



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W 2013 ROKU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

WARSZAWA 2013

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.

Wskaźniki wykorzystywane w analizie:

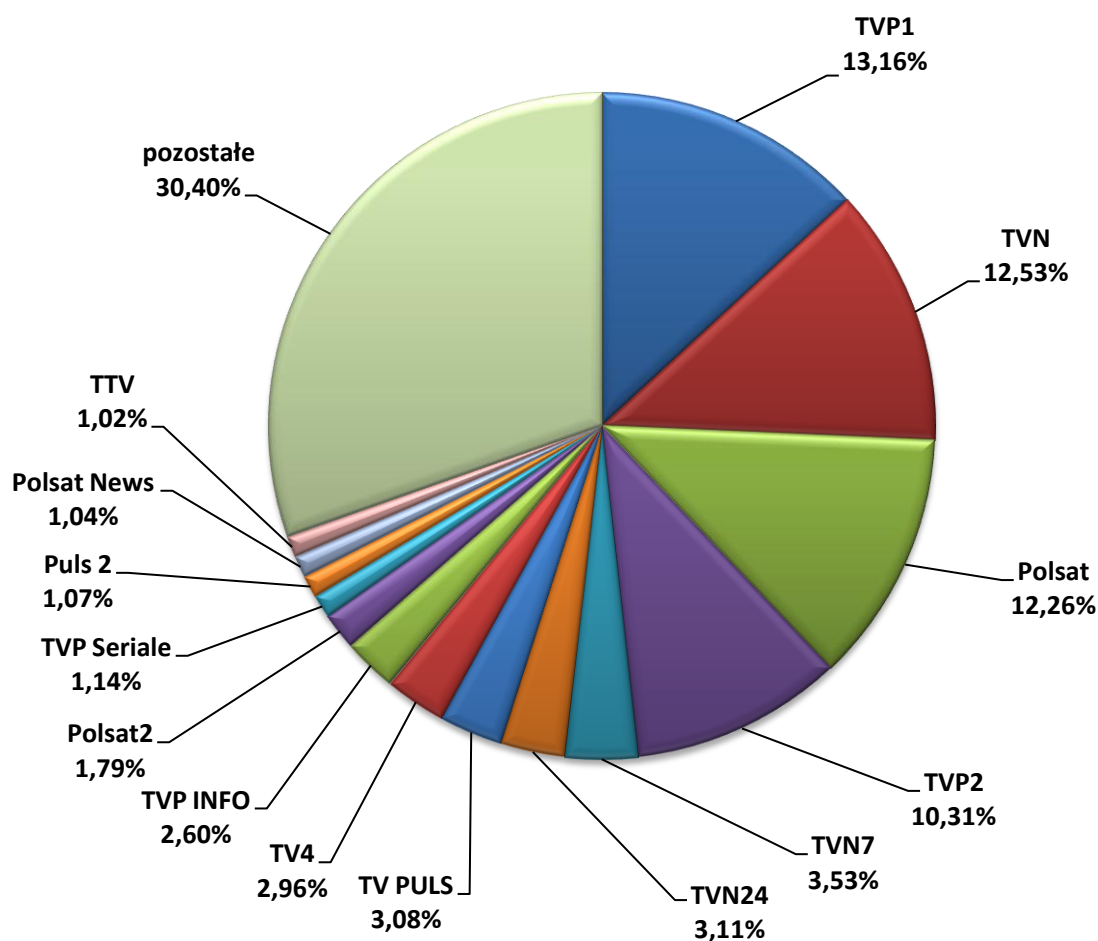
- AMR – Average Minute Rating - dosł. średnia oglądalność minutowa - wskaźnik opisujący średnią wielkość widowni oglądającej konkretną audycję lub program telewizyjny w dowolnie określonym odcinku czasu. Widownia ta wyrażona jest w tys. osób. Wskaźnik może odnosić się do całej populacji lub do określonej 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 2013 roku statystyczny Polak poświęcił na oglądanie telewizji dziennie 4 godziny 7 minut, średnio o 4 minuty więcej niż rok temu. Pierwsze miejsce pod względem udziału w rynku zajmował podobnie, jak w poprzednich latach, Program 1 TVP. Program TVN znalazł się na drugim miejscu z minimalną przewagą nad Polsatem. Najniższe udziały w grupie programów uniwersalnych o zasięgu ogólnokrajowym, podobnie jak przed rokiem, osiągnął Program 2 TVP. W dalszym ciągu spadało zainteresowanie widzów programami o dużym udziale rynkowym, które traciły w związku z rosnącym zasięgiem nowych programów dostępnych naziemnie.

Następne miejsca pod względem zainteresowania widzów należały do głównych beneficjentów cyfryzacji, programów TVN 7, Puls i TV4. Na wysokiej szóstej pozycji w rankingu znalazł się program informacyjny TVN 24, dostępny drogą satelitarną i kablową, który wyraźnie zdystansował TVP INFO. Ponad 30% rynku zajmowały programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie). Przed rokiem takich programów było 28%, dwa lata temu 25%, co wskazuje na postępującą fragmentację rynku telewizyjnego.

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

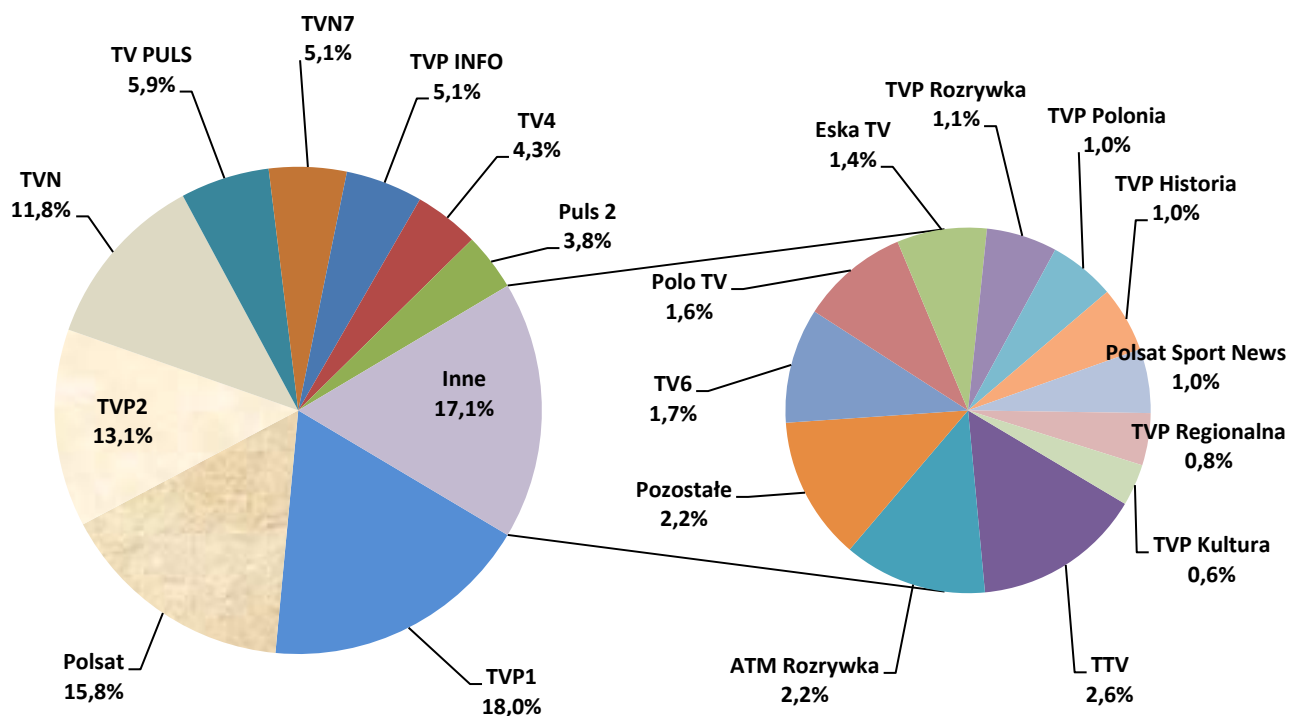
Wykr.1. Podział rynku telewizyjnego w 2013 roku



Z badania telemetrycznego wynika, że na początku 2013 roku dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej posiadało prawie 10 milionów Polaków, pod koniec roku blisko 4 miliony więcej. Wraz z kolejnymi wyłączeniami nadajników telewizji analogowej i zastępowaniem ich nadajnikami cyfrowymi rosła liczba osób z dostępem do naziemnej telewizji cyfrowej. Po zakończeniu ostatniego etapu cyfryzacji liczba odbiorców NTC wykazywała tendencję do stabilizacji.

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

Wykr.2. Podział rynku NTC w 2013 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Widzowie, którzy mieli dostęp wyłącznie do programów naziemnej telewizji cyfrowej najczęściej wybierali TVP 1, Polsat, TVN i TVP 2. Mniejszą popularnością cieszyły się TV Puls, TVN7, TVP INFO, TV4, Puls2. W przedziale udziałów między 3 a 1% mieściły się TTV, ATM Rozrywka, Polo TV, Eska TV, TV 6, TVP Rozrywka. 1% i mniej zajmowały pozostałe tematyczne programy publiczne, TVP Polonia i Polsat Sport News. Zmiany w ciągu roku z podziałem na programy o największym, średnim i najmniejszym udziale rynkowym przedstawiono na wykresie.

Telewizja publiczna

W 2013 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) należało 30,2% rynku (przed rokiem 34,1%, dwa lata temu 36,6%, trzy lata temu 39,9%). Było to mniej o prawie 4 punkty proc. w stosunku do roku ubiegłego. W 2013 roku telewizja publiczna nadal traciła udziały, mimo wzrostu popularności programów tematycznych, który nie rekompensowały jednak strat widowni programów uniwersalnych. Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych w 2013 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do 2012 r. zestawiono w tabeli 1.

Wykr.4. Udziały telewizji publicznej w rynku w latach 2010 – 2013

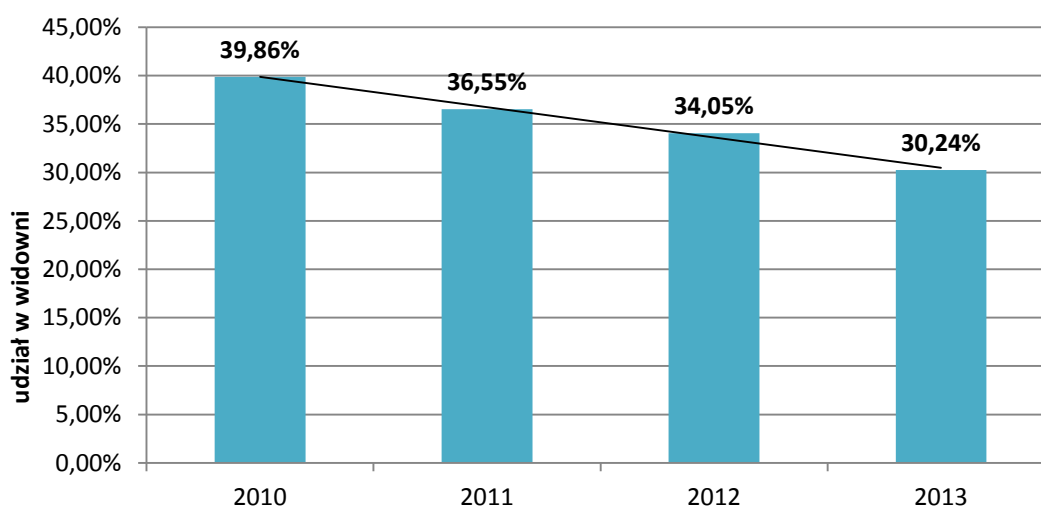


Tabela 1. Widownia i udziały programów telewizji publicznej w 2013 r.

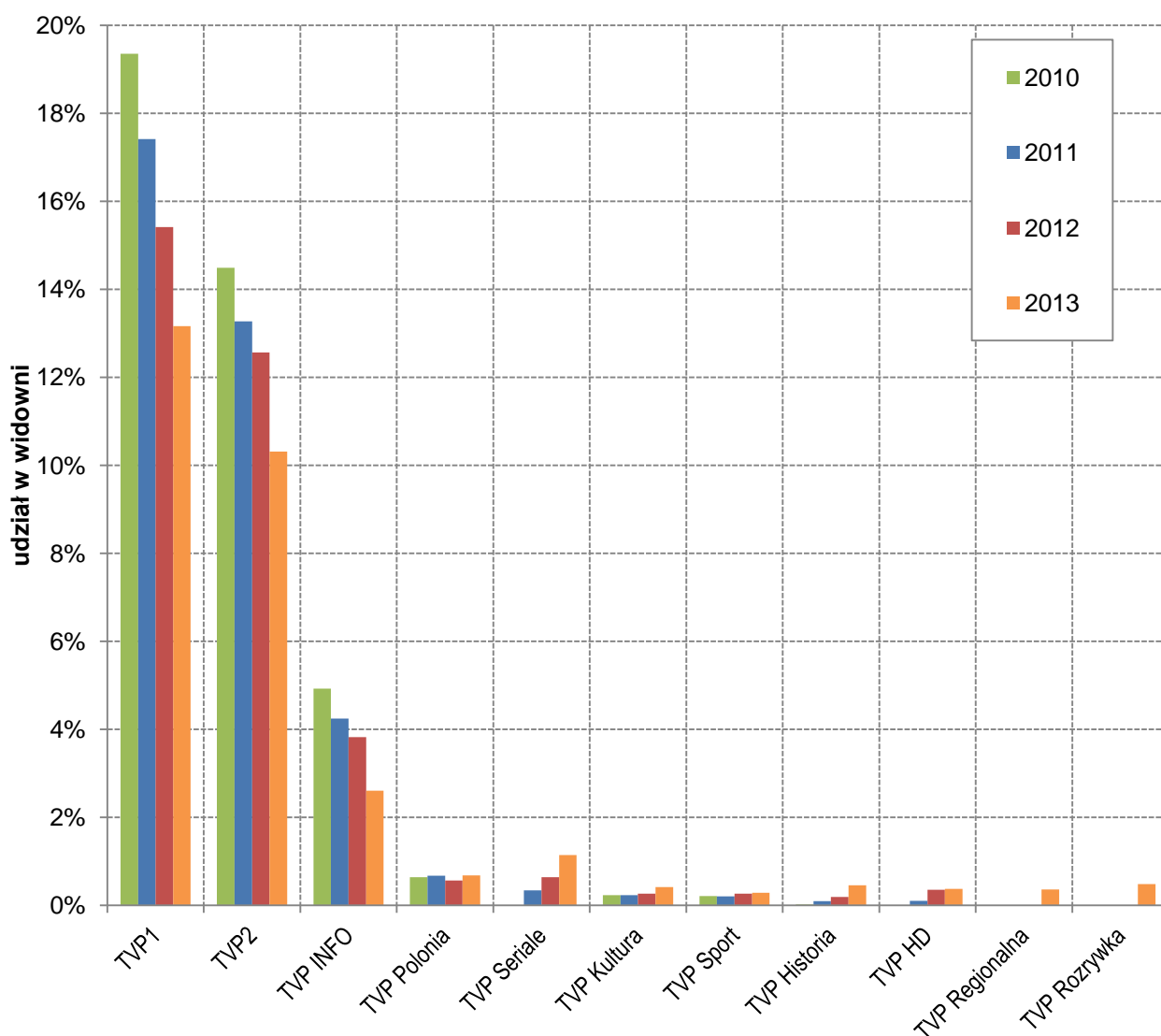
Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp	NTC
TVP1	808 088	↓ -121 904	13,16%	↓ -2,25	MUX-3
TVP2	632 908	↓ -124 946	10,31%	↓ -2,25	MUX-1
TVP INFO	159 832	↓ -70 861	2,60%	↓ -1,22	MUX-1
TVP Seriele	69 779	↑ 30 874	1,14%	↑ 0,50	
TVP Polonia	41 842	↑ 8 321	0,68%	↑ 0,12	MUX-3
TVP Rozrywka	29 517	↑ 29 517	0,48%	↑ 0,48	MUX-3
TVP Historia	27 702	↑ 16 124	0,45%	↑ 0,26	MUX-3
TVP Kultura	25 285	↑ 9 352	0,41%	↑ 0,15	MUX-3
TVP HD	22 796	↑ 1 964	0,37%	↑ 0,02	
TVP Regionalna	22 278	↑ 22 278	0,36%	↑ 0,36	MUX-3
TVP Sport	17 493	↑ 1 911	0,28%	↑ 0,02	
	1 857 520	↓ -197 370	30,24%	↓ -3,81	

Podobnie jak w latach ubiegłych traciły udziały uniwersalne programy ogólnopolskie i TVP INFO. Zyskiwały natomiast publiczne programy tematyczne, zwłaszcza nowe.

Spośród nich największy udział w widowni odnotował program TVP Seriale (1,1%) oraz pod koniec roku nowe programy telewizji publicznej TVP Regionalna - w ostatnim kwartale 1,1% i TVP Rozrywka - w ostatnim kwartale roku - 0,9%.

Na wykresie przedstawiono zmiany udziałów poszczególnych programów publicznych w ostatnich latach.

Wykr.4. Udziały w rynku programów telewizji publicznej w latach 2010 – 2013



Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów w 2013 r. odnotowały programy uniwersalne TVN i Polsat, największe wzrosty natomiast programy koncesjonowane obecne na MUX-ach, które dzięki naziemnej telewizji cyfrowej powiększyły swoje zasięgi.

Szczegółowe dane dotyczące programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 1) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2012 przedstawiono poniżej

Tabela 2. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w 2013 r.

Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANApp	DTT
TVN	769 230	↓ -71 629	12,53%	↓ -0,56	MUX-2
Polsat	752 857	↓ -90 231	12,26%	↓ -1,71	MUX-2
TVN7	217 011	↑ 64 024	3,53%	↑ 1	MUX-2
TVN24	191 232	↑ 6 824	3,11%	↑ 0,05	
TV PULS	188 787	↑ 48 019	3,08%	↑ 0,75	MUX-2
TV4	181 980	↑ 31 750	2,96%	↑ 0,47	MUX-2
Polsat2	109 890	↑ 27 252	1,79%	↑ 0,42	
TVP Seriale	69 779	↑ 30 874	1,14%	↑ 0,5	
Puls 2	65 813	↑ 57 277	1,07%	↑ 0,93	MUX-2
Polsat News	63 924	↑ 9 792	1,04%	↑ 0,14	
TTV - Twoja Telewizja	62 867	↑ 44 139	1,02%	↑ 0,71	MUX-1
MiniMini+	47 286	↑ 9 406	0,77%	↑ 0,14	
ATM Rozrywka	47 065	↑ 35 328	0,77%	↑ 0,58	MUX-1
Polsat Sport	47 016	↑ 8 363	0,77%	↑ 0,13	
Polo TV	45 032	↑ 19 435	0,73%	↑ 0,31	MUX-1
Kino Polska	44 032	↑ 3 617	0,72%	↑ 0,05	
TVN Style	42 040	↑ 7 096	0,68%	↑ 0,1	
Nickelodeon	37 912	↑ 4 257	0,62%	↑ 0,06	
Eska TV	37 627	↑ 16 960	0,61%	↑ 0,27	MUX-1
TV6	37 524	↑ 25 463	0,61%	↑ 0,41	MUX-2
Polsat Play	28 580	↑ 8 713	0,47%	↑ 0,14	
TVN Turbo	28 201	↓ -1 389	0,46%	↓ -0,05	
Polsat Film	25 688	↑ 6 942	0,42%	↑ 0,11	MUX-2
Polsat Sport News	23 551	↑ 20 080	0,38%	↑ 0,32	MUX-2
TVS	21 150	↓ -2 034	0,34%	↓ -0,04	
Polsat Cafe	19 732	↑ 2 265	0,32%	↑ 0,03	
4fun.tv	16 289	↓ -2 132	0,27%	↓ -0,04	
Nickelodeon HD	15 273	↑ 15 273	0,25%	↑ 0,25	
Tele5	14 906	↓ -2 151	0,24%	↓ -0,04	
Ale Kino+	13 308	↓ -3 938	0,22%	↓ -0,07	
Superstacja	13 011	↓ -652	0,21%	↓ -0,02	
Canal+ Sport	12 469	↑ 1 861	0,20%	↑ 0,02	

uwzględniono programy badane przez NAM o udziale 0,2% i powyżej

Załącznik 1. Widownia i udziały programów w 2013 roku - ranking

Lp	Program	Widownia	Udział
1.	TVN	769 230	12,53%
2.	Polsat	752 857	12,26%
3.	TVN7	217 011	3,53%
4.	TVN24	191 232	3,11%
5.	TV PULS	188 787	3,08%
6.	TV4	181 980	2,96%
7.	TVP INFO	159 832	2,60%
8.	Polsat2	109 890	1,79%
9.	TVP Seriale	69 779	1,14%
10.	Puls 2	65 813	1,07%
11.	Polsat News	63 924	1,04%
12.	TTV - Twoja Telewizja	62 867	1,02%
13.	MiniMini+	47 286	0,77%
14.	ATM Rozrywka	47 065	0,77%
15.	Polsat Sport	47 016	0,77%
16.	Polo TV	45 032	0,73%
17.	Kino Polska	44 032	0,72%
18.	TVN Style	42 040	0,68%
19.	Nickelodeon	37 912	0,62%
20.	Eska TV	37 627	0,61%
21.	TV6	37 524	0,61%
22.	TVP Rozrywka	29 517	0,48%
23.	Polsat Play	28 580	0,47%
24.	TVN Turbo	28 201	0,46%
25.	TVP Historia	27 702	0,45%
26.	Polsat Film	25 688	0,42%
27.	TVP Kultura	25 285	0,41%
28.	Polsat Sport News	23 551	0,38%
29.	TVP HD	22 796	0,37%
30.	TVP Regionalna	22 278	0,36%
31.	TVS	21 150	0,34%
32.	Polsat Cafe	19 732	0,32%
33.	TVP Sport	17 493	0,28%
34.	4fun.tv	16 289	0,27%
35.	Nickelodeon HD	15 273	0,25%
36.	Tele5	14 906	0,24%
37.	Ale Kino+	13 308	0,22%
38.	Superstacja	13 011	0,21%
39.	Canal+ Sport	12 469	0,20%
40.	Nat Geo Wild	10 742	0,17%

Lp	Program	Widownia	Udział
41.	Canal+	10 561	0,17%
42.	Universal Channel	10 449	0,17%
43.	Polsat Sport Extra	10 422	0,17%
44.	BBC CBeebies	10 420	0,17%
45.	teleTOON+	10 224	0,17%
46.	Comedy Central Family	9 474	0,15%
47.	FilmBox	9 257	0,15%
48.	Boomerang	9 130	0,15%
49.	TCM	8 913	0,15%
50.	Planete+	8 910	0,15%
51.	ITV	8 775	0,14%
52.	Orange Sport	8 553	0,14%
53.	Polsat Viasat History	8 386	0,14%
54.	kuchnia+	8 350	0,14%
55.	nSport	8 346	0,14%
56.	BBC Knowledge	8 138	0,13%
57.	Canal+ Family	7 992	0,13%
58.	CBS Europa	7 961	0,13%
59.	FOXLife	7 520	0,12%
60.	BBC Entertainment	7 402	0,12%
61.	Discovery World	7 323	0,12%
62.	Canal+ Film	7 240	0,12%
63.	MTV Polska	7 057	0,11%
64.	TVN Meteo	6 478	0,11%

/ uwzględniono wszystkie programy powyżej 0,1 % udziału/