



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

---

## Udział w rynku i wielkość audytorium programów radiowych w I kwartale 2012 r.

---

Analiza i opracowanie Monika Trochimczuk  
DEPARTAMENT MONITORINGU

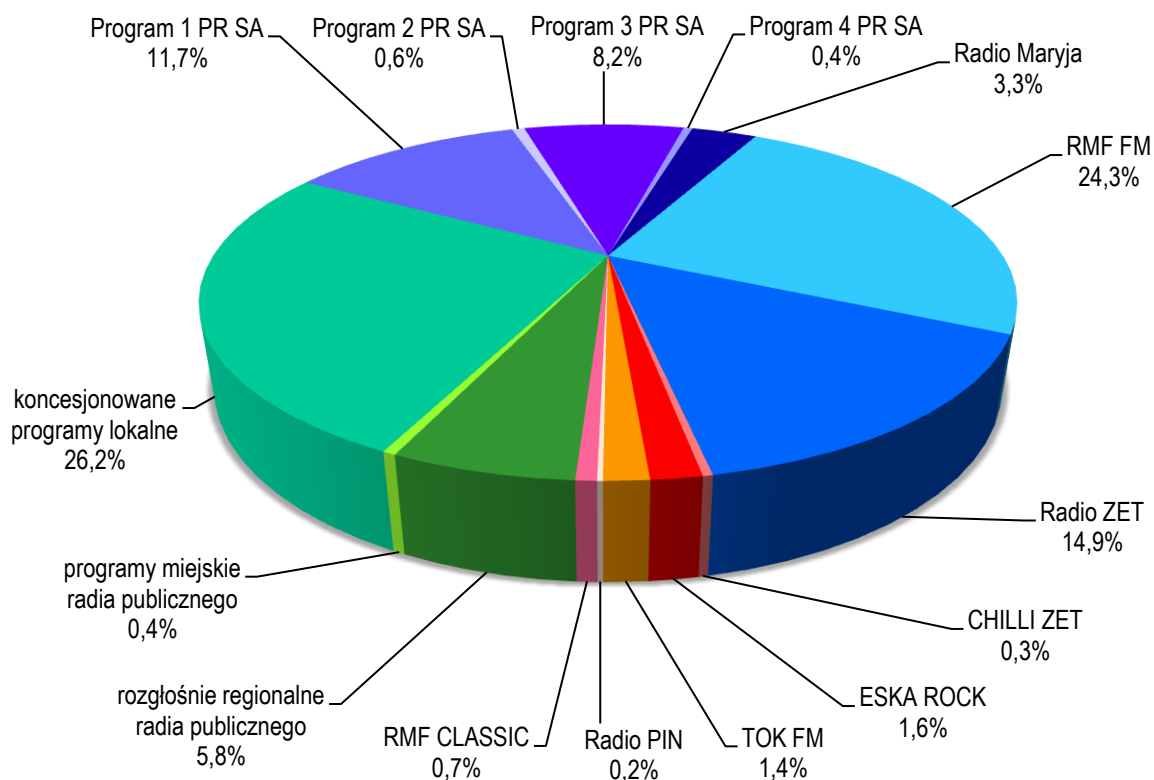
WARSZAWA 2012

Prezentowana analiza została przeprowadzona na podstawie badania audytarium radia *Radio Track*, *SMG/KRC Millward Brown* zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat. Wielkość próby dla I kwartału 2012 r. wyniosła 21 043 respondentów.

W badanym okresie odsetek Polaków słuchających radia w ciągu dnia był mniejszy o 1,7 pkt. proc. niż w ostatnim kwartale 2011 r. Wyniósł on **79,1%**, przy czym odsetek osób słuchających programów radiowych objętych badaniem *Radio Track* (a więc uwzględnionych w niniejszej analizie) wyniósł **76,0%** (o 1,9 pkt. proc. mniej niż w ubiegłym kwartale). Średnio w ciągu doby, na słuchanie radia poświęcano 4 godziny i 19 minut, a więc o 4 minuty mniej niż w poprzednim okresie.

Na *Wykresie 1.* przedstawione zostały udziały w rynku programów radiowych w Polsce w I kwartale 2012 r. Programy o zasięgu ogólnokrajowym (Program 1, 2, 3 i 4 PR SA, Radio Maryja, RMF FM oraz Radio Zet) miały łączny udział w rynku wynoszący **63,5%**. Ponadregionalnym programom, docierającym głównie do mieszkańców większych miast (Chilli Zet, Eska Rock, TOK FM, Radio PiN, RMF Classic), przypadło łącznie **4,1%** udziału w rynku. Programom regionalnym oraz programom miejskim radia publicznego – łącznie **6,2%**, natomiast koncesjonowanym programom o zasięgu lokalnym – łącznie **26,2%**.

**Wykres 1.** Rynek radiowy w Polsce – styczeń-marzec 2012.



Wskaźniki słuchalności programów radiowych w I kwartale 2012 r. zamieszczone zostały w Tabeli 1. Ich omówienie znajduje się poniżej.

**Tabela 1.** Wskaźniki słuchalności programów radiowych w I kwartale 2012 r. z zaznaczeniem kierunku ich zmiany w porównaniu z poprzednim kwartałem.

	Zasięg dzienny	Udział w czasie słuchania (%)	Dzienny czas słuchania
<b>WSZYSTKIE</b>	76,0% ↓	100,0% →	4 godz. 19 min. ↓
<b>PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE</b>	58,3% ↓	63,5% ↓	3 godz. 34 min. ↓
PROGRAM 1 PR SA	13,3% ↓	11,7% ↓	2 godz. 53 min. ↓
PROGRAM 2 PR SA	0,9% ↓	0,6% →	2 godz. 12 min. ↑
PROGRAM 3 PR SA	8,6% ↓	8,2% ↑	3 godz. 7 min. ↑
PROGRAM 4 PR SA	0,7% →	0,4% →	2 godz. 12 min. ↓
RMF FM	29,5% ↓	24,3% ↓	2 godz. 42 min. ↓
RADIO ZET	20,4% ↓	14,9% ↓	2 godz. 23 min. ↓
RADIO MARYJA	4,1% ↑	3,3% ↑	2 godz. 40 min. ↑
<b>PROGRAMY PONADREGIONALNE</b>	5,5% ↓	4,1% ↑	2 godz. 28 min. ↑
TOK FM	1,8% ↓	1,4% →	2 godz. 31 min. ↑
ESKA ROCK	2,1% ↓	1,6% ↑	2 godz. 26 min. ↑
RMF CLASSIC	1,2% ↑	0,7% ↑	1 godz. 50 min. ↓
CHILLI ZET	0,6% ↓	0,3% ↓	1 godz. 39 min. ↓
RADIO PIN	0,2% →	0,2% →	2 godz. 28 min. ↑
<b>ROZGŁOŚNIENIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO</b>	7,7% ↓	5,8% ↑	2 godz. 27 min. ↑
<b>PROGRAMY MIEJSKIE RADIA PUBLICZNEGO</b>	0,6% ↓	0,4% ↓	2 godz. 21 min. ↓
<b>KONCESJONOWANE PROGRAMY LOKALNE</b>	31,3% ↓	26,2% ↑	2 godz. 45 min. ↑

Znaczną zmianę wielkości udziału w rynku radiowym odnotowały programy o zasięgu ogólnokrajowym. W ciągu analizowanego kwartału straciły one łącznie 1,9 pkt. proc. udziału. Na spadku tym zaważył przede wszystkim udział w rynku programu RMF FM, który był mniejszy o 2,4 pkt. proc. niż w poprzednim kwartale. O 0,8 pkt. proc. mniejszy był też udział Radia ZET i o 0,4 pkt. proc. – Programu 1 PR SA. Wzrost popularności odnotowało natomiast Radio Maryja, którego udział

w rynku był, w porównaniu z poprzednim kwartałem, o 1,5 pkt. proc. wyższy. Był to zarazem największy wzrost udziału w rynku wśród wszystkich programów wymienionych w *Tabeli 1*.

Najwięcej na spadku popularności programów ogólnokrajowych zyskały programy o zasięgu lokalnym. Ich łączny udział w rynku wzrósł o 1,3 pkt. proc. Wyraźnym wzrostem tego wskaźnika cieszyły się również rozgłośnie regionalne (skok w górę o 0,5 pkt. proc.).

Odsetek słuchaczy większości wymienionych w *Tabeli 1* programów był mniejszy niż w ubiegłym kwartale. W największym stopniu zmalało audytorium programów o zasięgu ogólnokrajowym – o 2,1 pkt. proc. (w tym RMF FM – o 2,2 pkt. proc.) oraz rozgłośni regionalnych – o 0,5 pkt. proc. Audytorium zwiększyło się tylko w przypadku dwóch wyszczególnionych w analizie programów: Radia Maryja (o 0,9 pkt. proc.) oraz sieci ponadregionalnej RMF Classic (o 0,2 pkt. proc.).

Wśród wymienionych programów największy wzrost dziennego czasu słuchania radia odnotowało Radio Maryja, którego słuchano średnio o 42 minuty więcej w ciągu doby niż w poprzednim kwartale. Wyraźnie więcej czasu słuchacze poświęcili też na słuchanie ponadregionalnej Eski Rock – o 28 minut. Największy spadek dobowego czasu słuchania programu dotyczył, również ponadregionalnego, Chilli ZET. Słuchano go o 40 min. krócej niż w okresie październik-listopad 2011.