



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W III KWARTALE 2016 ROKU

DEPARTAMENT MONITORINGU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

WARSZAWA 2016

Wskaźniki wykorzystywane w analizie

Prezentowana analiza została przeprowadzona z wykorzystaniem danych pochodzących z telemetrycznego badania widowni telewizyjnej prowadzonego 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 III kwartale 2016 roku statystyczny Polak oglądał telewizję, podobnie jak w analogicznym okresie roku ubiegłego, przez ok. **3 godziny 56 minut dziennie**. Nie obserwowano zmiany w tym zakresie w odróżnieniu od poprzedniego kwartału, kiedy czas ten obniżył się znacząco przede wszystkim z powodu krótszego czasu oglądania programów tzw. wielkiej czwórki, głównie publicznych.

Średnia wielkość widowni minutowej wyniosła blisko 5 mln 832 tysiące i była niewiele niższa bo o ok. 26 tysięcy w stosunku do roku ubiegłego. O nieco mniejszej uwadze widzów poświęconej w minionym kwartale całej telewizji świadczą też wartości innego wskaźnika, tj. czasu oglądania przypadającego na statystycznego widza tzw. ATS, w którym jako punkt odniesienia przyjmuje się populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r.ż. i który był niższy o ok. 3,5 minuty w stosunku do III kwartału 2015.

Łączny udział **programów tzw. wielkiej czwórki** - TVP1, TVP2, TVN i Polsatu - **wyniósł w analizowanym okresie 39,26%** i zmniejszył się **o 1,2 punktu** procentowego w porównaniu z analogicznym kwartałem roku ubiegłego (**wówczas 40,45%**). Spośród programów wielkiej czwórki najwięcej straciły programy TVP1 (- 0,75 pp.) i TVN (-0,47 pp.).

Na pierwszym miejscu w rankingu kwartalnym podobnie jak przed rokiem pozostawał Polsat, Program TVP1 znalazł się na miejscu drugim z przewagą nad programem TVN - miejsce trzecie. Czwarte miejsce należało do Programu 2 TVP, który w tym kwartale, odnotował wzrost udziału, jako jedyny spośród *wielkiej czwórki*.

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

Program	III kw. 2016	III kw. 2015	Zmiana (pp)	Zmiana (%)
Polsat	11,21%	11,28%	-0,07	-0,62%
TVP1	10,31%	11,06%	-0,75	-6,78%
TVN	9,92%	10,39%	-0,47	-4,52%
TVP2	7,82%	7,72%	0,10	1,30%

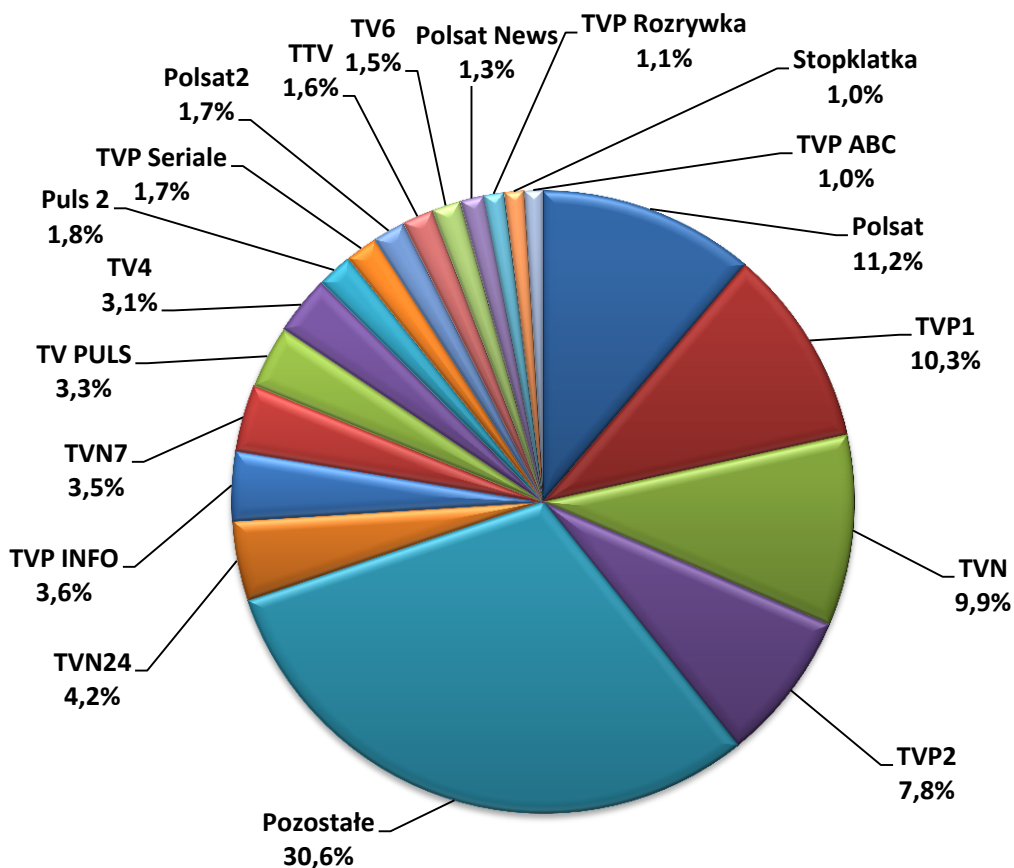
W III kwartale 2016 r. wszystkie programy pierwszej dwudziestki rankingu programów o największej oglądalności były programami koncesjonowanymi w Polsce. Wśród nich znalazło się 14 programów naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) i 6 dostępnych drogą satelitarną i kablową (TVN24, Polsat News, Polsat2, Nickelodeon, Polsat Play i Polsat Film). Najwyżej notowany program nie posiadający polskiej koncesji - AXN zajmował 22 pozycję w rankingu z udziałem 0,46%.

Spośród programów niekoncesjonowanych największy wzrost w III kwartale roku odnotowały telewizje FOX oraz Romance TV.

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

Ponad 30% rynku zajmowały programy zarówno koncesjonowane jak i nie posiadające polskiej koncesji, których udziały jednostkowe nie przekraczały 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2016 roku



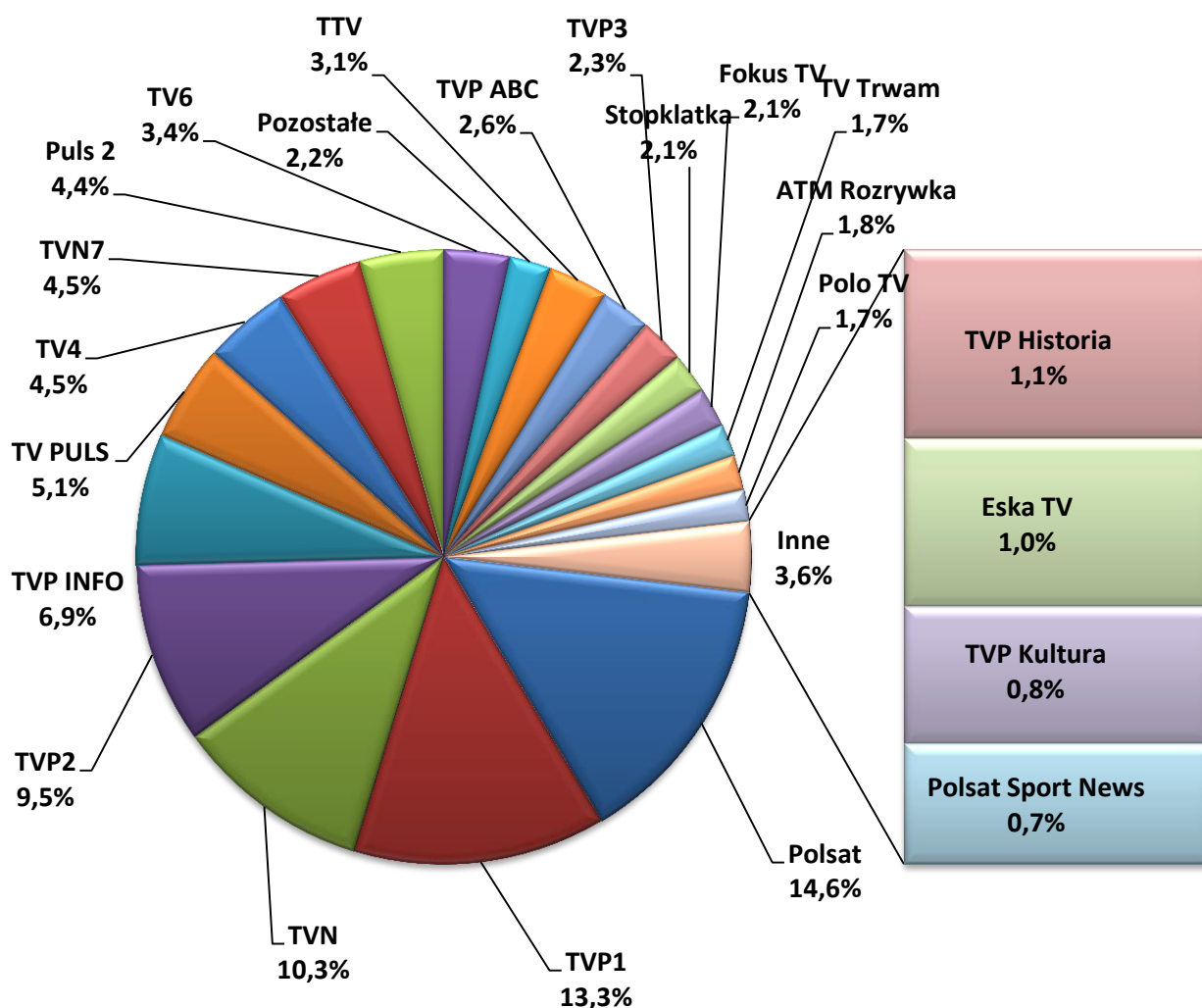
Naziemna telewizja cyfrowa

Z badania telemetrycznego wynika, że w porównaniu z poprzednim kwartałem nie zaszły istotne zmiany w liczbie gospodarstw domowych posiadających dostęp do programów NTC zarówno wyłącznie jak i między innymi.

W III kwartale 2016 roku **naziemną telewizję cyfrową** posiadało ok. 15,6 miliona Polaków a więc **ponad 44% gospodarstw domowych** w tym 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. 2,2%. 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 III kwartale 2016 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Natomiast z analizy wskaźników wynika, że w III kwartale 2016 w gospodarstwach korzystających wyłącznie z oferty naziemnej telewizji cyfrowej większość programów NTC (szesnaście spośród dwudziestu czterech) zanotowała mniejsze bądź większe straty widowni.

Szczegółowe dane dotyczące zmian widowni i udziałów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do tych programów w III kwartale 2016 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do analogicznego okresu roku 2015 zestawiono w tabeli poniżej.

Tabela 2. Udziały programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w III kwartale 2016 – zmiana

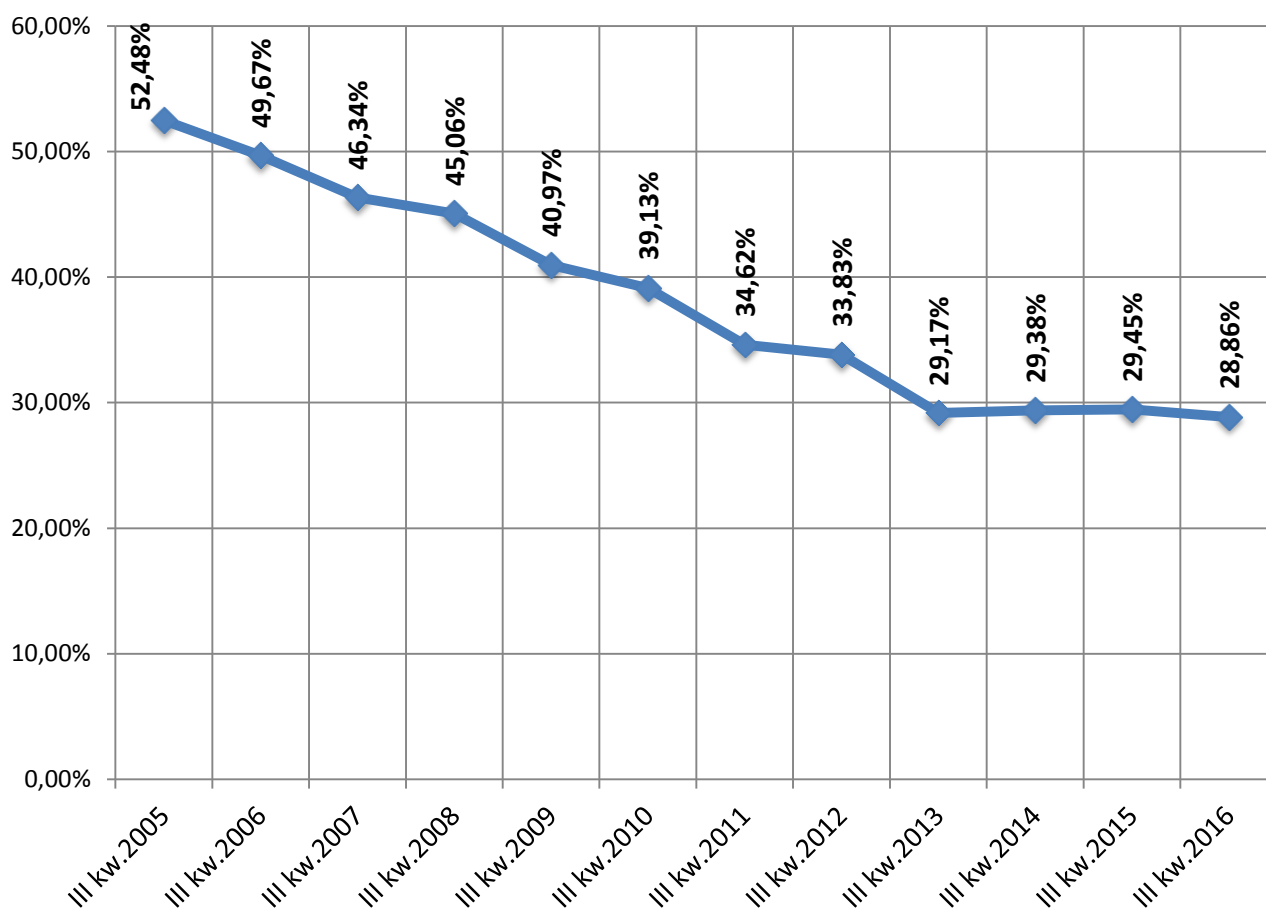
	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana
Polsat	255 954	↓ -12 889	14,33%	↓ -0,12
TVP1	233 634	↓ -21 744	13,08%	↓ -0,65
TVN	181 437	↓ -12 331	10,16%	↓ -0,25
TVP2	167 080	↓ -2 150	9,35%	↑ 0,25
TVP INFO	121 534	↓ -9 501	6,80%	↓ -0,24
TV PULS	88 996	↓ -3 445	4,98%	↑ 0,01
TV4	79 411	↓ -10 428	4,45%	↓ -0,38
TVN7	78 790	↑ 8 563	4,41%	↑ 0,64
Puls 2	77 625	↓ -2 952	4,35%	↑ 0,02
TV6	60 349	↑ 7 095	3,38%	↑ 0,52
TTV	55 045	↓ -3 099	3,08%	↓ -0,04
TVP ABC	46 310	↑ 17 680	2,59%	↑ 1,05
TVP3	40 656	↓ -671	2,28%	↑ 0,06
Stopklatka	37 103	↑ 3 549	2,08%	↑ 0,28
Fokus TV	36 927	↑ 5 724	2,07%	↑ 0,39
ATM Rozrywka	32 297	↑ 808	1,81%	↑ 0,12
TVP Rozrywka	31 322	↓ -7 959	1,75%	↓ -0,36
Polo TV	29 328	↓ -1 713	1,64%	↓ -0,03
TV Trwam	30 010	↓ -2 932	1,68%	↓ -0,09
TVP Historia	19 644	↓ -2 669	1,10%	↓ -0,10
Eska TV	17 558	↑ 1 000	0,98%	↑ 0,09
TVP Kultura	14 333	↑ 102	0,80%	↑ 0,04
Polsat Sport News	12 417	↓ -9 453	0,70%	↓ -0,48
TVP Polonia	3 264	↓ -12 478	0,18%	↓ -0,67

Telewizja publiczna

W III kwartale 2016 roku do telewizji publicznej łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 28,9% rynku podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 29,5%.

Telewizja publiczna ogółem zanotowała spadek udziału o 0,72 punktu procentowego. Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 3. Trend - udziały telewizji publicznej w III kwartale 2005 – 2016



Straty widowni notował w dalszym ciągu program uniwersalny TVP1, **niewielki wzrost natomiast zaobserwowano w przypadku Programu TVP2, którego udziały systematycznie od kilku lat spadały.**

Wśród programów tematycznych największy wzrost widowni uzyskał program skierowany do dzieci TVP ABC (+0,34 pp.) obecny w ofercie naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) a spoza oferty NTC - TVP Sport (+0,14pp.) i TVP Seriale (SHR +0,15 pp.).

Natomiast w przypadku pozostałych programów tematycznych spore spadki obserwowano w przypadku czterech z nich, tj. TVP Rozrywka, TVP Polonia, TVP Info, TVP 3. Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do III kwartału 2015 r. zestawiono w tabeli.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w III kwartale 2016 r.

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	601 395	↓ -46 512	10,31%	↓ -0,75
TVP2	456 328	↑ 4 099	7,82%	↑ 0,10
TVP INFO	209 564	↓ -11 134	3,59%	↓ -0,18
TVP3	60 781	↓ -6 386	1,04%	↓ -0,11
TVP ABC	56 294	↑ 19 667	0,97%	↑ 0,34
TVP Polonia	16 059	↓ -14 048	0,28%	↓ -0,23
TVP Sport	31 159	↑ 8 452	0,53%	↑ 0,14
TVP Historia	34 349	↓ -2 242	0,59%	↓ -0,03
TVP Seriale	98 230	↑ 8 324	1,68%	↑ 0,15
TVP HD	29 840	↑ 3 943	0,51%	↑ 0,07
TVP Rozrywka	61 816	↓ -13 547	1,06%	↓ -0,23
TVP Kultura	28 018	↑ 550	0,48%	↑ 0,01
Ogółem	1 683 833	↓ -48 834	28,86%	↓ -0,72

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

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	653 510	↓ -7 509	11,21%	↓ -0,07
2.	TVN	578 414	↓ -30 420	9,92%	↓ -0,47
3.	TVN24	242 415	↑ 42 753	4,16%	↑ 0,75
4.	TVN7	202 664	↑ 15 080	3,48%	↑ 0,28
5.	TV PULS	189 657	↑ 9 786	3,25%	↑ 0,18
6.	TV4	178 265	↓ -25 871	3,06%	↓ -0,42
7.	Puls 2	107 022	↑ 5 447	1,84%	↑ 0,11
8.	Polsat2	97 810	↑ 6 464	1,68%	↑ 0,12
9.	TTV	93 884	↑ 15	1,61%	↑ 0,01
10.	TV6	86 102	↑ 12 574	1,48%	↑ 0,22
11.	Polsat News	72 929	↑ 3 943	1,25%	↑ 0,07
12.	Stopklatka	59 636	↑ 8 874	1,02%	↑ 0,15
13.	Fokus TV	49 953	↑ 7 773	0,86%	↑ 0,14
14.	Polo TV	49 879	↓ -4 437	0,86%	↓ -0,07
15.	Nickelodeon	48 266	↑ 5 698	0,83%	↑ 0,1
16.	TV Trwam	46 734	↓ -2 219	0,80%	↓ -0,04
17.	TVN Style	44 244	↑ 4 262	0,76%	↑ 0,08
18.	ATM Rozrywka	41 876	↓ -67	0,72%	→ 0
19.	Polsat Play	32 531	↑ 2 210	0,56%	↑ 0,04
20.	Eska TV	32 056	↑ 648	0,55%	↑ 0,01
21.	Polsat Film	30 577	↓ -253	0,52%	↓ -0,01
22.	TVN Turbo	28 114	↓ -122	0,48%	→ 0
23.	AXN	27 011	↓ -6 376	0,46%	↓ -0,05
24.	Polsat Cafe	26 312	↑ 1 305	0,45%	↑ 0,02
25.	Polsat Sport	25 905	↓ -26 112	0,44%	↓ -0,45
26.	MiniMini+	22 906	↑ 2 670	0,39%	↑ 0,04
27.	TVN24 Biznes i Swiat	22 646	↑ 6 705	0,39%	↑ 0,12
28.	TVS	22 115	↓ -1 081	0,38%	↓ -0,02
29.	Kino Polska	22 007	↓ -2 285	0,38%	↓ -0,03
30.	Polsat Sport News	21 122	↓ -21 509	0,36%	↓ -0,37

W tabeli uwzględniono wszystkie programy koncesjonowane o udziale powyżej 0,3%, z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych - tab.3. Zmiana - III kwartał 2016 do III kwartału 2015

Telewizja koncesjonowana

W III kwartale 2016 roku **zauważalne wzrosty** osiągały tylko niektóre programy koncesjonowane obecne na MUX-ach: TVN7 (wzrost widowni minutowej o ponad 15 tys.), TV6 (o ponad 12,5 tys.), TV Puls (o blisko 9,8 tys.), Stopklatka (o ponad 8,8 tys.), Fokus TV (7,8 tys.). Natomiast **znacznie mniejszą widownię** w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego zgromadziły TVN i TV4 oraz Polsat Sport News.

Wśród programów spoza oferty NTC znacząco większy udział w widowni w porównaniu z rokiem ubiegłym uzyskał TVN24 (wzrost o ok. 42,7 tys.), dużą stratę odnotował zaś Polsat Sport (- 26, 1 tys.).

Spośród programów nie posiadających polskiej koncesji największe spadki dotknęły program filmowy AXN i skierowany do dzieci Cartoon Network.