

RYNEK PŁATNEJ TELEWIZJI W POLSCE

Raport końcowy

STYCZEŃ 2023

Raport przygotowany dla



ARTHUR LITTLE



Zastrzeżenie

Niniejszy raport, został zlecony przez PIKSEL na warunkach ograniczających odpowiedzialność Arthur D. Little do wysokości wynagrodzenia. Prezentowane wnioski są wynikiem naszych najlepszych profesjonalnych analiz i ocen, opartych na materiałach i informacjach przekazanych nam przez PIKSEL, danych pozyskanych przez ADL oraz publicznie dostępnych informacji.

Niniejszy raport odzwierciedla ustalenia poczynione w ciągu około tygodnia pracy (od rozpoczęcia analiz w dniu 9 stycznia 2023 r.). Raport opiera się na informacjach dostarczonych w sposób opisany powyżej, naszej wiedzy eksperckiej na temat rynku płatnej telewizji oraz polskich i zagranicznych operatorów telewizyjnych, a także na analizie publicznych źródeł i dostępnych baz danych. Wykorzystanie niniejszego raportu przez jakąkolwiek osobę trzecią w jakimkolwiek celu nie powinno i nie zwalnia takiej osoby trzeciej od przeprowadzenia własnego badania.

Jakiegokolwiek wykorzystanie niniejszego dokumentu przez osobę trzecią, jakiegokolwiek poleganie na nim, lub decyzje podejmowane na jego podstawie, należą do obowiązków osoby trzeciej. Arthur D. Little nie przyjmuje na siebie obowiązku ani odpowiedzialności jakiegokolwiek rodzaju wobec jakiegokolwiek strony trzeciej, ani odpowiedzialności za ewentualne szkody poniesione przez stronę trzecią w wyniku decyzji lub działań podjętych lub niepodjętych w oparciu o niniejszy dokument.

Polski rynek płatnej telewizji jest jednym z najbardziej konkurencyjnych i różnorodnych rynków w Europie



Podsumowanie kluczowych wniosków nt. rynku płatnej telewizji w Polsce

- Rynek płatnej telewizji w Polsce pod względem wartości **odpowiada za relatywnie wysoki procent PKB (~0,25%)** w porównaniu z innymi krajami (więcej niż w Niemczech, Francji czy Włoszech)
- Penetracja płatnej telewizji utrzymuje się w Polsce na **jednym z najwyższych poziomów w Europie (~88%)** i **prognozowany jest dalszy wzrost** wraz z rynkiem podczas gdy na większości rynków zachodnich spodziewany jest jej spadek
- Płatna telewizja w Polsce **radzi sobie bardzo dobrze w konkurencji przeciwko serwisom OTT**, w tym zagranicznym, utrzymując **wysoki średni czas spędzany na oglądaniu telewizji (ok. 4h dziennie)** i nie tracąc znacznie na wartości w porównaniu z innymi rynkami zagranicznymi
- **Duża ilość dostępnych kanałów (280+)** zapewnia widzom bogaty zakres programów, **w tym ok. 170* kanałów regionalnych i lokalnych** które dodatkowo wzmacniają tożsamość lokalną różnych obszarów Polski
- Pakiety płatnej telewizji utrzymują się na **jednym z najniższych poziomów cenowych w Europie (średnio ok. 11 EUR miesięcznie)**, oferując widzom szeroki zakres treści w przystępnej cenie w bardzo dobrej jakości HD



Rynek płatnej telewizji w Polsce jest największym w regionie CEE, o wysokiej penetracji i z prognozowanym wzrostem, oferując bogate pakiety w korzystnej cenie



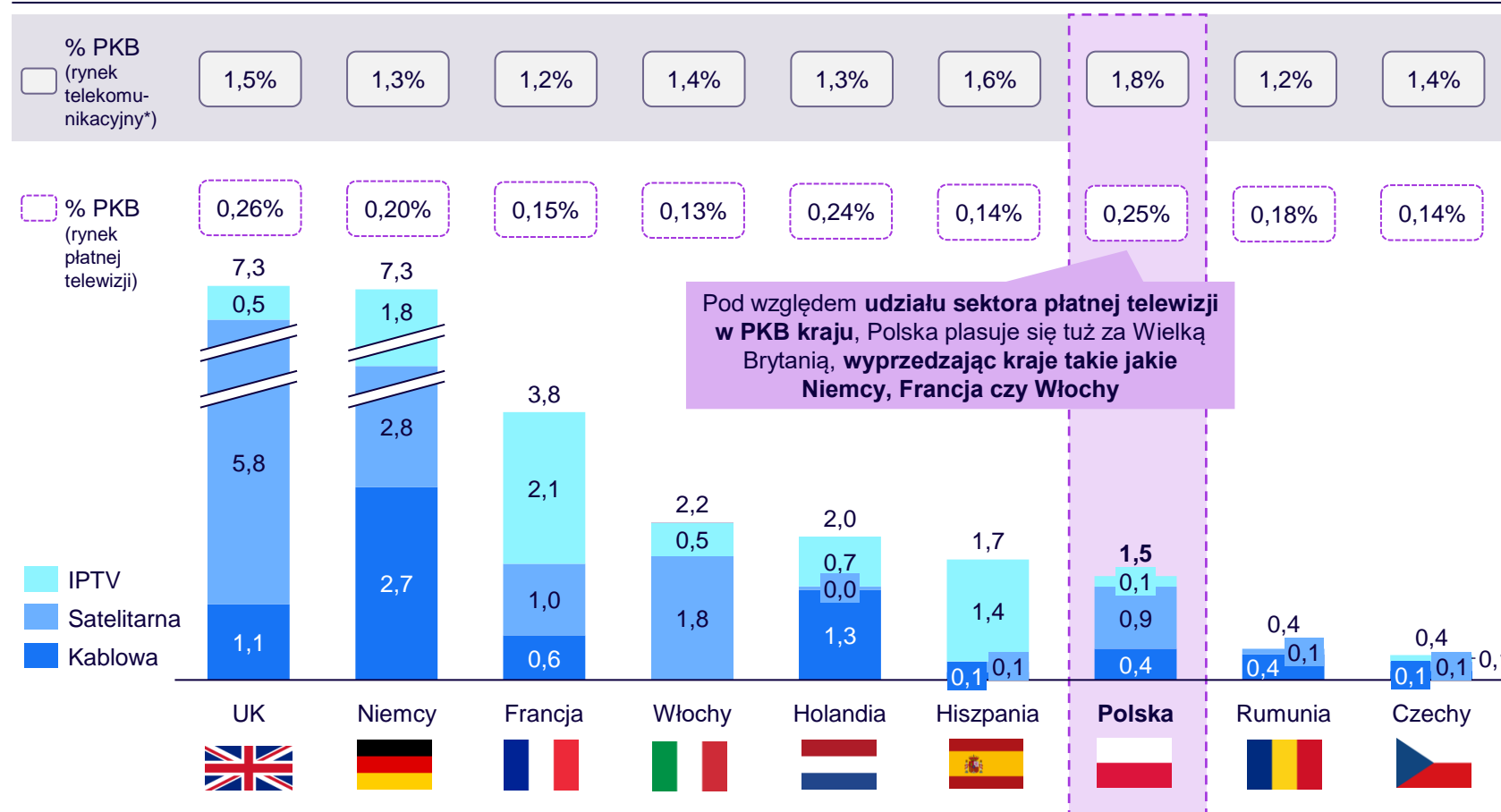
Podsumowanie rynku płatnej telewizji w Polsce

	Wartość rynku płatnej telewizji w Polsce jest jedną z najwyższych w Europie w stosunku do nominalnego PKB i najwyższą w regionie CEE	Udział w PKB	0.25%
	Rynek w Polsce cechuje się wysokim stopniem penetracji płatnej telewizji dzięki szerokiej i konkurencyjnej względem innych krajów ofercie operatorów	% penetracji płatnej telewizji	88%
	Prognozuje się, że wartość polskiego rynku i liczba subskrybentów mają wzrastać w najbliższych latach w obliczu spadków na większości rynków zagranicznych	Zmiana wartości rynku w Polsce (CAGR 2022-2027)	3%
	Ilość czasu spędzanego na oglądaniu telewizji w Polsce jest wyższa niż zagranicą do czego przyczynia się ilość i jakość oferowanych treści , a także ceny pakietów telewizyjnych	Dzienna liczba minut spędzana przed TV	246
	Operatorzy na polskim rynku posiadają bogate oferty kanałów telewizyjnych , także tych w wysokiej jakości (HD), przy relatywnie niskich cenach względem innych krajów	Maksymalny zakres oferowanych kanałów HD	147
	Polski rynek jest rozwinięty i cechuje się dużą ilością kanałów w języku polskim (280+) , w tym ok. 170* kanałów lokalnych i regionalnych , oraz wieloma nadawcami i operatorami	Kanały polskojęzyczne	280+
	Rynek płatnej telewizji w Polsce charakteryzuje się wysokim stopniem różnorodności pod względem rodzajów ofert i graczy, przy dużym udziale mniejszych i średnich firm	Udział małych i średnich firm	36%
	Koszty subskrypcji telewizyjnej w Polsce utrzymują się na niskim poziomie w relacji do PKB per Capita (ok. 2-krotnie niższy koszt niż w Hiszpanii, 3-krotnie niższy niż Włochy)	Średni koszt pakietu względem PKB per capita	0.3%

(*) Liczba obowiązujących koncesji dla telewizji lokalnych wg. stanu na wrzesień 2022;
Źródła: Arthur D. Little

Wartość rynku płatnej telewizji w Polsce względem PKB jest wysoka w skali Europy, będąc przy tym największym rynkiem Europy Środkowo-Wschodniej

Wartość rynku płatnej telewizji w podziale na segmenty dla Polski i innych krajów
mld EUR, 2022E



Kluczowe wnioski

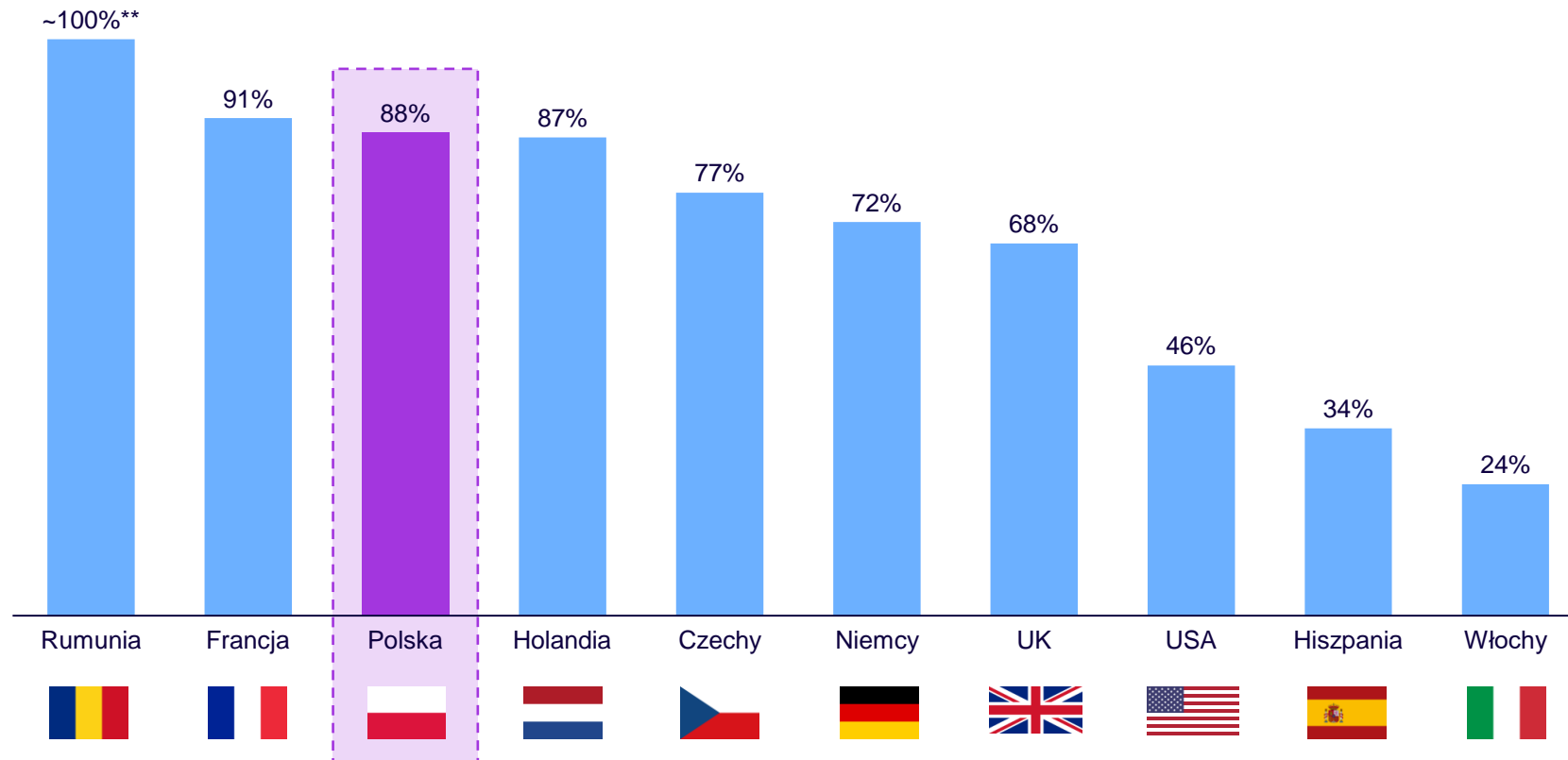
- Pod względem wartości rynku płatnej telewizji, **Polska jest największym rynkiem w Europie Środkowo-Wschodniej**, w tym porównywalnym do np. Hiszpanii
- Spośród porównywanych krajów, **rynek telekomunikacyjny stanowi w Polsce relatywnie najwyższą część PKB**, do czego przyczynia się sprawnie funkcjonujący rynek płatnej telewizji

(*) Na podstawie ostatnich dostępnych danych dla wszystkich porównywanych krajów z 2020 roku;
Źródła: ITU, GlobalData, S&P Global, Arthur D. Little

Penetracja płatnej telewizji w Polsce utrzymuje się na bardzo wysokim poziomie w skali Europy i USA dzięki konkurencyjnym ofertom operatorów

Udział liczby subskrypcji płatnej telewizji w całkowitej liczbie gospodarstw domowych

%*, 2022E



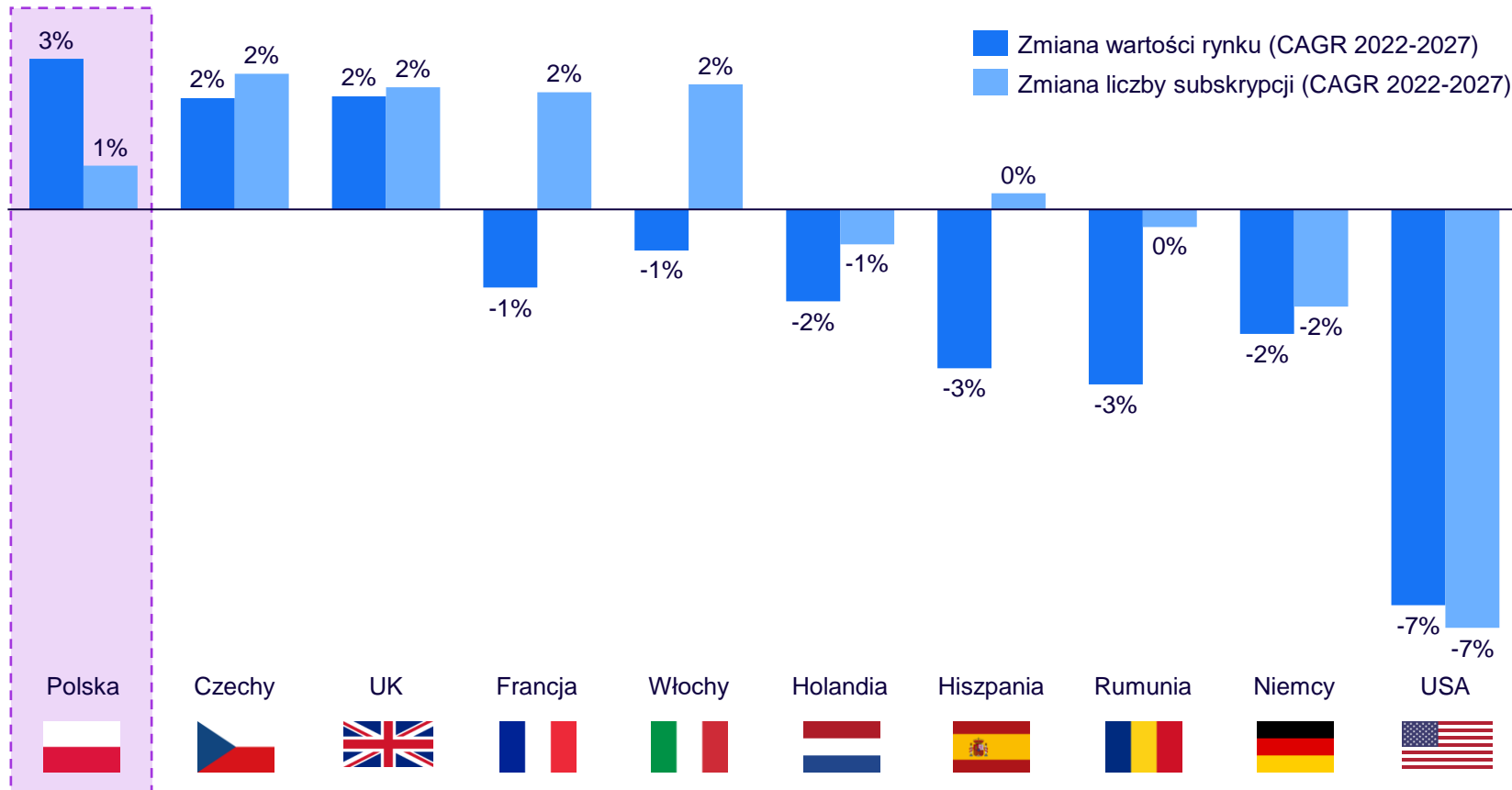
Kluczowe wnioski

- Kraje z wysoką penetracją płatnej telewizji (Rumunia, Francja, Polska) charakteryzują się **konkurencyjną ofertą operatorów**, zarówno pod względem **liczby oferowanych kanałów** (w tym specjalnych pakietów, np. sportowych) **jak i ceny**
- Niska penetracja wynika zwykle z **wysokiej ceny subskrypcji** (np. USA) lub **ograniczonej oferty** (np. Włochy, Hiszpania)

(*) Penetracja płatnej telewizji przedstawiona jako liczba subskrypcji płatnej telewizji podzielona przez liczbę gospodarstw domowych (uwzględniając całkowitą liczbę subskrypcji, w tym w domostwach z więcej niż jedną); (**) Penetracja na poziomie ok. 100% w Rumunii wynika ze specyfiki rynku, w tym cen i rodzajów oferowanych pakietów; Źródła: GlobalData, S&P Global, Arthur D. Little

W ciągu najbliższych pięciu lat przewiduje się wzrost polskiego rynku płatnej telewizji i liczby subskrybentów dzięki dużej różnorodności i bogactwu dostępnych ofert

Przewidywana zmiana wartości rynku i liczby subskrypcji płatnej telewizji w Polsce i zagranicą
% CAGR, 2022E-2027P



Kluczowe wnioski

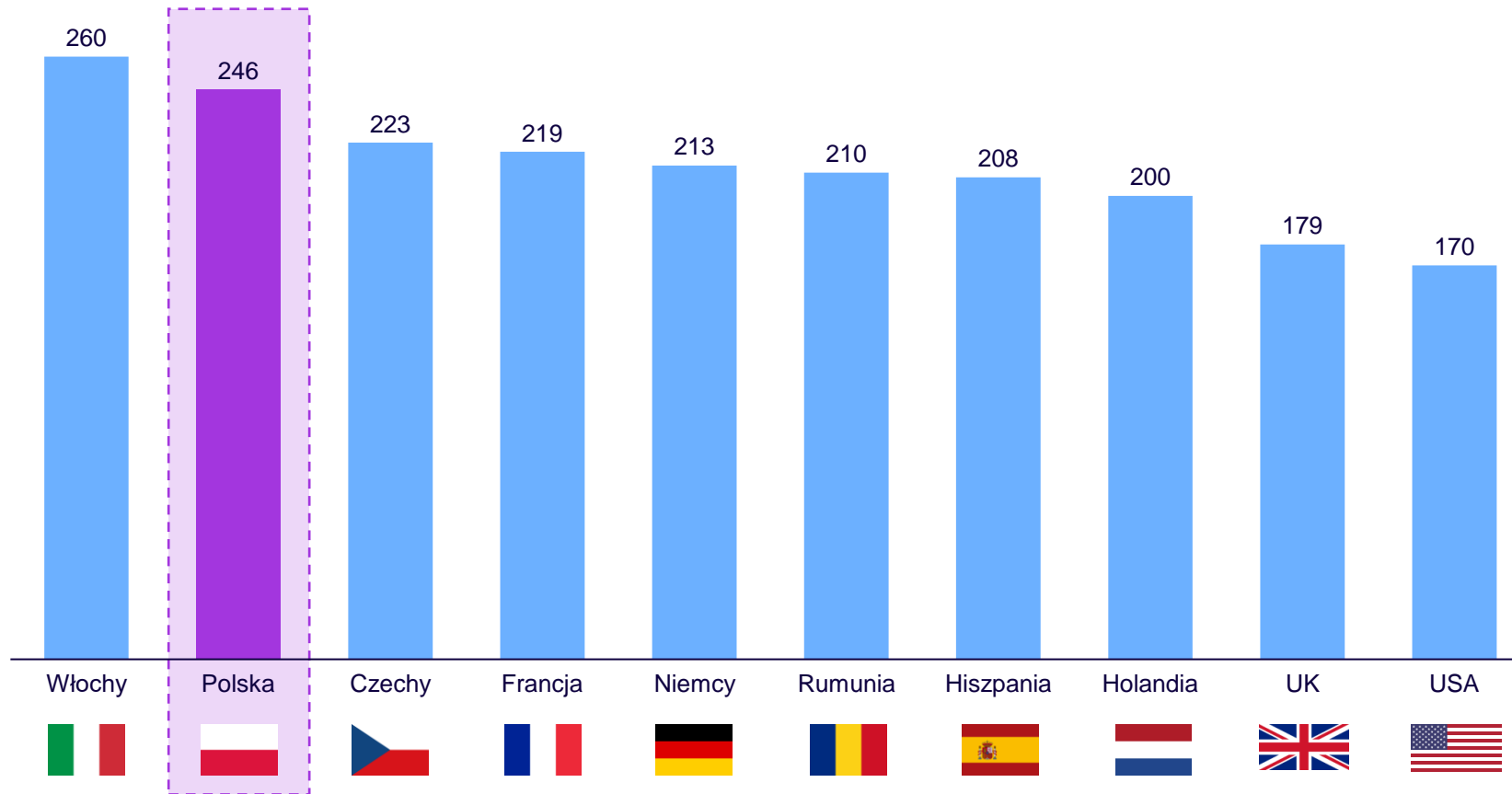
- Wzrost na polskim rynku powinien wynikać zarówno ze **wzrostu liczby subskrypcji jak i średniego kosztu**, podczas gdy **większość rynków zachodnich będzie maleć**
- Spadki na większości rynków związane są z **tendencją odchodzenia od płatnej telewizji na rzecz usług OTT** (w tym serwisy streamingowe typu Netflix)

Niektóre rynki mogą spaść w wartości w związku z obniżeniem średniego kosztu dla abonenta (przenoszenie się na tańsze pakiety lub do tańszych operatorów);
Źródła: GlobalData, S&P Global, Arthur D. Little

Polacy spędzają średnio przed telewizorem więcej czasu niż mieszkańcy większości porównywanych krajów ze względu na bogactwo dostępnych treści

Średnia ilość czasu spędzana na oglądaniu telewizji w Polsce i zagranicą

średnia liczba minut dziennie, 2021







Kluczowe wnioski

- Długość czasu przed telewizorem wynika między innymi z **wysokiej liczby i jakości dostępnych programów i treści**, które skłaniają widzów do spędzania większej ilości czasu oglądając telewizję i które czynią z telewizji płatnej atrakcyjną rozrywkę
- W krajach o mniej konkurencyjnych rynkach ludzie spędzają **relatywnie więcej czasu np. na serwisach OTT**






Operatorzy płatnej telewizji w Polsce zmuszeni są konkurować z rosnącym rynkiem OTT, który rozwija się przy dużym udziale międzynarodowych platform

Podsumowanie rynku i głównych graczy OTT w Polsce stan na koniec listopada 2022

Serwisy zagraniczne

Serwis	Liczba realnych użytkowników	Wzrost liczby użytkowników rok do roku
	13,0 mln	0%
	4,7 mln	+44% ¹
	4,5 mln	Nowa platforma
	2,7 mln	+24%

Serwisy lokalne

Serwis	Liczba realnych użytkowników	Wzrost liczby użytkowników rok do roku
	4,1 mln	0%
	3,1 mln	+2%
	2,6 mln	+10%
	2,4 mln	-20%
	2,4 mln	-50%

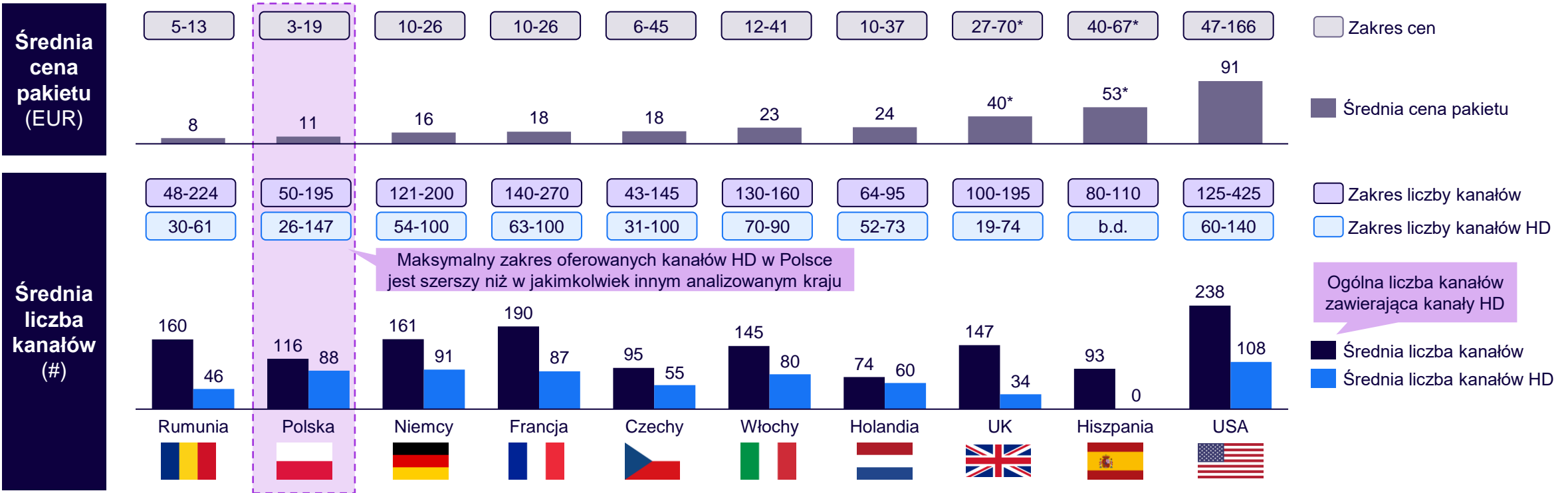
Kluczowe wnioski

- Rynek OTT w Polsce rozwija się zgodnie ze światowymi trendami i rośnie na znaczeniu, co przyczynia się do **rosnącej presji na operatorów płatnej telewizji** którzy zmuszeni są **konkurować i inwestować w celu wzbogacenia swojej oferty** względem innych serwisów
- W ostatnim czasie pojawiło się w Polsce wiele **nowych platform OTT/VOD** (Disney+ i HBO MAX w 2022, Prime Video w 2021), które zwiększają konkurencję na rynku

1) Zmiana platformy HBO z HBO Go na HBO MAX;
Źródła: Gemius/PBI, Wirtualne Media, Arthur D. Little

Pakiety płatnej telewizji oferowane w Polsce są jednymi z najtańszych w Europie, oferując przy tym dostęp do prawie 200 kanałów, w tym ok. 150 kanałów HD

Średnia cena pakietu i ilość kanałów płatnej telewizji w Polsce i zagranicą stan na Styczeń 2023



► Model sprzedaży płatnej telewizji w Europie, podobnie jak w Polsce, opiera się na **sprzedaży pakietów składających się z wielu kanałów**, co umożliwi dostarczenie widzowi **szerokiego zestawu różnorodnych programów w atrakcyjnej cenie**

(*) Pakiety łączone z innymi usługami takimi jak internet i telefon;
Źródła: strony internetowe operatorów, Arthur D. Little

Podsumowanie ofert à la carte w innych krajach nie jest możliwe, ponieważ na żadnym z porównywanych rynków nie występuje taka forma sprzedaży

Podsumowanie ofert płatnej telewizji na wybranych kluczowych rynkach zagranicznych



Niemcy

Finde deinen Tarif
Aktion: Alle Tarife mit 24 Monate Laufzeit haben eine Ersparnis von mindestens 6 Monaten inklusiv!

	MagentaTV FLEX	MagentaTV SMART	MagentaTV ENTERTAIN	MagentaTV NETFLIX
Seiten- und Filme inkl.	✓	✓	✓	✓
Zeitversetztes Fernsehen	✓	✓	✓	✓
Auf allen Geräten	✓	✓	✓	✓
Sender in HD	Über 90	Über 100	Über 100	Über 100
Parallele Streams	✓	✓	✓	✓
Aufnahmespeicher	24 Std.	50 Std.	50 Std.	50 Std.
RTL+ Premium	✗	✓	✓	✓
Netflix (Standard Abo)	✗	✗	✗	✓
Disney+ (Standard Abo)	✗	✗	✓	✗
Vertragslaufzeit	1 Monat	1 Monat 24 Monate	24 Monate	24 Monate
	10 € wtl. ⁽¹⁾	0 € wtl. ⁽¹⁾ Ab dem 2. Monat 10 € wtl.	0 € wtl. ⁽¹⁾ Ab dem 2. Monat 10 € wtl.	0 € wtl. ⁽¹⁾ Ab dem 2. Monat 21 € wtl.
	Tarif wählen	Tarif wählen	Tarif wählen	Tarif wählen

Oferta pakietowa Deutsche Telekom



Francja

Multi Thématiques

Bouquet Famille

Une quarantaine de chaînes à découvrir en famille

Pack Famille et Disney+

L'émotion et le divertissement réunis

Bouquet Intense

Et encore + de chaînes

Pack Jeunesse

Un max de dessins animés et de jeux vidéo pour s'amuser et vivre de grandes aventures

Oferta pakietowa Orange



UK

TV Bundles Broadband

Bundles

Big Volt bundle

362mbps **£41.99** / month

M960 M330 Fibre Broadband, Weekend chatter & 100+ TV channels + O2 SIM

[Select](#)

[Customise this bundle](#)

18-month contracts
No setup fee

Big Volt bundle + Drama & Docs

362mbps **£45.99** / month

M960 M330 Fibre Broadband, 145+ channels with Entertainment, Drama & Docs, Weekend chatter + O2 SIM

[Select](#)

[Customise this bundle](#)

18-month contracts
No setup fee

Bigger Volt bundle

516mbps **£47** / month

M960 M500 Fibre Broadband, Weekend chatter & 150+ TV channels + O2 SIM

[Select](#)

[Customise this bundle](#)

18-month contracts
No setup fee

Oferta pakietowa Virgin Media O2



USA

Shop TV plans and pricing

Enjoy an everyday price with the base channels and features that suit you best, your first Contour fee and voice remote included and no term agreement.

Contour TV Starter

75+ channels

\$56.00/mo

[Add to cart](#)

[Plan Details](#)

Contour TV Preferred

140+ channels

\$99.00/mo

[Add to cart](#)

[Plan Details](#)

Contour TV Preferred Plus

170+ channels

\$119.00/mo

[Add to cart](#)

[Plan Details](#)

Contour TV Ultimate

250+ channels

\$139.00/mo

[Add to cart](#)

[Plan Details](#)

Oferta pakietowa Cox

W żadnym z porównywanych kluczowych rynków europejskich (i USA) nie występują regulacje związane ze sprzedażą dostępu do kanałów metodą à la carte i nie znaleziono operatorów, którzy oferowaliby dostęp do płatnej telewizji z podobnym modelem sprzedaży (wszystkie dostępne oferty sprzedaży dotyczą pakietów kanałów podobnie do modelu obecnie funkcjonującego na polskim rynku)

Polska oferta płatnej telewizji charakteryzuje się szerokim dostępem do różnorodnych treści z dużą liczbą kanałów polskojęzycznych, w tym wielu programów lokalnych

Podsumowanie oferty i graczy na rynku płatnej telewizji w Polsce

Kanały polskojęzyczne

280+

liczba dostępnych kanałów polskojęzycznych, w tym:

170* kanałów regionalnych i lokalnych



15+ kanałów dla dzieci



20+ kanałów sportowych



20+ kanałów edukacyjnych i dokumentalnych



► Liczba dostępnych w Polsce kanałów w lokalnym języku **nie odbiega od kluczowych rynków europejskich** (np. Holandia czy Włochy)

Organizacje nadawcze

70+

nadawców ogólnokrajowych i regionalnych:



Operatorzy

Kilkuset

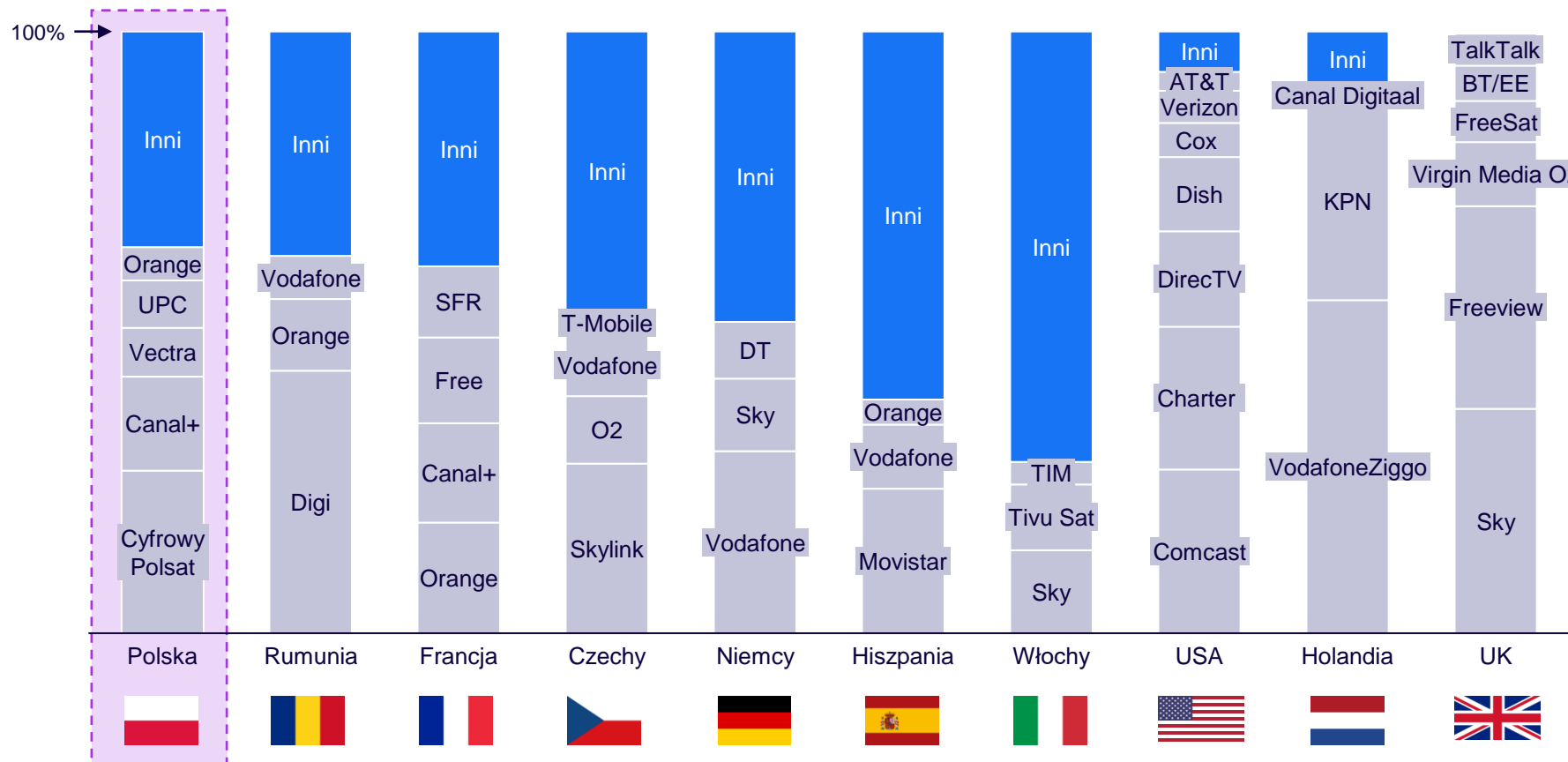
operatorów telewizyjnych:



(* Liczba obowiązujących koncesji dla telewizji lokalnych wg. stanu na wrzesień 2022;
Źródła: KRRiT, Arthur D. Little

Polski rynek charakteryzuje się wysokim stopniem konkurencyjności pod względem udziałów operatorów, w tym relatywnie wysokim udziałem mniejszych i średnich firm

Szacunkowy udział operatorów w rynku płatnej telewizji w Polsce i zagranicą
%, 2022E



Kluczowe wnioski

- Polski rynek podzielony jest między **kilku dużych operatorów** spośród których żaden nie osiąga dominującej pozycji względem reszty oraz **dużą liczbę mniejszych i średnich firm** których łączny udział osiąga ok. 1/3 rynku
- Podział rynku między operatorów w Polsce jest **zrównoważony bez nadmiernych bądź zbyt niskich udziałów poszczególnych graczy**

Źródła: GlobalData, S&P Global, Arthur D. Little

Kluczowi operatorzy w Polsce oferują szeroki wybór pakietów i kanałów w różnych przedziałach cenowych, przyczyniając się do zdrowej i konkurencyjnej struktury rynku

Porównanie zakresu ofert polskich operatorów stan na Styczeń 2023

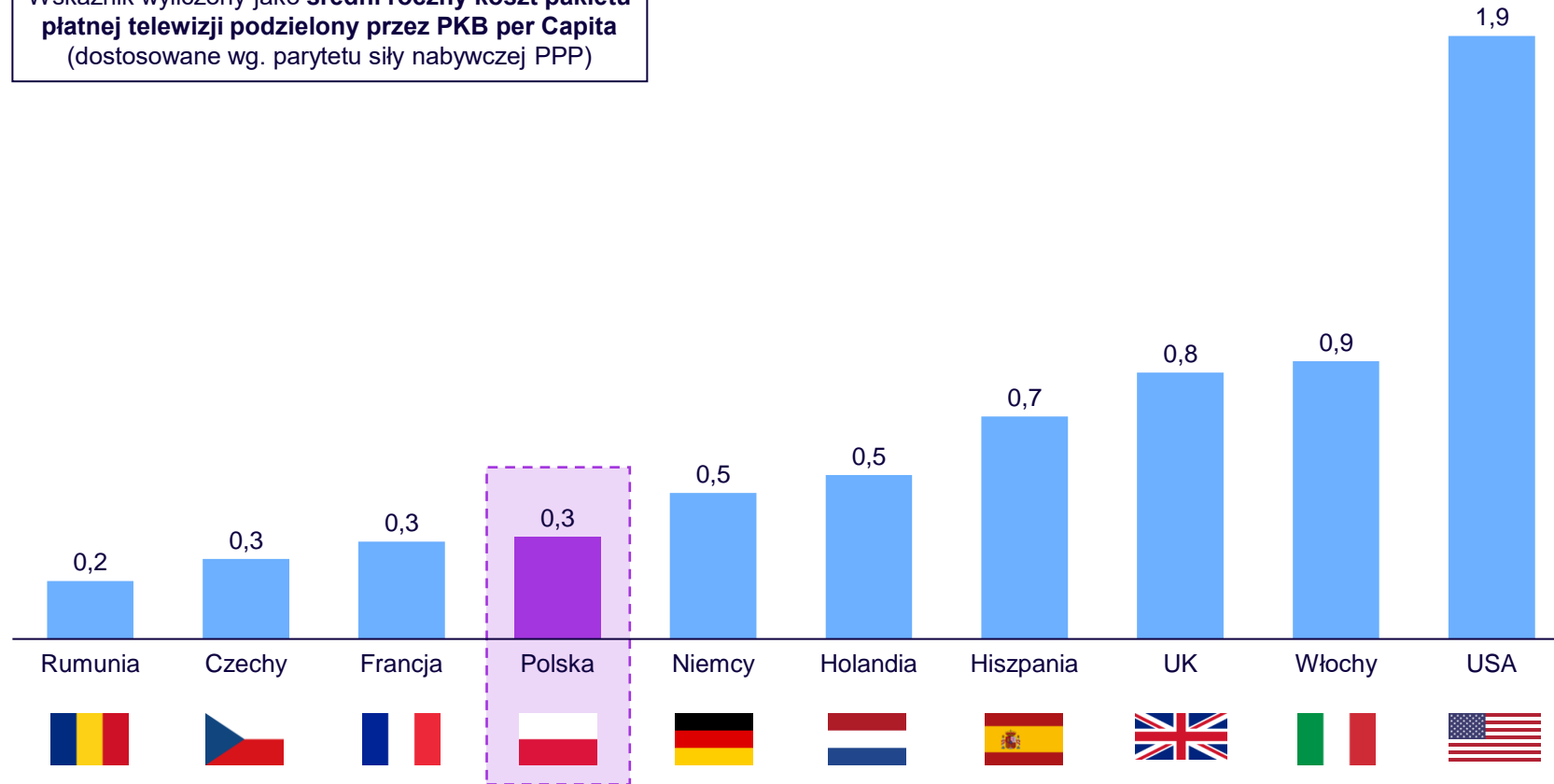
Liczba pakietów	3	4	5	3	3 Pakiety z internetem
Zakres cen (EUR)	~8-14	~6-15	~3-19	~4-15	~25-45
Zakres ilości kanałów	82-177	55-136	71-161	50-181	131-195
Zakres ilości kanałów HD	51-124	26-72	49-108	40-143	95-147
TV satelitarna	✗	✓	✓	✗	✓
IPTV	✓	✓	✗	✓	✓
TV kablowa	✓	✓ Oferowane przez Netię należącą do Grupy Polsat	✗	✓	✗

Koszt subskrypcji w Polsce utrzymuje się na relatywnie niskim poziomie przy bogatej ofercie operatorów, zapewniając polskiemu widzowi konkurencyjne warunki oferty

Wskaźnik średniego kosztu pakietu płatnej telewizji względem PKB per Capita wg. PPP

%, 2022E

Wskaźnik wyliczony jako **średni roczny koszt pakietu płatnej telewizji podzielony przez PKB per Capita** (dostosowane wg. parytetu siły nabywczej PPP)



Kluczowe wnioski

- Koszt płatnej telewizji w Polsce jest **jednym z najniższych względem PKB per Capita**, co przyczynia się do **wysokiej przystępności cenowej dla przeciętnego widza**
- W przypadku **zmniejszenia stopnia opłacalności** średniego pakietu, istnieje **ryzyko potencjalnego spadku liczby subskrybentów** podobnie do innych krajów Europy Zachodniej

Arthur D. Little has been at the forefront of innovation since 1886. We are an acknowledged thought leader in linking strategy, innovation and transformation in technology-intensive and converging industries. We navigate our clients through changing business ecosystems to uncover new growth opportunities. We enable our clients to build innovation capabilities and transform their organizations.

Our consultants have strong practical industry experience combined with excellent knowledge of key trends and dynamics. ADL is present in the most important business centers around the world. We are proud to serve most of the Fortune 1000 companies, in addition to other leading firms and public sector organizations.

For further information, please visit www.adlittle.com or www.adl.com.

Copyright © Arthur D. Little Luxembourg S.A. 2023.
All rights reserved.

Kontakt:

Piotr Baranowski

Partner, Polska

Tel. +48 501 600 785

baranowski.piotr@adlittle.com

ARTHUR  LITTLE

THE DIFFERENCE