

Rezultatele Studiului de Audiență Radio

Valul de toamnă 2007

În perioada 3 septembrie – 28 octombrie 2007 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 10.446 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de +/- 0.96%. În mediul urban s-au realizat 8.116 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 1.09%) iar în București s-au realizat 2.026 interviuri (eroarea maximă de eșantionare este +/- 2.18%).

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 01.07.2007, mărimea acestei populații este de 19.169.422 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 114 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 minute.

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel național:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	11682.9	60.9	100
Radio 21	1489.9	7.8	7.7
Radio BBC	439.7	2.3	0.5
Radio Europa FM	2513.2	13.1	15
Radio Kiss FM	2360.3	12.3	11.9
Radio Pro FM	1088	5.7	6
Radio InfoPro	311	1.6	2.2
Radio Magic FM	150.9	0.8	1.1
Radio National FM	135.4	0.7	0.7
Radio Romantic FM	265.7	1.4	1.6
Radio Romania Actualitati	2785.4	14.5	17.9
Radio Romania Cultural	103	0.5	0.5
Radio Romania Muzical	45	0.2	0.2
Radio Antena Satelor	924.9	4.8	6.9
Radio Bucuresti	23.7	0.1	0.2
Radio Cluj	232.4	1.2	1.1
Radio Constanta	85	0.4	0.4
Radio Craiova	650.6	3.4	3.8
Radio Iasi	825.7	4.3	5.2
Radio Resita	153.6	0.8	0.9
Radio Tg. Mures	145.4	0.8	0.9
Radio Timisoara	224.1	1.2	1.1

Rezultatele Studiului de Audiență Radio la nivel urban:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	6884.9	64.3	100
Radio 21	1165.2	10.9	10.4
Radio BBC	333.8	3.1	0.7
Radio Europa FM	1706	15.9	16.3
Radio Kiss FM	1648.1	15.4	13.7
Radio Pro FM	767.6	7.2	7.6
Radio InfoPro	152.8	1.4	1.7
Radio Magic FM	128.6	1.2	1.7
Radio National FM	103.3	1	0.9
Radio Romantic FM	245.5	2.3	2.5
Radio Romania Actualitati	1514.3	14.1	16.5
Radio Romania Cultural	53.4	0.5	0.4
Radio Romania Muzical	25.1	0.2	0.2
Radio Antena Satelor	286.7	2.7	3.5
Radio Bucuresti	23.7	0.2	0.3
Radio Cluj	103.5	1	0.7
Radio Constanta	54.6	0.5	0.4
Radio Craiova	225.4	2.1	2
Radio Iasi	191.6	1.8	1.9
Radio Resita	95.9	0.9	0.9
Radio Tg. Mures	49.2	0.5	0.4
Radio Timisoara	127.1	1.2	1.2

Rezultatele Studiului de Audiență Radio în București:

Audiența medie zilnică	Daily Reach (000)	Daily Reach (%)	Market Share (%)
TOTAL RADIO	1178.3	66.8	100
Radio 21	448.2	25.4	23.9
Radio BBC	13.3	0.8	0.3
Radio City FM	3.5	0.2	0.3
Radio fost Deea	43.6	2.5	2.2
Radio Europa FM	150.2	8.5	6.4
Radio Guerrilla	66.6	3.8	3.4
Radio InfoPro	16.2	0.9	0.6
Radio Itsy Bitsy	8.5	0.5	0.2
Radio Kiss FM	247.2	14	11.3
Radio Magic FM	47.5	2.7	3.6
Radio National FM	16.7	0.9	0.6
Radio Pro FM	159.8	9.1	8.4
Radio RFI	4.9	0.3	0.1
Radio Romantic FM	104.1	5.9	5.4
Radio Smart FM	0.9	0.1	0
Radio Sport Total FM	6.4	0.4	0.3
Radio Total FM	27.8	1.6	1.4
Radio Romania Actualitati	319.5	18.1	21
Radio Romania Cultural	21.1	1.2	0.7
Radio Romania Muzical	12.5	0.7	0.6
Radio Antena Satelor	64	3.6	4.6
Radio Bucuresti	22.4	1.3	1.4