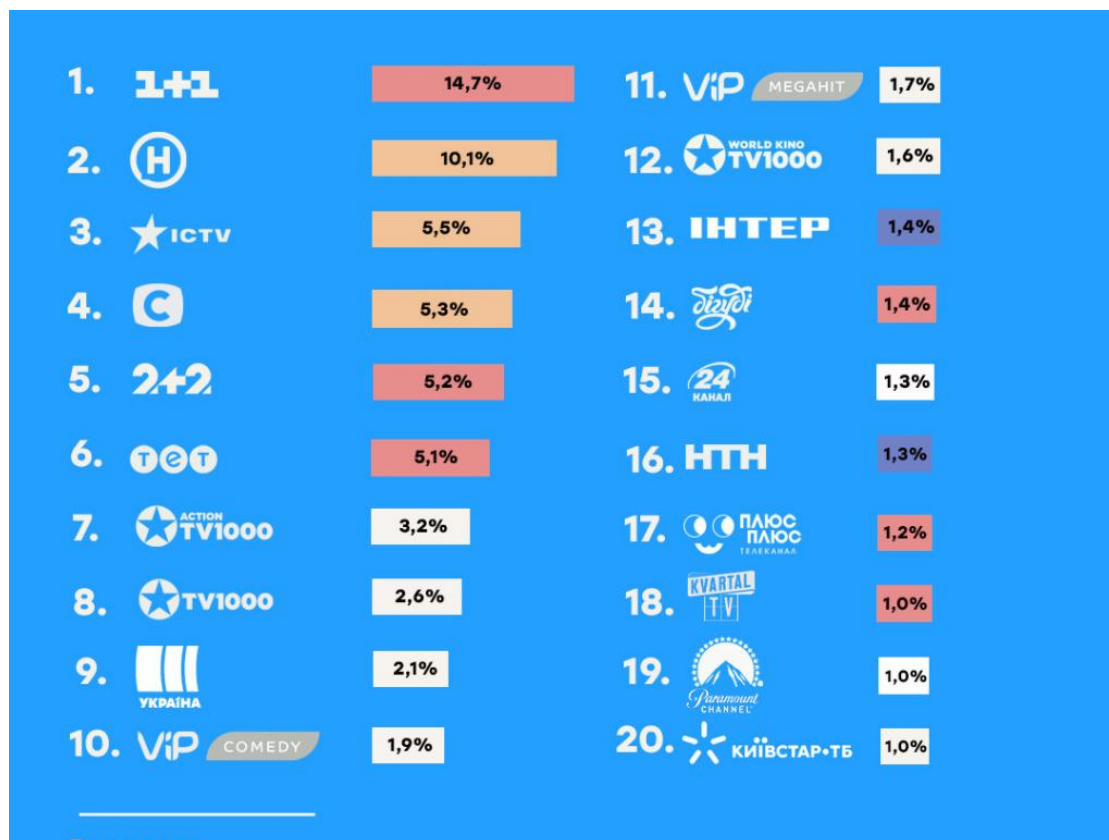


Група 1+1 media підсумувала 2022 рік у розрізі теледивлення та розповіла про ключові успіхи



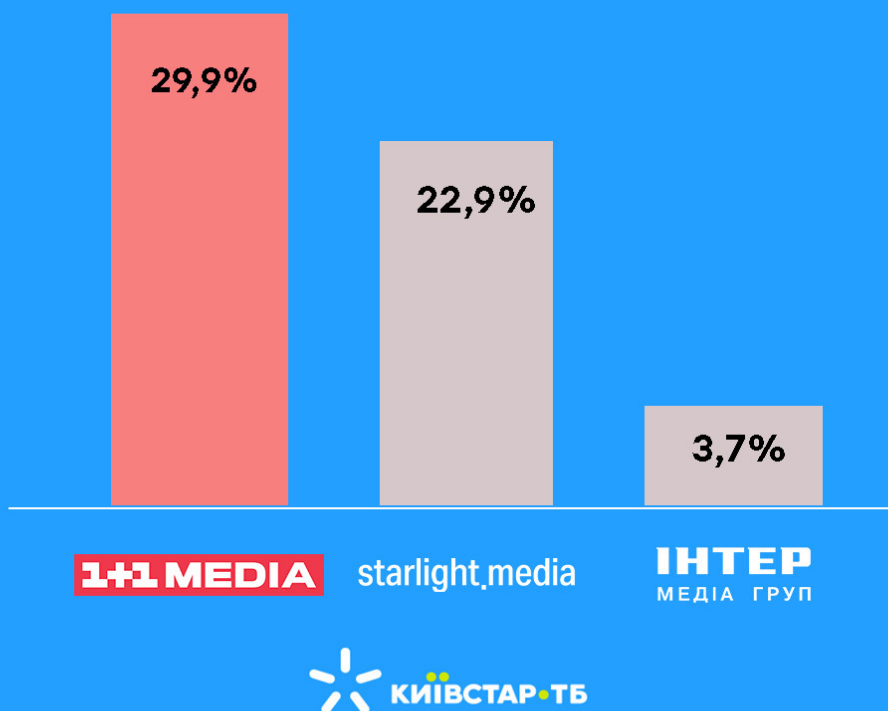
Яким 2022 рік був для 1+1 media в розрізі теледивлення

Попри реалії надскладного року, продиктовані повномасштабним вторгненням рф в Україну, група 1+1 media реалізувала велику кількість масштабних мультижанрових проєктів на підтримку України, переформатувала мовлення телеканалів згідно вимог воєнного часу, а наприкінці року запустила оновлений телеканал 1+1 Україна, масштабувала TET та навіть першою на ринку відновила серіальне виробництво та зйомки.

Поки панель Nielsen готується до перезапуску, підводимо підсумки теледивлення згідно з даними платформи онлайн-телебачення **Київстар ТБ**, яка упродовж війни відслідковувала попит глядачів та надавала релевантні дані для формування телевізійних рейтингів незалежної агенції BIG DATA UA. А також згадуємо про ключові досягнення групи 1+1 media в 2022 році.

РЕЙТИНГ МЕДІАГРУП ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ 2022 РОКУ

ЧАСТКА ПЕРЕГЛЯДУ



Яким 2022 рік був для 1+1 media в розрізі теледивлення

У порівнянні з 2021 роком, **1+1 media** суттєво виросла в частці і завершила рік на першій позиції з середньою часткою 29,9%. Відповідно, група SLM з 22,9% частки опинилася на другій сходинці, а Inter Media Group – на третій позиції з 3,7% частки. Оскільки флагманський телеканал групи – 1+1 – з перших днів вторгнення розпочав мовити в межах марафону «Єдині новини» і продовжує виконувати важливу функцію з забезпечення інформаційної обороноздатності країни, в осінньому телесезоні **1+1 та ТЕТ об'єднали програмні сили**. Таке рішення було зумовлене великим запитом від глядачів, які потребували улюбленого «плюсівського» контенту, який допомагає перемикатися та знаходити сили для подальшої боротьби. Одна з найважливіших прем'єр року на ТЕТ – вокальне шоу «Голос країни», яке пройшло з середньою часткою 10,6%, а фінал проєкту, який відбувся в метрополітені, став знаковою подією

для всього світу, адже жодного разу в історії формату прямий ефір з укриття не проводився!

З 24 грудня з оновленням телеканалу **1+1 Україна** всі важливі «плюсівські» прем'єри, які раніше виходили на ТЕТ, перейшли і на 1+1 Україна. Загалом 1+1 Україна, який був в ефірі 24 – 31 грудня, здобув середню частку 8,5%, проте 31 грудня телеканал суттєво виріс та очолив ТОП телеперегляду в цей важливий для українців день з часткою 22,1%!

Своєю чергою, **ТЕТ** став третім великим каналом медіахолдингу і за цей час наростив велику аудиторію, опинившись в загальному рейтингу українських телеканалів на шостій позиції з 5,1% частки.

Що стосується телеканалу **2+2**, то наприкінці року він першим відновив власне серіальне виробництво в умовах війни, запустивши зйомки чотирьохсерійної воєнної драми «Я – надія», яку глядачі побачать вже у 2023 році. Телеканал завершив рік на 5-тій позиції у рейтингу з 5,2% частки.

До ТОП-20 телеканалів року від 1+1 media увійшли також **Бігуді** з 1,4% частки, обійнявши 14 сходинку, **ПЛЮСПЛЮС** опинився на 17-му місці з 1,2% частки, а **KVARTAL TV** – з 1,0% частки опинився на 18 місці. Вже традиційно, очолює ТОП телеканал **1+1 Марафон**, який суттєво випередив найближчих конкурентів та посів перше місце рейтингу з 14,7% частки за результатами року!

Інші телеканали групи 1+1 media – власний **УНІАН** та партнерський **Paramount Comedy** – завершили рік з середньою часткою 0,2% та 1,0% відповідно.

Як дивилися телемарафон «Єдині новини» в 2022 році

Найпопулярнішим продуктом на платформі [Київстар ТБ](#) залишається телемарафон **«Єдині новини»**, що розпочав своє мовлення 26 лютого у відповідь на повномасштабне вторгнення РФ в Україну. Жодного дня не припиняючи ефір, середнє дивлення телеканалів у марафоні (сім основних каналів марафону) склало 22,4% від усіх телеканалів на платформі (а це – більше 300 телеканалів). Водночас, різкий сплеск теледивлення марафону спостерігався у дні масованих ракетних обстрілів, коли був великий запит на оперативну та верифіковану інформацію.

Найпопулярнішим телеканалом у марафоні впродовж усіх місяців повномасштабної війни є **1+1**, далі – ICTV, Інтер, Перший, Рада, K2 та ZOOM.

Окрім забезпечення свого слоту новинами, команда 1+1 створює для марафону велику кількість промороликів, ініціює спеціальні кампанії та спецпроекти, які впродовж року мали величезне охоплення та відгук від глядачів – благодійні марафони Save Ukraine – #StopWar, Embrace Ukraine, концерти та спецефіри. Крім цього, команда ТСН вийшла в ефір о 6 ранку 24 лютого, першими оголосивши про початок повномасштабного вторгнення. А «Сніданок з 1+1» стало єдиним ранковим шоу України, яке не припинило мовлення та продовжує підтримувати українців в такий нелегкий час.

Загалом протягом 2022 року групою 1+1 media було виготовлено **3500 годин** різножанрового, переважно новинного, контенту власними силами 1+1 media та на замовлення з партнерами.

Як українці зустрічали Новий рік 31 грудня 2022 року

31 грудня найпопулярнішим телеканалом на Київстар ТБ став **1+1 Україна**, який очолив ТОП з 22,1% частки, залишивши найближчих конкурентів далеко позаду. В цей день на телеканалі транслювалися спецефір **«Сніданку з 1+1»**, світові кінохіти, а також **новорічний випуск «Вечірнього кварталу»**. В слоті 23:00 – 00:00, коли транслювалося відеозвернення Президента України Володимира Зеленського, частка 1+1 Україна виросла до рекордних 40,5%.

ТЕТ здобув 7,9% частки та посів третю сходинку рейтингу. У праймі 21:00 – 00:00 телеканал виріс до 10,7% частки, отримавши таким чином 2-ге місце. А частка святкового випуску «Сніданку з 1+1» на обох телеканалах – ТЕТ та 1+1 Україна – склала 11,6%.

Телеканал 1+1, що мовить в марафоні «Єдині новини», опинився на 4 сходинці з 6,9% частки. Саме команда ТСН готувала новорічний слот марафону, об'єднавши величезну аудиторію – перегляд ефіру команди 1+1 media склав 11,0%.

2+2 зайняв шосту сходинку ТОПу з 4,2% частки, а партнерський телеканал групи **KVARTAL TV** – 9 місце з 2,8% частки.

Сумарно телеканали групи **1+1 media** об'єднали **31 грудня рекордну аудиторію** – частка телеперегляду на Київстар ТБ склала 47,0%! А сумарна частка перегляду відеозвернення Президента Україна на каналах групи склала 71,3%!

«1+1 media завжди об'єднувала навколо себе мільйони глядачів, особливо у знакові для всієї країни дні, як от 31 грудня. Ми вкотре довели, що є для нашої аудиторії справжньою точкою опори. Дякуємо за довіру та впевнено рухаємося вперед, інформуючи про найважливіше! З новим 2023 роком, роком абсолютної Перемоги України!», – прокоментував **Максим Кривицький**, генеральний продюсер 1+1 та керівник Телевізійного бізнесу 1+1 media.

Дивлення проєктів 1+1 media в YouTube

У 2022-му році суттєво виросло дивлення проєктів 1+1 media на відеохостингу YouTube. Водночас, в умовах блекаутів та тривалої відсутності електроенергії, це практично не позначилося на показниках охоплення продуктів.

Так, **YouTube-канал**, де публікуються **основні випуски ТСН** о 19:30 та інший контент, згенерував у 2022 році більше 2 млрд 180 млн переглядів. Нині канал має понад 4 млн 400 тис підписників, це найбільший інформаційний канал українського YouTube.

У березні 2022 року запусився **YouTube-канал ведучої Наталії Мосейчук**, де публікуються актуальні та резонансні інтерв'ю з впливовими людьми та експертами. Сумарно станом на кінець року на каналі зафіксовано майже 40 млн переглядів. Суттєво наростив у переглядах **YouTube-канал «Гроші»**, де упродовж війни публікується актуальний аналітичний контент та матеріали, що дають відсіч російській пропаганді та розвінчують міфи. У 2022 році канал зібрав майже 1,5 млрд

переглядів, а проєкт «Таємне життя матрьошки» згенерував більше 123 млн переглядів, а «Дорогі товариші» – майже 46 млн переглядів.

Популярним є також **YouTube-канал УНІАН**, на який упродовж 2022 року підписалося 2 млн користувачів. За рік аудиторія каналу згенерувала 1,8 млрд переглядів відео. Кращою програмою на каналі став проєкт «Поляниця». В середньому кожен випуск збирав більше 1 млн переглядів, а найпопулярніше відео – 3,2 млн переглядів.

2022 рік для новинних інтернет-ресурсів 1+1 media

Новинні інтернет-ресурси 1+1 media – [TCH.ua](https://tch.ua), [UNIAN.net](https://unian.net) та [Glavred.info](https://glavred.info) упродовж 2022 року демонстрували стабільне зростання, суттєво прибавили аудиторію в соціальних мережах та встановлювали власні рекорди.

За даними Gemius, **TCH.ua** є лідером серед усіх новинних ресурсів за підсумками 2022 року. Так, в середньому щомісяця сайт відвідувало більше 10 млн 600 тис унікальних користувачів, згенерувавши понад 2 млрд 259 млн переглядів. Акаунти TCH.ua у соцмережах нараховують рекордну аудиторію – у [Facebook](https://facebook.com) – 2,4 млн, [YouTube](https://youtube.com) – понад 4 млн, в [Telegram](https://telegram.com) – 945 тис, [Instagram](https://instagram.com) – 884 тис, [Twitter](https://twitter.com) – 1 млн.

UNIAN.net упродовж року регулярно потрапляв в ТОП-3 найпопулярніших новинних ресурси країни, а у жовтні та грудні 2022 року очолив рейтинг. Сумарно у 2022 році UNIAN.net об'єднував щомісяця близько 9 млн 600 тис унікальних читачів, забезпечивши 1 млрд 59 млн переглядів за результатами року. Соцмережі UNIAN об'єднують колосальну кількість підписників: [Facebook](https://facebook.com) – 811 тис, [Telegram](https://telegram.com) – 880 тис, [Twitter](https://twitter.com) – 202 тис, [YouTube](https://youtube.com) – 2,2 млн.

Видання **Glavred.info** в 2022 році відсвяткувало свій 20-річний ювілей та вперше за свою історію потрапило в ТОП-6 найпопулярніших ресурсів країни згідно Gemius, поступившись лише іменитим топам вітчизняної інтернет-журналістики. За результатами року, сайт щомісяця відвідувало в середньому майже 4 млн унікальних користувачів, а кількість перегляду сторінок склала понад 310 млн.