



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W I KWARTALE 2017 ROKU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2017

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.

- 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 pro-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 I kwartale 2017 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez 4 godziny 47 minut dziennie, tj. o 2 minuty krócej w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Obserwowano tendencję spadkową po okresie dynamicznych wzrostów wynikających z przeobrażeń rynku w wyniku cyfryzacji. Świadczą o niej też inne wskaźniki. Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji wyniosła nieco ponad 7 mln 76 podczas gdy przed rokiem 7 mln 144 tysiące - spadek o ok. ok. 68 tys. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

W pierwszej 20 programów, które zwiększyły oglądalność znalazło się 12 programów naziemnej telewizji cyfrowej i 8 spoza oferty naziemnej, w tym 4 programy niekoncesjonowane w Polsce. Największe wzrosty notowały TVN 24, TV4 i adresowany do dzieci program telewizji publicznej TVP ABC oraz programy koncesjonowane obecne na multipleksach, ale nie wszystkie.

Mniejsze udziały uzyskały na przykład TV Puls, TVP Rozrywka, Polo TV czy Eska TV (w tym przypadku głównie w związku z zaprzestaniem emisji programu naziemnie). Spadki dotknęły również TVN oraz TVP1 i TVP2.

Podobnie jak przed rokiem pierwsze miejsce w rankingu zajmował Program 1 TVP z niewielką przewagą nad Polsatem, który odnotował wzrost i zajmował miejsce drugie. Na miejscu trzecim znalazł się TVN, czwarta lokata należała do Programu 2 TVP.

Programy tzw. wielkiej czwórki - TVP1, TVP2, TVN i Polsat - zajmowały w sumie 40,25% rynku a ich łączny udział zmniejszył się o 2,05 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas **42,3 %**).

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

Program	I kw. 2016	I kw. 2017	Zmiana (pp)
TVP1	12,29%	11,16%	-0,64
Polsat	10,96%	11,07%	0,11
TVN	10,46%	9,76%	-0,70
TVP2	8,59%	8,26%	-0,33

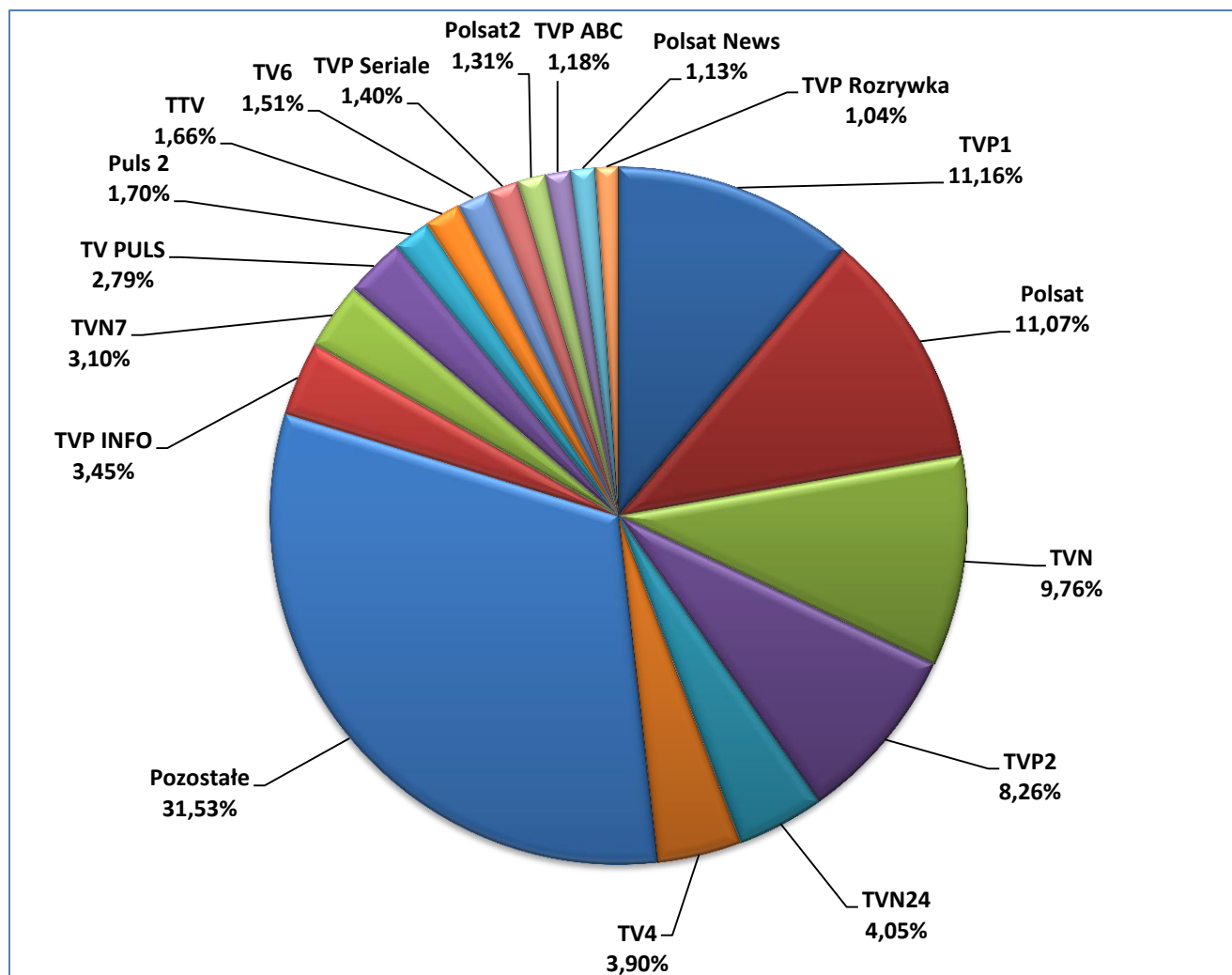
Największą widownię gromadziły programy naziemnej telewizji cyfrowej. W pierwszej 20 rankingu programów o największej oglądalności znalazło się ich piętnaście¹ oraz pięć dostępnych wyłącznie drogą satelitarną i kablową - TVN24, TVP Serieale, Polsat 2, Polsat News oraz koncesjonowany poza Polską Eurosport 1.

Ponad 31,5%, to jest prawie 1/3 rynku, zajmowały programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

¹ **TVP1, Polsat, TVN, TVP2, TV4, TVP Info, TVN 7, TV Puls, Puls2, TTV, TV6, TVP ABC, TVP Rozrywka, Stopklatka, ATM Rozrywka**

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

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2017 roku



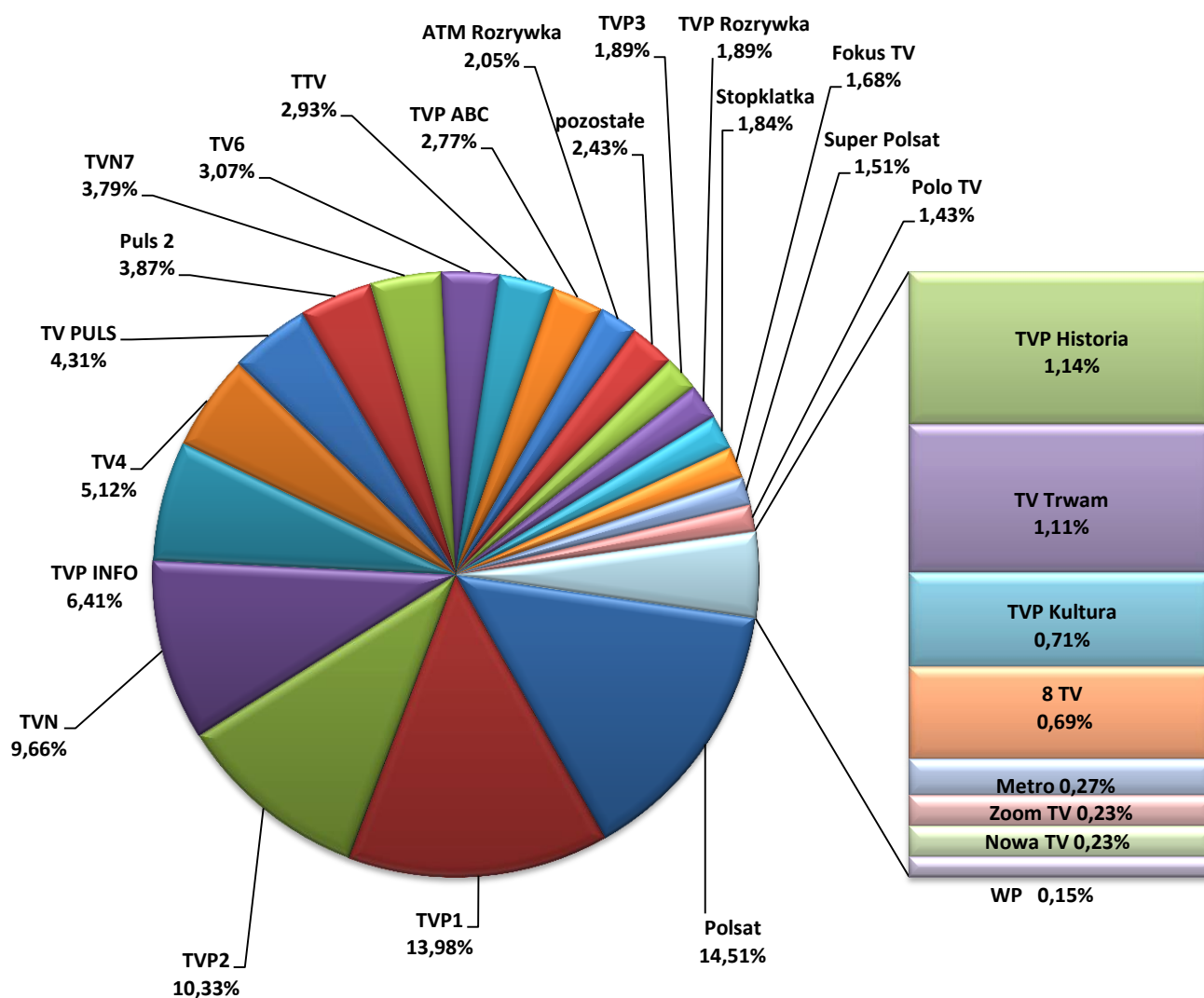
Naziemna telewizja cyfrowa

Z badania telemetrycznego wynika, że nie zaszły istotne zmiany w dostępie gospodarstw domowych do NTC w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Na wykresie 2 przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,4%.

Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych.

Wykres 2. Podział rynku NTC w I kwartale 2017 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Z analizy wskaźników wynika, że ponad połowa programów NTC, uwzględniając programy nowe, notowała w dalszym ciągu przyrosty widowni.

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów w I kwartale 2017 roku zestawiono w tabeli poniżej.

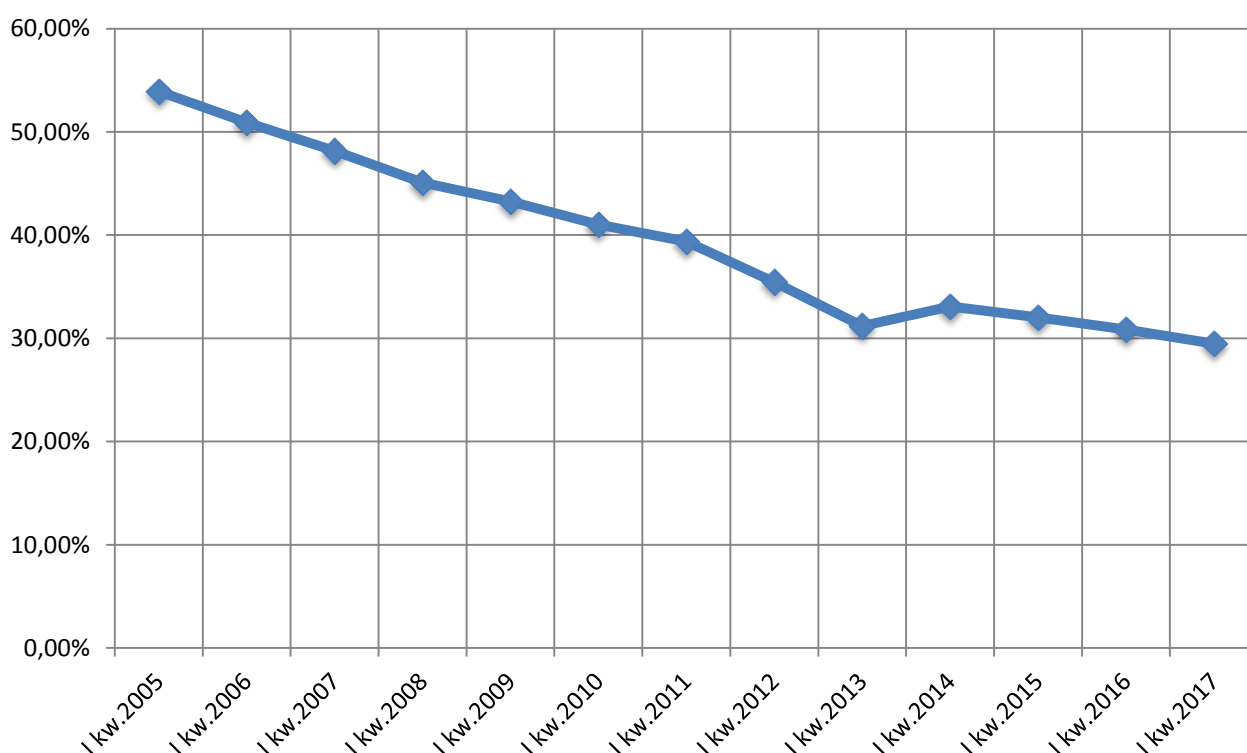
Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2017

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Polsat	333 292	14,51%	46,45%	5 272 700
TVP1	321 168	13,98%	45,42%	5 155 653
TVP2	237 207	10,33%	43,43%	4 930 239
TVN	221 771	9,66%	43,06%	4 888 099
TVP INFO	147 205	6,41%	26,36%	2 991 839
TV4	117 629	5,12%	29,65%	3 366 116
TV PULS [PULS]	98 895	4,31%	26,37%	2 993 639
Puls 2	88 886	3,87%	23,62%	2 681 396
TVN7	87 012	3,79%	25,88%	2 938 096
TV6	70 449	3,07%	22,47%	2 551 072
TTV - Twoja Telewizja	67 355	2,93%	24,34%	2 763 376
TVP ABC	63 721	2,77%	12,87%	1 461 141
ATM Rozrywka	47 163	2,05%	16,13%	1 830 616
TVP3	43 328	1,89%	25,34%	2 875 850
TVP Rozrywka	43 323	1,89%	17,58%	1 995 103
Stopklatka	42 232	1,84%	17,63%	2 000 874
Fokus TV	38 552	1,68%	16,83%	1 909 859
Super Polsat [Polsat Sport News]	34 794	1,51%	17,15%	1 947 185
Polo TV	32 934	1,43%	11,42%	1 296 011
TVP Historia	26 097	1,14%	13,73%	1 558 229
TV Trwam	25 423	1,11%	11,10%	1 260 153
TVP Kultura	16 237	0,71%	11,81%	1 340 009
8TV	15 820	0,69%	10,72%	1 216 938
Metro	6 124	0,27%	3,65%	413 826
Zoom TV	5 275	0,23%	3,04%	345 189
Nowa TV	5 206	0,23%	3,41%	387 342
WP	3 498	0,15%	2,84%	322 822

Telewizja publiczna

W I kwartale 2017 roku telewizja publiczna **ogółem zanotowała spadek udziału kwartał do kwartału o 1,38 punktu proc.** Była to zmiana porównywalna do tej sprzed roku, kiedy telewizja publiczna straciła w I kwartale 2016 ogółem ok. 1,18 punktu procentowego. Szczegółowe dane obrazujące trend przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 3. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2017



Do telewizji publicznej łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 29,48% rynku podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 30,86%.

Straty widowni notowały w dalszym ciągu programy uniwersalne **TVP1 i TVP2**. **Znaczne przyrosty natomiast były obserwowane w przypadku wybranych programów tematycznych: TVP ABC – o 0,36 punktu proc. i TVP INFO - o 0,25 punktu proc.** Pozostałe programy tematyczne notowały niewielkie spadki bądź wzrosty (TVP Seriele).

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2016 r. zestawiono w tabeli. Na notowaniach TVP Polonia zaważyło wycofanie tego programu z oferty NTC w 2016 r.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2017 r.

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA (pp)
TVP1	789 978	-87 930	11,16%	-1,13
TVP2	584 569	-28 784	8,26%	-0,33
TVP INFO	244 216	15 734	3,45%	0,25
TVP Seriele	99 071	414	1,40%	0,02
TVP ABC	83 635	24 957	1,18%	0,36
TVP Rozrywka	73 245	-9 135	1,04%	-0,11
TVP3	65 267	-3 568	0,92%	-0,04
TVP Historia	45 176	-908	0,64%	-0,01
TVP HD	31 269	-3 649	0,44%	-0,05
TVP Kultura	30 584	-5 204	0,43%	-0,07
TVP Sport	26 296	-1 025	0,37%	-0,01
TVP Polonia	13 475	-18 706	0,19%	-0,26
Ogółem	2 086 781	-117 804	29,48%	-1,38

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów w I kwartale 2017 r. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego odnotowały programy uniwersalne TVN i TV Puls. Zauważalne wzrosty osiągały w dalszym ciągu niektóre programy koncesjonowane obecne na MUX-ach - największe TV4 i Super Polsat (Polsat Sport News). Natomiast wśród programów spoza oferty NTC znacznie większe udziały w widowni w I kwartale 2017 w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego uzyskały programy informacyjne TVN24 (wzrost o ponad 40 tys.) oraz Polsat News (wzrost o ponad 9 tys.).

Szczegółowe dane dotyczące programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kw. 2016 przedstawiono poniżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2017 r. – zmiana

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	783 059	↓ -243	11,07%	↑ 0,11
2.	TVN	690 873	↓ -56 115	9,76%	↓ -0,7
3.	TVN24	286 381	↑ 40 161	4,05%	↑ 0,6
4.	TV4	276 224	↑ 39 424	3,90%	↑ 0,59
5.	TVN 7	219 186	↓ -4 780	3,10%	↓ -0,04
6.	TV PULS	197 107	↓ -26 711	2,79%	↓ -0,34
7.	Puls 2	120 490	↓ -4 110	1,70%	↓ -0,04
8.	TTV	117 129	↑ 2 235	1,66%	↑ 0,05
9.	TV6	106 759	↓ -3 535	1,51%	↓ -0,03
10.	Polsat2	93 042	↓ -9 202	1,31%	↓ -0,12
11.	Polsat News	80 084	↑ 9 312	1,13%	↑ 0,14
12.	Stopklatka	67 198	↓ -2 398	0,95%	↓ -0,02
13.	ATM Rozrywka	58 638	↑ 7 863	0,83%	↑ 0,12
14.	Fokus TV	53 438	↓ -7 509	0,76%	↓ -0,09
15.	Nickelodeon	52 435	↑ 56	0,74%	↑ 0,01
16.	Polo TV	50 796	↓ -8 354	0,72%	↓ -0,11
17.	Super Polsat [Polsat Sport News]	48 425	↑ 17 728	0,68%	↑ 0,25
18.	TVN Style	44 318	↓ -2 020	0,63%	↓ -0,02
19.	TV Trwam	38 736	↓ -16 297	0,55%	↓ -0,22
20.	TVN Turbo	35 915	↓ -1 546	0,51%	↓ -0,01
21.	Polsat Film	35 762	↓ -4 552	0,51%	↓ -0,05
22.	Polsat Play	35 326	↓ -5 360	0,50%	↓ -0,07
23.	MiniMini+	31 527	↑ 2 930	0,45%	↓ -0,05
24.	Polsat Cafe	28 762	↑ 1 642	0,41%	↑ 0,03
25.	TVN24 Biznes i Swiat	28 408	↑ 7 222	0,40%	↑ 0,1
26.	Polsat Sport	25 608	↓ -14 627	0,36%	↓ -0,2
27.	HGTV [TVN Meteo Active]	24 814	↑ 18 131	0,35%	↑ 0,26
28.	TVN Fabula	23 055	↑ 9 991	0,33%	↑ 0,15
29.	Kino Polska	21 558	↓ -4 690	0,30%	↓ -0,07
30.	8TV	21 200	↑ 21 200	0,30%	↑ 0,3
31.	Superstacja	18 036	↓ -648	0,25%	↓ -0,01
32.	Canal+	15 277	↓ -870	0,22%	↓ -0,01

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