

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2008

În perioada 14 ianuarie – 20 aprilie 2008 a fost realizat valul de primăvară al *Studiului de Audiență Radio* de către IMAS – Marketing și Sondaje SA și Mercury Research SRL.

În cadrul cercetării s-a măsurat audiența posturilor de radio la nivel național, urban, și în orașul București..

Eșantionul național a avut un volum de 10.234 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.0%. În mediul urban s-au realizat 8.190 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 1.1%) iar în București s-au realizat 1.866 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. Conform datelor statistice ale INSEE disponibile la data de 01.01.2008, mărimea acestei populații este de 19.154.809 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 toate localitățile urbane de peste 30.000 de locuitori (72 orașe), iar pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 30.000 de locuitori au fost selectate aleator 66 de orașe cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare oraș selectat.

Pentru stratul de localități rurale au fost selectate aleator 100 comune, cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare comună. În fiecare comună au fost vizitate două sate, în care au fost efectuate în medie câte 10 interviuri.

Localitățile selectate în eșantionul pentru realizarea SAR au o distribuție geografică echilibrată la nivel național.

Selectarea persoanelor de interviuat la nivelul fiecărei localități a fost realizată pe baza cadrului de eșantionare oferit de bazele de date ale Institutului Național pentru Evidența Persoanelor 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 din sistemele de măsurare existente pe plan internațional, metodologie recomandată de EBU (*European Broadcasting Union*) și ESOMAR.

În vederea înregistrării cât mai corecte a secvențelor de ascultare a posturilor de radio în ziua precedentă, respondenții au fost asistați cu lista posturilor de radio și prin 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 din teren pentru SAR a fost realizată de două institute de cercetare (eșantioane egale), prin interviuri față în față, realizate la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hîrtie (chestionar tipărit).

Durata perioadei de interviuare: 14 săptămâni de interviuare continuă.

Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 14 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 22 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL	11309.1	59.0	100
Radio 21	1913.6	10.0	10.9
Radio Antena Satelor	907.2	4.7	7.0
Radio BBC	387.5	2.0	0.5
Radio Europa FM	2080.6	10.9	13.0
Radio InfoPro	389.4	2.0	2.6
Radio Kiss FM	2071.4	10.8	11.1
Radio Magic FM	159.9	0.8	1.1
Radio Național FM	159.6	0.8	0.8
Radio Pro FM	1071.6	5.6	5.6
Radio România Actualități	2542.8	13.3	15.9
Radio România Cultural	140.5	0.7	0.5
Radio România Regional	2252.4	11.8	14.2
Radio Romantic FM	282.3	1.5	1.8
Alt post	2433.8	12.7	14.9

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL	6664	62.3	100
Radio 21	1485.8	13.9	14.3
Radio Antena Satelor	312.8	2.9	3.9
Radio BBC	296.5	2.8	0.7
Radio Europa FM	1429.1	13.4	15.5
Radio InfoPro	222.4	2.1	2.3
Radio Kiss FM	1466.8	13.7	12.9
Radio Magic FM	132.1	1.2	1.4
Radio Național FM	91.4	0.9	0.7
Radio Pro FM	724.0	6.8	6.6
Radio România Actualități	1316.0	12.3	14.1
Radio România Cultural	76.1	0.7	0.6
Radio România Regional	887.9	8.3	8.5
Radio Romantic FM	249.5	2.3	2.6
Alt post	1553.1	14.5	16.0

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL	1151.8	65.0	100
Radio 21	485.0	27.4	27.4
Radio Antena Satelor	57.7	3.3	3.9
Radio BBC	15.6	0.9	0.6
Radio City FM	8.8	0.5	0.7
Radio Europa FM	136.4	7.7	8.4
RFI	7.0	0.4	0.2
Radio Guerrilla	55.6	3.1	2.5
Radio InfoPro	15.0	0.8	0.9
Radio Itsy Bitsy	12.0	0.7	0.5
Radio Kiss FM	217.4	12.3	9.2
Radio Magic FM	45.7	2.6	2.5
Radio Național FM	8.8	0.5	0.4
Radio News	2.5	0.1	0.0
Radio One	18.3	1.0	1.0
Radio Pro Dance	2.2	0.1	0.1
Radio Pro FM	129.1	7.3	6.0
Radio România Actualități	254.5	14.4	19.2
Radio România Cultural	15.5	0.9	1.2
Radio România Regional	21.9	1.2	1.4
Radio Romantic	110.8	6.3	7.1
Radio Smart FM	8.8	0.5	0.4
Radio Sport Total	5.0	0.3	0.4
Radio Student	0.8	0.0	0.0
Radio Total FM	16.0	0.9	0.7
Radio Vibe (<i>fost Deea</i>)	38.0	2.1	2.2
Alt post	46.6	2.6	3.2

Marius STRĂMBEANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA PENTRU RADIO AUDIENȚĂ
<http://www.audienta-radio.ro/>