



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

---

## Rynek telewizyjny w III kwartale 2012 r.

---

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2012

**Analiza została wykonana na podstawie danych Nielsen Audience Measurement, badanie na reprezentatywnej próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia.**

**Wielkość populacji - 35 722 tysiące osób; wielkość próby - 3 901 osób.**

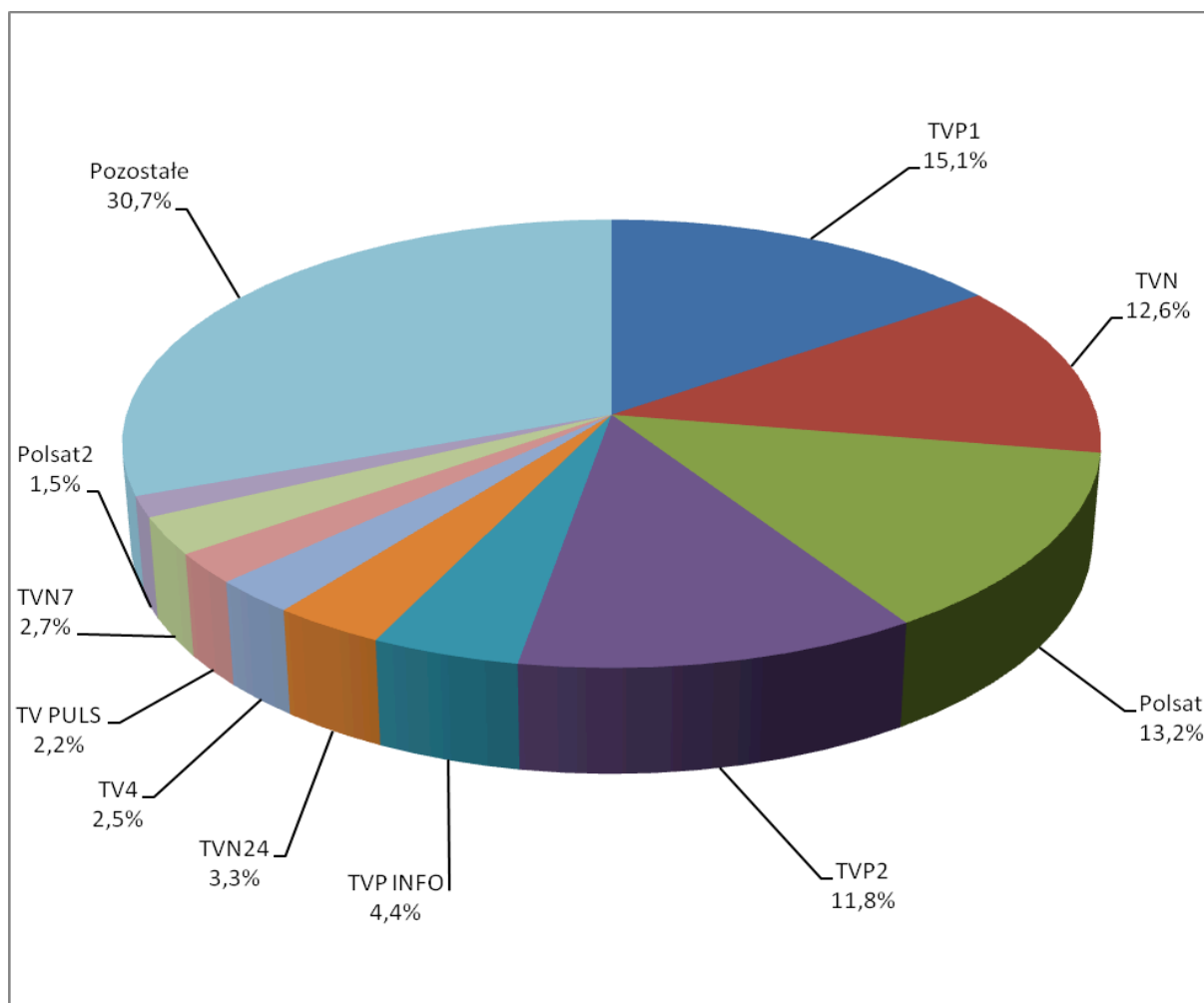
#### **Słowniczek terminów używanych w analizie:**

- **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.

**W III kwartale 2012 roku** statystyczny Polak oglądał telewizję przez **3 godziny 33 minuty** dziennie tj. o 4 minuty dłużej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Zwiększyła się również średnia widownia minutowa całej telewizji z 5 mln 198 tys. do 5 mln 293 tys. Najwyższy udział w widowni osiągnął Program 1 TVP. Polsat awansował na 2 pozycję zajmowaną przed rokiem przez telewizję TVN, która spadła na 3 miejsce w rankingu. Czwartą pozycję i najniższe udziały w grupie programów uniwersalnych o największym zasięgu, podobnie jak przed rokiem, zajmował Program 2 TVP.

Blisko 1/3 rynku (na wykresie kategoria „pozostałe”) zajmowały ogółem programy, których udziały nie przekraczały 1%, w tym 6,2% programy niszowe o udziale 0,1% i mniej co wskazuje na dużą fragmentację rynku telewizyjnego.

**Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2012**



Łączny udział TVP1, TVP2, TVN, Polsat wyniósł w badanym okresie 52,7% i zmniejszył się o 3,5 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Udziały wszystkich wymienionych programów były niższe niż w analogicznym okresie 2011, chociaż mniejsze spadki odnotowywały w analizowanym okresie programy publiczne.

**Tab. 1. Udziały programów ogólnopolskich w rynku telewizyjnym – porównanie**

Program	III kwartał 2012	III kwartał 2011	Zmiana (w pkt.proc.)
TVP1	15,1%	15,5%	-0,4
Polsat	13,2%	14,2%	-1,0
TVN	12,6%	14,3%	-1,7
TVP2	11,8%	12,2%	-0,4

### Naziemna telewizja cyfrowa (DT)

Z badania telemetrycznego wynika, że **dostęp do telewizji cyfrowej naziemnej (DT) w III kwartale 2012 posiadało 6,1 miliona Polaków**. W tej grupie widzów **4,1 miliona miało dostęp wyłącznie do oferty cyfrowej naziemnej** (Wykres 3) a **2 miliony** dodatkowo korzystało z telewizji kablowej bądź satelitarnej.

W związku z sukcesywnym przyrostem liczby osób z dostępem do DT w połowie października telewizję cyfrową posiadało już **7,3 miliona Polaków** z czego **5 milionów korzystało z oferty telewizji cyfrowej naziemnej wyłącznie**. Należy zauważyć, że **dostęp wyłącznie do telewizji analogowej ma jeszcze 4,6 miliona Polaków** (na początku roku było to **8,1 miliona**).

Jak wynika z danych za II i III kwartał (tab. 3) w sytuacji wyłącznego dostępu do oferty programów DT zyskują programy nowe oraz TVP Info. Tracą natomiast programy już obecne na rynku dostępne do tej pory naziemnie analogowo (TVP 1,2, TVN, Polsat, Puls, TV4). Wyjątek od tej reguły stanowi TVP Info, co świadczy o dużym zainteresowaniu odbiorców informacją. Zainteresowanie publicznymi programami tematycznymi (TVP Historia TVP Kultura) oraz TVP Polonia pozostaje na stałym poziomie. Takie wnioski wynikają z porównania danych za II i III kwartał, ewentualne potwierdzenie tej tezy będzie wymagało dalszych obserwacji w kolejnych miesiącach.

**Tab. 2. Dostęp wyłącznie do oferty DT w II i III kwartale 2012 - zmiana.**

	III kwartał	II kwartał	Zmiana (pkt. proc.)
TVP1	18,23%	18,69%	-0,46
Polsat	15,38%	17,26%	-1,88
TVN	13,06%	15,26%	-2,20
TVP2	12,33%	14,96%	-2,63
<b>TVP INFO</b>	<b>8,82%</b>	<b>7,17%</b>	<b>+1,65</b>
TV PULS	5,97%	7,06%	-1,09
TVN7	5,22%	5,28%	-0,06
TV4	4,14%	4,54%	-0,40
Pozostałe	3,64%	3,63%	+0,01
<b>Polo TV</b>	<b>2,67%</b>	<b>1,05%</b>	<b>+1,62</b>
ATM Rozrywka	2,27%	bd	+2,27
<b>Eska TV</b>	<b>1,96%</b>	<b>1,02%</b>	<b>+0,94</b>
<b>TTV - Twoja Telewizja</b>	<b>1,75%</b>	<b>0,86%</b>	<b>+0,89</b>
Puls 2	1,45%	bd	+1,45
TV6	1,20%	1,28%	-0,08
TVP Polonia	0,72%	0,72%	=
TVP Historia	0,64%	0,64%	=
TVP Kultura	0,54%	0,58%	-0,04

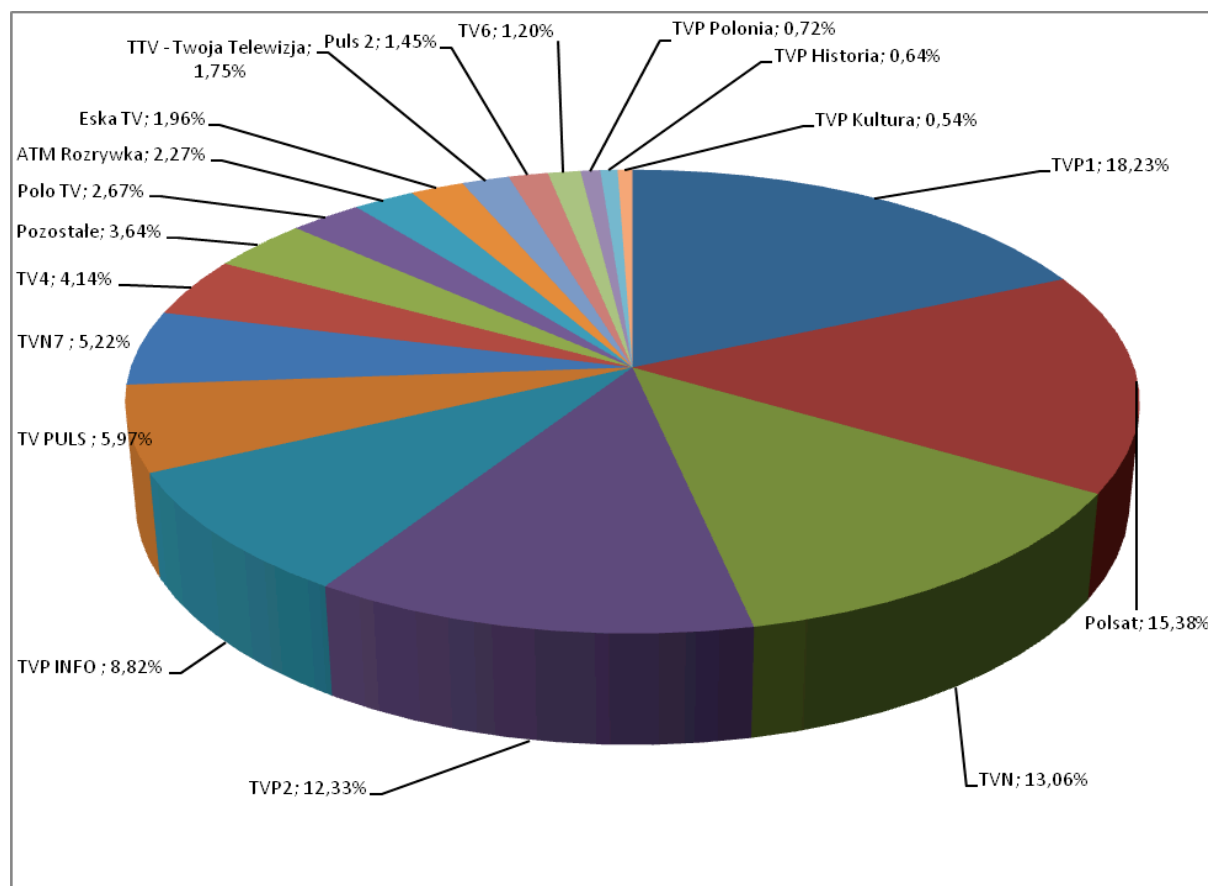
Na wykresie 2 przedstawiono jak wyglądałby podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu do programów DT. Może on posłużyć modelowo przedstawiając symulację rynku, gdyby Polacy mieli dostęp wyłącznie do programów naziemnej telewizji cyfrowej

W grupie osób korzystających wyłącznie z telewizji cyfrowej naziemnej udziały wszystkich programów obecnych na multipleksach są wyższe. Zwraca uwagę wysoki udział programu informacyjnego TVP INFO.

Ponad 3,6% zajmowały programy tzw. pozostałe. Kategoria ta zawiera udziały następujących programów:

1. Polsat Sport News, który nie był objęty badaniem jako odrębny program
2. ATM Rozrywka oraz Puls 2 (do 19 lipca ich). Odrębne dane dot. programów ATM Rozrywka i Puls 2 dostępne są od 19 lipca br., przez co ich udziały na wykresie kwartalnym mogą być zaniżone
3. Programy cyfrowe nadawane naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji odbierane na terenach przygranicznych.

**Wykres 3. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2012 - dostęp wyłącznie do oferty DT<sup>1</sup>**



## I. Programy telewizji publicznej

W III kwartale 2012 do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia) należało 33,9% rynku (przed rokiem 34,7%) Było to mniej o 0,8 punktu proc. niż rok temu. Z analizy danych wynika, że tempo spadku udziałów telewizji publicznej ogółem było mniejsze niż w pierwszym i II kwartale roku, przede wszystkim dzięki mniejszym spadkom programów ogólnopolskich. Podobnie jak w I i II kwartale bieżącego roku zyskiwały publiczne programy tematyczne. Spośród nich największe udziały w widowni odnotowały programy: TVP Seriele (0,8%) i TVP Sport (0,4%)

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany zestawiono w tabeli poniżej.

**Tab. 3. Udziały (SHR), zasięgi dzienne (RCH), dzienny czas oglądania (ATS) oraz widownia minutowa (AMR) programów publicznych**

Program	Wskaźniki	III kwart.2011	III kwart.2012	ZMIANA
TVP1	SHR %	15,52%	15,08%	-0,44
	RCH %	46,92%	45,67%	-1,25
	ATS	01:08:47	01:09:49	00:01:02
	AMR	805899	798377	-7522
TVP2	SHR %	12,19%	11,77%	-0,42
	RCH %	41,79%	40,39%	-1,40
	ATS	01:00:01	01:01:21	00:01:20
	AMR	632828	623007	-9821
TVP INFO	SHR %	4,90%	4,36%	-0,54
	RCH %	24,21%	22,61%	-1,60
	ATS	00:42:21	00:41:06	-00:01:15
	AMR	254654	230682	-23972
TVP Polonia	SHR %	0,75%	0,58%	-0,17
	RCH %	7,59%	7,42%	-0,17
	ATS	00:20:16	00:16:17	-00:03:59
	AMR	39138	30542	-8596
TVP Seriele	SHR %	0,48%	0,78%	0,30
	RCH %	2,59%	4,25%	1,66
	ATS	00:38:07	00:39:04	00:00:57
	AMR	24875	41459	16584
TVP HD	SHR %	0,18%	0,35%	0,17
	RCH %	1,90%	2,69%	0,79
	ATS	00:19:06	00:27:20	00:08:14
	AMR	9213	18458	9245
TVP Sport	SHR %	0,24%	0,37%	0,13
	RCH %	2,33%	2,71%	0,38
	ATS	00:19:31	00:22:08	00:02:37
	AMR	12633	19492	6859
TVP Kultura	SHR %	0,26%	0,29%	0,03
	RCH %	3,78%	4,46%	0,68
	ATS	00:13:56	00:13:44	-00:00:12
	AMR	13539	15415	1876
TVP Historia	SHR %	0,10%	0,20%	0,10
	RCH %	1,28%	2,66%	1,38%
	ATS	00:16:13	00:15:48	-00:00:25
	AMR	5215	10611	5396

## II. Programy telewizyjne koncesjonowane

Spośród programów koncesjonowanych **największy spadek udziału w III kwartale 2012 r. odnotował TVN**. Program ten uzyskał 12,6% udziału w widowni, czyli o 1,7 punktu proc. mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 14,2%). W analizowanym okresie zmniejszył się głównie czas oglądania przypadający na widza programu – o ok. 7 minut. Wyniósł on 1 godzinę 10 minut – podczas kiedy w analogicznym okresie roku ubiegłego - 1 godzinę 17 minut. Program oglądało również nieco mniej widzów niż przed rokiem 37,8% (38,2% przed rokiem)

**Mniejszy spadek miał miejsce w przypadku Polsatu**. Udział tego programu wyniósł 13,2%, t.j. o 1 punkt procentowy mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 14,2%). Wartości innych wskaźników, jak zasięg dzienny oraz średni czas oglądania tego programu, świadczą także o mniejszym zainteresowaniu widowni telewizyjnej w porównaniu z rokiem ubiegłym. Średnio w III kwartale 2012 program ten oglądało codziennie 39,3% Polaków (rok temu 40,7%). Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 1 godzinę 11 minut dziennie ( 2 minuty krócej niż przed rokiem).

**Nieco wzrosły w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego udziały TV4**. Program ten osiągnął 2,6% udziału w widowni (przed rokiem 2,4%). Każdego dnia program ten oglądało 18,9% Polaków a widz poświęcał na jego oglądanie średnio 29 min. w ciągu doby (2 minuty dłużej niż przed rokiem).

**Wzrost udziałów w widowni obserwowany był także w przypadku programu Puls**. Udział w rynku programu Puls wyniósł 2,2% i zwiększył się o 0,3 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Zwiększył się zasięg dzienny programu (o 1,8 punktu proc.) oraz czas jego oglądania przypadający na widza (o 2 min.). W analizowanym okresie program ten oglądało każdego dnia 14,3% populacji przez 33 minuty dziennie.

Udziały pozostałych programów wraz z zaznaczeniem zmiany przedstawiono w tabeli.

**Tab. 2. Udziały pozostałych programów (zarówno koncesjonowanych<sup>2</sup> jak i nie posiadających polskiej koncesji) wraz z zaznaczeniem zmiany.**

Program	III kwartał 2011	III kwartał 2012	ZMIANA (punkty proc.)
<b>TVN7</b>	<b>1,84%</b>	<b>2,73%</b>	<b>+0,89</b>
<b>Polo TV</b>	<b>0,08%</b>	<b>0,55%</b>	<b>+0,47</b>
<b>Kino Polska</b>	<b>0,36%</b>	<b>0,78%</b>	<b>+0,42</b>
<b>TTV - Twoja Telewizja</b>	-	<b>0,38%</b>	<b>+0,38</b>
<b>TV PULS</b>	<b>1,89%</b>	<b>2,22%</b>	<b>+0,33</b>
<b>ATM Rozrywka</b>	-	<b>0,32%</b>	<b>+0,32</b>
Eurosport	0,61%	<b>0,91%</b>	+0,30
<b>Eska TV</b>	<b>0,17%</b>	<b>0,47%</b>	<b>+0,30</b>
AXN	0,69%	<b>0,92%</b>	+0,23
<b>TVN Style</b>	<b>0,43%</b>	<b>0,65%</b>	<b>+0,22</b>

Programy posiadające polską koncesję zaznaczono pogrubioną czcionką



Program	III kwartał 2011	III kwartał 2012	ZMIANA (punkty proc.)
<b>Puls 2</b>	-	<b>0,19%</b>	<b>+0,19</b>
Investigation Discovery	0,00%	<b>0,18%</b>	+0,18
<b>TV6</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,22%</b>	<b>+0,15</b>
<b>TV4</b>	<b>2,40%</b>	<b>2,55%</b>	<b>+0,15</b>
HISTORY	0,06%	<b>0,19%</b>	+0,13
Polsat Crime & Investigation	0,00%	<b>0,10%</b>	+0,10
<b>teleTOON</b>	<b>0,11%</b>	<b>0,20%</b>	<b>+0,09</b>
<b>TV.DISCO</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,09%</b>	<b>+0,09</b>
BBC Entertainment	0,07%	<b>0,15%</b>	+0,08
Polsat JimJam [JimJam]	0,30%	<b>0,38%</b>	+0,08
FilmBox	0,11%	<b>0,18%</b>	+0,07
<b>TVN Turbo</b>	<b>0,41%</b>	<b>0,48%</b>	<b>+0,07</b>
Orange Sport	0,09%	<b>0,15%</b>	+0,06
<b>Domo</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,13%</b>	<b>+0,06</b>
BBC Knowledge	0,06%	<b>0,12%</b>	+0,06
VH 1	0,00%	<b>0,06%</b>	+0,06
<b>4fun.tv</b>	<b>0,30%</b>	<b>0,36%</b>	<b>+0,06</b>
Scifi Universal	0,00%	<b>0,05%</b>	+0,05
Comedy Central	0,40%	<b>0,44%</b>	+0,04
<b>TVN Meteo</b>	<b>0,13%</b>	<b>0,17%</b>	<b>+0,04</b>
HBO Comedy	0,10%	<b>0,14%</b>	+0,04
Cinemax	0,01%	<b>0,04%</b>	+0,03
<b>Kino Polska Muzyka</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,03%</b>	<b>+0,03</b>
<b>nSport</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,03%</b>	<b>+0,03</b>
<b>TVR</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,03%</b>	<b>+0,03</b>
Viacom Blink	0,00%	<b>0,03%</b>	+0,03
Disney Junior	0,51%	<b>0,54%</b>	+0,03
National Geographic	0,51%	<b>0,54%</b>	+0,03
<b>Polsat Play</b>	<b>0,32%</b>	<b>0,35%</b>	<b>+0,03</b>
Universal Channel	0,20%	<b>0,23%</b>	+0,03
<b>kuchnia+</b>	<b>0,10%</b>	<b>0,13%</b>	<b>+0,03</b>
<b>MiniMini</b>	<b>0,65%</b>	<b>0,67%</b>	<b>+0,02</b>
Animal Planet	0,26%	<b>0,28%</b>	+0,02
Zone Europa	0,18%	<b>0,20%</b>	+0,02
FOXLife	0,17%	<b>0,19%</b>	+0,02
FOX	0,03%	<b>0,05%</b>	+0,02
Cinemax2	0,01%	<b>0,03%</b>	+0,02
TLC	0,53%	<b>0,55%</b>	+0,02
<b>Nickelodeon</b>	<b>0,62%</b>	<b>0,63%</b>	<b>+0,01</b>
HBO2	0,17%	<b>0,18%</b>	+0,01
<b>Edusat</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,01%</b>	<b>+0,01</b>
Discovery Historia	0,02%	<b>0,03%</b>	+0,01
Wedding TV	0,02%	<b>0,03%</b>	+0,01
<b>Religia.tv</b>	<b>0,05%</b>	<b>0,06%</b>	<b>+0,01</b>
Eurosport2	0,11%	<b>0,12%</b>	+0,01

Program	III kwartał 2011	III kwartał 2012	ZMIANA (punkty proc.)
<b>Polsat News</b>	<b>0,95%</b>	<b>0,96%</b>	<b>+0,01</b>
Cartoon Network	0,77%	<b>0,78%</b>	+0,01
Discovery Science	0,28%	<b>0,28%</b>	=
Comedy Central Family	0,21%	<b>0,21%</b>	=
Nat Geo Wild	0,13%	<b>0,13%</b>	=
<b>Canal+ Film</b>	<b>0,10%</b>	<b>0,10%</b>	=
<b>TVN CNBC</b>	<b>0,06%</b>	<b>0,06%</b>	=
Sportklub	0,03%	<b>0,03%</b>	=
<b>Rebel.tv</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,02%</b>	=
Canal+ Gol [Canal+ Sport2]	0,01%	<b>0,01%</b>	=
<b>ITV</b>	<b>0,09%</b>	<b>0,08%</b>	<b>-0,01</b>
Euronews	0,02%	<b>0,01%</b>	-0,01
<b>Mango24</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,01%</b>	<b>-0,01</b>
<b>TV Biznes</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,01%</b>	<b>-0,01</b>
<b>Canal+ Sport</b>	<b>0,18%</b>	<b>0,17%</b>	<b>-0,01</b>
13th Street Universal	0,37%	<b>0,36%</b>	-0,01
Polsat Cafe	0,32%	<b>0,31%</b>	-0,01
<b>Planete</b>	<b>0,21%</b>	<b>0,19%</b>	<b>-0,02</b>
<b>Canal+</b>	<b>0,13%</b>	<b>0,11%</b>	<b>-0,02</b>
AXN Sci-Fi	0,06%	<b>0,04%</b>	-0,02
Boomerang	0,19%	<b>0,17%</b>	-0,02
<b>Polsat Film</b>	<b>0,31%</b>	<b>0,28%</b>	<b>-0,03</b>
HBO	0,29%	<b>0,26%</b>	-0,03
<b>Superstacja</b>	<b>0,29%</b>	<b>0,26%</b>	<b>-0,03</b>
Travel Channel	0,11%	<b>0,08%</b>	-0,03
Club TV	0,10%	<b>0,07%</b>	-0,03
Polonia 1	0,09%	<b>0,06%</b>	-0,03
<b>Ale Kino</b>	<b>0,34%</b>	<b>0,30%</b>	<b>-0,04</b>
Discovery World	0,23%	<b>0,19%</b>	-0,04
BBC Lifestyle	0,08%	<b>0,04%</b>	-0,04
Extreme Sports	0,10%	<b>0,06%</b>	-0,04
<b>TV Trwam</b>	<b>0,12%</b>	<b>0,07%</b>	<b>-0,05</b>
BBC CBeebies	0,12%	<b>0,06%</b>	-0,06
TCM	0,22%	<b>0,16%</b>	-0,06
<b>Polsat Sport Extra</b>	<b>0,20%</b>	<b>0,14%</b>	<b>-0,06</b>
<b>TVS</b>	<b>0,45%</b>	<b>0,38%</b>	<b>-0,07</b>
Tele5	0,35%	<b>0,27%</b>	-0,08
Zone Romantica	0,15%	<b>0,05%</b>	-0,10
<b>Polsat2</b>	<b>1,57%</b>	<b>1,46%</b>	<b>-0,11</b>
MTV Polska	0,26%	<b>0,15%</b>	-0,11
AXN Crime	0,21%	<b>0,10%</b>	-0,11
Zone Reality	0,24%	<b>0,11%</b>	-0,13
<b>TVN24</b>	<b>3,46%</b>	<b>3,28%</b>	<b>-0,18</b>
Discovery	0,73%	<b>0,55%</b>	-0,18
VIVA Polska	0,63%	<b>0,41%</b>	-0,22

Program	III kwartał 2011	III kwartał 2012	ZMIANA (punkty proc.)
Disney Channel	1,18%	<b>0,96%</b>	-0,22
<b>Polsat Sport</b>	<b>0,90%</b>	<b>0,62%</b>	<b>-0,28</b>
Others cable/satellite	0,94%	<b>0,61%</b>	-0,33
Disney XD	0,95%	<b>0,61%</b>	-0,34

\*w zestawieniu uwzględniono programy, które osiągnęły co najmniej 0,01% udziału w III kw. 2012

### Podsumowanie

W III kwartale 2012 r. największe wzrosty odnotowały programy koncesjonowane obecne na Muxach (TVN 7, Polo TV, Puls, Eska TV, TV6, TV4 w tym programy nowe TTV, ATM Rozrywka, Puls 2) oraz Kino Polska i TVN Style. Wśród programów niekoncesjonowanych natomiast Eurosport oraz filmowy AXN. Najwięcej straciły niekoncesjonowane programy adresowane do dzieci Disney XD, Disney Channel oraz program muzyczny Viva Polska.

W dalszym ciągu miało miejsce mniejsze zainteresowanie widzów programami o dużym udziale rynkowym. Zmniejszyły się udziały TVP 1, TVP 2, TVN i Polsat oraz wyspecjalizowanych programów informacyjnych TVP INFO i TVN 24.

Analiza i oprac. Justyna Reisner

Załącznik 1.

Ranking programów w II kwartale 2012 <sup>3</sup>		
LP	Program	Widownia (AMR)
1.	TVP1	798 377
2.	Polsat	700 125
3.	TVN	668 285
4.	TVP2	623 007
5.	Others	174 040
6.	TVN24	173 405
7.	TVN7	144 323
8.	TV4	134 924
9.	TV PULS	117 563
10.	Polsat2	77 361
11.	TVP INFO	52 471
12.	Polsat News	50 972
13.	Disney Channel	50 637
14.	AXN	48 541
15.	Eurosport	48 111
16.	TVP Seriele	41 459
17.	Cartoon Network	41 427
18.	Kino Polska	41 100
19.	MiniMini	35 358
20.	TVN Style	34 600
21.	Nickelodeon	33 137
22.	Polsat Sport	32 608
23.	Disney XD	32 070
24.	TVP Polonia	30 542
25.	Discovery	29 353
26.	Polo TV	29 113
27.	TLC	28 925
28.	Disney Junior	28 787
29.	National Geographic	28 627
30.	TVN Turbo	25 260
31.	Eska TV	24 829
32.	Comedy Central	23 217
33.	VIVA Polska	21 836
34.	TTV - Twoja Telewizja	20 260
35.	TVS	20 031
36.	Polsat JimJam	19 860
37.	TVP Sport	19 492
38.	4fun.tv	19 264

<sup>3</sup> Uwzględniono wszystkie programy badane przez Nielsen Audience Measurement o widowni (AMR) powyżej 1000 osób

39.	13th Street Universal [Hallmark]	19 156
40.	Polsat Play	18 700
41.	TVP HD	18 458
42.	ATM Rozrywka	17 114
43.	Polsat Cafe	16 631
44.	Ale Kino	16 063
45.	TVP Kultura	15 415
46.	Polsat Film	15 084
47.	Discovery Science	14 795
48.	Animal Planet	14 581
49.	Tele5	14 430
50.	HBO	13 876
51.	Superstacja	13 757
52.	Universal Channel	12 218
53.	TV6	11 527
54.	Comedy Central Family	11 009
55.	TVP Historia	10 611
56.	Zone Europa	10 476
57.	teleTOON	10 355
58.	Discovery World	10 207
59.	Planete	10 123
60.	FOXLife	10 082
61.	Puls 2	9 933
62.	HISTORY	9 831
63.	HBO2	9 728
64.	FilmBox	9 447
65.	Investigation Discovery	9 372
66.	Boomerang	9 153
67.	Canal+ Sport	9 144
68.	TVN Meteo	8 882
69.	TCM	8 363
70.	Orange Sport [Orange Sport Info]	8 078
71.	BBC Entertainment	8 029
72.	MTV Polska	7 840
73.	HBO Comedy	7 639
74.	Polsat Sport Extra	7 254
75.	Domo	7 093
76.	Nat Geo Wild	6 745
77.	kuchnia	6 632
78.	Eurosport2	6 576
79.	BBC Knowledge	6 441
80.	Zone Reality	6 021
81.	Canal+	5 957
82.	AXN Crime	5 404
83.	Canal+ Film	5 103
84.	Polsat Crime & Investigation Network	5 073

85.	TV.DISCO	4 703
86.	Travel Channel	4 470
87.	ITV	4 436
88.	TV Trwam	3 958
89.	Club TV	3 722
90.	Extreme Sports	3 281
91.	Polonia1	3 243
92.	TVN CNBC	3 100
93.	Religia.tv	3 026
95.	VH 1	3 009
96.	BBC CBeebies	3 003
97.	Scifi Universal	2 843
98.	Zone Romantica	2 652
99.	FOX	2 497
100.	BBC Lifestyle	2 063
101.	AXN Sci-Fi	2 060
102.	Cinemax	1 906
103.	Discovery Historia	1 813
104.	Cinemax2	1 702
105.	Viacom Blink	1 694
106.	TVR	1 600
107.	Kino Polska Muzyka	1 423
108.	Wedding TV	1 417
109.	nSport	1 389
110.	Sportklub	1 327
111.	Rebel.tv	1 213