

TVN MEDIA

RAPORT BIG5

PAŹDZIERNIK 2020



WSTĘP

Przekazujemy na Państwa ręce raport podsumowujący wyniki największych stacji ogólnopolskich w październiku. Niższa widownia Total TV (PUT), we wrześniu i w pierwszych dniach października wyraźnie się podniosła po 12.10. Całkowity AMR% osiągnął 15,9% w październiku i był wyższy o 3,1% od wyniku z ubiegłego roku. Mimo korzystnych warunków, największe stacje wciąż odnotowują znaczny odpływ widowni w październiku. W ramach dawnej BIG4 RdR udział stacji był niższy o 5,4 pp., co oznacza spadek na poziomie 14,4%.

Układ kanałów ogólnopolskich BIG5, czy też WIELKA SZÓSTKA obserwowana we wrześniu br. dzięki mocnemu wzrostowi TV Puls, w październiku powraca do modelu BIG5. TV Puls ze średnim udziałem na poziomie 4,3% SHR% w badanym pasmie 6:00 – 25:59 i wzrostem RdR o 4% (+0,2 pp.) utrzymuje mocną 6. pozycję. Jedynie TVN7 wyraźnie wzrasta: o +43% i aż +1,5 pp. RdR i co daje piąty udział na rynku, równy 5,1% SHR%.

Konsekwentna strategia programowa TVN7, która przekłada się na silną pozycję stacji została również zauważona i doceniona przez media branżowe:



Media i Marketing Polska w swoim corocznym raporcie „Nadawcy 2020” po raz drugi z rzędu postanowiło przyznać Siódemce tytuł Stacji Telewizyjnej Roku. Zespół miesięcznika uzasadniając przyznanie nagrody docenił kolejny sezon przemysłanych inwestycji w ramówkę, znaczący wzrost widowni oraz stabilną politykę reklamową.



Katarzyna Mazurkiewicz

Dyrektor Programowa TVN7, TVN Grupa Discovery

„To dla nas ogromne wyróżnienie, że miesięcznik branżowy Media i Marketing Polska, drugi rok z rzędu przyznał Siódemce tytuł Stacji Telewizyjnej Roku. Od niespełna 2 lat konsekwentnie realizujemy nową strategię programową naszej stacji. Za nami rekordowa wiosna – udział w rynku w grupie komercyjnej wyniósł 4,6% dając nam najlepszy wynik od początku nadawania! Udało nam się nie tylko utrzymać naszą stałą widownię, ale również dotrzeć do młodszego odbiorcy, co było naszym celem. Umocniliśmy również swoją pozycję i dołączyliśmy do grona największych graczy na polskim rynku telewizyjnym stając się 5. najchętniej oglądaną stacją. Jesteśmy pierwszą stacją od 15 lat, spoza dotychczasowej Wielkiej Czwórki, która przekroczyła SHR% = 5% – nam udało się to w tym roku aż dwukrotnie w kwietniu i październiku. Oczywiście cały czas nie zwalniamy tempa! Dziękujemy naszym widzom, że są z nami, ponieważ cały czas staramy się wychodzić naprzeciw ich oczekiwaniom i słuchać ich głosu” – mówi Kasia Mazurkiewicz, dyrektor programowa Siódemki.

Dane: NAM, 10.2020 vs. 10.2019, AMR%, SHR%, A16-49, 6:00 – 25:59.

KONTAKT: reklama@tvn.pl

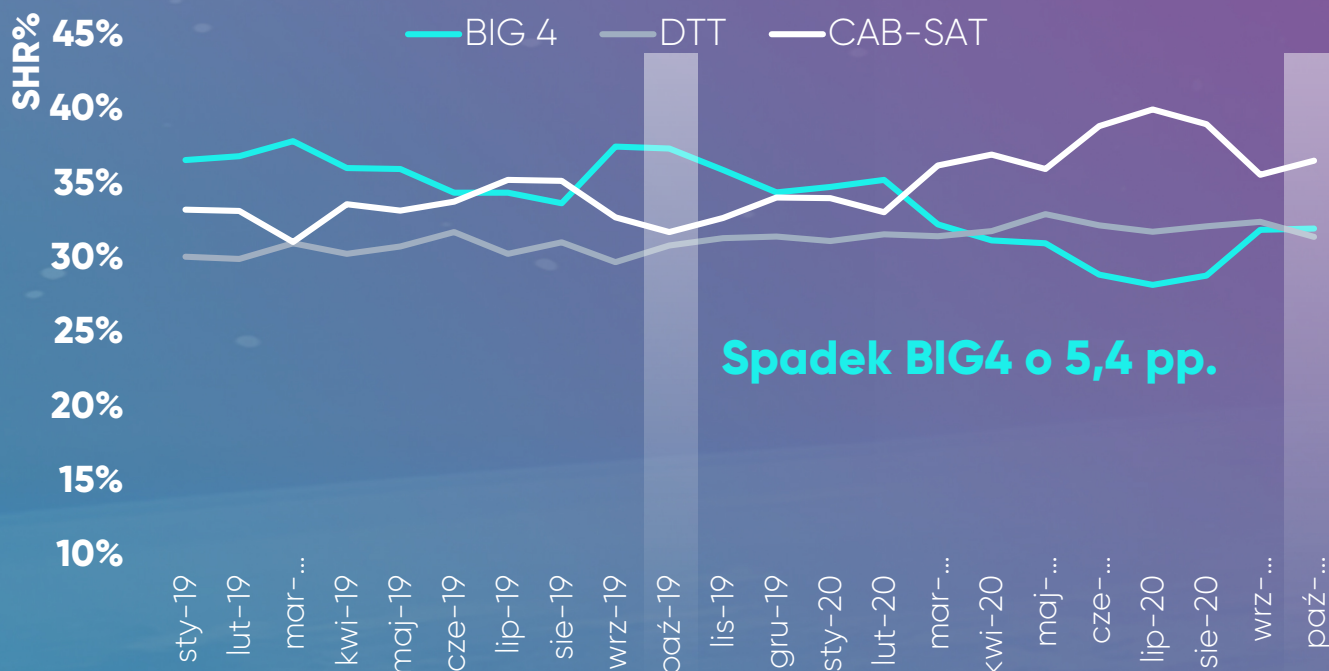
DOŁĄCZ DO NAS:



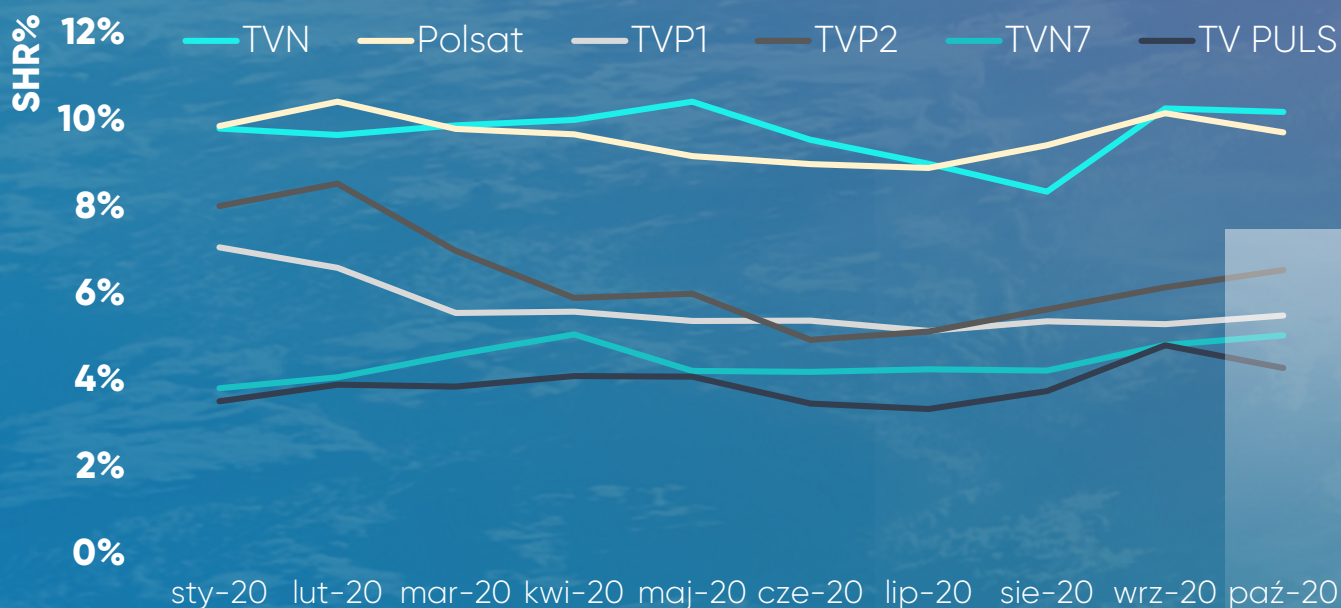
WIDOWNIA | Segment BIG4 w październiku odnotowuje **32,0% SHR%** i stabilizację tendencji spadkowej. TVN7 wzmacnia udział w październiku do 5,1% i zbliża się do TVP1, TV PULS z niższą dynamiką wzrostu RDR.

Segment BIG4 z dużymi spadkami widowni

Udziały stacji w podziale na rodzaj dystrybucji

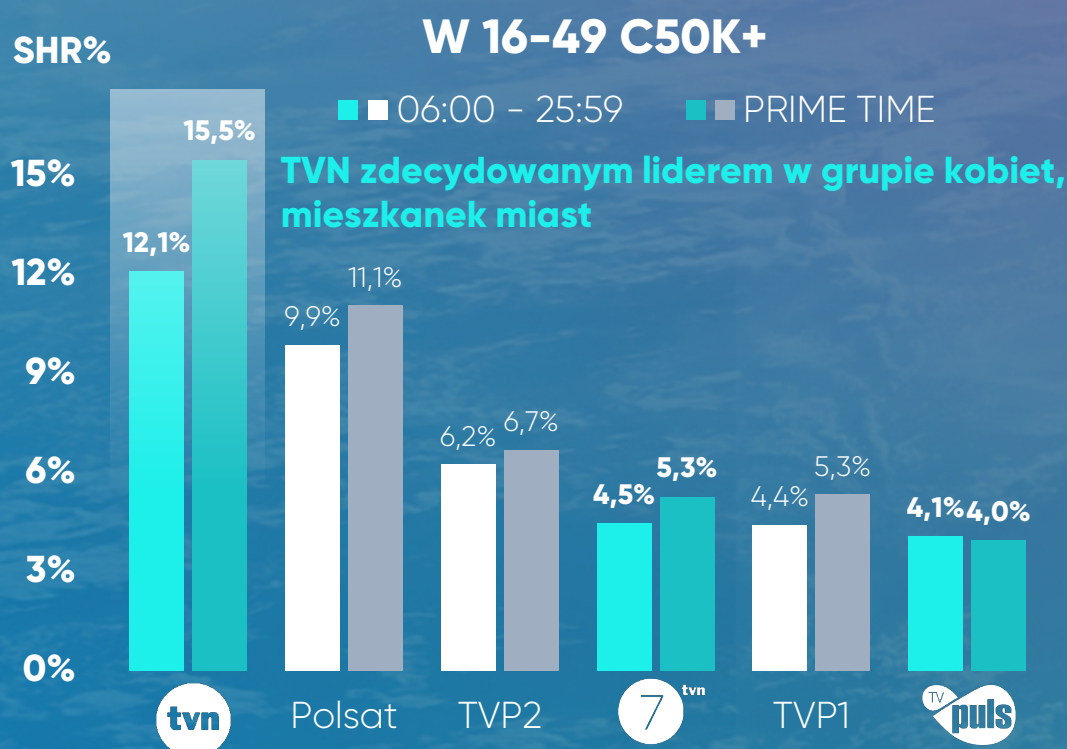
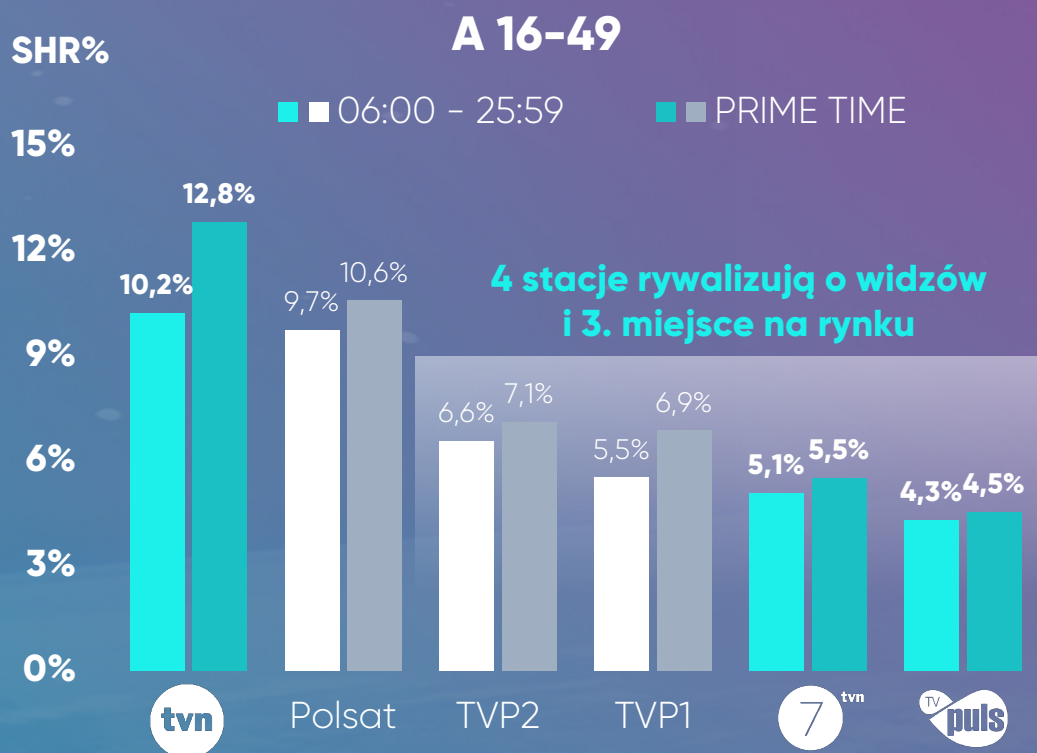


TVN7 zbliża się wynikami do TVP1: wzmocnienie tendencji w październiku



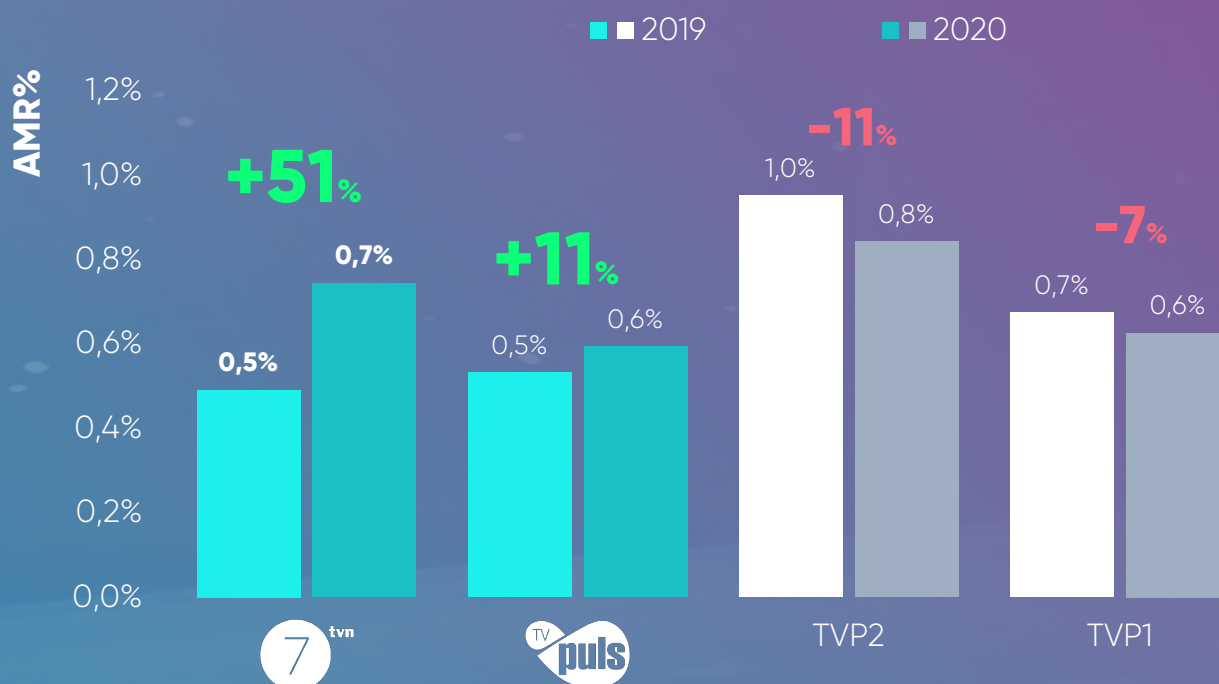
WIDOWNIA | TVN nr 1 w październiku, z widoczną przewagą w Prime Time i w TG mieszkanek miast. Podział na dwie podgrupy: TVN & Polsat oraz kanały TVP1, TVP2, TVN7 & TV Puls. TVN7 wyprzedza TVP1 w TG mieszkanek miast i osiąga 4. pozycję na rynku.

Udziały w widowni: październik 2020

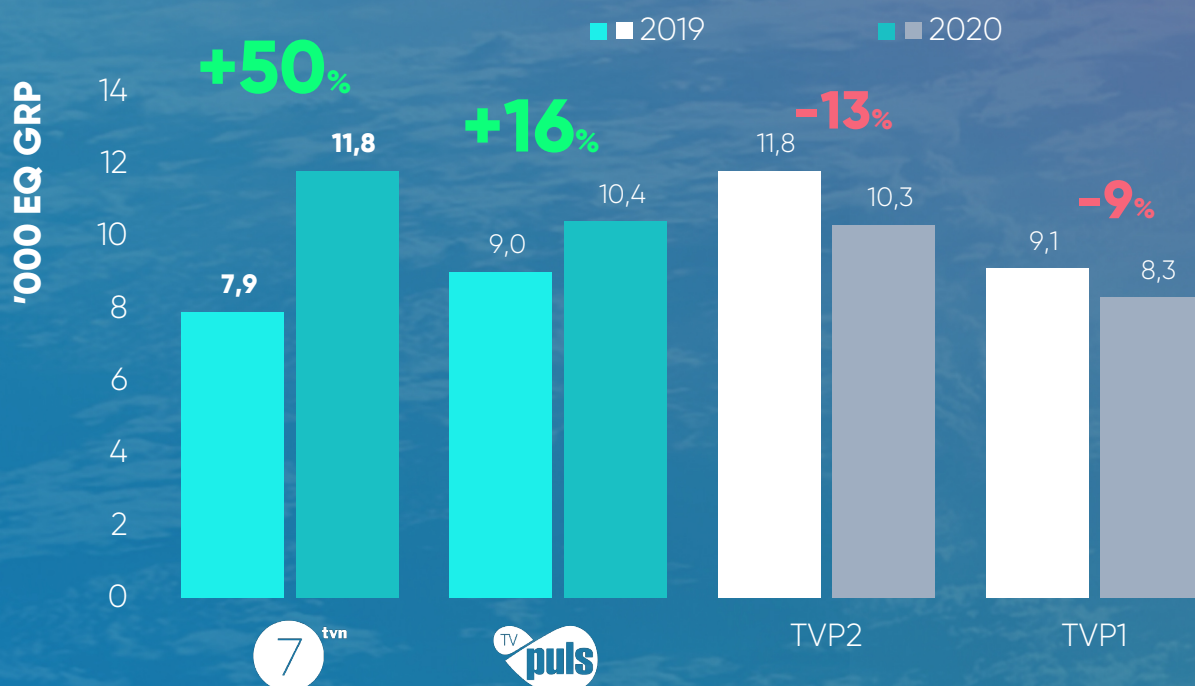


ZAKUP CENNIKOWY | Rosnące ratingi (AMR%) TVN7 i TV Puls w breaku reklamowym są porównywalne z TVP1 i TVP2, co przekłada się na skuteczną wyprzedza obu stacji.

AMR% w breaku reklamowym: październik 2020



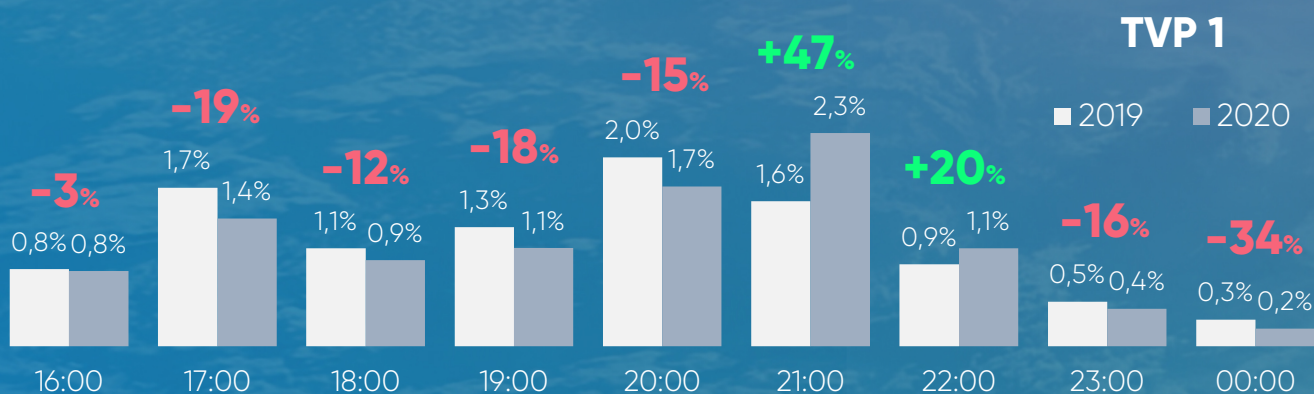
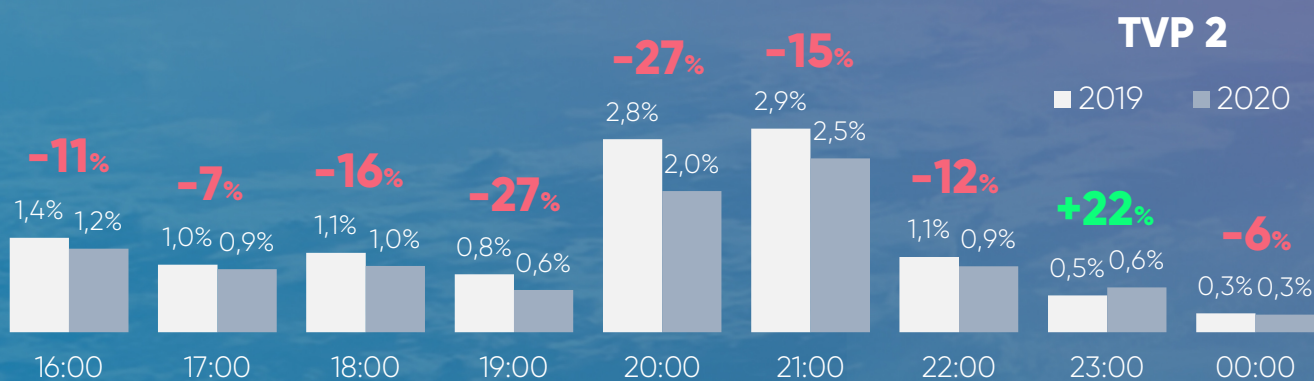
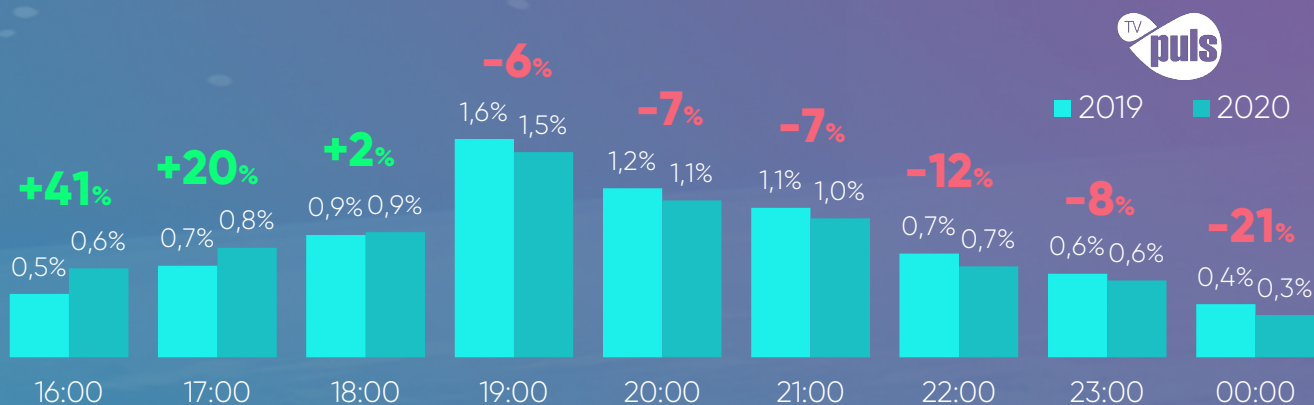
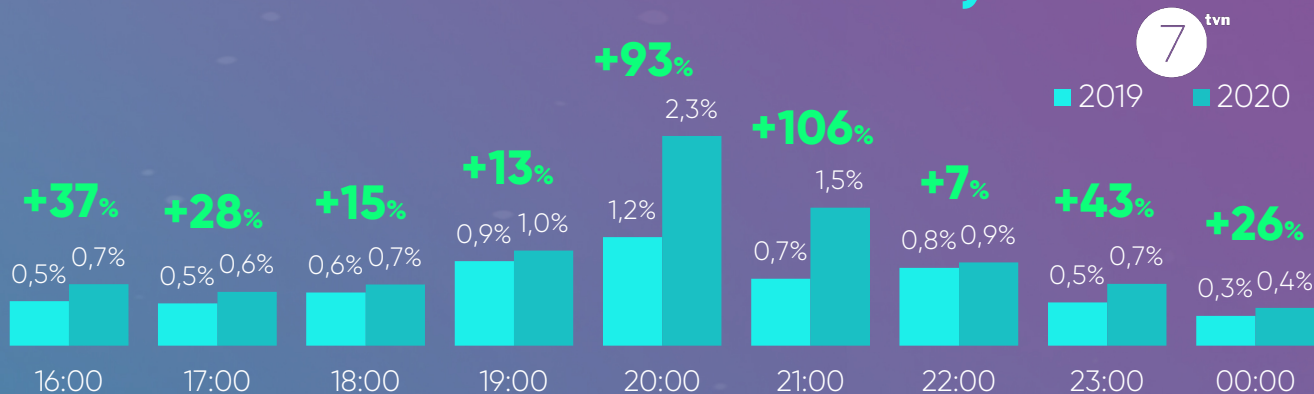
Siódemka i TV Puls z wyraźną przewagą nad stacjami TVP w sprzedanych EQ GRP



DANE: NAM, AMR% W BREAKU, A 16-49, 10.2020 vs. 10.2019; 6:00-25:59, EQ GRP A 16-49, 10.2020 vs 10.2019, 2:00-25:59; bez autopromocji i kampanii charytatywnych

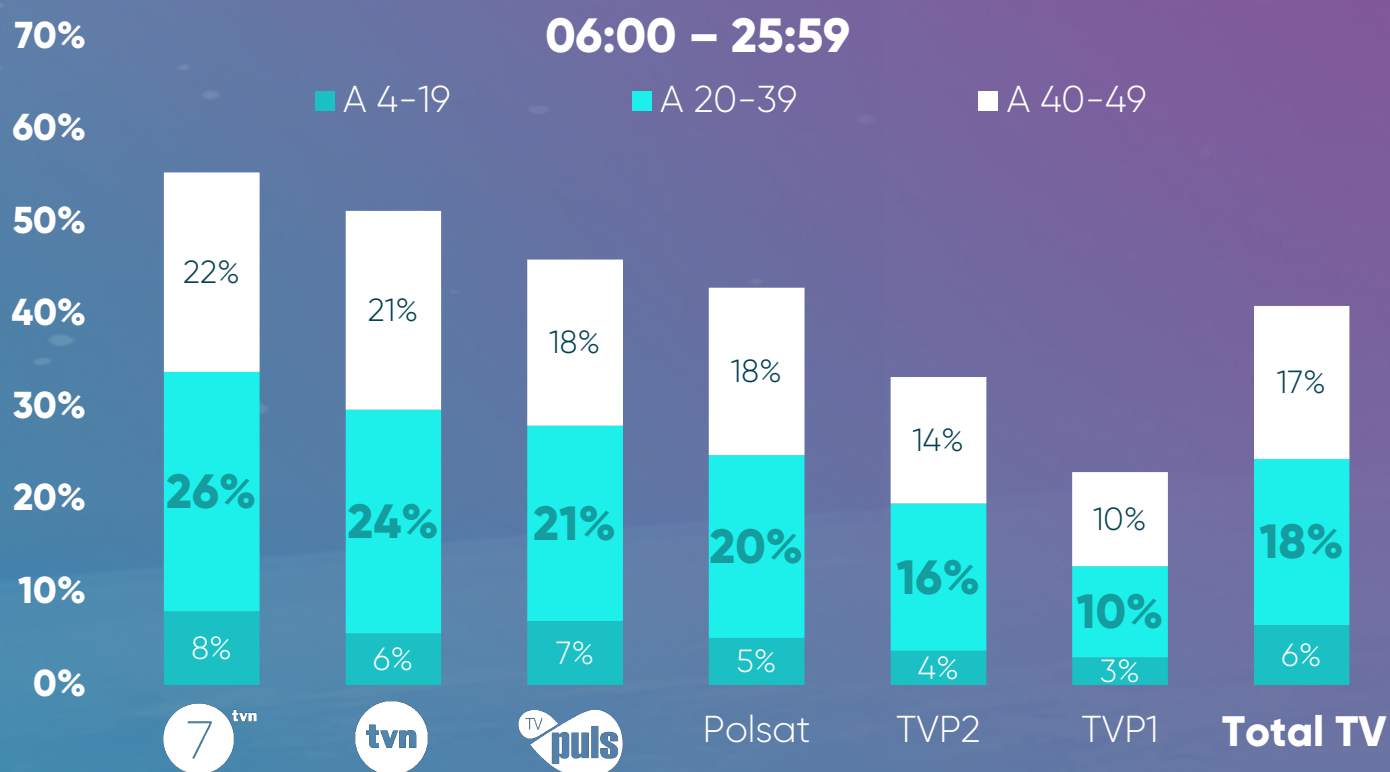
ZAKUP CENNIKOWY | Siódemka rośnie we wszystkich kluczowych pasmach, TV Puls ze wzrostami w pasmie 16:00-18:00. Ratingi TVP1 i TVP2 z przewagą spadków.

AMR% w breaku reklamowym

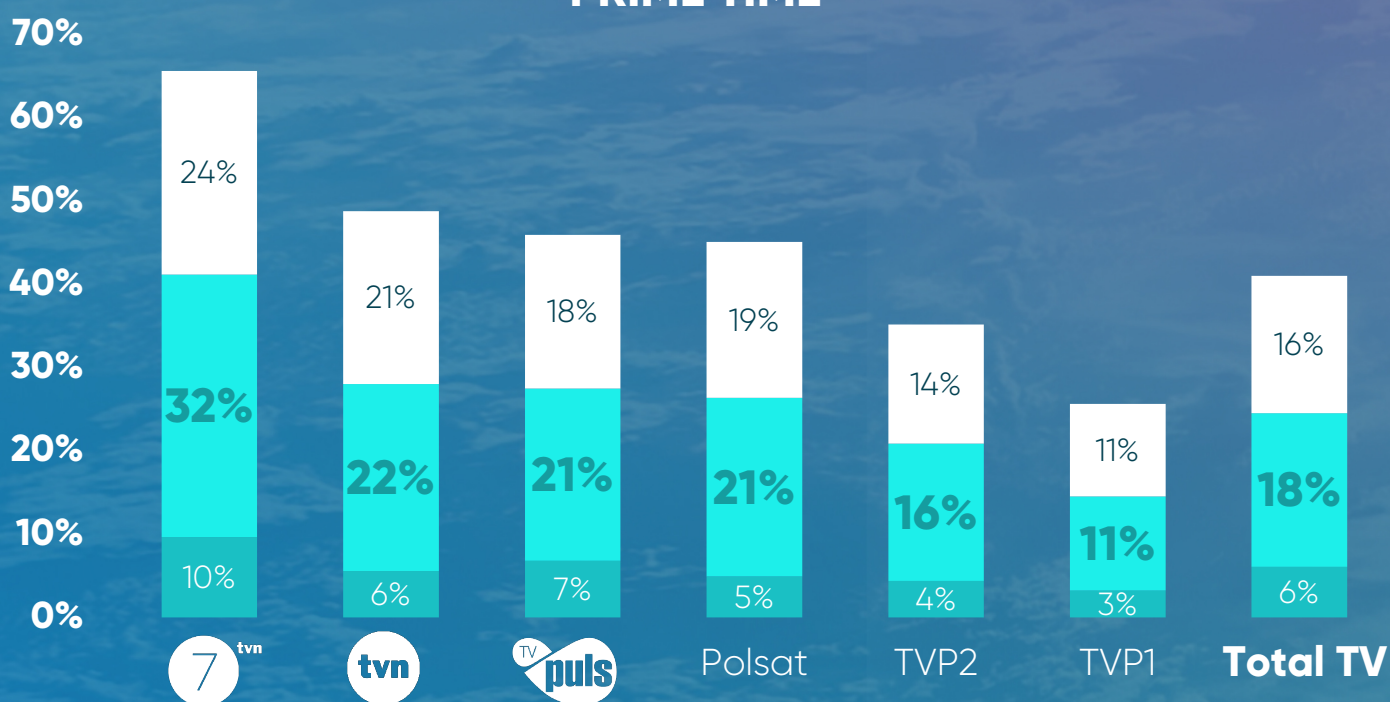


PROFIL WIDZÓW | TVN7 ponownie z najwyższym udziałem młodszych grup widzów, stanowi przeciwagę dla TVP. TVN na drugiej pozycji z wysokim udziałem w całej dobie. TV Puls i Polsat ze zbliżonym do średniego profilem widzów.

Udział widzów w wieku do 49 lat w AMR stacji



PRIME TIME



DANE: NAM, 10.2020; AMR, 6:00–25:59, 18:00–22:59.

KONTENT | BRZYDULA | PAŹDZIERNIK 2020

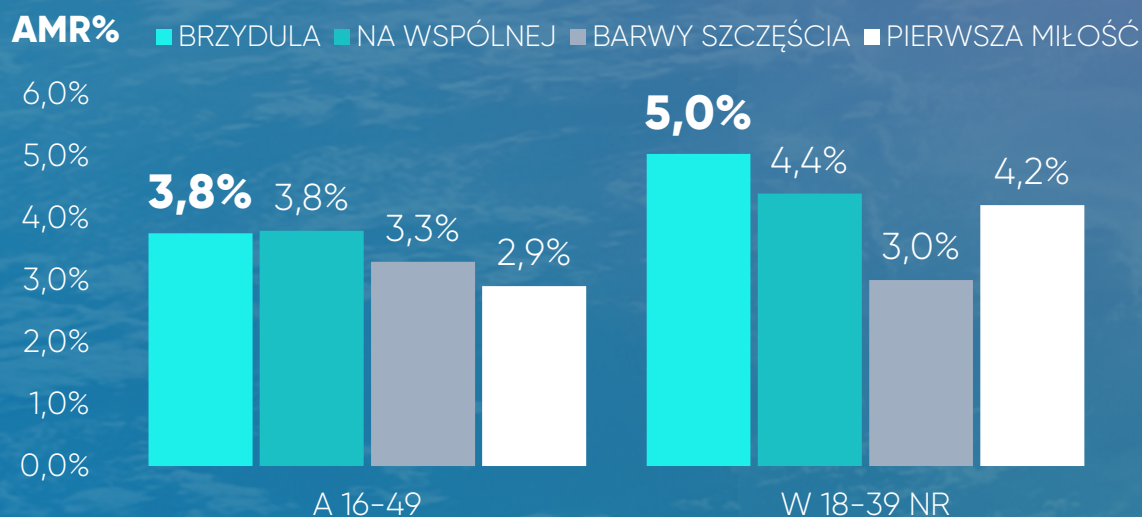
BrzydUla z wyższymi ratingami od Barw szczęścia w TVP2 i Pierwszej miłości w Polsce; w czasie emisji serialu Siódemka jest drugą stacją na rynku!



A 16-49
SHR%
12,2%

A 16-49
AMR%
3,8%

W 18-39 NR
AFF
134



DANE: NAM, A 16-49, W 18-39 NR, SHR%, AMR%, AFF VS. A 16-49; 10.2020; PREMIEROWE ODCINKI

KONTENT | HOTEL PARADISE | PAŹDZIERNIK 2020

Hotel Paradise z wyższym ratingiem w A 16-49 oraz w A 18-39 NR od Love Island na Polsacie. W czasie emisji formatu, TVN7 jest piątą stacją na rynku!

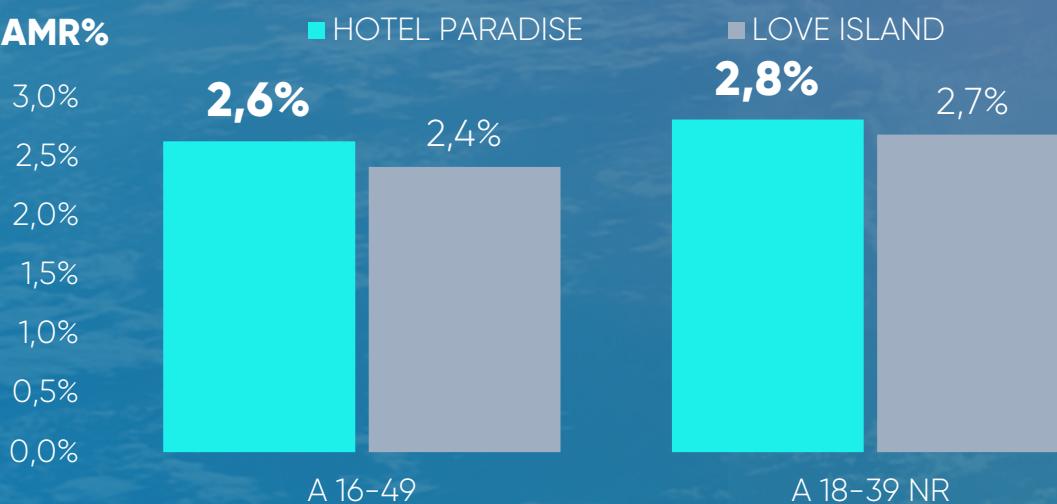


A 16-49
SHR%
8,3%

A 16-49
AMR%
2,6%

A 18-39 NR
AFF
142

AMR%



KONTENT | ZAKOCHANI PO USZY | PAŹDZIERNIK 2020

**Zakochani po uszy vs codzienne seriale w TVP:
format TVN7 to jeden z najlepiej dopasowanych seriali
do grupy młodych kobiet, mieszkanek miast!**

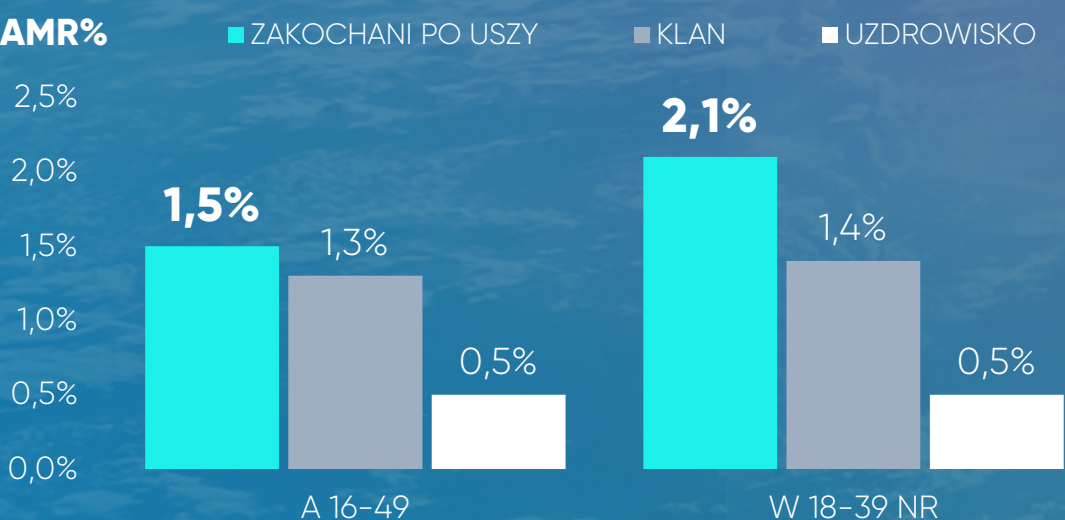


A 16-49
SHR%
5,2%

A 16-49
AMR%
1,5%

W 18-39 NR
AFF
140

AMR%



KONTENT | LOMBARD. ŻYCIE POD ZASTAW | PAŹDZIERNIK 2020

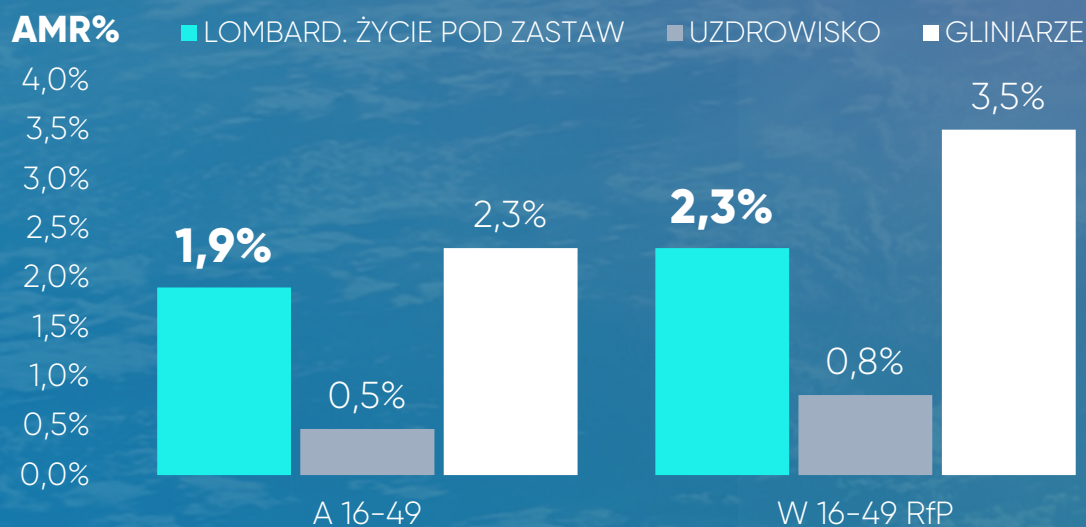
Lombard. Życie pod zastaw vs inne produkcje emitowane w podobnym czasie w BIG4: format TV Puls wyróżnia się dopasowaniem w grupie kobiet odpowiedzialnych za zakupy



A 16-49
SHR%
6,7%

A 16-49
AMR%
1,9%

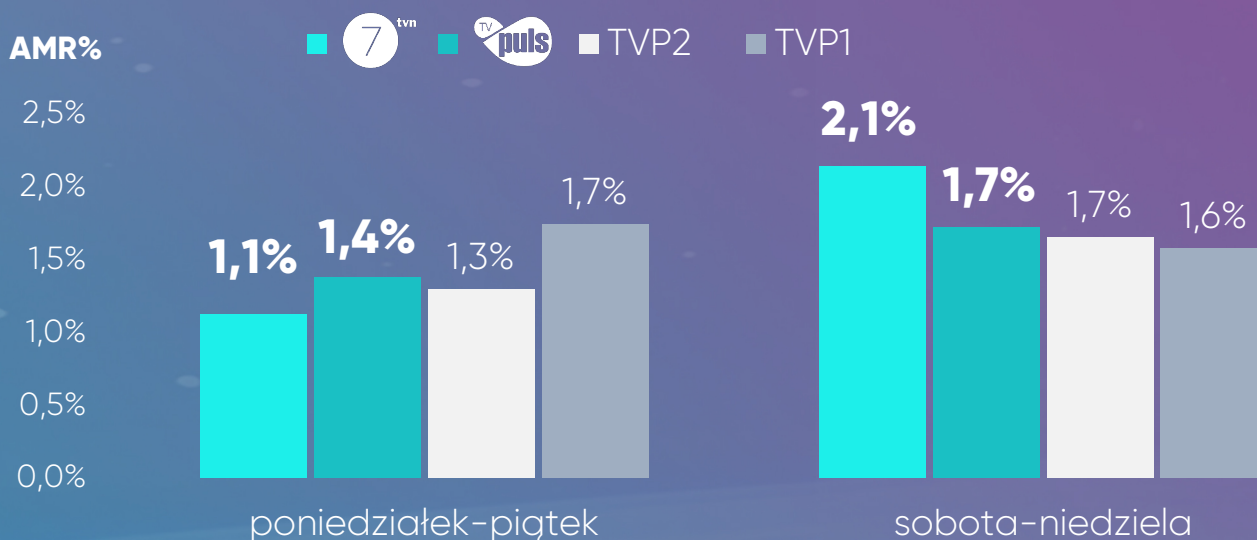
W 16-49 RfP
AFF
124



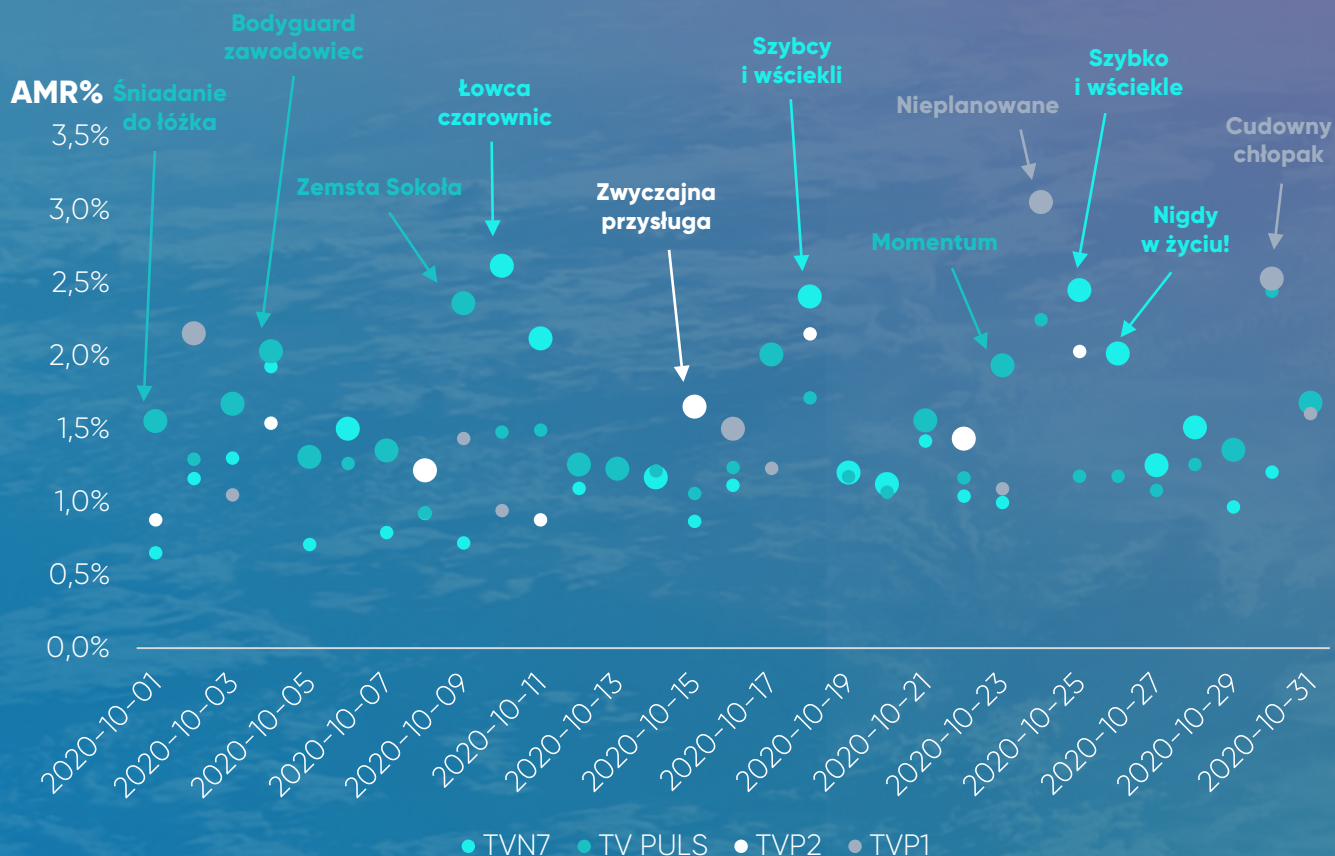
DANE: NAM, A 16-49, W 16-49 RfP, SHR%, AMR%, AFF VS. A 16-49; 10.2020; PREMIEROWE ODCINKI LOMBARDU I PROGRAMY O PODOBNYM CHARAKTERZE EMITOWANE W PASMIE 17:00 – 19:59

KONTENT | UZUPEŁNIAJĄCA SIĘ OFERTA FILMOWA TVN7 & TV Puls z topowymi wynikami filmów: wysoki rating w weekendy daje tym stacjom prowadzenie przed TVP1 i TVP2

Pasma filmowe 20:00 – 22:59



Komplementarne biblioteki filmów TVN7 i TV Puls skutecznie przyciągają widzów przez cały miesiąc



TVN MEDIA

RAPORT BIG5

PAŹDZIERNIK 2020

