

**BIURO
KRAJOWEJ RADY
RADIOFONII
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT
PROGRAMOWY**

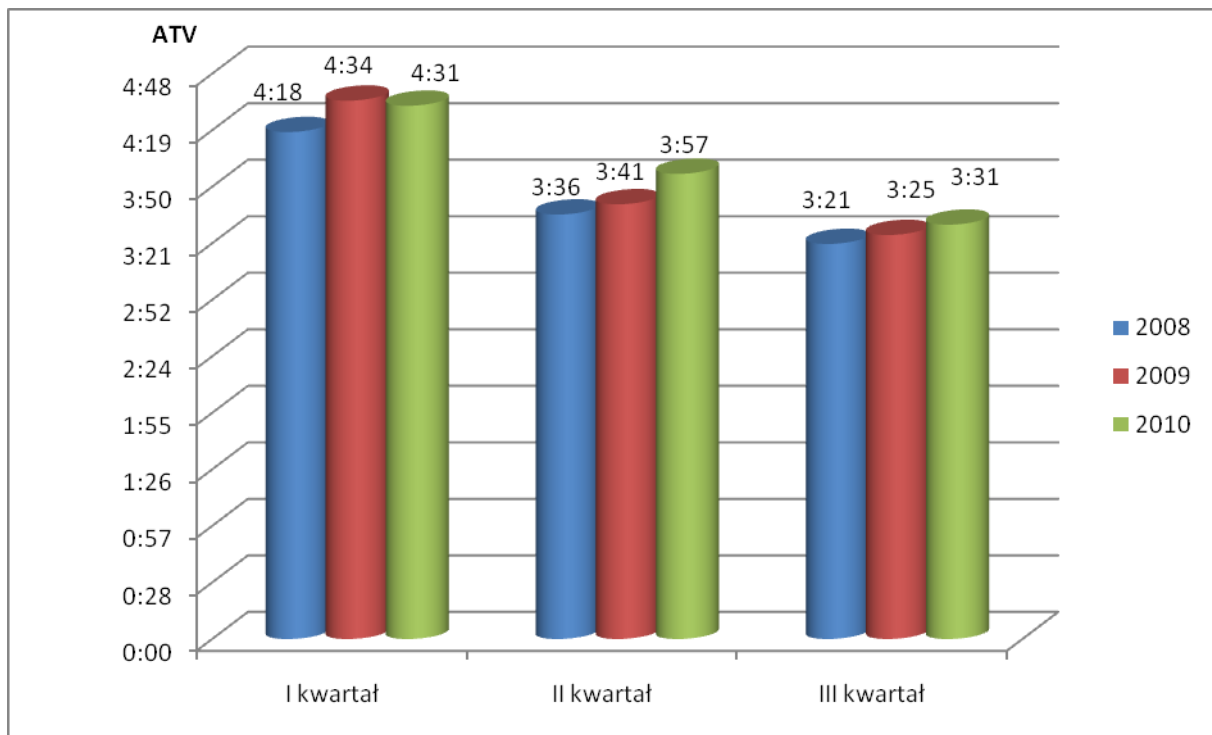
**Udział w rynku, wielkość i struktura widowni
(wiek, wykształcenie, płeć) programów telewizji
publicznej (TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia)
i koncesjonowanej (TVN, Polsat, TV4, Puls)
w III kwartale 2010 roku**

(analiza na podstawie danych Nielsen Audience Measurement)

WARSZAWA 2010

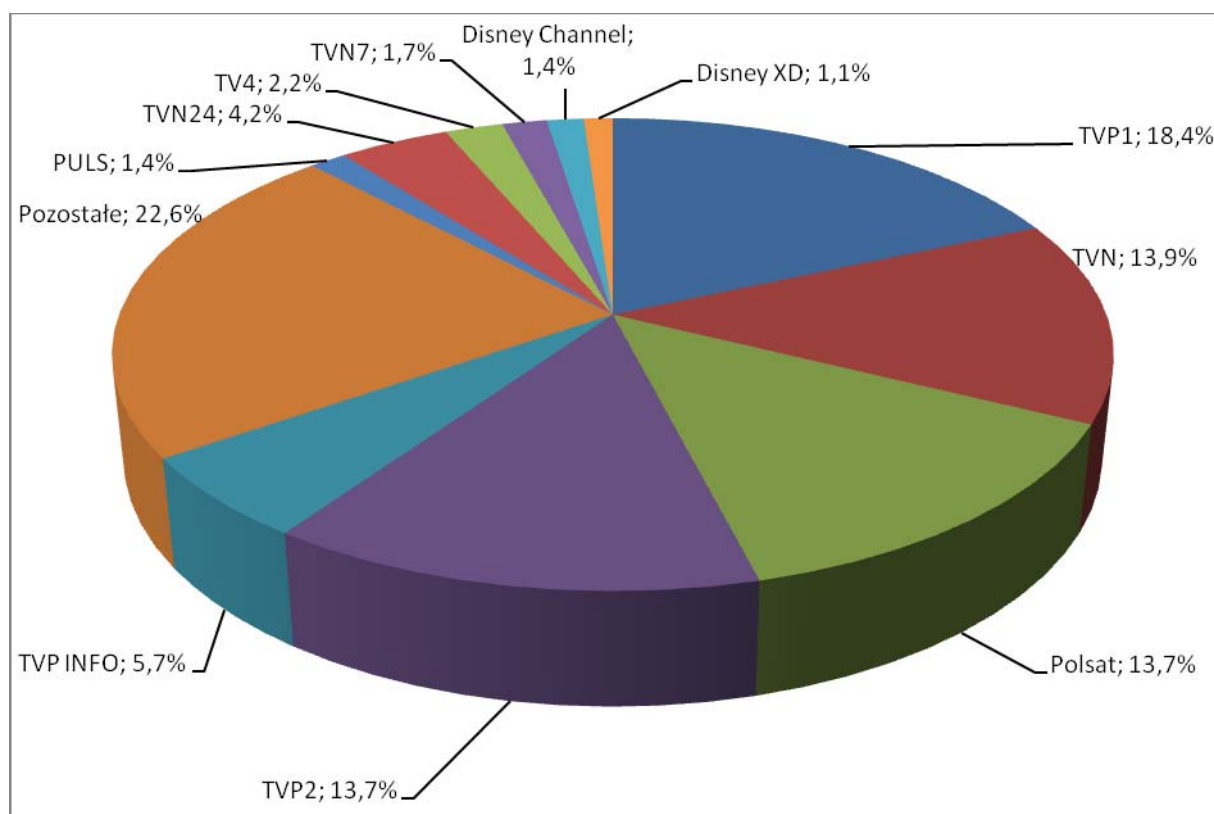
W trzecim kwartale bieżącego roku Polacy oglądali telewizję dłużej niż w analogicznym okresie rokiem. Statystyczny Polak spędził przed telewizorem średnio 3 godziny 31 minut dziennie, tj. o 6 minut więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (przed rokiem 3 godz. 25 min., dwa lata temu 3 godz. 21 minut). Obserwowana była więc tendencja wzrostowa w czasie oglądania telewizji, która miała miejsce również w drugim kwartale roku. Szczegółowe dane przedstawiono na załączonym wykresie.

Wykres 1. Czas oglądania telewizji w kolejnych kwartałach 2010 r. w porównaniu z rokiem 2009 i 2008



W trzecim kwartale roku listę najlepiej oglądanych stacji otwiera TVP1 – 18,4%, która tradycyjnie już wyprzedza o kilka punktów procentowych pozostałe stacje tzw. wielkiej czwórki, które rywalizowały ze sobą na zbliżonym poziomie udziałów: TVN – 13,9%. TVP2 i Polsat - po 13,7%. Następne pod względem wielkości udziałów były programy informacyjne TVP INFO (5,7%) i TVN 24 (4,2%) Pozostałe stacje osiągały zdecydowanie mniejsze udziały. Ponad jedną piątą polskiego rynku telewizyjnego stanowiły programy których udział nie przekraczał 1 %.

Wykres 2. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2010



* W kategorii pozostałe mieszczą się pozostałe telewizyjne stacje satelitarne, kablowe, których udział w widowni nie przekroczył 1%

W badanym kwartale programy uniwersalne o największym udziale (TVP1, TVP2, TVN, Polsat) zajmowały ogółem 59,7%¹ rynku. Ich udział zmniejszył się o **3,1 punktu** procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Tempo tracenia udziałów przez największe programy było znacznie mniejsze niż w latach 2008-2009 (również 3 kwartał), wówczas straciły one łącznie **5,7 punktu** procentowego rok do roku.

Podobnie przedstawiała się sytuacja pod względem udziału w widowni wszystkich programów naziemnych. Ich łączny udział (TVP 1, TVP 2, TVP 3, Polsat, TVN, TV 4, Puls) wyniósł w sumie 69%, podczas kiedy w analogicznym okresie roku ubiegłego 71,4% - spadek o **2,4 punktu** proc. Jednak była to znacznie mniejsza strata niż w trzecim kwartale 2009, kiedy to programy naziemne łącznie straciły aż **5,2 punktu** procentowego w stosunku do trzeciego kwartału 2008.

I. Programy telewizji publicznej

¹ SHR % (ang. share) - udział w widowni telewizji ogółem, odsetek czasu spędzonego na oglądaniu konkretnego programu w stosunku do całkowitego czasu spędzonego na oglądaniu telewizji w ogóle.

W badanym kwartale do programów TVP1, TVP2, TVP Polonia, TVP INFO należało łącznie 38,6% widzów, podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie było to – 40,2%, dwa lata temu – 44,8%. Nastąpił więc dalszy spadek udziałów telewizji publicznej (o 1,6 punktu procentowego w stosunku do III kwartału 2009) ale jego tempo było znacznie wolniejsze niż w roku poprzedzającym. Wówczas udziały telewizji publicznej zmniejszyły się o 4,6 punktu procentowego (III kwartał 2009 w stosunku do III kwartału 2008). Zarówno spadki jak i przyrosty były również niższe niż w II kwartale tego roku.

Udział w rynku **TVP1 (18,4%) zmniejszył się o 1,2 punktu procentowego w stosunku do III kwartału roku ubiegłego**. O mniejszym zainteresowaniu widzów tym programem świadczy również wartość zasięgu dziennego. W III kwart. 2010 odsetek oglądających wynosił 49,7%² i był niższy niż przed rokiem (wówczas 50,9%). Jak wynika z badania, na tym samym poziomie pozostał czas oglądania tego programu przypadający na widza, który wyniósł 1 godz. 18 min.

Spadek udziału w rynku o 0,7 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku 2009 **odnotowała również TVP2**. Udział tego programu w trzecim kwartale 2010 wyniósł 13,7%, podczas gdy przed rokiem - 14,4%. Podobnie jak w przypadku TVP1 zmniejszył się zasięg dzienny programu, na tym samym poziomie pozostał natomiast czas oglądania. W analizowanym kwartale każdego dnia program TVP2 oglądało 44,4% Polaków. W III kwartale 2009 roku odsetek oglądających był wyższy: 48,3%. Widzowie poświęcili na oglądanie programu TVP2 średnio 1 godz. 4 min. dziennie.

Wzrostem udziałów w widowni zakończył się natomiast trzeci kwartał tego roku dla programu TVP INFO. Udział TVP INFO w rynku wyniósł 5,7%, czyli o 0,3 punktu proc. więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 5,4%). W analizowanym okresie dłuższy niż przed rokiem był czas oglądania przypadający na widza, wyższy był również odsetek oglądających program. TVP INFO oglądało 27% Polaków przez średnio 45 minut dziennie, w III kwart. 2009 r.: 26,7% przez 41 minut dziennie.

Nie zmieniła się sytuacja TVP Polonia pod względem udziałów. W III kwartale 2010 udział w rynku tego programu wyniósł 0,8%³, czyli tyle co w analogicznym okresie roku ubiegłego. Nieco niższe były wartości wskaźników takich jak zasięg czy średni dzienny czas oglądania programu przez widza ale nie wiązały się one ze zmniejszeniem udziału. Zasięg dzienny TVP Polonia w analizowanym kwartale wyniósł 8,6%, przed rokiem 8,7%.

² RCH% - odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

³ W raporcie spośród programów satelitarnych telewizji publicznej omówiono TVP Polonię z uwagi na fakt, że udział pozostałych programów nie przekroczył 0,3%.

O minutę krótszy w stosunku do III kwartału 2009 był czas oglądania. Widz poświęcał programowi 19 min. w ciągu doby (w III kwart. 2009 r. - 20 min.).

II. Programy telewizyjne koncesjonowane

Spośród programów koncesjonowanych spadek udziału w III kwartale br. odnotował Polsat. Udział tego programu wyniósł 13,7%, czyli o 1 punkt procentowy mniej niż w analogicznym okresie roku 2009 (wówczas 14,7%). Wartości innych wskaźników, jak zasięg dzienny oraz średni czas oglądania tego programu, świadczą również o mniejszym zainteresowaniu widowni telewizyjnej w porównaniu z rokiem ubiegłym. Średnio w ciągu III kwartału program ten oglądało codziennie 39,2% Polaków. Widzowie poświęcali na oglądanie programu Polsat średnio 1 godzinę 13 minut dziennie czyli mniej niż przed rokiem. W III kwartale 2009 wyższy był zarówno odsetek widzów (40,5%), jak i czas oglądania tego programu przez widza (1 godz. 14 min. dziennie).

Wzrost udziału w analizowanym okresie odnotował natomiast program TVN. W III kwartale 2010 r. TVN uzyskał 14,1% udziału w widowni, czyli o 0,2 punktu procentowego więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 13,9%). W analizowanym okresie program ten oglądało nieco więcej widzów o czym świadczy wyższy niż przed rokiem zasięg dzienny programu (38,4% obecnie, natomiast w III kwartale 2009 - 37,7%). Czas oglądania programu przypadający na widza programu wyniósł 1 godzinę 16 minut i był taki jak przed rokiem.

Wzrostem udziałów w widowni zakończył się też trzeci kwartał tego roku dla programu Puls. Udział w rynku programu Puls wyniósł 1,4% i zwiększył się o 0,3 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W analizowanym okresie program ten oglądało każdego dnia 10,9% populacji, podczas gdy przed rokiem 9%. Czas oglądania programu przypadający na widza programu wyniósł 26 minuty i był o 1 minutę dłuższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

W III kwartale wzrósł o 0,1 punktu proc w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego udział programu TV4. Program ten osiągnął 2,2% udziału w widowni. Zwiększył się zasięg dzienny programu jak i czas jego oglądania przypadający na widza. Każdego dnia TV4 oglądało 17,4% Polaków a widz poświęcał temu programowi średnio 27 min. w ciągu doby. Przed rokiem niższy był zarówno odsetek oglądających program (16,8%) jak i czas oglądania przez widza (25 min. dziennie).

Udziały pozostałych programów przedstawiono w tabeli.

Tab.1. Udziały programów rozpowszechnianych drogą satelitarną (zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji) w III kwartale 2010 r. w porównaniu do III kwartału 2009

Nazwa programu	III kwartał 2010 (shr %)	III kwartał 2009 (shr %)
TVN24⁴	4,17%	3,13%
TVN7	1,72%	1,91%
Disney Channel	1,38%	1,15%
Disney XD	1,13%	0,18%
Cartoon Network	0,97%	0,82%
Polsat2	0,96%	0,90%
AXN	0,79%	0,95%
Viva Polska	0,78%	0,80%
TVP Polonia	0,77%	0,84%
Polsat News	0,71%	0,36%
MiniMini	0,69%	0,77%
Discovery	0,61%	0,63%
Polsat_Sport	0,60%	1,02%
Comedy Central	0,52%	0,42%
Eurosport	0,51%	0,57%
Kino Polska	0,46%	0,40%
BBC CBeebies	0,44%	0,41%
TVS	0,43%	0,20%
TVN_Style	0,42%	0,43%
Nickelodeon	0,38%	0,15%
TVN Turbo	0,37%	0,38%
MTV Polska	0,35%	0,30%
HBO	0,34%	0,24%
Superstacja	0,34%	0,19%
13th Street Universal	0,33%	0,40%
Super1/Tele5	0,32%	0,32%
Ale Kino	0,32%	0,32%
Animal Planet	0,28%	0,24%
Discovery ST/Science	0,27%	0,27%
TVP Kultura	0,27%	0,34%
TVP Sport	0,27%	0,29%
TCM	0,26%	0,17%
Discovery World	0,24%	0,30%
Nat.Geogr.	0,23%	0,27%
4FunTv	0,23%	0,28%
Zone Europa	0,21%	0,18%
Fox Life	0,21%	0,19%

⁴ Pogrubioną czcionką zaznaczono programy, które odnotowały największe przyrosty udziałów

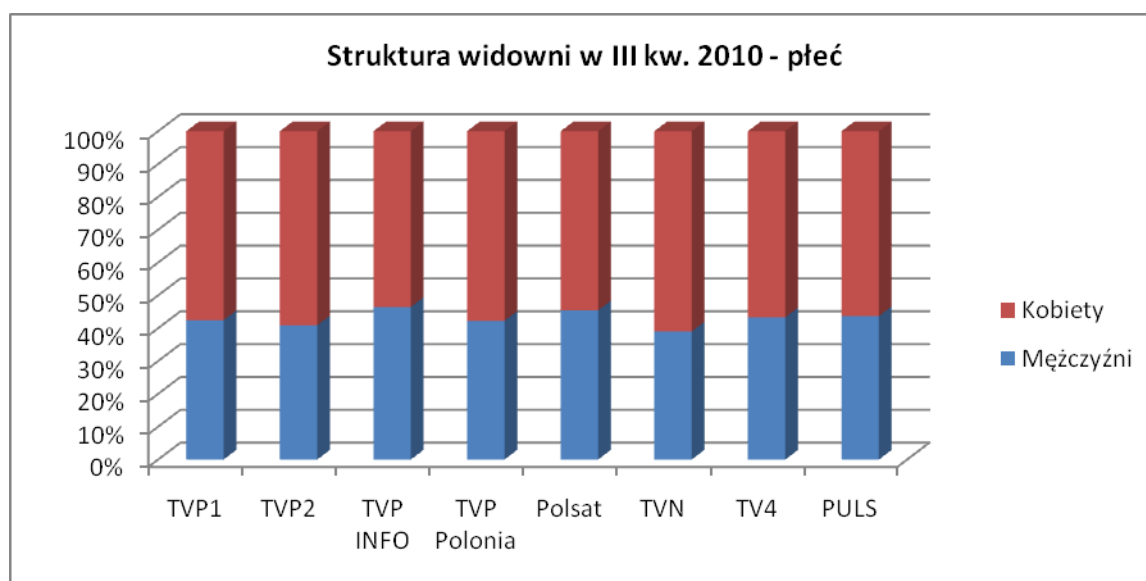
Boomerang	0,21%	0,32%
Polsat Play	0,21%	0,18%
HBO 2	0,20%	0,16%
Polsat Cafe	0,20%	0,14%
Canal+	0,19%	0,16%
Discovery_T&L/T&A	0,19%	0,14%
Polsat_Sport_Extra	0,18%	0,25%
Polsat JimJam	0,18%	0,00%
Polsat Film	0,17%	0,00%
MTV Classic	0,16%	0,16%
Zone Reality	0,15%	0,14%
TVN Meteo	0,15%	0,14%
HBO Comedy	0,15%	0,10%
Universal	0,15%	0,07%
Canal+ Film	0,14%	0,13%
Planete	0,13%	0,16%
Nat Geo Wild	0,13%	0,00%
AXN Crime	0,12%	0,06%
BBC Knowledge	0,12%	0,09%
FilmBox	0,12%	0,09%
Eska TV	0,12%	0,00%
Zone Club	0,11%	0,19%
Canal+ Sport	0,11%	0,12%
TV Trwam	0,11%	0,15%
ZigZap/Hyper/MiniMax	0,10%	0,12%
ITV	0,10%	0,18%
Movies 24	0,10%	0,15%
Polonia1	0,08%	0,08%
Travel_Channel	0,08%	0,08%
Zone Romantica	0,08%	0,06%
Extreme Sports	0,07%	0,04%
AXN Sci-Fi	0,07%	0,15%
kuchnia.tv	0,07%	0,06%
BBC Entertainment	0,07%	0,07%
Eurosport 2	0,05%	0,06%
TVN CNBC	0,05%	0,03%
TV Biznes	0,03%	0,05%
BBC Lifestyle	0,03%	0,08%
TVP Historia	0,03%	0,02%
Polsat Futbol	0,03%	0,01%
CTV1	0,02%	0,04%
TV_Nova	0,02%	0,04%
Viva(niem.)	0,02%	0,03%
Sportklub	0,02%	0,03%
Mango 24	0,02%	0,03%
Domo	0,02%	0,02%
Cinemax	0,02%	0,04%
Cinemax2	0,02%	0,04%
Orange Sport Info	0,02%	0,00%

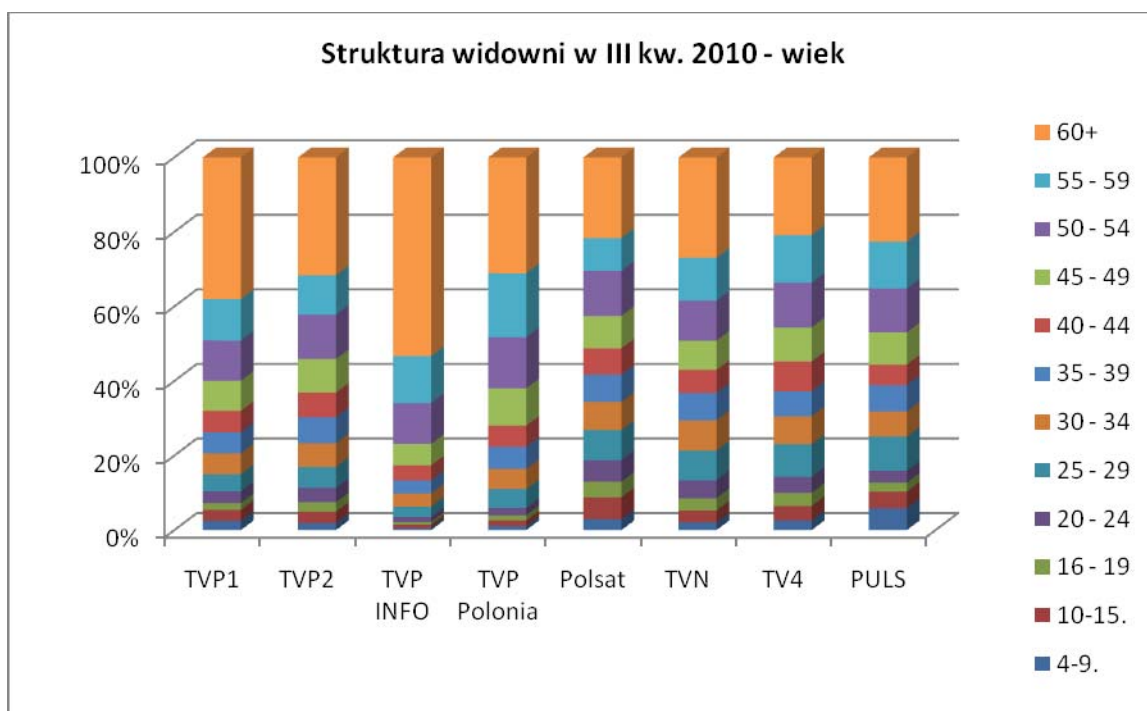
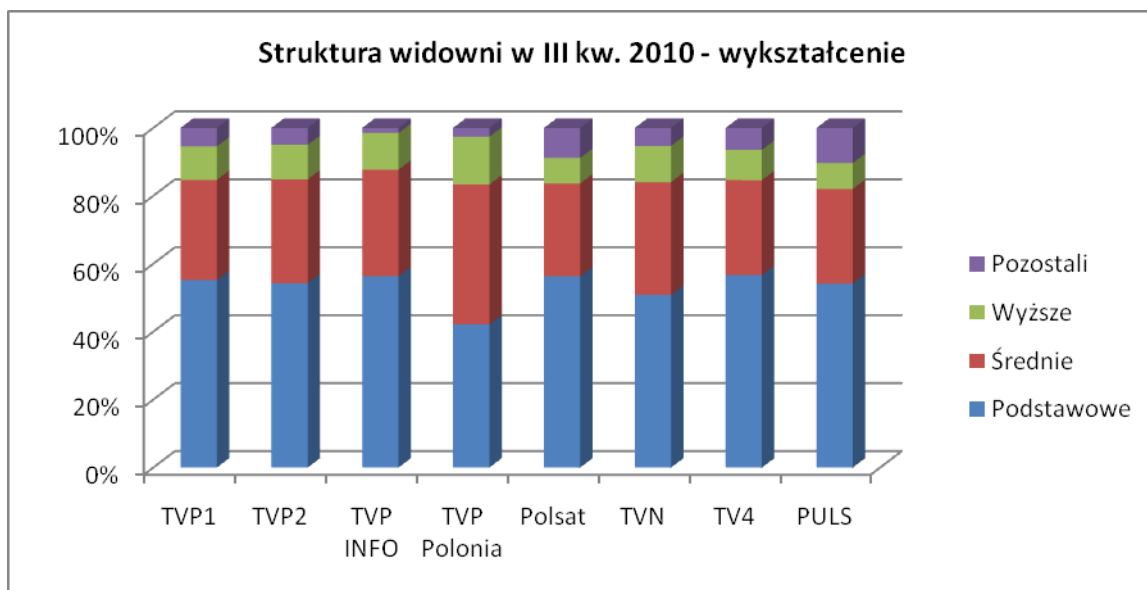
CNN	0,01%	0,01%
BBC_World	0,01%	0,00%
CTV2	0,01%	0,01%
Euronews	0,01%	0,01%
MDR	0,01%	0,00%
TV5	0,01%	0,01%
ZDF	0,01%	0,04%
Fashion	0,01%	0,04%
JetixPlay/FoxKidsPlay	0,01%	0,12%
Wedding TV	0,01%	0,02%
ESPN Classic	0,01%	0,02%
Canal+ Sport 2	0,01%	0,02%
Rebel.tv	0,01%	0,00%

III. Struktura widowni analizowanych programów

W strukturze widowni analizowanych programów nie zaszły istotne zmiany, zarówno w przypadku programów telewizji publicznej jak i koncesjonowanych struktura widowni pod względem wieku, wykształcenia, płci przedstawiała się podobnie do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Graficzną interpretację danych przedstawiono poniżej.





Programy koncesjonowane gromadziły młodszą widownię niż publiczne. Przy czym największy odsetek najmłodszych widzów, tj. poniżej 16 roku życia, miały programy koncesjonowane Puls i Polsat a najwyższy odsetek widzów najstarszych, tj. powyżej 60 roku życia, programy publiczne TVP Info i TVP 1. Widownia programów koncesjonowanych była równocześnie bardziej zróżnicowana pod względem wieku niż widownia programów publicznych. Ja wynika z analizy struktury wykształcenia w programach publicznych wyższy był udział osób z wykształceniem wyższym niż w programach koncesjonowanych za wyjątkiem programu TVN, który miał odsetek osób z wykształceniem wyższym na poziomie programów telewizji publicznej.

Podsumowanie

W trzecim kwartale zmniejszał się nadal udział w widowni naziemnych programów telewizyjnych a rósł satelitarno-kablowych. Ale zarówno tempo tracenia udziałów przez programy naziemne jak i zyskiwania przez satelitarno – kablowe osłabło w porównaniu z rokiem poprzedzającym. Obserwowane było w dalszym ciągu mniejsze zainteresowania widzów programami o dużym udziale rynkowym. Spadki odnotowały TVP1, TVP2 i Polsat. Wyjątkiem w tej grupie był wzrost, choć niewielki, udziałów TVN. Spośród pozostałych programów naziemnych udziały w widowni telewizyjnej powiększyły, choć w niewielkim stopniu: Puls, TV4 oraz TVP INFO (wzrosty od 0,1 do 0,3-punktu proc.). W grupie programów satelitarno – kablowych największy przyrost odnotował TVN 24 (załączona tabela). Programy o udziale nie większym niż 1%, których jest zdecydowana większość zajmowały ogółem tyle co przed rokiem, czyli nieco ponad 1/5 rynku (22,5%).

Oprac. Justyna Reisner