**Ranking serwisów streamingowych i VOD za 2021 rok**

**Polski SentiOne przeprowadził analizę popularności serwisów streamingowych i VOD wśród Internautów za cały 2021 r. Jej wyniki potwierdzają zdecydowaną przewagę Netflixa nad konkurencją. Natomiast wśród serwisów VOD, gdzie płaci się za dostęp do pojedynczych tytułów, najpopularniejszy jest Player.pl. Spore zainteresowanie budzi VOD TVP, na którym wiele treści jest dostępnych bezpłatnie. Sporo dyskusji wywołuje również serwis Disney +, mimo że oficjalnie nie jest dostępny w Polsce.**

Oglądalność tradycyjnej telewizji w Polsce powoli spada. W 2021 r. Polacy spędzili na oglądaniu telewizji średnio 4 godziny, 6 minut i 34 sekundy na dobę - to najniższy wynik od roku 2012, a tendencja spadkowa dotyczy wszystkich grup wiekowych, jak wynika z [danych](https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/czas-ogladania-telewizji-w-2021-roku-spadl-o-14-minut-tvp1-liderem-w-4-a-tvn-w-16-49). Jednocześnie gwałtownie [rośnie oglądalność platform streamingowych](https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/platformy-streamingowe-ott-raport-conviva-ameryka-polnocna-europa-afryka_1) - o 266 proc. w ciągu ostatnich trzech lat. Według [danych](https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/netflix-z-kolejnym-rekordem-w-polsce-mocno-w-gore-prime-video-i-canal-online-viaplay-znow-ze-spadkiem) z listopada 2021 r. najpopularniejszym serwisem streamingowym w Polsce był Netflix, z ponad 13 mln użytkowników. Za nim w pierwszej trójce znalazły się VOD Wp.pl (4,6 mln użytkowników) i Player.pl (4,1 mln użytkowników).

**A jak to wygląda nie pod względem liczby użytkowników, ale popularności w rozmowach Internautów?**

SentiOne, polska firma zajmująca się m.in. monitoringiem Internetu z wykorzystaniem zaawansowanej technologii sztucznej inteligencji, postanowiła to sprawdzić. Analiza obejmuje cały rok 2021 i dotyczy platform streamingowych, pobierających opłaty abonamentowe, jak i serwisów VOD, gdzie płaci się za dostęp do poszczególnych tytułów.

**PLATFORMY STREAMINGOWE**

**Najpopularniejszy Netflix omawiany w kontekście „Wiedźmina”**

W zestawieniu platform streamingowych króluje **Netflix** z ponad **1,3 mln wzmianek**, które osiągnęły zasięg na poziomie **4,6 mld wyświetleń**. Najwięcej z nich odnotowano w styczniu - ponad 177 tys. Natomiast gwałtowny wzrost zasięgu - o niemal 170 proc. w porównaniu do poprzedniego miesiąca - miał miejsce w sierpniu, czyli w miesiącu, w którym zmieniły się ceny niektórych pakietów abonamentowych.

W kontekście Netflixa często rozmawiano o Wiedźminie. Sformułowania **„wiedźmin serial” i „wiedźmin netflix” odnotowały w sumie 76,5 tys. wzmianek o zasięgu 281 mln wyświetleń**. Ponad 29 tys. pochodzi z grudnia, kiedy drugi sezon „Wiedźmina” miał swoją premierę. Dla porównania **„Squid Game”, pod względem oglądalności największy światowy hit Netflixa, w Polsce był wymieniany 59,6 tys. razy**. Wzmianki na jego temat osiągnęły zasięg na poziomie 91 mln wyświetleń.

**HBO GO z „Mare z Easttown”**

Serwis **HBO GO** był przez Internautów **wymieniany 152,5 tys. razy**, a wzmianki na jego temat osiągnęły **zasięg na poziomie 353 mln wyświetleń**. Najwięcej wypowiedzi odnotowano w marcu - 18,7 tys. W kontekście HBO GO często wspominano serial „Mare z Easttown” - 8,2 tys. wzmianek, które osiągnęły 12 mln wyświetleń zasięgu. Ponad 4,7 tys. razy wymieniany był serial „Euforia”, a wzmianki o nim osiągnęły 9 mln wyświetleń.

**Amazon Prime Video popularny wśród mężczyzn**

Na trzecim miejscu znalazł się serwis **Amazon Prime Video** - **77,6 tys. wzmianek z 90 mln wyświetleń zasięgu**. Największą liczbę wypowiedzi i najwyższe zasięgi serwis odnotował w październiku. O ile w przypadku Netflixa i HBO GO wypowiedzi rozkładają się mniej więcej po równo między mężczyznami i kobietami, to tutaj zaledwie 13 proc. wszystkich wypowiedzi pochodzi od kobiet.

**Disney + popularny, chociaż legalnie wciąż niedostępny**

Ciekawym przypadkiem jest **Disney +**, który w Polsce cieszy się sporym zainteresowaniem, chociaż oficjalnie nie jest jeszcze u nas dostępny. W minionym roku **pojawił się w wypowiedziach polskich Internautów 73 tys. razy, a wypowiedzi osiągnęły 219 mln wyświetleń zasięgu**. Często towarzyszyły im hasztagi „chcemydisneypluswpolsce” i „releasedisneyplusinpoland”, sporo też rozmawiano o produkcjach ze światów Star Wars i Marvela - m.in. „The Mandalorian” czy „Wanda Vision”. O ile liczba wzmianek na temat serwisu rozkłada się w miarę równomiernie na wszystkie miesiące roku, to w marcu odnotowały one bardzo gwałtowny wzrost zasięgu - o ponad 1700 proc.

**O Apple TV + rozmawiają głównie mężczyźni**

Kolejny pod względem popularności wśród polskich Internautów jest serwis **Apple TV +**, **wzmiankowany 63,3 tys. razy, z zasięgiem na poziomie 239 mln wyświetleń**. Kobiety stanowią tylko 19 proc. autorów wszystkich wzmianek. Internauci sporo rozmawiali m.in. o serialach „Ted Lasso”, „Fundacja” i „For All Mankind”.

*Można się spodziewać, że w 2022 r. w tym układzie znaczenia platform w Polsce zajdzie zmiana* - komentuje **Katarzyna Czajka-Kominiarczuk, autorka bloga o popkulturze „Zwierz Popkulturalny”** - *Miejsce HBO GO ma w marcu zająć HBO Max, które oferuje większy katalog produkcji i wyższą jakość streamingu. Z kolei na drugą połowę roku szykuje się debiut Disney + w Polsce, co zapewne zachęci wielu Internautów do wykupienia legalnej subskrypcji. Aktualnie brak tej możliwości jest przez wiele osób omijany przy wykorzystaniu VPN lub torrentów. Na koniec - Amazon Prime Video zapowiedziało na jesień premierę serialu na podstawie „Władcy Pierścieni”, który może sprawić, że ta obecnie mało popularna platforma będzie chętniej subskrybowana, a sama produkcja szeroko omawiana.*

**Ipla i jej rebranding do Polsat Box Go**

Telewizja internetowa **Polsat Box Go** z pakietami streamingowymi, która powstała z połączenia serwisów Ipla i Cyfrowy Polsat GO, odnotowała **100,1 tys. wzmianek z 103 mln wyświetleń zasięgu**. Dyskusje w sieci wokół platformy często dotyczyły Ligi Mistrzów, stąd jednym z popularnych towarzyszących haseł był #matchday.

**Nowi gracze na rynku streamingowym**

W sierpniu 2021 r. na polski rynek weszła platforma **Viaplay**. Mimo krótkiego okresu działania odnotowała w polskim Internecie **blisko 30 tys. wzmianek z 27 mln wyświetleń zasięgu**. Autorami aż 90 proc. z nich są mężczyźni, a większość pojawiających się w jej kontekście słów jest związana ze sportem, szczególnie piłką nożną - m.in. „mecze”, „Lewandowski”, „Legia”, „Bayern”.

**SERWISY VOD**

**Player.pl** odnotował **nieco ponad 35 tys. wzmianek i 23 mln wyświetleń zasięgu**. Blisko 14,5 tys. wzmianek, a więc ponad połowa, pochodzi z lutego. Na jego temat najwięcej rozmów toczyło się na Facebooku, z którego pochodzi 71 proc. wzmianek.

**VOD.pl** odnotował **25,5 tys. wzmianek**, które zyskały **zasięg na poziomie 161 mln wyświetleń**. Szczyt popularności serwisu wśród Internautów przypada na okres od stycznia do marca 2021 r.

**O CDA Premium często rozmawia się na forach**

Z kolei serwis **CDA Premium** odnotował **7,3 tys. wzmianek**, które wygenerowały **5 mln wyświetleń zasięgu**. W tym wypadku aż 36 proc. wypowiedzi pochodzi z forów internetowych. Liczba wzmianek rozkładała się w ciągu roku w miarę równo, odnotowując tylko spadek w okresie wakacyjnym.

**Rakuten TV** odnotował blisko 6 tys. wzmianek z 10 mln wyświetleń zasięgu. Najwięcej wypowiedzi - 44 proc. - pochodzi z portali internetowych.

**TVP źródłem kultury**

Wśród polskich Internautów bardzo popularny jest również **VOD TVP**, w którym wiele treści jest dostępnych bezpłatnie. Serwis był **wymieniany blisko 75 tys. razy,** a **wzmianki o nim osiągnęły 153 mln wyświetleń zasięgu**. Najwięcej wzmianek serwis odnotował w lutym. Bardzo popularnym hasztagiem używanym w kontekście tego serwisu jest „kultura”.

*Wysoka pozycja TVP VOD nie dziwi. To serwis szeroko rozpoznawany i gwarantujący dostęp do popularnych filmów i seriali polskich. Jednocześnie ma szeroki katalog seriali tureckich, które cieszą się dużą popularnością i niekoniecznie są dostępne w innych serwisach VOD* - mówi **Katarzyna Czajka-Kominiarczuk, autorka bloga o popkulturze „Zwierz Popkulturalny”**.