



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

## **RYNEK TELEWIZYJNY W IV KWARTALE 2015 ROKU**

**Analiza i opracowanie – Justyna Reisner**

**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.

Wielkość populacji – 35,5 mln; wielkość próby - 4 296 osób

- 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 IV kwartale 2015 roku **statystyczny Polak poświęcał na oglądanie programów telewizyjnych 4 godziny 40 minut dziennie**, tj. o 3 minuty więcej niż przed rokiem. Podobna tendencja wynikająca przede wszystkim z szerszej oferty programowej była obserwowana w kolejnych kwartałach 2015 roku.

Czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego widza a więc populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r.ż. wyniósł 6 godzin 24 minuty i był dłuższy o 5 minut niż w analogicznym okresie 2014. **Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji wyniosła 6 mln 857 tysięcy**. Obserwowano jej przyrost o ponad 100 tysięcy w stosunku do analogicznego okresu roku 2014.

Choć wartości wskaźników świadczą wciąż o wzrostach to obserwowane zmiany w ostatnim kwartale 2015 nie były już tak spektakularne jak przed rokiem, kiedy w analogicznym okresie czas oglądania wzrósł aż o 17 minut a średnia widownia minutowa całej telewizji - ogółem wszystkie programy - o około 400 tysięcy.

Widownię zyskiwały w dalszym ciągu programy koncesjonowane obecne na multipleksach, ale nie wszystkie. Niektóre z nich, jak np. TV Puls czy program muzyczny Eska TV odnotowały stratę w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

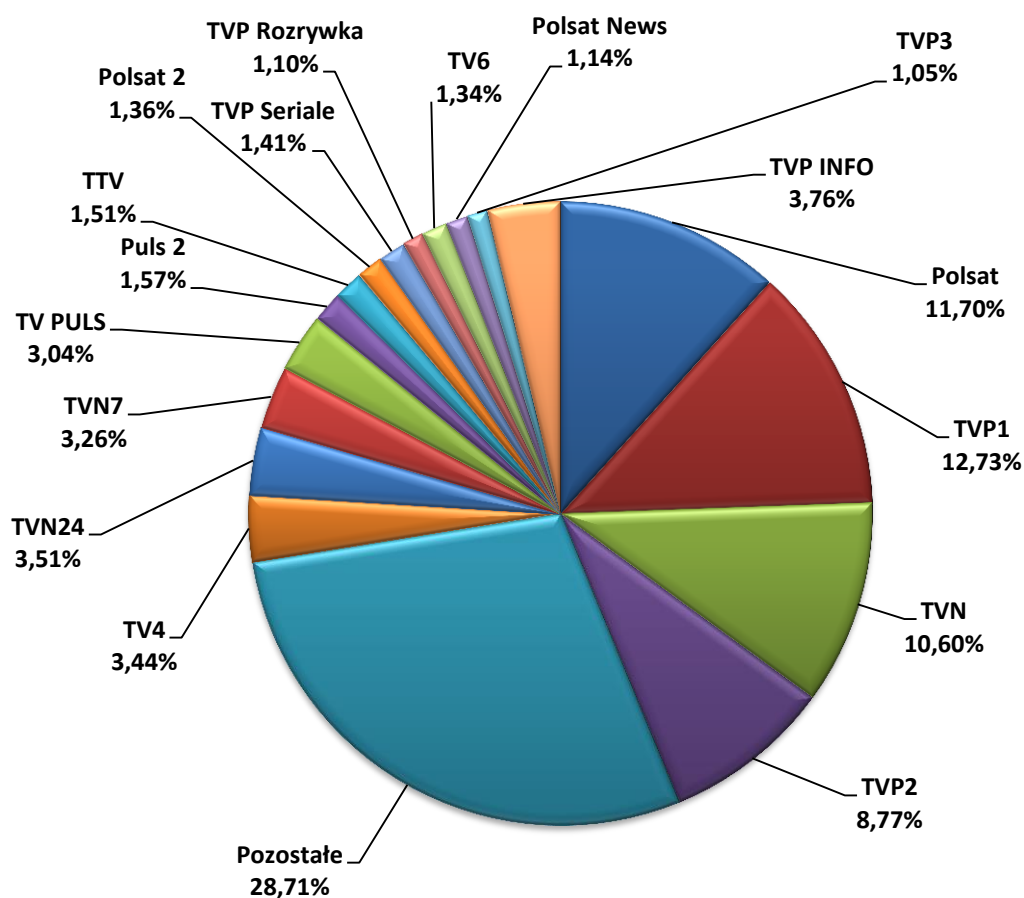
Spółród programów spoza oferty NTC posiadających polską koncesję największe wzrosty miały miejsce w przypadku informacyjnego programu TVN 24. Wzrost odnotował również TVN 24 Biznes i Świat, drugi z portfolio programów informacyjnych grupy TVN. Spadki natomiast dotknęły między innymi programy: Polsat2 i filmowy Kino Polska.

W stosunku do poprzedniego kwartału zmieniła się sytuacja w czołówce programów o największej oglądalności. Pierwsze miejsce pod względem udziału w rynku zajmował program TVP 1, uzyskując przewagę nad programem Polsat, liderem rynku w III kwartale, który zajął miejsce drugie. Na trzeciej pozycji pozostawał TVN. Najniższe udziały w grupie czterech głównych programów uniwersalnych w analizowanym okresie uzyskał Program 2 TVP.

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

Ponad 31% rynku należało do programów, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

**Wykr.1. Podział rynku telewizyjnego w IV kwartale 2015 roku**



W dalszym ciągu spadało zainteresowanie widzów programami tzw. wielkiej czwórki. Programy o największej widowni (TVP1, TVP2, TVN, Polsat) - zajmowały w sumie prawie 44% rynku a ich łączny udział zmniejszył się o blisko 2 punkty procentowe w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W tej grupie **wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego odnotował jedynie program TVP 1**. Udziały pozostałych spadły. Największy spadek dotyczył, podobnie jak w poprzednim kwartale TVN, mniejsze były straty TVP2 i Polsatu.

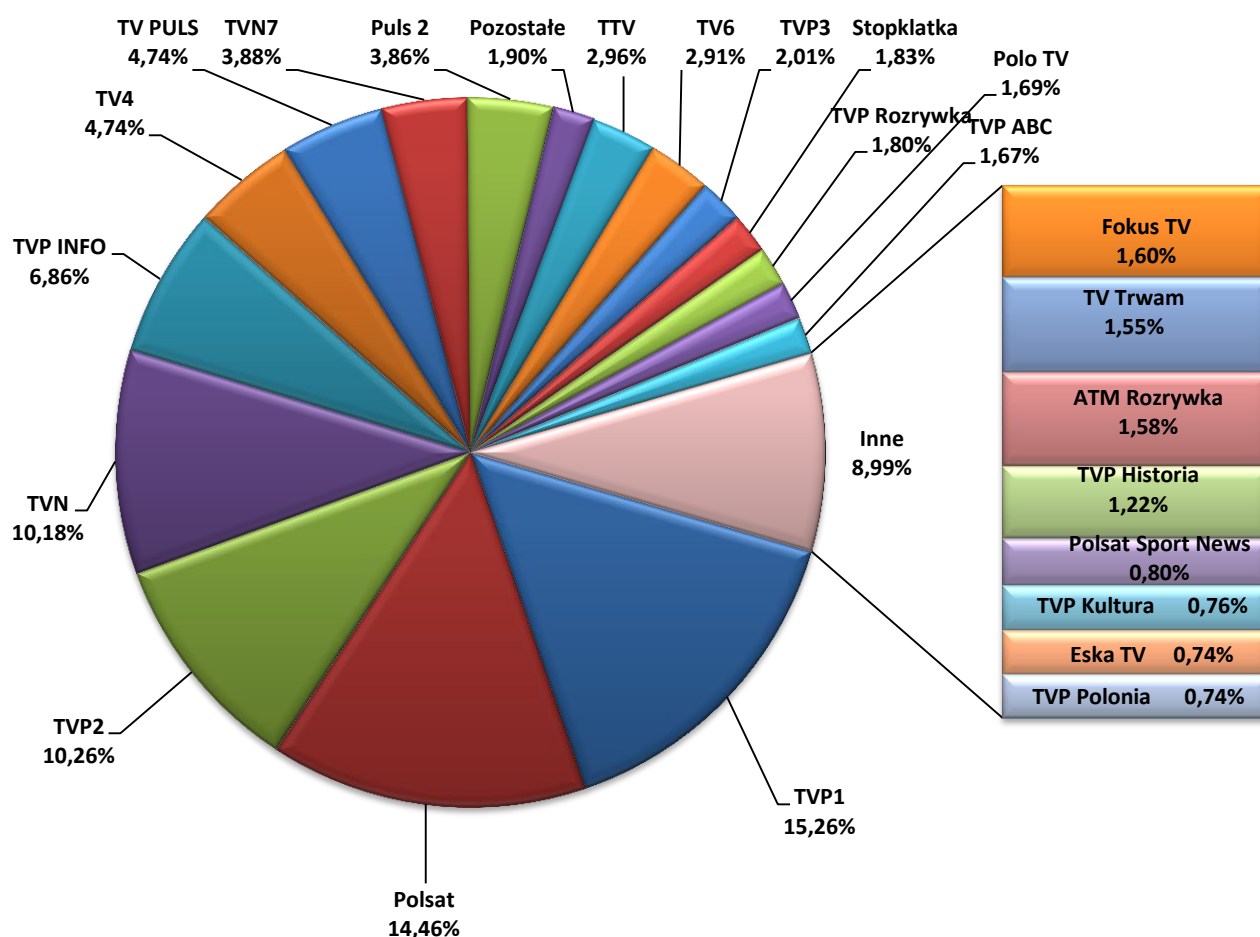
**Tab. 1. Udziały programów TVP1, TVP2, Polsat, TVN w rynku telewizyjnym – porównanie**

Program	IV kw. 2015	IV kw. 2014	Zmiana (pp.)
<b>TVP1</b>	12,73%	12,07%	0,66
<b>Polsat</b>	11,70%	12,27%	-0,57
<b>TVN</b>	10,60%	11,94%	-1,34%
<b>TVP2</b>	8,77%	9,22%	-0,45%

## Naziemna telewizja cyfrowa

Podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych przedstawiono na wykresie 2. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2%. Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych oraz udziały programów, które nie zostały odrębnie wyszczególnione w badaniu.

Wykr.2. Podział rynku NTC w IV kwartale 2015 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Z badania telemetrycznego wynika, że pod koniec IV kwartału 2014 roku dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) posiadało ponad 16 milionów Polaków, przed rokiem 15,4 miliona.

W tym osób, które korzystały z naziemnej telewizji cyfrowej wyłącznie a więc nie posiadały innego źródła sygnału telewizyjnego - kabel bądź satelita, było blisko 11,5 miliona w zestawieniu z 10,5 miliona rok temu.

Te przyrosty były wynikiem wciąż rosnącego zainteresowania Polaków bezpłatną telewizją, zwłaszcza w gospodarstwach, które zdecydowały się korzystać wyłącznie z NTC i nie posiadały telewizji płatnej. W tych gospodarstwach spośród 24 programów NTC aż 20 odnotowało przyrosty widowni.

Program	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana
TVP1	345 791	↑ 33 460	15,26%	↑ 0,03
Polsat	327 871	↑ 11 142	14,46%	↓ -0,99
TVP2	232 490	↓ -935	10,26%	↓ -1,13
TVN	230 760	↓ -2 630	10,18%	↓ -1,20
TVP INFO	155 540	↑ 51 509	6,86%	↑ 1,79
TV4	107 515	↑ 24 707	4,74%	↑ 0,70
TV PULS	107 420	↑ 425	4,74%	↓ -0,48
TVN7	88 038	↑ 3 957	3,88%	↓ -0,22
Puls 2	87 558	↑ 4 894	3,86%	↓ -0,17
Pozostałe	75 198	↑ 9 734	1,90%	↓ -0,03
TTV	67 036	↑ 13 321	2,96%	↑ 0,34
TV6	65 940	↑ 15 317	2,91%	↑ 0,44
TVP3 [TVP Regionalna]	45 475	↑ 4 625	2,01%	↑ 0,02
Stopklatka	41 579	↑ 10 504	1,83%	↑ 0,31
TVP Rozrywka	40 828	↑ 6 511	1,80%	↑ 0,13
Polo TV	38 246	↑ 10 634	1,69%	↑ 0,34
TVP ABC	37 864	↑ 1 396	1,67%	↓ -0,11
TV Trwam	35 206	↑ 4 501	1,55%	↑ 0,08
Fokus TV	36 250	↑ 11 699	1,60%	↑ 0,40
ATM Rozrywka	35 846	↑ 1 607	1,58%	↓ -0,09
TVP Historia	27 540	↑ 7 211	1,22%	↑ 0,23
Polsat Sport News	18 246	↑ 3 273	0,80%	↑ 0,07
TVP Kultura	17 177	↑ 1 060	0,76%	↓ -0,03
Eska TV	16 849	↓ -3 812	0,74%	↓ -0,27
TVP Polonia	16 672	↓ -1 787	0,74%	↓ -0,16

## Telewizja publiczna

W IV kwartale 2015 roku do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 31,9% rynku (przed rokiem 30,3% rynku). **Programy publiczne ogółem zyskały więcej niż w poprzednim kwartale bo ok. 1,6 punktu procentowego.** W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem powiększyła udział w rynku, głównie dzięki wzrostowi udziałów TVP Info i TVP1 oraz TVP Historia, TVP Rozrywka i TVP ABC. Straty odnotowały, podobnie jak w poprzednim kwartale, przede wszystkim TVP2 i TVP Polonia

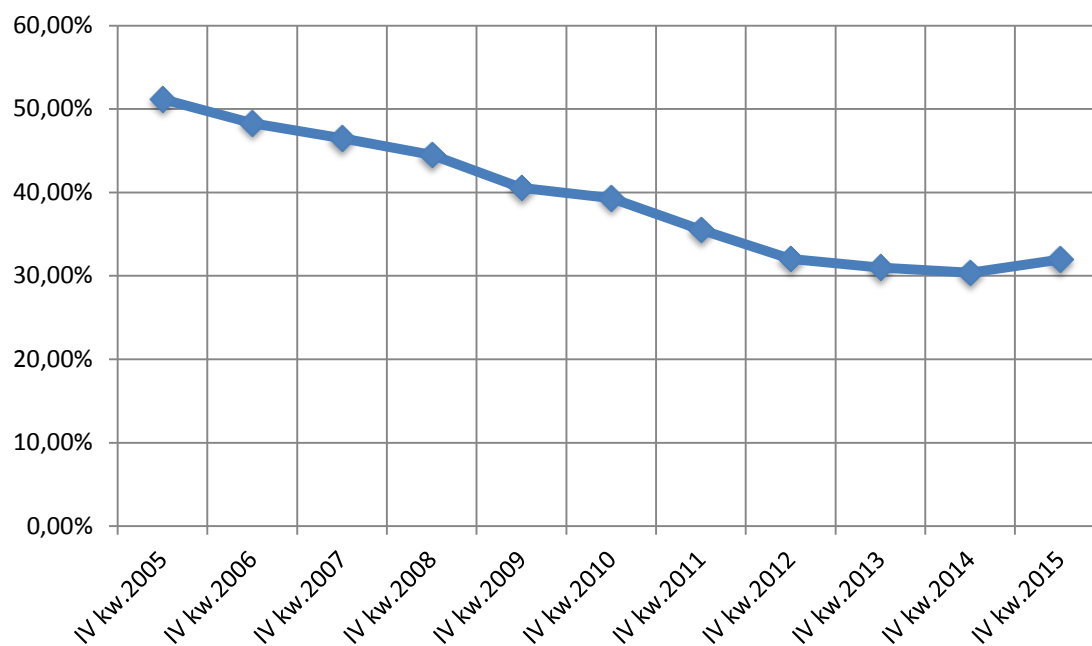
Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych w IV kwartale 2015 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do analogicznego okresu 2014 r. zestawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Widownia i udziały programów telewizji publicznej w IV kw. 2015 r. – zmiana

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	883 723	↑ 57 952	12,73%	↑ 0,66
TVP2	608 604	↓ -21 822	8,77%	↓ -0,45
TVP INFO	261 293	↑ 74 740	3,76%	↑ 1,03
TVP Seriele	97 893	↑ 6 981	1,41%	↑ 0,08
TVP Rozrywka	76 653	↑ 9 965	1,10%	↑ 0,13
TVP3 [TVP Regionalna]	72 809	↑ 1 916	1,05%	↑ 0,01
TVP ABC	49 254	↑ 266	0,71%	↓ -0,01
TVP Historia	46 941	↑ 10 845	0,68%	↑ 0,15
TVP Kultura	33 421	↑ 689	0,48%	→ 0,00
TVP Polonia	32 635	↓ -7 278	0,47%	↓ -0,11
TVP HD	30 324	↑ 1 193	0,44%	↑ 0,01
TVP Sport	20 175	↑ 5 712	0,29%	↑ 0,08
Ogółem	2 213 725	↑ 141 159	31,89%	↑ 1,58

Na wykresie poniżej przedstawiono zmiany udziałów telewizji publicznej (wszystkie programy ogółem) w latach 2005 - 2015.

**Wykres 3. Udziały telewizji publicznej w latach 2005 – 2015 /IV kwartał/**



### Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów w IV kwartale 2015 r. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotował TVN, natomiast spośród programów tematycznych: filmowy Kino Polska oraz muzyczny Eska TV. Wzrosty natomiast osiągały przede wszystkim programy koncesjonowane obecne na MUX-ach, choć nie wszystkie.

**Dużym przyrostem udziału zakończył się ostatni kwartał roku dla programu informacyjnego TVN 24, spoza oferty NTC.**

Szczegółowe dane dotyczące programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kw. 2014 przedstawiono poniżej w tabeli 4. W tabeli uwzględniono program TV Trwam, dla którego posiadamy dane porównawcze za IV kwartał 2014, choć za nieco krótszy okres w, tj. od 13.10.2014 (data rozpoczęcia badania).



**Tabela 3. Udziały programów koncesjonowanych w IV kw. 2015 r. – zmiana**

Lp.	Program	IV kw. 2015 AMR	ZMIANA	IV kw. 2015 SHR	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	812 426	-27 100	11,70%	-0,57
2.	TVN	735 785	-81 137	10,60%	-1,34
3.	TVN24	243 652	51 623	3,51%	0,70
4.	TV4	239 173	36 380	3,44%	0,48
5.	TVN7	226 092	-5 988	3,26%	-0,13
6.	TV PULS	210 929	-4 893	3,04%	-0,11
7.	Puls 2	109 161	1 511	1,57%	0,00
8.	TTV	104 817	16 318	1,51%	0,22
9.	Polsat2	94 658	-12 942	1,36%	-0,21
10.	TV6	92 907	20 510	1,34%	0,28
11.	Polsat News	79 271	13 025	1,14%	0,17
12.	Stopklatka	63 505	13 283	0,91%	0,18
13.	Polo TV	59 879	12 535	0,86%	0,17
14.	TV Trwam	55 119	3 409	0,79%	0,05
15.	ATM Rozrywka	49 271	2 152	0,71%	0,02
16.	Fokus TV	48 785	14 711	0,70%	0,20
17.	Nickelodeon	47 575	-1 131	0,69%	-0,02
18.	TVN Style	46 498	-347	0,67%	-0,01
19.	Polsat Sport	39 838	3 534	0,57%	0,04
20.	Polsat Play	34 608	-5 475	0,50%	-0,09
21.	Polsat Film	33 280	-3 683	0,48%	-0,06
22.	Polsat Sport News	31 527	5 620	0,45%	0,07
23.	Eska TV	31 205	-8 090	0,45%	-0,12
24.	TVN Turbo	30 757	-5 286	0,44%	-0,09
25.	TVS	28 086	-3 621	0,40%	-0,06
26.	Polsat Cafe	23 884	89	0,34%	-0,01
27.	MiniMini+	23 587	-5 714	0,34%	-0,09
28.	TVN24 Biznes i Swiat	22 895	8 586	0,33%	0,12
29.	Kino Polska	22 857	-9 136	0,33%	-0,14
30.	Superstacja	14 918	-146	0,21%	-0,01

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