



Studiul Național de Audiență

Radio

Republica Moldova – Martie 2012



MediaMas



Studiul de audiență a fost realizat cu sprijinul financiar al Civil Rights Defenders din Suedia. Acest suport nu prevede aprobarea de către donator a conținutului, prezentării grafice sau a modului de expunere a informației și opiniilor ce se conțin în publicație.



Cuprins:

Metodologie	3
III. Audiența Radio	
III.1. Indicatori de audiență Radio – Național	11
III.2. Indicatori de audiență Radio – Mediul urban.....	15
III.3. Radio – Mediul rural.....	19
Ghid de utilizare a indicatorilor de audiență.....	23
Prezentarea companiei IMAS-INC Chișinău.....	26



Prezentare

- În perioada 6 martie – 2 aprilie 2012 a fost realizat *Studiul de Audiență TV, Radio și Presă Scrisă din Republica Moldova* de către IMAS – INC Chișinău.
- În cadrul cercetării s-a măsurat audiența canalelor TV, a posturilor de radio și a publicațiilor din Republica Moldova, la nivelul național. Eșantionul urban are un volum de 1.130 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de $\pm 2.9\%$, iar eșantionul rural are un volum de 609 de persoane, cu o eroare maximă de eșantionare de $\pm 4.0\%$. Eșantionul național de 1739 persoane are o marjă maximă de eșantionare de $\pm 2.6\%$.

Universul

Universul studiului este format din persoanele în vârstă de 15 ani și peste, rezidente în locuințe neinstituționalizate din localitățile din Republica Moldova. Conform datelor statistice ale BNSRM disponibile la data de 01.01.2011, mărimea populației urbane este de **1.263.453** persoane și mărimea populației rurale este de **1.700.718** persoane.

Eșantionul

- *Studiul de Audiență* s-a realizat pe baza unui eșantion de tip probabilist, stratificat, aleatoriu, cu respectarea cotelor de gen, vârstă și statut ocupațional;
- Localitățile cuprinse în universul de eșantionare au fost împărțite în următoarele categorii:
 - 1 Municipii,
 - 2 Localități urbane cu peste 15.000 locuitori,
 - 3 Localități urbane sub 15.000 locuitori,
 - 4 Localități rurale,
- Localitățile incluse în eșantion au fost selectate probabilistic.
- Numărul de chestionare aferente fiecărei localități selectate în eșantion a fost stabilit proporțional cu populația înregistrată în localitate la 1 Ianuarie 2011.

- Localitățile selectate în eșantionul pentru realizarea studiului de audiență au o distribuție geografică echilibrată atât la nivel urban cât și la nivel rural.
- Interviuul s-a realizat numai cu persoanele care au fost selectate aleator în eșantion, pe baza unei proceduri; schema de programare zilnică a interviurilor a ținut cont de o repartiție echilibrată pe cote de vîrstă, gen și statut ocupațional (conform datelor statistice aferente persoanelor din mediul urban).
- Structura eșantionului:

Distribuirea interviurilor după tipul de localitate, eșantion național

Localitate	Tip localitate	Volum eșantion
mun. Chișinău	Municipii	505
mun. Bălți	Municipii	109
mun. Comrat	Municipii	18
or. Basarabeasca	Urban <15000	22
or. Glodeni	Urban <15000	20
or. Cricova	Urban <15000	13
or. Dondușeni	Urban <15000	28
or. Anenii Noi	Urban <15000	18
or. Sîngera	Urban <15000	18
or. Telenești	Urban <15000	13
or. Lipcani	Urban <15000	13
or. Cantemir	Urban <15000	5
or. Ștefan Vodă	Urban <15000	9
or. Biruința	Urban <15000	7
or. Cornești	Urban <15000	13
or. Mărculești	Urban <15000	5
or. Cahul	Urban > 15000	30
or. Soroca	Urban > 15000	28
or. Ungheni	Urban > 15000	29
or. Orhei	Urban > 15000	37
or. Ceadîr-Lunga	Urban > 15000	18
or. Strășeni	Urban > 15000	16
or. Edineț	Urban > 15000	14
or. Căușeni	Urban > 15000	15
or. Drochia	Urban > 15000	14
or. Durlăști	Urban > 15000	13
or. Vulcănești	Urban > 15000	11
or. Hîncești	Urban > 15000	13
or. Ialoveni	Urban > 15000	10
or. Fălești	Urban > 15000	24
or. Călărași	Urban > 15000	12
or. Taraclia	Urban > 15000	9
or. Florești	Urban > 15000	10
or. Cimișlia	Urban > 15000	11
s. Crihana Veche	Rural	24
s. Stoianovca	Rural	17
s. Tvardița	Rural	9
s. Cazaclia	Rural	27

Localitate	Tip localitate	Volum eșantion
s. Carabetovca	Rural	5
s. Cenac	Rural	13
s. Dubovca, s. Bozieni	Rural	30
s. Cupcui	Rural	11
s. Zaim	Rural	22
s. Feștelița	Rural	19
s. Țințăreni	Rural	21
s. Cimișeni	Rural	18
s. Pîrita	Rural	9
s. Răzeni	Rural	25
s. Pănăsești	Rural	21
s. Trușeni	Rural	20
s. Ciocîlteni, s. Fiodorovca	Rural	27
s. Sircova	Rural	11
s. Cobilea	Rural	11
s. Brînzenii Vechi, s. Brînzenii Noi	Rural	19
s. Bahmut	Rural	19
s. Brătuleni	Rural	15
s. Pîrlița	Rural	22
s. Ciuluc, s. Egorovca	Rural	22
s. Dușmani	Rural	16
s. Malinovscoe	Rural	22
s. Grigorești, s. Alexăndreni	Rural	18
s. Miciurin	Rural	20
s. Cuhureștii de Jos	Rural	22
s. Inundeni, s. Vasilcău	Rural	19
s. Șirăuți	Rural	18
s. Crișcăuți	Rural	11
s. Ruseni	Rural	16
s. Grinăuți-Raia, s. Grinăuți-Moldova	Rural	10
Total eșantion		1739

● Distribuirea interviurilor după ziua săptămânii

Localitate	Ziua săptămânii							Total
	Lu	Ma	Mi	Joi	Vi	Sa	Du	
mun. Chişinău	71	72	72	74	75	68	73	505
mun. Bălţi	19	14	19	15	10	12	20	109
mun. Comrat	0	6	0	0	6	6	0	18
or. Basarabeasca	6	5	6	0	0	5	0	22
or. Glodeni	0	7	7	6	0	0	0	20
or. Cricova	0	7	0	0	6	0	0	13
or. Donduşeni	6	0	0	6	11	0	5	28
or. Anenii Noi	6	0	6	6	0	0	0	18
or. Sîngera	6	0	0	0	6	0	6	18
or. Teleneşti	0	0	7	0	0	0	6	13
or. Lipcani	0	0	4	0	5	4	0	13
or. Cantemir	0	0	0	0	0	5	0	5
or. Ştefan Vodă	0	5	0	0	4	0	0	9
or. Biruinţa	0	0	0	7	0	0	0	7
or. Corneşti	6	0	0	0	0	7	0	13
or. Mărculeşti	0	0	0	0	0	5	0	5
or. Cahul	6	0	6	6	7	5	0	30
or. Soroca	0	6	0	11	0	0	11	28
or. Ungheni	7	12	0	0	5	5	0	29
or. Orhei	6	0	6	0	6	12	7	37
or. Ceadîr-Lunga	0	0	0	0	4	6	8	18
or. Străşeni	6	5	0	0	5	0	0	16
or. Edineţ	0	0	5	0	9	0	0	14
or. Căuşeni	0	5	0	5	0	5	0	15
or. Drochia	5	0	0	0	4	5	0	14
or. Dureşti	0	0	7	0	0	6	0	13
or. Vulcăneşti	5	6	0	0	0	0	0	11
or. Hînceşti	0	0	0	7	0	0	6	13
or. Ialoveni	0	0	0	6	0	0	4	10
or. Făleşti	0	7	6	6	0	0	5	24
or. Călăraşi	7	0	0	5	0	0	0	12
or. Taraclia	0	4	5	0	0	0	0	9
or. Floreşti	0	0	0	0	0	5	5	10
or. Cimişlia	0	0	5	0	0	0	6	11
s. Crihana Veche	0	7	0	0	9	8	0	24
s. Stoianovca	0	0	9	0	8	0	0	17
s. Tvardiţa	0	0	0	0	9	0	0	9
s. Cazaclia	6	0	7	6	0	8	0	27
s. Carabetovca	0	0	0	5	0	0	0	5
s. Cenac	0	0	7	0	0	6	0	13
s. Dubovca, s. Bozieni	8	8	6	0	0	0	8	30
s. Cupcui	0	0	0	0	0	6	5	11
s. Zaim	9	0	0	7	6	0	0	22
s. Feşteleiţa	7	6	0	6	0	0	0	19
s. Țîntăreni	0	0	7	7	0	0	7	21
s. Cimişeni	0	5	0	0	7	0	6	18
s. Pîrita	0	0	0	5	0	4	0	9
s. Răzeni	8	0	0	8	0	9	0	25
s. Pănăseşti	0	0	7	0	7	7	0	21



Localitate	Ziua săptămânii							Total
	Lu	Ma	Mi	Joi	Vi	Sa	Du	
s. Trușeni	8	0	7	0	0	5	0	20
s. Ciocîlteni, s. Fiodorovca	0	7	6	7	0	0	7	27
s. Sircova	0	5	0	6	0	0	0	11
s. Cobilea	0	0	0	5	0	0	6	11
s. Brînzenii Vechi, s. Brînzenii Noi	0	6	0	0	6	0	7	19
s. Bahmut	0	7	0	0	6	0	6	19
s. Brătuleni	0	0	8	0	0	0	7	15
s. Pîrlița	7	0	0	7	0	8	0	22
s. Ciuluc, s. Egorovca	0	0	0	7	7	0	8	22
s. Dușmani	0	0	8	0	8	0	0	16
s. Malinovscoe	7	0	0	0	7	8	0	22
s. Grigorești, s. Alexăndreni	0	6	8	0	0	4	0	18
s. Miciurin	6	7	0	0	0	0	7	20
s. Cuhureștii de Jos	8	0	7	0	7	0	0	22
s. Inundeni, s. Vasilcău	0	0	0	6	0	0	13	19
s. Șirăuți	0	9	0	0	0	9	0	18
s. Crișcăuți	0	6	0	5	0	0	0	11
s. Ruseni	8	8	0	0	0	0	0	16
s. Grinăuți-Raia, s. Grinăuți-Moldova	5	0	0	0	0	5	0	10
Eșantion total	249	248	248	247	337	248	249	1739

● Distribuirea interviurilor după săptămână

Localitate	Săptămâna					Total
	1	2	3	4	5	
mun. Chișinău	102	138	119	135	11	505
mun. Bălți	28	25	23	33	0	109
mun. Comrat	0	6	6	6	0	18
or. Basarabeasca	5	5	12	0	0	22
or. Glodeni	0	6	7	7	0	20
or. Cricova	7	6	0	0	0	13
or. Dondușeni	10	6	12	0	0	28
or. Anenii Noi	0	12	0	6	0	18
or. Sîngera	0	0	6	6	6	18
or. Telenești	7	0	0	6	0	13
or. Lipcani	4	0	4	5	0	13
or. Cantemir	0	0	5	0	0	5
or. Ștefan Vodă	0	0	4	5	0	9
or. Biruința	7	0	0	0	0	7
or. Cornești	0	6	7	0	0	13
or. Mărculești	0	0	5	0	0	5
or. Cahul	6	6	5	13	0	30
or. Soroca	0	10	6	12	0	28
or. Ungheni	4	5	11	9	0	29
or. Orhei	19	6	6	6	0	37
or. Ceadâr-Lunga	0	6	8	0	4	18
or. Strășeni	5	5	6	0	0	16
or. Edineț	0	5	4	5	0	14
or. Căușeni	5	5	5	0	0	15
or. Drochia	5	9	0	0	0	14
or. Durlăști	7	0	0	5	1	13
or. Vulcănești	0	5	0	6	0	11



Localitate	Săptămâna					Total
	1	2	3	4	5	
or. Hîncești	13	0	0	0	0	13
or. Ialoveni	0	0	4	6	0	10
or. Fălești	7	0	11	6	0	24
or. Călărași	7	0	5	0	0	12
or. Taraclia	0	4	0	5	0	9
or. Florești	0	5	5	0	0	10
or. Cimișlia	0	0	5	6	0	11
s. Crihana Veche	9	7	8	0	0	24
s. Stoianovca	9	8	0	0	0	17
s. Tvardița	0	0	0	0	9	9
s. Cazaclia	6	6	7	8	0	27
s. Carabetovca	0	0	0	5	0	5
s. Cenac	7	6	0	0	0	13
s. Dubovca, s. Bozieni	0	6	8	16	0	30
s. Cupcui	0	5	6	0	0	11
s. Zaim	0	11	0	6	5	22
s. Feștelița	0	6	13	0	0	19
s. Țîntăreni	0	7	7	7	0	21
s. Cimișeni	7	5	0	6	0	18
s. Pîrita	5	4	0	0	0	9
s. Răzeni	0	0	9	16	0	25
s. Pănăsești	7	7	0	7	0	21
s. Trușeni	13	0	7	0	0	20
s. Ciocîlteni, s. Fiodorovca	7	6	7	7	0	27
s. Sircova	0	6	5	0	0	11
s. Cobilea	0	0	5	6	0	11
s. Brînzenii Vechi, s. Brînzenii Noi	7	0	6	6	0	19
s. Bahmut	0	7	6	6	0	19
s. Brătuleni	0	7	0	8	0	15
s. Pîrlița	8	14	0	0	0	22
s. Ciuluc, s. Egorovca	8	0	14	0	0	22
s. Dușmani	0	0	0	16	0	16
s. Malinovscoe	14	0	0	8	0	22
s. Grigorești, s. Alexăndreni	6	4	8	0	0	18
s. Miciurin	0	0	7	13	0	20
s. Cuhureștii de Jos	0	7	15	0	0	22
s. Inundeni, s. Vasilcău	0	6	6	7	0	19
s. Șirăuți	0	0	0	18	0	18
s. Crișcăuți	0	0	6	5	0	11
s. Ruseni	0	8	8	0	0	16
s. Grinăuți-Raia, s. Grinăuți-Moldova	5	5	0	0	0	10
Eșantion total	366	429	449	459	36	1739

- Ponderarea datelor: pentru raportarea datelor la nivel național s-a utilizat o ponderare care a respectat distribuția urban-rural conform statisticii oficiale (42.2% - urban, 57.8% - rural);

- Eșantionarea s-a făcut pe cote de vârstă, sex și statut ocupațional, structura lor finală fiind:

Urban	Masc.	Fem.	Total
15-19 ani	4,1%	4,0%	8,1%
20-29 ani	12,5%	13,5%	25,9%
30-44 ani	12,2%	13,2%	25,4%
45-59 ani	11,7%	14,6%	26,3%
60+ ani	5,8%	8,6%	14,3%
TOTAL	46,2%	53,8%	100,0%

Rural	Masc.	Fem.	Total
15-19 ani	5,9%	5,3%	11,2%
20-29 ani	11,0%	9,7%	20,7%
30-44 ani	11,7%	12,8%	24,5%
45-59 ani	12,3%	13,0%	25,3%
60+ ani	7,2%	11,2%	18,4%
TOTAL	48,1%	51,9%	100,0%

- Distribuția interviurilor după statutul ocupațional

Mediu	Activi (%)	Inactivi (%)
Urban	48,7	51,3
Rural	42,7	57,3

Metoda de măsurare a audienței

- Măsurarea audienței posturilor de TV s-a realizat pe baza metodei rememorării audienței din ziua precedentă (*Day After Recall*).
- În vederea înregistrării cât mai corecte a secvențelor de vizionare a canalelor tv în ziua precedentă, respondenții au fost asistați cu lista canalelor tv și prin reconstituirea principalelor activități desfășurate de ei în cursul zilei anterioare interviului, în raport cu care au fost înregistrate intervalele de vizionare.

Procesul de culegere a datelor în teren

- Culegerea datelor din teren pentru studiul de audiență a fost realizată de IMAS-INC prin interviuri față în față, realizate la domiciliul respondenților, pe baza procedurii creion-hârtie (chestionar tipărit).
- Durata perioadei de interviu: 4 săptămâni de interviu continuă (plus 1 săptămână rezervă).
- Culegerea datelor din teren s-a realizat după o planificare echilibrată a interviurilor pe localitate, zi a săptămânii, de-a lungul celor 4 săptămâni de interviu continuă.

Durata medie a interviului: 20 minute



III. Audiența Radio



III.1. Indicatori de audiență Radio – Național

III.1.1 Indicatori de audiență – Național

	Total		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	50,2	1489991	100,0
Radio 21	1,1	31729	1,3
Radio 7	0,4	12193	0,5
Radio Alla	1,9	57316	2,3
Radio Aquarelle	0,5	13902	0,6
Radio Chișinău	0,2	5634	0,2
Radio Auto Radio	1,5	44615	1,8
Radio Europa Liberă	0,6	18428	0,8
Radio Europa Plus	1,4	40781	1,7
Radio Fresh FM	1,1	32930	1,3
Radio GRT FM	1,0	29188	1,2
Radio Hit FM	7,3	217157	8,8
Radio Jurnal FM	0,8	25170	1,0
Radio Kiss FM	4,7	139062	5,7
Radio Maestro FM	0,7	20645	0,8
Radio Megapolis	1,9	55699	2,3
Radio Moldova	11,8	349977	14,3
Radio Noroc	14,6	433297	17,7
Radio Plai	1,3	39764	1,6
Radio Prime FM	1,0	30713	1,3
Radio Pro FM	1,7	51866	2,1
Radio Publika FM	0,6	17227	0,7
Radio Retro FM	4,5	132135	5,4
Radio Poldisc Russkoe Radio	11,4	339224	13,8
Radio Serebrenii Dojdi	0,9	27387	1,1
Radio Stil	1,6	47340	1,9
Radio Vocea Basarabiei	3,4	100265	4,1
Altele	8,1	241310	9,8

III.1.2 Indicatori de audiență - conform genului respondentului – Național

	Masculin			Feminin		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	54,7	769567	100	46,2	720682	100,0
Radio 21	0,9	12821	1,0	1,2	18899	1,7
Radio 7	0,4	5554	0,4	0,4	6638	0,6
Radio Alla	2,3	32308	2,4	1,6	25030	2,2
Radio Aquarelle	0,4	5554	0,4	0,5	8343	0,7
Radio Chișinău	0,2	2823	0,2	0,2	2812	0,2
Radio Auto Radio	2,7	37445	2,8	0,5	7237	0,6
Radio Europa Liberă	0,9	12312	0,9	0,4	6131	0,5
Radio Europa Plus	1,3	18468	1,4	1,4	22310	2,0
Radio Fresh FM	1,2	16246	1,2	1,1	16686	1,5
Radio GRT FM	1,4	19670	1,5	0,6	9541	0,8
Radio Hit FM	9,6	135195	10,2	5,3	82094	7,3
Radio Jurnal FM	0,9	12913	1,0	0,8	12261	1,1
Radio Kiss FM	4,8	67113	5,1	4,6	71953	6,4
Radio Maestro FM	0,9	12312	0,9	0,5	8343	0,7
Radio Megapolis	2,7	38463	2,9	1,1	17285	1,5
Radio Moldova	11,5	162409	12,3	12,0	187554	16,6
Radio Noroc	15,3	215405	16,3	14,0	217932	19,3
Radio Plai	1,0	14533	1,1	1,6	25213	2,2
Radio Prime FM	1,1	15644	1,2	1,0	15073	1,3
Radio Pro FM	2,1	29067	2,2	1,5	22817	2,0
Radio Publika FM	0,8	11109	0,8	0,4	6131	0,5
Radio Retro FM	6,2	87802	6,6	2,8	44436	3,9
Radio Polidisc Russkoe Radio	14,1	197865	14,9	9,1	141511	12,5
Radio Serebrenii Dojdi	0,6	7776	0,6	1,3	19590	1,7
Radio Stil	2,5	35131	2,7	0,8	12261	1,1
Radio Vocea Basarabiei	3,6	51051	3,9	3,2	49228	4,4
Altele	8,4	117839	8,9	7,9	123486	10,9

/Nota: Valorile DR în segmentări sunt rotunjite; din această cauză pot exista cazuri în care DR % are valoarea de 0,0 % și DR (persoane) are valori diferite de zero./

III.1.3 Indicatori de audiență - conform grupelor de vîrstă – Național

	15-29 ani			30-44 ani			45-59 ani			60+ ani		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	49,6	481652	100,0	54,3	413435	100,0	48,9	372501	100,0	47,2	236096	100,0
Radio 21	2,5	23816	2,9	0,7	5199	0,7	0,4	2812	0,5	0,0	0	0,0
Radio 7	0,5	4422	0,5	0,6	4579	0,6	0,4	3319	0,6	0,0	0	0,0
Radio Alla	1,9	18288	2,2	3,2	24135	3,3	1,8	13368	2,2	0,4	2241	0,7
Radio Aquarelle	1,0	9443	1,1	0,5	3434	0,5	0,1	1106	0,2	0,0	0	0,0
Radio Chișinău	0,0	0	0,0	0,4	2909	0,4	0,0	0	0,0	0,6	2848	0,9
Radio Auto Radio	1,4	13866	1,7	2,0	14977	2,0	1,7	12861	2,1	0,7	3362	1,1
Radio Europa Liberă	0,4	3915	0,5	0,7	5199	0,7	1,0	7237	1,2	0,4	2241	0,7
Radio Europa Plus	2,2	21697	2,6	0,9	6964	1,0	1,3	10049	1,7	0,4	2241	0,7
Radio Fresh FM	2,4	23401	2,8	0,7	5199	0,7	0,4	3319	0,6	0,2	1121	0,4
Radio GRT FM	1,1	11148	1,3	0,4	2909	0,4	1,1	8435	1,4	1,4	6816	2,1
Radio Hit FM	13,0	126124	15,3	8,4	64152	8,8	3,6	27427	4,6	0,2	1121	0,4
Radio Jurnal FM	0,9	8936	1,1	1,1	8633	1,2	0,9	6730	1,1	0,2	1121	0,4
Radio Kiss FM	9,9	96322	11,7	4,3	32863	4,5	1,4	10648	1,8	0,0	0	0,0
Radio Maestro FM	0,7	7232	0,9	0,8	6344	0,9	0,8	6131	1,0	0,2	1121	0,4
Radio Megapolis	3,0	29344	3,6	2,3	17886	2,4	0,8	6131	1,0	0,6	2848	0,9
Radio Moldova	3,6	34640	4,2	11,9	90431	12,4	12,9	97953	16,3	26,2	130956	41,2
Radio Noroc	10,5	102216	12,4	17,1	130593	17,9	19,1	145294	24,1	11,9	59433	18,7
Radio Plai	0,8	7831	0,9	1,9	14452	2,0	1,1	8344	1,4	1,9	9664	3,0
Radio Prime FM	1,1	10549	1,3	1,1	8633	1,2	0,7	5024	0,8	1,4	6816	2,1
Radio Pro FM	3,2	30633	3,7	1,5	11448	1,6	1,0	7836	1,3	0,4	2241	0,7
Radio Publika FM	0,1	1106	0,1	0,6	4579	0,6	1,4	10556	1,8	0,2	1121	0,4
Radio Retro FM	3,1	30542	3,7	8,4	63867	8,7	4,5	34572	5,7	1,0	5089	1,6
Radio Poldisc Russkoe Radio	11,8	114885	13,9	14,9	113757	15,6	11,3	86431	14,4	5,5	27593	8,7
Radio Serebrenii Dojdi	0,7	7232	0,9	0,7	5199	0,7	1,5	11155	1,9	0,8	3968	1,2
Radio Stil	1,1	10549	1,3	2,4	18411	2,5	2,2	16687	2,8	0,4	2241	0,7
Radio Vocea Basarabiei	1,6	15662	1,9	2,5	19031	2,6	5,9	44713	7,4	4,3	21569	6,8
Altele	8,1	78217	9,5	8,5	64772	8,9	7,7	58680	9,7	8,4	41832	13,2

/Nota: Valorile DR în segmentări sunt rotunjite din această cauză pot exista cazuri în care DR % are valoarea de 0,0 % și DR (persoane) are valori diferite de zero./



III.2. Indicatori de audiență Radio – Mediul urban

III.2.1 Indicatori de audiență – Mediul urban

	Total			Or. Chișinău			Alte orașe		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	52,8	669634	100,0	65,9	410430	100,0	41,9	270310	100,0
Radio 21	1,9	23555	2,1	3,0	18488	2,5	1,0	6143	1,4
Radio 7	1,0	12338	1,1	1,6	9860	1,4	0,5	3072	0,7
Radio Alla	3,5	43745	3,8	5,9	36976	5,1	1,4	9215	2,1
Radio Aquarelle	0,9	11217	1,0	2,0	12325	1,7	0,0	0	0,0
Radio Chișinău	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio Auto Radio	2,2	28042	2,5	3,0	18488	2,5	1,6	10239	2,3
Radio Europa Liberă	0,8	10095	0,9	0,6	3698	0,5	1,0	6143	1,4
Radio Europa Plus	1,7	21312	1,9	3,2	19720	2,7	0,5	3072	0,7
Radio Fresh FM	1,5	19068	1,7	2,8	17255	2,4	0,5	3072	0,7
Radio GRT FM	0,5	6730	0,6	0,2	1233	0,2	0,8	5120	1,2
Radio Hit FM	7,0	88612	7,7	7,1	44371	6,1	6,8	44028	10,0
Radio Jurnal FM	0,9	11217	1,0	1,8	11093	1,5	0,2	1024	0,2
Radio Kiss FM	5,9	75152	6,6	9,3	57929	8,0	3,2	20478	4,7
Radio Maestro FM	1,0	12338	1,1	1,6	9860	1,4	0,5	3072	0,7
Radio Megapolis	3,1	39258	3,4	3,6	22185	3,0	2,7	17406	4,0
Radio Moldova	7,7	97585	8,5	9,5	59161	8,1	6,2	39932	9,1
Radio Noroc	13,5	170493	14,9	14,5	89974	12,4	12,5	80888	18,4
Radio Plai	1,2	14582	1,3	2,0	12325	1,7	0,5	3072	0,7
Radio Prime FM	1,3	16825	1,5	1,4	8628	1,2	1,3	8191	1,9
Radio Pro FM	2,6	32528	2,8	4,2	25883	3,6	1,3	8191	1,9
Radio Publika FM	1,2	14582	1,3	2,0	12325	1,7	0,5	3072	0,7
Radio Retro FM	6,7	85247	7,5	12,1	75184	10,3	2,4	15359	3,5
Radio Polidisc Russkoe Radio	13,4	169371	14,8	17,4	108462	14,9	10,0	64506	14,7
Radio Serebrenii Dojdi	1,1	13460	1,2	1,2	7395	1,0	1,0	6143	1,4
Radio Stil	2,7	33650	2,9	4,0	24650	3,4	1,6	10239	2,3
Radio Vocea Basarabiei	2,8	35893	3,1	2,0	12325	1,7	3,5	22526	5,1
Altele	7,3	93098	8,1	3,4	20953	2,9	10,5	67577	15,4

III.2.2 Indicatori de audiență - conform genului respondentului - Mediul urban

	Masculin			Feminin		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	59,2	347036	100,0	47,4	322686	100,0
Radio 21	1,7	10108	1,6	2,0	13445	2,7
Radio 7	1,0	5615	0,9	1,0	6723	1,3
Radio Alla	4,6	26954	4,2	2,5	16807	3,3
Radio Aquarelle	1,0	5615	0,9	0,8	5602	1,1
Radio Chișinău	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio Auto Radio	4,0	23585	3,7	0,7	4482	0,9
Radio Europa Liberă	1,1	6739	1,1	0,5	3361	0,7
Radio Europa Plus	1,7	10108	1,6	1,6	11204	2,2
Radio Fresh FM	1,3	7862	1,2	1,6	11204	2,2
Radio GRT FM	1,0	5615	0,9	0,2	1120	0,2
Radio Hit FM	9,2	53909	8,4	5,1	34734	6,9
Radio Jurnal FM	0,8	4492	0,7	1,0	6723	1,3
Radio Kiss FM	6,7	39308	6,2	5,3	35854	7,1
Radio Maestro FM	1,1	6739	1,1	0,8	5602	1,1
Radio Megapolis	5,2	30324	4,7	1,3	8964	1,8
Radio Moldova	8,0	47170	7,4	7,4	50420	10,0
Radio Noroc	14,8	86478	13,5	12,3	84033	16,6
Radio Plai	1,5	8985	1,4	0,8	5602	1,1
Radio Prime FM	1,7	10108	1,6	1,0	6723	1,3
Radio Pro FM	3,1	17970	2,8	2,1	14566	2,9
Radio Publika FM	1,9	11231	1,8	0,5	3361	0,7
Radio Retro FM	8,8	51662	8,1	4,9	33613	6,7
Radio Poldisc Russkoe Radio	15,1	88724	13,9	11,8	80672	16,0
Radio Serebrenii Dojdi	1,3	7862	1,2	0,8	5602	1,1
Radio Stil	4,6	26954	4,2	1,0	6723	1,3
Radio Vocea Basarabiei	3,4	20216	3,2	2,3	15686	3,1
Altele	7,7	44924	7,0	7,1	48179	9,5

/Nota: Valorile DR în segmentări sunt rotunjite; din această cauză pot exista cazuri în care DR % are valoarea de 0,0 % și DR (persoane) are valori diferite de zero./

III.2.3 Indicatori de audiență - conform grupelor de vîrstă – Mediul urban

	15-29 ani			30-44 ani			45-59 ani			60+ ani		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	55,2	236249	100,0	58,5	187573	100,0	47,5	157737	100,0	46,9	87666	100,0
Radio 21	4,9	21173	4,9	0,7	2233	0,7	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio 7	1,0	4458	1,0	1,4	4466	1,3	1,0	3356	1,3	0,0	0	0,0
Radio Alla	3,6	15601	3,6	5,6	17864	5,3	2,4	7831	3,1	1,2	2307	1,8
Radio Aquarelle	1,6	6686	1,6	1,0	3350	1,0	0,3	1119	0,4	0,0	0	0,0
Radio Chișinău	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio Auto Radio	2,6	11144	2,6	2,8	8932	2,7	1,3	4475	1,8	1,9	3460	2,7
Radio Europa Liberă	0,3	1114	0,3	0,7	2233	0,7	1,3	4475	1,8	1,2	2307	1,8
Radio Europa Plus	3,1	13373	3,1	0,3	1117	0,3	1,3	4475	1,8	1,2	2307	1,8
Radio Fresh FM	2,9	12258	2,9	0,7	2233	0,7	1,0	3356	1,3	0,6	1153	0,9
Radio GRT FM	1,3	5572	1,3	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,6	1153	0,9
Radio Hit FM	12,5	53490	12,5	8,0	25680	7,6	2,4	7831	3,1	0,6	1153	0,9
Radio Jurnal FM	0,8	3343	0,8	1,7	5583	1,7	0,3	1119	0,4	0,6	1153	0,9
Radio Kiss FM	12,8	54605	12,8	5,6	17864	5,3	0,7	2237	0,9	0,0	0	0,0
Radio Maestro FM	1,0	4458	1,0	1,0	3350	1,0	1,0	3356	1,3	0,6	1153	0,9
Radio Megapolis	6,3	26745	6,3	2,8	8932	2,7	1,0	3356	1,3	0,0	0	0,0
Radio Moldova	2,9	12258	2,9	6,3	20097	6,0	8,4	27968	11,2	20,4	38065	29,7
Radio Noroc	8,9	37889	8,9	16,7	53592	15,9	16,8	55935	22,3	12,3	23070	18,0
Radio Plai	0,5	2229	0,5	1,7	5583	1,7	1,7	5594	2,2	0,6	1153	0,9
Radio Prime FM	1,8	7801	1,8	1,7	5583	1,7	0,7	2237	0,9	0,6	1153	0,9
Radio Pro FM	3,9	16716	3,9	3,5	11165	3,3	0,7	2237	0,9	1,2	2307	1,8
Radio Publika FM	0,3	1114	0,3	1,4	4466	1,3	2,4	7831	3,1	0,6	1153	0,9
Radio Retro FM	5,2	22288	5,2	13,2	42427	12,6	5,4	17899	7,1	1,2	2307	1,8
Radio Polidisc Russkoe Radio	12,5	53490	12,5	16,0	51359	15,3	13,5	44748	17,9	10,5	19609	15,3
Radio Serebrenii Dojdi	1,0	4458	1,0	0,7	2233	0,7	1,7	5594	2,2	0,6	1153	0,9
Radio Stil	1,8	7801	1,8	3,8	12282	3,7	3,4	11187	4,5	1,2	2307	1,8
Radio Vocea Basarabiei	1,0	4458	1,0	3,1	10049	3,0	5,1	16781	6,7	2,5	4614	3,6
Altele	6,5	27860	6,5	7,3	23447	7,0	6,7	22374	8,9	10,5	19609	15,3

/Nota: Valorile DR în segmentări sunt rotunjite din această cauză pot exista cazuri în care DR % are valoarea de 0,0 % și DR (persoane) are valori diferite de zero./



III.3. Radio – Mediul rural

III.3.1 Indicatori de audiență – Mediul rural

	Total		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	48,3	821036	100,0
Radio 21	0,5	8378	0,6
Radio 7	0,0	0	0,0
Radio Alla	0,8	13963	1,1
Radio Aquarelle	0,2	2793	0,2
Radio Chișinău	0,3	5585	0,4
Radio Auto Radio	1,0	16756	1,3
Radio Europa Liberă	0,5	8378	0,6
Radio Europa Plus	1,1	19548	1,5
Radio Fresh FM	0,8	13963	1,1
Radio GRT FM	1,3	22341	1,7
Radio Hit FM	7,6	128461	9,8
Radio Jurnal FM	0,8	13963	1,1
Radio Kiss FM	3,8	64231	4,9
Radio Maestro FM	0,5	8378	0,6
Radio Megapolis	1,0	16756	1,3
Radio Moldova	14,8	251338	19,1
Radio Noroc	15,4	262508	20,0
Radio Plai	1,5	25134	1,9
Radio Prime FM	0,8	13963	1,1
Radio Pro FM	1,1	19548	1,5
Radio Publika FM	0,2	2793	0,2
Radio Retro FM	2,8	47475	3,6
Radio Polidisc Russkoe Radio	10,0	170351	13,0
Radio Serebrenii Dojdi	0,8	13963	1,1
Radio Stil	0,8	13963	1,1
Radio Vocea Basarabiei	3,8	64231	4,9
Altele	8,7	148010	11,3

III.3.2 Indicatori de audiență - conform genului respondentului – Mediul rural

	Masculin			Feminin		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	51,5	423377	100,0	45,3	397865	100,0
Radio 21	0,3	2804	0,4	0,6	5565	0,9
Radio 7	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio Alla	0,7	5608	0,8	0,9	8347	1,3
Radio Aquarelle	0,0	0	0,0	0,3	2782	0,4
Radio Chișinău	0,3	2804	0,4	0,3	2782	0,4
Radio Auto Radio	1,7	14019	2,0	0,3	2782	0,4
Radio Europa Liberă	0,7	5608	0,8	0,3	2782	0,4
Radio Europa Plus	1,0	8411	1,2	1,3	11129	1,8
Radio Fresh FM	1,0	8411	1,2	0,6	5565	0,9
Radio GRT FM	1,7	14019	2,0	0,9	8347	1,3
Radio Hit FM	9,9	81311	11,8	5,4	47299	7,6
Radio Jurnal FM	1,0	8411	1,2	0,6	5565	0,9
Radio Kiss FM	3,4	28038	4,1	4,1	36170	5,8
Radio Maestro FM	0,7	5608	0,8	0,3	2782	0,4
Radio Megapolis	1,0	8411	1,2	0,9	8347	1,3
Radio Moldova	14,0	114957	16,7	15,5	136331	21,8
Radio Noroc	15,7	128976	18,8	15,2	133549	21,3
Radio Plai	0,7	5608	0,8	2,2	19476	3,1
Radio Prime FM	0,7	5608	0,8	0,9	8347	1,3
Radio Pro FM	1,4	11215	1,6	0,9	8347	1,3
Radio Publika FM	0,0	0	0,0	0,3	2782	0,4
Radio Retro FM	4,4	36450	5,3	1,3	11129	1,8
Radio Polidisc Russkoe Radio	13,3	109349	15,9	7,0	61210	9,8
Radio Serebrenii Dojdi	0,0	0	0,0	1,6	13911	2,2
Radio Stil	1,0	8411	1,2	0,6	5565	0,9
Radio Vocea Basarabiei	3,8	30842	4,5	3,8	33387	5,3
Altele	8,9	72899	10,6	8,5	75121	12,0

/Nota: Valorile DR în segmentări sunt rotunjite; din această cauză pot exista cazuri în care DR % are valoarea de 0,0 % și DR (persoane) are valori diferite de zero./

III.3.3 Indicatori de audiență - conform grupelor de vîrstă – Mediul rural

	15-29 ani			30-44 ani			45-59 ani			60+ ani		
	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)	DR (%)	DR (pers)	MS (%)
Total	45,4	246063	100,0	51,0	211932	100,0	50,0	214625	100,0	47,3	148358	100,0
Radio 21	0,5	2796	0,7	0,7	2789	0,8	0,6	2787	0,8	0,0	0	0,0
Radio 7	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio Alla	0,5	2796	0,7	1,3	5577	1,5	1,3	5575	1,6	0,0	0	0,0
Radio Aquarelle	0,5	2796	0,7	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio Chișinău	0,0	0	0,0	0,7	2789	0,8	0,0	0	0,0	0,9	2799	1,5
Radio Auto Radio	0,5	2796	0,7	1,3	5577	1,5	1,9	8362	2,4	0,0	0	0,0
Radio Europa Liberă	0,5	2796	0,7	0,7	2789	0,8	0,6	2787	0,8	0,0	0	0,0
Radio Europa Plus	1,5	8389	2,1	1,3	5577	1,5	1,3	5575	1,6	0,0	0	0,0
Radio Fresh FM	2,1	11185	2,8	0,7	2789	0,8	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0
Radio GRT FM	1,0	5592	1,4	0,7	2789	0,8	1,9	8362	2,4	1,8	5598	2,9
Radio Hit FM	13,4	72701	18,2	8,7	36252	9,8	4,5	19511	5,6	0,0	0	0,0
Radio Jurnal FM	1,0	5592	1,4	0,7	2789	0,8	1,3	5575	1,6	0,0	0	0,0
Radio Kiss FM	7,7	41943	10,5	3,4	13943	3,8	1,9	8362	2,4	0,0	0	0,0
Radio Maestro FM	0,5	2796	0,7	0,7	2789	0,8	0,6	2787	0,8	0,0	0	0,0
Radio Megapolis	0,5	2796	0,7	2,0	8366	2,3	0,6	2787	0,8	0,9	2799	1,5
Radio Moldova	4,1	22369	5,6	16,1	66926	18,0	16,2	69683	19,8	29,5	92374	48,5
Radio Noroc	11,9	64312	16,1	17,4	72503	19,5	20,8	89195	25,4	11,6	36390	19,1
Radio Plai	1,0	5592	1,4	2,0	8366	2,3	0,6	2787	0,8	2,7	8398	4,4
Radio Prime FM	0,5	2796	0,7	0,7	2789	0,8	0,6	2787	0,8	1,8	5598	2,9
Radio Pro FM	2,6	13981	3,5	0,0	0	0,0	1,3	5575	1,6	0,0	0	0,0
Radio Publika FM	0,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,6	2787	0,8	0,0	0	0,0
Radio Retro FM	1,5	8389	2,1	4,7	19520	5,3	3,9	16724	4,8	0,9	2799	1,5
Radio Polidisc Russkoe Radio	11,3	61516	15,4	14,1	58560	15,8	9,7	41810	11,9	2,7	8398	4,4
Radio Serebrenii Dojdi	0,5	2796	0,7	0,7	2789	0,8	1,3	5575	1,6	0,9	2799	1,5
Radio Stil	0,5	2796	0,7	1,3	5577	1,5	1,3	5575	1,6	0,0	0	0,0
Radio Vocea Basarabiei	2,1	11185	2,8	2,0	8366	2,3	6,5	27873	7,9	5,4	16795	8,8
Altele	9,3	50331	12,6	9,4	39040	10,5	8,4	36235	10,3	7,1	22394	11,8

/Nota: Valorile DR în segmentări sunt rotunjite; din această cauză pot exista cazuri în care DR % are valoarea de 0,0 % și DR (persoane) are valori diferite de zero./



Ghid de utilizare a indicatorilor de audiență

TV/Radio

- **Daily Reach (% și mii persoane)** (Penetrarea netă, alte denumiri – Net reach, Unduplicated Reach, Audiența netă zilnică): prezintă numărul de persoane care a vizionat/ascultat ÎNTR-O ZI minim 15 minute un canal tv. Persoanele care au vizionat de mai multe ori, mai mult de 15 minute, nu se iau în considerare decât o singură dată, indiferent de durata vizionării/ascultării. Este exprimat în procente din eșantionul ponderat și mii persoane din universul cercetării.
- **Weekly Reach (% și mii persoane)** prezintă numărul de persoane care au vizionat/ascultat cel puțin o dată într-o săptămână obișnuită (medie) un canal tv (persoane neduplicate expuse minim 15 minute în decursul SĂPTĂMÎNII obișnuite). Se calculează prin numărarea persoanelor care au vizionat/ascultat respectivul canal TV sau post de radio în ultimele 7 zile. Este exprimat în mii persoane din universul cercetării.
- **Market Share (partea de piață/cota de piață)** reprezintă procentul din volumul total de vizionare (numărul total de sferturi de oră vizionate) ce revine fiecărui canal tv. Este exprimat în procente din volumul total de vizionare (din numărul de sferturi de oră vizionate).
- **Average Quarter Rating (AQR) (Rating-ul unui sfert de oră mediu/Audiența zilnică brută pe sfert de oră)** reprezintă procentul din populație care vizionază un anumit post tv într-un „sfert de oră mediu”. Este exprimat în procente din eșantionul ponderat și în mii persoane din universul cercetării.
- **Average Time Spent (ATS)** - Durata medie a vizionării exprimată în minute reprezintă timpul petrecut în medie de un telespectator pe un canal (sau pe toate). Se calculează raportând suma sferturilor de oră vizionate/ascultate a unui canal sau a posturilor la produsul dintre numărului de telespectatori a canalului respectiv sau a posturilor și la valoarea unui sfert de oră (15).
- **Prime Time (PT)** - Intervalul orar în care canalele tv se bucură de o audiență maximă. Impactul mesajelor publicitare difuzate în acest interval de timp este cel mai ridicat, dar și tarifele percepute sunt cele mai mari. Pentru emisiunile tv orele de vârf sunt între 19:00 – 22:59 - cu unele variații, de la o țară la alta.



Profilul ascultătorilor – fiecare canal tv își are target-ul său de telespectatori. Acesta se identifică prin anumite caracteristici demografice ca: gen, vârstă, statut ocupațional, studii, mediu de trai, limbă vorbită etc.

Indicatorii de audiență raportați la Mediul de trai – Mediul de trai poate fi o caracteristică decisivă de modificare a indicatorilor de audiență. Acesta influențând atât numărul de canale care pot fi recepționate în într-o anumită localitate cât și preferințele de vizionare a populației.

Indicatorii de audiență raportați la zi din săptămână – Indicatorii de audiență pot atinge valori diferite în zilele unei săptămâni. Cauzele pot fi programul canalului respectiv, în ziua respectivă, cât și stilul de viață al telespectatorilor. O analiză între profilul telespectatorilor, indicatorii raportați la zilele din săptămână și grila de program a unui post pot identifica aceste cauze.

Indicatorii de audiență raportați la intervalele orare – de asemenea valoarea indicatorilor poate varia și în funcție de ora vizionării. Vizionarea TV nu este constantă pentru toate intervalele orare ale zilei.

Presa Scrisă

● **Notorietate a mărcii** - Gradul de recunoaștere/ popularitatea (a) unei mărci în rândul publicului (clienții potențiali, subiecții unei cercetări prin sondaj etc), expresie a renumelui sau celebrității sale. Acest indicator se exprimă sub formă de procent din populația totală care recunoaște marca respectivă.

● **Notorietate spontană (Spontaneous Recall)** - Abilitatea unui respondent de a-și aminti nume sau evenimente fără ajutorul intervievatorului sau procentul de persoane care citează în mod spontan marca, fără nici un alt indiciu din partea recenzorului.

● **Notorietate asistată (Aided Recall)** - O tehnică de cercetare prin care respondentul este ajutat într-o oarecare măsură să își amintească expunerea publicitară la o marcă. Ea exprimă procentul de persoane care recunosc marca dintr-o listă cuprinzând mai multe mărci diferite, propusă de cercetător.

● **Average issue readership (AIR)** sau cititori per apariție (CpA)

● **Market Share (partea de piață/cota de piață)** proporția actelor de citire a unui cotidian/săptămânal/lunar raportat la totalul însumat al actelor de citire dintr-o zi. Partea de piață (MS) este cel mai sintetic indicator de audiență. El reflectă performanța comparativă a fiecărui cotidian/săptămânal/lunar. Se calculează din numărul de persoane care au citit un anumit cotidian/săptămânal/lunar într-o perioadă determinată de timp, raportat la numărul de persoane din eșantion care au citit un cotidian/săptămânal/lunar în perioada respectivă x 100.



● **Profilul cititorilor** – fiecare cotidian/săptămânal/lunar își are target-ul său de cititori. Acesta se identifică prin anumite caracteristici demografice ca: gen, vârstă, statut ocupațional, studii, mediu de trai, limbă vorbită etc.

Identificarea profilului cititorilor unui anumit cotidian/săptămânal/lunar poate determina dacă caracteristicile cititorilor sunt aceleași cu a target-ului dorit sau dacă diferă și pe ce caracteristici anume.

De asemenea, prin compararea profilului unui cotidian/săptămânal/lunar cu celelalte de pe piață putem identifica cotidianul/săptămânalul/lunarul care pot fi considerate competitori direcți raportat la cititorii țintă, sau ce post poate deveni concurent dacă cotidian/săptămânal/lunar-ul respectiv tinde să schimbe cititorii țintă.

Profilul cititorilor unui cotidian/săptămânal/lunar contribuie considerabil și la determinarea de către agenții publicitari dacă promovarea unui produs/ serviciu pe un anumit cotidian/săptămânal/lunar este eficientă, adică dacă spotul respectiv va ajunge la publicul țintă.



Prezentarea companiei IMAS-INC Chișinău

Cine suntem

Înființată în 2001, ca filială a IMAS S.A. București, IMAS-INC Chișinău cumulează atât experiența de 20 ani a companiei-mamă din România, cât și 11 ani în derularea de studii cantitative și calitative pe piața Republicii Moldova.

Fie că a fost vorba despre parteneri internaționali sau locali, toți s-au bucurat de acuratețea datelor furnizate de noi. Suntem cei care am impus noi standarde de calitate în culegerea datelor pe piața Republicii Moldova; și nu ne-am oprit doar la asta. Ne-am propus să atingem noi nivele, prin recrutarea atentă a membrilor echipei noastre – angajați și colaboratori – prin specializarea fiecărui angajat și prin măsuri de control al calității la fiecare nivel al proiectelor. Și toată această muncă o facem pentru că noi știm cât este de important să vă bazați deciziile dvs. pe date de încredere.

Viziune

În cadrul fiecărui proiect de cercetare cantitativă punem accent pe trei aspecte pe care nu numai că le respectăm, dar le și îmbunătățim continuu: acuratețea datelor, plus valoarea și respectarea termenelor.

Bazându-ne pe un departament de culegere de date bine structurat și organizat (5 coordonatori regionali, peste 200 de operatori de interviu cu experiență), pe un control riguros al muncii efectuate (5 verificatori regionali), pe dotări moderne (2 sedii în Chișinău plus alte locații în republică, 55 laptopuri, 30 calculatoare, centrală telefonică, servere etc.) și cercetători experimentați, putem derula studii cantitative la nivel național sau local, indiferent de volumele eșantioanelor solicitate.

Soluții

Cu o gamă largă de servicii de cercetare calitative sau cantitative, compania noastră poate răspunde oricărei provocări metodologice pentru studii de piață, de audiență, socio-politice etc. La experiența acumulată de-a lungul anilor putem adăuga faptul că compania noastră beneficiază în premieră pentru Republica Moldova de interviuarea telefonică asistată de calculator (CATI) sau cea care utilizează calculatoare portabile (CAPI).

Avantajele oferite

- Experiență acumulată și demonstrată în realizarea studiilor în ultimii 10 ani pe piața din Rep. Moldova;
- Expertiză metodologică pentru studii cu grad mare de dificultate: sondaje de audiență, exit-poll;
- Resurse umane foarte bine pregătite și instruite la toate nivelurile: management, cercetători;
- Capacitate de organizare și planificare a operațiilor, disciplină în execuție (documente procedurale);
- Tehnici de interviu moderne, rapide și cu costuri scăzute – CATI, CAPI;
- Dotări necesare derulării proiectelor de cercetare la cele mai înalte standarde;
- Consultanță după finalizarea proiectelor de cercetare;
- Și nu în ultimul rând, cel mai bun raport preț-calitate.

Institutul de Marketing și Sondaje IMAS-INC Chișinău

Str. Fierarilor 6, MD-2001, Chișinău, Republica Moldova

Relații la: tel. (+373) 22 26 00 96; fax. (+373) 22 54 27 40

web: www.imas-inc.md, **e-mail:** office@imas-inc.md