

AUDIENȚE-MASURARE-LICITAȚIE / IMAS – Marketing și Sondaje și Mercury Reseach vor măsura audienței radio în perioada 2008 – 2011

București (MEDIA EXPRES) /19 sep 2007 / IMAS – Marketing și Sondaje și Mercury Reseach vor măsura audienței radio în perioada 2008 – 2011, potrivit unui comunicat difuzat de Consiliul Național al Audiovizualului (CNA).

Decizia a fost luată la 17 septembrie 2007 de membrii Comisiei Paritare, formată din cinci membri CNA și 10 membri ARA (din care cinci reprezentanți ai posturilor de radio și 5 reprezentanți ai agențiilor de publicitate).

La licitație au participat 3 competitori: IMAS – Marketing și Sondaje, Mercury Reseach și consorțiul Metro Media Transilvania - INSOMAR.

Consiliul Național al Audiovizualului anunță că în perioada 2008-2011, companiile IMAS – Marketing și Sondaje și Mercury Reseach vor fi măsurătorii audiențelor radio.

Potrivit comunicatului CNA, în cadrul acestei licitații s-a stabilit o nouă metodologie de măsurare: vor exista 3 raportări ale datelor de audiență pe an, măsurarea în teren făcându-se continuu pe toată perioada anului. Cele 3 raportări vor reflecta 3 perioade de culegere a datelor care vor fi: ianuarie-aprilie, mai-august, septembrie-decembrie. În prima perioadă, se vor realiza 10.000 interviuri (dintre care 8.000 în mediul urban și 2.000 în mediul rural) iar în următoarele 2 perioade, volumul eșantionului va fi de 8.000 de interviuri pe val, în mediul urban.

Asociația pentru Radio Audiență s-a constituit pentru susținerea intereselor tuturor radiourilor și, în acest sens, stă la dispoziția potențialilor membri de pe această piață aflată în extindere. Din 2004, ARA intermediază comunicarea între companiile de cercetare și reprezentanții radiourilor și agențiilor interesați de audiențele radio. În prezent, ARA are 31 de membri, dintre care 13 agenții și 18 radiouri.

Gandul

IMAS și Mercury Research vor măsura audiența radio în perioada 2008 – 2011

Pe 17 septembrie, o Comisie Paritară formată din 5 membri CNA și 10 membri ai Asociației pentru Radio Audiență (5 reprezentanți ai posturilor de radio și 5 reprezentanți ai agențiilor de publicitate) a decis ce companii de cercetare vor măsura audiențele radio începând de anul viitor. La licitație au participat 3 competitori: IMAS - Marketing și Sondaje, Mercury Reseach și Metro Media Transilvania - INSOMAR.

Consiliul Național al Audiovizualului anunță că în perioada 2008-2011, măsurătorii audiențelor radio vor fi IMAS - Marketing și Sondaje și Mercury Research. În cadrul licitației s-a stabilit o nouă metodologie de măsurare: 3 raportări ale datelor de audiență anual, măsurarea în teren făcându-se continuu pe toată perioada anului. Cele 3 raportări vor reflecta 3 perioade de culegere a datelor: ianuarie-aprilie, mai-august și septembrie-decembrie. În prima perioadă, se vor realiza 10.000 interviuri (8.000 în mediul urban și 2.000 în mediul rural), iar în următoarele 2 perioade volumul eșantionului va fi de 8.000 de interviuri pe val, în mediul urban.

Asociația pentru Radio Audiență s-a constituit pentru susținerea intereselor tuturor radiourilor. Din 2004, ARA intermediază comunicarea între companiile de cercetare și reprezentanții radiourilor și agențiilor interesați de audiențele radio. În prezent, ARA este constituită din 31 de membri, dintre care 13 agenții și 18 radiouri. (D.P.)

Evenimentul zilei

IMAS și Mercury iau pulsul pietei de radio

Floriana Scanteie

Companiile IMAS - Marketing și Sondaje și Mercury Research vor măsura în continuare audiențele radio din România în perioada 2008-2011.

În urma unei licitații la care a participat și consorțiul Metro Media Transilvania - INSOMAR, membrii Comisiei Paritare, formată din membri ai Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) și Asociației pentru Radio Audiență (ARA), au desemnat luni castigatorii.

Sistem nou de măsurare

În cadrul licitației s-a stabilit o nouă metodologie de măsurare. Dacă până acum audiența radio era raportată în două valuri, primavara și toamna, de anul viitor vor exista trei raportări ale datelor

de audienta pe an, masurarea in teren facandu-se continuu pe toata perioada anului. Cele trei raportari vor reflecta trei perioade de culegere a datelor care vor fi in ianuarie-aprilie, mai-august, septembrie-decembrie. In prima perioada, se vor realiza 10.000 de interviuri (dintre care 8.000 in mediul urban si 2.000 in mediul rural), iar in urmatoarele doua perioade, volumul esantionului va fi de 8.000 de interviuri pe val, in mediul urban.

In prezent, audienta radio este masurata tot de IMAS - Marketing si Sondaje SA si de Mercury Research SRL. Cele doua companii de masurare a audientei radio au castigat licitatia din iulie 2003.

Ultimul val dat publicitatii de ARA, in primavara acestui an, a raportat audienta posturilor de radio la nivel national, urban, in Bucuresti si in Timisoara. Esantionul national a avut un volum de 11.173 de persoane.

In mediul urban s-au realizat 8.858 de interviuri, in Bucuresti s-au realizat 2.016 de interviuri, iar in Timisoara s-au realizat 1.029 de interviuri. In curand vor fi date publicitatii datele de audienta din toamna aceasta. Asociatia pentru Radio Audienta reuneste 31 de membri, din care 18 posturi de radio si 13 agentii de publicitate.

NewsIn

IMAS – Marketing și Sondaje și Mercury Research vor măsura audiența radio în 2008-2011

Comisia paritară formată din membri ai Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) și ai Asociației pentru Radio Audiență (ARA) au stabilit că firmele IMAS – Marketing și Sondaje și Mercury Research vor măsura audiența radio și în perioada 2008 - 2011, arată un comunicat al CNA transmis NewsIn.

Aceste două firme realizează și în prezent studiul de audiență radio.

Comisia paritară a decis ca noul sistem de măsurare să fie realizat în trei valuri, nu în două, ca și în prezent. "În cadrul acestei licitații s-a stabilit că vor exista trei raportări ale datelor de audiență pe an, măsurarea în teren făcându-se continuu pe toată perioada anului, ianuarie - aprilie, mai - august, septembrie - decembrie", arată comunicatul CNA. În prima perioadă, se vor realiza 10.000 interviuri, dintre care 8.000 în mediul urban și 2.000 în mediul rural, iar în următoarele două perioade, se vor realiza câte 8.000 de interviuri, în fiecare val, în mediul urban. La licitația pentru măsurarea audiențelor radio în perioada 2008 - 2011 au participat firmele IMAS - Marketing și Sondaje, Mercury Research și consorțiul Metro Media Transilvania - INSOMAR.

Comisia paritară a fost formată din cinci membri ai CNA și zece membri ai ARA, dintre care cinci reprezentanți ai posturilor de radio și cinci reprezentanți ai agențiilor de publicitate.

Institutul de Marketing și Sondaje (IMAS) este o firmă de cercetare de piață și realizează, în prezent, printre altele, Barometrul Opiniei Politice.

Mercury Research este o firmă de cercetare a pieței și are printre clienți companiile Coca Cola HBC, Kraft Foods România, Procter & Gamble, Orange și Romtelecom

Reporter Cătălin Daniel Cocoș

Editor Bogdan Oprea

Romania libera/19.09.2007

Dutu de la CNA dadea cu subsemnatul la Securitate

Inca un membru al Consiliului National al Audiovizualului (CNA) este banuit de colaborare cu Securitatea, urmand sa fie chemat saptamana viitoare la audieri.

Decizia a fost luata cu majoritate de voturi, in sedinta de ieri a Colegiului CNSAS. Surse din institutie ne-au declarat ca este vorba despre Constantin Dutu, care a intrat in CNA ca reprezentant al PRM, partidul retragandu-i insa sustinerea, din cauza ca nu a votat impotriva amendarii postului OTV.

Se pare ca Dutu are un dosar "urat", sustin surse din CNSAS. Notele informative ar fi "de toate tipurile", de la cine vorbea de rau partidul pana la cine cu cine era combinat. Mai mult, se pare ca era folosit pe post de "gazda", adica isi punea casa la dispozitia securistilor, care se intalneau acolo fie cu informatorii, fie cu cei urmariti. "Gazdele" erau alese dintre colaboratorii care prezentau cea mai mare incredere si care erau deosebit de activi. Sursele noastre spun ca relatia lui Constantin Dutu cu Securitatea a fost de lunga durata, de cel putin sase ani. Interesant este ca notele informative ale lui Dutu au fost extrase din propriul dosar de urmarire informativa. Nu este insa un caz singular, securistii mai avand astfel de scapari. Dosarul de retea nu este la CNSAS si Colegiul intentioneaza sa faca o cerere catre SRI.

Constantin Dutu neaga vehement ca ar fi avut de-a face cu Securitatea inainte de 1989, in ciuda multiplelor sale contracte artistice din strainatate, si sustine ca, dimpotriva, a fost persecutat. El spune ca nu a primit nici o notificare de la CNSAS. "Nu stiu nimic. Noi eram artisti, nu aveam de-a face cu asa ceva. Eu sunt un Mecena al acestui neam, am facut atata bine acestei tari. E o mizerie ca, la 72 de ani, sa terfelesti onoarea unui om", ne-a declarat fostul deputat PRM.

Alt BANUIT/ obiectiv TVR

Constantin Dutu nu este singurul membru CNA care se pare ca a avut legaturi cu Securitatea. Emanoil Valeriu, angajat vreme de ani de zile la televiziunea ceausista, a fost si el gasit ca furnizor de note informative catre Securitate si se pare ca a fost deja invitat sa se prezinte la audieri. Numele lui Emanoil Valeriu apare si in "dosarul de obiectiv" TVR in contexte deloc limpezi. Actualul membru CNA neaga colaborarea cu Securitatea.