

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de vară 2018

În perioada 23 aprilie – 12 august 2018 a fost realizat valul de vară 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 10.164 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1%. În mediul urban s-au realizat 7.414 interviuri (eroare maximă de eșantionare +/-1,1%), în mediul rural s-au realizat 2.750 de 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, 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 1.553 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, 282 din cele 399 de localități rurale cu peste 5.000 de locuitori din România și 962 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 36,2% 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: 16 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 16 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	11868.6	100.0
Radio Antena Satelor	774.7	6.9
Radio Digi FM	702.1	3.7
Radio Europa FM	1318.9	7.4
Radio Kiss FM	2388.4	11.3
Radio Magic FM	577.5	2.6
Radio Național FM	205.4	0.8
Radio Pro FM	966.3	3.6
Radio Rock FM	278.7	1.1
Radio România Actualități	1750.6	11.6
Radio România București FM	92.9	0.7
Radio România Cluj	138.7	0.7
Radio România Constanța	93.8	0.5
Radio România Cultural	214.0	1.1
Radio România Iași	396.7	2.0
Radio România Oltenia Craiova	366.4	2.1
Radio România Reșița	141.2	0.6
Radio România Târgu Mureș	121.4	0.9
Radio România Timișoara	261.6	1.2
Radio ZU	1927.7	8.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	533.4	2.2
Alt post de radio	2544.4	15.7
Post de radio neidentificat*	2671.2	14.4

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	6315.3	100.0
Radio Antena Satelor	212.6	3.6
Radio Digi FM	507.7	4.9
Radio Europa FM	779.0	8.4
Radio Kiss FM	1654.3	15.9
Radio Magic FM	394.2	3.3
Radio Național FM	100.0	0.7
Radio Pro FM	522.7	3.9
Radio Rock FM	212.4	1.7
Radio România Actualități	458.2	4.5
Radio România București FM	14.2	0.2
Radio România Cluj	71.2	0.5
Radio România Constanța	34.6	0.4
Radio România Cultural	88.9	1.0
Radio România Iași	107.0	1.0
Radio România Oltenia Craiova	106.2	0.9
Radio România Reșița	71.5	0.6
Radio România Târgu Mureș	29.9	0.5
Radio România Timișoara	54.6	0.6
Radio ZU	1243.3	12.1
Virgin Radio (fost Radio 21)	430.9	3.5
Alt post de radio	1406.0	16.9
Post de radio neidentificat*	1530.5	15.3

* 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	6945.1	100.0
Radio Antena Satelor	205.1	2.4
Radio Digi FM	448.2	4.0
Radio Europa FM	947.9	9.3
Radio Kiss FM	1400.5	11.0
Radio Magic FM	433.9	3.2
Radio Național FM	145.5	1.1
Radio Pro FM	576.9	3.8
Radio Rock FM	251.7	1.7
Radio România Actualități	1003.1	11.5
Radio România București FM	37.5	0.4
Radio România Cluj	54.9	0.6
Radio România Constanța	55.6	0.7
Radio România Cultural	132.6	1.0
Radio România Iași	120.2	0.9
Radio România Oltenia Craiova	139.9	1.1
Radio România Reșița	67.1	0.5
Radio România Târgu Mureș	46.9	0.5
Radio România Timișoara	107.5	0.9
Radio ZU	1197.0	9.7
Virgin Radio (fost Radio 21)	368.5	2.5
Alt post de radio	1570.4	15.7
Post de radio neidentificat*	1789.8	17.5

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	3825.2	100.0
Radio Antena Satelor	55.3	1.2
Radio Digi FM	306.8	5.0
Radio Europa FM	535.7	9.5
Radio Kiss FM	1005.6	16.3
Radio Magic FM	280.3	3.7
Radio Național FM	66.2	0.8
Radio Pro FM	295.7	3.4
Radio Rock FM	194.3	2.6
Radio România Actualități	244.2	3.9
Radio România București FM	9.4	0.2
Radio România Cluj	21.9	0.5
Radio România Constanța	17.2	0.5
Radio România Cultural	45.2	0.4
Radio România Iași	23.9	0.2
Radio România Oltenia Craiova	44.3	0.6
Radio România Reșița	32.2	0.3
Radio România Târgu Mureș	6.8	0.2
Radio România Timișoara	28.2	0.5
Radio ZU	758.8	12.5
Virgin Radio (fost Radio 21)	305.3	4.0
Alt post de radio	843.2	15.1
Post de radio neidentificat*	1019.3	18.6

* 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	4923.4	100.0
Radio Antena Satelor	569.6	13.4
Radio Digi FM	253.9	3.4
Radio Europa FM	370.9	4.7
Radio Kiss FM	987.9	11.7
Radio Magic FM	143.6	1.6
Radio Național FM	59.8	0.4
Radio Pro FM	389.4	3.4
Radio Rock FM	26.9	0.2
Radio România Actualități	747.5	11.7
Radio România București FM	55.4	1.0
Radio România Cluj	83.7	0.9
Radio România Constanța	38.3	0.3
Radio România Cultural	81.5	1.3
Radio România Iași	276.5	3.5
Radio România Oltenia Craiova	226.5	3.4
Radio România Reșița	74.1	0.8
Radio România Târgu Mureș	74.5	1.6
Radio România Timișoara	154.1	1.7
Radio ZU	730.7	7.6
Virgin Radio (fost Radio 21)	164.9	1.7
Alt post de radio	974.0	15.7
Post de radio neidentificat*	881.4	10.0

* 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 1.234 de interviuri în mediul rural. Eroarea maximă de eșantionare este +/-2,8%.

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
TOTAL	2490.2	100.0
Radio Antena Satelor	157.3	7.2
Radio Digi FM	200.9	4.8
Radio Europa FM	243.4	6.7
Radio Kiss FM	648.7	15.2
Radio Magic FM	113.9	2.5
Radio Național FM	33.8	0.5
Radio Pro FM	227.0	4.8
Radio Rock FM	18.2	0.2
Radio România Actualități	214.0	5.4
Radio România București FM	4.8	0.1
Radio România Cluj	49.3	0.6
Radio România Constanța	17.4	0.4
Radio România Cultural	43.7	1.9
Radio România Iași	83.0	2.1
Radio România Oltenia Craiova	61.9	1.3
Radio România Reșița	39.4	0.9
Radio România Târgu Mureș	23.2	0.9
Radio România Timișoara	26.4	0.7
Radio ZU	484.6	11.4
Virgin Radio (fost Radio 21)	125.6	2.6
Alt post de radio	562.7	19.6
Post de radio neidentificat*	511.2	10.2

* 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	1254.7	100.0
Radio Antena Satelor	21.5	1.4
Radio Dance FM	73.3	2.7
Radio Digi FM	38.8	1.6
Radio Europa FM	131.0	6.5
Radio Guerrilla	56.7	2.5
Radio Itsy Bitsy FM	6.6	0.2
Radio Kiss FM	194.8	8.9
Radio Magic FM	111.7	5.0
Radio Național FM	40.3	1.8
Radio Pro FM	122.6	4.9
Radio Rock FM	90.0	2.7
Radio România Actualități	223.8	14.6
Radio România București FM	15.6	0.9
Radio România Cultural	34.1	1.8
Radio România Muzical	9.4	0.4
Radio Romantic FM	80.9	3.7
Radio Seven	2.7	0.0
Radio Smart FM	13.1	0.5
Radio Vibe FM	39.9	1.3
Radio ZU	238.6	11.1
Tanănana	16.8	0.5
Virgin Radio (fost Radio 21)	75.0	3.5
Alt post de radio	113.0	5.2
Post de radio neidentificat*	330.6	18.1

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

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Market Share (%)
T O T A L	714.0	100.0
Radio Antena Satelor	4.2	0.6
Radio Dance FM	64.5	5.1
Radio Digi FM	28.0	2.1
Radio Europa FM	69.2	5.6
Radio Guerrilla	51.8	4.8
Radio Itsy Bitsy FM	5.9	0.2
Radio Kiss FM	135.7	13.2
Radio Magic FM	66.7	4.8
Radio Național FM	18.0	1.3
Radio Pro FM	52.2	4.2
Radio Rock FM	81.6	4.6
Radio România Actualități	39.8	3.5
Radio România București FM	9.4	1.3
Radio România Cultural	6.8	0.3
Radio România Muzical	2.8	0.1
Radio Romantic FM	28.2	2.0
Radio Seven	2.7	0.1
Radio Smart FM	10.6	0.9
Radio Vibe FM	31.9	2
Radio ZU	147	11.9
Tanăna	16.2	0.9
Virgin Radio (fost Radio 21)	65.3	6.3
Alt post de radio	55.7	5
Post de radio neidentificat*	185.8	19

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

* Vezi pagina 2, nota de subsol