



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

Rynek telewizyjny w 2012 r.

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2012

Analiza została wykonana na podstawie danych Nielsen Audience Measurement, badanie na reprezentatywnej próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia.

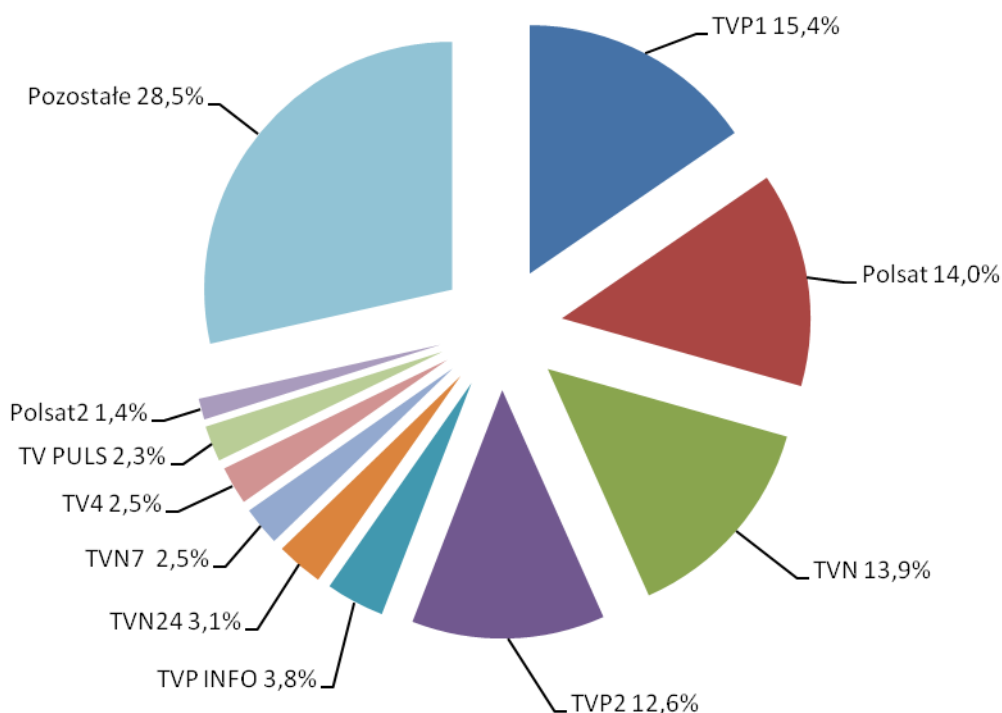
Wielkość populacji - 35 722 tysiące osób; wielkość próby - 3 901 osób.

Słowniczek terminów używanych 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 2012 roku statystyczny Polak poświęcił na oglądanie telewizji dziennie 4 godziny 3 minuty, średnio o minutę więcej niż rok temu. Zwiększyła się również nieco średnia widownia minutowa całej telewizji (z 6 mln 7 tysięcy w 2011 roku do 6 mln 35 tysięcy w 2012). Na pierwszym miejscu pod względem udziału w rynku był nadal, mimo spadku widowni Program 1 TVP S.A. Polsat znalazł się na drugim miejscu z minimalną przewagą nad TVN (trzecie miejsce w rankingu). Czwartą pozycję i najniższe udziały w grupie programów uniwersalnych o największym zasięgu, podobnie jak przed rokiem, zajmował Program 2 TVP. Następne miejsca pod względem zainteresowania widzów, mimo spadku widowni, zajmowały tradycyjnie już, choć z mniejszym udziałem niż przed rokiem, wyspecjalizowane programy informacyjne TVP INFO i TVN 24. Pozostałe stacje osiągały zdecydowanie mniejsze udziały, jednak co trzeba zaznaczyć, ich łączny udział zwiększył się. Ponad 28% rynku zajmowały programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie), przed rokiem takich programów było 25%, w tym ponad 6% stanowiły programy niszowe o udziale 0,1% i mniej, co wskazuje na dużą fragmentację rynku telewizyjnego.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w 2012 roku.



Łączny udział TVP1, TVP2, TVN, Polsat wyniósł w badanym okresie 60,2% i zmniejszył się o 4,3 punktu procentowego w porównaniu z rokiem ubiegłym. Udziały wszystkich wymienionych programów były niższe niż w analogicznym okresie 2011 - najmniejszy spadek odnotował Polsat, największy TVP1.

Tab. 1. Udziały programów ogólnopolskich w rynku telewizyjnym – porównanie

Program	2012	2011	Zmiana (pp)
TVP1	15,41%	17,41%	-2
Polsat	13,97%	14,53%	-0,56
TVN	13,93%	14,95%	-1,02
TVP2	12,56%	13,27%	-0,71

Naziemna telewizja cyfrowa (DTT)

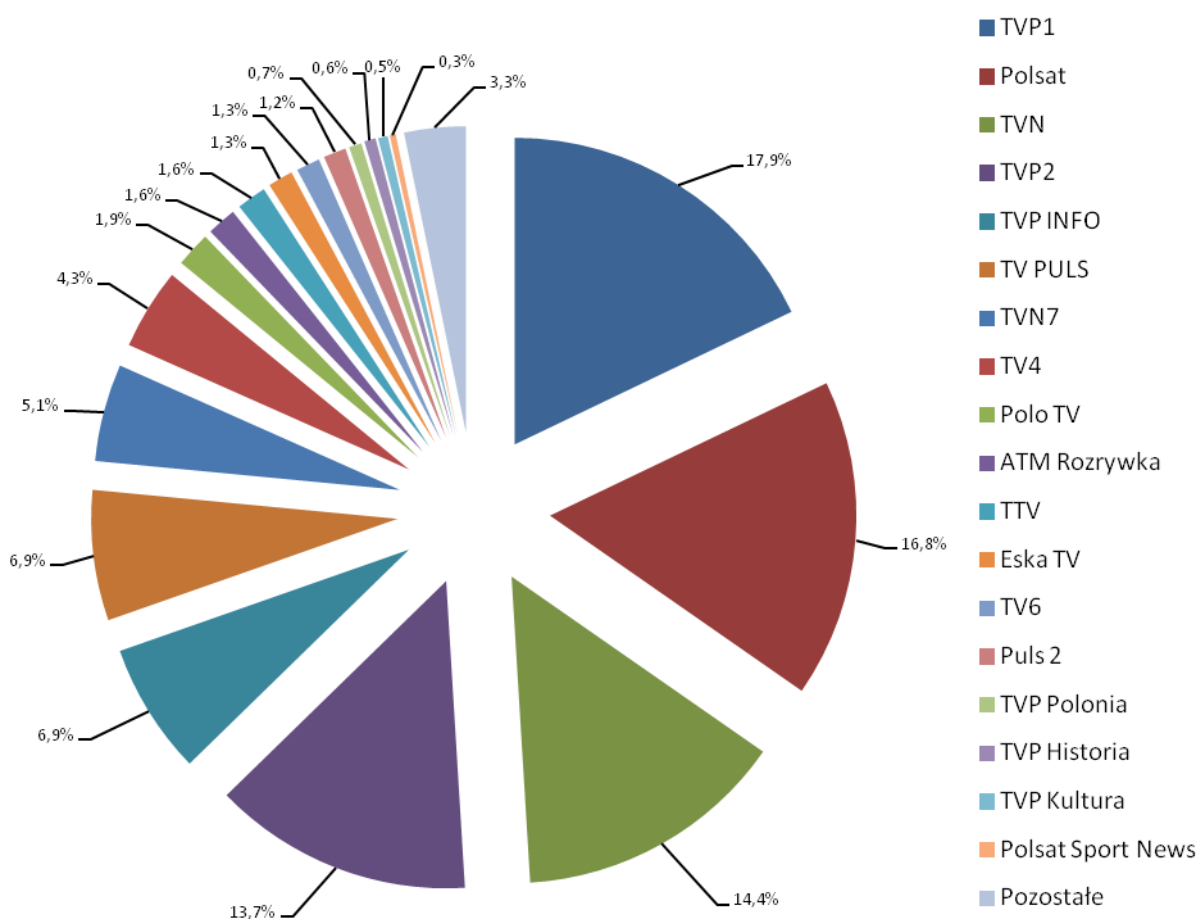
Z badania telemetrycznego wynika, że **dostęp do telewizji cyfrowej naziemnej (DT) pod koniec 2012 roku posiadało 9,5 miliona Polaków** podczas gdy **na początku roku 2,5 miliona**. W tej grupie widzów **6,4 miliona miało dostęp wyłącznie do oferty cyfrowej naziemnej** (Wykres 2) a **ponad 3 miliony** dodatkowo korzystało z telewizji kablowej bądź satelitarnej. Należy zauważyć, że **dostęp wyłącznie do telewizji analogowej pod koniec 2012 roku posiadało jeszcze 3 miliony Polaków**.

Widzowie, którzy mieli dostęp wyłącznie do programów naziemnej telewizji cyfrowej najczęściej wybierali TVP 1, Polsat, TVN i TVP 2, następnie TVP INFO i TV Puls (po 6,9% udziału w widowni). Zaraz za nimi znajdowały się TVN 7 (5,1%) i TV4 (4,3%). W przedziale udziałów między 2 a 1 % mieściły się Polo TV, ATM Rozrywka, TTV, Eska TV, TV 6 i Puls 2. Poniżej 1% zajmowały tematyczne programy publiczne i Polsat Sport News. W celu zobrazowania aktualnej sytuacji na rynku w tabeli poniżej zestawiono dane roczne z danymi z ostatniego miesiąca roku. **W grudniu znacznie większe udziały niż w skali roku uzyskiwały programy Polo TV, ATM Rozrywka, TTV, Puls 2. Mniejsze były natomiast udziały programów tzw. wielkiej czwórki (TVP 1, Polsat, TVN i TVP 2).**

Program	XII 2012	2012 (rok)
TVP1	17,2%	17,9%
Polsat	16,4%	16,8%
TVP2	14,2%	14,4%
TVN	12,1%	13,7%
TV PULS	6,9%	6,9%
TVP INFO	6,0%	6,9%
TVN7	5,3%	5,1%
TV4	4,5%	4,3%
Polo TV	2,6%	1,9%

Program	XII 2012	2012 (rok)
TTV	2,5%	1,6%
ATM Rozrywka	2,4%	1,6%
Puls 2	2,0%	1,3%
Eska TV	1,4%	1,3%
TV6	1,2%	1,2%
Polsat Sport News	1,0%	0,7%
TVP Polonia	0,7%	0,6%
TVP Historia	0,6%	0,5%
TVP Kultura	0,5%	0,3%

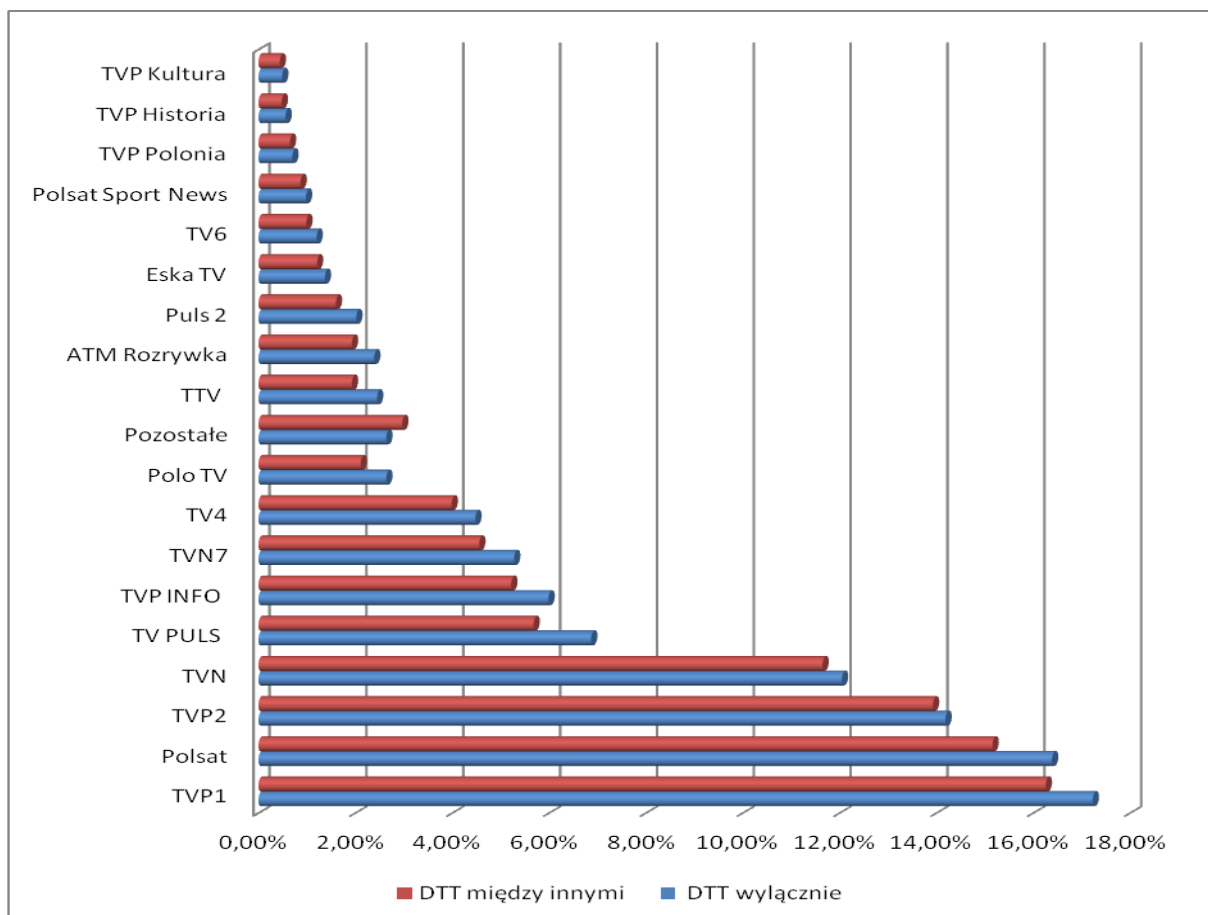
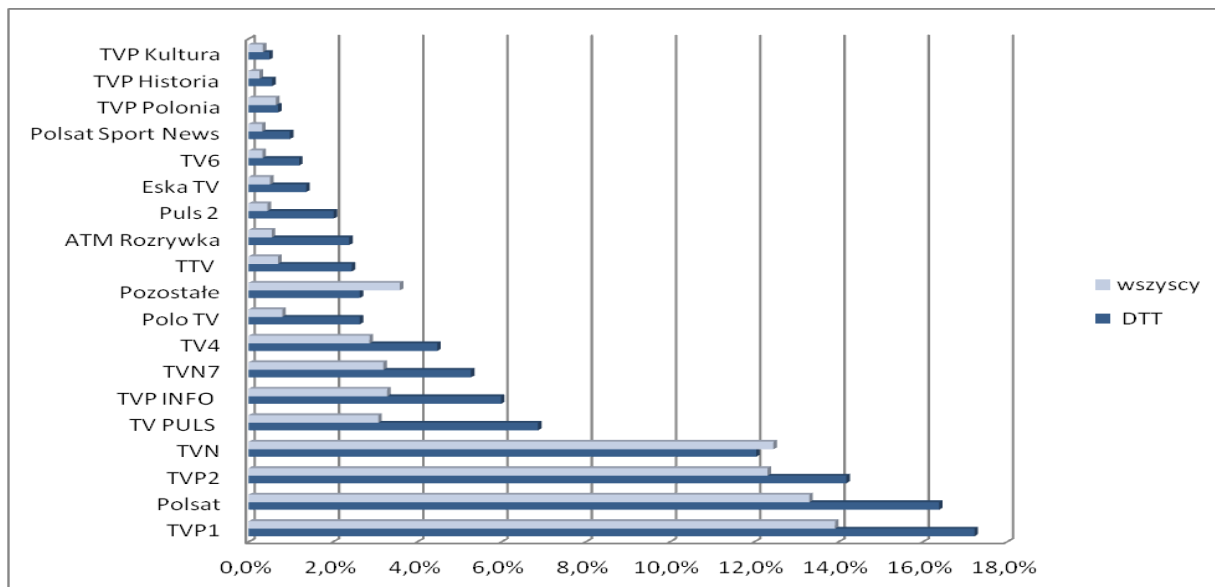
Wykres 2. Podział rynku telewizyjnego 2012 roku – dostęp wyłącznie do DTT



Na wykresie 2 przedstawiono jak wyglądałby podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu do programów DT. Może on posłużyć modelowo przedstawiając symulację rynku, gdyby Polacy mieli dostęp wyłącznie do programów naziemnej telewizji cyfrowej. W grupie osób korzystających wyłącznie z telewizji cyfrowej naziemnej udziały wszystkich programów obecnych na multipleksach są wyższe. Zwraca uwagę wysoki udział programu informacyjnego TVP INFO i TV Puls.

Ponad 3% zajmowały programy tzw. pozostałe. Kategoria ta zawiera udziały programy cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji odbierane na terenach przygranicznych.

Wykresy 2 i 3. Udziały w widowni w gospodarstwach posiadających wyłącznie DTT w porównaniu z udziałami we wszystkich gospodarstwach domowych oraz we wszystkich posiadających DTT (również gospodarstwa sat - kab)



Programy telewizji publicznej

W 2012 do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia) należało 34,1% rynku. Było to mniej o 2,6 punktu proc. niż rok temu. Z analizy udziałów telewizji publicznej w poprzednich latach wynika, że jest to kontynuacja tendencji spadkowej. Dla porównania 6 lat temu programy publiczne zajmowały połowę rynku. Z danych za 2012 rok wynika, że telewizja publiczna nadal traciła udziały, mimo zyskiwania przez programy tematyczne, które jednak nie rekompensowały strat widowni programów uniwersalnych. Spośród publicznych kanałów tematycznych największe przyrosty udziałów w 2012 roku odnotowały programy: TVP Seriele (0,64%) i TVP HD (0,35%).

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2011 zestawiono w tabeli poniżej.

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA (PP)	DTT
TVP1	929 992	↓ -115 876	15,41%	↓ -2,00	MUX-3
TVP2	757 854	↓ -39 257	12,56%	↓ -0,71	MUX-1
TVP INFO	230 693	↓ -23 894	3,82%	↓ -0,42	MUX-3
TVP Sport	15 582	↑ 3 347	0,26%	↑ 0,06	
TVP Seriele	38 905	↑ 18 277	0,64%	↑ 0,30	
TVP Polonia	33 521	↓ -6 937	0,56%	↓ -0,11	MUX-3
TVP Kultura	15 933	↑ 2 208	0,26%	↑ 0,03	MUX-3
TVP Historia	11 578	↑ 6 444	0,19%	↑ 0,10	MUX-3
TVP HD	20 832	↑ 11 463	0,35%	↑ 0,19	
Ogółem publiczne	2 054 890	↓ -144 225	34,05%	↓ -2,56	

Programy telewizyjne koncesjonowane

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów w 2012 r. odnotował TVN (1 punkt proc.) Mniejszy spadek miał miejsce w przypadku Polsatu (0,56 pp). Największy wzrost udziału natomiast miał miejsce w przypadku programów TVN 7 i Puls.

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów koncesjonowanych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2011 zestawiono w tabeli poniżej.

Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA	DTT
Polsat	843 088	-29 766	13,97%	-0,56	MUX-2
TVN	840 859	-57 234	13,93%	-1,02	MUX-2
TVN24	184 408	-4 315	3,06%	-0,08	
TVN7	152 987	45 205	2,53%	0,74	MUX-2
TV4	150 230	6 912	2,49%	0,1	MUX-2
TV PULS [PULS]	140 768	27 439	2,33%	0,44	MUX-2
Polsat2	82 638	3 552	1,37%	0,05	
Polsat News	54 132	5 700	0,90%	0,09	
Kino Polska	40 415	19 443	0,67%	0,32	
Polsat Sport	38 653	-603	0,64%	-0,01	
MiniMini	37 880	2 310	0,63%	0,04	
TVN Style	34 944	12 467	0,58%	0,21	
Nickelodeon	33 655	-2 222	0,56%	-0,04	
TVN Turbo	29 590	4 169	0,49%	0,07	
Polo TV	25 597	19 552	0,42%	0,32	MUX-1
TVS	23 184	-1 454	0,38%	-0,03	
Eska TV	20 667	12 740	0,34%	0,21	MUX-1
Polsat Play	19 867	3 883	0,33%	0,06	
Polsat Film	18 746	2 055	0,31%	0,03	
TTV - Twoja Telewizja	18 728	18 728	0,31%	0,31	MUX-1
4fun.tv	18 421	1 587	0,31%	0,03	
Polsat Cafe	17 467	2 116	0,29%	0,03	
Ale Kino	17 246	-1 653	0,29%	-0,02	
Tele5	17 057	-2 635	0,28%	-0,05	
Superstacja	13 663	-1 457	0,23%	-0,02	
TV6	12 061	9 858	0,20%	0,16	MUX-2
ATM Rozrywka	11 737	11 737	0,19%	0,19	MUX-1
Planete	10 652	938	0,18%	0,02	
Canal+ Sport	10 608	884	0,18%	0,02	
Polsat Sport Extra	9 293	-705	0,15%	-0,02	
teleTOON+	8 591	1 937	0,14%	0,03	
Puls 2	8 536	8 536	0,14%	0,14	MUX-2

Orange Sport	7 707	4 083	0,13%	0,07	
TVN Meteo	7 580	1 422	0,13%	0,03	
Canal+	7 434	-500	0,12%	-0,01	
kuchnia	6 962	1 374	0,12%	0,03	
Domo	6 265	3 644	0,10%	0,06	
Canal+ Film	5 874	-84	0,10%	0	
ITV	5 356	-382	0,09%	-0,01	
TV Trwam	4 024	-1 998	0,08%	-0,02	
TV.DISCO	3 991	3 991	0,07%	-0,03	
Religia.tv	3 551	1 177	0,07%	0,07	
Polsat Sport News	3 471	3 471	0,06%	0,02	MUX-2
TVN CNBC	3 346	252	0,06%	0,06	
Polonia1	3 270	-575	0,06%	0,01	
nSport	1 897	1 897	0,05%	-0,01	
TVR	1 582	1 582	0,03%	0,03	
TV Biznes	1 312	-28	0,03%	0,03	
Kino Polska Muzyka	1 301	1 301	0,02%	0	
Rebel.tv	1 219	363	0,02%	0,02	
Mango24	460	-355	0,02%	0,01	
Canal+ Gol	405	-298	0,01%	0	
Czworka Polskie Radio	306	28	0,01%	0	
Edusat	156	156	0,01%	0,01	
Ogółem koncesjonowane	3 023 837	140 225	50,21%	2,13	

Struktura widowni

W strukturze widowni analizowanych programów publicznych nie zaszły istotne zmiany, podobnie było w przypadku największych pod względem udziału programów koncesjonowanych. W przypadku zarówno programów telewizji publicznej jak i koncesjonowanych struktura widowni pod względem wieku i wykształcenia przedstawiała się podobnie do roku 2011. W programach publicznych wyższy był udział osób z wykształceniem wyższym niż w programach koncesjonowanych, za wyjątkiem programu TVN, który miał odsetek osób z wykształceniem wyższym na poziomie programów telewizji publicznej.

Programy koncesjonowane przyciągały młodszą widownię niż publiczne. Przy czym największy odsetek najmłodszych widzów, tj. poniżej 16 roku życia, miały programy koncesjonowane Puls i Polsat a najwyższy odsetek widzów najstarszych, tj. powyżej 60 roku życia, programy publiczne TVP Info i TVP 1. Widownia programów koncesjonowanych była równocześnie bardziej zróżnicowana pod względem wieku niż widownia programów publicznych. Programy koncesjonowane oglądały osoby młodsze. Programem Polsatu była zainteresowana widownia po 30 roku życia, przy czym najwyższą oglądalność odnotowywał wśród widzów między 50 a 55 r.ż. Program ten przyciągał osoby z wykształceniem podstawowym. Podobnie programem TVN była zainteresowana widownia powyżej 30 lat, jednocześnie najwyższe wskaźniki oglądalności osiągał ten program wśród widzów po 55 r.ż.; z wykształceniem średnim i podstawowym. Program Puls także interesował przede wszystkim młodszą widownię po 30 r.ż. oraz najmłodsze dzieci w grupie wiekowej 4-9 lat., tj. widzów którzy nie ukończyli jeszcze szkoły podstawowej oraz z wykształceniem podstawowym. Puls oglądało więcej kobiet niż mężczyzn. Programem TV4 najbardziej zainteresowani byli również widowie po 30 r.ż., przy czym najwyższą oglądalność uzyskiwał ten program wśród osób między 55 a 59 rokiem życia oraz osób z wykształceniem podstawowym.

Program TVP 1, podobnie jak TVP 2 oglądało w analizowanym okresie więcej kobiet niż mężczyzn. Zainteresowane nimi były zwłaszcza osoby po 45 roku życia, przy czym najwyższe wskaźniki oglądalności uzyskiwały one wśród widzów po 60 roku życia, z wykształceniem podstawowym. Program informacyjny TVP INFO oglądało nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Przyciągał on głównie widownię po 50 r.ż. z wykształceniem podstawowym i średnim. Programem TVP Polonia zainteresowane były zwłaszcza osoby po 45 r.ż. przy czym najwyższą oglądalność osiągał on wśród widzów powyżej 55 lat oraz osób z wykształceniem średnim i wyższym.

Podsumowanie

W 2012 roku największe wzrosty odnotowały programy koncesjonowane obecne na Muxach (TVN 7, Puls, Polo TV, Eska TV, TV6, TV4 w tym programy nowe TTV, ATM Rozrywka, Puls 2) oraz Kino Polska i TVN Style. Wśród programów niekoncesjonowanych natomiast Disney Junior oraz Eurosport. Najwięcej straciły - spośród niekoncesjonowanych - programy adresowane do dzieci Disney Channel i Disney XD oraz program muzyczny Viva Polska.

W dalszym ciągu miało miejsce mniejsze zainteresowanie widzów programami o dużym udziale rynkowym. Zmniejszyły się udziały TVP 1, TVP 2, TVN i Polsat oraz wyspecjalizowanych programów informacyjnych TVP INFO i TVN 24. Spośród programów publicznych zyskiwały programy tematyczne, zwłaszcza TVP Seriale. Podkreślić należy, że pozostałe **tematyczne programy publiczne wyraźnie zyskiwały w gospodarstwach domowych z naziemną telewizją cyfrową**

Jak wynika z analizy danych demograficznych największy odsetek osób najstarszych miały w swojej strukturze programy publiczne. Zdecydowanie młodszą widownię skupiały programy koncesjonowane, przy czym największy odsetek widzów najmłodszych miał program Puls. Najmniej osób z wykształceniem podstawowym posiadały w swojej strukturze TVP Polonia i TVN. Z kolei największy odsetek osób z wykształceniem wyższym miały TVP Polonia, TVP INFO i TVN.

Analiza i oprac. Justyna Reisner

Zał. 1. Ranking programów (widownia, udziały) - uwzględniono wszystkie programy powyżej 0,3 udziału

Program	2012		2012	
	Widownia	Zmiana	Udział	Zmiana
TVP1	929 992	-115 876	15,41%	-2,00
Polsat	843 088	-29 766	13,97%	-0,56
TVN	840 859	-57 234	13,93%	-1,02
TVP2	757 854	-39 257	12,56%	-0,71
TVN24	184 408	-4 315	3,06%	-0,08
TVN7	152 987	45 205	2,53%	0,74
TV4	150 230	6 912	2,49%	0,10
TV PULS	140 768	27 439	2,33%	0,44
Polsat2	82 638	3 552	1,37%	0,05
Polsat News	54 132	5 700	0,90%	0,09
AXN	48 602	5 787	0,81%	0,10
Disney Channel	48 446	-11 671	0,80%	-0,20
Cartoon Network	44 854	-4 549	0,74%	-0,08
Eurosport	43 515	10 774	0,72%	0,17
Kino Polska	40 415	19 443	0,67%	0,32
TVP Seriele	38 905	18 277	0,64%	0,30
Polsat Sport	38 653	-603	0,64%	-0,01
MiniMini	37 880	2 310	0,63%	0,04
Disney XD	37 788	-11 819	0,63%	-0,20
Disney Junior	36 599	12 186	0,61%	0,20
Discovery	35 674	-4 529	0,59%	-0,08
TVN Style	34 944	12 467	0,58%	0,21
Nickelodeon	33 655	-2 222	0,56%	-0,04
TVP Polonia	33 521	-6 937	0,56%	-0,11
National Geographic	31 127	5 106	0,52%	0,09
TVN Turbo	29 590	4 169	0,49%	0,07
TLC	27 956	2 304	0,46%	0,03
Polo TV	25 597	19 552	0,42%	0,32
Comedy Central	24 770	1 445	0,41%	0,02
VIVA Polska	24 514	-9 896	0,41%	-0,16
TVS	23 184	-1 454	0,38%	-0,03
TVP HD	20 832	11 463	0,35%	0,19
Eska TV	20 667	12 740	0,34%	0,21
Polsat Play	19 867	3 883	0,33%	0,06
Polsat JimJam	19 808	1 201	0,33%	0,02
13th Street Universal	19 047	-1 539	0,32%	-0,02
Polsat Film	18 746	2 055	0,31%	0,03
TTV - Twoja Telewizja	18 728	18 728	0,31%	0,31
4fun.tv	18 421	1 587	0,31%	0,03