
Radio Magic FM	430.3	4.7
Radio Național FM	148.7	1.2
Radio Pro FM	511.1	4.2
Radio Rock FM	268.2	2.4
Radio România Actualități	499.6	5.9
Radio România București FM	15.7	0.1
Radio România Cluj	40.0	0.3
Radio România Constanța	17.4	0.1
Radio România Cultural	84.9	0.5
Radio România Iași	138.8	2.2
Radio România Oltenia Craiova	103.5	1.3
Radio România Reșița	62.7	0.7
Radio România Târgu Mureș	46.2	0.4
Radio România Timișoara	37.5	0.3
Radio ZU	1287.6	12.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	465.3	4.3
Alt post de radio	1230.8	13.9
Post de radio neidentificat*	1229.2	12.4

* 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	7105.9	100.0
Radio Antena Satelor	166.5	1.9
Radio Digi FM	475.4	3.5
Radio Europa FM	1077.3	10.6
Radio Guerrilla	105.9	1.0
Radio Kiss FM	1496.2	10.7
Radio Magic FM	530.3	4.9
Radio Național FM	180.4	1.4
Radio Pro FM	578.3	4.1
Radio Rock FM	300.4	2.4
Radio România Actualități	1061.9	12.0
Radio România București FM	41.4	0.2
Radio România Cluj	53.4	0.4
Radio România Constanța	31.9	0.3
Radio România Cultural	135.8	0.9
Radio România Iași	130.2	1.1
Radio România Oltenia Craiova	123.2	1.2
Radio România Reșița	108.0	1.0
Radio România Târgu Mureș	57.9	0.6
Radio România Timișoara	93.9	0.8
Radio ZU	1280.2	9.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	435.9	3.0
Alt post de radio	1498.4	14.5
Post de radio neidentificat*	1567.7	13.4

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3909.0	100.0
Radio Antena Satelor	54.8	0.9
Radio Digi FM	337.4	4.8
Radio Europa FM	617.3	11.0
Radio Guerrilla	90.3	1.7
Radio Kiss FM	1047.9	15.2
Radio Magic FM	327.3	5.4
Radio Național FM	95.1	1.2
Radio Pro FM	305.0	3.8
Radio Rock FM	228.0	3.3
Radio România Actualități	281.2	5.1
Radio România București FM	9.8	0.1
Radio România Cluj	14.1	0.2
Radio România Constanța	15.2	0.2
Radio România Cultural	47.2	0.4
Radio România Iași	39.7	0.7
Radio România Oltenia Craiova	39.2	0.6
Radio România Reșița	36.6	0.6
Radio România Târgu Mureș	14.8	0.3
Radio România Timișoara	15.7	0.2
Radio ZU	829.2	12.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	353.7	4.9
Alt post de radio	764.0	12.6
Post de radio neidentificat*	891.2	14.0

* 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	4748.3	100.0
Radio Antena Satelor	508.9	11.3
Radio Digi FM	269.3	3.3
Radio Europa FM	394.6	4.9
Radio Guerrilla	3.5	0.0
Radio Kiss FM	1022.3	10.7
Radio Magic FM	142.5	2.2
Radio Național FM	77.2	0.8
Radio Pro FM	317.2	3.4
Radio Rock FM	49.1	0.5
Radio România Actualități	674.1	12.7
Radio România București FM	40.3	0.7
Radio România Cluj	52.5	0.5
Radio România Constanța	26.7	0.5
Radio România Cultural	82.7	0.7
Radio România Iași	281.0	5.5
Radio România Oltenia Craiova	286.0	4.3
Radio România Reșița	70.3	1.0
Radio România Târgu Mureș	123.7	1.8
Radio România Timișoara	100.2	1.3
Radio ZU	662.4	7.2
Virgin Radio (fost Radio 21)	140.8	1.7
Alt post de radio	967.5	14.7
Post de radio neidentificat*	739.5	10.4

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	2358.0	100.0
Radio Antena Satelor	148.3	5.4
Radio Digi FM	215.7	5.3
Radio Europa FM	215.1	5.6
Radio Guerrilla	1.3	0.0
Radio Kiss FM	674.7	14.9
Radio Magic FM	103.0	3.6
Radio Național FM	53.6	1.2
Radio Pro FM	206.1	4.9
Radio Rock FM	40.2	0.8
Radio România Actualități	218.4	7.3
Radio România București FM	5.9	0.2
Radio România Cluj	25.9	0.4
Radio România Constanța	2.2	0.1
Radio România Cultural	37.7	0.8
Radio România Iași	99.1	5.0
Radio România Oltenia Craiova	64.3	2.4
Radio România Reșița	26.1	0.7
Radio România Târgu Mureș	31.4	0.8
Radio România Timișoara	21.8	0.5
Radio ZU	458.4	11.1
Virgin Radio (fost Radio 21)	111.6	3.3
Alt post de radio	466.7	16.4
Post de radio neidentificat*	337.9	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 (%)
T O T A L	1257.0	100.0
Radio Antena Satelor	33.8	2.3
Radio Dance FM	68.5	2.2
Radio Digi FM	60.9	1.6
Radio Europa FM	158.8	7.6
Radio Guerrilla	51.9	2.5
Radio Impuls	3.2	0.0
Radio Itsy Bitsy FM	23.5	0.8
Radio Kiss FM	199.6	7.0
Radio Magic FM	130.1	7.4
Radio Național FM	42.5	2.0
Radio Pro FM	113.8	4.0
Radio Rock FM	119.4	5.0
Radio România Actualități	197.1	12.9
Radio România București FM	11.4	0.6
Radio România Cultural	27.8	1.5
Radio România Muzical	24.2	1.5
Radio Romantic FM	96.1	5.0
Radio Seven	5.2	0.2
Radio Vibe FM	25.3	0.8
Radio ZU	269.5	10.8
Sport Total FM	4.2	0.1
Tanănana	13.5	0.3
Virgin Radio (fost Radio 21)	72.0	3.3
Alt post de radio	126.0	6.6
Post de radio neidentificat*	272.5	13.8

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	713.0	100.0
Radio Antena Satelor	8.8	1.0
Radio Dance FM	43.0	2.4
Radio Digi FM	37.4	1.9
Radio Europa FM	87.8	8.8
Radio Guerrilla	44.7	4.2
Radio Impuls	2.2	0.0
Radio Itsy Bitsy FM	14.2	1.1
Radio Kiss FM	131.5	10.0
Radio Magic FM	68.1	6.7
Radio Național FM	25.0	1.8
Radio Pro FM	56.3	4.2
Radio Rock FM	97.1	7.8
Radio România Actualități	42.1	4.1
Radio România București FM	4.9	0.1
Radio România Cultural	7.5	0.4
Radio România Muzical	10.0	0.6
Radio Romantic FM	35.9	3.7
Radio Seven	3.1	0.2
Radio Vibe FM	14.5	0.7
Radio ZU	176.2	13.1
Sport Total FM	2.9	0.1
Tanănana	12.0	0.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	58.1	5.4
Alt post de radio	65.3	6.4
Post de radio neidentificat*	165.9	14.3

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol