KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W IV KWARTALE 2016 ROKU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

WARSZAWA 2016

.

Wskaźniki wykorzystywane w analizie

Prezentowana analiza została przeprowadzona na podstawie telemetrycznego badania widowni telewizyjnej prowadzonego systematyczne 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 IV kwartale 2016 roku **statystyczny Polak poświęcał na oglądanie programów telewizyjnych 4 godziny 42 minuty dziennie**, tj. **o 2 minuty więcej** niż przed rokiem. Czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego widza a więc populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r.ż. **wyniósł 6 godzin 31 minut i był dłuższy o ponad 7 minut** w porównaniu z analogicznym okresem 2015. **Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji liczyła 6 mln 970 tysięcy i o**bserwowano jej przyrost o ok. 30 tysięcy w stosunku do analogicznego okresu roku 2015.

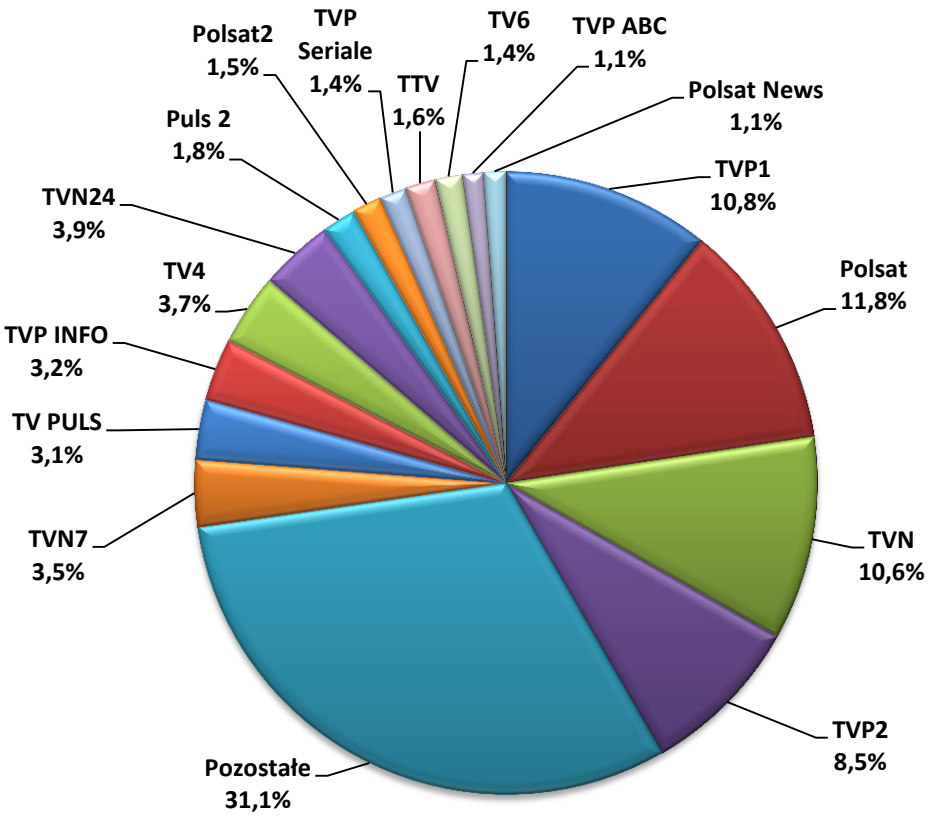
Wartości wskaźników dla całej telewizji w IV kwartale 2016 roku świadczą o wzrostach w odróżnieniu od poprzednich kwartałów roku, kiedy obserwowano bądź spadki bądź status quo w porównaniu z analogicznymi okresami 2015.

W stosunku do poprzedniego kwartału nie zmieniła się sytuacja w czołówce programów o największej oglądalności. Pierwsze miejsce pod względem udziału w rynku zajmował Polsat uzyskując przewagę 1 punktu procentowego nad programem TVP 1, 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) w tym ok. 1/3 należała do programów tzw. zdelokalizowanych, tzn. nie posiadających polskiej koncesji.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w IV kwartale 2016 roku



W dalszym ciągu spadało zainteresowanie widzów programami tzw. wielkiej czwórki. Programy o największej widowni (TVP1, TVP2, TVN, Polsat) - zajmowały w **sumie 41,7%** rynku a ich łączny udział zmniejszył się o ponad 2 punkty procentowe w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W tej grupie **wzrost w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego odnotował jedynie program Polsat.** Udziały pozostałych spadły. Największy spadek dotyczył, podobnie jak w poprzednim kwartale TVP1, znacznie mniejsze były straty TVP2 i TVN.

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

Program	IV kw. 2016	IV kw. 2015	Zmiana (pp.)
Polsat	**11,81%**	**11,70%**	**0,11**
TVP1	**10,81%**	**12,73%**	**-1,92**
TVN	**10,57%**	**10,60%**	**-0,03**
TVP2	**8,48%**	**8,77%**	**-0,29**

Naziemna telewizja cyfrowa

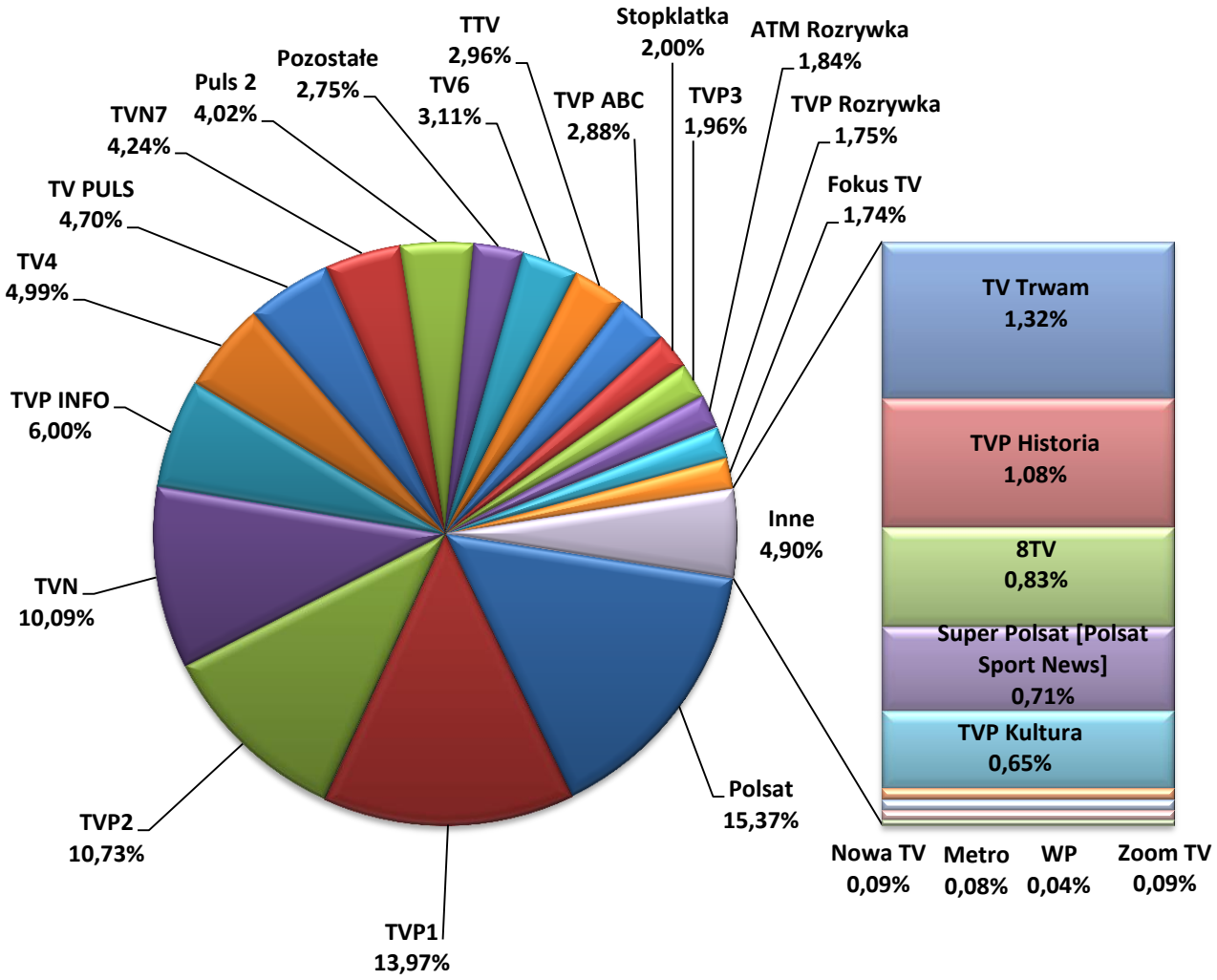
W IV kwartale 2016 roku naziemną telewizję cyfrową posiadało ok. 15,8 miliona Polaków a więc ponad 44,6% gospodarstw domowych w tym osób, które korzystały z naziemnej telewizji cyfrowej wyłącznie (a więc nie posiadały innego źródła sygnału telewizyjnego) było ok. 11 milionów - 33,8% gospodarstw domowych.

Z badania telemetrycznego wynika więc, 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.

Podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych przedstawiono na wykresie 2. Nowa TV, Metro, WP, Zoom TV to nowe programy NTC na multipleksie ósmym, które rozpoczęły nadawanie w IV kwartale 2016.

Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,8%. 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.

Wykres 2. Podział rynku NTC w IV kwartale 2016 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Telewizja publiczna

W IV kwartale 2016 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 28,8% rynku** (przed rokiem 31,9% rynku). Programy publiczne ogółem straciły więcej niż w

poprzednim kwartale bo ponad 3 punkty procentowe. Jak wynika z zestawienia udziałów w przypadku zdecydowanej większości programów odnotowano spadki. Największy dotknął TVP1 – 1,9 **Najwięcej zyskał** natomiast program adresowany do dzieci **- TVP ABC**.

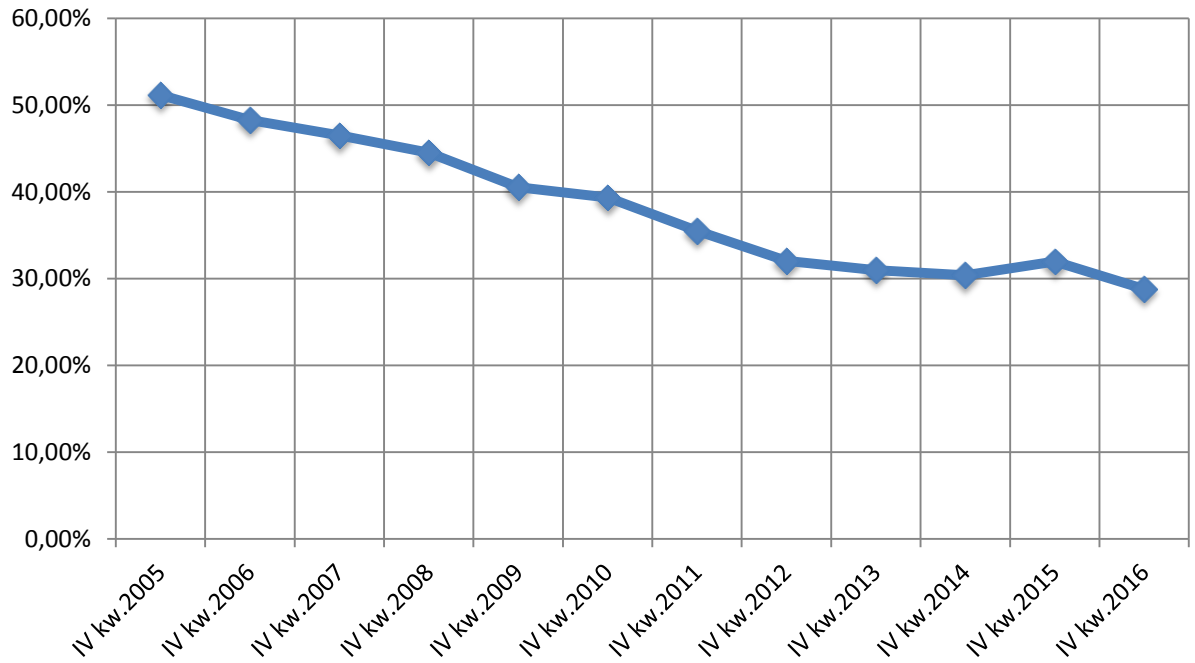
Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych w IV kwartale 2016 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do analogicznego okresu 2015 r. zestawiono w tabeli poniżej. Na notowaniach TVP Polonia zaważyło wycofanie tego programu z oferty NTC w 2016 r.

Tabela 2. Widownia i udziały programów telewizji publicznej w IV kw. 2016 r. – zmiana

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	753 656	-130 067	10,81%	-1,92
TVP2	591 170	-17 434	8,48%	-0,29
TVP INFO	225 968	-35 325	3,24%	-0,52
TVP Seriale	96 658	-1 235	1,39%	-0,02
TVP ABC	75 839	26 585	1,09%	0,38
TVP Rozrywka	70 943	-5 710	1,02%	-0,08
TVP3	63 470	-9 339	0,91%	-0,14
TVP Historia	41 043	-5 898	0,59%	-0,09
TVP HD	32 431	2 107	0,47%	0,03
TVP Kultura	28 158	-5 263	0,40%	-0,08
TVP Sport	14 909	-5 266	0,21%	-0,08
TVP Polonia	13 476	-19 159	0,19%	-0,28
Ogółem	2 007 721	-206 004	28,80%	-3,09

Na wykresie poniżej przedstawiono zmiany udziałów telewizji publicznej (wszystkie programy ogółem) w latach 2005 - 2016.

Wykres 3. Udziały telewizji publicznej w latach 2005 – 2016 /IV kwartał/



Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych wzrosty osiągały w dalszym ciągu przede wszystkim programy koncesjonowane obecne na MUX–ach, choć nie wszystkie. Natomiast wśród programów spoza oferty NTC dużym przyrostem udziału zakończył się ostatni kwartał roku dla programu TVN 24. Szczegółowe dane dotyczące programów koncesjonowanych z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 2 wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kw. 2015 przedstawiono poniżej.

Tabela 3. Udziały programów koncesjonowanych w IV kw. 2016 r. – zmiana

Lp.	Program	IV kw. 2016 AMR	ZMIANA	IV kw. 2016 SHR	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	**823 097**	10 671	**11,81%**	0,11
2.	TVN	**736 626**	841	**10,57%**	-0,03
3.	TVN24	**268 096**	24 444	**3,85%**	0,34
4.	TV4	**259 109**	19 936	**3,72%**	0,28
5.	TVN7	**241 388**	15 296	**3,46%**	0,20

Lp.	Program	IV kw. 2016 AMR	ZMIANA	IV kw. 2016 SHR	ZMIANA /pp/
6.	TV PULS	**217 104**	6 175	**3,11%**	0,07
7.	Puls 2	**122 764**	13 603	**1,76%**	0,19
8.	TTV	**109 482**	4 665	**1,57%**	0,06
9.	Polsat2	**105 900**	11 242	**1,52%**	0,16
10.	TV6	**98 454**	5 547	**1,41%**	0,07
11.	Polsat News	**79 436**	165	**1,14%**	0,00
12.	Stopklatka	**71 308**	7 803	**1,02%**	0,11
13.	Polo TV	**57 408**	-2 471	**0,82%**	-0,04
14.	Fokus TV	**53 294**	4 509	**0,76%**	0,06
15.	ATM Rozrywka	**52 142**	2 871	**0,75%**	0,04
16.	Nickelodeon	**49 975**	2 400	**0,72%**	0,03
17.	TV Trwam	**44 913**	-10 206	**0,64%**	-0,15
18.	TVN Style	**46 051**	-447	**0,66%**	-0,01
19.	Polsat Play	**40 033**	5 425	**0,57%**	0,07
20.	Polsat Film	**37 513**	4 233	**0,54%**	0,06
21.	TVN Turbo	**36 645**	5 888	**0,53%**	0,09
22.	Polsat Cafe	**30 110**	6 226	**0,43%**	0,09
23.	Polsat Sport	**29 046**	-10 792	**0,42%**	-0,15
24.	8TV	**27 136**	27 136	**0,39%**	0,39
25.	TVN24 Biznes i Swiat	**27 119**	4 224	**0,39%**	0,06
26.	Super Polsat [Polsat Sport News]	**25 488**	-6 039	**0,37%**	-0,08
27.	TVS	**25 105**	-2 981	**0,36%**	-0,04
28.	MiniMini+	**24 826**	1 239	**0,36%**	0,02
29.	Kino Polska	**22 876**	19	**0,33%**	0,00
30.	TVN Fabula	**21 584**	11 024	**0,31%**	0,16
31.	Superstacja	**16 044**	1 126	**0,23%**	0,02
32.	Canal+	**16 012**	1 858	**0,23%**	0,03

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