



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W II KWARTALE 2017 ROKU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2017

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 II kwartale 2017 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez ponad 4 godziny 4 minuty dziennie, tj. o 4 minuty dłużej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

O większej uwadze widzów poświęconej telewizji w analizowanym kwartale świadczą też inne wskaźniki. Czas oglądania przypadający na statystycznego widza a więc populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r. ż. wyniósł 5 godz. 56 minut i wzrósł o ok. 13 minut w stosunku do II kwartału 2016. Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji natomiast wyniosła 6 mln 32 tys. i była wyższa o ok. 84 tysiące.

W pierwszej dwudziestce rankingu programów o największej oglądalności znalazło się 16 programów naziemnej telewizji cyfrowej i tylko 4 dostępne drogą satelitarną i kablową (**TVN24, TVP Seriale, Polsat News, Polsat2**). Wszystkie programy pierwszej dwudziestki były programami koncesjonowanymi w Polsce. Najwyżej notowany program niekoncesjonowany **Discovery** zajął 28 pozycję w rankingu z udziałem 0,53%.

Wśród programów niekoncesjonowanych największe wzrosty uzyskiwały w II kwartale roku telewizje **TNT**, **Paramount Channel HD** oraz **13 ulica** a największe spadki **Disney Channel**, **Disney Junior** i **Universal Channel**.

Łączny udział **programów tzw. wielkiej czwórki - TVP1, TVP2, TVN i Polsatu - wyniósł w sumie 41,4%** i zmniejszył się o ponad 4 punkty procentowe w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas 43,39%). Spośród programów wielkiej czwórki najwięcej straciła **TVP1** (- 1,85 pp.).

Podobnie jak przed rokiem pierwsze miejsce w rankingu pod względem udziałów zajmował **Polsat**. Na drugie wysunął się **TVN** (z trzeciego w analogicznym okresie 2016 r.), Program **TVP1** spadł na pozycję trzecią. Czwarte miejsce należało niezmiennie do **Programu 2 TVP**.

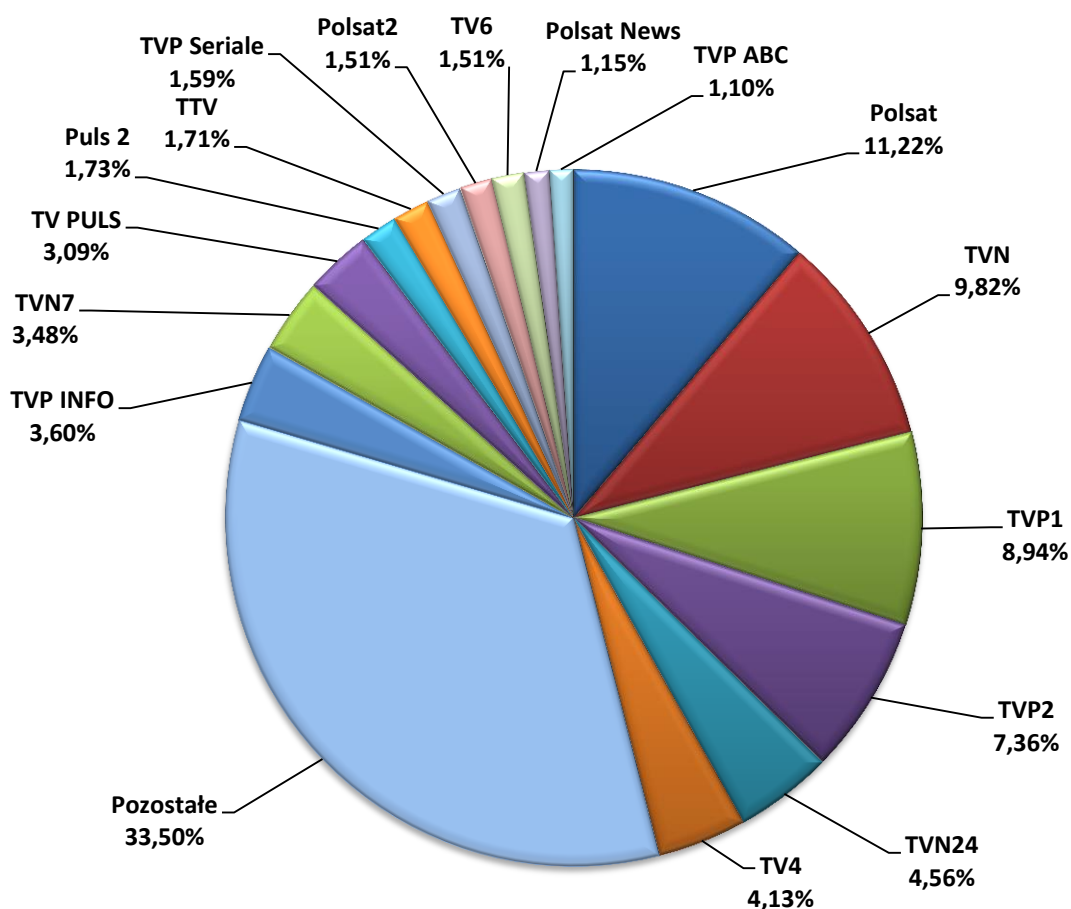
Tabela 1. Udziały programów TVP1, TVP2, Polsat, TVN w rynku telewizyjnym – zmiana

Program	II kw. 2016	II kw. 2017	Zmiana (pp)
Polsat	11,86%	11,22%	-0,64
TVN	10,46%	9,82%	0,64
TVP1	10,79%	8,94%	-1,85
TVP2	8,29%	7,36%	-0,93

Ponad 33,5%, to jest nieco ponad 1/3 rynku, zajmowały programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

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

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w II kwartale 2017 roku

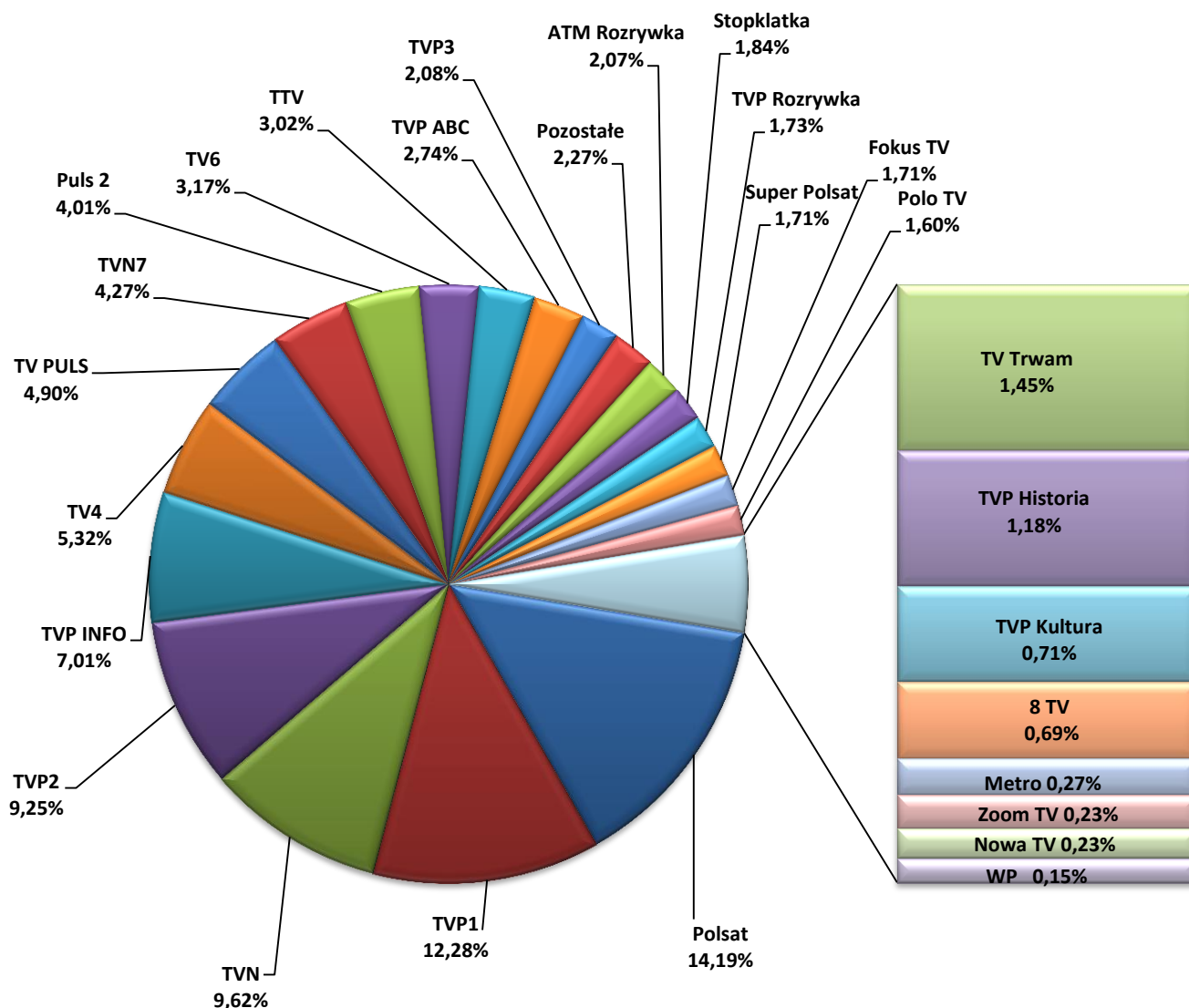


Naziemna telewizja cyfrowa

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

Na wykresie 2 przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,3%. 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 2017 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Z analizy wskaźników wynika, że ponad połowa 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 II kwartale 2017 roku zestawiono w tabeli poniżej.

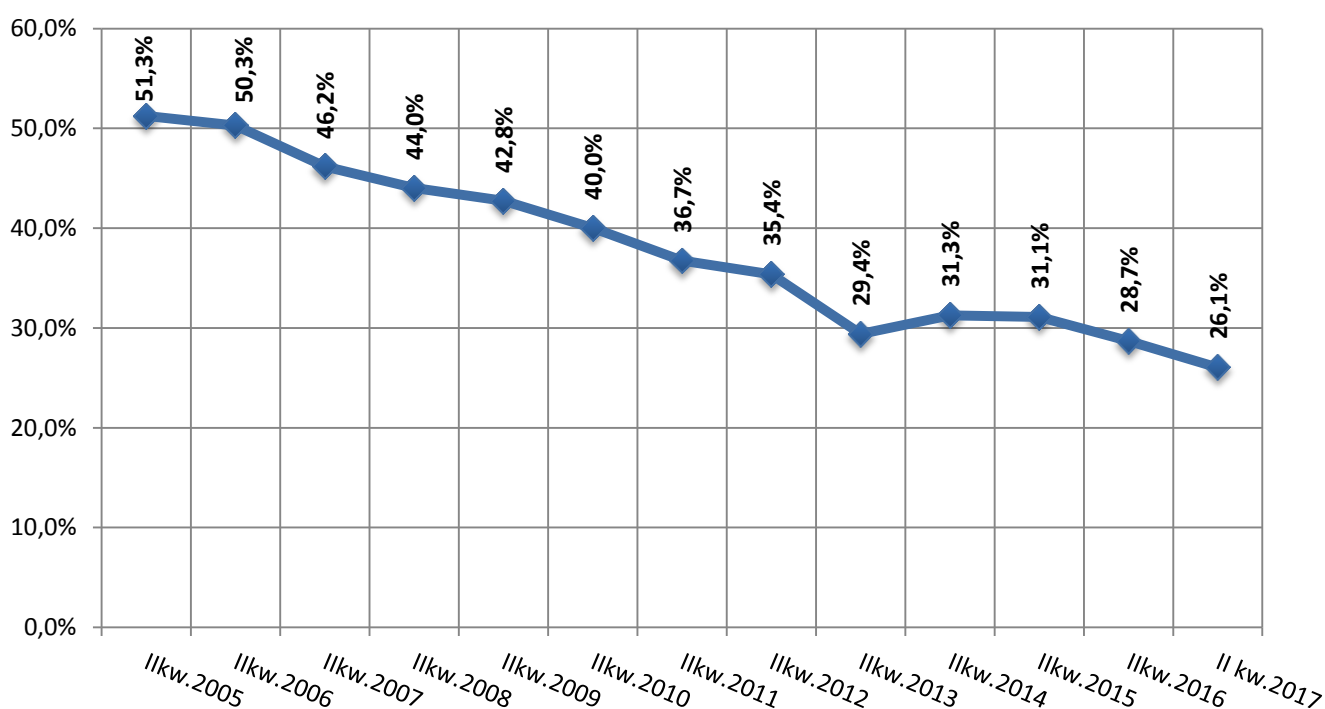
Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w II kwartale 2017

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Polsat	269 511	14,19%	40,09%	4 550 960
TVP1	233 396	12,28%	38,49%	4 369 123
TVN	182 854	9,62%	37,52%	4 258 716
TVP2	175 723	9,25%	36,44%	4 135 859
TVP INFO	133 230	7,01%	23,43%	2 660 087
TV4	101 074	5,32%	26,11%	2 963 383
TV PULS	93 137	4,90%	23,80%	2 702 002
TVN7	81 136	4,27%	22,68%	2 573 867
Puls 2	76 159	4,01%	20,97%	2 380 279
TV6	60 158	3,17%	19,36%	2 197 382
TTV	57 336	3,02%	20,82%	2 363 738
TVP ABC	52 063	2,74%	11,05%	1 254 074
TVP3	39 474	2,08%	21,90%	2 485 938
ATM Rozrywka	39 348	2,07%	13,85%	1 572 629
Stopklatka	34 880	1,84%	14,55%	1 651 942
TVP Rozrywka	32 886	1,73%	13,81%	1 567 260
Super Polsat	32 542	1,71%	15,49%	1 757 858
Fokus TV	32 440	1,71%	14,09%	1 598 849
Polo TV	30 354	1,60%	9,72%	1 103 614
TV Trwam	26 530	1,45%	10,37%	1 143 875
TVP Historia	22 472	1,18%	11,32%	1 285 419
Eska TV [8TV]	15 792	0,83%	8,97%	1 018 274
TVP Kultura	12 749	0,67%	9,41%	1 068 659
Metro	6 160	0,32%	3,71%	421 186
Zoom TV	5 491	0,29%	3,12%	354 565
Nowa TV	5 013	0,26%	3,22%	364 988
WP	4 023	0,21%	2,95%	334 496

Telewizja publiczna

W II kwartale 2017 roku telewizja publiczna ogółem zanotowała spadek udziału o 1,89 punktu proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Była to zmiana porównywalna do tej sprzed roku, kiedy telewizja publiczna ogółem straciła nawet nieco więcej bo 2,4 punktu procentowego. Szczegółowe dane obrazujące trend przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 3. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2017



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 26,05% a więc nieco ponad 1/4 rynku podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 28,7%.

Straty widowni notowały w dalszym ciągu programy uniwersalne TVP1 i w mniejszym stopniu TVP2. Znaczne przyrosty natomiast, podobnie jak w poprzednim kwartale, były obserwowane w przypadku wybranych programów tematycznych: TVP INFO - o 0,56 punktu proc., TVP ABC – o 0,33 punktu proc.

Pozostałe programy tematyczne notowały niewielkie spadki (TVP Rozrywka) bądź wzrosty (TVP Seriale, TVP Historia).

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do II kwartału 2016 r. zestawiono w tabeli. Na notowaniach TVP Polonia zaważyło wycofanie tego programu z oferty NTC w 2016 r.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w II kwartale 2017 r.

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	539 418	↓ -102 143	8,94%	↓ -1,85
TVP2	443 887	↓ -49 374	7,36%	↓ -0,93
TVP INFO	216 993	↑ 36 168	3,60%	↑ 0,56
TVP Seriele	95 983	↑ 7 108	1,59%	↑ 0,10
TVP ABC	66 400	↑ 20 343	1,10%	↑ 0,33
TVP Rozrywka	58 272	↓ -7 847	0,97%	↓ -0,14
TVP3	56 955	↓ -2 084	0,94%	↓ -0,05
TVP Historia	39 302	↑ 6 688	0,65%	↑ 0,10
TVP HD	29 636	↑ 2 419	0,49%	↑ 0,03
TVP Kultura	24 603	↓ -1 897	0,41%	↓ -0,04
TVP Sport	16 713	↑ 684	0,28%	↑ 0,01
TVP Polonia	10 344	↓ -18 822	0,17%	↓ -0,32
Ogółem	1 571 449	↓ -90 619	26,05%	↓ -1,89

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów w II kwartale 2017 r. odnotowały programy uniwersalne Polsat i TVN oraz TV Puls. Zauważalne wzrosty osiągały w dalszym ciągu niektóre programy koncesjonowane obecne na MUX-ach, największe TV4 i TVN 7. Natomiast wśród programów spoza oferty NTC znacznie większe udziały w widowni w II kwartale 2017 uzyskał program informacyjny TVN 24.

Szczegółowe dane dotyczące programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do II kw. 2016 przedstawiono poniżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w II kw. 2017 r. – zmiana

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	676 794	↓ -28 840	11,22%	↓ -0,64
2.	TVN	592 328	↓ -29 756	9,82%	↓ -0,64
3.	TVN24	275 164	↑ 46 227	4,56%	↑ 0,71
4.	TV4	249 222	↑ 54 250	4,13%	↑ 0,85
5.	TVN7	209 808	↑ 16 342	3,48%	↑ 0,23
6.	TV Puls	186 504	↓ -11 203	3,09%	↓ -0,23
7.	Puls 2	104 186	↓ -2 863	1,73%	↓ -0,07
8.	TTV	103 348	↑ 7 443	1,71%	↑ 0,1
9.	TVP Seriele	95 983	↑ 7 108	1,59%	↑ 0,1
10.	Polsat2	91 098	↑ 4 088	1,51%	↑ 0,05
11.	TV6	90 995	↑ 1 883	1,51%	↑ 0,01
12.	Polsat News	69 310	↑ 5 991	1,15%	↑ 0,09
13.	Stopklatka	57 756	↓ -1 075	0,96%	↓ -0,03
14.	ATM Rozrywka	49 163	↑ 9 777	0,82%	↑ 0,16
15.	Polo TV	48 773	↓ -295	0,81%	↓ -0,02
16.	Super Polsat [Polsat Sport News]	45 812	↑ 14 774	0,76%	↑ 0,24
17.	Nickelodeon	45 661	↑ 516	0,76%	→ 0
18.	Fokus TV	44 738	↓ -1 313	0,74%	↓ -0,03
19.	TVN Style	41 588	↓ -2 313	0,69%	↓ -0,05
20.	Polsat Sport	35 783	↓ -14 353	0,59%	↓ -0,25
21.	TVN Turbo	33 595	↑ 4 519	0,56%	↑ 0,07
22.	TV Trwam	31 873	↓ -10 898	0,53%	↓ -0,19
23.	Polsat Film	30 796	↑ 1 667	0,51%	↑ 0,02
24.	Polsat Play	30 565	↓ -3 068	0,51%	↓ -0,05
25.	HGTV [TVN Meteo Active]	28 166	↑ 21 327	0,47%	↑ 0,36
26.	MiniMini+	24 300	↑ 2 641	0,40%	↑ 0,04
27.	TVN24 Biznes i Swiat	23 811	↑ 2 730	0,39%	↑ 0,04
28.	Polsat Cafe	23 757	↑ 153	0,39%	↓ -0,01
29.	Eska TV [8TV]	21 950	↑ 21 950	0,36%	↑ 0,36
30.	TVS	21 502	↑ 641	0,36%	↑ 0,01
31.	TVN Fabula	21 205	↑ 6 608	0,35%	↑ 0,1
32.	Kino Polska	20 876	↓ -1 358	0,35%	↓ -0,02
33.	Canal+	17 733	↑ 5 339	0,29%	↑ 0,08
34.	Metro	13 044	↑ 13 044	0,22%	↑ 0,22
35.	Superstacja	12 855	↓ -4 365	0,21%	↓ -0,08
36.	Nowa TV	12 163	↑ 12 163	0,20%	↑ 0,2

W tabeli uwzględniono wszystkie programy koncesjonowane o udziale powyżej 0,2%. Programy Nowa TV i Metro to nowe programy NTC, które rozpoczęły nadawanie w II połowie 2016.