

## KOMUNIKAT PRASOWY

### TVN S.A.

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



## TVN MISTRZEM WIOSNY

**Warszawa – 1 lipca 2010 r.** – Grupa TVN podała wyniki oglądalności za czerwiec 2010 r. oraz za sezon wiosenny 2010 r. (marzec – czerwiec).

**W czerwcu 2010 r. TVN odnotował doskonałe wyniki. TVN był najchętniej oglądanym kanałem telewizyjnym w Polsce i jedynym, który pomimo silnej oferty sportowej konkurencji, odnotował wzrost oglądalności w porównaniu z rokiem poprzednim we wszystkich kategoriach.**

W czerwcu 2010 r. TVN osiągnął najlepsze wyniki w komercyjnej grupie docelowej i jako jedyny wśród największych kanałów w Polsce odnotował wzrost oglądalności w porównaniu z rokiem 2009.

### Udział w komercyjnej grupie docelowej (16-49) w czerwcu 2010 r.:

	Całodobowo		Peak Time (18:00-23:00)	
	2010	2009	2010	2009
<b>TVN</b>	15,8%	13,9%	18,2%	17,0%
<b>Polsat</b>	15,0%	17,6%	16,0%	18,2%
<b>TVP1</b>	16,3%	17,8%	19,4%	19,4%
<b>TVP2</b>	14,3%	15,1%	15,6%	17,2%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

W czerwcu 2010 r. w naszej grupie docelowej kanał TVN utrzymał pozycję lidera rynku, znacząco wyprzedzając swoich rywali.

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

	Całodobowo		Peak Time (18:00-23:00)	
	2010	2009	2010	2009
<b>TVN</b>	18,7%	16,6%	21,5%	20,3%
<b>Polsat</b>	11,9%	15,4%	12,6%	16,4%
<b>TVP1</b>	13,1%	13,3%	16,1%	14,9%
<b>TVP2</b>	12,3%	11,8%	13,5%	13,6%

Źródło: Nielsen Audience Measurement



Pomimo znacznie mniejszego, w porównaniu do głównych konkurentów, zasięgu technicznego (90% gospodarstw domowych w Polsce) TVN był drugim najchętniej oglądanym kanałem telewizyjnym w peak time i w ujęciu całodobowym oraz jedynym wśród największych kanałów, który odnotował wzrost udziału w rynku.

### Ogólny udział w rynku:

	Całodobowo		Peak Time (18:00-23:00)	
	2010	2009	2010	2009
<b>TVN</b>	15,4%	13,3%	18,9%	16,7%
<b>Polsat</b>	13,0%	15,1%	13,7%	15,6%
<b>TVP1</b>	18,9%	20,8%	20,9%	21,5%
<b>TVP2</b>	14,8%	16,2%	16,0%	18,4%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

TVN zakończył wiosenny sezon programowy spektakularnym sukcesem. Od marca do czerwca 2010 r. TVN był najchętniej oglądanym kanałem telewizyjnym w Polsce w komercyjnej grupie docelowej i w swojej grupie docelowej, osiągając odpowiednio 17,3% i 20,9% udziału w rynku w ujęciu całodobowym oraz 19,9% i 25% w peak time. Nowe formaty oraz kontynuacje najbardziej popularnych programów i seriali podbiły polską publiczność. Osiem spośród dziesięciu najchętniej oglądanych programów w kanale TVN stanowiły produkcje lokalne.

- Główny serwis informacyjny *Fakty*, przyciągając do 5,1 milionów widzów, był najpopularniejszym programem w sezonie wiosennym. Ze średnim udziałem w rynku w całej populacji na poziomie 32,4%, wyprzedził swojego głównego konkurenta *Wiadomości*.
- Program *Taniec z Gwiazdami* oglądało do 4,7 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej (16-49, miasta 100,000+) wyniósł 29%.
- Program rozrywkowy *You can dance – po prostu tańcz!* przyciągał do 4,1 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej wyniósł 32,1%.
- Magazyn *Uwaga!* przyciągał do 3,9 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej wyniósł 25,7%.
- Serial *W-11 Wydział Śledczy* przyciągał do 4,4 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej wyniósł 19,9%.
- Serial *Detektywi* oglądało do 3,5 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej wyniósł 24,2%.
- Serial *Na Wspólnej* oglądało do 4,1 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej wyniósł 29,2%.
- Serial *Majka* przyciągał do 3,5 mln widzów, a jego średni udział w rynku w naszej grupie docelowej wyniósł 31,8%.



\*\*\*

Grupa TVN jest właścicielem **Grupy Onet.pl** - lidera wśród portali horyzontalnych zarówno pod względem liczby użytkowników, łącznej liczby odsłon, jak i całkowitego czasu spędzanego na portalu. Dotyczy to zarówno strony głównej, jak i kluczowych serwisów tematycznych, takich jak wiadomości, biznes, sport oraz moto.

Ostatnie dostępne dane za kwiecień 2010 r. wskazują, że polscy internauci dokonali na stronach Grupy Onet.pl 3,4 miliarda odsłon. W sumie w kwietniu 2010 r. serwisy Grupy Onet.pl odwiedziło 13,4 miliona użytkowników, a średni czas spędzony na stronach portalu wyniósł ponad 6 godzin.

Domenę Onet.pl odwiedza o 1,7 miliona użytkowników więcej niż domenę Wp.pl, o 4 miliony więcej niż domeny Interia.pl i Gazeta.pl oraz o 8 milionów więcej niż domenę O2.pl.

	użytkownicy	liczba odsłon (mld)
<b>Onet.pl</b>	12 682 598	3,4
<b>Wp.pl</b>	10 945 387	2,1
<b>Interia.pl</b>	8 596 935	1,0
<b>Gazeta.pl</b>	8 658 584	0,4
<b>O2.pl</b>	4 661 893	0,3

Źródło: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2010 r.

**OnetVOD** – to najnowszy, uruchomiony w połowie lutego 2010 r., wspólny projekt Onetu i TVN. Internetowy serwis „wideo na życzenie” (VoD), dostępny pod adresem vod.onet.pl, umożliwiający wygodne oglądanie za pomocą przeglądarki internetowej polskich i zagranicznych seriali, programów telewizyjnych, filmów dokumentalnych, programów muzycznych, bajek oraz pełnometrażowych filmów fabularnych. OnetVOD to miejsce unikalnych premier: po raz pierwszy w Polsce, można tu było oglądać najnowsze serie TVN „Klub szalonych dziewczyn” oraz „Usta Usta” jeszcze przed ich emisją w TV oraz film Jacka Borcucha „Wszystko co kocham” dostępny przed wydaniem na DVD. Do czerwca w serwisie odtworzono ponad 20 milionów streamów wideo.

**TVN24.pl** (należący do TVN), pierwszy w Polsce wortal informacyjny, który łączy w sobie tekst, dźwięk i obraz.

W kwietniu 2010 r. TVN24.pl odnotował znakomity wynik 4,1 miliona użytkowników, będąc jednocześnie najchętniej odwiedzanym informacyjnym serwisem tematycznym w Polsce. W ten sposób zdecydowanie wyprzedził inne serwisy informacyjne należące do stacji radiowych i telewizyjnych: RMF.FM - 1,54 miliona użytkowników, Polskie Radio - 0,77 miliona użytkowników, Radiozet.pl - 0,53 miliona użytkowników oraz TVP.info - 0,61 miliona użytkowników.

(Źródło: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2010 r.)

**Plejada.pl** to multimedialny serwis internetowy poświęcony informacjom ze świata show-biznesu. Plejada.pl jest pierwszym na polskim rynku projektem, dostępnym od razu na trzech platformach - w internecie, w telefonach komórkowych (wersja lajt) oraz na platformie „n”.

W kwietniu 2010 r. Plejada.pl odnotowała 2,3 miliona użytkowników.

(Źródło: Megapanel PBI/Gemius, kwiecień 2010 r.)



\*\*\*

Grupa TVN jest wiodącą prywatną grupą medialną w Polsce. Nadaje jedenaście kanałów telewizyjnych.



TVN, główny kanał telewizyjny Grupy, jest na polskim rynku uznawany za czołowy program telewizyjny, oferujący wysokiej jakości programy rozrywkowe oraz rzetelne i niezależne audycje informacyjne i publicystyczne. TVN dociera do 90% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN7 to kanał telewizyjny o profilu filmowo-serialowym, uzupełniający ofertę programową TVN. Kanał dociera do 61% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN24 jest pierwszym polskim 24-godzinnym informacyjno-publicystycznym kanałem telewizyjnym docierającym do 55% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN CNBC Biznes jest kanałem informacyjnym o tematyce biznesowej, przygotowywanym we współpracy z CNBC Europe. Kanał dociera do 31% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN Meteo to pierwszy polski kanał telewizyjny o pogodzie, docierający do 52% gospodarstw domowych w Polsce.



TVN Turbo jest pierwszym polskim kanałem tematycznym adresowanym do mężczyzn i zarazem pierwszym poświęconym głównie motoryzacji. Kanał dociera do 54% gospodarstw domowych.



TVN Style jest kanałem telewizyjnym poświęconym urodzie, stylom życia, modzie oraz zdrowiu adresowanym do kobiet. Dociera do 54% gospodarstw domowych.



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 telesprzedażowy, docierający do 55% gospodarstw domowych.



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



TVN Warszawa to lokalny kanał telewizyjny o Warszawie, jej mieszkańcach i życiu stolicy.





Grupa TVN jest też właścicielem **Onet.pl**, który jest największym i najczęściej odwiedzanym portalem internetowym w Polsce.

Onet.pl jest pionierem dywersyfikacji przychodów wśród polskich portali. Poza przychodami marketingowymi (reklama, e-commerce, reklama wyszukiwarkowa) osiąga przychody z usług świadczonych użytkownikom portalu (płatne serwisy treściowe, usługi pocztowe i hostingowe, serwisy aukcyjne, ogłoszeniowe i towarzyskie, usługi telekomunikacyjne). Od 2000 roku Onet.pl jest nieprzerwanie niekwestionowanym liderem na rynku reklamy internetowej.

Onet.pl jest także liderem pod względem liczby użytkowników w głównych kategoriach tematycznych: biznes, finanse, prawo; informacje, publicystyka, media; sport; turystyka.

Sukces w swoich kategoriach odnoszą również:



OnetBlog – największa blogosfera w polskiej sieci.



Sympatia.pl – najpopularniejszy w Polsce serwis towarzysko-randkowy.



Onet.tv – innowacyjna platforma multimedialna.



OnetLajt – specjalna wersja portalu dla użytkowników telefonów komórkowych i urządzeń mobilnych.

Onet jest również partnerem strategicznym Skype Communications.



OnetSkype to polska wersja najpopularniejszego na świecie komunikatora internetowego.

W 2007 roku Onet uruchomił Zumi.pl



Zumi to nowe, niespotykane wcześniej na polskim rynku narzędzie, łączące cechy serwisów mapowych, nawigacyjnych i ogłoszeniowych.

W 2010 roku Onet uruchomił serwis „wideo na żądanie” (vod.onet.pl).



vod.onet.pl to najnowszy wspólny projekt Onetu i TVN. Internetowy serwis „wideo na życzenie” umożliwia oglądanie za pomocą przeglądarki internetowej polskich i zagranicznych seriali, programów telewizyjnych oraz pełnometrażowych filmów fabularnych. Zastosowane najnowsze rozwiązania technologiczne Silverlight, Smooth-Streaming i Play-Ready zapewniają najwyższą w Polskim internecie jakość video i audio oglądanych materiałów.



Grupa TVN jest też właścicielem **tvn24.pl**, pierwszego w Polsce wortalu informacyjnego, który łączy w sobie tekst, dźwięk i obraz. Znajdują się w nim rozbudowane relacje wideo z najważniejszych wydarzeń w Polsce i na świecie. Serwis umożliwia również odpłatny odbiór kanału TVN24 oraz dostęp do informacji i materiałów, których nie było na antenie.



Do Grupy TVN należy również **plejada.pl**, multimedialny serwis internetowy poświęcony informacjom ze świata show-biznesu. Plejada.pl jest pierwszym na polskim rynku projektem, dostępnym od razu na trzech platformach - w internecie, w telefonach komórkowych (wersja lajt) oraz na platformie „n”.





## Załącznik 1

### Wyniki oglądalności w czerwcu 2010 r. i w czerwcu 2009 r.

#### Ogólny udział w rynku w grupie 4+

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.
<b>Grupa TVN włączając</b>	<b>22,1%</b>	<b>18,9%</b>	<b>24,4%</b>	<b>21,4%</b>
TVN	15,4%	13,3%	18,9%	16,7%
TVN 7	1,5%	1,6%	1,5%	1,5%
TVN24	4,1%	3,0%	3,2%	2,2%
TVN Meteo	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%
TVN Style	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
TVN Turbo	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
TVP1	18,9%	20,8%	20,9%	21,5%
TVP2	14,8%	16,2%	16,0%	18,4%
Polsat	13,0%	15,1%	13,7%	15,6%
TV4	1,9%	2,0%	2,0%	2,1%
TVP Info	5,5%	4,8%	4,3%	4,0%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

#### Udział w komercyjnej grupie docelowej (16-49)

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.
<b>Grupa TVN</b>	<b>22,6%</b>	<b>19,6%</b>	<b>23,3%</b>	<b>21,5%</b>
<b>TVN</b>	<b>15,8%</b>	<b>13,9%</b>	<b>18,2%</b>	<b>17,0%</b>
<b>TVN 7</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,8%</b>
<b>TVN24</b>	<b>3,3%</b>	<b>2,2%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,4%</b>
TVP1	16,3%	17,8%	19,4%	19,4%
TVP2	14,3%	15,1%	15,6%	17,2%
Polsat	15,0%	17,6%	16,0%	18,2%
TV4	2,2%	2,4%	2,2%	2,5%
TVP Info	3,0%	2,7%	2,4%	2,3%

Źródło: Nielsen Audience Measurement



## Udział w grupie docelowej TVN (16-49, miasta 100.000 +)

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.
<b>TVN</b>	<b>18,7%</b>	<b>16,6%</b>	<b>21,5%</b>	<b>20,3%</b>
TVP1	13,1%	13,3%	16,1%	14,9%
TVP2	12,3%	11,8%	13,5%	13,6%
Polsat	11,9%	15,4%	12,6%	16,4%
TV4	2,1%	2,4%	2,1%	2,5%
TVP Info	2,5%	2,5%	2,0%	2,4%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

## Udział w grupie docelowej pozostałych kanałów Grupy TVN

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.	czerwiec 2010 r.	czerwiec 2009 r.
TVN	18,7%	16,6%	21,5%	20,3%
TVN 7	2,3%	2,3%	2,2%	1,7%
TVN24	7,1%	5,5%	5,5%	4,4%
TVN Meteo	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%
TVN Style	1,0%	1,0%	0,7%	0,8%
TVN Turbo	1,4%	1,3%	1,1%	1,2%

### Grupy docelowe

TVN	16-49, miasta 100.000 +
TVN7	16-34, miasta 100.000 +
TVN24	25+, miasta 100.000 +, przychody powyżej średniej
TVN Meteo	Miasta
TVN Style	Kobiety, 18-54, miasta
TVN Turbo	Mężczyźni, 16-39, miasta

Źródło: Nielsen Audience Measurement



## Załącznik 2

### Dziesięć najlepszych programów w czerwcu 2010 r.

<u>Data</u>	<u>Tytuł</u>	<u>Opis</u>	<u>Liczba widzów</u>
13 czerwca 2010	TANIEC Z GWIAZDAMI	Program rozrywkowy	4 543 308
1 czerwca 2010	FAKTY	Program informacyjny	4 409 054
3 czerwca 2010	NA WSPÓLNEJ	Serial	3 485 276
14 czerwca 2010	W-11 WYDZIAŁ ŚLEDZCY	Serial kryminalny	3 422 661
3 czerwca 2010	UWAGA!	Magazyn	3 155 185
14 czerwca 2010	DETEKTYWI	Serial kryminalny	3 046 468
2 czerwca 2010	YOU CAN DANCE - PO PROSTU TAŃCZ!	Program rozrywkowy	2 831 127
10 czerwca 2010	CZAS DECYZJI	Program publicystyczny	2 782 431
1 czerwca 2010	MAJKA	Serial	2 751 559
3 czerwca 2010	QUEST	Film	2 657 842

Źródło: Nielsen Audience Measurement



## Załącznik 3

### Wyniki oglądalności w sezonie wiosennym 2010 r. i w sezonie wiosennym 2009 r. (marzec – czerwiec)

#### Ogólny udział w rynku w grupie 4+

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.
<b>Grupa TVN włączając</b>	<b>22,4%</b>	<b>21,1%</b>	<b>24,5%</b>	<b>23,4%</b>
TVN	16,1%	15,9%	19,5%	19,2%
TVN 7	1,6%	1,5%	1,6%	1,4%
TVN24	3,7%	2,7%	2,6%	1,9%
TVN Meteo	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
TVN Style	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
TVN Turbo	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%
TVP1	19,1%	21,3%	19,9%	21,6%
TVP2	14,3%	16,0%	16,9%	18,1%
Polsat	13,7%	14,9%	14,7%	16,2%
TV4	1,9%	2,1%	2,0%	2,2%
TVP Info	5,1%	4,1%	3,7%	3,2%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

#### Udział w komercyjnej grupie docelowej (16-49)

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.
<b>Grupa TVN</b>	<b>23,6%</b>	<b>22,3%</b>	<b>24,7%</b>	<b>24,0%</b>
<b>TVN</b>	<b>17,3%</b>	<b>17,1%</b>	<b>19,9%</b>	<b>20,0%</b>
<b>TVN 7</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,7%</b>
<b>TVN24</b>	<b>3,1%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,2%</b>
TVP1	15,5%	17,6%	17,3%	18,7%
TVP2	13,5%	14,8%	15,8%	16,8%
Polsat	15,8%	17,5%	16,9%	18,6%
TV4	2,2%	2,5%	2,3%	2,7%
TVP Info	2,8%	2,4%	2,1%	1,9%

Źródło: Nielsen Audience Measurement



## Udział w grupie docelowej TVN (16-49, miasta 100.000 +)

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.
<b>TVN</b>	<b>20,9%</b>	<b>21,5%</b>	<b>25,0%</b>	<b>25,4%</b>
TVP1	12,0%	12,6%	13,6%	13,6%
TVP2	10,3%	11,1%	12,2%	12,8%
Polsat	12,4%	15,1%	13,5%	16,6%
TV4	2,1%	2,5%	2,3%	2,6%
TVP Info	2,5%	2,2%	1,9%	2,0%

Źródło: Nielsen Audience Measurement

## Udział w grupie docelowej pozostałych kanałów Grupy TVN

%	Całodobowo		Peak Time (18:00 – 23:00)	
	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.	wiosna 2010 r.	wiosna 2009 r.
TVN	20,9%	21,5%	25,0%	25,4%
TVN 7	1,9%	2,1%	1,9%	1,8%
TVN24	6,6%	4,8%	4,8%	3,7%
TVN Meteo	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
TVN Style	0,8%	0,9%	0,6%	0,7%
TVN Turbo	1,4%	1,3%	1,0%	1,1%

### Grupy docelowe

TVN	16-49, miasta 100.000 +
TVN7	16-34, miasta 100.000 +
TVN24	25+, miasta 100.000 +, przychody powyżej średniej
TVN Meteo	Miasta
TVN Style	Kobiety, 18-54, miasta
TVN Turbo	Mężczyźni, 16-39, miasta

Źródło: Nielsen Audience Measurement



## Załącznik 4

### Dziesięć najlepszych programów w sezonie wiosennym 2010 r. (marzec – czerwiec)

Data	Tytuł	Opis	Liczba widzów
17 maja 2010	FAKTY	Program informacyjny	5 052 692
14 marca 2010	TANIEC Z GWIAZDAMI	Program rozrywkowy	4 670 450
10 marca 2010	W-11 WYDZIAŁ ŚLED CZY	Serial kryminalny	4 382 100
10 marca 2010	YOU CAN DANCE - PO PROSTU TAŃCZ!	Program rozrywkowy	4 132 714
9 marca 2010	NA WSPÓLNEJ	Serial	3 978 873
4 marca 2010	UWAGA!	Magazyn	3 900 334
19 marca 2010	LEJDIS	Film	3 562 383
4 marca 2010	MAJKA	Serial	3 514 199
16 marca 2010	DETEKTYWI	Serial kryminalny	3 513 154
9 kwietnia 2010	TRANSFORMERS	Film	3 268 245

Źródło: Nielsen Audience Measurement

