

Впервые за долгие годы у российских телезрителей сменился лидер

«Россия 1» с небольшим отрывом стала самым популярным каналом, сменив «Первый канал»



В 2016 г. «Россию 1» смотрело больше зрителей, чем «Первый канал», следует из данных Mediascope (прежде назывался TNS). С 1 января до 26 декабря этот канал ВГТРК в среднем в день смотрело 12,9% зрителей старше четырех лет (данные по городам России с населением более 100 000 человек), а у привычного лидера, «Первого», доля по той же аудитории составила 12,7%. Данные за весь год представитель Mediascope вчера предоставить не смог, но сообщил, что у телекомпаний они уже есть. Представитель ВГТРК подтвердил, что и в целом за год доля «России 1» выше, чем у «Первого». Сотрудник одного из каналов, видевший данные Mediascope за весь 2016 год, говорит, что доли двух крупнейших каналов с 26 декабря не изменились.

По сравнению с 2015 г. доля «России 1» немного выросла (была 12,7%, та же выборка), а доля «Первого» была 13,7%.

«Первый» – практически бессменный лидер отечественного эфира. Лишь в 2012 г. он проиграл по доле каналу НТВ.

«За последний год мы усилили сеть региональных новостей, запустили востребованные развлекательные форматы выходного дня, например «Удивительные люди» и всероссийский открытый

конкурс детских талантов «Синяя птица», также канал смог усилить сериальное направление по будням, что и сделало нас лидерами эфира», – объяснил успех «России 1» представитель ВГТРК. Лидер, по его словам, сменился в июле.

«Мы не доверяли данным TNS раньше, и в 2016 г. не произошло ничего такого, чтобы мы начали относиться к ним с большим доверием. Эти данные ничего не говорят о реальном телесмотрении», – заявил представитель «Первого».

По данным Mediascope, восемь из 10 самых популярных программ года (включая новогоднее поздравление президента России, юбилейный выпуск КВН и прямую трансляцию парада Победы) вышли в эфире «Первого», указал представитель канала и сказал, что «Первый» ждет, пока система измерений будет реформирована.

Селлер «Первого» (Vi, теперь «Национальный рекламный альянс») продает рекламу на канале на основе именно рейтингов Mediascope.

Для доходов телеканалов важнее не его доля среди всех зрителей, а доля так называемой целевой аудитории. К примеру, у «Первого» это зрители 14–59 лет.

Чем больше аудитория телеканала, тем больше рекламы он может продать. За первые девять месяцев 2016 г. рекламодатели потратили на продвижение на каналах 102,9 млрд руб. – на 13% больше, чем за тот же период 2015 г. (данные Ассоциации коммуникационных агентств России; итоги года пока не опубликованы). Но зависимость доходов каналов от рейтингов непрямая: когда первая тройка телеканалов даже теряла аудиторию, ее доходы росли – и рекламный рынок рос, и реклама дорожала.

В своей целевой аудитории в прошлом году «Первый» также терял зрителей, его доля снизилась с 12,6% в 2015 г. до 11,5% в 2016 г.

У «России 1» по целевой аудитории (зрители старше 25 лет) доля

выросла с 13,8 до 14%.

Третий по популярности канал в стране – НТВ – в 2016 г. продолжил терять зрителей. Его доля в целевой аудитории (зрители старше 18 лет) снизилась с 10,7 до 9,8%. Представитель НТВ от комментариев отказался.

У НТВ в конце октября сменились гендиректор и генпродюсер (теперь это Алексей Земский и Тимур Вайнштейн соответственно. – «Ведомости»), главной задачей которых стало как раз возвращение зрителей на канал, омоложение аудитории, напомнил человек, близкий к НТВ. В ноябре – декабре канал выпустил целую линейку новых шоу, но рейтинги в результате не улучшились. В итоге стало понятно, что невозможно сломить тренд, если кардинально поменять лишь небольшую часть эфира, зрители воспринимают канал целиком, а тотальное обновление требует времени, объясняет собеседник «Ведомостей». К тому же у НТВ, по его словам, вообще нет запасов по контенту и те же низкорейтинговые сериалы пока нечем заменить. Теперь новая команда рассчитывает на новые сериалы, которые сейчас производятся и выйдут в эфир следующей весной.

*По тексту **Екатерины Брызгаловой** и **Ксении Болецкой***

9 января 2017 г.

ВЕДОМОСТИ