



**TVN S.A.**

ul. Wiertnicza 166  
02-952 Warszawa  
tel. (22) 856 60 60  
fax. (22) 856 66 66  
[www.tvn.pl](http://www.tvn.pl)  
[www.prasa.tvn.pl](http://www.prasa.tvn.pl)  
[www.investor.tvn.pl](http://www.investor.tvn.pl)

---

## TVN Z NAJWYŻSZĄ OGLĄDALNOŚCIĄ W GRUPIE KOMERCYJNEJ W PAŹDZIERNIKU 2014

Warszawa – 4 listopada 2014 r.

**TVN utrzymał w październiku pozycję lidera i najwyższe wyniki oglądalności na polskim rynku telewizyjnym wśród widzów w wieku 16 – 49 lat w ujęciu całodobowym. Dzięki wiernej widowni i ogromnej popularności wiele flagowych i całkiem nowych produkcji stacji wygrywało w swoich pasmach nadawania. TVN potwierdził także pozycję niekwestionowanego lidera w kategorii programów i kanałów informacyjnych.**

Stacja TVN wyprzedziła konkurencję i była liderem rynku telewizyjnego w najważniejszej dla reklamodawców grupie docelowej widzów w wieku 16-49 lat. Stacja osiągnęła udział 14,9% w całej grupie komercyjnej i 16,1% w dużych miastach, powyżej 100 tysięcy mieszkańców.



Fot. TVN (<http://x-news.pl>)



Udziały TVN na tle wyników konkurencji w poszczególnych grupach docelowych w październiku 2014 roku prezentują poniższe tabele:

**Udział w grupie docelowej TVN (16-49, miasta 100.000 +) w październiku:**

	Całodobowo		Primetype (18:00-23:00)	
	2014	2013	2014	2013
<b>TVN</b>	16,1%	17,1%	18,6%	19,5%
<b>Polsat</b>	12,9%	11,0%	15,5%	13,2%
<b>TVP1</b>	7,2%	7,6%	8,8%	9,6%
<b>TVP2</b>	6,8%	7,4%	8,6%	9,2%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

**Udział w komercyjnej grupie docelowej (16-49):**

	Całodobowo		Primetype (18:00-23:00)	
	2014	2013	2014	2013
<b>TVN</b>	14,9%	15,5%	16,6%	16,7%
<b>Polsat</b>	14,7%	13,2%	16,9%	15,4%
<b>TVP1</b>	7,7%	8,3%	9,7%	10,5%
<b>TVP2</b>	7,5%	9,3%	9,9%	12,1%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

**Ogólny udział w rynku:**

	Całodobowo		Primetype (18:00-23:00)	
	2014	2013	2014	2013
<b>TVN</b>	13,2%	13,3%	15,5%	14,7%
<b>Polsat</b>	13,4%	12,3%	14,9%	13,8%
<b>TVP1</b>	11,0%	12,4%	13,4%	14,3%
<b>TVP2</b>	9,1%	11,0%	12,4%	14,9%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

Tradycyjnie ogromną popularnością cieszyły się nadawane codziennie o godzinie 19:00 „**Fakty TVN**”. W październiku br. program uzyskał najwyższy udział zarówno w grupie ogólnej 4+ (26,6%), jak i w grupie komercyjnej 16-49 (24,9%), wyprzedzając „Wydarzenia” Polsatu (z udziałem odpowiednio 18,1% i 20,2%) oraz „Wiadomości” TVP1 (odpowiednio 25,5% i 18,5% udziału). Program był także liderem w swoim paśmie nadawania.

TVN jest liderem w kategorii newsów, o czym świadczą również wyniki kanałów informacyjnych z portfolio nadawcy. W październiku stacja TVN24 utrzymała pozycję lidera wśród kanałów informacyjnych i była najchętniej oglądaną stacją newsową w Polsce. Według danych przygotowanych przez Nielsen Audience Measurement dla TVN stacja TVN24 w październiku uzyskała średni udział w rynku w grupie ogólnej 4+ na poziomie 2,7%,

a udział w grupie komercyjnej 16-49 lat wyniósł 2,1%, TVP Info zanotowała odpowiednio 2,5% i 1,0% udziałów, a Polsat News odpowiednio 1% i 0,8%.

TVN24 Biznes i Świat, drugi kanał informacyjny TVN, również osiąga bardzo dobre wyniki oglądalności. Od początku tego roku do końca października w komercyjnej grupie docelowej 16-49 średni udział tej stacji wyniósł 0,19% i 0,28% w dużych miastach (16-49, duże miasta). Kanał TVN24 BiŚ został uruchomiony na początku 2014 roku. Dla porównania, udział stacji TVN CNBC nadającej w miejscu TVN24 BiŚ przed styczniem 2014 roku wynosił odpowiednio 0,07% i 0,07% (dane za okres styczeń - październik 2013 roku). Oznacza to potrojenie widowni w stosunku do średnich wyników osiąganych przez stację TVN CNBC w omawianym okresie przed rokiem.

W kategorii programów rozrywkowych największą popularnością cieszył się w październiku „**Mam talent!**” z udziałem niezwykle popularnych członków jury: Agnieszki Chylińskiej, Małgorzaty Foremniak i Augustina Egurroli, oraz prowadzących: Marcina Prokopa i Szymona Hołowni. Kolejne odcinki siódmej edycji widowiskowego show TVN gromadziły przed telewizorami do 3,7 mln widzów, co dało stacji udział 26,6% w grupie komercyjnej widzów w wieku 16 – 49 lat. W czasie emisji programu stację TVN oglądało średnio około 1 mln widzów więcej niż konkurencyjny Polsat i kanały telewizji publicznej, dzięki czemu „Mam talent!” był w swoim paśmie liderem osiągając średnio udział 22,1% w grupie komercyjnej i 20,2% w grupie wszystkich widzów.

Widownia „**MasterChefa**”, najpopularniejszego kulinarnego show na świecie, liczyła w październiku nawet 3,1 mln osób, co zapewniło stacji udział do 22,9% w grupie komercyjnej. Najwyższy udział w kategorii wszystkich widzów powyżej 4 roku życia, 18,1%, odnotował odcinek nadawany 19 października, w którym wystąpił gościnnie Gordon Ramsay – jeden z najślawniejszych i najbardziej cenionych szefów kuchni na świecie, restaurator i autor książek kucharskich. W grupie komercyjnej „MasterChef” był liderem w swoim paśmie emisji ze średnim udziałem na poziomie 20,9%.

TVN był w tej grupie najchętniej oglądaną stacją telewizyjną w Polsce także podczas emisji „**Kuchennych rewolucji**”, innego programu kulinarno – rozrywkowego z udziałem Magdy Gessler. Zmagania cenionej restauratorki z właścicielami lokali gastronomicznych w całej Polsce oglądało w październiku do 2,4 mln osób, dzięki czemu program osiągał nawet 22,8% udziału w komercyjnej grupie docelowej. Średni udział stacji TVN wśród widzów w wieku 16 – 49 lat w trakcie nadawania „Kuchennych rewolucji” wynosił 19,6%.

„**Top Model**”, nadawany tej jesieni w poniedziałki o 21.30, także odnotowywał w październiku doskonałe wyniki oglądalności z widownią do 2,2 mln osób i udziałem sięgającym 21,6% w grupie 16-49. Niemal równie liczną widownię miał inny reality show, jedna z nowości w jesiennej ramówce TVN, „**Kto poślubi mojego syna?**”. W środowe wieczory, w godzinach nadawania show, oferta programowa żadnego innego kanału nie cieszyła się tak dużą popularnością w komercyjnej grupie widzów w wieku 16-49. Program TVN, w którym cztery matki poznają i wybierają najlepsze kandydatki na żony dla swoich synów osiągał wtedy średnio 16,2% udziału w rynku.

Spośród jesiennych premier TVN niekwestionowanym liderem w swoim paśmie emisji była również „**Szkoła**”, popołudniowy serial z kategorii scripted docu prezentujący historie z życia krakowskich gimnazjalistów, licealistów i nauczycieli. W trakcie nadawania programu TVN zajmował pierwsze miejsce i był najchętniej wybieraną stacją telewizyjną zarówno w grupie

komercyjnej (z udziałem 18,4%) i w kategorii wszystkich widzów 4+ (16%). Maksymalny udział programu w grupie komercyjnej w październiku br. sięgał nawet 23,1%.

W kategorii seriali na pozycję lidera wysunął się w październiku „**Szpital**” prezentujący historie osób trafiających na Szpitalny Oddział Ratunkowy, z widownią liczącą do 3,1 mln widzów i udziałem 23,9% w grupie ogólnej i 23,4% w grupie komercyjnej. Serial „**Na Wspólnej**” gromadził przed telewizorami nawet 2,9 mln osób, osiągając maksymalnie 18,2% udziału wśród wszystkich widzów i 18% w komercyjnej grupie widzów 16-49. Wśród seriali obyczajowych bardzo dobre wyniki oglądalności odnotowywało także „**Prawo Agaty**” (do 2,3 mln widzów), „**Lekarze**” (do 2,2 mln widzów) oraz „**Ukryta prawda**” (do 1,9 mln widzów).

„**Ugotowanych**” z udziałem pasjonatów gotowania rywalizujących o tytuł najlepszego kucharza i gospodarza domowego przyjęcia oglądało nawet 1,7 mln osób. Niedzielną emisję programu rozszerzono tej jesieni o dni robocze od poniedziałku do czwartku, a w pierwszych listopadowych odcinkach wierni widzowie programu mogą liczyć na kolejne atrakcje, w tym udział gości specjalnych ze świata show-biznesu. W kategorii talk show najlepsze wyniki uzyskał „**Kuba Wojewódzki**” z widownią liczącą nawet 1,6 mln widzów. Podczas nadawania programu TVN zajmował pierwszą pozycję i miał najwyższy udział w tym paśmie w kategorii wszystkich widzów 4+.

Niesłabnącym powodzeniem w październiku cieszył się także tradycyjnie program interwencyjny „**Uwaga!**”, który oglądało nawet do 3,3 mln widzów. „**Dzień Dobry TVN**”, program telewizji TVN nadawany w paśmie telewizji śniadaniowej najchętniej oglądano w weekendy (do 1,2 mln widzów), choć dzięki wysokim średnim udziałom programu w grupie 16-49 stacja była liderem oglądalności w godzinach emisji „DD TVN” zarówno w weekendy jak i w dni robocze.

W celu uzyskania dalszych informacji proszę kontaktować się z:

Emilia Ordon  
Dyrektor Public Relations i Komunikacji Korporacyjnej TVN S.A.  
tel. (+48 22) 856 67 97  
e-mail: [press@tvn.pl](mailto:press@tvn.pl)

\*\*\*

TVN jest wiodącą prywatną grupą medialną w Polsce. W jej ofercie znajdują się następujące kanały telewizyjne:



**TVN** - wiodący kanał telewizyjny, oferujący wysokiej jakości programy rozrywkowe oraz rzetelne i niezależne audycje informacyjne.



**TVN24** jest pierwszym polskim 24-godzinnym informacyjno-publicystycznym kanałem telewizyjnym.



**TVN24 Biznes i Świat** jest kanałem informacyjnym o tematyce biznesowej i międzynarodowej.



**TVN Meteo** to pierwszy polski kanał telewizyjny o pogodzie.



**TVN Turbo** jest pierwszym polskim kanałem tematycznym adresowanym do mężczyzn i zarazem pierwszym poświęconym głównie motoryzacji.



**TVN Style** jest kanałem telewizyjnym adresowanym do kobiet, poświęconym urodzie, stylom życia, modzie oraz zdrowiu.



**TTV** - kanał telewizyjny oferujący publicystykę, informację i dokument społeczny - dostępny w sieciach kablowych, na platformach cyfrowych oraz w ramach naziemnej telewizji cyfrowej.



**TVN7** to kanał telewizyjny o profilu filmowo-serialowym.



**ITVN** jest kanałem telewizyjnym skierowanym do widowni pochodzenia polskiego zamieszkałej za granicą, dostępnym w Europie, Ameryce Północnej i w Australii.



**Telezakupy Mango** to jedyny w Polsce całodobowy kanał telesprzedazowy.



**NTL** jest lokalnym kanałem telewizyjnym adresowanym do mieszkańców Radomska i okolic.

TVN posiada bogatą ofertę produktów online:



**tvn.pl** - cały TVN w jednym miejscu. Zawiera informacje o ulubionych serialach, programach i gwiazdach TVN, a także newsy show-biznesowe z modą, urodą, kinem i rozrywką na czele. Zapewnia bieżący dostęp do odcinków ulubionych seriali i show.



**player**

**player.pl** – platforma VOD, umożliwia bezpłatny dostęp online do bogatej biblioteki seriali i programów telewizyjnych. Jest dostępna m.in. na urządzeniach z systemem Android i iOS, konsolach PS3, w telewizorach wiodących producentów oraz w dekodernach kablowych i satelitarnych. Pozwala oglądać niektóre ulubione programy nawet przed emisją na antenie.



**veedo.pl** - rozrywkowy portal wideo prezentujący niezwykle talenty, wyjątkowe wydarzenia oraz hity internetu z całego świata. Umożliwia użytkownikom dodawanie filmów, przez co stanowi doskonałą platformę do prezentacji i promocji wyjątkowych talentów. Zawiera także najciekawsze krótkie filmy wideo z polskich i

zagranicznych mediów. Użytkownicy mogą ocenić każdy materiał przy pomocy unikalnych stickerów opisujących emocje związane z obejrzanym filmem.



**tvn24.pl** - portal informacyjny z największą ilością wideo, łączący efektywnie tekst i obraz, będący liderem w swojej kategorii.



**tvnmeteo.pl** - najnowocześniejszy portal pogodowy w Polsce. Tworzony przez profesjonalną redakcję, internautów i widzów zainteresowanych tematyką meteo. Umożliwia sprawdzenie pogody w ponad 80 tys. miejsc w kraju i na świecie.



**tvnwarszawa.pl** - projekt medialny poświęcony Warszawie. Koncentruje się na życiu stolicy i jej mieszkańców, oferuje wysokiej jakości treści o charakterze informacyjnym i rozrywkowym.



**Kontakt24.pl** - serwis internetowy promujący ideę dziennikarstwa obywatelskiego, zapewniający jego użytkownikom realny wpływ na treści relacjonowane przez telewizję TVN24 i portal TVN24.pl.

\*\*\*

Do portfolio TVN należą:



**Biuro Reklamy TVN Media Sp. z o.o.** – największe biuro sprzedaży reklam w Polsce proponujące nowoczesną komunikację w stacji TVN, kanałach z szerokiej palety Premium TV oraz najbogatszą ofertę jakościowego video on-line. Biuro tworzy zespół specjalistów kreujących nieszablonowe rozwiązania dla swoich klientów.



**Premium TV** to oferta kanałów tematycznych oraz naziemnej telewizji cyfrowej skierowana do wymagających i poszukiwanych przez reklamodawców grup celowych, reprezentuje reklamowo takich nadawców jak TVN, Telewizja Puls, 4Fun Media, Viacom International Media Networks, Canal+ Cyfrowy, The Walt Disney Company, Discovery Network, AXN Europe Limited, FOX International Channels i Telestar (iTV).



**Agencja TVN** - zajmuje się produkcją i dystrybucją materiałów newsowych dla klientów w Polsce i za granicą, świadczy usługi produkcji telewizyjnej i broadcastingowe. Oferuje najbardziej kompleksowe usługi w Europie Środkowej i Wschodniej.

\*\*\*

TVN S.A. jest założycielem fundacji TVN „nie jesteś sam”:



**Fundacja TVN “nie jesteś sam”** pomaga ludziom cierpiącym na nieuleczalne, wymagające kosztownego leczenia choroby. Fundacja TVN wspiera też finansowo szpitale, domy dziecka i ośrodki rehabilitacji, pokrywając koszty remontów, zakupu sprzętu medycznego oraz karettek.

Działalność biura Fundacji TVN jest w całości finansowana z darowizny pieniężnej przekazywanej co roku przez jej fundatora - TVN S.A.

Akcje TVN S.A. zadebiutowały na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych 7 grudnia 2004 r.

Materiały prasowe TVN dostępne są na stronie internetowej [www.prasa.tvn.pl](http://www.prasa.tvn.pl).