

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2004

În perioada 13 aprilie – 24 mai 2004 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 11.173 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 0.9%. În mediul urban s-au realizat 7.857 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 1.1%), iar în București s-au realizat 1.806 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 01.07.2004, mărimea acestei populații este de 19.264.939 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 50000 de locuitori, iar pentru stratul de localități urbane cu mai puțin de 50000 de locuitori au fost selectate aleator 59 de orașe cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare oraș selectat.

Pentru stratul de localități rurale au fost selectate aleator 112 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 interviu: 6 săptămâni de interviu continuu.

Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 8 săptămâni de interviu continuu.

Durata medie a interviului: 23,6 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	10332.2	53.5	100
Radio 21	590.2	3.1	3.4
Radio Europa FM	2150.6	11.1	16.8
Radio Kiss FM	1727.8	9	11.9
Radio Mix FM	238.9	1.2	1.6
Radio Pro FM	1404.6	7.3	9.6
Radio Romania Actualitati	3288	17	22.8
Radio Star	203.3	1.1	1.2
Regional	2626.9	13.6	16.8

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	5973.7	56.9	100
Radio 21	485.1	4.6	4.8
Radio Europa FM	1410.4	13.4	18.6
Radio Kiss FM	1405.4	13.4	15.8
Radio Mix FM	145	1.4	1.9
Radio Pro FM	1054.2	10	11.9
Radio Romania Actualitati	1491.6	14.2	17.7
Radio Star	165.3	1.6	1.6
Regional	995.3	9.5	11.1

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	1056.7	59.4	100
Radio 21	226.6	12.7	13.5
Radio Europa FM	135	7.6	10.6
Radio Kiss FM	297.8	16.7	17.3
Radio Mix FM	14.2	0.8	0.4
Radio Pro FM	227.6	12.8	15.4
Radio Romania Actualitati	298.7	16.8	21.6
Radio Star	55.3	3.1	3.9
Regional	53.1	3	3.1

Asociația pentru Radio Audiență

