



**Difference**

# Segmentacja widzów kina

Raport z 6. fali badania ilościowego

Czerwiec 2024

**CZĘŚĆ 4 – SEGMENTACJA**



**POLSKI  
INSTYTUT  
SZTUKI  
FILMOWEJ**

# INFORMACJE O BADANIU

## METODOLOGIA



CAWI

Samowypełnialne ankiety  
na panelu internetowym

Długość wywiadu: 30  
minut



## PRÓBA

Ogólnopolska, reprezentatywna dla  
Polaków w wieku 15+ lat.  
Reprezentatywność zachowana ze względu  
na płeć, wiek, wykształcenie oraz wielkość  
miejscowości i region. N = 1101

## TIMING

- 1 fala: 7-15.01.2021
- 2 fala: 27.05-9.06.2021
- 3 fala: 21-28.03.2022
- 4 fala: 20.11-11.12.2022
- 5 fala: 15.07-15.08.2023
- 6 fala: 01.03-31.03.2024



# KLUCZOWE WNIOSKI

- Analiza stosunku Polaków do kina i streamingu pokazuje istnienie czterech odrębnych segmentów. Są nimi: **Zachtyśnięci streamingiem (37%)**, **Dojrzaali poszukiwacze kontentu (24%)**, **Miłośnicy światowości (23%)**, oraz **Wielbiciele domowych pieleszy (16%)**.
- W największym z segmentów: **Zachtyśniętych streamingiem** ¾ deklaruje, że chodzi do kina, ale kluczowym miejscem kontaktu z nowościami dla tego segmentu są platformy streamingowe – filmy na nich oglądają wszyscy przedstawiciele tej grupy.
- Kolejny pod względem wielkości segment – **Dojrzaali poszukiwacze kontentu (24%)** – to osoby starsze, ale „nauczone” bywania w kinie (choć robią to relatywnie rzadko) i oczekujące od niego zarówno rozrywki, jak i treści wysokiej jakości. **Dobrze myślą o polskim kinie i oglądają filmy nie tylko, aby się rozerwać, ale i czegoś nauczyć.**
- **Miłośnicy światowości (23%)**, to częściej młodzi ludzie (w tym młodzi rodzice), którzy zarówno w kinie, jak i na platformach streamingowych raczej **wykluczają polskie produkcje** i wybierają hity światowe (głównie amerykańskie). Słabo znają polskie filmy i polskich aktorów.
- Najmniej liczny segment – **Wielbiciele domowych pieleszy** – tworzą osoby starsze i oszczędne, których wydatki zarówno na kino, jak i streaming są wyraźnie poniżej średniej. W kinie bywają rzadko, źródłem kontaktu z nowościami jest dla nich klasyczna, linearna telewizja.
- Segmenty różnią się wiekiem, oczekiwaniami, zachowaniami i cechami osobowości. **Miłośnicy światowości** to częściej osoby, które filmy traktują jako sposób na znalezienie spokoju. Z kolei „**Dojrzaali poszukiwacze kontentu**” są bardziej otwarci na ludzi i idee niż inni.



**Difference**



# SEGMENTACJA



**POLSKI  
INSTYTUT  
SZTUKI  
FILMOWEJ**

# SEGMENTACJA: 6 FALA

Zachłyśnięci streamingiem



37%

Dojrzała poszukiwacze  
kontentu



24%

Miłośnicy  
światowości



23%

Wielbiciele domowych pieleszy



16%

Podstawa: Polacy 15+ N=1103

# ZACHŁYŚNIĘCI STREAMINGIEM (37%)

## Charakterystyka segmentu



Osoby w różnym wieku, ale częściej 60+ (24%) i 50-59 (22%). Równowaga płci. Częściej dość wysokie dochody 5001-7000 zł (31%).

Podstawa Zachłyśnięci streamingiem N=413

### OGLĄDANIE FILMÓW

75%  
Chodzi do  
kina

99%  
Korzysta ze  
streamingu

### WYDATKI NA KINO

74 zł



### MIESIĘCZNE WYDATKI NA STREAMING

70,1 zł

8,6 zł mniej od  
średniej

### OPINIE O KINIE (TOP 5)

- Filmy zagraniczne są robione z większym rozmachem niż polskie
- Polskie kino jest zróżnicowane – są filmy wybitne i gnioty
- W polskich filmach zbyt często pojawiają się ci sami aktorzy
- Zamiast iść na polski film do kina, lepiej poczekać aż pojawi się w streamingu**

### DRIVERY WIZYTY W KINIE (TOP5)

By sprawić sobie trochę przyjemności  
By dobrze się bawić  
By się rozerwać

### DRIVERY STREAMINGU (TOP5)

By sprawić sobie trochę przyjemności  
By dobrze się bawić  
By się rozerwać  
By uciec od codzienności  
By poczuć spokój

### DRIVERY WYBORU FILMU (TOP5)

Zwiastun  
Recenzje  
Reklama w TV  
Reklama w internecie  
Opinie znajomych - dorosłych

### TOP 5 GATUNKÓW

Komedie  
Fantastyka i sci-fi  
Horror  
Filmy sensacyjne  
Thrillery

# DOJRZALI POSZUKIWACZE KONTENTU (24%)

## Charakterystyka segmentu



Częściej mężczyźni (59%). Od 30 roku życia w górę, a szczególnie liczne są grupy 40-49 (32%) i 60+ (36%). Często mieszkają w mniejszych miastach (40%). Liczna grupa emerytów (38%).

Podstawa Dojrzałych poszukiwaczy treści N=260

## OGLĄDANIE FILMÓW

85%  
Chodzi do  
kina

95%  
Korzysta ze  
streamingu

## WYDATKI NA KINO

97 zł



## MIESIĘCZNE WYDATKI NA STREAMING

88,3 zł

9,6 zł więcej od średniej

## OPINIE O KINIE (TOP 5)

- Film *Ida* w pełni zasłużył na Oscara
- Ostatnie lata to dobry czas dla polskiego kina – filmy są ambitne i doceniane na świecie
- Świetnie, że w polskim kinie są filmy Patryka Vegi
- Polskie kino jest zróżnicowane – są filmy wybitne i gnioty

## DRIVERY WIZYTY W KINIE (TOP5)

Aby mieć do czynienia z czymś wymagającym  
Nauczyć się czegoś nowego  
Aby się rozwijać  
Aby nad czymś pomyśleć

## DRIVERY STREAMINGU (TOP5)

By się rozzerwać  
By sprawić sobie przyjemność  
By uciec od codzienności  
By mieć do czynienia z czymś wymagającym intelektualnie

## DRIVERY WYBORU FILMU (TOP5)

Zwiastun  
Hit/głośny tytuł  
Reklama w TV  
Reklama w internecie

## TOP 5 GATUNKÓW

Komedia  
Fantastyka i sci-fi  
Filmy historyczne  
Horror  
Thrillery

# MIŁOŚNICY ŚWIATOWOŚCI (23%)

## Charakterystyka segmentu



Częściej kobiety (64%), osoby do 39 roku życia, najczęściej 20-29 (47%) i 30-39 (39%). Często mieszkają na wsi (60%). Częściej, niż pozostałe segmenty, są studentami/uczniami (19%) lub pracownikami umysłowymi/urzędnikami (26%). Stosunkowo często mają dzieci do 18 roku życia (25%).

Podstawa Miłośnicy światowości N=254

### OGLĄDANIE FILMÓW

89%  
Chodzi do kina

94%  
Korzysta ze streamingu

### WYDATKI NA KINO

86 zł



### MIESIĘCZNE WYDATKI NA STREAMING

101,7 zł

23 zł więcej od średniej

### OPINIE O KINIE (TOP 5)

- Filmy zagraniczne są robione z większym rozmachem niż polskie
- W polskich filmach zbyt często pojawiają się ci sami aktorzy
- Wolę iść do kina na film zagraniczny niż polski
- Zamiast iść na polski film do kina, lepiej poczekać aż pojawi się w streamingu

### DRIVERY WIZYTY W KINIE (TOP5)

Aby nauczyć się czegoś nowego  
Aby się rozwijać  
Aby zapomnieć o kłopotach  
Aby uciec od codzienności  
Aby zmniejszyć stres

### DRIVERY STREAMINGU (TOP5)

By dobrze się bawić  
By się rozerwać  
By poczuć spokój  
By uciec od codzienności  
By sprawić sobie trochę przyjemności

### DRIVERY WYBORU FILMU (TOP5)

Reklama w internecie  
Opinie kolegów dziecka  
Zwiastun  
Opinie znajomych – dorosłych  
Reklama w TV

### TOP 5 GATUNKÓW

Fantastyka i sci-fi  
Komedia  
Komedia romantyczna  
Filmy animowane  
Horror



# WIELBICIELE DOMOWYCH PIELESZY (16%)

## Charakterystyka segmentu



Osoby powyżej 40 roku życia – najczęściej 60+ (56%) i 50-59 (28%). Zamieszkują miasta do 100 tys. (42%) i powyżej 500 tys. (24%). 57% stanowią emeryci. Dominują małe gospodarstwa domowe – liczące 1 osobę (24%) lub 2 osoby (46%).

Podstawa Wielbiciele domowych pieleszy N=176

## OGLĄDANIE FILMÓW

48%  
Chodzi do  
kina

23%  
Korzysta ze  
streamingu

## WYDATKI NA KINO

67 zł



## MIESIĘCZNE WYDATKI NA STREAMING

30,9 zł

47,8 zł mniej od średniej

## OPINIE O KINIE (TOP 5)

- Film *Ida* w pełni zasłużył na Oscara
- W polskich filmach zbyt często pojawiają się ci sami aktorzy
- Polskie kino jest zróżnicowane – są filmy wybitne i gnioty

## DRIVERY WIZYTY W KINIE (TOP 5)

- By się rozerwać
- By sprawić sobie trochę przyjemności
- By dobrze się bawić
- By uciec od codzienności
- By spędzić czas z innymi

## DRIVERY STREAMINGU (TOP 5)

- By się rozerwać
- By sprawić sobie trochę przyjemności
- By dobrze się bawić

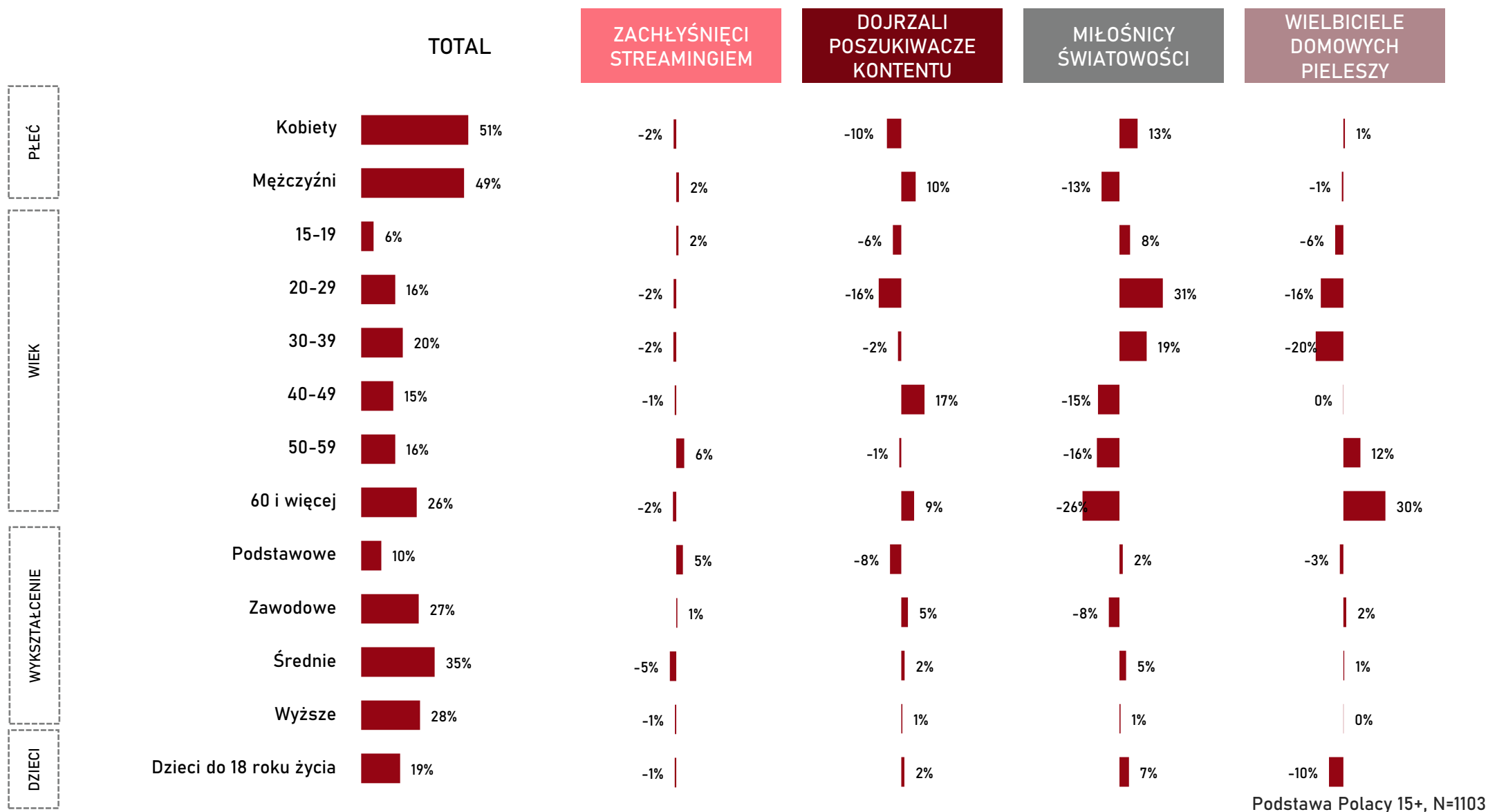
## DRIVERY WYBORU FILMU (TOP 5)

- Opinie znajomych – dorosłych
- Zwiastun
- Reklama w TV
- Hit/głośny tytuł
- Reklama w internecie

## TOP 5 GATUNKÓW

- Komedie
- Filmy obyczajowe
- Filmy sensacyjne
- Filmy kryminalne

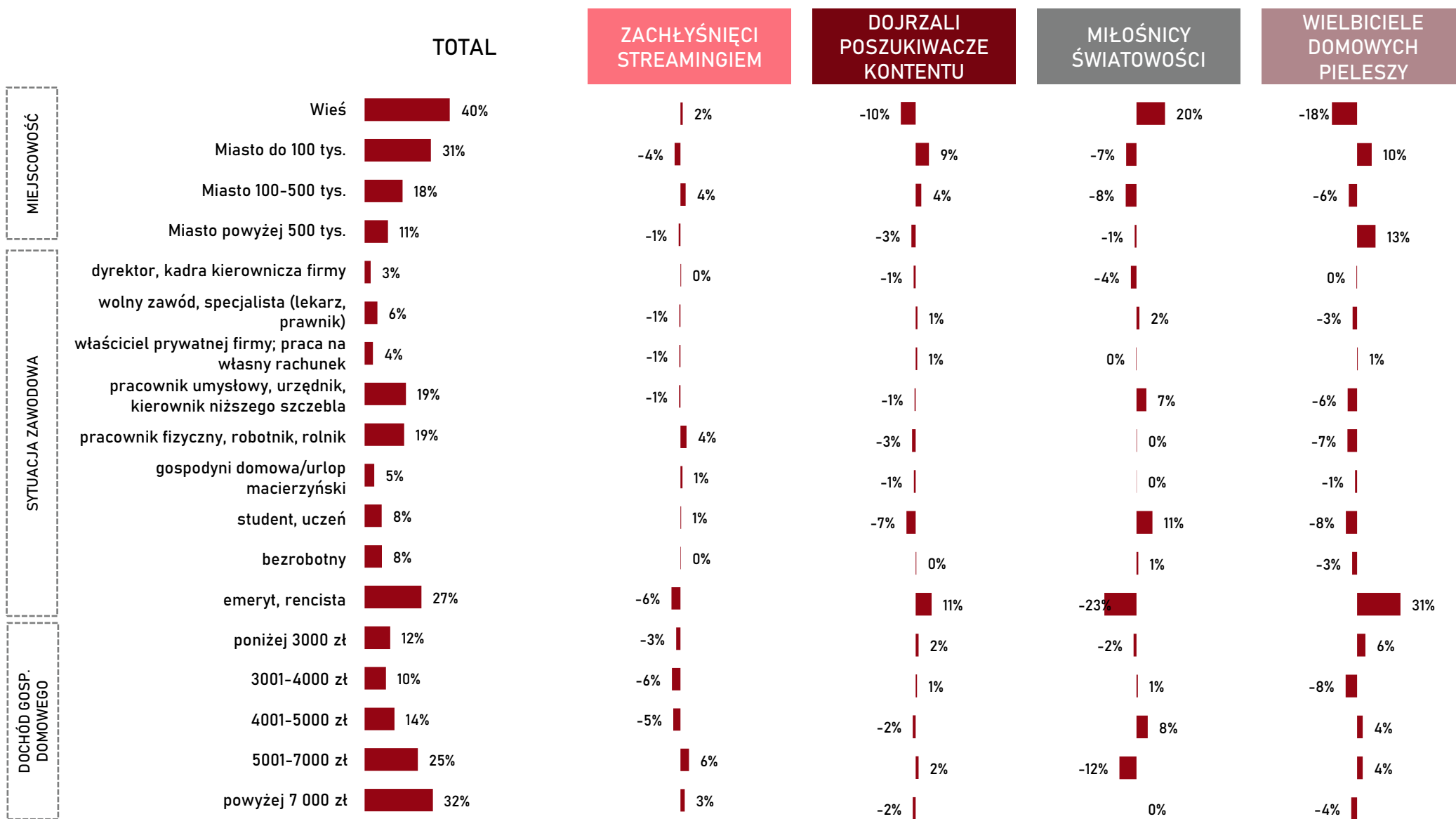
# PROFILE DEMOGRAFICZNE



Odchylenie vs Polacy 15+:

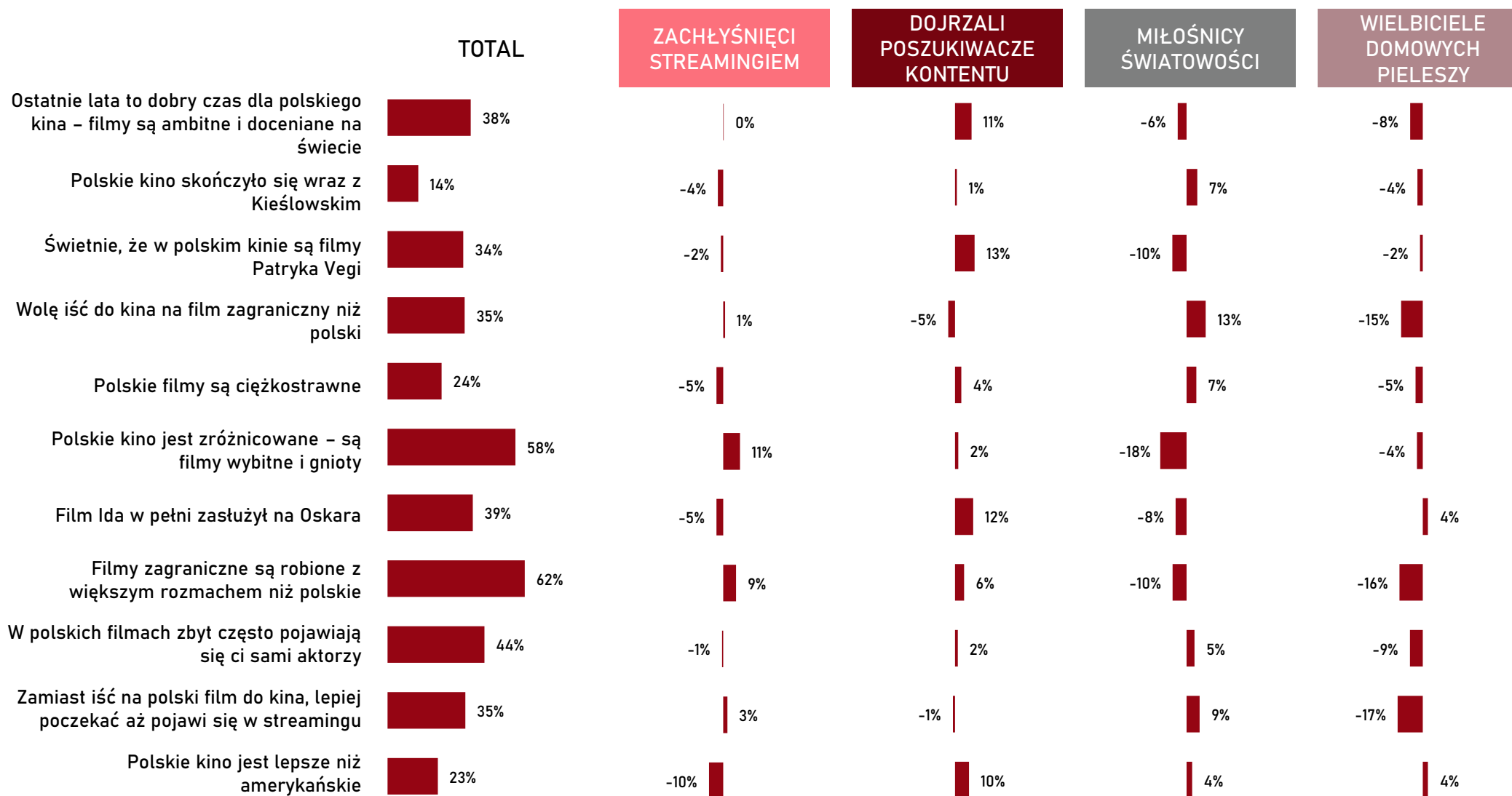
Podstawa Polacy 15+, N=1103

# PROFILE DEMOGRAFICZNE



Odchylenie vs Polacy 15+:

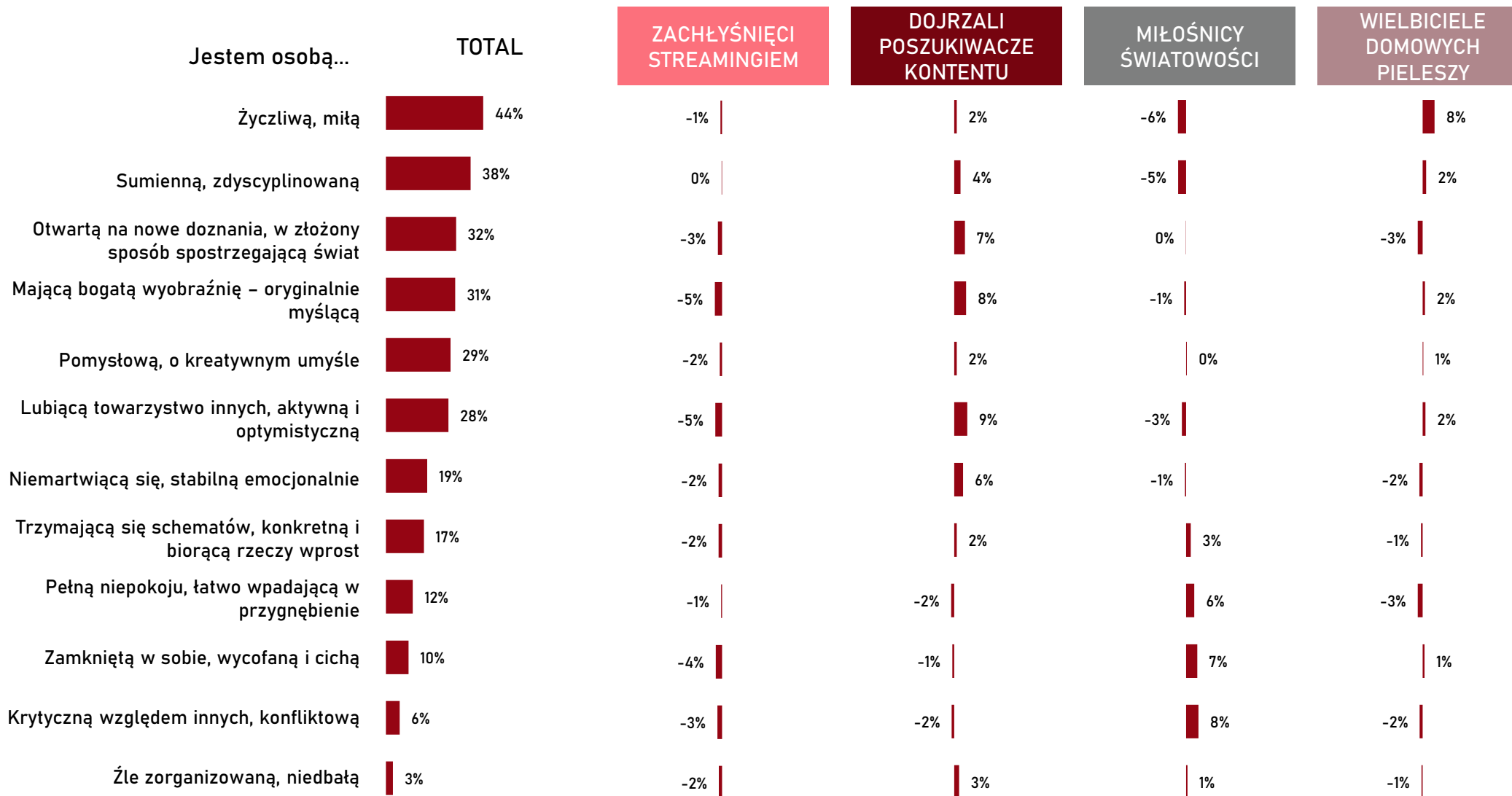
# OPINIE NA TEMAT POLSKIEGO KINA



Odchylenie vs Polacy 15+:

Podstawa Polacy 15+, N=1103

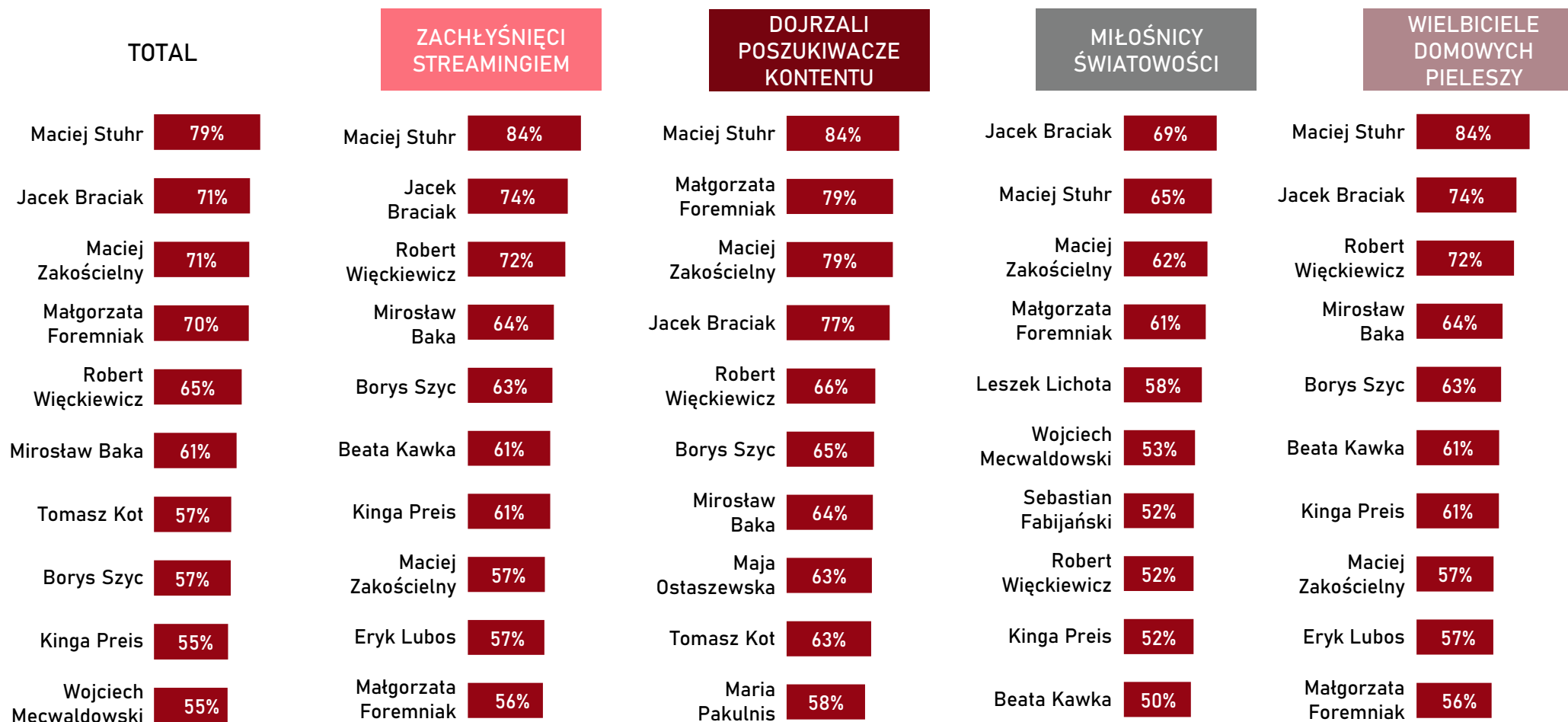
# OSOBOWOŚĆ (SAMOOPIS)



Odchylenie vs Polacy 15+:

Podstawa Polacy 15+, N=1103

# ZNANI AKTORZY – TOP 10



Podstawa Polacy 15+, N=1103



# DZIĘKUJEMY!



**POLSKI  
INSTYTUT  
SZTUKI  
FILMOWEJ**

**Difference**

Kontakt: [danuta.orzel@pisf.pl](mailto:danuta.orzel@pisf.pl)