

Televiziunile care au pierdut cei mai mulți telespectatori în 2023. Unele posturi au avut doar 37 de telespectatori pe minut, de Petru Barbu

În 2023, televiziunile de știri România TV și Antena 3 CNN au înregistrat scăderi accentuate de audiență la nivel național comparativ cu anul precedent. Cele trei mari televiziuni comerciale, Pro TV, Antena 1 și Kanal D, s-au confruntat cu aceeași „boală”, ultimele două reușind să atenueze efectele plecării românilor din fața micilor ecrane.

Raportul cu indicii de audiență TV pentru anul 2023, pe care Serviciul Național de Măsurare a Audienței, realizat de Kantar Media l-a înaintat recent Consiliului Național al Audiovizualului (CNA) pentru a stabili televiziunile libere la retransmisie pe rețelele de cablu (sistemul must-carry), confirmă că piața TV, cu mici excepții, suferă de o „hemoragie” de telespectatori care se prelungește în fiecare an. (Audiențele se referă la consumul de televiziune liniară, adică pe telecomandă.) Raportul cuprinde audiențele pentru 125 de televiziuni.

Comparațiile pe care le-am făcut cu indicii de audiență din 2022 arată că Pro TV a pierdut 35.184 de telespectatori în 2023, fiind cea mai mare pierdere de pe piața TV. În ciuda acestei scăderi, Pro TV a rămas liderul autoritar în clasamentul audienței naționale, cu o medie de 600.378 de telespectatori pe minut, potrivit măsurătorilor Kantar Media. Cu alte cuvinte, în fiecare minut din anul 2023, programele Pro TV au fost urmărite, în medie, de 600.378 de persoane.

La mare distanță de lider s-a aflat, la fel ca în anii precedenți, Antena 1 cu o medie de 426.789 de telespectatori pe minut. Ratingul anual este mai mic cu 5.702 persoane față de 2022, reprezentând o pierdere minoră. Kanal D, cea de-a treia televiziune de pe piața TV, a reușit să câștige 1.346 de telespectatori, ajungând la un rating anual de 362.034 de persoane pe minut. Se poate spune că Antena 1 și Kanal D și-au conservat audiențele, consolidându-și pozițiile pe piața TV. Este puțin probabil ca aceste două televiziuni să-și crească audiențele în acest an, ținând cont că principalul concurent, Pro TV, va difuza în vară meciurile de la Campionatul European de Fotbal din Germania. Dar să nu anticipăm!

Cele trei mari televiziuni generaliste au avut o cotă cumulată de piață de 43,3%. Altfel spus, 43,3% dintre românii care s-au uitat la televizor, în cursul anului trecut, au urmărit una dintre aceste televiziuni dintr-un total de 125 de stații. Această cotă de piață (vizionare) este mai mare cu 1,5 puncte procentuale față de 2022, fapt care arată că scăderea audiențelor pentru celelalte televiziuni a fost mai mare decât în cazul celor trei stații. Nișa televiziunilor de știri a suferit cele mai mari pierderi de audiență comparativ cu 2022, în ciuda războaielor din Ucraina și Israel care, teoretic, ar fi ridicat ratingurile. Dar consumul de știri pe internet și rutina în care au eşuat aceste televiziuni au erodat audiențele acestor programe (urmărite pe telecomandă). În plus, plecarea românilor la muncă în străinătate afectează ratingurile pe întreaga piață TV. În 2023, România TV a pierdut 30.479 de telespectatori față de anul precedent, în timp ce Antena 3 CNN, 33.552 de persoane, fiind a doua cea mai mare scădere după Pro TV. România TV a avut o medie de 216.977 de telespectatori pe minut (locul 4 în top), iar Antena 3 CNN, 159.678 de persoane pe minut (locul 5).

Cota cumulată de piață a televiziunilor de știri a fost de 16,4% în 2023, adică 16,4% dintre românii care au urmărit un program TV pe telecomandă în cursul anului s-au uitat la unul dintre aceste programe. În 2022, cota de vizionare a fost 18%, așadar nișa de știri a pierdut 1,6 puncte procentuale în ultimul an. În top 10 televiziuni cu cele mai mari audiențe în 2023 se află patru din cele cinci stații deținute de Intact Media Group (familia Dan Voiculescu). Televiziunile Happy Channel (programe pentru femei – 86.604 telespectatori) și Antena Stars (programe tabloide – 81.081) ocupă locul 6, respectiv 7. Dar cea mai mare creștere de audiență de pe piața TV a obținut-o televiziunea Film Cafe, deținută de grupul american AMC Networks: 39.708 persoane în plus față de ratingul din 2022. Altfel, ratingul Film Cafe a fost de 61.871 de telespectatori pe minut, ocupând locul 9 în clasamentul național. O altă televiziune de filme care a crescut este Cinemaron, operată de Clever Media (Adrian Tomșa, acționarul principal), care difuzează numai producții românești. Aceasta a atins o medie de 24.704 telespectatori pe minut, în creștere cu 9.255 față de 2022.

Trinitas, televiziune a cărei licență este operată de Patriarhia Română, a avut o audiență de 14.329 de telespectatori pe minut, situată la nivelul anului 2022. Trinitas ocupă locul 29 din 125 televiziunii, având un rating mai mare decât History, Warner TV, Disney și Bollywood TV.

Printre televiziunile cu indici de audiență mai mici de 2.000 de persoane la nivel național (consum pe telecomandă) se numără: Metropol (1.740 telespectatori pe minut), Nașul TV (1.116 telespectatori pe minut), Credo TV (860), NCN (749), Bollywood Classic (692), Global News (368), Canal 33 (302),

Apollonia TV (114), Valea Prahovei TV (108) și Link Press (37 de telespectatori). Acestea sunt televiziuni la care se uită patronii, angajații și rudele acestora și câțiva vecini de pe stradă...

<https://www.libertatea.ro/opinii/piata-de-televiziune-continua-sa-scada-in-audienta-care-au-fost-televiziunile-care-au-pierdut-cei-mai-multi-telespectatori-in-2023-unele-posturi-au-avut-doar-37-de-telespectatori-pe-minut-4793711>