**Polacy pokochali Disney+ za cenę i dostępne seriale, chociaż krytykują go za błędy w aplikacji i jakość obrazu. Nowa analiza SentiOne**

**Od dwóch tygodni Polacy nareszcie mogą legalnie korzystać z platformy streamingowej Disney+. Według analizy polskiego SentiOne aprobatę internautów wzbudziły zwłaszcza cena abonamentu oraz bogata zawartość biblioteki nowego serwisu - szczególnie cieszą się fani starych animacji oraz produkcji ze świata Marvela i Star Wars. W tej sytuacji część odbiorców deklaruje rezygnację z dwukrotnie droższego Netflixa, mimo że zdaniem internautów ma lepszą jakość obrazu.**

Po bardzo długim oczekiwaniu - według pierwszych zapowiedzi polska wersja platformy miała zostać uruchomiona jeszcze w 2021 r. - **od 14 czerwca Polacy mogą oficjalnie korzystać z Disney+**. SentiOne, polska firma zajmująca się m.in. monitoringiem Internetu z wykorzystaniem zaawansowanej technologii sztucznej inteligencji, sprawdziła, co o wyczekiwanej premierze sądzą polscy internauci. W sumie **od początku roku do końca czerwca pojawiło się blisko 40 tys. wypowiedzi na temat nowego serwisu**.

Zainteresowanie serwisem wzrastało stopniowo. Liczba wzmianek na temat Disney+ skoczyła do 10 tys. 26 stycznia, czyli w dniu publikacji komunikatu potwierdzającego uruchomienie serwisu latem tego roku. Między lutym a majem liczba wzmianek utrzymywała się na poziomie ok. 5-7 tys.dziennie - dyskutowano przede wszystkim o tym, jakie filmy i seriale zostaną udostępnione polskim użytkownikom. **Największy skok zainteresowania przypada na dzień uruchomienia platformy 14 czerwca, kiedy zarejestrowano aż 23 tys. wypowiedzi, ponad połowę wszystkich wzmianek o Disney+ z tego roku**.

**Disney+ chwalony za cenę, krytykowany za działanie aplikacji**

Wszystkie wypowiedzi na temat Disney+ wygenerowały zasięg poziomie 85 mln wyświetleń, z czego **aż 11 mln zyskały wzmianki nacechowane pozytywnie**, a tylko 5 mln te o nacechowaniu negatywnym. Internauci najbardziej zadowoleni byli z ceny abonamentu, fani Marvela i Star Wars zachwalali listę dostępnych seriali, usatysfakcjonowani byli również wielbiciele starych bajek oraz produkcji emitowanych na zlikwidowanych w zeszłym roku kanałach Fox. Z kolei **negatywne wypowiedzi dotyczyły przede wszystkim braku polskich napisów w niektórych filmach oraz braku możliwości wyboru rozdzielczości 4K UHD**. Najwięcej negatywnych opinii pojawia się w App Store i Google Play Store i dotyczy problemów z działaniem samej aplikacji.

Przy okazji analizy opinii polskich internautów na temat Disney+ SentiOne przetestował swoją nową funkcję - **mierzenie zaangażowania odbiorców w mediach społecznościowych**. Dzięki niej można zmierzyć średnią liczbę interakcji pod postami wskazanej marki na Facebooku, Instagramie i Twitterze, a w przyszłości również na TikToku. W tym porównaniu Netflix wypada lepiej, zbierając w tym roku średnio 2772 reakcje i 155 komentarzy pod swoimi postami. W przypadku Disney+ jest to średnio 311 interakcji i 55 komentarzy.

*Należy pogratulować wejścia Disney+ na rynek, ponieważ zdecydowanie wygenerowali dużo szumu medialnego, dobrali odpowiednią ofertę cenową i bardzo szeroką gamę filmów i seriali* - mówi **Agnieszka Uba, Head of Product Marketing w SentiOne** - *Dotarli do grupy docelowej, która do tej pory była trochę zaniedbana na platformach streamingowych: pokolenia baby boomers i starszych millenialsów, którzy na Disney+ oglądają seriale święcące triumfy kilkanaście lat temu, jak „Kości”, lub klasyki lat 80., jak „MASH”. Wiele osób wraca też do ulubionych animacji z dzieciństwa. Kolejna zaopiekowana grupa to bardzo zaangażowani i lojalni fani Star Wars oraz Marvela.*

**Polacy wolą Disney+ od Netflixa**

Spośród wszystkich rozmów o nowym serwisie aż co dziesiąta porównuje go z Netflixem, przede wszystkim w kontekście ceny - 29 zł za miesiąc przy zakupie rocznego abonamentu Disney+ i 60 zł miesięcznie za Netflixa. Część komentujących deklaruje, że co miesiąc będzie wykupywać dostęp do innej platformy streamingowej, z kolei **wielu rodziców wybiera Disney+ ze względu na treści atrakcyjne dla dzieci**. Jednak pod względem jakości obrazu i dostępności napisów do filmów w opinii internautów wygrywa Netflix.

*Subskrybentów coraz mniej stać na abonamenty na wszystkich dostępnych platformach streamingowych* - mówi **Katarzyna Czajka-Kominiarczuk, autorka bloga o popkulturze „Zwierz Popkulturalny”** - *Amazon Prime, HBO Max i Disney+ zaoferowały ostatnio klientom korzystne promocje zaś Netflix, w obliczu swoich problemów, głównie na rynku amerykańskim, zapowiada ograniczenia dla widzów, m.in. kontrolę dzielenia kont. Netflix musi się więc zmagać nie tylko z rosnącą konkurencją, ale także z coraz silniejszym poczuciem odbiorców, że jest to platforma droga - po uruchomieniu Disney+ wielu abonentów może przestać uważać go za główny serwis streamingowy. Szansą Netflixa są natomiast produkcje polskie, pod względem których przoduje obecnie wśród dostępnych platform.*

**Jak działa monitoring Internetu?**

SentiOne już od ponad 10 lat rozwija swoje **algorytmy sztucznej inteligencji, które rozumieją ludzkie intencje z trafnością na poziomie 96 proc.** i są w stanie wskazać towarzyszące im emocje - radość, smutek, złość, rozczarowanie, a nawet sarkazm. Każdego dnia gromadzą i analizują **ponad 40 mln wzmianek** z domen publicznych z całego świata, takich jak media społecznościowe, fora, serwisy informacyjne czy blogi. Aplikacja SentiOne do monitoringu Internetu pozwala na sprawdzanie w ramach jednego projektu nieograniczonej liczby słów kluczowych i dzielenie się wynikami analizy z innymi użytkownikami. Od niedawna dostępna jest również funkcja analizy TikToka, z którego korzysta już miliard użytkowników miesięcznie.