



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

Rynek telewizyjny w I kwartale 2013 r.

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2013

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 - 4 024 osób.

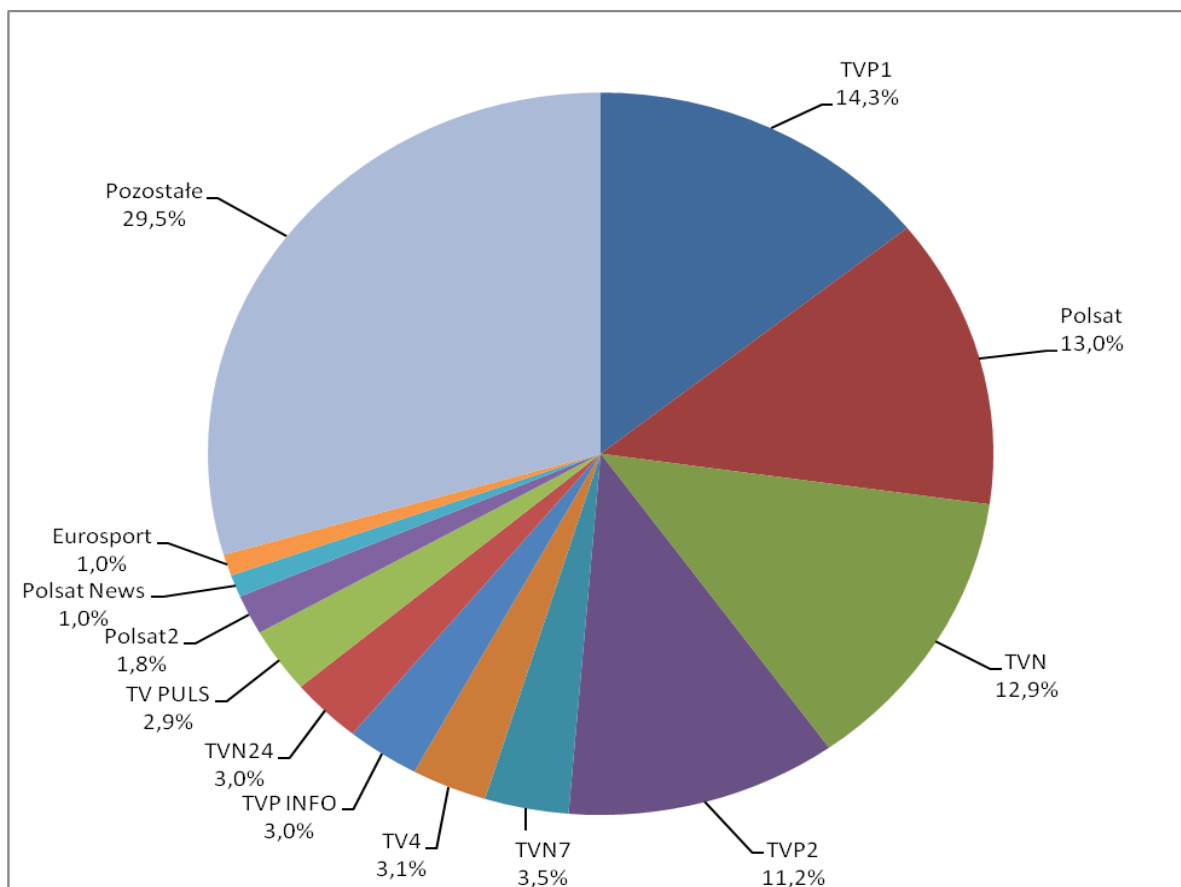
Słowniczek terminów używanych w analizie:

- **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 I kwartale 2013 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez 4 godziny 41 minut dziennie tj. o 10 minut dłużej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Znaczące wydłużenie czasu oglądania telewizji wiązać należy z rosnącym zasięgiem naziemnej telewizji cyfrowej. W analizowanym kwartale zwiększyła się również średnia widownia minutowa całej telewizji z 6 mln 715 tys. do 6 mln 971 tys.

Program 1 TVP ponownie znalazł się na pierwszym miejscu w rankingu kwartalnym (w ostatnim kwartale roku miejsce pierwsze należało do TVN). Miejsce 2 i 3 zajmowały Polsat i TVN, które rywalizowały na zbliżonym poziomie udziałów. Czwarte miejsce zajmowała TVP2, którą od Jedynki dzieliło ponad 3 punkty procentowe. Pozostałe programy osiągały zdecydowanie mniejsze udziały w widowni. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresie. Kategoria pozostałe zawiera sumę udziałów programów poniżej 1%.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2013



Programy tzw. wielkiej czwórki - TVP1, TVP2, TVN, Polsat - zajmowały w sumie 51,3% rynku. Ich łączny udział zmniejszył się o 7,2 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas 58,5%). Spadek udziałów w tej grupie programów dotyczył zarówno programów publicznych jak i koncesjonowanych (tabela poniżej).

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

Program	I kwartał 2013	I kwartał 2012	Zmiana (w pkt.proc.)
TVP1	14,26%	16,45%	-2,19
Polsat	12,97%	14,75%	-1,78
TVN	12,88%	14,16%	-1,28
TVP2	11,19%	13,16%	-1,97

Naziemna telewizja cyfrowa (DTT)

Z badania telemetrycznego wynika, że **dostęp do telewizji cyfrowej naziemnej pod koniec I kwartału 2013 posiadało prawie 11 milionów Polaków**. Wśród nich ponad 7 milionów (7,3) korzystało z **oferty telewizji cyfrowej naziemnej wyłącznie a pozostali tj. 3,7 miliona mieli dostęp** również do oferty kablowej bądź satelitarnej.

Tab. 2. Dostęp wyłącznie do oferty DT w I kwartale 2013 - zmiana

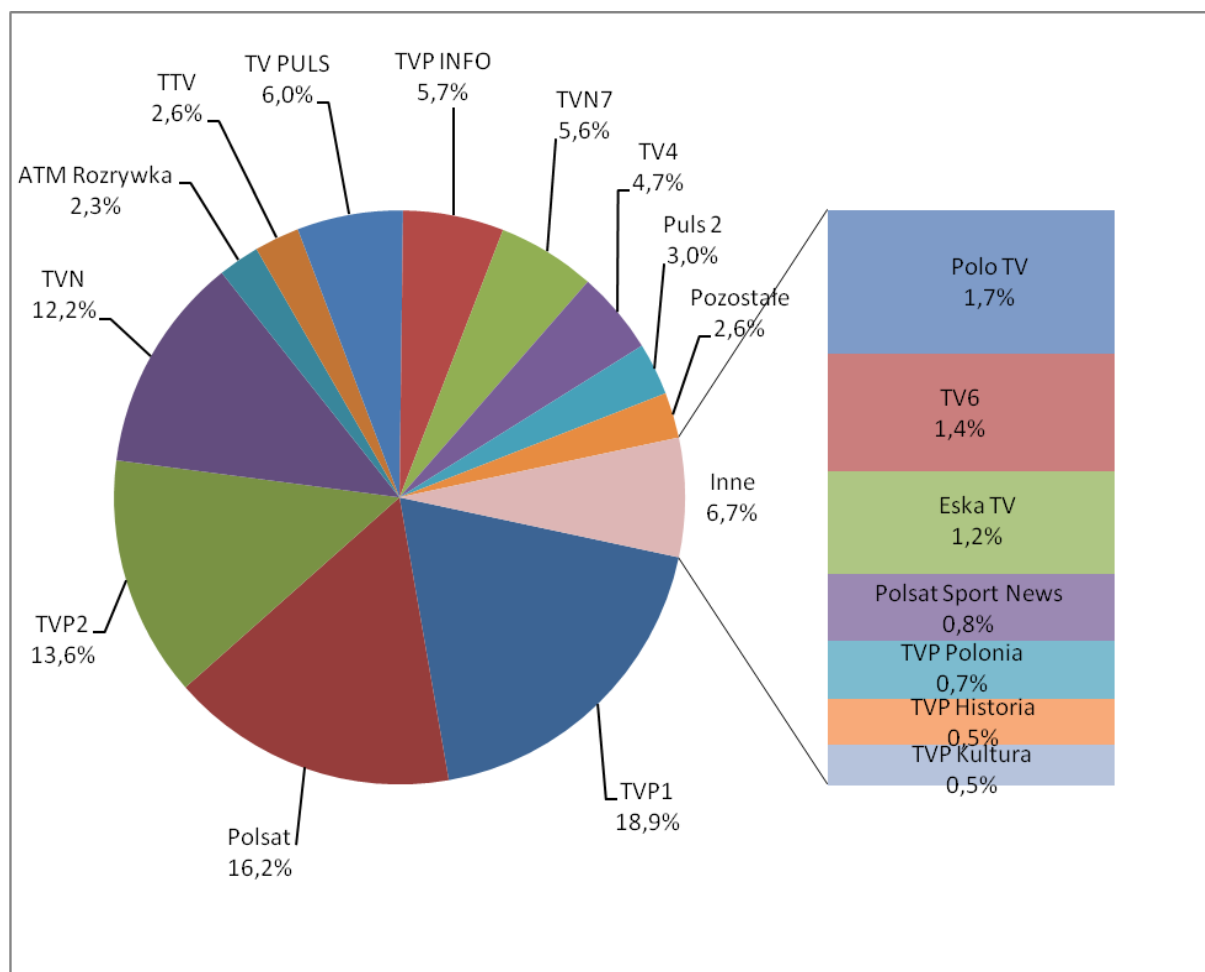
	I kwartał 2013	IV kwartał 2012	Zmiana (pkt. proc.)
TVP1	17,52%	18,23%	-0,71
Polsat	16,47%	15,38%	+1,09
TVP2	13,99%	12,33%	+1,66
TVN	13,70%	13,06%	+0,64
TVP INFO	5,98%	8,83%	-2,85
TV PULS	6,92%	5,97%	+0,95
TVN7	4,96%	5,22%	-0,26
TV4	4,06%	4,14%	-0,08
Pozostale	3,01%	3,64%	-0,63
ATM Rozrywka	2,32%	2,27%	+0,05
Polo TV	2,18%	2,67%	-0,49
TTV	2,14%	1,75%	+0,39
Puls 2	1,92%	1,45%	+0,47
Eska TV	1,38%	1,96%	-0,58
TV6	1,18%	1,20%	-0,02
Polsat Sport News	0,73%	0,00%	+0,73
TVP Polonia	0,57%	0,72%	-0,15
TVP Kultura	0,40%	0,54%	-0,14

Na wykresie poniżej przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłączniego dostępu widowni do programów naziemnych cyfrowych,

W grupie osób korzystających z telewizji cyfrowej naziemnej wyłącznie udziały wszystkich programów obecnych na multipleksach są wyższe niż wśród całej widowni telewizyjnej co wydaje się oczywistą pochodną ograniczonego wyboru programów.

Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,6%. Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych.

Wykres 2. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2013 - dostęp wyłącznie do oferty DT



I. Programy telewizji publicznej

W I kwartale 2013 do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia) należało 31,19% rynku (przed rokiem 35,44%) Było to mniej o 4,3 punktu proc. niż rok temu. Podobnie jak w roku ubiegłym traciły udziały programy ogólnopolskie, zyskiwały natomiast publiczne programy tematyczne. Spośród nich największe udziały w widowni (0,84%) i największy wzrost (o 0,34 punktu proc.) odnotował program TVP Seriale. Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany zestawiono w tab. poniżej

Tab. 3. Udziały (SHR), zasięgi dzienne (RCH), dzienny czas oglądania (ATS) oraz widownia minutowa (AMR) programów publicznych

Program	Wskaźniki	I kwart.2013	I kwart.2012	ZMIANA(PP)
TVP1	SHR %	14,26%	16,45%	-2,19
	RCH %	50,84%	53,35%	-2,51
	AMR	994233	1104644	-110411
TVP2	SHR %	11,19%	13,16%	-1,97
	RCH %	46,41%	48,81%	-2,40
	AMR	780224	883968	-103744
TVP INFO	SHR %	3,02%	3,92%	-0,90
	RCH %	22,59%	25,12%	-2,53
	AMR	210192	263456	-53264
TVP Polonia	SHR %	0,58%	0,54%	0,04
	RCH %	9,47%	8,12%	1,35
	AMR	40135	36459	3676
TVP Seriale	SHR %	0,84%	0,50%	0,34
	RCH %	6,27%	3,67%	2,60
	AMR	58736	33808	24928
TVP HD	SHR %	0,33%	0,23%	0,10
	RCH %	3,57%	2,95%	0,62
	AMR	23054	15439	7615
TVP Sport	SHR %	0,34%	0,24%	0,10
	RCH %	3,64%	3,22%	0,42

	AMR	23676	16231	7445
TVP Kultura	SHR %	0,34%	0,24%	0,10
	RCH %	6,47%	4,38%	2,09
	AMR	23432	15925	7507
TVP Historia	SHR %	0,29%	0,16%	0,13
	RCH %	4,70%	2,38%	2,32
	AMR	20500	10786	9714

II. Programy telewizyjne koncesjonowane

Spośród programów koncesjonowanych **największy spadek udziału w I kwartale 2013 r. odnotował Polsat**. Udział tego programu wyniósł 13%, t.j. **o 1,8 punktu procentowego** mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 14,8%). W przypadku Polsatu zmniejszył się przede wszystkim czas oglądania programu przypadający na widza – o 6 minut. Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 1 godzinę 19 minut dziennie, przed rokiem 1 godz. 25 minut. Wartości innych wskaźników, jak zasięg dzienny, świadczą także o mniejszym zainteresowaniu widowni telewizyjnej w porównaniu z rokiem ubiegłym. Średnio w I kwartale 2013 program ten oglądało codziennie 46,7% populacji (rok temu 46,3%).

Mniejszy spadek miał miejsce w przypadku TVN. Program ten uzyskał 12,9% udziału w widowni, czyli **o 1,3 punktu proc.** mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 14,2%). Podobnie jak w przypadku Polsatu zmniejszył się czas oglądania przypadający na widza programu o ok. 7 minut i wyniósł 1 godzinę 18 minut. Wzrósł natomiast zasięg dzienny programu o 1,2 punktu procentowego. Program TVN oglądało codziennie 46,1% Polaków, przed rokiem w analogicznym okresie 44,9%.

Wzrosły natomiast w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego udziały TV4 do poziomu osiągnął 3,1% (przed rokiem 2,3%). Na wzrost udziałów wpłynęło zarówno wydłużenie się czasu oglądania programu jak i jego zasięgu dziennego. Każdego dnia program ten oglądało 24,6% ludności Polski (przed rokiem o 3 punkty proc. mniej). Widz poświęcał na jego oglądanie średnio 36 min. w ciągu doby tj. o 7 minut więcej niż przed rokiem.

Wzrost udziałów obserwowany był także w przypadku programu Puls. Jego udział w rynku wyniósł 2,9% i zwiększył się o 0,9 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Podobnie jak w przypadku TV4 wzrost udziałów wynikał z większego zasięgu dziennego programu (wzrost o 5,1 punktu proc.). Ale też z dłuższego czasu oglądania tego programu przez widza (o 3 min.). W analizowanym okresie program ten oglądało każdego dnia 19,9% populacji przez 40 minut dziennie. Udziały pozostałych programów wraz z zaznaczeniem zmiany przedstawiono w tabeli.

Tab. 2. Udziały pozostałych programów (zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji) wraz z zaznaczeniem zmiany.

Program	I kwartał 2013	I kwartał 2012	ZMIANA (punkty proc.)
TVN7	3,46%	2,13%	1,33
TVN24	2,95%	3,10%	-0,15
Polsat2	1,78%	1,26%	0,52
Polsat News	0,99%	0,92%	0,07
Eurosport	0,96%	0,84%	0,12
MiniMini	0,82%	0,59%	0,23
TTV	0,81%	0,10%	0,71
AXN	0,80%	0,78%	0,02
Discovery	0,71%	0,64%	0,07
Kino Polska	0,70%	0,50%	0,20
Puls 2	0,67%	0,00%	0,67
Nickelodeon	0,66%	0,52%	0,14
Disney Junior	0,65%	0,67%	-0,02
Disney Channel	0,65%	0,84%	-0,19
ATM Rozrywka	0,64%	0,00%	0,64
TVN Style	0,63%	0,43%	0,20
Cartoon Network	0,60%	0,78%	-0,18
Polo TV	0,58%	0,23%	0,35
Polsat Sport	0,56%	0,59%	-0,03
National Geographic	0,54%	0,52%	0,02
Disney XD	0,47%	0,69%	-0,22
Eska TV	0,44%	0,19%	0,25
Polsat Play	0,43%	0,27%	0,16
TVN Turbo	0,42%	0,49%	-0,07
TLC	0,42%	0,44%	-0,02
TV6	0,41%	0,13%	0,28
Comedy Central	0,36%	0,40%	-0,04
Polsat Film	0,34%	0,28%	0,06
Polsat Cafe	0,32%	0,27%	0,05
TVS	0,31%	0,38%	-0,07
VIVA Polska	0,30%	0,47%	-0,17
Polsat JimJam	0,28%	0,33%	-0,05
Tele5	0,27%	0,28%	-0,01
Discovery Science	0,27%	0,25%	0,02
4fun.tv	0,27%	0,26%	0,01
Polsat Sport News	0,27%	0,00%	0,27
13th Street Universal	0,26%	0,28%	-0,02
Nick Jr	0,26%	0,00%	0,26
Ale Kino	0,24%	0,30%	-0,06
Investigation Discovery	0,23%	0,09%	0,14
Animal Planet	0,23%	0,23%	0,00
HISTORY	0,21%	0,16%	0,05
Universal Channel	0,20%	0,22%	-0,02
BBC CBeebies	0,20%	0,09%	0,11
HBO	0,20%	0,28%	-0,08
Eurosport2	0,19%	0,18%	0,01
ITV	0,18%	0,07%	0,11
Nickelodeon HD	0,18%	0,00%	0,18
Superstacja	0,18%	0,21%	-0,03

Program	I kwartał 2013	I kwartał 2012	ZMIANA (punkty proc.)
Planete	0,18%	0,19%	-0,01
TCM	0,18%	0,18%	0,00
Discovery World	0,18%	0,21%	-0,03
FilmBox	0,16%	0,21%	-0,05
Boomerang	0,16%	0,21%	-0,05
Nat Geo Wild	0,16%	0,17%	-0,01
Polsat Viasat History	0,16%	0,00%	0,16
CBS Europa	0,16%	0,21%	-0,05
FOXLife	0,15%	0,24%	-0,09
BBC Knowledge	0,14%	0,13%	0,01
Comedy Central Family	0,14%	0,18%	-0,04
teleTOON	0,14%	0,13%	0,01
Canal	0,13%	0,12%	0,01
HBO2	0,13%	0,17%	-0,04
BBC Entertainment	0,13%	0,12%	0,01
Orange Sport	0,12%	0,10%	0,02
Canal+ Sport	0,12%	0,18%	-0,06
Polsat Sport Extra	0,11%	0,14%	-0,03
kuchnia	0,11%	0,11%	0,00
MTV Polska	0,10%	0,16%	-0,06
HBO Comedy	0,10%	0,11%	-0,01
Canal+ Film	0,10%	0,11%	-0,01
Polsat Crime & Investigation	0,09%	0,10%	-0,01
TV.DISCO	0,09%	0,01%	0,08
CBS Reality	0,09%	0,21%	-0,12
Domo	0,09%	0,10%	-0,01
TVN Meteo	0,08%	0,10%	-0,02
AXN Crime	0,08%	0,14%	-0,06
Scifi Universal	0,07%	0,05%	0,02
Extreme Sports	0,07%	0,10%	-0,03
Travel Channel	0,07%	0,10%	-0,03
FOX	0,07%	0,05%	0,02
Polonia1	0,07%	0,05%	0,02
nSport	0,06%	0,00%	0,06
BBC Lifestyle	0,06%	0,07%	-0,01
Polsat Biznes	0,05%	0,03%	0,02
AXN Sci-Fi	0,05%	0,07%	-0,02
Cinemax	0,05%	0,03%	0,02
Religia.tv	0,05%	0,06%	-0,01
CBS Drama	0,04%	0,08%	-0,04
TVN CNBC	0,04%	0,06%	-0,02
Polsat Food	0,04%	0,00%	0,04
CBS Action	0,04%	0,11%	-0,07
VH 1	0,04%	0,03%	0,01
Cinemax2	0,03%	0,03%	0,00
Polsat Viasat Explorer	0,03%	0,00%	0,03
Polsat Viasat Nature	0,03%	0,00%	0,03
TVR	0,03%	0,02%	0,01
Discovery Historia	0,03%	0,04%	-0,01
Rebel.tv	0,02%	0,01%	0,01

*w zestawieniu uwzględniono programy, które osiągnęły co najmniej 0,02% udziału w I kw. 2013

W I kwartale 2013 r. największe wzrosty odnotowywały programy koncesjonowane obecne na Muxach: TVN 7, Polo TV, Puls, Eska TV, TV6, TV4 w tym programy nowe TTV, ATM Rozrywka, Puls 2, Polsat Sport News. Spośród pozostałych programów koncesjonowanych znaczące wzrosty osiągnęły także Kino Polska i TVN Style. W dalszym ciągu miało miejsce mniejsze zainteresowania 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 niekoncesjonowanych spadki w największym stopniu dotyczyły programów dla dzieci Disney XD, Disney Channel, Cartoon Network oraz muzycznego VIVA Polska

Analiza i oprac. Justyna Reisner

Załącznik 1. Ranking programów w I kwartale 2013 ¹			
LP	Program	Widownia (AMR)	Udział (SHR%)
1.	TVP1	994 233	14,26%
2.	Polsat	904 420	12,97%
3.	TVN	898 157	12,88%
4.	TVP2	780 224	11,19%
5.	TVN7	241 230	3,46%
6.	TV4	216 690	3,11%
7.	TVP INFO	210 192	3,02%
8.	TVN24	205 521	2,95%
9.	TV PULS	203 069	2,91%
10.	Polsat2	123 745	1,78%
11.	Polsat News	69 091	0,99%
12.	Eurosport	67 077	0,96%
13.	TVP Seriale	58 736	0,84%
14.	MiniMini	57 221	0,82%
15.	TTV	56 805	0,81%
16.	AXN	55 909	0,80%
17.	Discovery	49 282	0,71%
18.	Kino Polska	48 963	0,70%
19.	Puls 2	46 942	0,67%
20.	Nickelodeon	45 984	0,66%
21.	Disney Junior	45 550	0,65%
22.	Disney Channel	44 975	0,65%
23.	ATM Rozrywka	44 319	0,64%
24.	TVN Style	43 956	0,63%
25.	Cartoon Network	42 161	0,60%
26.	Polo TV	40 482	0,58%
27.	TVP Polonia	40 135	0,58%

¹ Uwzględniono wszystkie programy badane przez Nielsen Audience Measurement o widowni (AMR) powyżej 1000 osób

28.	Polsat Sport	39 281	0,56%
29.	National Geographic	37 317	0,54%
30.	Disney XD	32 926	0,47%
31.	Eska TV	30 909	0,44%
32.	Polsat Play	29 833	0,43%
33.	TVN Turbo	29 515	0,42%
34.	TLC	29 415	0,42%
35.	TV6	28 298	0,41%
36.	Comedy Central	25 082	0,36%
37.	Polsat Film	23 810	0,34%
38.	TVP Sport	23 676	0,34%
39.	TVP Kultura	23 432	0,34%
40.	TVP HD	23 054	0,33%
41.	Polsat Cafe	22 476	0,32%
42.	TVS	21 931	0,31%
43.	VIVA Polska	20 782	0,30%
44.	Polsat JimJam	19 689	0,28%
45.	Tele5	19 044	0,27%
46.	Discovery Science	19 016	0,27%
47.	4fun.tv	18 961	0,27%
48.	Polsat Sport News	18 577	0,27%
49.	13th Street Universal	18 276	0,26%
50.	Nick Jr	18 045	0,26%
51.	Ale Kino	16 468	0,24%
52.	Investigation Discovery	16 256	0,23%
53.	Animal Planet	15 828	0,23%
54.	HISTORY	14 324	0,21%
55.	Universal Channel	14 062	0,20%
56.	BBC CBeebies	13 665	0,20%
57.	HBO	13 596	0,20%
58.	Eurosport2	13 076	0,19%
59.	ITV	12 782	0,18%
60.	Nickelodeon HD	12 649	0,18%
61.	Superstacja	12 496	0,18%
62.	Planete	12 413	0,18%
63.	TCM	12 234	0,18%
64.	Discovery World	12 222	0,18%
65.	FilmBox	11 482	0,16%
66.	Boomerang	11 461	0,16%
67.	Nat Geo Wild	11 312	0,16%
68.	Polsat Viasat History	11 019	0,16%
69.	CBS Europa	10 947	0,16%
70.	FOXLife	10 448	0,15%
71.	BBC Knowledge	9 788	0,14%

72.	Comedy Central Family	9 612	0,14%
73.	teleTOON+	9 576	0,14%
74.	Canal+	9 341	0,13%
75.	HBO2	9 110	0,13%
76.	BBC Entertainment	8 754	0,13%
77.	Orange Sport	8 550	0,12%
78.	Canal+ Sport	8 293	0,12%
79.	Polsat Sport Extra	7 540	0,11%
80.	kuchnia	7 403	0,11%
81.	MTV Polska	6 988	0,10%
82.	HBO Comedy	6 980	0,10%
83.	Canal+ Film	6 915	0,10%
84.	Polsat Crime & Investigation Net.	6 531	0,09%
85.	TV.DISCO	6 278	0,09%
86.	CBS Reality	6 240	0,09%
87.	Domo	6 064	0,09%
88.	TVN Meteo	5 771	0,08%
89.	AXN Crime	5 295	0,08%
90.	Scifi Universal	5 130	0,07%
91.	Extreme Sports	5 025	0,07%
92.	Travel Channel	4 867	0,07%
93.	FOX	4 793	0,07%
94.	Polonia1	4 630	0,07%
95.	nSport	4 221	0,06%
96.	BBC Lifestyle	3 996	0,06%
97.	Polsat Biznes	3 713	0,05%
98.	AXN Sci-Fi	3 574	0,05%
99.	Cinemax	3 264	0,05%
100.	Religia.tv	3 248	0,05%
101.	CBS Drama	3 111	0,04%
102.	TVN CNBC	2 977	0,04%
103.	Polsat Food	2 901	0,04%
104.	CBS Action	2 887	0,04%
105.	VH 1	2 515	0,04%
106.	Cinemax2	2 424	0,03%
107.	Polsat Viasat Explorer	2 301	0,03%
108.	Polsat Viasat Nature	2 202	0,03%
109.	TVR	1 958	0,03%
110.	Discovery Historia	1 953	0,03%
111.	Rebel.tv	1 531	0,02%
112.	Viacom Blink	1 214	0,02%
113.	Kino Polska Muzyka	1 128	0,02%
114.	Sportklub	1 092	0,02%