



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W II KWARTALE 2014 ROKU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

WARSZAWA 2014

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 – 35,7 mln; wielkość próby - 4 015 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 II kwartale 2014 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez 4 godziny 7 minut dziennie (o 15 minut dłużej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego). Czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego widza a więc populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r. ż. był dłuższy i wynosił 5 godz. 43 minuty (tj. o 10 minut więcej niż w analogicznym okresie 2013). Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji wyniosła 6 mln 53 tysiące. Obserwowano jej znaczny wzrost, bo o 293 tysiące w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Bez wątplenia miały na to wpływ MŚ w piłce nożnej, bowiem największy przyrost widowni i czasu oglądania miał miejsce w czerwcu.

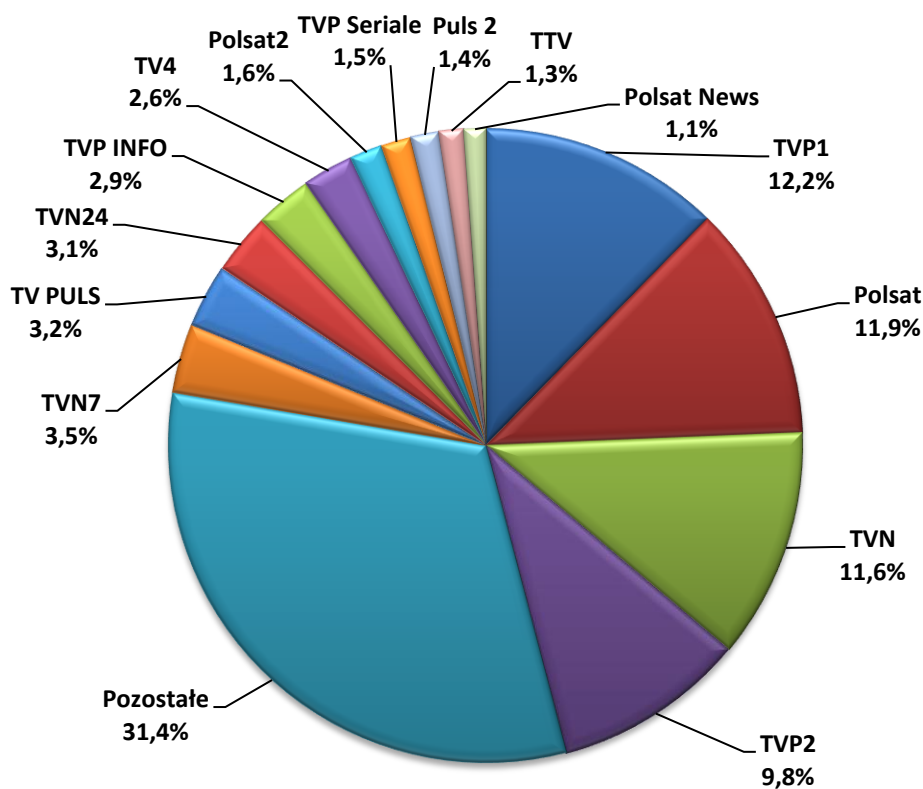
Podobnie jak w pierwszym kwartale obserwowano wzrost ogółem udziałów telewizji publicznej (o 1,7 punktu proc.) związany z coraz większą liczbą programów tematycznych telewizji publicznej oraz ich obecnością na MUX - ach.

Pierwsze miejsce pod względem udziału w rynku zajmował Program 1 TVP. Polsat awansował na drugą pozycję z trzeciej a TVN, w związku ze znaczną stratą udziałów, spadł na miejsce trzecie z drugiego w I kwartale. Najniższe udziały w grupie czterech głównych programów uniwersalnych w analizowanym okresie osiągnął Program 2 TVP.

Następne miejsca pod względem zainteresowania widzów należały do programów naziemnej telewizji cyfrowej. Wyjątkiem był program informacyjny TVN 24, dostępny drogą satelitarną i kablową, który zajmował, podobnie jak w I kwartale roku wysoką siódmą pozycję w rankingu. W pierwszej dwudziestce najpopularniejszych programów znalazły się jeszcze 4 programy tzw. satelitarno – kablowe: Polsat2 (10 miejsce), TVP Seriale (11.), Polsat News (14.) oraz niekoncesjonowana telewizja Discovery (20.) Ponad 30% rynku należało do programów, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

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

Wykr.1. Podział rynku telewizyjnego w II kwartale 2014 roku



W dalszym ciągu spadało zainteresowanie widzów programami o dużym udziale rynkowym, które traciły w związku z coraz większą liczbą nowych programów dostępnych naziemnie. Zmniejszyły się udziały TVP 1, TVP 2, TVN i Polsat. Programy tzw. wielkiej czwórki zajmowały w sumie 45,4% rynku a ich łączny udział zmniejszył się o 2,7 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas 48,2%). Spadek udziałów w tej grupie programów dotyczył w największym stopniu programu koncesjonowanego TVN (tabela poniżej).

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

Program	II kw. 2014	II kw. 2013	Zmiana (pp)
TVP1	12,19%	12,95%	-0,76
Polsat	11,90%	12,08%	-0,18
TVN	11,58%	13,22%	-1,64
TVP2	9,75%	9,93%	-0,18

Naziemna telewizja cyfrowa

Pod koniec II kwartału 2014 roku dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej posiadało prawie 14,8 miliona Polaków (przed rokiem ok. 13,2 mln). W stosunku do I kwartału br. wzrosła liczba osób z dostępem do NTC o blisko 300 tys. osób. Z danych wynika, że wzrost ten nastąpił w gospodarstwach domowych posiadających już dostęp do telewizji poprzez kabel bądź satelitę.

Osób, które korzystały z naziemnej telewizji cyfrowej **wyłącznie** (a więc nie posiadały innego źródła sygnału telewizyjnego – kabel czy satelita) było tyle co w I kwartale nieco ponad 10 milionów (przed rokiem ok. 8,7 mln).

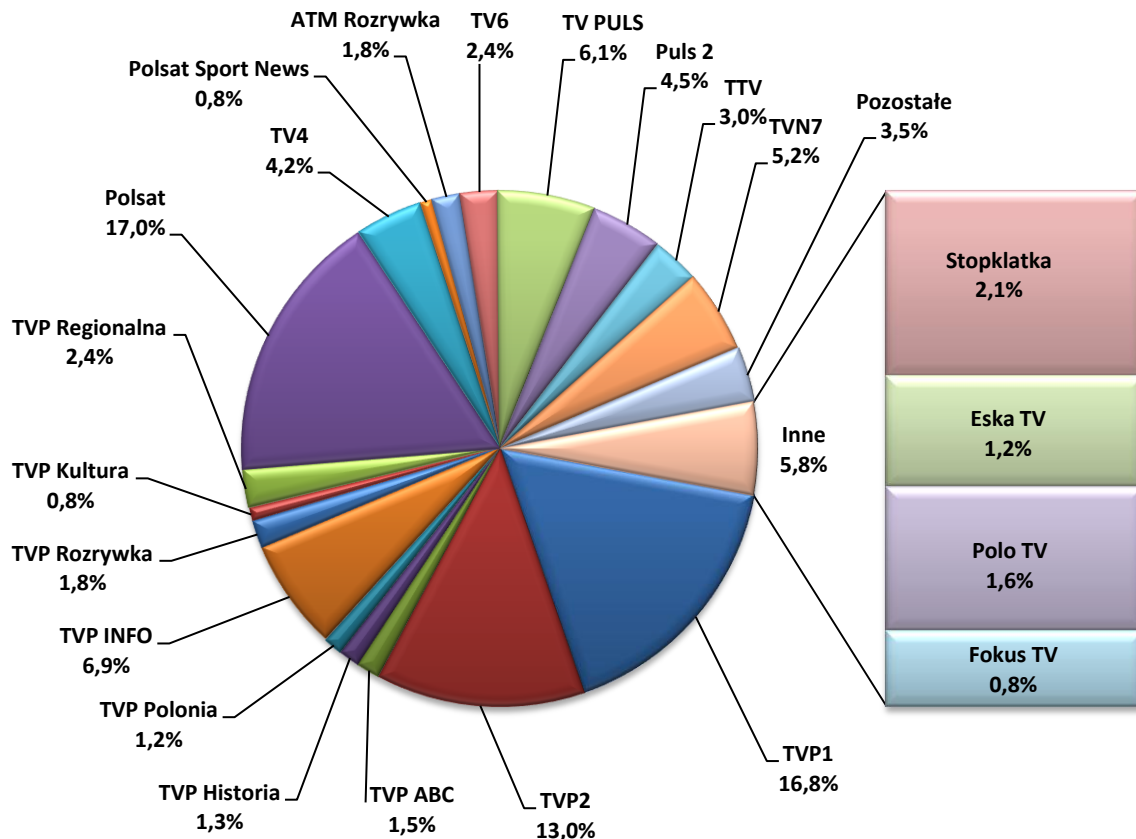
Widzowie, którzy mieli dostęp wyłącznie do programów naziemnej telewizji cyfrowej najczęściej wybierali TVP 1, Polsat, TVN i TVP 2. Mniejszą popularnością cieszyły się TVP INFO, TV Puls, TVN7, Puls2, TV4. Pozostałe programy osiągały udziały poniżej 3%. Znaczne udziały w widowni uzyskały dwa nowe programy - program filmowy Stopklatka (2,1%) oraz program telewizji publicznej przeznaczony dla dzieci TVP ABC (1,5%), które debiutowały podobnie, jak telewizja Trwam w I kwartale roku. Szczegółowe dane dotyczące oglądalności poszczególnych programów zamieszczono w tabeli.

Tab. 2. Widownia i udziały programów naziemnej telewizji cyfrowej w II kwartale 2014 r.

Widownia i udziały programów naziemnej telewizji cyfrowej w II kwartale 2014 r.				
Programy	AMR		SHR%	
	Gospodarstwa z wyłącznym dostępem do NTC	Wszystkie gospodarstwa z NTC	Gospodarstwa z wyłącznym dostępem do NTC	Wszystkie gospodarstwa z NTC
Polsat	262 850	352 227	15,13%	14,13%
TVP1	259 586	355 530	14,94%	14,26%
TVP2	201 202	277 217	11,58%	11,12%
TVN	189 788	264 263	10,92%	10,60%
TVP INFO	106 958	129 533	6,16%	5,19%
TV PULS	93 670	117 820	5,39%	4,72%
TVN7	80 126	103 640	4,61%	4,16%
Puls 2	69 039	77 077	3,97%	3,09%
TV4	65 107	82 118	3,75%	3,29%
Pozostałe	53 256	89 293	3,07%	3,58%
TTV	46 761	54 530	2,69%	2,19%
TVP Regionalna	36 983	42 931	2,13%	1,72%
TV6	36 264	43 685	2,09%	1,75%
Stopklatka	32 007	38 479	1,84%	1,54%
ATM Rozrywka	27 295	31 905	1,57%	1,28%
TVP Rozrywka	27 169	34 032	1,56%	1,36%
Polo TV	24 788	32 575	1,43%	1,31%
TVP ABC	23 002	26 979	1,32%	1,08%
TVP Historia	20 439	23 599	1,18%	0,95%
Eska TV	19 074	24 833	1,10%	1,00%
TVP Polonia	18 676	22 005	1,07%	0,88%
Fokus TV	13 017	15 116	0,75%	0,61%
TVP Kultura	12 668	15 834	0,73%	0,63%
Polsat Sport News	11 997	14 981	0,69%	0,60%

Na wykresie 2 przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 3,5%. Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, odbierane na terenach przygranicznych oraz udziały programów, które nie są odrębnie wyszczególnione w badaniu, w tym przypadku udziały telewizji Trwam.

Wykr.2. Podział rynku NTC w II kwartale 2014 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Telewizja publiczna

W II kwartale 2014 roku do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 31,21% rynku (przed rokiem 29,5).

Było to o 1,7 punktu proc. więcej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W II kwartale 2014 roku telewizja publiczna ogółem, podobnie jak w I kwartale zyskiwała udziały, przede wszystkim dzięki uruchamianiu nowych programów tematycznych oraz wzrostowi popularności już istniejących.

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych w II kwartale 2014 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do II kwartału 2013 r. zestawiono w tabeli 3. Dwa programy: TVP Regionalna, TVP ABC to programy nowe, których nie było w II kwartale 2013 stąd przyjęto zerowe wartości wskaźników dla nich przy obliczaniu zmiany.

Tab.3. Widownia i udziały programów telewizji publicznej w II kw. 2014 r. – zmiana

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	737 726	↓ -8 224	12,19%	↓ -0,76
TVP2	590 374	↑ 18 627	9,75%	↓ -0,18
TVP INFO	174 343	↓ -6 029	2,88%	↓ -0,25
TVP Polonia	38 461	↓ -1 902	0,64%	↓ -0,06
TVP Seriele	90 020	↑ 30 861	1,49%	↑ 0,46
TVP HD	26 578	↑ 4 934	0,44%	↑ 0,06
TVP Sport	26 095	↑ 13 246	0,43%	↑ 0,21
TVP Kultura	26 700	↑ 3 874	0,44%	↑ 0,04
TVP Historia	32 798	↑ 10 099	0,54%	↑ 0,15
TVP ABC	30 015	↑ 30 015	0,50%	↑ 0,50
TVP Regionalna	64 868	↑ 64 868	1,07%	↑ 1,07
TVP Rozrywka	51 096	↑ 30 001	0,84%	↑ 0,47
Ogółem	1 889 074	↑ 190 370	31,21%	↑ 1,71

Podobnie jak w latach ubiegłych traciły udziały programy uniwersalne (choć tempo spadku ich udziałów osłabło a nawet miał miejsce przyrost widowni Programu II TVP). W mniejszym stopniu niż w I kwartale roku spadały udziały TVP INFO. Wzrosty odnotowały publiczne programy tematyczne. Spośród nich, podobnie jak w I kwartale roku największy udział w widowni uzyskały programy: TVP Seriele - 1,5%, nowy program telewizji publicznej TVP Regionalna - 1,1% a także TVP Rozrywka - 0,8%.

Telewizja koncesjonowana

Największe spadki udziałów w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotowały programy TVN, TV 4, TVN7 a spośród programów tematycznych - program dla dzieci Mini Mini+ i Polsat Sport.

Natomiast wśród programów koncesjonowanych spoza oferty naziemnej telewizji cyfrowej największe spadki miały miejsce w przypadku Kino Polska i TVN 24. Spadki dotyczyły też niekoncesjonowanych programów dla dzieci w szczególności Cartoon Network, Disney Junior, Disney Channel oraz programu filmowo - rozrywkowego AXN. Znaczące wzrosty natomiast osiągnęły niektóre programy obecne na MUX-ach: Puls 2, TTV i TV6.

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. 2013 przedstawiono poniżej.

Tab. 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w II kw. 2014 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	720 437	↑ 24 714	11,90%	↓ -0,56
2.	TVN	701 178	↓ -60 047	11,58%	↓ -1,64
3.	TVN7	211 241	↓ -3 266	3,49%	↓ -0,23
4.	TV PULS	192 846	↑ 22 059	3,19%	↑ 0,22
5.	TVN24	186 146	↓ -488	3,08%	↓ -0,16
6.	TV4	155 473	↓ -25 344	2,57%	↓ -0,57
7.	Polsat2	99 455	↓ -1 105	1,64%	↓ -0,11
8.	Puls 2	86 319	↑ 29 713	1,43%	↑ 0,45
9.	TTV	75 368	↑ 16 156	1,25%	↑ 0,22
10.	Polsat News	65 482	↑ 7 864	1,08%	↑ 0,08
11.	TV6	56 172	↑ 24 210	0,93%	↑ 0,38
12.	Stopklatka	48 405	↑ 48 405	0,80%	↑ 0,8
13.	Polo TV	45 511	↑ 6 966	0,75%	↑ 0,08
14.	TVN Style	41 368	↓ -144	0,68%	↓ -0,04
15.	Kino Polska	39 716	↓ -8 193	0,66%	↓ -0,17
16.	ATM Rozrywka	37 934	↓ -1 788	0,63%	↓ -0,06
17.	Polsat Sport	37 518	↓ -8 833	0,62%	↓ -0,18
18.	Eska TV	36 461	↑ 2 296	0,60%	↑ 0,01
19.	Polsat Play	32 825	↑ 8 750	0,54%	↑ 0,12
20.	TVN Turbo	31 003	↑ 3 314	0,51%	↑ 0,03
21.	MiniMini+	30 709	↓ -16 364	0,51%	↓ -0,31
22.	Polsat Film	29 576	↑ 3 160	0,49%	↓ -0,05
23.	TVS	25 421	↑ 6 784	0,42%	↑ 0,1
24.	Polsat Sport News	21 562	↓ -2 686	0,36%	↓ -0,06
25.	Polsat Cafe	20 593	↑ 2 789	0,34%	↑ 0,03
26.	Fokus TV	17 866	↑ 17 866	0,30%	↑ 0,3
27.	Canal+ Sport	15 382	↑ 4 063	0,25%	↑ 0,05
28.	Nickelodeon HD	14 581	↓ -1 009	0,24%	↓ -0,03
29.	Superstacja	14 472	↑ 2 856	0,24%	↑ 0,04
30.	TVN24 Biznes i Swiat	13 314	↑ 13 314	0,22%	↑ 0,22

W tabeli uwzględniono wszystkie programy koncesjonowane o udziale powyżej j0,2%