KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

RYNEK TELEWIZYJNY W III KWARTALE 2017 ROKU

Analiza i opracowanie – Justyna Reisner

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2017

Wskaźniki wykorzystywane w analizie

Prezentowana analiza została przeprowadzona z wykorzystaniem danych pochodzących z telemetrycznego badania widowni telewizyjnej prowadzonego 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 wliczana jest tylko raz

ANALIZA

W III kwartale 2017 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez ponad **3 godziny 51 minut dziennie, czas ten obniżył się o ok. 5 minut** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Wzrósł natomiast o ok. 6 minut czas oglądania przypadającego na **statystycznego widza**[1] tzw. ATS (**5 godz. 52 minuty**) - w którym jako punkt odniesienia przyjmuje się populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r.ż. i o tych którzy nie oglądali telewizji w ogóle.

Wzrost tego wskaźnika w analizowanym okresie **w zestawieniu ze spadkiem ATV** świadczy o większej uwadze poświęconej telewizji przez tych którzy są jej widzami.

[1] Widzem jest osoba która oglądała przynajmniej minutę programu dziennie

Łączny udział **programów tzw. wielkiej czwórki** - ***TVP1, TVP2, TVN i Polsatu*** - **wyniósł 35,6% w III kwartale 2017 i** zmniejszył się o 3,7 punktu procentowego w porównaniu do analogicznego kwartału roku ubiegłego (wówczas 39,26%). Spośród programów wielkiej czwórki najwięcej straciły programy ***TVP1*** (- 1,7 pp.) i ***TVP2*** (-0,75 pp.). Mniejsze straty notowały ***Polsat i TVN*** **– po ok. - 0,6 pp.**

Na pierwszym miejscu w rankingu kwartalnym pod względem udziałów, podobnie jak przed rokiem, pozostawał ***Polsat.*** Na drugie wysunął się ***TVN*** (z trzeciego w analogicznym okresie 2016 r.), Program ***TVP1*** spadł na pozycję trzecią. Czwarte miejsce należało niezmiennie do ***Programu 2 TVP.***

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

Program	III kw. 2017	III kw. 2016	Zmiana (pp)	Zmiana (%)
Polsat	10,60%	11,21%	-0,61	-5,75%
TVN	9,32%	9,92%	-0,60	-6,44%
TVP1	8,61%	10,31%	-1,70	-19,74%
TVP2	7,07%	7,82%	-0,75	-10,61%

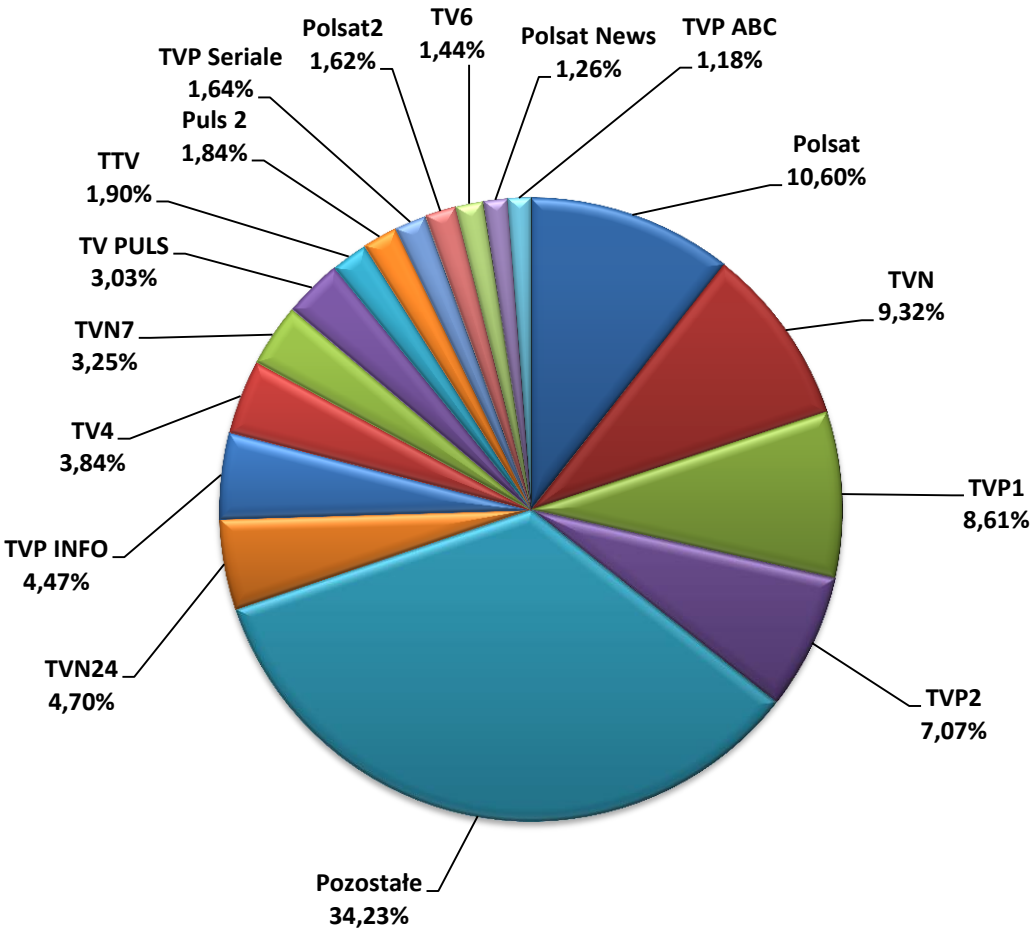
Ponad 1/3 rynku, tj. 34,5%, zajmowały programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie).

W III kwartale 2017 r. w pierwszej dwudziestce programów o największej oglądalności znalazło się 16 programów naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) i 4 dostępne drogą satelitarną i kablową - *TVN24, Polsat News, Polsat2 i TVP Seriale*. **Wszystkie programy pierwszej dwudziestki były programami koncesjonowanymi w Polsce.**

Najwyżej notowane **telewizje bez polskiej koncesji zajmowały dalsze miejsca**: ***Eurosport 1*** **- 24 pozycja** w rankingu z udziałem **0,61%,** skierowany do dzieci ***Nick Jr*** **– 27 miejsce** z udziałem **0,57%, *Discovery* – 33** lokata (**udział 48%**). Programy te, za wyjątkiem Discovery, osiągnęły znacznie wyższe udziały w analizowanym kwartale niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Największe spadki w tej grupie notowały programy filmowe *Universal Channel, Comedy Central, AXN* oraz skierowany do dzieci *Disney Channel*.

Ponad 34% rynku, tj. więcej niż przed rokiem zajmowały programy zarówno koncesjonowane jak i nie posiadające polskiej koncesji, których udziały jednostkowe **nie przekraczały 1% (kategoria pozostałe na wykresie).**

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2017 roku



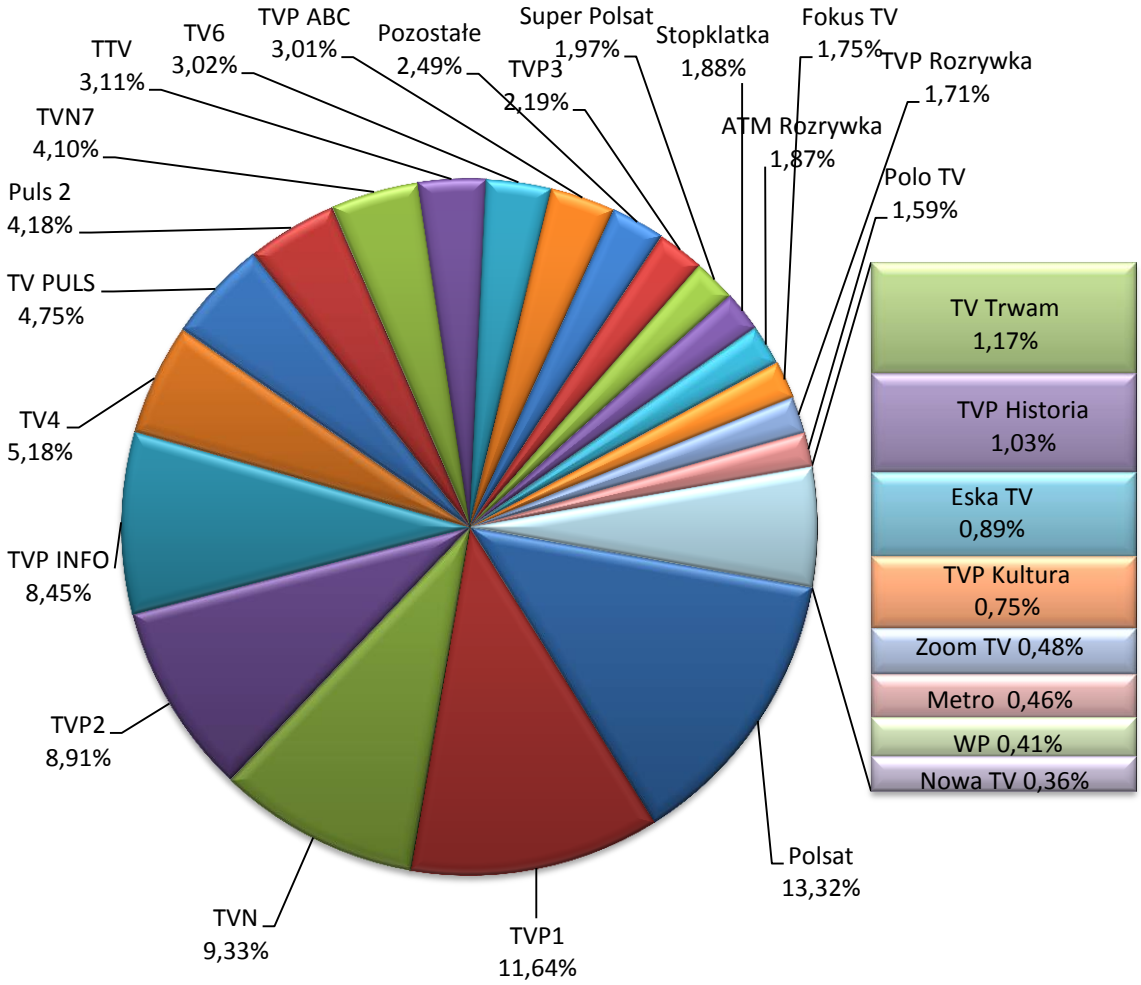
Szczegółowe informacje dotyczące poszczególnych programów przedstawiono w dalszej części opracowania oraz na wykresach i w tabelach.

Naziemna telewizja cyfrowa

W porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego nie zaszły istotne zmiany w dostępie gospodarstw domowych do NTC.

Na wykresie 2 przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,5%. 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 III kwartale 2017 roku - dostęp wyłącznie do oferty NTC



Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów **NTC w sytuacji wyłącznego dostępu widzów do tych programów w III kwartale 2017 roku z**estawiono w tabeli poniżej.

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

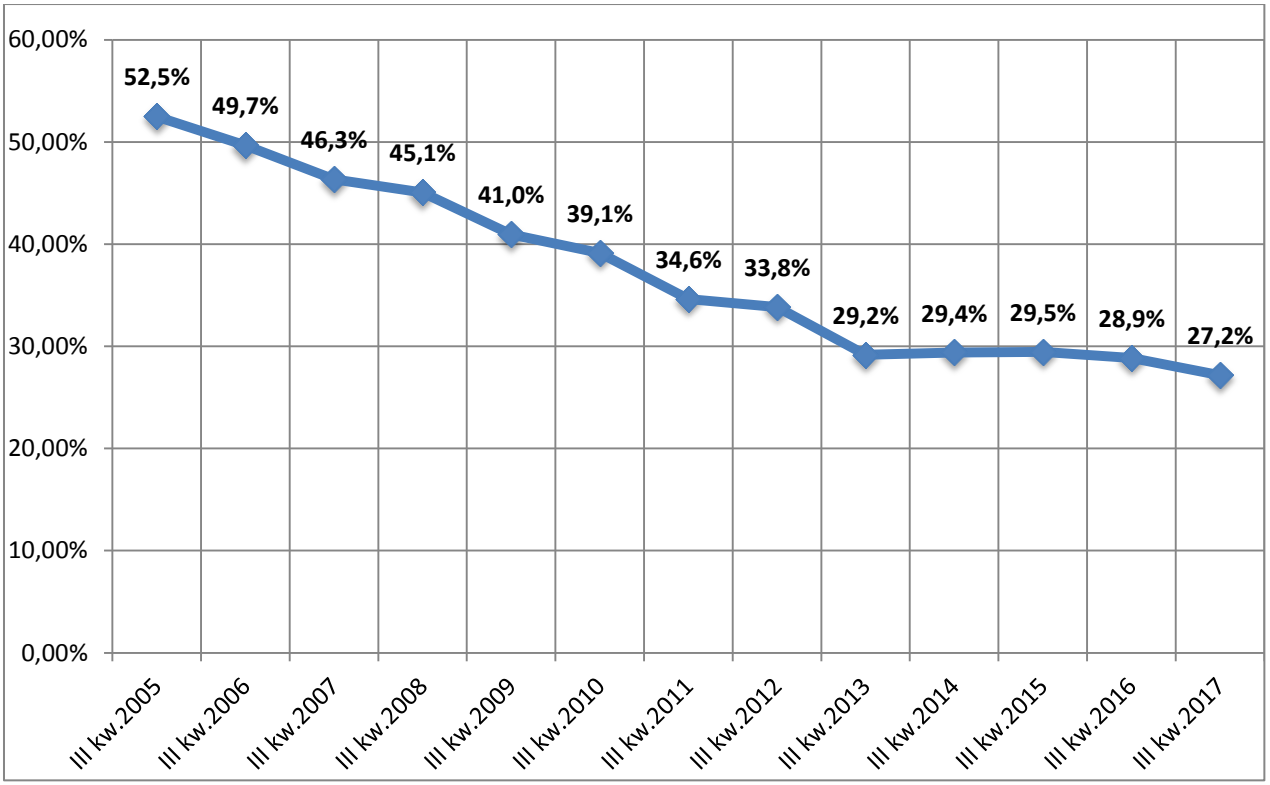
Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	204 974	11,64%	36,01%	4 087 436
TVP2	156 861	8,91%	32,88%	3 732 690
Polsat	234 493	13,32%	37,45%	4 251 023
TVN	164 199	9,33%	34,89%	3 960 899
TVP INFO	148 788	8,45%	23,32%	2 647 613
TVN7	72 089	4,10%	20,97%	2 380 574
TV4	91 103	5,18%	24,06%	2 730 674
TVP Kultura	13 190	0,75%	9,65%	1 095 781
Fokus TV	30 885	1,75%	13,60%	1 543 209
TVP ABC	53 027	3,01%	10,48%	1 189 954
Stopklatka	33 176	1,88%	14,17%	1 609 001
TVP3	38 489	2,19%	20,85%	2 366 931
TVP Rozrywka	30 133	1,71%	13,18%	1 495 769
ATM Rozrywka	33 001	1,87%	12,83%	1 456 053
Puls 2	73 512	4,18%	19,23%	2 182 447
TTV - Twoja Telewizja	54 704	3,11%	20,21%	2 294 376
Super Polsat	34 647	1,97%	15,01%	1 703 625
TV Trwam	20 625	1,17%	8,83%	1 001 978
TVP Historia	18 123	1,03%	10,43%	1 183 892
TV6	53 218	3,02%	18,07%	2 050 932
TV PULS	83 572	4,75%	21,33%	2 420 849
Polo TV	27 989	1,59%	9,34%	1 059 879
Eska TV [8TV]	15 746	0,89%	7,69%	872 352
Zoom TV	8 502	0,48%	3,82%	433 735
Nowa TV	6 420	0,36%	3,71%	421 277
Metro	8 021	0,46%	4,24%	481 120
WP	7 154	0,41%	3,88%	440 456

Telewizja publiczna

W III kwartale 2017 roku ogółem telewizja publiczna ogółem **zanotowała spadek udziału o 1,68 punktu proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.**

Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach (III kwartał) przedstawiono na wykresie poniżej.

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



Do telewizji publicznej łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 27,2% a więc **ponad 1/4 rynku** podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 28,9%.

Straty widowni notowały w dalszym ciągu programy uniwersalne **TVP1 i TVP2. Znaczne przyrosty natomiast były obserwowane,** podobnie jak w poprzednim kwartale, w przypadku wybranych programów tematycznych: **TVP INFO o 0,88 punktu proc. - był to największy wzrost w analizowanym kwartale** oraz **TVP ABC – o 0,21 punktu proc.**

Pozostałe programy tematyczne notowały niewielkie spadki (TVP Rozrywka, TVP Seriale, TVP3, TVP Historia, TVP Kultura) **bądź wzrosty** (TVP HD, TVP Sport).

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do III 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 III kwartale 2017 r.

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	491 151	-110 244	8,61%	-1,70
TVP2	403 198	-53 130	7,07%	-0,75
TVP INFO	254 958	45 394	4,47%	0,88
TVP Seriale	93 353	-4 877	1,64%	-0,04
TVP ABC	67 072	10 778	1,18%	0,21
TVP Rozrywka	55 547	-6 269	0,97%	-0,09
TVP3	54 820	-5 961	0,96%	-0,08
TVP HD	32 502	2 662	0,57%	0,06
TVP Historia	31 388	-2 961	0,55%	-0,04
TVP Sport	30 536	-623	0,54%	0,01
TVP Kultura	25 235	-2 783	0,44%	-0,04
TVP Polonia	10 194	-5 865	0,18%	-0,10
Ogółem	1 549 954	-133 879	27,18%	-1,68

Telewizja koncesjonowana

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

Lp.	Program	AMR	Zmiana	SHR %	Zmiana/pp/
1.	Polsat	604 644	-48 866	**10,60%**	-0,61
2.	TVN	531 759	-46 655	**9,32%**	-0,60
3.	TVN24	268 052	25 637	**4,70%**	0,54
4.	TV4	218 945	40 680	**3,84%**	0,78
5.	TVN7	185 072	-17 592	**3,25%**	-0,23
6.	TV PULS	172 785	-16 872	**3,03%**	-0,22
7.	TTV	108 216	14 332	**1,90%**	0,29
8.	Puls 2	104 783	-2 239	**1,84%**	0,00
9.	Polsat2	92 518	-5 292	**1,62%**	-0,06
10.	TV6	82 159	-3 943	**1,44%**	-0,04
11.	Polsat News	72 085	-844	**1,26%**	0,01
12.	Stopklatka	54 917	-4 719	**0,96%**	-0,06
13.	Super Polsat	50 116	28 994	**0,88%**	0,52
14.	Polo TV	45 403	-4 476	**0,80%**	-0,06
15.	Fokus TV	44 610	-5 343	**0,78%**	-0,08
16.	Nickelodeon	44 308	-3 958	**0,78%**	-0,05
17.	ATM Rozrywka	42 686	810	**0,75%**	0,03
18.	TVN Style	41 662	-2 582	**0,73%**	-0,03
19.	Polsat Sport	34 350	8 445	**0,60%**	0,16
20.	TV Trwam	30907	-15 827	**0,54%**	-0,26
21.	TVN Turbo	30 322	2 208	**0,53%**	0,05
22.	Polsat Play	29 212	-3 319	**0,51%**	-0,05
23.	Polsat Film	28 872	-1 705	**0,51%**	-0,01
24.	Eska TV	25 682	25 682	**0,45%**	0,45
25.	HGTV	25 254	19 398	**0,44%**	0,34
26.	MiniMini+	23 871	965	**0,42%**	0,03
27.	Polsat Cafe	23 100	-3 212	**0,41%**	-0,04
28.	TVN24 Biznes i Swiat	21 248	-1 398	**0,37%**	-0,02
29.	Kino Polska	20 031	-1 976	**0,35%**	-0,03
30.	TVN Fabula	18 207	916	**0,32%**	0,02
31.	TVS	17 742	-4 373	**0,31%**	-0,07

W tabeli uwzględniono wszystkie programy koncesjonowane o udziale powyżej 0,3%, z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych (tabela3)

W III kwartale 2017 roku **znaczące wzrosty** osiągały tylko niektóre programy koncesjonowane obecne na MUX–ach: **TV4** (wzrost widowni minutowej o ponad 40 tys.), **Super Polsat** (o prawie 29 tys.), TTV (o ok. 14 tys.). Natomiast zauważalnie **mniejszą widownię** w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego zgromadziły **TVN, TVN7, TV Puls oraz Polsat.** Wśród koncesjonowanych programów spoza oferty NTC znacznie większy udział w widowni w porównaniu z rokiem ubiegłym uzyskał między innymi TVN24 (wzrost widowni minutowej o ok. 25,6 tys.).