



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

**Widownia programów
Polo TV, Eska TV, TTV, TV6 oraz TV Trwam
i Religia.tv
w okresie: 1 stycznia – 19 lutego 2012 r.**

(na podst. danych Nielsen Audience Measurement)

DEPARTAMENT MONITORINGU

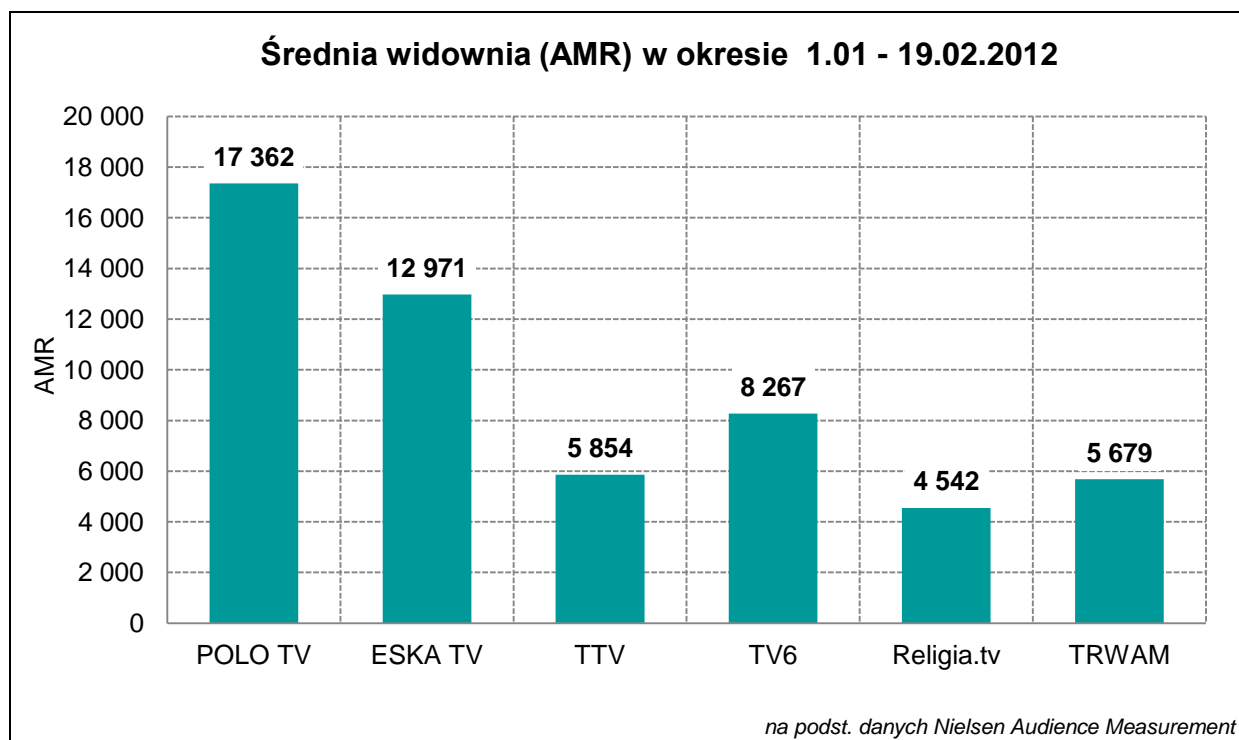
Warszawa 27 lutego 2012 r.

Wielkość widowni

W styczniu i lutym 2012 największą widownię, spośród analizowanych programów, które otrzymały rozszerzenie na nadawanie programu w sposób naziemny cyfrowy, gromadziły wyspecjalizowane programy muzyczne: Polo TV (ponad 17 tys. widzów) oraz Eska TV (prawie 13 tys.). Zdecydowanie mniej widzów przyciągnął program o charakterze wyspecjalizowanym informacyjno – publicystycznym TTV (niepełna 6 tys. widzów). Wymienione trzy programy obecne są na multipleksie 1 (MUX 1). Polo TV i Eska TV nadają na MUX 1 od 15 grudnia 2011 r., a TTV od 2 stycznia 2012 r.

Ponad 8 tys. widownię zgromadził w tym samym czasie, obecny na MUX 2, program TV6 adresowany do młodzieży (charakter wyspecjalizowany ze względu na odbiorcę, zapisany w koncesji).

Wyspecjalizowany program telewizji TRWAM (charakter programu: edukacyjno-poradniczy i religijny), który nie otrzymał rozszerzenia koncesji na nadawanie programu w sposób cyfrowy naziemny oglądała w tym okresie blisko 6 tys. widownia (5,7 tys.). Dla porównania program o charakterze społeczno – religijnym Religia.tv oglądało 4,5 tys. widzów.



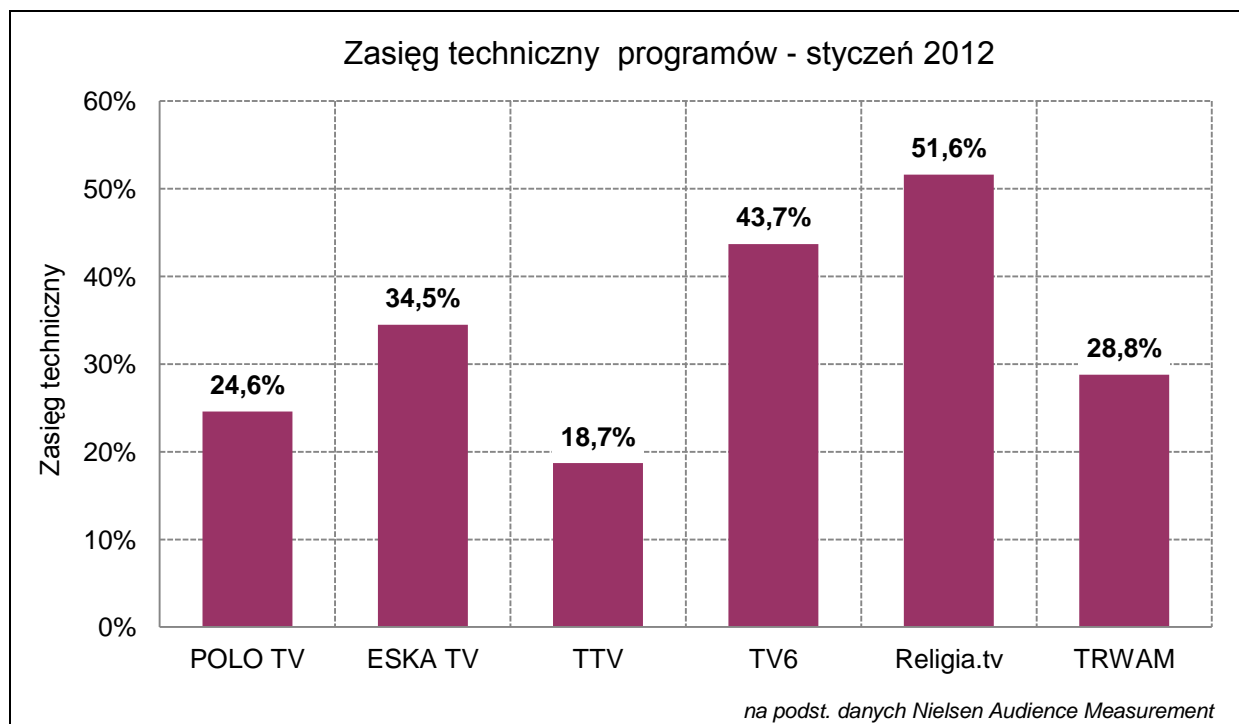
AMR – Average Minute Rating – średnia oglądalność minutowa programu.

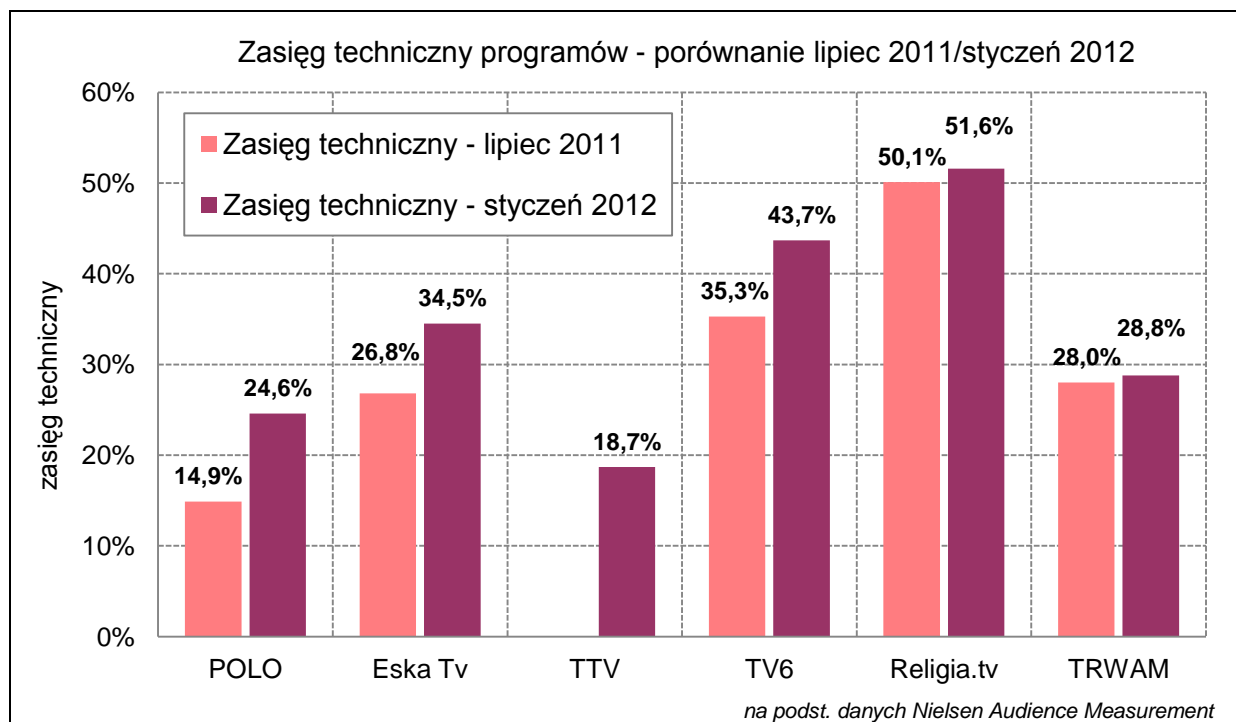
Zasięg techniczny programów (techniczna możliwość odbioru)

Spośród analizowanych programów obecnych na multipleksach, największy zasięg techniczny miał nadawany od 30 maja 2011 r. program TV6 (MUX - 2). Techniczną możliwość odbioru tego programu miała blisko połowa Polaków (44%). Mniej odbiorców posiadało dostęp do programów muzycznych – odpowiednio 1/4 (Polo TV) i 1/3 (Eska TV) ludności Polski. Jednocześnie były to programy o największej widowni. Niespełna 1/5 ludności Polski miała dostęp do programu TTV.

Techniczną możliwość odbioru programu telewizji Trwam miało w styczniu 2012 r. ok. 29%, a programu Religia.tv ok.52% ludności Polski.

Na załączonych wykresach przedstawiono zasięg techniczny analizowanych programów w styczniu 2012 r. oraz porównanie z lipcem 2011 r.

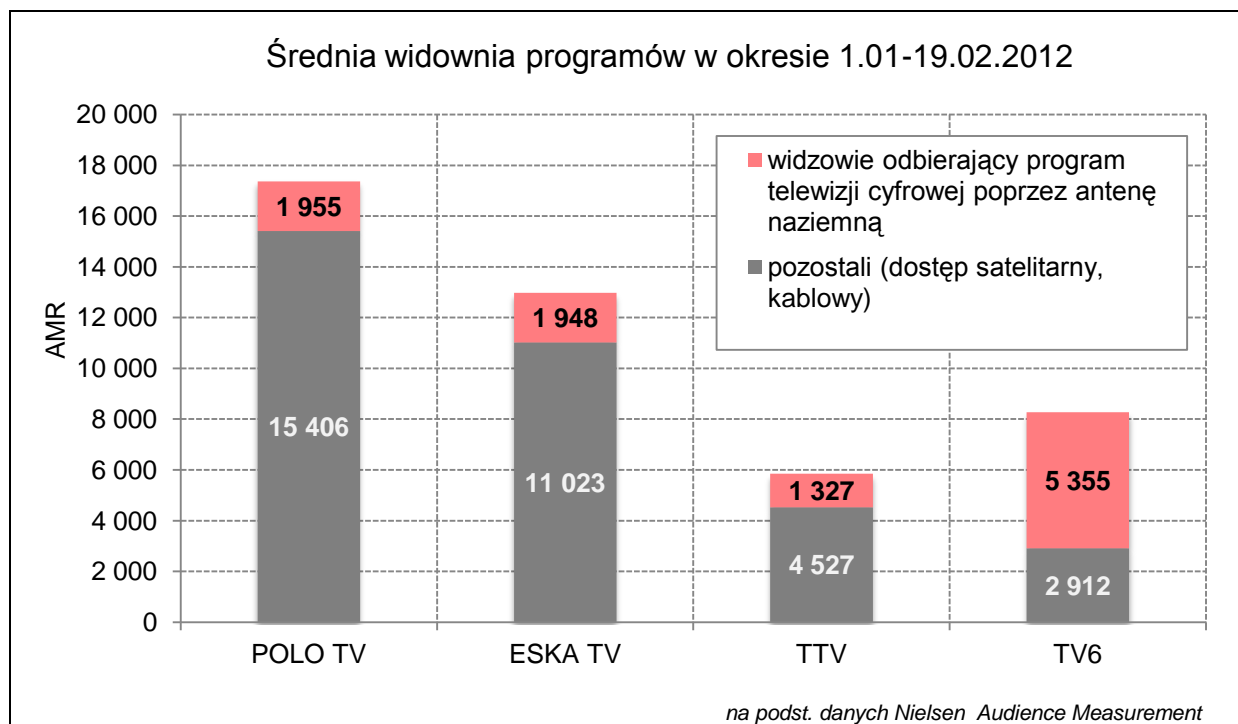




Programy obecne na multipleksach odbierane poprzez anteny naziemne to jednocześnie programy, które docierają do widzów drogą satelitarną i kablową. Techniczna możliwość odbioru tych programów, w porównaniu z lipcem 2011 r., zwiększyła się m.in. dzięki obecności na multipleksach.

W tabeli oraz na wykresie przedstawiono liczbę widzów poszczególnych programów ze względu na sposób odbioru:

Średnia widownia programów (AMR) w okresie 1.01 - 19.02.2012				
Sposób odbioru	MUX 1			MUX 2
	POLO	ESKA	TTV	TV6
Widzowie odbierający program telewizji cyfrowej poprzez antenę naziemną	1 955	1 948	1 327	5 355
Pozostali widzowie (dostęp satelitarny, kablowy)	15 406	11 023	4 527	2 912
Ogółem	17 362	12 971	5 854	8 267



Struktura demograficzna programów

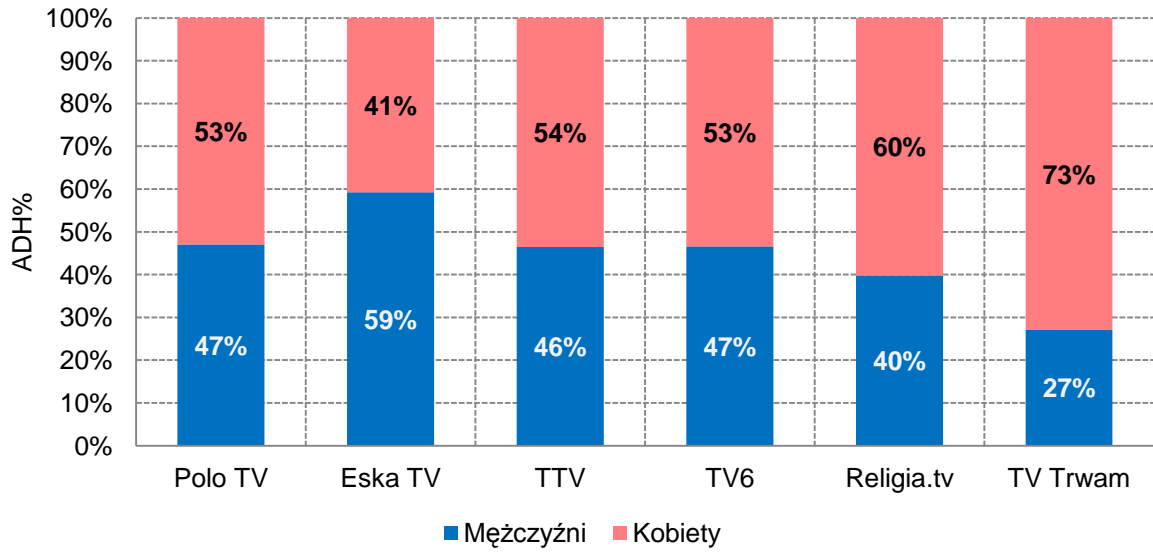
Wśród widzów prezentowanych programów, w analizowanym okresie więcej było kobiet niż mężczyzn, za wyjątkiem programu muzycznego ESKA TV, który preferowali mężczyźni. Największy odsetek kobiet miały programy religijne.

Programami religijnymi zainteresowane były zwłaszcza osoby starsze, przy czym największy odsetek widzów powyżej 60-tego roku życia (60+) przyciągał program Telewizji Trwam. Pozostałe programy miały młodszą widownię.

Największy odsetek widzów z wykształceniem podstawowym gromadził z kolei program Polo TV, natomiast z wykształceniem wyższym - Religia.tv.

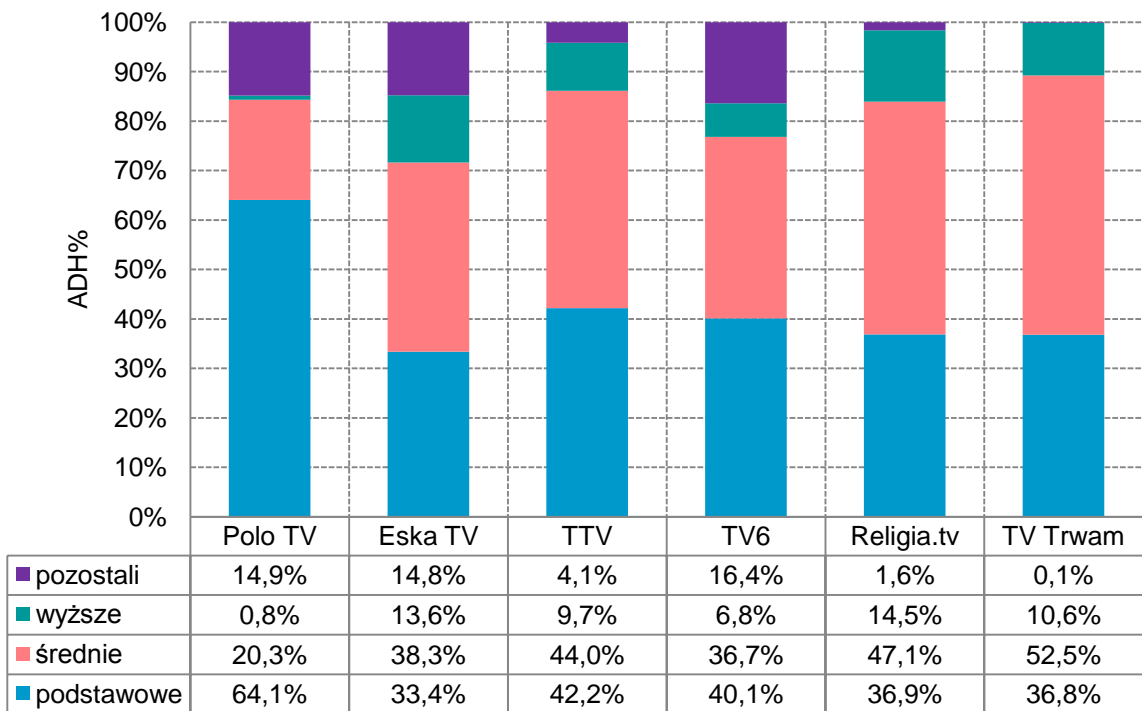
Szczegółowe dane i indywidualne różnice przedstawiono na załączonych wykresach.

Struktura demograficzna widowni - płeć
Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



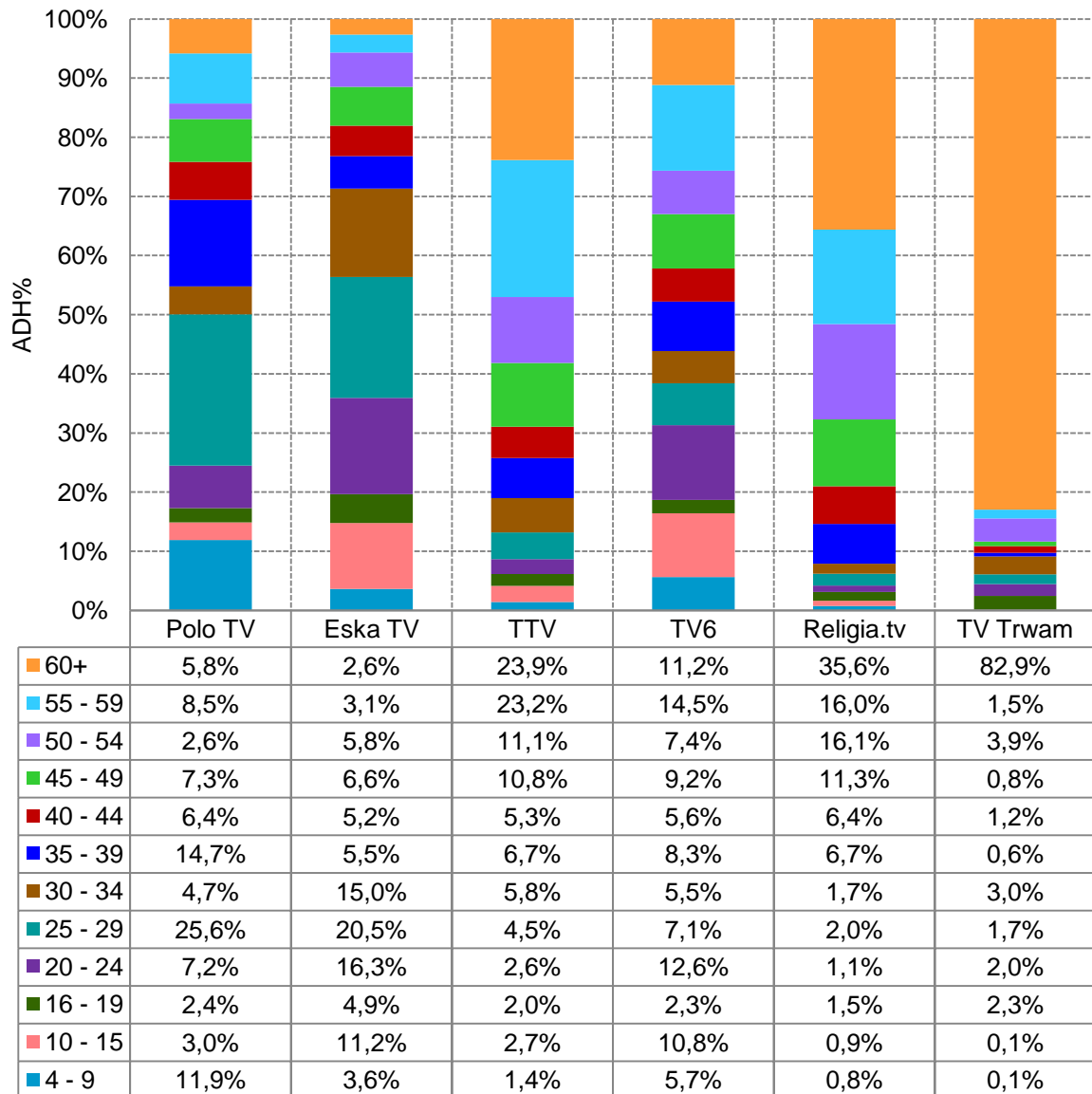
na podst. danych Nielsen Audience Measurement

Struktura demograficzna widowni - wykształcenie
Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



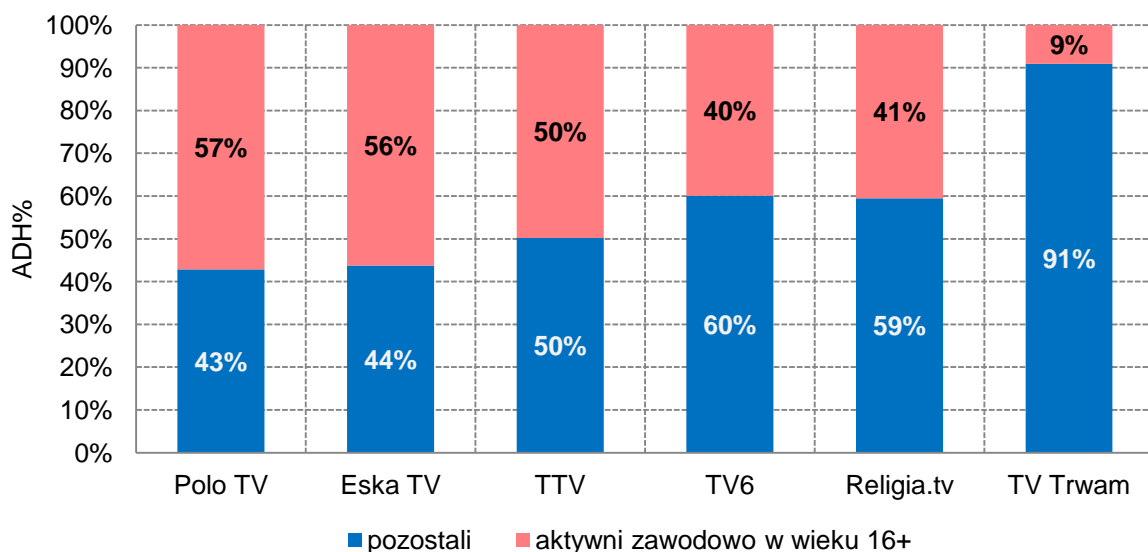
na podst. danych Nielsen Audience Measurement

Struktura demograficzna widowni - wiek
Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



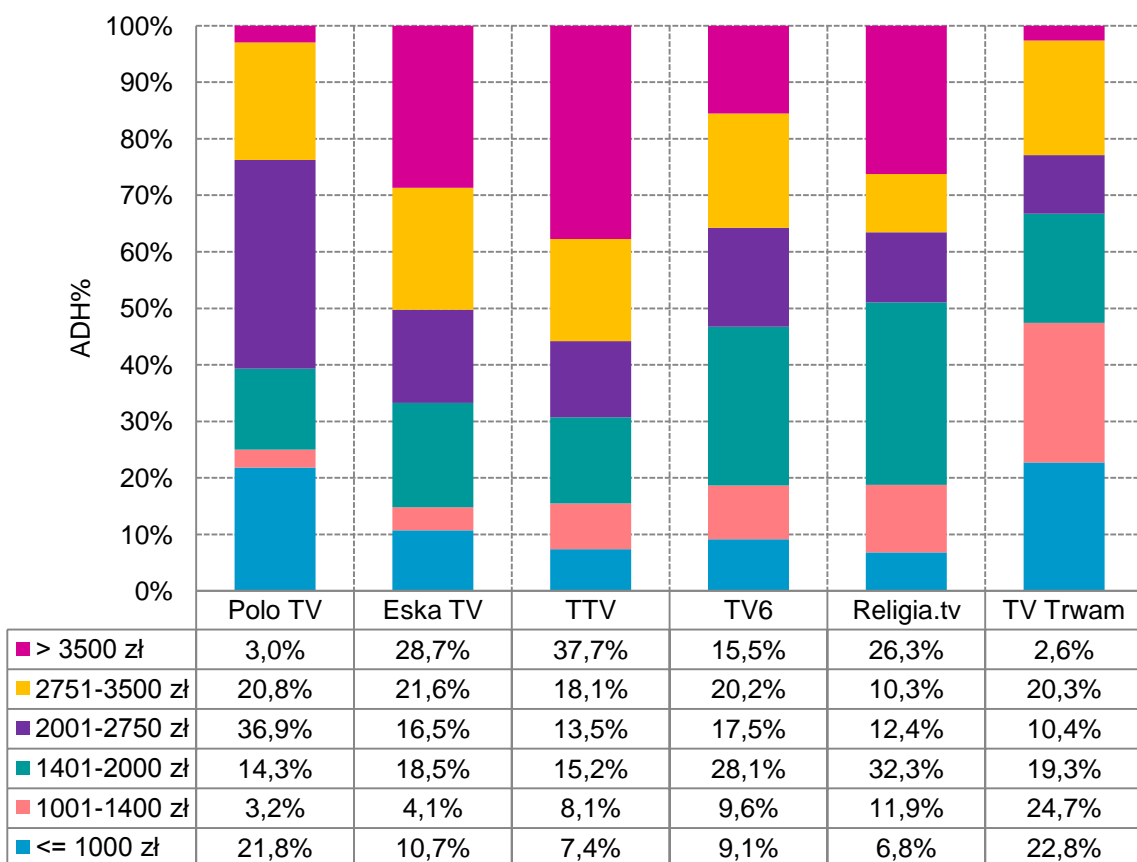
na podst. danych Nielsen Audience Measurement

Struktura demograficzna widowni - aktywność zawodowa Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



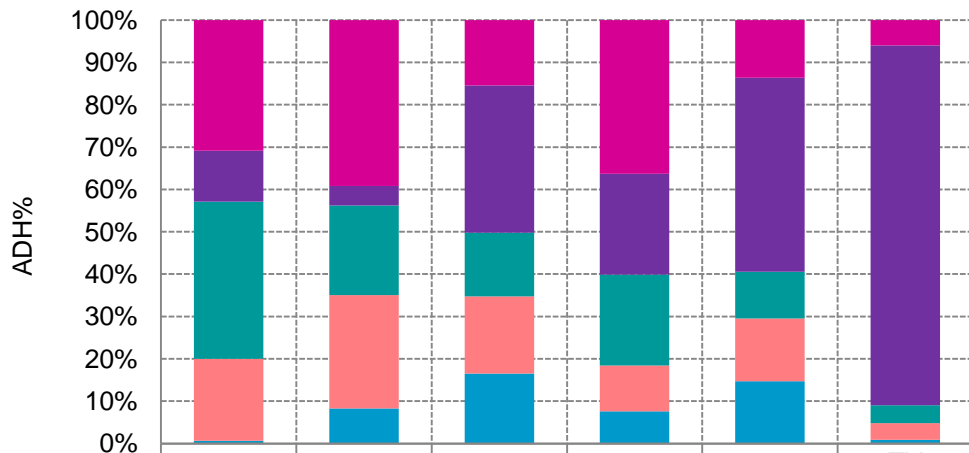
na podst. danych Nielsen Audience Measurement

Struktura demograficzna widowni - dochody Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



na podst. danych Nielsen Audience Measurement

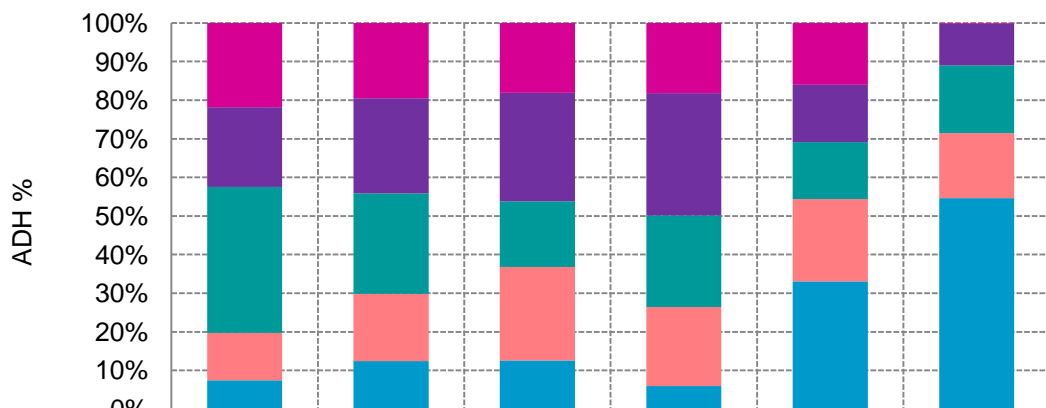
Struktura demograficzna widowni - zawód
Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



	Polo TV	Eska TV	TTV	TV6	Religia.tv	TV Trwam
pozostali	30,9%	39,2%	15,5%	36,3%	13,7%	6,0%
emeryci i renciści	12,0%	4,6%	34,7%	23,8%	45,8%	84,9%
robotnicy i rolnicy	37,2%	21,2%	15,1%	21,5%	11,0%	4,2%
klasa średnia	19,3%	26,8%	18,2%	10,8%	14,8%	4,0%
kadra kierownicza/wolny zawód	0,7%	8,3%	16,5%	7,6%	14,7%	0,9%

na podst. danych Nielsen Audience Measurement

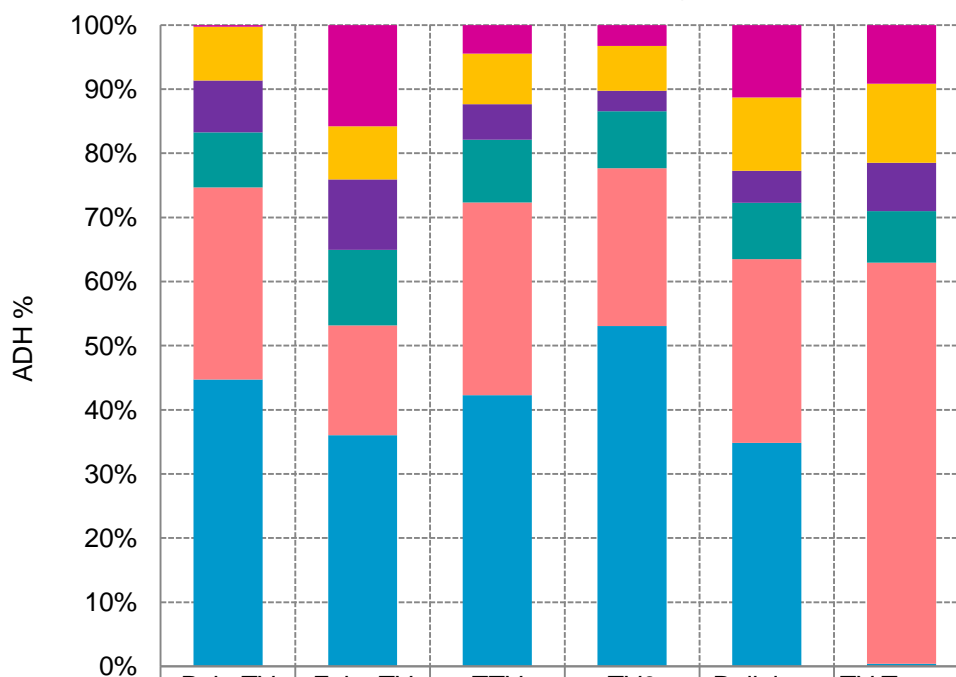
Struktura demograficzna Polo - liczba osób w rodzinie
TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam



	Polo TV	Eska TV	TTV	TV6	Religia.tv	TV Trwam
5+	21,8%	19,5%	18,1%	18,2%	17,9%	0,2%
4 osoby	20,7%	24,7%	28,1%	31,7%	16,5%	10,8%
3 osoby	37,8%	26,0%	17,1%	23,7%	16,5%	17,6%
2 osoby	12,2%	17,4%	24,2%	20,5%	23,8%	16,8%
1 osoba w rodzinie	7,5%	12,4%	12,6%	5,9%	36,9%	54,6%

na podst. danych Nielsen Audience Measurement

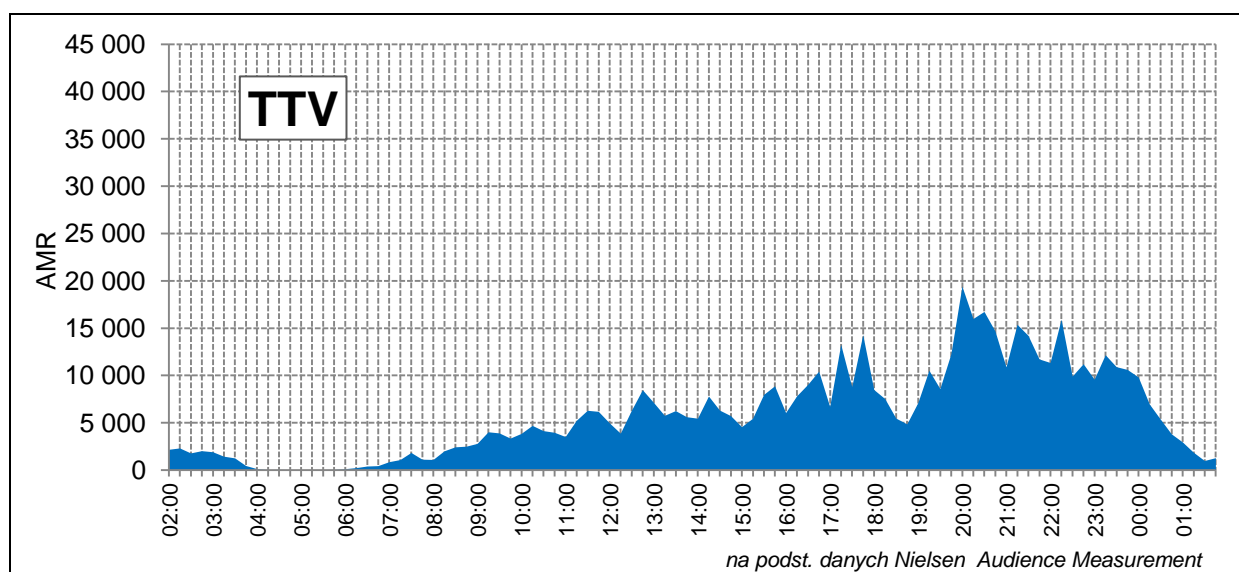
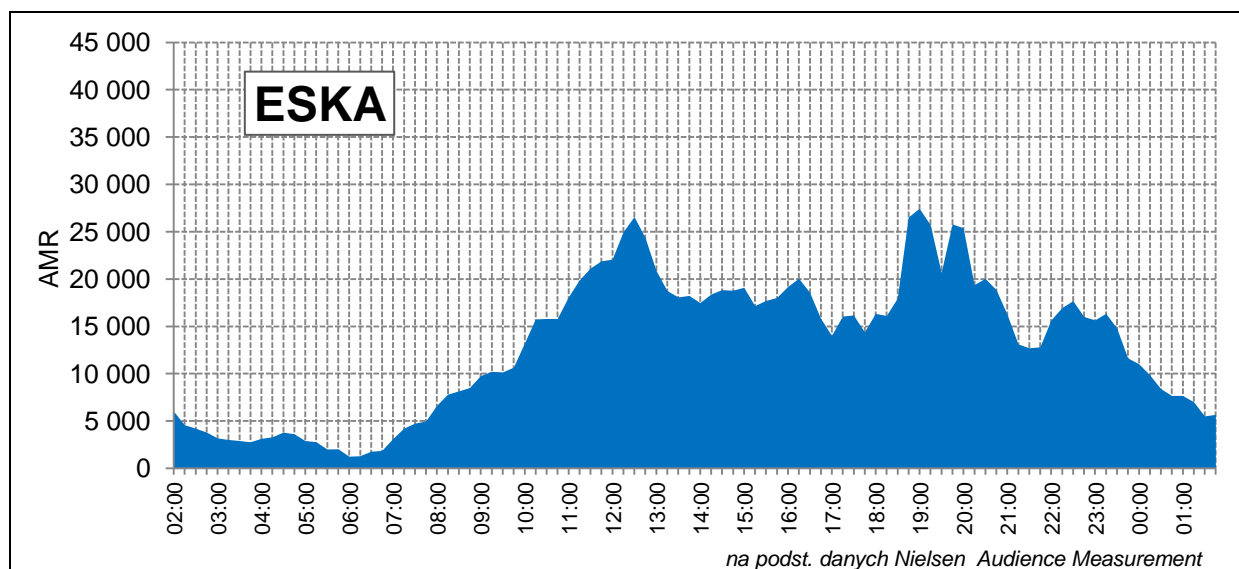
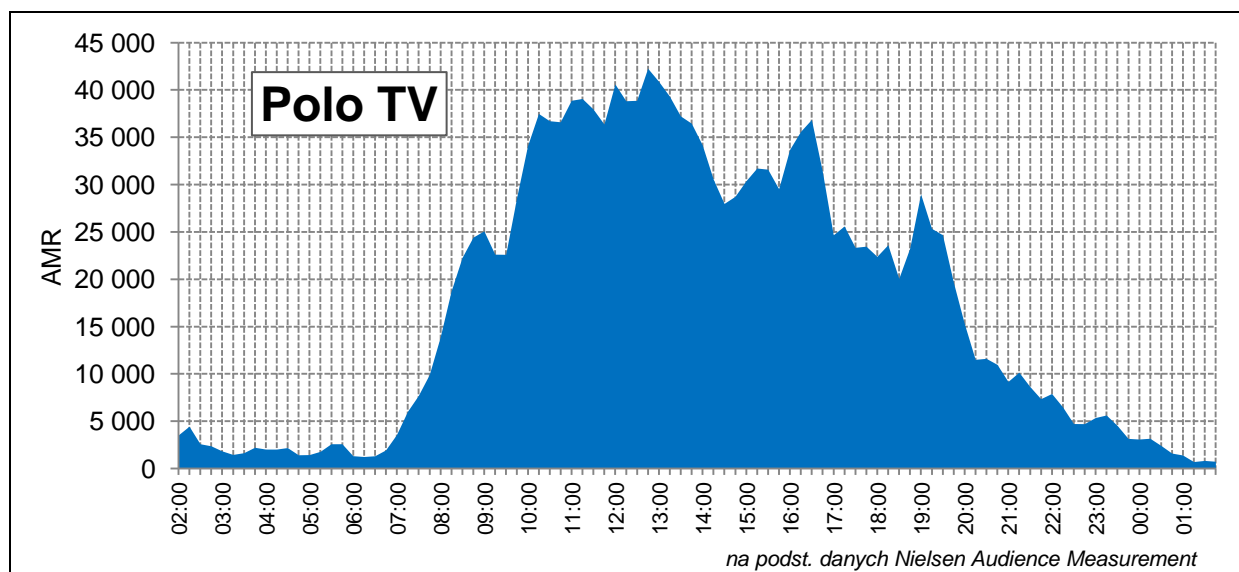
Struktura demograficzna - miejsce zamieszkania
Polo TV, TV6, TTV, Eska TV, Religia.tv i TV Trwam

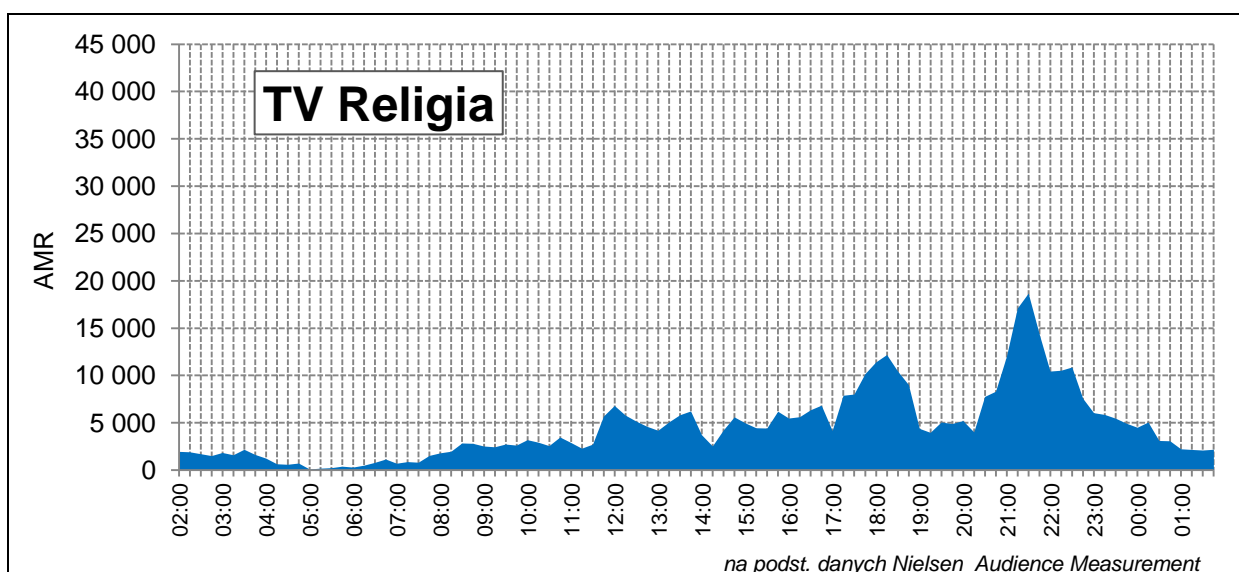
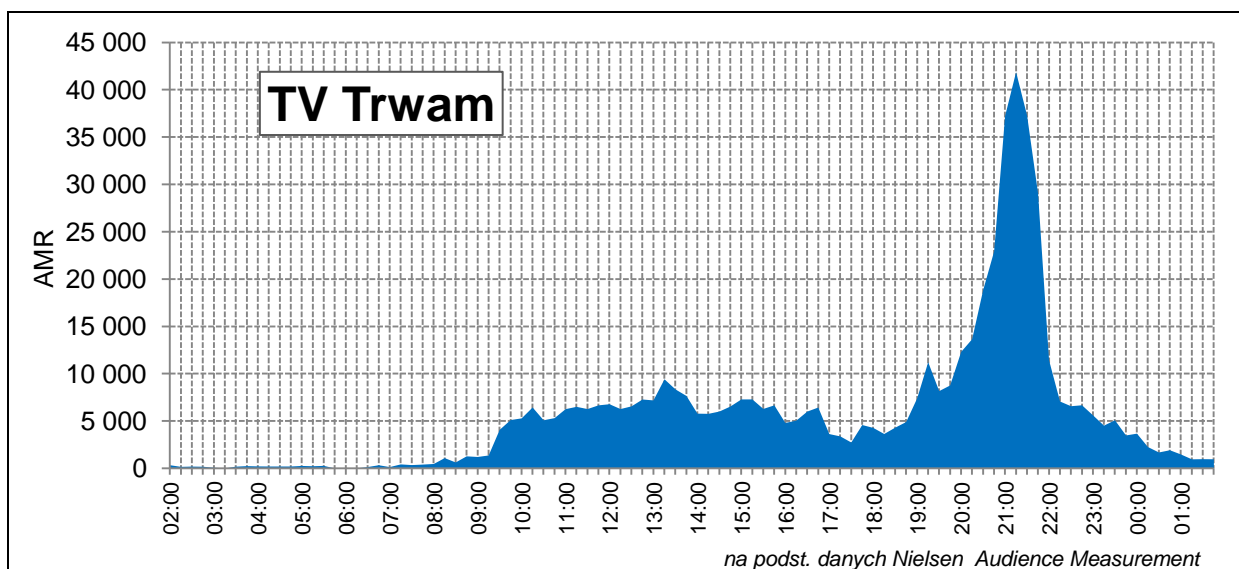
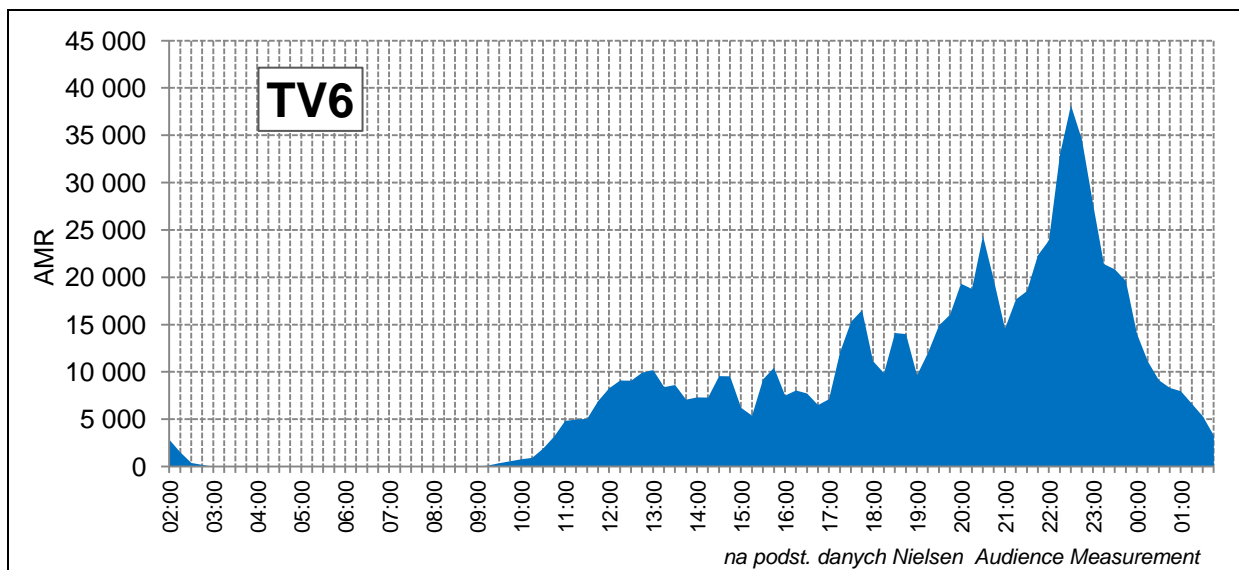


	Polo TV	Eska TV	TTV	TV6	Religia.tv	TV Trwam
■ miasta powyżej 500 tys.	0,2%	15,8%	4,5%	3,3%	11,3%	9,1%
■ 200 - 500 tys.	8,4%	8,3%	7,9%	7,0%	11,5%	12,4%
■ 100 - 200 tys.	8,1%	11,0%	5,6%	3,2%	5,0%	7,5%
■ 50 - 100 tys.	8,6%	11,8%	9,8%	8,9%	8,8%	8,1%
■ miasta poniżej 50 tys.	29,9%	17,1%	30,1%	24,6%	28,7%	62,5%
■ Wieś	44,7%	36,0%	42,3%	53,1%	34,8%	0,4%

na podst. danych Nielsen Audience Measurement

Dobowa oglądalność w dniach 1.01-19.02.2012 r.





W tabeli poniżej zamieszczono wielkość widowni (średnia liczba widzów) audycji katolickich w Programie 1 TVP oraz wielkość widowni podobnych audycji w Telewizji TRWAM.

Uwaga: porównując widownię audycji należy uwzględnić różny zasięg techniczny tych programów oraz różne pory nadawania audycji. Program 1 TVP może być odbierany z nadajników naziemnych (analogowo i cyfrowo) oraz z telewizji kablowych i z platform satelitarnych (zasięg 99,9%). Program Telewizji TRWAM dostępny jest za pośrednictwem telewizji kablowych oraz z satelity (zasięg 28,8%).

Widownia audycji katolickich w TVP1 – średnie w 2012 r. (do 19 lutego)				
TYTUŁ	Początek	Koniec	Czas trwania	Widownia
Między Ziemią a Niebem /MAG.RELIG./	11:54	12:45	00:42	1 026 675
Anioł Pański /transm. modlitwy Ojca Świętego/	12:00	12:07	00:07	1 006 727
Ziarno /Prog. relig. dla dzieci/	08:00	08:25	00:24	361 476
Transmisja Mszy Świętej	07:00	08:00	01:00	918 613
Widownia audycji w TV Trwam – średnie w 2012 r. (do 19 lutego)				
TYTUŁ	Pasma		Czas trwania	Widownia
Program dla dzieci	19:30 - 20:00:		00:30	8 553
Apel Jasnogórski	21:00 - 21:20		00:20	38 990
Transmisja Mszy Świętej	09:30 - 10:30		01:00	2 583
Modlitwa Anioł Pański	12:00 - 12:30		00:30	4 919

na podst. danych Nielsen Audience Measurement

ZAŁĄCZNIK 1

Średnia widownia programów w okresie 1 stycznia - 19 lutego 2012 r. (AMR- liczba widzów średnio na 1 min programu i w %)			
Lp.	Program	Widownia	Widownia %
1.	TVP1	1 162 936	3,26%
2.	Polsat	1 023 886	2,87%
3.	TVP2	939 778	2,63%
4.	TVN	937 916	2,63%
5.	TVN24	224 727	0,63%
6.	Others	194 295	0,54%
7.	TV4	161 625	0,45%
8.	TVN7	150 729	0,42%
9.	TV PULS	141 729	0,40%
10.	Polsat2	90 219	0,25%
11.	TVP Warszawa	71 227	0,20%
12.	Polsat News	67 484	0,19%
13.	Eurosport	64 609	0,18%
14.	Disney Channel	58 144	0,16%
15.	Cartoon Network	55 809	0,16%
16.	AXN	53 645	0,15%
17.	Disney XD	48 749	0,14%
18.	Discovery	45 392	0,13%
19.	Disney Junior	42 259	0,12%
20.	TVP Polonia	40 147	0,11%
21.	MiniMini	39 790	0,11%
22.	National Geographic	38 297	0,11%
23.	TVP Krakow	38 176	0,11%
24.	Nickelodeon	37 375	0,10%
25.	TVP Seriale	37 108	0,10%
26.	Polsat Sport	36 089	0,10%
27.	Others cable/satellite	34 257	0,10%
28.	VIVA Polska	34 028	0,10%
29.	TVN Turbo	32 864	0,09%
30.	TLC	30 049	0,08%
31.	Kino Polska	29 888	0,08%
32.	TVN Style	29 268	0,08%
33.	TVS	27 904	0,08%
34.	Comedy Central	26 316	0,07%
35.	TVP Poznan	25 986	0,07%
36.	TVP Lodz	25 196	0,07%

Średnia widownia programów w okresie 1 stycznia - 19 lutego 2012 r. (AMR- liczba widzów średnio na 1 min programu i w %)			
Lp.	Program	Widownia	Widownia %
37.	TVP Katowice	24 915	0,07%
38.	Ale Kino	22 573	0,06%
39.	TVP Sport	21 618	0,06%
40.	Polsat Film	21 206	0,06%
41.	Polsat JimJam	21 034	0,06%
42.	Tele5	20 752	0,06%
43.	TVP Wroclaw	20 603	0,06%
44.	13th Street Universal	20 305	0,06%
45.	Polsat Play	20 130	0,06%
46.	HBO	19 914	0,06%
47.	Polsat Cafe	19 256	0,05%
48.	Discovery Science	18 839	0,05%
49.	4fun.tv	18 157	0,05%
50.	TVP Gdansk	17 764	0,05%
51.	Polo TV	17 362	0,05%
52.	FOXLife	16 751	0,05%
53.	Universal Channel	16 735	0,05%
54.	Animal Planet	16 548	0,05%
55.	TVP Kultura	16 472	0,05%
56.	Boomerang	15 959	0,04%
57.	Zone Europa	15 956	0,04%
58.	Zone Reality	15 824	0,04%
59.	FilmBox	15 764	0,04%
60.	Superstacja	15 702	0,04%
61.	TVP HD	14 411	0,04%
62.	TVP Bialystok	14 253	0,04%
63.	Discovery World	14 235	0,04%
64.	Eurosport2	14 162	0,04%
65.	Comedy Central Family	13 531	0,04%
66.	TCM	13 506	0,04%
67.	Eska TV	12 971	0,04%
68.	Nat Geo Wild	12 741	0,04%
69.	MTV Polska	12 672	0,04%
70.	Planete	12 476	0,03%
71.	HBO2	12 194	0,03%

Średnia widownia programów w okresie 1 stycznia - 19 lutego 2012 r. (AMR- liczba widzów średnio na 1 min programu i w %)			
Lp.	Program	Widownia	Widownia %
72.	HISTORY	12 127	0,03%
73.	TVP Bydgoszcz	11 163	0,03%
74.	AXN Crime	11 136	0,03%
75.	TVP Historia	10 730	0,03%
76.	TVP Lublin	9 509	0,03%
77.	BBC Entertainment	9 099	0,03%
78.	Canal+	9 036	0,03%
79.	teleTOON+	8 742	0,02%
80.	Zone Romantica	8 562	0,02%
81.	Canal+ Film	8 513	0,02%
82.	TV6	8 267	0,02%
83.	TVP Szczecin	7 977	0,02%
84.	Polsat Crime & Investigation Network	7 925	0,02%
85.	kuchnia.tv	7 833	0,02%
86.	Canal+ Sport	7 820	0,02%
87.	TVN Meteo	7 768	0,02%
88.	HBO Comedy	7 579	0,02%
89.	Polsat Sport Extra	7 503	0,02%
90.	Extreme Sports	7 435	0,02%
91.	Travel Channel	7 394	0,02%
92.	BBC Knowledge	7 309	0,02%
93.	BBC CBeebies	7 211	0,02%
94.	Orange Sport	6 805	0,02%
95.	Domo	6 414	0,02%
96.	Sportklub	6 316	0,02%
97.	TTV - Twoja Telewizja	5 854	0,02%
98.	TV Trwam	5 679	0,02%
99.	TVP Rzeszow	5 576	0,02%
100.	AXN Sci-Fi	5 391	0,02%
101.	ITV	5 299	0,01%
102.	Club TV	5 270	0,01%
103.	BBC Lifestyle	4 664	0,01%
104.	TVN CNBC	4 630	0,01%
105.	Religia.tv	4 542	0,01%
106.	TVP Gorzow Wielkopolski	4 541	0,01%
107.	TVP Kielce	4 083	0,01%

Średnia widownia programów w okresie 1 stycznia - 19 lutego 2012 r. (AMR- liczba widzów średnio na 1 min programu i w %)			
Lp.	Program	Widownia	Widownia %
108.	Scifi Universal	3 840	0,01%
109.	Wedding TV	3 786	0,01%
110.	Investigation Discovery	3 637	0,01%
111.	Polonia1	3 438	0,01%
112.	FOX	3 429	0,01%
113.	Discovery Historia	2 456	0,01%
114.	CSB TV	2 427	0,01%
115.	VH1 Europe	2 367	0,01%
116.	TVP Olsztyn	1 999	0,01%
117.	TV Biznes	1 989	0,01%
118.	Kino Polska Muzyka	1 831	0,01%
119.	Cinemax	1 526	0,00%
120.	Euronews	1 449	0,00%
121.	Cinemax2	1 432	0,00%
122.	Viacom Blink	1 140	0,00%
123.	Rebel.tv	1 028	0,00%
124.	TVN+1	982	0,00%
125.	Polsat Futbol	924	0,00%
126.	TVR	886	0,00%
127.	Czworka Polskie Radio	829	0,00%
128.	TVP Opole	825	0,00%
129.	Mango24	709	0,00%
130.	Canal+ Gol	648	0,00%
131.	ESPN Classic	577	0,00%
132.	Fashion	341	0,00%
133.	TV5	305	0,00%
134.	BBC World	251	0,00%
135.	Pierwyj kanal	220	0,00%
136.	Sat1	136	0,00%
137.	CNN	134	0,00%
138.	RTL	114	0,00%
139.	Canal+ Weekend	88	0,00%
140.	DSF	83	0,00%
141.	N3	79	0,00%
142.	Deutsche Welle	79	0,00%
143.	ARD1	70	0,00%
144.	TV Nova	56	0,00%
145.	Pro7	52	0,00%

Średnia widownia programów w okresie 1 stycznia - 19 lutego 2012 r. (AMR- liczba widzów średnio na 1 min programu i w %)			
Lp.	Program	Widownia	Widownia %
146.	ZDF	51	0,00%
147.	NTV	41	0,00%
148.	Rodin TV	41	0,00%
149.	VIVA	33	0,00%

Średnia widownia programów w okresie 1 stycznia - 19 lutego 2012 r. (AMR- liczba widzów średnio na 1 min programu i w %)			
Lp.	Program	Widownia	Widownia %
150.	CNBC	20	0,00%

na podst. danych Nielsen Audience Measurement

Definicje użytych wskaźników

Average Minute Rating – dosł. średnia oglądalność minutowa – wskaźnik opisujący średnią wielkość widowni oglądającej audycję lub program w dowolnie określonym odcinku czasu. Widownia może być wyrażona w tys. osób bądź w proc. Wskaźnik może odnosić się do całej populacji lub do określonej grupy celowej. Średnią oglądalność minutową dla całego programu oblicza się, sumując wszystkie średnie ratingi minutowe (średnią wielkość widowni oglądającej dany program w określonej minucie), a następnie dzieląc otrzymaną sumę przez czas trwania programu.

ADH% służy do badania struktury widowni. Mówi o tym, jaki udział (procentowy) miała dana grupa celowa w oglądanie telewizji (np. programu konkretnej audycji, czy też pasma w danym okresie).

ZAŁĄCZNIK 2

W tabeli przedstawiono procent ludności Polski mający techniczną możliwość odbioru danego programu telewizyjnego (tzw. zasięg techniczny).

	PROGRAM	zasięg w styczniu 2012
1	TVP1/TVP1 HD	99,9
2	TVP2	99,9
3	Polsat/Polsat HD	98,4
4	TVP Info	96,3
5	TVN\TVN HD	92,2
6	TV CZTERY	85,4
7	TV Puls	82,0
8	TVP Polonia	73,2
9	TVN 7\TVN 7 HD	71,4
10	TVP Kultura	67,2
11	VIVA Polska	65,6
12	TVN24	63,2
13	Mango24	62,7
14	TVN Style\TVN Style HD	62,5
15	TVN Turbo\TVN Turbo HD	62,1
16	Tele 5	62,0
17	TVN Meteo	61,4
18	Discovery	60,8
19	Eurosport\Eurosport HD	60,8
20	4fun.tv	60,1
21	ITV	59,5
22	National Geographic\National Geographic HD	58,5
23	Polsat 2	57,7
24	TVN CNBC	56,9
25	TLC	56,7
26	Animal Planet	56,6
27	AXN\AXN HD	56,3
28	Kino Polska	56,1
29	Polonia 1	55,9
30	Discovery Science	55,7
31	TV5	55,6
32	Superstacja	55,1
33	MTV	54,9
34	TVS\TVS HD	53,7
35	DW	52,4
36	Euronews	51,9
37	Religia.tv	51,6

	PROGRAM	zasięg w styczniu 2012
38	TV Biznes	51,4
39	Comedy Central Family	51,0
40	Comedy Central	50,9
41	BBC World	50,8
42	TVP Warszawa	50,5
43	Polsat News	48,9
44	TVP Sport	48,4
45	Discovery World	48,1
46	Polsat Cafe	48,1
47	France 24 Fra	47,2
48	CNN	47,1
49	Filmbox	46,1
50	Fashion	45,9
51	Disney XD	45,6
52	Club TV [Zone Club]	45,1
53	Travel Channel	44,9
54	FOXlife\FOXlife HD	44,2
55	Polsat Sport	44,0
56	Disney Channel	43,8
57	TV6	43,7
58	Bloomberg	43,4
59	Zone Reality	43,1
60	TVP Seriale	42,4
61	Zone Europa	41,7
62	France 24 Eng	41,5
63	National Geographic Wild\National Geographic Wild HD	41,5
64	Eurosport 2\Eurosport 2 HD	40,9
65	RTL	40,9
66	Zone Romantica	40,7
67	Al Jazeera International	40,4
68	Cartoon Network	39,6
69	Nickelodeon	38,9
70	Polsat Play	38,4
71	ZDF	38,0
72	CSB TV	37,9
73	ARD 1	37,8
74	TCM	37,7

	PROGRAM	zasięg w styczniu 2012
75	RAI UNO	37,6
76	Arte	37,2
77	TVR	37,2
78	Polsat JimJam	37,1
79	Al Jazeera	36,9
80	RAI DUE	36,9
81	Rai News 24	36,9
82	RAI TRE	36,9
83	RaiSport	36,9
84	Sat2000	36,9
85	Extreme	36,4
86	MiniMini+	36,2
87	Polsat Film	35,9
88	AXN Crime	35,7
89	RTL102,5	35,7
90	AXN Sci-Fi	35,6
91	Orange Sport	35,6
92	VH1 Europe	34,7
93	Eska TV	34,5
94	TVP Historia	34,5
95	CNBC	33,0
96	Planete+	32,7
97	Polsat Sport Extra	32,0
98	Polsat Sport News	31,1
99	RTL 2	31,1
100	Ale Kino+	30,7
101	TV Moda	29,7
102	ESPN Classic Sport	29,1
103	History Channel	28,9
104	TV Trwam	28,8
105	TeleTOON+	28,2
106	SportKlub	28,0
107	13th Street Universal	27,9
108	123sat	27,6
109	Czwórka Polskie Radio	26,9
110	Boomerang	26,1
111	Polsat Crime&Investigation	25,9
112	Universal Channel	25,7
113	BBC Entertainment	25,6
114	Disney Junior	25,6
115	Fox/Fox HD	25,6
116	Rebel.tv	25,4
117	EDUSAT	25,3
118	Wedding TV	24,9

	PROGRAM	zasięg w styczniu 2012
119	Polo TV	24,6
120	kuchnia.tv+	23,5
121	Nick Jr.	23,5
122	TV.Disco	21,8
123	Polsat Futbol	21,4
124	RTR Planeta	21,2
125	Domo +	20,9
126	TVE	19,5
127	Investigation Discovery	19,3
128	TTV	18,7
129	MTV Rocks	18,4
130	Kino Polska Muzyka	17,2
131	BBC Knowledge/BBC Knowledge HD	17,0
132	TVP HD	17,0
133	Russia 1	16,6
134	nSport\nSport HD	16,5
135	HBO\HBO HD abonenci	16,4
136	HBO2/HBO2 HD abonenci	16,2
137	HBO Comedy\HBO Comedy HD abone	15,8
138	Viacom Blink!	15,8
139	Cartoon Network\TCM	15,0
140	Rodin TV	14,7
141	History Viasat	14,4
142	MTV Live HD	14,4
143	Animal Planet HD	14,3
144	Discovery HD	13,8
145	Sci-Fi Universal	13,2
146	TVP Katowice	12,8
147	Nickelodeon HD	12,3
148	BBC Lifestyle	11,4
149	Discovery Historia	10,7
150	MTV Dance	10,6
151	France 24 Arabski	10,2
152	KBS World	10,2
153	Filmbox HD	9,8
154	Cinemax 2\Cinemax 2 HD	9,6
155	Cinemax\Cinemax HD	9,6
156	Arirang	9,2
157	MTV Hits	9,2
158	Mezzo	9,1
159	Canal+ Film\HD	9,0
160	Canal+ Sport\HD	8,9

	PROGRAM	zasięg w styczniu 2012
161	Canal+\Canal+HD	8,8
162	Canal+ Go\HD	8,7
163	PRO 7	8,6
164	TVP Kraków	8,4
165	Ann	8,2
166	TVP Poznań	8,0
167	Canal+ Weekend\HD	7,8
168	Polsat Sport HD	7,6
169	BBC Cbeebies	7,5
170	Explorer Viasat	7,5
171	TVN HD+1	7,5
172	TVP Łódź	7,5
173	TVP Wrocław	7,5
174	Galeria UPC	7,4
175	NASN/ESPN	7,3
176	Da Vinci Learning	6,8
177	BBC HD	6,6
178	E!	6,6
179	Baby TV	5,6
180	Filmbox Family	5,6
181	SAT 1	5,4
182	TVP Gdańsk	5,4
183	Wojna i Pokój	5,4
184	Sportklub+	5,3
185	Romance TV	5,2
186	MGM Movies\MGM Movies HD	5,1
187	RTP	5,1
188	TV Nova	5,0
189	Filmbox Extra	4,6
190	TVP Lublin	4,6
191	TVP Szczecin	4,5
192	TVP Bydgoszcz	4,3
193	TV 1000	4,1
194	EWTN	3,3
195	TVP Białystok	3,1
196	TVP Rzeszów	2,6
197	TVP Gorzów/Lubuska	2,4
198	Sport 1	2,1
199	Super RTL	2,1
200	VH1 Classic	2,0
201	nPremium	1,8
202	nPremium3	1,8
203	nPremium2	1,7
204	nPremium4	1,7

	PROGRAM	zasięg w styczniu 2012
205	TVP Olsztyn	1,6
206	Fashion HD	1,4
207	TVP Kielce	1,4
208	Wielkopolska TVK	1,3
209	Axn Spin HD	1,1
210	Travel Channel HD	1,1
211	TVP Opole	0,4

na podst. danych Nielsen Audience Measurement