

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de primăvară 2005

În perioada 28 februarie – 24 aprilie 2005 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 10.058 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 1.0%. În mediul urban s-au realizat 7,781 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 1.1%) iar în București s-au realizat 1.807 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 01.01.2005, mărimea acestei populații este 19.256.977 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 60 de orașe cu un volum mediu de 20 interviuri pe fiecare oraș selectat.

Pentru stratul de localități rurale au fost selectate aleator 116 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: 8 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 8 săptămâni de interviuare continuă.

Durata medie a interviului: 23,7 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	11367.3	59	100
Radio 21	919.8	4.8	5.4
Radio Antena Satelor	555.9	2.9	4.1
Radio Bucuresti	30	0.2	0.1
Radio Cluj	308.9	1.6	1.3
Radio Constanta	118.8	0.6	0.7
Radio Craiova	723.7	3.8	3.7
Radio Europa FM	2312.7	12	16.4
Radio Iasi	856	4.4	5.1
Radio Kiss FM	1974.8	10.3	12
Radio National FM	59.3	0.3	0.4
Radio Pro FM	971.3	5	5.9
Radio Resita	128.4	0.7	0.7
Radio Romania Actualitati	3630.6	18.8	23.8
Radio Romania Cultural	84.8	0.4	0.4
Radio Romania Muzical	22.5	0.1	0.1
Radio Star	104.9	0.5	0.6
Radio Tg. Mures	245.4	1.3	1.6
Radio Timisoara	318	1.7	1.6

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	6591.3	61.3	100
Radio 21	735.1	6.8	7.1
Radio Antena Satelor	143.3	1.3	1.5
Radio Bucuresti	22.4	0.2	0.2
Radio Cluj	117.5	1.1	1
Radio Constanta	38.3	0.4	0.5
Radio Craiova	241.1	2.2	1.9
Radio Europa FM	1485.4	13.8	17.4
Radio Iasi	256.7	2.4	3.3
Radio Kiss FM	1564.1	14.5	16
Radio National FM	51.5	0.5	0.5
Radio Pro FM	688.5	6.4	7.1
Radio Resita	90.7	0.8	0.8
Radio Romania Actualitati	1636	15.2	18.5
Radio Romania Cultural	62.9	0.6	0.6
Radio Romania Muzical	15.5	0.1	0.1
Radio Star	84.1	0.8	0.8
Radio Tg. Mures	142.7	1.3	1.3
Radio Timisoara	146.3	1.4	1.2

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	1134.9	63.9	100
Radio 21	261.4	14.7	14.3
Radio Antena Satelor	38	2.1	2.9
Radio Bucuresti	17.4	1	1.1
Radio Europa FM	127.8	7.2	8.5
Radio Kiss FM	303	17.1	17.8
Radio National FM	5	0.3	0.3
Radio Pro FM	176.4	9.9	10.5
Radio Romania Actualitati	312.5	17.6	23.6
Radio Romania Muzical	4.7	0.3	0.2
Radio Romania Cultural	17.6	1	0.9
Radio Star	32.2	1.8	2

Asociația pentru Radio Audiență

