

**BIURO
KRAJOWEJ RADY
RADIOFONII
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT
PROGRAMOWY**

**Udział w rynku
i wielkość audytorium
programów radiowych
w I kwartale 2011 r.**

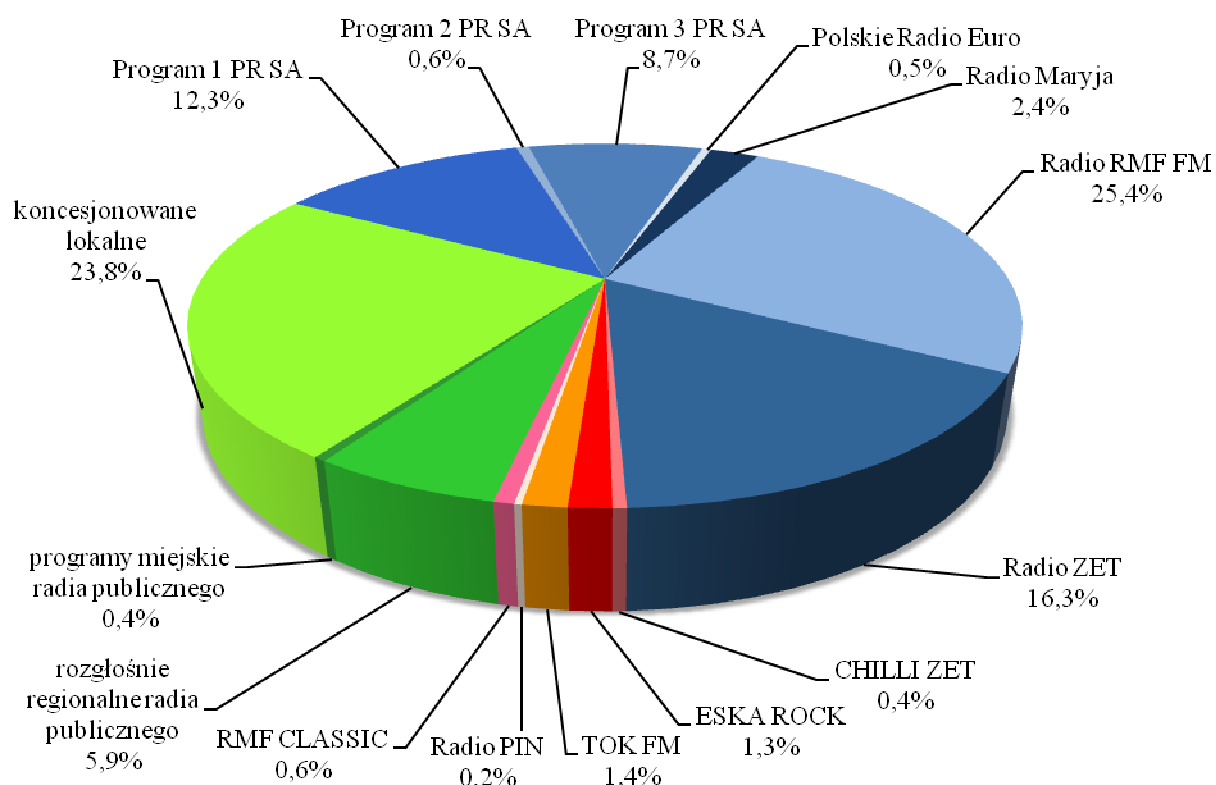
WARSZAWA 2011

Analiza została przeprowadzona na podstawie badania audytorium radia *Radio Track, SMG/KRC Millward Brown* zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat. Wielkość próby dla pierwszego kwartału 2011 r. wyniosła 21 053 respondentów.

W pierwszym kwartale 2011 r. słuchanie radia deklarowało **77,6%** Polaków. Średni czas, który przeznaczali na słuchanie radia wyniósł 4 godziny i 26 minut dziennie. Odsetek radiosłuchaczy zmalał o 0,8 pkt. proc. w stosunku do ubiegłego kwartału.

Na wykresie 1. przedstawiono strukturę rynku radiowego w Polsce. Najpopularniejsze były programy o zasięgu ogólnokrajowym (Program 1, 2, 3 i Radio Euro PR SA, Radio Maryja, RMF FM i Radio Zet). Zajęły one **66,0%** rynku. Programy ponadregionalne (Chilli Zet, Eska Rock, TOK FM, Radio PiN, RMF Classic) miały łącznie **4,0%** udziału w rynku, programy regionalne radia publicznego, oraz programy miejskie radia publicznego – **6,2%**, a wszystkie koncesjonowane programy lokalne łącznie **23,8%**.

Wykres 1. Rynek radiowy w Polsce – styczeń-marzec 2011.



W Tabeli 1 przedstawione zostały podstawowe wskaźniki słuchalności programów radiowych. Ich omówienie znajduje się poniżej.

Tabela 1. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w I kwartale 2011 r.

I kwartał 2011			
Programy	Zasięg dzienny	Udział w rynku (%)	Dzienny czas słuchania
wszystkie	77,6%	100,0%	4 godz. 26 min.
programy ogólnopolskie	60,9%	66,0%	3 godz. 43 min.
Program 1 PR SA	14,3%	12,3%	2 godz. 57 min.
Program 2 PR SA	1,1%	0,6%	1 godz. 54 min.
Program 3 PR SA	9,6%	8,7%	3 godz. 05 min.
Polskie Radio Euro	0,6%	0,5%	2 godz. 42 min.
Radio RMF FM	31,1%	25,4%	2 godz. 48 min.
Radio ZET	21,9%	16,3%	2 godz. 33 min.
Radio Maryja	3,3%	2,4%	2 godz. 29 min.
programy ponadregionalne	5,4%	4,0%	2 godz. 31 min.
TOK FM	1,9%	1,4%	2 godz. 26 min.
ESKA ROCK	2,1%	1,3%	2 godz. 12 min.
RMF CLASSIC	0,9%	0,6%	2 godz. 19 min.
CHILLI ZET	0,7%	0,4%	2 godz. 14 min.
Radio PIN	0,3%	0,2%	2 godz. 14 min.
rozgłośnie regionalne radia publicznego	8,6%	5,9%	2 godz. 21 min.
programy miejskie radia publicznego	0,6%	0,4%	2 godz. 14 min.
koncesjonowane programy lokalne	29,8%	23,8%	2 godz. 45 min.

POLSKIE RADIO SA – PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE

Najwyższą słuchalnością wśród programów Polskiego Radia SA cieszył się **Program 1**. Jego udział w rynku radiowym wyniósł **12,3%** i był o 0,8 pkt. proc. mniejszy niż w poprzednim kwartale. Słuchało go **14,3%** Polaków (o 0,1 pkt. proc. mniej niż w poprzednim kwartale) przez średnio 2 godz. 57 min. dziennie (o 13 minut krócej).

Udział **Programu 2** w rynku wyniósł w I kwartale 2011 r. **0,6%** i był o 0,1 pkt. proc. niższy niż w ubiegłym kwartale. Wielkość audytorium tego programu pozostała na tym samym poziomie – **1,1%**. *Dwójki* słuchano średnio przez 1 godz. 54 min. dziennie, czyli o 12 minut krócej niż w okresie październik-grudzień 2010.

Program 3 uzyskał **8,7%** udziału w rynku. Wskaźnik ten wzrósł o 0,7 pkt. proc. w stosunku do poprzedniego kwartału. *Trójki* słuchało **9,6%** Polaków, a więc jej audytorium wzrosło o 0,7 pkt. proc. Średni dzienny czas słuchania tego programu wyniósł 3 godz. 5 min.

Polskie Radio Euro odnotowało wzrost wskaźników słuchalności w porównaniu z poprzednim kwartałem. Jego udział w rynku wzrósł o 0,2 pkt. proc. do **0,4%**. Słuchało go **0,6%** respondentów (również o 0,2 pkt. proc. więcej), a średni dzienny czas słuchania tego wzrósł o 39 minut do 2 godz. 42 min.

ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO

Rozgłoszenie regionalne radia publicznego, łącznie ze swoimi programami miejskimi, uzyskały w pierwszym kwartale 2011 r. **6,2%** udziału w rynku (z czego 5,9% przypadło programom o zasięgu regionalnym, a 0,4% programom miejskim). Wskaźnik ten był taki sam jak w poprzednim kwartale. Programów tych słuchało **9,1%** Polaków (o 0,4 pkt. proc. mniej niż w okresie październik-grudzień 2010), a średni dzienny czas ich słuchania wydłużył się o 6 min do 2 godz. 22 min.

OGÓLNOPOLSKIE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Udział najbardziej popularnego programu na rynku – **RMF FM** – zmalał w stosunku do poprzedniego kwartału o 0,7 pkt. proc i wyniósł **25,4%**. Słuchało go **31,1%** respondentów (spadek o 0,4 pkt. proc.) przez średnio 2 godz. 48 min. dziennie (o 5 min. krócej niż w ubiegłym kwartale).

Radio ZET odnotowało w ostatnim kwartale wzrost udziału w rynku o 0,3 pkt. proc. Wskaźnik ten osiągnął **16,3%**. Słuchało go o 0,1 pkt. proc. mniej osób, ich odsetek wyniósł **21,9%**. Na słuchanie Radia ZET respondenci przeznaczali średnio 2 godz. 33 min. dziennie.

Radio Maryja uzyskało w I kwartale **2,4%**, udziału w rynku (o 0,3 pkt. proc. więcej niż w poprzednim), a jego audytorium zmalało o 0,1 pkt. proc. i wyniosło **3,3%**. Średni dzienny czas słuchania tego programu wydłużył się o 20 min do 2 godz. 29 min. dziennie.

PONADREGIONALNE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Najchętniej słuchanym programem ponadregionalnym było **TOK FM**. Uzyskało ono, podobnie jak w poprzednim kwartale, **1,4%** udziału w rynku. Słuchało go **1,9%** Polaków (o 0,1 pkt. proc. mniej), przez średnio 2 godz. 26 min. dziennie (o 4 min. krócej).

Radio ESKA ROCK. miało, podobnie jak w poprzednim kwartale, **1,3%** udziału w rynku radiowym i słuchane było przez **2,1%** respondentów (o 0,1 pkt. proc. więcej), średnio przez 2 godz. 12 min. dziennie (o 6 minut krócej).

RMF Classic również zachowało swoje wskaźniki słuchalności na poziomie z poprzedniego kwartału. Jego udział w rynku wyniósł **0,7%**, audytorium – **0,9%**, a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 19 min.

Udział radia **CHILLI ZET** w rynku wyniósł **0,4%**. Słuchało go **0,7%** respondentów przez średnio 2 godz. 14 min. dziennie.

Radio PiN miało **0,2%** udziału w rynku, jego zasięg dzienny wyniósł **0,3%**, a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 14 min.

PROGRAMY KONCESJONOWANE O ZASIĘGU LOKALNYM

Udział w rynku koncesjonowanych programów lokalnych wzrósł w ostatnim kwartale o 0,1 pkt. proc. Osiągnęły one łącznie **23,8%** udziału. Odsetek ich słuchaczy zmalał o 0,2 pkt. proc. do **29,8%**, a średni dzienny czas ich słuchania wyniósł 2 godz. 45 min.