



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

## **RYNEK TELEWIZYJNY W I KWARTALE 2018 ROKU**

**Analiza i opracowanie – Justyna Reisner**

**WARSZAWA 2018**

## 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 pro-gram 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

**W I kwartale 2018 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez 4 godziny 50 minut dziennie**, tj. o 3 minuty dłużej w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Wzrosty potwierdzają również wartości innych wskaźników. Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji wyniosła ponad 7 mln 146 tysięcy czyli o ok. 70 tysięcy więcej niż przed rokiem. O 10 minut dłuższy był także czas oglądania telewizji przez widza<sup>1</sup> tzw. ATS który zwiększył się do 6 godz. 48 minut<sup>2</sup>.

Podobnie jak przed rokiem pierwsze miejsce w rankingu pod względem udziałów zajmował Program 1 TVP z niewielką przewagą nad Polsatem, który zajmował miejsce drugie. Na miejscu trzecim znalazł się TVN, czwarta lokata należała niezmiennie do Programu 2 TVP, który jako jedyny w tej grupie odnotował w tym kwartale wzrost.

<sup>1</sup> Widzem jest osoba która oglądała przynajmniej minutę programu dziennie

<sup>2</sup> w konstrukcji wskaźnika ATS jako punkt odniesienia przyjmuje się populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r.ż. i o tych, którzy telewizji nie oglądają w ogóle

**Programy tzw. wielkiej czwórki** - TVP1, TVP2, TVN i Polsat - **zajmowały w sumie 39,37% rynku** a ich łączny udział zmniejszył się o 0,88 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas **40,25%**).

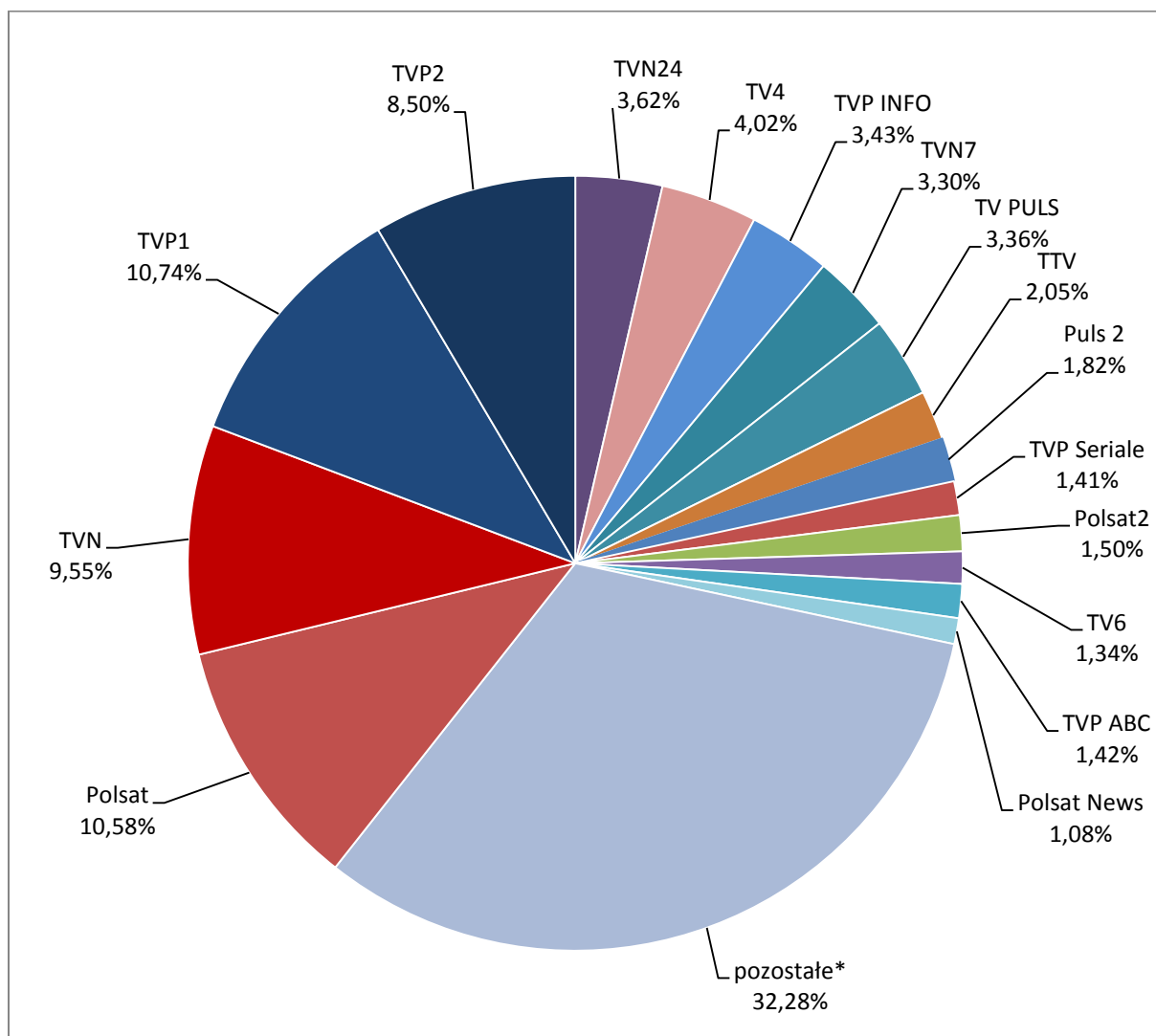
**Tabela 1. Udziały programów TVP1, TVP2, Polsat, TVN w rynku telewizyjnym – zmiana**

Program	I kw. 2018	I kw. 2017	Zmiana (pp)
TVP1	10,74%	11,16%	-0,42
Polsat	10,58%	11,07%	-0,49
TVN	9,55%	9,76%	-0,21
TVP2	8,50%	8,26%	0,24

Okolo 32,3% rynku zajmowały w sumie programy, których udziały jednostkowe nie przekraczały 1% (kategoria pozostałe na wykresie). Jedną trzecią wśród nich, tj. ponad 10,6% miały w sumie programy o udziałach pomiędzy 1% a 0,5% (było ich osiem: TVP Rozrywka, Stopklatka, Fokus TV, Super Polsat, Eurosport1, TVP3, ATM Rozrywka).

Natomiast ok. dwie trzecie - ponad 21% rynku w analizowanym kwartale zajmowały łącznie programy o jednostkowych udziałach poniżej 0,5%, których było najwięcej. Szczegółowe informacje dotyczące widowni poszczególnych programów przedstawiono w dalszej części opracowania oraz na wykresach i w tabelach.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2018 roku

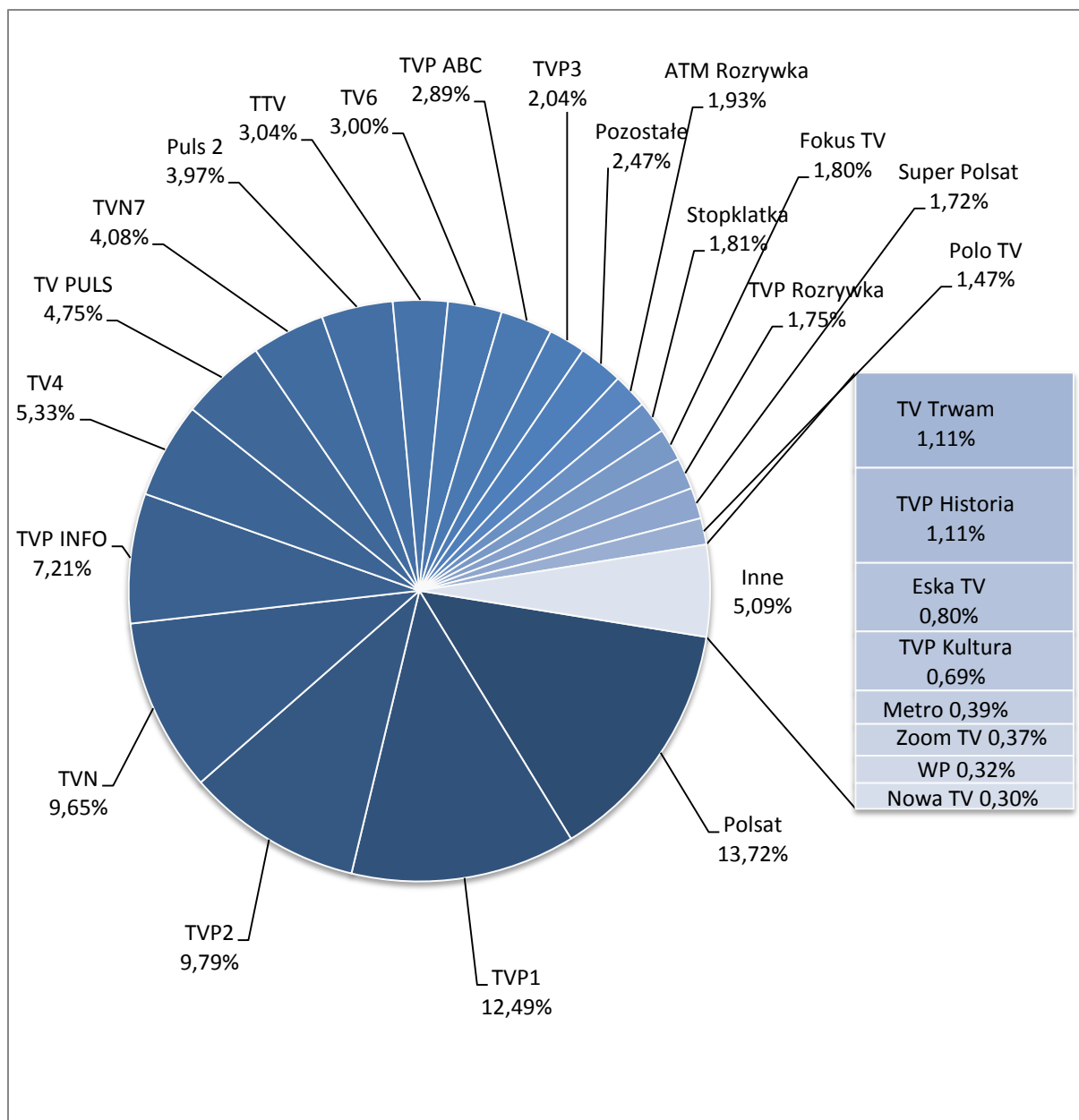


Największą widownię gromadziły programy naziemnej telewizji cyfrowej. One zdominowały pierwszą 20 rankingu pod względem oglądalności, w którym znalazło się ich szesnaście<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> TVP1, Polsat, TVN, TVP2, TV4, TVP INFO, TV PULS, TVN7, TTV - Twoja Telewizja, Puls2, TVP ABC, TV6, TVP Rozrywka, Stopklatka, Fokus TV, Super Polsat

Podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni<sup>4</sup> do programów naziemnych przedstawiono na wykresie 2.

**Wykres 2. Podział rynku NTC w I kwartale 2018 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC**



Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,5%. Kategoria zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych.

<sup>4</sup> tzw. gospodarstwa eterowe to **ponad 1/3 gospodarstw domowych** w Polsce

Z analizy wskaźników wynika, że większość programów NTC, uwzględniając programy nowe, notowała w dalszym ciągu przyrosty widowni.

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów w I kwartale 2018 roku zestawiono w tabeli poniżej.

**Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2018**

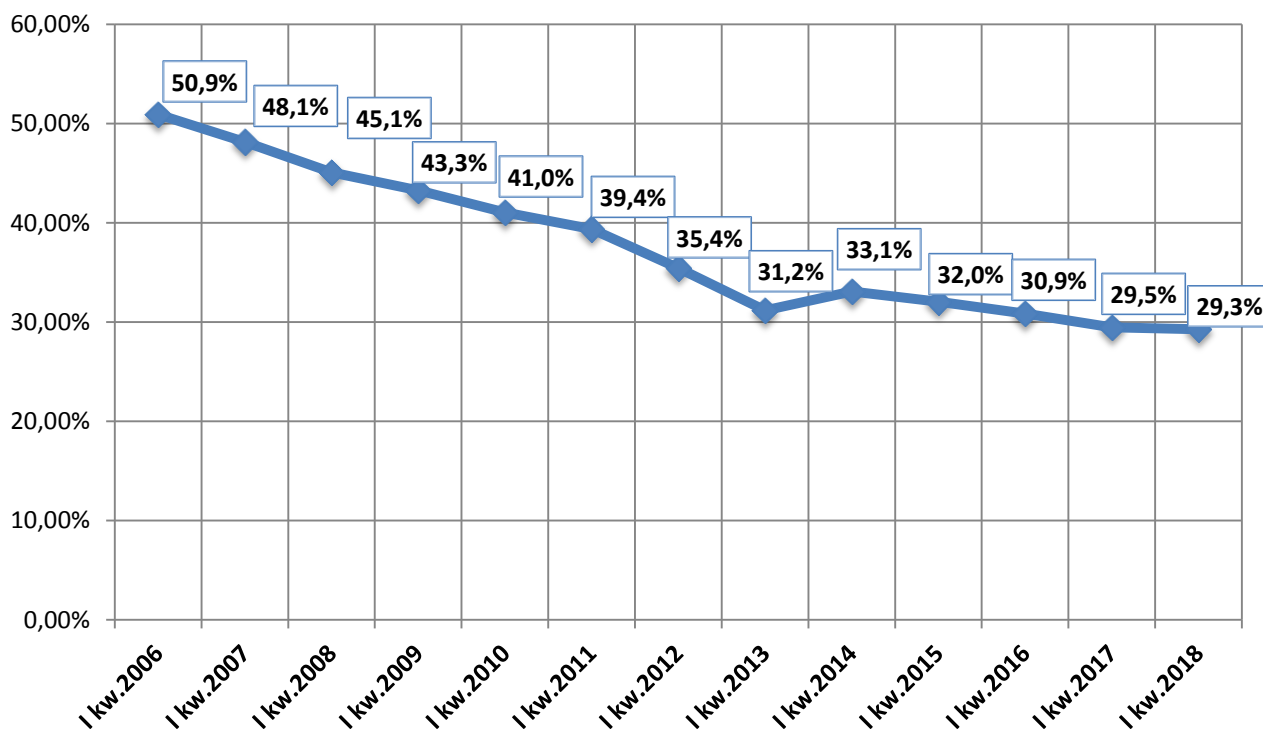
Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Polsat	313 009	13,31 %	43,88 %	5 135 789
TVP1	301 010	12,80 %	42,13 %	4 931 053
TVP2	240 269	10,22 %	40,31 %	4 718 481
TVN	222 365	9,45 %	40,28 %	4 714 368
TVP INFO	147 717	6,28 %	23,63 %	2 765 996
TV4	129 519	5,51 %	28,71 %	3 360 023
TV PULS	129 191	5,49 %	26,31 %	3 079 769
TVN7	97 543	4,15 %	24,66 %	2 887 031
Puls 2	92 762	3,94 %	22,92 %	2 683 268
TVP ABC	79 294	3,37 %	13,04 %	1 526 398
TTV	76 652	3,26 %	23,60 %	2 762 745
TV6	65 655	2,79 %	20,53 %	2 402 505
Fokus TV	45 947	1,95 %	16,72 %	1 956 644
Super Polsat	43 584	1,85 %	18,79 %	2 199 486
TVP3	42 515	1,81 %	22,83 %	2 672 634
Stopklatka	41 360	1,76 %	15,86 %	1 855 954
TVP Rozrywka	38 876	1,65 %	15,39 %	1 801 005
ATM Rozrywka	38 701	1,65 %	13,60 %	1 591 592
TVP Historia	26 774	1,14 %	12,77 %	1 494 194
Polo TV	24 707	1,05 %	9,21 %	1 077 841
TVP Kultura	16 889	0,72 %	10,98 %	1 284 905
TV Trwam	16 754	0,71 %	8,60 %	1 006 704
Eska TV	15 837	0,67 %	7,67 %	897 644
WP	14 258	0,61 %	5,66 %	663 055
Metro	12 803	0,54 %	6,03 %	705 860
Zoom TV	12 348	0,52 %	5,32 %	623 009
Nowa TV	10 859	0,46 %	5,37 %	628 706

## Telewizja publiczna

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 w I kwartale br. 29,3% rynku podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 29,5%.

Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 3. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2006 – 2018



Telewizja publiczna **ogółem zanotowała niewielki spadek udziału kwartał do kwartału bo o 0,21 punktu procentowego**. Przed rokiem strata była znacznie większa tj. o 1,38 pp.

Na wynik ten wpłynęła znacznie mniejsza w porównaniu z sytuacją sprzed roku strata widowni **TVP1 i wzrost TVP2 (o 0,24pp.)**. **Znaczny przyrost obserwowany był również w przypadku adresowanego do dzieci TVP ABC**. W przypadku pozostałych programów tematycznych obserwowane były niewielkie spadki bądź wzrosty.

Dane dotyczące wielkości widowni i udziału poszczególnych programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2017 r. zestawiono w tabeli.

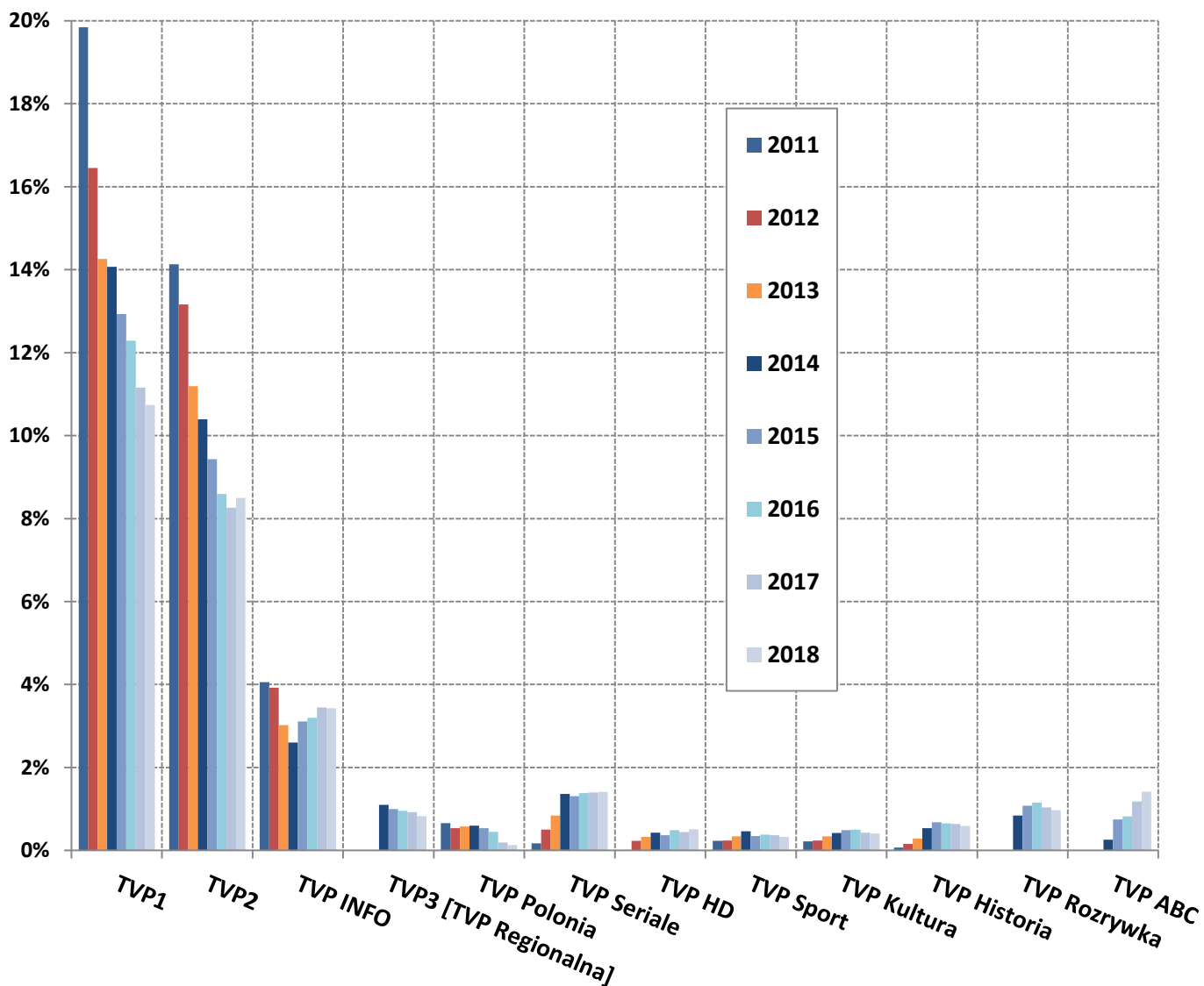
**Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2018 r.**

Program	AMR	SHR %	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	789 978	11.16%	767 749	↓ -22 229	10.74%	↓ -0.42
TVP2	584 569	8.26%	607 660	↑ 23 091	8.50%	↑ 0.24
TVP INFO	244 216	3.45%	244 769	↑ 553	3.43%	↓ -0.02
TVP ABC	83 635	1.18%	101 561	↑ 17 926	1.42%	↑ 0.24
TVP Seriale	99 071	1.40%	100 836	↑ 1 765	1.41%	↑ 0.01
TVP Rozrywka	73 245	1.04%	69 011	↓ -4 234	0.97%	↓ -0.07
TVP3	65 267	0.92%	59 490	↓ -5 777	0.83%	↓ -0.09
TVP Historia	45 176	0.64%	41 813	↓ -3 363	0.59%	↓ -0.05
TVP HD	31 269	0.44%	36 230	↑ 4 961	0.51%	↑ 0.07
TVP Kultura	30 584	0.43%	29 242	↓ -1 342	0.41%	↓ -0.02
TVP Sport	26 296	0.37%	23 848	↓ -2 448	0.33%	↓ -0.04
TVP Polonia	13 475	0.19%	8 935	↓ -4 540	0.13%	↓ -0.06
<b>Ogółem</b>	<b>2 086 781</b>	<b>29.48%</b>	<b>2 091 144</b>	<b>↑ 4 363</b>	<b>29.27%</b>	<b>↓ -0.21</b>

Obserwowane trendy w udziałach poszczególnych programów TVP w ostatnich latach (I kwartał) zobrazowano na wykresie 4 poniżej.



Wykres 4. Trendy – udziały programów telewizji publicznej w I kwartale w latach 2011-2018



### Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych w pierwszym kwartale roku znaczące wzrosty notowały nadal programy koncesjonowane obecne na MUX-ach, takie jak TV Puls, TTV, TVN7, Super Polsat, TV4, Super Polsat, Fokus TV, Puls 2 oraz programy z MUX-8, które rozpoczęły nadawanie pod koniec 2016 r. - Zoom TV, WP, Metro, Nowa TV, natomiast spoza

oferty naziemnej telewizji cyfrowej - HGTV i TVN Turbo. Duże spadki obserwowane były natomiast w przypadku Polsatu i TVN 24.

Należy podkreślić, że w pierwszej dwudziestce programów, które zwiększyły oglądalność w I kwartale roku znalazły się tylko dwa programy nie posiadające polskiej koncesji.

Szczegółowe dane dotyczące programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kw. 2017 przedstawiono poniżej.

**Tabela 4. Udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2018 r. – zmiana**

Lp.	Program	I kw. 2018 AMR	ZMIANA	I kw. 2018 SHR	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	756 418	-26 641	10,58%	-0,49
2.	TVN	682 342	-8 531	9,55%	-0,21
3.	TV4	287 229	11 005	4,02%	0,12
4.	TVN24	258 554	-27 827	3,62%	-0,43
5.	TV PULS	239 917	42 810	3,36%	0,57
6.	TVN7	235 602	16 416	3,30%	0,20
7.	TTV	146 541	29 412	2,05%	0,39
8.	Puls 2	130 070	9 580	1,82%	0,12
9.	Polsat2	107 522	14 480	1,50%	0,19
10.	TV6	95 839	-10 920	1,34%	-0,17
11.	Polsat News	77 457	-2 627	1,08%	-0,05
12.	Stopklatka	65 322	-1 876	0,91%	-0,04
13.	Fokus TV	64 425	10 987	0,90%	0,14
14.	Super Polsat	62 593	14 168	0,88%	0,20
15.	ATM Rozrywka	49 659	-8 979	0,69%	-0,14
16.	TVN Style	46 463	2 145	0,65%	0,02
17.	TVN Turbo	44 130	8 215	0,62%	0,11
18.	Nickelodeon	40 692	-11 743	0,57%	-0,17
19.	Polo TV	38 739	-12 057	0,54%	-0,18

20.	Polsat Film	36 596	834	0,51%	0,00
21.	Polsat Play	35 280	-46	0,49%	-0,01
22.	HGTV	33 159	8 345	0,46%	0,11
23.	Eska TV	28 615	7 415	0,40%	0,10
24.	WP	26 767	21 270	0,37%	0,29
25.	Metro	25 367	12 139	0,35%	0,16
26.	TV Trwam	25 007	-13 728	0,35%	-0,20
27.	Zoom TV	24 523	13 851	0,34%	0,19
28.	MiniMini+	24 348	-7 179	0,34%	-0,11
29.	Kino Polska	22 570	1 012	0,32%	0,02
30.	TVN24 Biznes i Swiat	22 547	-5 861	0,32%	-0,08
31.	Polsat Cafe	22 482	-6 280	0,31%	-0,10
32.	Polsat Sport	22 218	-3 390	0,31%	-0,05
33.	Nowa TV	22 152	10 497	0,31%	0,15
34.	TVS	22 113	-4 469	0,31%	-0,07
35.	TVN Fabula	18 927	-4 128	0,26%	-0,07
36.	Canal+	14 973	-304	0,21%	-0,01

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