



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

## **RYNEK TELEWIZYJNY W I KWARTALE 2016 ROKU**

**Analiza i opracowanie – Justyna Reisner**

**DEPARTAMENT MONITORINGU**

**WARSZAWA 2016**

## Wskaźniki wykorzystywane w analizie

Prezentowana analiza została przeprowadzona na podstawie telemetrycznego badania widowni telewizyjnej prowadzonego systematycznie przez Nielsen Audience Measurement na reprezentatywnej próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia.

- AMR – Average Minute Rating - dosł. średnia oglądalność minutowa - wskaźnik opisujący średnią wielkość widowni oglądającej konkretną audycję lub program telewizyjny w dowolnie określonym odcinku czasu. Widownia ta wyrażona jest w tys. osób. Wskaźnik może odnosić się do całej populacji lub do określonej grupy celowej.
- ATV – dobowy czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego Polaka
- ATS – czas poświęcony na oglądanie danego programu przez widza w ciągu doby
- SHR% - udział w widowni - odsetek widzów, którzy oglądali audycję bądź program w stosunku do wszystkich widzów oglądających w tym czasie telewizję
- RCH% - zasięg, odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz

## ANALIZA

**W I kwartale 2016 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez 4 godziny 49 minut dziennie**, tj. minimalnie, bo ok. pół minuty dłużej w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Tendencja wzrostowa, która była obserwowana w związku z cyfryzacją w kolejnych kwartałach 2014 i 2015 roku wyhamowała. Świadczą o tym też inne wskaźniki. Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji wyniosła 7 mln 144 tysiące. Obserwowano jej niewielki spadek o ok. 8 tysięcy w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Największy wzrost odnotował program informacyjny TVN 24 oraz programy koncesjonowane obecne na multipleksach, ale nie wszystkie. Spadki dotknęły między innymi programy wielkiej czwórki, TVN7 i Eskę TV.

Mimo niższych udziałów nie zmieniła się czołówka stacji. Podobnie jak przed rokiem pierwsze miejsce w rankingu zajmował Program 1 TVP, Polsat znalazł się na drugim miejscu z niewielką przewagą nad programem TVN, czwarte miejsce zajmował Program 2 TVP.

**Programy tzw. wielkiej czwórki** - TVP1, TVP2, TVN i Polsat - **zajmowały w sumie 42,3% rynku** a ich łączny udział zmniejszył się o 2,6 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas 44,9%).

**Tabela 1. Udziały programów TVP1, TVP2, Polsat, TVN w rynku telewizyjnym – zmiana**

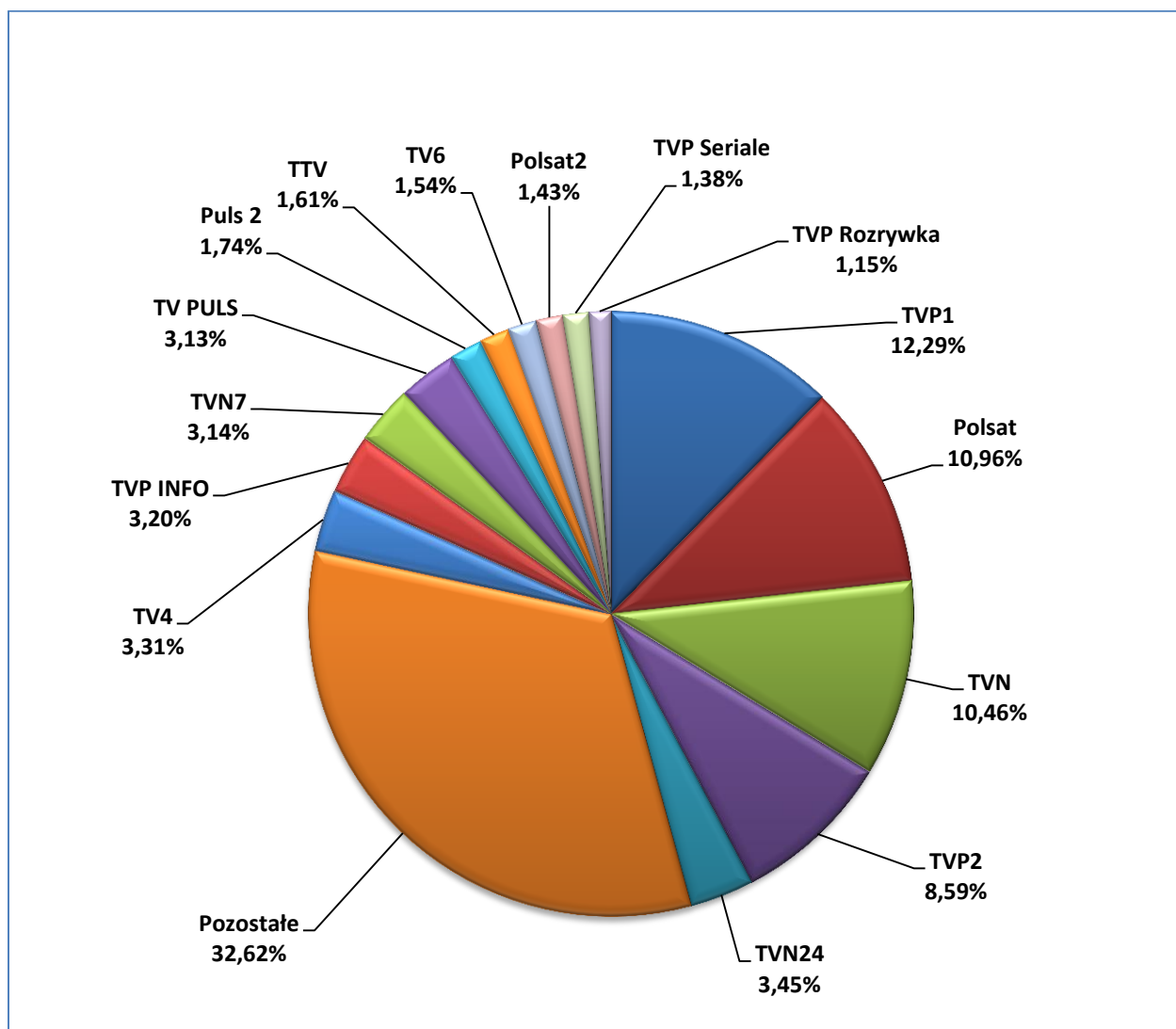
Program	I kw. 2016	I kw. 2015	Zmiana (pp)
<b>TVP1</b>	12,29%	12,93%	-0,64
<b>Polsat</b>	10,96%	11,59%	-0,63
<b>TVN</b>	10,46%	10,92%	-0,46
<b>TVP2</b>	8,59%	9,43%	-0,84

**W pierwszej 20 rankingu** programów o największej oglądalności znalazło się **17 programów naziemnej telewizji cyfrowej i tylko 3 dostępne drogą satelitarną i kablową** - **TVN24, TVP Seriale, Polsat News**. Spośród programów niekoncesjonowanych największy wzrost odnotował adresowany do dziecięcej widowni Nick Jr .

Blisko 1/3 rynku (32,6%) zajmowały programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

Szczegółowe informacje dotyczące poszczególnych programów przedstawiono w dalszej części opracowania oraz na wykresach i w tabelach.

Wykr.1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2016 roku



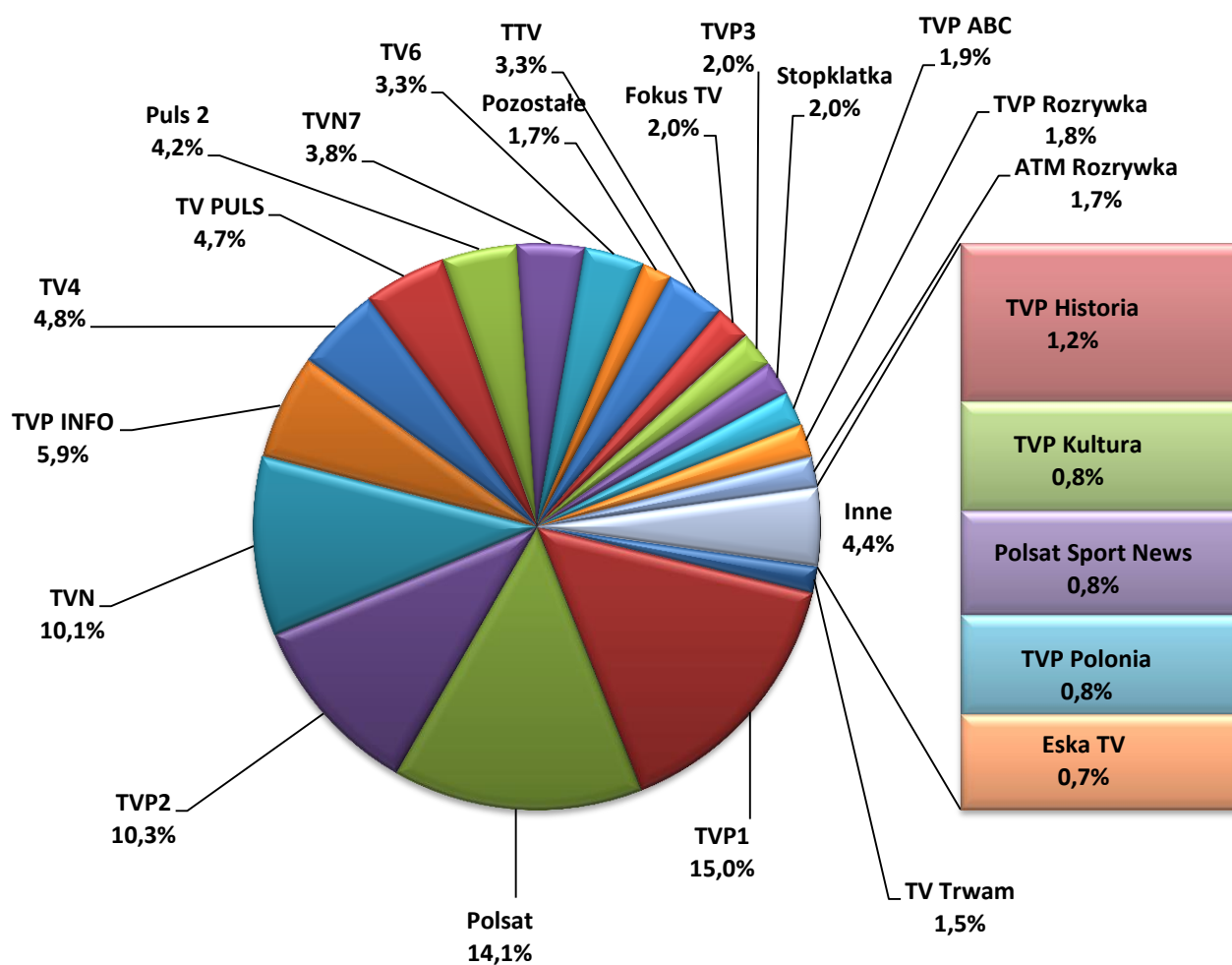
### Naziemna telewizja cyfrowa

Z badania telemetrycznego wynika, że nie zaszły istotne zmiany w dostępie gospodarstw domowych do NTC w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

W I kwartale 2016 roku **naziemną telewizję cyfrową** posiadało 15,5 miliona Polaków a więc nieco **ponad 44% gospodarstw domowych**. Osób, które korzystały z naziemnej telewizji cyfrowej **wyłącznie** (a więc nie posiadały innego źródła sygnału telewizyjnego) było ok. 11 milionów - **33,8% gospodarstw domowych**.

Na wykresie 2 przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 1,7%. Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych.

Wykres 2. Podział rynku NTC w I kwartale 2016 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Z analizy wskaźników wynika, że ponad połowa programów NTC (trzydzieści spośród dwudziestu czterech) notowała w dalszym ciągu przyrosty widowni. Szczegółowe dane dotyczące zmian widowni i udziałów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do tych programów w I kwartale 2016 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2015 r. zestawiono w tabeli poniżej

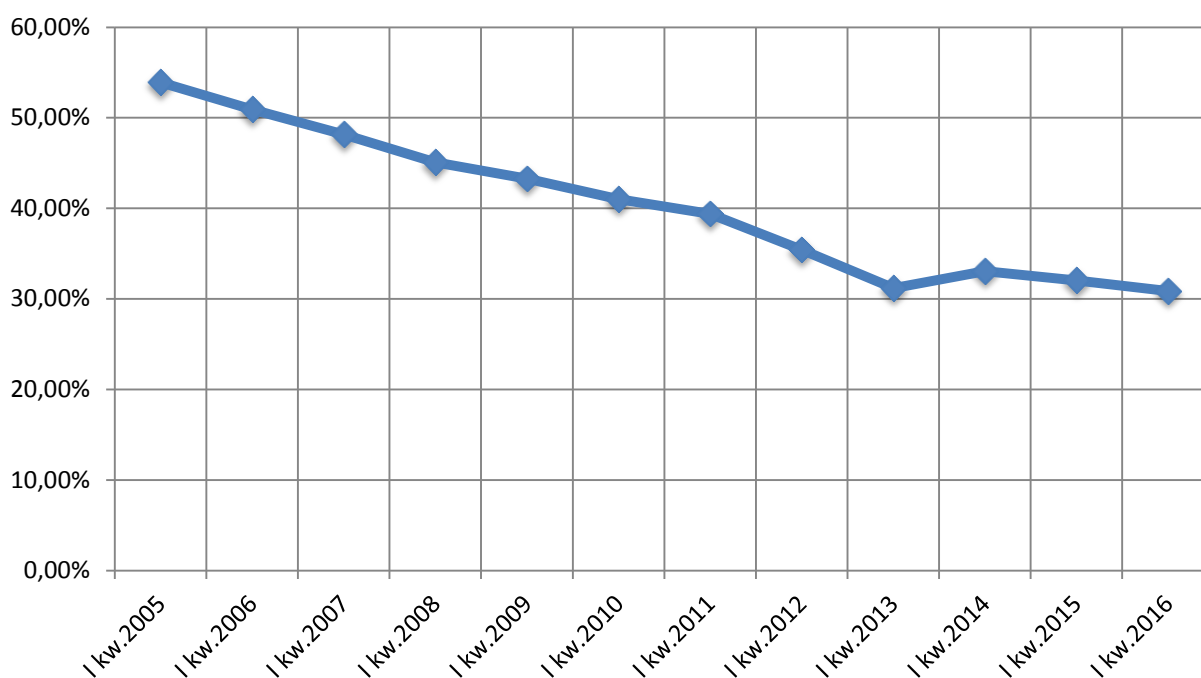
Tabela 22. Udziały programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2016 – zmiana

	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana
TVP1	340 044	↓ -36 779	14,98%	↓ -1,02
Polsat	319 066	↓ -30 171	14,05%	↓ -0,78
TVP2	234 199	↓ -36 389	10,32%	↓ -1,17
TVN	228 774	↓ -21 541	10,08%	↓ -0,55
TVP INFO	134 323	↑ 1 211	5,92%	↑ 0,27
TV4	108 542	↑ 8 955	4,78%	↑ 0,55
TV PULS	105 547	↓ -15 195	4,65%	↓ -0,48
Puls 2	95 240	↑ 4 374	4,20%	↑ 0,34
TVN7	85 264	↓ -11 618	3,76%	↓ -0,35
TV6	75 806	↑ 15 959	3,34%	↑ 0,80
TTV	71 395	↑ 14 164	3,14%	↑ 0,71
Fokus TV	44 955	↑ 8 053	1,98%	↑ 0,41
TVP3	44 358	↓ -752	1,95%	↑ 0,03
Stopklatka	44 358	↑ 6 277	1,95%	↑ 0,33
TVP ABC	43 921	↑ 3 618	1,93%	↑ 0,22
TVP Rozrywka	41 683	↓ -1 845	1,84%	↓ -0,01
ATM Rozrywka	39 194	↑ 2 440	1,73%	↑ 0,17
Polo TV	37 509	↑ 6 399	1,65%	↑ 0,33
TV Trwam	34 457	↑ 6 007	1,52%	↑ 0,26
TVP Historia	27 668	↓ -1 393	1,22%	↓ -0,01
TVP Kultura	19 064	↑ 41	0,84%	↑ 0,03
Polsat Sport News	18 206	↑ 4 961	0,80%	↑ 0,24
TVP Polonia	17 493	↓ -3 655	0,77%	↓ -0,13
Eska TV	16 678	↓ -5 005	0,73%	↓ -0,19

## Telewizja publiczna

W I kwartale 2016 roku telewizja publiczna ogółem zanotowała spadek udziału kwartał do kwartału o 1,18 punktu proc. Była to strata porównywalna do tej sprzed roku, kiedy telewizja publiczna straciła w I kwartale 2015 ogółem 1,03 punktu procentowego. Szczegółowe dane obrazujące trend przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 1. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2016



Do telewizji publicznej łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 30,86% rynku podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 32,04%.

Straty widowni notowały w dalszym ciągu programy uniwersalne TVP1 i TVP2. Przyrosty natomiast, choć niewielkie, prawie wszystkie programy tematyczne: TVP INFO - o 0,09 punktu proc., TVP Rozrywka - o 0,07 punktu proc. oraz TVP ABC - o 0,07 punktu proc. Największy wzrost bo o 0,12 punktu proc. był obserwowany w przypadku programu TVP HD.

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2015 r. zestawiono w tabeli.

**Tabela 1. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2016 r.**

<b>Program</b>	<b>Widownia</b>	<b>ZMIANA</b>	<b>Udział</b>	<b>ZMIANA pp</b>
TVP1	877 908	-47 214	12,29%	-0,64
TVP2	613 353	-60 799	8,59%	-0,84
TVP INFO	228 482	6 158	3,20%	0,09
TVP3 [TVP Regionalna]	68 853	-2 728	0,96%	-0,04
TVP ABC	58 678	4 945	0,82%	0,07
TVP Polonia	32 163	-6 368	0,45%	-0,09
TVP Sport	27 321	2 249	0,38%	0,03
TVP Historia	46 084	-2 409	0,65%	-0,03
TVP Seriale	98 657	4 703	1,38%	0,07
TVP HD	34 918	8 174	0,49%	0,12
TVP Rozrywka	82 380	5 271	1,15%	0,07
TVP Kultura	35 788	546	0,50%	0,01
<b>Ogółem</b>	<b>2 204 585</b>	<b>-87 472</b>	<b>30,86%</b>	<b>-1,18</b>



Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2016 r. – zmiana

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	783 302	↓ -45 525	10,96%	↓ -0,63
2.	TVN	746 988	↓ -33 784	10,46%	↓ -0,46
3.	TVN24	246 220	↑ 42 702	3,45%	↑ 0,6
4.	TV4	236 800	↑ 22 040	3,31%	↑ 0,31
5.	TVN7	223 966	↓ -18 700	3,14%	↓ -0,25
6.	TV PULS	223 818	↓ -3 602	3,13%	↓ -0,05
7.	Puls 2	124 600	↑ 7 688	1,74%	↑ 0,11
8.	TTV	114 894	↑ 21 513	1,61%	↑ 0,3
9.	TV6	110 294	↑ 26 485	1,54%	↑ 0,37
10.	Polsat2	102 244	↓ -1 867	1,43%	↓ -0,03
11.	Polsat News	70 772	↑ 3 795	0,99%	↑ 0,05
12.	Stopklatka	69 596	↑ 8 028	0,97%	↑ 0,11
13.	Fokus TV	60 947	↑ 12 219	0,85%	↑ 0,17
14.	Polo TV	59 150	↑ 4 653	0,83%	↑ 0,07
15.	TV Trwam	55 033	↑ 8 638	0,77%	↑ 0,09
16.	Nickelodeon	52 379	↓ -3 001	0,73%	↓ -0,04
17.	ATM Rozrywka	50 775	↑ 1 777	0,71%	↑ 0,02
18.	TVN Style	46 338	↓ -805	0,65%	↓ -0,01
19.	Polsat Play	40 686	↑ 869	0,57%	↑ 0,01
20.	Polsat Film	40 314	↑ 6 380	0,56%	↑ 0,09
21.	Polsat Sport	40 235	↑ 8 416	0,56%	↑ 0,12
22.	TVN Turbo	37 461	↑ 1 659	0,52%	↑ 0,02
23.	Polsat Sport News	30 697	↑ 7 915	0,43%	↓ -0,05
24.	Eska TV	29 308	↓ -11 048	0,41%	↓ -0,15
25.	MiniMini+	28 597	↓ -1 580	0,40%	↓ -0,02
26.	Polsat Cafe	27 120	↑ 1 666	0,38%	↑ 0,02
27.	Kino Polska	26 248	↑ 4 033	0,37%	↑ 0,06
28.	TVS	25 912	↓ -5 628	0,36%	↓ -0,08
29.	TVN24 Biznes i Swiat	21 186	↑ 791	0,30%	↑ 0,01
30.	Superstacja	18 684	↑ 4 093	0,26%	↑ 0,06
31.	Canal+	16 147	↑ 3 656	0,23%	↑ 0,06

W tabeli uwzględniono wszystkie programy koncesjonowane o udziale powyżej 0,2%

## Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów w I kwartale 2016 r. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotowały programy uniwersalne Polsat i TVN oraz filmowo-rozrywkowy TVN7 natomiast spośród programów tematycznych o mniejszym udziale - program muzyczny Eska TV.

Zauważalne wzrosty osiągały w dalszym ciągu niektóre programy koncesjonowane obecne na MUX-ach - największe TV4, TTV i TV6 (wzrosty o ponad 20 tys.) a wśród pozostałych - warto podkreślić rosnące zainteresowanie widzów programem edukacyjno-poznawczym Fokus TV (wzrost widowni minutowej o 12,2 tys.) a także programem społeczno-religijnym TV Trwam (wzrost o 8,6 tys.) oraz programem filmowym Stopklatka (wzrost o 8 tys.).

Natomiast wśród programów spoza oferty NTC znacznie większy udział w widowni w I kwartale 2016 i w porównaniu z rokiem ubiegłym odnotował informacyjny TVN24 (wzrost o 42,7 tys.).