



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

2013 YEARBOOK ANNUAIRE JAHRBUCH

PDF VERSION

VOLUME - BAND

1

**Television, cinema, video and
on-demand audiovisual services
in 39 European States**

**Télévision, cinéma, vidéo
et services audiovisuels à la demande
dans 39 pays européens**

***Fernsehen, Film, Video
und audiovisuelle Abrufdienste
in 39 europäischen Staaten***



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, Yearbook 2013. Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in Europe, 2013 Edition, Vol. 1, "Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 39 European States", European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2013.

OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL, Annuaire 2013. Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande en Europe, Edition 2013, Vol. 1, "Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande dans 39 pays européens", Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2013.

EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE, Jahrbuch 2013. Fernsehen, Film, Video und audiovisuelle Abrufdienste in Europa, 2013, Bd. 1, Fernsehen in 39 europäischen Staaten, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2013.

Director of publication Directeur de la publication **Verlagsleitung**

Dr. Susanne Nikoltchev

Editor Coordination scientifique **Unter der wissenschaftlichen Leitung von**

Dr. André Lange (andre.lange@coe.int)

Head of the Department "Information on Markets and Financing"

Responsable du département "Information sur les marchés et les financements"

Leiter der Abteilung „Informationen über Märkte und Finanzierungen“

Analysts **Analystes** **Analysten**

Martin Kanzler, Deirdre Kevin, Francesca Pellicano, Dr. Agnes Schneeberger, Julio Talavera.

Special thanks to the following Remerciements particuliers à **Besonderen Dank an**

BUREAU VAN DIJK ELECTRONIC PUBLISHING (Vincent Leray), EBU-M.I.S. (Dr. Florence Hartmann, Roberto Suarez Candel), EPRA (Emmanuelle Machet), EURODATA-TV (Jacques Braun, Alexandre Callay, Charlotte Michelotti), LYNGSAT (Christian Lyngemark and his network), SCREEN DIGEST (Maria Agute, Guy Bisson, Richard Broughton, Helen Davies, Ben Keen), warc (Matthew Coombs).

Pedro Brauman (RTP, PT), Miguel Angel Fontan (Kantar Media, ES), Eva Harrie (NORDICOM, SE), and all our correspondents within television companies.

Department for Legal Information of the European Audiovisual Observatory (Francisco Cabrera) and their network of correspondents.

EFARN (European Film Agency Research Network)

EPRA (European Platform of Regulatory Authorities)

Editorial Assistant and Yearbook Premium Service Assistante éditoriale et Service premium de l'Annuaire **Verlagsassistentin und Jahrbuch Premium Service**

Valérie Haessig (valerie.haessig@coe.int, Tel. : +33 (0)3 90 21 60 11)

Translation and proofreading Traduction et relecture **Übersetzung und Korrektur**

France Courrèges, Michael Finn, Sonja Schmidt, Anne-Lise Weidmann.

Documentation - Public Relations Documentation - Relations publiques **Dokumentation - Öffentlichkeitsarbeit**

Alison Hindhaugh (alison.hindhaugh@coe.int, Tel. : +33 (0)3 90 21 60 10)

Marketing Promotion **Marketing**

Markus Booms (markus.booms@coe.int, Tel. : +33 (0)3 90 21 60 06)

Publisher Editeur **Verlag**

European Audiovisual Observatory

Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76, allée de la Robertsau F-67000 STRASBOURG

<http://www.obs.coe.int>

Tél. : +33 (0)3 90 21 60 00

Fax : +33 (0)3 90 21 60 19

obs@obs.coe.int

Exclusive distribution for Spain and Latin America

Distribution exclusive pour l'Espagne et l'Amérique latine

Exklusiver Vertrieb für Spanien und Lateinamerika

CINEinforme y TELEinforme

Ediciones Exportfilm, S.L.

Gran Vía 64

E-28013 MADRID - ESPAÑA

Tel. +34 (9)1 541 21 29 / (9)1 541 27 14

Fax +34 (9)1 559 81 10

<http://www.cineytele.com>

Layout Maquette **Gestaltung**

Acom Europe, Paris

© 2013 European Audiovisual Observatory Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Strasbourg

Printed in France Imprimé en France Gedruckt in Frankreich

ISBN : 978-92-871-7767-4 (PDF VERSION)

If you wish to reproduce tables or graphs contained in this publication please contact the European Audiovisual Observatory for prior approval. Please note that the European Audiovisual Observatory can only authorise reproduction of tables or graphs sourced as "European Audiovisual Observatory" or "OBS". All other entries may only be reproduced with the consent of the original source.

Si vous souhaitez reproduire des tableaux ou graphiques de cette publication, veuillez contacter l'Observatoire européen de l'audiovisuel pour une autorisation préalable. Merci de noter que l'Observatoire européen de l'audiovisuel ne peut autoriser que la reproduction des tableaux et graphiques sourcés avec la mention "Source: European Audiovisual Observatory" ou "OBS". La reproduction des autres tableaux et graphiques ne peut être effectuée sans l'autorisation préalable des sources originales.

Vor einer eventuellen Reproduktion von in dieser Publikation enthaltenen Tabellen oder Graphiken holen Sie bitte das Einverständnis der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle ein. Bitte beachten Sie, dass die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle nur die Reproduktion der Tabellen oder Graphiken, die mit „Source: European Audiovisual Observatory“ oder „OBS“ gekennzeichnet sind, gestatten kann. Alle anderen Einträge können nur im Einverständnis mit der Originalquelle reproduziert werden.

We have much pleasure in presenting Volume 1 of the 19th European Audiovisual Observatory Yearbook. This edition is the second of the Observatory's 2012-2014 three-year Action Plan.

In this first volume, the reader will find for each country (when data are available, which is unfortunately not always the case):

- an introductory text describing the principal characteristics of the national television markets and their recent developments, as well as, in the case of the large countries, the development of the cinema market;
- basic data on the household penetration rate for audiovisual equipment and how audiovisual services are received, as well as data on individual devices (smartphones, tablets and advanced games consoles);
- data on the breakdown of adspend between the different types of media;
- data on the main national players (10 top companies by operating revenue, main distributors of audiovisual services, principal broadcasters by consolidated audience market share);
- consolidated data on the funding of the public audiovisual media sector;
- data on the number of audiovisual services (television services, on-demand audiovisual services, number of services offered by the main distribution platforms);
- data on market trends (changes in reception equipment penetration, growth of consumers' pay-TV expenditure, number of households accessing main multi-channel platforms, broadcasting companies' gross revenues);
- data on television audience market shares;
- data on the viewing of online video services on fixed-line internet;
- data on the supply and consumption of catch-up TV and video-on-demand services;
- basic data on the cinema market (exhibition infrastructure, number of films produced, entries and box office receipts, market share according to film origin and by distributor);
- data on the domestic video market (equipment penetration, figures for retail sales and DVD and Blu-ray disc rentals, number of transactions, retail prices).

Our hope is to provide a reference tool that is more complete as it takes account of all consumption methods and the latest market developments (especially the development of individual reception devices, such as smartphones, tablets and games consoles; the diversification of on-

Nous avons le plaisir de présenter ici le premier volume de la 19^e édition de l'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Cette édition est la deuxième du plan d'action triennal 2012-2014 de l'Observatoire.

Dans ce premier volume, on trouvera pour chaque pays (lorsque les données sont disponibles, ce qui n'est malheureusement pas toujours le cas) :

- un texte d'introduction décrivant les principales caractéristiques des marchés nationaux de télévision et leurs évolutions récentes et, pour les grands pays, l'évolution du marché du cinéma ;
- des données de base sur les équipements des ménages et la manière dont ceux-ci reçoivent les services audiovisuels, ainsi que des données sur les équipements individuels (en smartphones, tablettes et consoles de jeux avancées) ;
- des données sur la répartition des investissements publicitaires entre les différents types de médias ;
- des données sur les principaux acteurs nationaux (10 premières entreprises classées par produit opérationnel, principaux distributeurs de services audiovisuels, principaux diffuseurs par part de marché d'audience consolidée) ;
- des données consolidées sur le financement du secteur public de médias audiovisuels ;
- des données sur le nombre de services audiovisuels (services de télévision, services audiovisuels à la demande, nombre de services offerts par les principales plates-formes de distribution) ;
- des données sur les tendances des marchés (évolution des équipements de réception, évolution des dépenses des consommateurs en matière de télévision à péage, nombre de foyers accédant aux principales plates-formes multi-chaines, recettes brutes des entreprises de radio-télévision) ;
- des données sur les parts de marché d'audience de télévision ;
- des données sur le visionnement de services de vidéo en ligne sur l'Internet fixe ;
- des données sur l'offre et la consommation de services de télévision de rattrapage et de vidéo à la demande ;
- des données de base sur le marché du cinéma (infrastructure d'exploitation, nombre de films produits, entrées et recettes au guichet, part de marché suivant l'origine des films et par distributeurs) ;
- des données sur le marché de la vidéo domestique (équipement, chiffre d'affaires de la vente au détail et de location de DVD et de disques Blu-ray, nombre de transactions, prix de détail).

Nous espérons ainsi fournir un outil de référence plus complet, en ce qu'il tient compte de l'ensemble des modalités de

Wir freuen uns, Ihnen den ersten Band der 19. Ausgabe des Jahrbuchs der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle vorlegen zu können. Das ist die zweite Ausgabe im Rahmen des Dreijahres-Aktionsplans 2012-2014 der Informationsstelle.

Dieser erste Band enthält für jedes Land (wenn es – was leider nicht immer der Fall ist – die Datenlage erlaubt):

- einen Einführungstext, der die wesentlichen Charakteristika des heimischen Fernsehmarktes und seine jüngere Entwicklung sowie – für die großen Länder – die Entwicklung des Kinomarktes zeigt;
- Basisdaten zur Ausstattung der Haushalte und zur Art und Weise, wie diese die audiovisuellen Dienste empfangen, sowie Daten zur individuellen Ausstattung (mit Smartphones, Tablets und modernen Spielekonsolen);
- Daten über die Aufteilung der Werbeinvestitionen zwischen den verschiedenen Medientypen;
- Daten über die wichtigsten heimischen Akteure (die 10 führenden Unternehmen nach Betriebsertrag, die führenden Anbieter audiovisueller Dienste, die wichtigsten Sendeveranstalter nach konsolidiertem Zuschauermarktanteil);
- konsolidierte Daten zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks;
- Daten zur Anzahl der audiovisuellen Dienste (Fernsehsender, audiovisuelle Abrufdienste, Anzahl der von den wichtigsten Verbreitungsplattformen angebotenen Sender);
- Daten zu den Markttrends (Entwicklung der Ausstattung mit Empfangsgeräten, Entwicklung der Verbraucherausgaben für Bezahlfernsehen, Anzahl der Haushalte mit Zugang zu den wichtigsten Multikanalplattformen, Bruttoeinnahmen der Hörfunk- und Fernsehunternehmen);
- Daten zu den Zuschauermarktanteilen der Fernsehsender;
- Daten zur Nutzung von Online-Videodiensten im stationären Internet ;
- Daten zu Angebot und Nutzung von TV-Mediatheken und Video-Abrufdiensten ;
- Basisdaten zum Filmmarkt (Auswertungsinfrastruktur, Anzahl der produzierten Filme, Zahl der Kinobesucher und Filmeinnahmen, Marktanteil nach Herkunftsland der Filme und nach Verleiher);
- Daten zum Heim-Videomarkt (Geräteausstattung, Einzelhandelsumsätze bei Verkauf und Verleih von DVD und Blu-ray-Discs, Zahl der Transaktionen, Einzelhandelspreise).

demand services; and the consumption of online video services). Our aim has also been to provide indicators of the level of market concentration (market shares of broadcasting groups, number of subscribers to distribution platforms, market shares of cinema distributors). As far as public sector funding is concerned, one should take into account the fact that our main data provider, EBU-MIS, has recently revised its historical series.

Methodological details are provided at the end of the volume. The financial data are expressed in national currency at current rates to avoid any distortion of the picture of market trends due to exchange rate fluctuations. In Volume 2, the tables will be in euros to make it easier for comparisons to be made at the European level.

We hope this format still meets with our readers' approval. Any questions and comments that will enable us to better understand the wishes of the users of this publication are always welcome.

We are pleased to include for the first time data on Armenia, which joined the Observatory in 2012.

We wish to thank our various data suppliers (comScore, EBU-MIS, Eurodata-TV Worldwide, IHS Screen Digest, IVF, Lyngsat, Médiasalles and Warc) as well as our many national correspondents (especially within EPRA and the EFARN network) for their contributions to what remains a permanent challenge, namely to improve the transparency of the European audiovisual sector.

André Lange

Head of the Department for
Information on Markets and Financing
European Audiovisual Observatory
andre.lange@coe.int

consommation et des développements les plus récents du marché (notamment le développement des équipements individuels de réception tels que smartphones, tablettes et consoles de jeu ; la diversification des services à la demande ; la consommation des services de vidéo en ligne). Nous avons également visé à fournir des indicateurs de niveau de concentration des marchés (parts de marché des groupes de diffusion, nombre d'abonnés aux plateformes de distribution, parts de marché des distributeurs cinéma). En ce qui concerne le financement du secteur public, il y a lieu de tenir compte du fait que notre principal fournisseur de données, l'EBU-MIS, a revu ses séries historiques.

Des détails méthodologiques sont consultables en fin de volume. Les données financières sont fournies en monnaies nationales à prix courant afin d'éviter de biaiser la perception des tendances par les effets d'évolution des cours de change ; dans le volume 2 les tableaux seront fournis en euros, afin de faciliter les comparaisons à l'échelle européenne.

Nous espérons que cette formule continuera à rencontrer l'approbation de nos lecteurs. Les questions et les commentaires, nous permettant de mieux comprendre les souhaits des utilisateurs de cette publication, sont toujours les bienvenus.

Nous sommes heureux d'inclure pour la première fois des données sur l'Arménie, qui a adhéré à l'Observatoire en 2012.

Nous tenons à remercier nos différents fournisseurs de données (comScore, EBU-MIS, Eurodata-TV Worldwide, IHS Screen Digest, IVF, Lyngsat, Mediasalles, Warc) ainsi que nos multiples correspondants nationaux (en particulier au sein de l'EPRA et du réseau EFARN) pour leur contribution à ce qui reste un défi permanent, améliorer la transparence du secteur audiovisuel européen.

André Lange

Responsable du département « Information
sur les marchés et les financements »
Observatoire européen de l'audiovisuel
andre.lange@coe.int

Mit dem Band 1 wollen wir ein umfassenderes Nachschlagewerk anbieten, und zwar sowohl im Hinblick auf die Nutzungsgewohnheiten als auch auf die jüngsten Marktentwicklungen (insbesondere bei individuellen Empfangsgeräten wie Smartphones, Tablets und Spielekonsolen sowie hinsichtlich der Diversifizierung der Abrufdienste und der Nutzung von Online-Videodiensten). Wir wollen auch Indikatoren für das Ausmaß der Marktkonzentration angeben (Marktanteile der Sendekonzerne, Zahl der Abonnenten der Verbreitungsplattformen, Marktanteile der Spielfilmverleiher). Was die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Bereichs angeht, muss man in Betracht nehmen, dass unsere Hauptquelle, EBU-MIS, seine historische Datenreihe neu überarbeitet hat.

Einzelheiten zum methodischen Vorgehen finden sich am Ende des Bandes. Die Finanzdaten sind in der jeweiligen Landeswährung angegeben, um Verzerrungen durch Wechselkursschwankungen zu vermeiden. In Band 2 hingegen erfolgen die Tabellenangaben zum einfacheren innereuropäischen Vergleich in Euro.

Wir hoffen, dass dieses Format weiter die Zustimmung unserer Leser findet, und freuen uns auf Fragen und Anmerkungen, die es uns ermöglichen, die Wünsche unserer Leser noch besser zu verstehen.

Wir freuen uns erstmals Daten über Armenien zu inkludieren, welches der Informationsstelle 2012 beigetreten ist.

Wir danken den verschiedenen Datenlieferanten (comScore, EBU-MIS, Eurodata-TV Worldwide, IHS Screen Digest, IVF, Lyngsat, Médiasalles und Warc) sowie unseren zahlreichen Länderkorrespondenten (insbesondere innerhalb des EPRA und Netzwerks EFARN) für ihren Beitrag zur Bewältigung dieser permanenten Herausforderung, der Verbesserung der Transparenz im europäischen audiovisuellen Bereich.

Dr. André Lange

Leiter der Abteilung „Informationen über
Märkte und Finanzierungen“
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
andre.lange@coe.int

Country by country reports

Les paysages
télévisuels,
pays par pays

Länderberichte

Country	Pays	Land		ISO
Albania	Albanie	Albanien	7	AL
Armenia	Arménie	Armenien	9	AM
Austria	Autriche	Österreich	11	AT
Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien und Herzegowina	20	BA
Belgium	Belgique	Belgien	24	BE
Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien	35	BG
Switzerland	Suisse	Schweiz	42	CH
Cyprus	Chypre	Zypern	53	CY
Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik	60	CZ
Germany	Allemagne	Deutschland	69	DE
Denmark	Danemark	Dänemark	82	DK
Estonia	Estonie	Estland	91	EE
Spain	Espagne	Spanien	98	ES
Finland	Finlande	Finnland	110	FI
France	France	Frankreich	119	FR
United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich	131	GB
Greece	Grèce	Griechenland	144	GR
Croatia	Croatie	Kroatien	153	HR
Hungary	Hongrie	Ungarn	162	HU
Ireland	Irlande	Irland	171	IE
Iceland	Islande	Island	180	IS
Italy	Italie	Italien	186	IT
Liechtenstein	Principauté de Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein	198	LI
Lithuania	Lituanie	Litauen	199	LT
Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg	206	LU
Latvia	Lettonie	Lettland	213	LV
Montenegro	Monténégro	Montenegro	220	ME
"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"	223	MK
Malta	Malte	Malta	230	MT
Netherlands	Pays-Bas	Niederlande	236	NL
Norway	Norvège	Norwegen	245	NO
Poland	Pologne	Polen	254	PL
Portugal	Portugal	Portugal	265	PT
Romania	Roumanie	Rumänien	274	RO
Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation	282	RU
Sweden	Suède	Schweden	294	SE
Slovenia	Slovénie	Slowenien	303	SI
Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik	310	SK
Turkey	Turquie	Türkei	317	TR

New

Enlarged to the 40 countries Members of the European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services (VoD, catch up TV services, video sharing platforms,...) included

More than 11 400 TV channels
More than 3 500 on-demand audiovisual services
More than 8 500 companies

MAVISE

<http://mavise.obs.coe.int>

DATABASE ON TV AND AUDIOVISUAL SERVICES AND COMPANIES IN EUROPE

The screenshot shows the MAVISE website's advanced search page. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Advanced search, Glossary, About MAVISE, and Contact. Below this is the 'Advanced search' section. It features a 'Select a filter:' dropdown menu with three options: 'Country', 'TV Channel' (which is selected), and 'Company'. There are also checkboxes for 'On-demand audiovisual services' and 'Company'. Below the filter menu, there are several input fields: 'Channel name:', 'Country in which the channel is available:', 'Country of establishment:', 'Genre:', 'Type of coverage:', 'Main Language:', and 'Include:'. The 'Include:' dropdown is set to 'Active channels only'. To the right of these fields is a 'Specific target audience:' dropdown menu. Below this are four checkboxes: 'With service for disabled viewers', 'With news or current affairs programmes', 'With other news programmes (cultural news, sport news...)', and 'Available in HD'. A 'Search' button is located at the bottom right of the search area.

The European Television Database



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPAISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Company Listings

- by country
- by type of services offered
- by type of operator: cable, IPTV, satellite, DTT, ...

TV Market Profiles

- Description of the TV market
- Licensing authorities
- Data on population and equipment
- List of channels available and national companies

TV Channel Profiles and on-demand audiovisual services

- Genre and programming concept
- Countries and audience targeted
- Related licensing authority
- List of platforms carrying each channel

TV Company Profiles

- Address and link to website
- List of main activities
- Ownership information
- List of channels owned by each company

The Albanian public service broadcaster RTSH operates a range of channels, TVSH (Shqiptar TV1) TVSH 2 (Shqiptar TV2) and TVSH Sat, and in addition a HD channel RTSH HD, and three thematic channels on music, sport and art. There are two major private operators, TV Klan and Top Channel (Top Media Group). The activity of private electronic media began without a legal framework in 1995, with the launch of the unlicensed channel Shijak TV. After the creation of the regulatory body in 1999, commercial radio and television stations started operating under licences.

There are more than eighty cable operators in the Albanian market and two competing satellite platforms. The two satellite operators DigitAlb (Top Media Group) and Tring Digital also have pay DTT services, and both have a wide range of thematic channels. The digital terrestrial television platform DigitAlb was launched in 2004. DigitAlb claims to have an audience of more than 300 000 direct reception subscribers both in Albania and abroad, plus 120 000 households on the DTT network. Its competitor, Tring Digital, was launched by Albanian Satellite Communications in September 2008 and includes over 30 channels and has approximately 140 000 subscribers in Albania. Tring also has a pay DTT Package. In 2007 DigitAlb Mobile (DVB-H) television service, was launched by the Top Media group. Although pay-DTT has been operating since 2004, the launch of a free DTT system has been in delay. In May 2012, the Council of Ministers approved a strategy for Digital Switch-over which will see the launch of DTT, and a planned switch-off of analogue broadcasting in 2015.

On 4 March 2013, the Albanian Parliament approved Law 97/2013 "On Audiovisual Media in the Republic of Albania", which aims to harmonise Albanian media legislation with the Audiovisual Media Services Directive (2010/13/EU - AVMSD) of the European Union. The law replaces the regulatory authority *Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit* (KKRT - National Council of Radio and Television) with the *Autoriteti i Mediave Audiovizive* (AMA - Authority of Audiovisual Media). The regulator will have new functions such as the issuing of digital licenses and authorisations, the preparation of regulations and the preparation of research in the audiovisual media sector.

Le radiodiffuseur de service public Albanais RTSH exploite plusieurs chaînes, TVSH (Shqiptar TV1) TVSH 2 (Shqiptar TV2) et TVSH Sat, ainsi qu'une chaîne HD, RTSH HD, et trois chaînes thématiques sur la musique, le sport et l'art. Le pays compte deux principaux opérateurs privés, TV Klan et Top Channel (groupe Top Media). Les activités des médias électroniques privés ont débuté sans cadre légal en 1995 avec le lancement de Shijak TV, une chaîne ne bénéficiant d'aucune licence. Après la création de l'organisme de réglementation en 1999, les radios et télévisions privées ont commencé à diffuser sous licence.

Plus de 80 câblo-opérateurs opèrent sur le marché albanais ainsi que deux plateformes satellitaires concurrentes. Les deux opérateurs par satellite, DigitAlb (groupe Top Media) et Tring Digital, proposent également des services de TNT payante ainsi qu'un large éventail de chaînes thématiques. La plate-forme TNT DigitAlb a été lancée en 2004. DigitAlb revendique une audience de plus de 300 000 abonnés en réception directe tant en Albanie qu'à l'étranger. S'y ajoutent 120 000 foyers alimentés par le réseau terrestre de TNT. Face à lui, le bouquet Tring Digital, lancé par Albanian Satellite Communications en septembre 2008, comprend plus de 30 chaînes et compte environ 140 000 abonnés en Albanie. Tring propose également un bouquet de TNT payante. Le groupe Top Media a lancé en 2007 un service de télévision mobile (DVB-H), DigitAlb Mobile. Alors que la TNT payante fonctionne depuis 2004, le lancement de la TNT gratuite est retardé. En mai 2012, le Conseil des ministres a approuvé une stratégie pour le passage au numérique qui verra le lancement de la TNT et l'abandon de l'analogique en 2015.

Le 4 mars 2013, le Parlement albanais a adopté la loi 97/2013 « relative aux médias audiovisuels en République d'Albanie », qui vise à harmoniser la législation albanaise applicable aux médias avec la Directive Services de médias audiovisuels (2010/13/UE - SMA) de l'Union européenne. La loi remplace l'autorité de régulation *Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit* (KKRT - Conseil national de la radio et de la télévision) par l'*Autoriteti i Mediave Audiovizive* (AMA - Autorité des médias audiovisuels). Les nouvelles fonctions du régulateur sont, notamment, la délivrance d'autorisations et de licences numériques, l'élaboration de règlements, et la préparation d'études sur le secteur des médias audiovisuels.

Zu den Sendern der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt RTSH in Albanien zählen TVSH (Shqiptar TV1), TVSH 2 (Shqiptar TV2) und TVSH Sat, außerdem der HD-Sender RTSH HD und drei Themensender (Musik, Sport und Kunst). Es gibt in Albanien zwei große Privatsender: TV Klan und Top Channel (Gruppe Top Media). Die Aktivitäten privater elektronischer Medien begannen 1995 in einem rechtsfreien Raum mit dem Start des nicht lizenzierten Kanals „Shijak TV“. Nach der Einrichtung der Regulierungsbehörde im Jahr 1999 mussten private Radio- und Fernsehsender eine Sendelizenz erwerben.

Auf dem albanischen Markt gibt es mehr als 80 Kabelnetzbetreiber und zwei konkurrierende Sat-TV-Plattformen. Die beiden Satellitenbetreiber DigitAlb (Top Media Group) und Tring Digital bieten ebenfalls Pay-DVB-T an, außerdem haben sie eine breite Palette von Themensendern im Angebot. Die digitale terrestrische Fernsehplattform DigitAlb wurde 2004 gestartet. DigitAlb hat nach eigenen Angaben über 300 000 Abonnenten, die in Albanien und im Ausland das Programm direkt empfangen. Zusätzlich werden noch 120 000 Haushalte mit dem albanischen terrestrischen Digitalnetz versorgt. Dazu kommt seit September 2008 ein neues Angebot (Tring Digital) des Betreibers Albanian Satellite Communications. Es enthält mehr als 30 Sender und hat inzwischen rund 140 000 Abonnenten in Albanien. Tring hat ebenfalls ein Pay-DVB-T-Angebot. 2007 wurde DigitAlb Mobile (DVB-H) von der Top Media Group gestartet. Obwohl es bereits seit 2004 Pay-DVB-T in Albanien gibt, wurde frei empfangbares DVB-T erst sehr viel später eingeführt. Erst im Mai 2012 hat der Ministerrat eine Strategie für die Umstellung auf digitales Fernsehen verabschiedet, mit der digitales terrestrisches Fernsehen eingeführt werden soll. Die Abschaltung des analogen Signals ist erst für 2015 geplant.

Am 4. März 2013 hat das albanische Parlament das Gesetz 97/2013 „Über die audiovisuellen Medien in der Republik Albanien“ verabschiedet. Mit diesem Gesetz soll das albanische Medienrecht an die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2010/13/EU - AVMD) angepasst werden. Die bisherige Regulierungsbehörde *Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit* (KKRT – Nationaler Hörfunk- und Fernsehrat) wird durch die *Autoriteti i Mediave Audiovizive* (AMA – Audiovisuelle Medienbehörde) ersetzt. Die neue Regulierungsbehörde wird auch eine Reihe neuer Kompetenzen erhalten. So kann sie in Zukunft z.B. digitale Rundfunklizenzen vergeben und Genehmigungen erteilen, Vorschriften und Regelungen, und Studien im audiovisuellen Mediensektor vorbereiten.

➤ Audiovisual Media Authority: <http://ama.gov.al>

Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

Albanian Media Institute: <http://www.institutemedio.org>

AL1

Equipment
2012

Demography 2012 In thousands.

Population	2 831
Households	740

➔ Albanian Institute of Statistics 2012

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			701
Cable TV subscriptions	5.4%	40	~
Digital cable TV households	~	~	~
Digital DTH/SMATV households	~	~	~
Pay DTH/SMATV subscriptions	47.3%	350	~
IPTV households	~	~	~
Pay IPTV subscriptions	~	~	~
DTT households	~	~	~
Pay DTT subscriptions	20.3%	150	~
Total digital TV households	67.6%	500	~
Total pay TV subscriptions	~	~	~
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray player	~	~	~
Households with PC	20.3%	150	~
Households with broadband connections	18.9%	140	~
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	~	~	~

➔ ITU, Open Society Institute, Digitalb, Tring, Postal and Electronic Communications Authority AKEP.

AL2

Audiovisual services
2013

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	4	95	99
Regional / Local		60	60
Regional / Local windows	3		3
Channels targeting foreign markets	1	1	2
Total	10	158	168
Foreign channels targeting the country		2	2

➔ European Audiovisual Observatory

AL3

Financing of the public audiovisual media sector
2008-2012

Company included: Radiotelevizioni Shqiptar.

Income	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	4.88	5.85	5.68	5.89	8.31	59.1	63.9	58.4	64.0	67.7	41.1%
- State budget / Grants	4.44	3.76	3.09	2.74	2.82	53.8	41.1	31.7	29.8	23.0	3.2%
- Licence fee	0.44	2.09	2.59	3.15	5.49	5.3	22.8	26.6	34.3	44.7	74.1%
Total commercial income	3.34	3.17	4.01	3.23	3.48	40.5	34.6	41.3	35.1	28.4	8.0%
- Advertising	0.80	0.65	1.26	0.85	1.13	9.7	7.1	13.0	9.2	9.2	33.6%
- Other commercial revenues	2.54	2.52	2.75	2.38	2.35	30.8	27.5	28.3	25.9	19.1	-1.2%
Others	0.03	0.14	0.04	0.08	0.48	0.4	1.6	0.4	0.9	3.9	488.2%
Total	8.25	9.17	9.73	9.20	12.27	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	33.5%

➔ Radiotelevizioni Shqiptar / EBU-M.I.S.

In the Republic of Armenia the public television broadcaster is a state enterprise with a special status. The Armenian Public Television was launched by the State to guarantee the Constitutional rights of people to freely receive political, economic, educational, cultural, children's, teenagers, scientific, Armenian language and history, sport, entertainment and other popular information. It operates according to the Law on Television and Radio, and to the regulations and legislation of the Republic of Armenia. The Public Television Company produces the programmes and broadcasts one TV channel (Armenia 1), as well as an international service (Armenia International). The Public Radio Company produces and broadcasts radio programmes. The supreme body of management is the Council of the Public TV and Radio Company.

In June 2010 the National Parliament adopted the Law on Amendment of the Law on TV and Radio, dealing mainly with the transition from analogue to digital broadcasting. The deadline for the switch-off is the 1st of January 2015.

The National Commission on Television and Radio (NCTR) is an independent regulatory body which was established by the Constitution of the Republic of Armenia and the Law on TV and Radio. Half of the members are elected by the National Assembly for a six-year term while the other half are appointed by the President of the Republic for a six-year term too.

TV and radio companies founded by physical and legal entities are considered to be private. All television and radio broadcasting companies in the territory of Armenia have equal rights and are accountable before the law equally notwithstanding their ownership. Various private general TV channels broadcast over the whole territory by terrestrial transmission or satellite: Armenia TV, H2, Erkir Media TV, Kentron and Shant TV. There are also various thematic channels such as Armnews, the music channel Dar 21 and the channel broadcast by the Armenian Orthodox Church, Shoghakat TV. There are around 30 local TV channels broadcast either by terrestrial or by cable. Various Russian channels are re-broadcast through terrestrial private companies, under a licence from the NCTR.

The main cable operators are Eurocable and Interactive TV. According to a panel of IPM in 2011, 24,4% of homes have access to cable and 4,1% to satellite reception. 10,5 % of homes receive digital television.

En République d'Arménie, le radio-diffuseur télévisuel public est une entreprise d'Etat disposant d'un statut spécial. La télévision publique arménienne a été lancée par l'Etat afin de garantir les droits constitutionnels des personnes à recevoir gratuitement des informations politiques, économiques, éducatives, culturelles, pour les enfants, pour les adolescents, scientifiques, sur la langue et l'histoire arméniennes, sportives, de divertissement et autres informations populaires. Elle est régie par la loi relative à la radio et à la télévision, et par d'autres règlements et textes législatifs de la République d'Arménie. La société de télévision publique produit des programmes et diffuse une chaîne de télévision (Armenia 1), ainsi qu'un service international (Armenia International). La société de radio-diffusion publique produit et diffuse des émissions de radio. L'organe suprême de direction est le Conseil de la société de radio et de télévision publiques.

En juin 2010, le Parlement national a adopté une loi modifiant la loi relative à la télévision et à la radio, qui traite principalement du passage de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique. La date limite pour l'abandon de l'analogique est le 1^{er} janvier 2015.

La Commission nationale de la radio et de la télévision (CNRT) est un organisme de réglementation indépendant créé par la Constitution de la République d'Arménie et la loi relative à la radio et à la télévision. La moitié de ses membres sont élus par l'Assemblée nationale pour un mandat de six ans, l'autre moitié étant nommée par le Président de la République également pour un mandat de six ans.

Les sociétés de radio et de télévision créées par des personnes physiques et morales sont considérées comme privées. Toutes les sociétés de radio et de télévision sur le territoire arménien ont des droits égaux et sont responsables devant la loi, indépendamment de leur propriété. Diverses chaînes généralistes privées sont diffusées sur l'ensemble du territoire par voie terrestre ou par satellite : Armenia TV, H2, Erkir Media TV, Kentron et Shant TV. Il existe également plusieurs chaînes thématiques telles qu'Armnews, la chaîne musicale Dar 21 et la chaîne de l'Eglise orthodoxe arménienne, Shoghakat TV. Environ 30 chaînes de télévision locales sont diffusées par voie terrestre ou par câble. Diverses chaînes russes sont retransmises par des sociétés privées terrestres, en vertu d'une licence concédée par la CNRT.

Les principaux câblo-opérateurs sont Eurocable et Interactive TV. Selon un panel IPM de 2011, 24,4 % des foyers ont accès au câble et 4,1 % au satellite. 10,5 % des foyers reçoivent la télévision numérique.

Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt in der Republik Armenien ist ein staatliches Unternehmen mit einem Sonderstatus. Das armenische öffentlich-rechtliche Fernsehen wurde vom Staat gegründet, um das verfassungsmäßige Recht der Bürger auf freien Zugang zu Informationen zu garantieren – zu politischen, wirtschaftlichen, bildungspolitischen, kulturellen Informationen und Informationen für Kinder, Teenager, wissenschaftlichen Informationen, Informationen über die armenische Sprache und Geschichte, Sport oder anderen Informationen. Geregelt wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch das Gesetz über Fernsehen und Hörfunk und die Vorschriften und Gesetze der Republik Armenien. Die öffentlich-rechtliche Fernsehgesellschaft produziert die Programme und strahlt einen landesweiten Fernsehsender (Armenia 1) sowie einen internationalen Sender aus (Armenia International). Für die Radioprogramme ist die öffentlich-rechtliche Hörfunkgesellschaft verantwortlich. Oberste Aufsichtsbehörde ist der Rat für öffentlich-rechtliches Fernsehen und Radio.

Im Juni 2010 hat das armenische Parlament das Gesetz zur Änderung des Fernseh- und Hörfunkgesetzes angenommen. Darin geht es in erster Linie um den Übergang vom analogen zum digitalen Rundfunk. Das analoge Signal soll spätestens am 1. Januar 2015 abgeschaltet werden.

Die Nationale Fernseh- und Radiokommission (NCTR) ist eine unabhängige Regulierungsbehörde, die von der Verfassung der Republik Armenien und durch das Fernseh- und Radiogesetz eingesetzt wurde. Die Hälfte der Mitglieder wird von der Nationalversammlung für eine Amtszeit von sechs Jahren gewählt, die andere Hälfte wird vom Präsidenten der Republik ebenfalls für sechs Jahre ernannt.

Private Fernseh- und Radiogesellschaften können von natürlichen und juristischen Personen gegründet werden. Alle Fernseh- und Radiogesellschaften, die auf dem Hoheitsgebiet Armeniens senden, haben gleiche Rechte und unterliegen armenischem Recht, unabhängig von der Art der Besitzverhältnisse. Es gibt in Armenien mehrere private Fernsehsender, die ein landesweites Vollprogramm senden, entweder terrestrisch oder per Satellit: Armenia TV, H2, Erkir Media TV, Kentron und Shant TV. Daneben gibt es auch eine Reihe von Themensendern wie den Nachrichtensender Armnews, den Musiksender Dar 21 und den Sender der armenischen orthodoxen Kirche, Shoghakat TV. Ergänzt wird das Angebot durch rund 30 lokale Fernsehsender, die ihre Programme entweder terrestrisch oder über Kabel ausstrahlen. Mehrere russische Sender können terrestrisch empfangen werden. Ihre Programme werden von privaten Gesellschaften mit einer Lizenz der NCTR ausgestrahlt.

Die bedeutendsten Kabelanbieter sind Eurocable und Interactive TV. Einer IPM-Umfrage 2011 zufolge haben 24,4 % aller Haushalte Zugang zu Kabelempfang, 4,1 % empfangen Fernsehen über Satellit und 10,5 % aller Haushalte empfangen digitales Fernsehen.

➤ National Radio and Television Council: <http://ama.gov.al>
Albanian Media Institute: <http://www.institutemedial.org>
Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

AM1

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission **December 2013**

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	2	5	7
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile			0
TV Regional/Local/Windows	1	32	33
TV channels targeting foreign markets	1	2	3
Total	4	39	43
Foreign TV channels targeting the country ¹			4

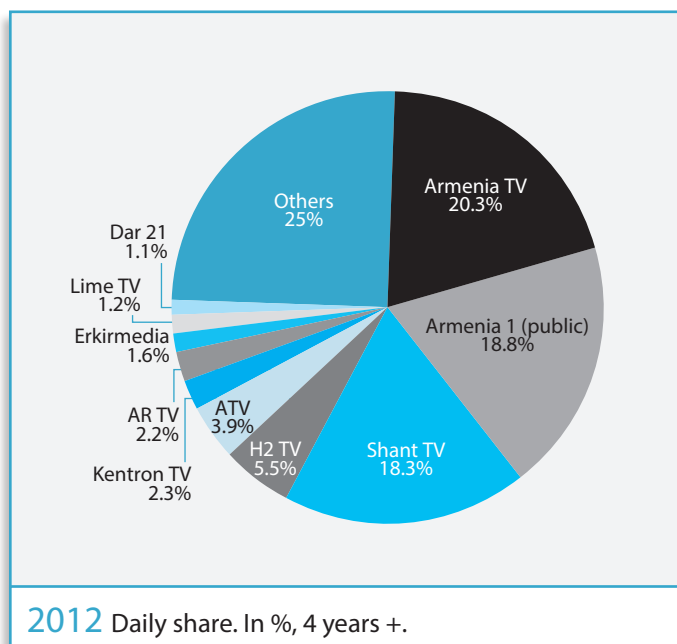
¹ Russian channels with terrestrial licences in Armenia.

➔ European Audiovisual Observatory

AM2

TV audience market share in Armenia

2012 In %, 4 years +.



➔ Eurodata TV Worldwide / Nielsen

The most important broadcaster in Austria is still the public service ORF, which has gradually been losing market share since the introduction of private television. The channels ORF1 and ORF2 had a combined average audience market share of 35.3% in 2012 (a drop of just over 11% since 2006). ORF2 is still the most popular channel, with 21.3% of viewers on average. German television is also popular in Austria. Following the upward trend they had experienced in the previous six years, the main German private channels (RTL, Sat1 Österreich, ProSieben Austria und Vox) had a lower combined market share of 20.6% for the first time (22.4% in 2011). German public service channels had a combined audience market share of around 13%. The main private channel is ATV (launched in 2003) which had a slightly higher audience share of 3.3% than Puls 4 (3%) in 2012. Another Austrian private channel, ATV2, has been broadcasting since December 2011. In 2012, Austria 9 TV was taken over by ProSiebenSat.1 Media AG and then replaced by SIXX Austria.

The 2012 Communications Report published by the regulatory authority, KommAustria, shows that there has been no change in the distribution of the various transmission media, which has remained constant for some years. Satellite television, which has been fully digital since 1 May 2012, traditionally plays an important role in supplying the 3.55 million TV households: around 50% receive their programmes by this means (1.78 million TV households), followed by 1.56 million TV households (44%) connected to cable TV, only half of which is digitised (53% analogue households). The digital cable households comprise not only cable but also IPTV customers. After a fall in their number for the first time in five years, their share of the total has dropped by six percentage points to 30%. IPTV and DVB-T households each make up 6% of the total number of TV households. The degree of digitisation in December 2012 was 77%, an increase of 7% over the previous year.

Digital terrestrial television was launched in October 2006. After further expansion, multiplexes A and B supplied 98% and 91% of the population respectively in 2012 with the following national channels: ATV, ATV2, ORF1, ORF2, ORFIII Kultur und Information, ORF Sport +, PULS 4, Red Bull TV, Servus TV and 3sat. Regional and local stations are carried on a third multiplex platform (MUX C is operated by different companies in each region) and, with 18 licences in 2012, reached around 64% of the population. After KommAustria had invited applications in July 2011 to operate two multiplexes (MUX D and E) for the nationwide transmission of digital

Le principal radiodiffuseur autrichien demeure le radiodiffuseur de service public ORF, qui perd toutefois des parts de marché depuis l'introduction de la télévision privée. En 2012, les chaînes ORF1 et ORF2 cumulaient une part de marché moyenne de 35,3 % (en recul d'un peu plus de 11 % depuis 2006). ORF2 reste la chaîne la plus populaire, avec une part moyenne d'audience de 21,3 %. La télévision allemande est également appréciée en Autriche. Les grandes chaînes privées allemandes (RTL, Sat1 Österreich, ProSieben Austria et Vox), qui gagnaient du terrain depuis six ans, ont atteint en 2012 une part d'audience cumulée de 20,6 % accusant pour la première fois une baisse (22,4 % en 2011). Les chaînes de service public allemandes ont une part d'audience cumulée d'environ 13 %. La principale chaîne privée en 2012 est ATV (lancée en 2003), qui enregistre une part de marché de 3,3 %, devançant de peu le diffuseur Puls 4 (3 %). Une deuxième chaîne privée, ATV2, a également été lancée en décembre 2011. En 2012, ProSiebenSat.1 Media AG a racheté Austria 9 TV, rebaptisée SIXX Austria.

Le rapport 2012 sur les communications publié par l'autorité de régulation, KommAustria, montre que la répartition entre les différents modes de distribution, constante depuis plusieurs années, n'a pas évolué. Disponible intégralement en numérique depuis le 1^{er} mai 2012, la télévision par satellite concerne traditionnellement une part importante des 3,55 millions de foyers équipés d'un téléviseur : ils sont près de 50 % à disposer d'une réception par satellite (1,78 million de foyers), suivis de 1,56 million de foyers (44 %) connectés à la télévision par câble, pour laquelle le passage au numérique n'est effectif que pour moitié (53 % de foyers regardent encore les chaînes câblées en analogique). Les foyers recevant la télévision numérique par câble recouvrent à la fois les abonnés au câble et les clients de l'IPTV. Leur part a baissé de six points pour atteindre 30 % à la suite d'une diminution du nombre d'abonnés, la première en cinq ans. La part des foyers recevant la télévision en IPTV représente 6 % du total des foyers équipés d'un téléviseur, une proportion égale à celle des foyers qui reçoivent la télévision numérique terrestre (TNT). Au total, la numérisation de la télévision atteignait 77 % en décembre 2012, soit 7 % de plus que l'année précédente.

La télévision numérique terrestre a été lancée en octobre 2006. Les multiplex A et B ont été étendus et desservait en 2012 respectivement 98 % et 91 % de la population avec les chaînes nationales suivantes : ATV, ATV2, ORF1, ORF2, ORFIII Kultur und Information, ORF Sport +, PULS 4, Servus TV et 3sat. Les diffuseurs régionaux et locaux sont répartis sur une troisième plate-forme multiplex (MUX C, exploitée par une entreprise différente dans chaque région) et atteignent environ 64 % de la

Wichtigster Sender in Österreich ist nach wie vor der öffentlich-rechtliche ORF, dessen Marktanteil seit der Einführung des Privatfernsehens kontinuierlich zurückgegangen ist. Die beiden Sender ORF1 und ORF2 erreichten 2012 zusammen einen Marktanteil von 35,3 % (knapp über minus 11 % seit 2006). Mit einem durchschnittlichen Zuschauermarktanteil von 21,3 % ist ORF2 immer noch der beliebteste Sender. Auch deutsche Sender sind in Österreich sehr beliebt. Die größten deutschen Privatsender (RTL, Sat1 Österreich, ProSieben Austria und Vox) erreichen nach einem Aufwärtstrend der letzten sechs Jahre in 2012 erstmals einen geringeren Marktanteil von zusammen 20,6 % (22,4 % in 2011). Die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender kommen zusammen auf einen Marktanteil von rund 13 %. Größter österreichischer Privatsender ist ATV (2003 gestartet) mit einem knappen Vorsprung von 3,3 % Marktanteil vor Puls 4 (3 %) im Jahr 2012. Seit Dezember 2011 gibt es mit ATV2 einen weiteren österreichischen Privatsender. 2012 wurde Austria 9 TV von der ProSiebenSat.1 Media AG übernommen und schließlich durch SIXX Austria ersetzt.

Laut dem Kommunikationsbericht 2012 der Regulierungsbehörde KommAustria hat sich an der seit Jahren konstanten Verteilung der Übertragungswege nichts verändert. Das seit 1. Mai 2012 vollständig digitalisierte Satellitenfernsehen spielt in den insgesamt 3,55 Mio. Fernsehhaushalten traditionell eine wichtige Rolle: Rund 50 % empfangen per Satellit (1,78 Mio. Haushalte), gefolgt von 1,56 Mio. Haushalten (44 %) die an das zur Hälfte digitalisierte Kabelfernsehen angeschlossen sind (53 % analoge Haushalte). Die digitalen Kabelhaushalte umfassen neben Kabelkunden auch IPTV-Haushalte. Deren Anteil ist nach einem Kundenrückgang zum ersten Mal in fünf Jahren um sechs Prozentpunkte auf 30 % gesunken. Gemessen an der Zahl aller Fernsehhaushalte beträgt der Anteil von IPTV- und DVB-T-Haushalten je 6 %. Insgesamt lag der Digitalisierungsgrad im Dezember 2012 bei 77 %, einem Plus von 7 % im Vergleich zum Vorjahr.

DVB-T wurde im Oktober 2006 in Betrieb genommen. Nach weiteren Ausbauten versorgten die Multiplexe A und B 2012 jeweils 98 % und 91 % der Bevölkerung mit folgenden nationalen Sendern: ATV, ATV2, ORF1, ORF2, ORFIII Kultur und Information, ORF Sport +, PULS 4, Servus TV und 3sat. Regionale und lokale Sender sind auf eine dritte Multiplex-Plattform aufgeteilt (MUX C wird in jeder Region von einem anderen Unternehmen betrieben) und erreichen mit 18 Zulassungen im Jahr 2012 rund 64 % der Bevölkerung. Nachdem die KommAustria im Juli 2011 Betriebszulassungen für zwei Multiplexe (MUX D

terrestrial television in the new DVB-T2 broadcasting standard, it followed this up in April 2012 with invitations to apply for an additional multiplex (MUX F). A new pay-DTT platform called Simpli TV (a subsidiary of broadcaster ORS) with over 40 channels was launched in April 2013. It marked the introduction of DVB-T2 technology in Austria.

Satellite is the most important mode of television reception in Austria, followed by cable. The public service broadcaster ORF provides a digital satellite package. Another important operator is the platform Sky Österreich, (formerly Premiere Österreich), which was rebranded in July 2009 after News Corporation's takeover of Premiere AG. A third service – Austria Sat – was launched in October 2010 by the M7 Group, and in September 2011 the same company launched the HD package, HD Austria.

There are many cable operators in Austria, the most important of these being UPC. At the end of 2012, UPC Telekom claimed to have 535 000 subscribers

In 2006, A1 Telekom Austria AG launched the IPTV platform A1 TV (formerly aonTV) in Vienna. The service announced that it had approximately 210 000 subscribers in the 3rd quarter of 2012. Since October 2012, there has been an additional IPTV service on the market: the platform TV-Box operated by the telecommunications company MyPhone Austria GmbH offers a standard package of around 200 digital TV channels.

Following an investigation completed by the European Commission in 2009 regarding the financing and remit of the public broadcaster ORF, the *Rundfunk- und Mediengesetz* (Broadcasting and Media Act) was comprehensively amended in 2010.

The regulatory authority KommAustria, was given responsibility for legal supervision of the public service broadcaster (ORF). The financing of the ORF now follows EU standards regarding commercial and non-commercial activities. A quality assurance system aimed at ensuring the fulfilment of the public service remit has been introduced. The amendments to the *Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz* (AMD-G) and the ORF-Gesetz (ORF-G) adopted by the Austrian Parliament on 29 February 2012 contain, inter alia, improvements for private television channels and introduce the term “audiovisual service”, which now covers both television programmes and on-demand audiovisual services.

population, avec 18 licences pour l'année 2012. Après l'attribution par Komm Austria en juillet 2011 de deux multiplex (MUX D et E) nationaux de diffusion dans la nouvelle norme DVB-T2, un appel d'offres a été publié en avril 2012 en vue de la création d'un nouveau multiplex (MUX F). Depuis avril 2013 il existe avec SimpliTV (une filiale de ORS) une nouvelle plate-forme TNT payante, au standard DVB-T2, avec plus de 40 chaînes. Ceci marque l'introduction de la technologie DVB-T2 en Autriche.

Le satellite est le principal mode de réception des signaux télévisés en Autriche. Le radiodiffuseur public ORF propose un bouquet numérique par satellite. Un autre opérateur majeur du satellite est la plate-forme Sky Österreich (ex-Premiere Österreich), rebaptisée en juillet 2009 après la reprise de Premiere AG par News Corporation. Un troisième service, AustriaSat, a été lancé en octobre 2010 par le groupe M7 qui propose également, depuis septembre 2011, un bouquet haute définition (HD Austria).

L'Autriche compte de nombreux câblo-opérateurs, le principal étant UPC. Fin 2012, UPC Austria annonçait compter 535 000 abonnés.

En 2006, A1 Telekom Austria AG a lancé la plate-forme IPTV A1 TV (anciennement aonTV) à Vienne. Au 3e trimestre 2012, le service annonçait quelque 210 000 abonnés. Depuis octobre 2012, le marché compte une nouvelle offre IPTV : la plate-forme TV-Box de l'opérateur de télécommunications MyPhone Austria GmbH propose dans son bouquet de base quelque 200 chaînes numériques.

À la suite d'une procédure d'examen de la Commission européenne en 2009 concernant le financement et la mission de service public de l'ORF, la législation autrichienne sur la radiodiffusion et les médias a été modifiée en profondeur en 2010. L'autorité de régulation KommAustria a été chargée de la supervision juridique de la radiodiffusion de service public, dont le financement respecte dorénavant les normes de l'UE concernant les activités commerciales et non commerciales. Un système d'assurance qualité a également été mis en place afin de garantir le respect de la mission de service public. Les amendements de l'*Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz* (loi sur les services de médias audiovisuels) et de l'ORF-Gesetz (loi sur l'ORF) adoptés le 29 février 2012 par le Parlement autrichien ont notamment entraîné une amélioration de la situation des diffuseurs privés et ont introduit l'expression « service audiovisuel » qui couvre dorénavant tant les programmes de télévision que les services audiovisuels de médias à la demande.

und E) zur bundesweiten Ausstrahlung von digitalem Antennenfernsehen im neuen Übertragungsstandard DVB-T2 ausgeschrieben hatte, folgte im April 2012 eine Ausschreibung für ein weiteres Multiplex (MUX F). Seit April 2013 gibt es mit Simpli TV (eine ORS Tochtergesellschaft) eine neue gebührenpflichtige Plattform mit über 40 Sendern erstmals im DVB-T2 Standard.

Der Fernsehempfang in Österreich erfolgt in erster Linie über Satellit. Ein Paket für digitales Satellitenfernsehen wird vom ORF angeboten. Ein weiterer wichtiger Betreiber ist Sky Österreich (ehemals Premiere Österreich), der im Juli 2009 nach der Übernahme der Premiere AG durch die News Corporation umbenannt wurde. Ein dritter Dienst – AustriaSat – wurde im Oktober 2010 von der M7 Group gestartet, die im September 2011 auch mit einem HD-Paket (HD Austria) an den Start gegangen ist.

Es gibt in Österreich zahlreiche Kabelnetzbetreiber, von denen UPC der größte ist. Ende 2012 hatte UPC Austria nach eigenen Angaben 535 000 Abonnenten.

2006 hat A1 Telekom Austria AG in Wien die IPTV-Plattform A1 TV (ehemals aonTV) in Betrieb genommen. Nach eigenen Angaben hatte der Dienst im 3. Quartal 2012 ca. 210 000 Abonnenten. Seit Oktober 2012 gibt es ein weiteres IPTV-Angebot auf dem Markt. Die Plattform TV-Box des Telekommunikationsunternehmens MyPhone Austria GmbH bietet im Standardpaket etwa 200 digitale TV-Sender an.

Nach einer Untersuchung der Europäischen Kommission im Jahr 2009 über die Finanzierung und den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF wurde 2010 das Rundfunk- und Mediengesetz umfassend novelliert. Demnach hat die KommAustria die Rechtsaufsicht über den öffentlich-rechtlichen Sender (ORF). Die Finanzierung des ORF erfolgt nun nach den EU-Standards für kommerzielle und nichtkommerzielle Tätigkeiten. In Folge wurde ein Qualitätssicherungssystem zur Sicherstellung der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrages eingeführt. In den am 29. Februar 2012 vom österreichischen Nationalrat angenommenen Änderungen zum Audiovisuellen Mediendienste-Gesetz (AMD-G) und zum ORF-Gesetz (ORF-G) kam es unter anderem zu Verbesserungen für private Fernsehsender und zur Einführung des Begriffs audiovisueller Mediendienst. Dieser umfasst nunmehr sowohl Fernsehprogramme also auch audiovisuelle Mediendienste auf Abruf.

AT1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	8 443
Households	3 678

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			3 586
Cable TV subscriptions	36.8%	1 353	
Digital cable TV households	16.3%		599
Digital DTH/SMATV households	51.6%		1 897
Pay DTH/SMATV subscriptions	1.8%	66	
IPTV households	6.3%		233
Pay IPTV subscriptions	6.3%	233	
DTT households	4.3%		157
Pay DTT subscriptions			
Total digital TV households	78.4%		2 885
Total pay TV subscriptions	44.9%	1 652	
Households with DVD player	74.8%		2 750
Households with Blu-ray disc player	10.4%		383
Households with PC	80.9%		2 975
Households with broadband connections	57.0%		2 097
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	16.6%		611

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

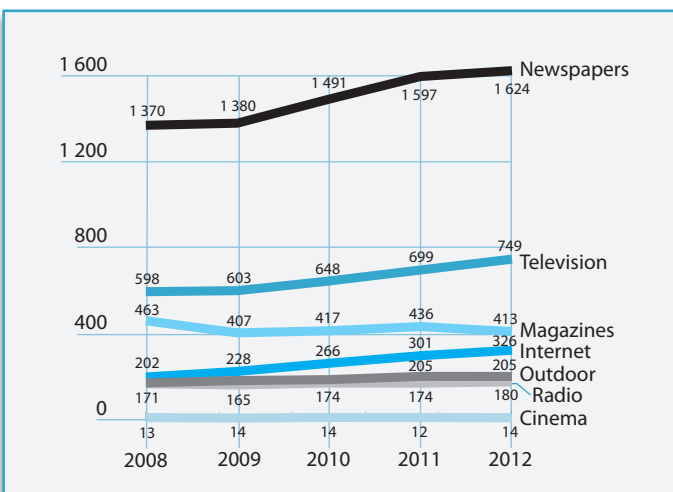
		Total in thousands
Active smartphones	34.6%	2 924
Active tablets	6.1%	515
Advanced game consoles	13.9%	1 170

IHS Screen Digest

AT2

Advertising
2008-2012

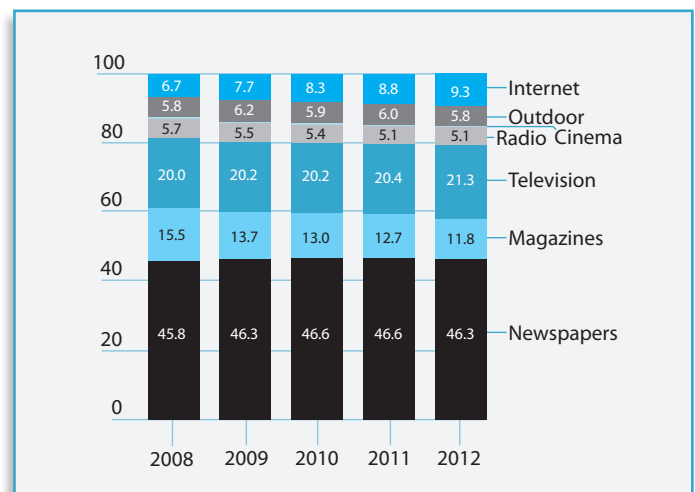
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

AT3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telekom Austria AG (cons.) ① ②	3Play	A1 TV	4 740.0	4 555.0	4 411.8	-3.1%
ORF ③	Broadcaster (TV, R, OD)	ORF-1, ORF-2, ORF Sat, TW1	948.9	953.1	973.9	2.2%
T-Mobile Austria GmbH ①	3G TV	Mobile TV	1 075.8	923.6	919.7	-0.4%
Orange GmbH ①	3G TV	Orange Handy TV	584	534.1	~	~
Hutchinson 3G Austria GmbH ①	3G TV	3 TV	~	356.9	429.5	20.3%
UPC Austria est. ①	3Play	UPC Austria	420.2	417.8	364.9	-12.7%
Red Bull Media House	TV,	Red Bull TV, Servus TV	3.9	133.2	280.4	110.5%
Koch Media GmbH ④	VG, PRODCIN, DISCIN	Koch Media	71.2	150.8	174.8	15.9%
Sky Österreich GmbH est.	Sat-TV, Broadcaster (TV)	Sky Österreich	92.7	24.3	126.6	421.0%
Seven One Media Austria GmbH	TV, Advertising sales	Pro7, Sat.1, Kabel 1, Puls 4	94.2	108.9	114.1	4.8%

① Includes telecommunication activities.

③ Also active as satellite packager (ORF-Digital-Sat).

➤ European Audiovisual Observatory

② Includes international activities.

④ 2010 on 6 months.

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>250	>250	B.Net Burgenland, Kabelsignal AG, Liwest Kabelmedien, UPC Telekabel.....
Satellite packagers	2	3	Austria Sat (LU), ORF, Sky Österreich
IPTV packagers	4	4	Infotech EDV-System, Pitztalnet, Telekom Austria (A1), MyPhone Austria (TV-Box)
DTT multiplex operators and packagers	20	20	1 national ORS (MUX A, MUX B), simpliTV (MUX D-F) and 18 operators for 16 regional areas (MUX C)
Mobile TV packagers	3	3	Hutchinson 3G Austria, Telekom Austria - A1, T-Mobile
SmartTV stores providing AV applications	~	5	Samsung, Philips, LG, Sony, Panasonic
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry World Apps (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (DE), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded catalogues		3	Dailymotion (FR), SnackTV (DE), Youtube (US)

➤ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	ORF ①	Public	12	37.5%	36.9%
2	ProSiebenSat.1 Media AG (DE)	Private	18	>17.5%	>17.2%
3	RTL Group (LU)	Private	16	>10.7%	>10%
4	ARD (DE)	Public	10	8.9%	8.9%
5	ZDF (DE)	Public	10	5.1%	5.2%

① Including 3sat.

➤ European Audiovisual Observatory

AT4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	505.0	527.9	581.0	584.7	596.0	48.3	54.4	59.8	59.0	59.5	1.9%
- Aids/Grants	1.5	1.2	0.8	0.6	0.5	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	-11.2%
- Licence fee	503.9	526.4	580.2	584.2	595.5	48.2	54.2	59.7	58.9	59.4	1.9%
Total commercial income	539.8	443.2	390.3	406.8	405.9	51.7	45.6	40.2	41.0	40.5	-0.2%
- Advertising	263.3	222.8	216.1	216.7	210.7	25.2	22.9	22.3	21.9	21.0	-2.8%
- Other commercial revenues	276.5	220.4	174.1	200.5	195.3	26.5	22.7	17.9	20.2	19.5	-2.6%
TOTAL	1 044.8	971.1	971.2	991.5	1 001.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	1.0%

Company included: ORF.

➤ ORF

AT5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	3	3	6
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	4	61	65
TV Regional/Local Windows	12	132	144
TV channels targeting foreign markets		2	2
Total	19	198	217
Foreign channels targeting the country	5	103	108

→ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	5	~
Catch-up TV services	63	76
VoD Generalist/ Film / Fiction	3	14
VoD Music / Music events	1	10
VoD Film	6	35
VoD Documentary		1
VoD Children/ Animation	1	10
Film/TV Archives and Trailers		5
Sport	5	9
Other	34	~
Total	118	~

→ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite		IPTV
	(free) ORS and regional operators	(pay) simpliTV ①	UPC Telekabel ①	ORF Satellit	Sky Österreich	A1 Full offer
TV Channels						
Generalist - national	4	5	7	2		7
Generalist - foreign		1	14			19
Adult		1	2	2	1	1
Children		2	6	1	9	6
Culture/ education/ documentary	1	6	15	2	7	15
Minority interest groups						1
Entertainment/ TV fiction/ games	1	7	20	4	13	18
Film			3	1	8	4
Home shopping			3	1		3
HD Simulcast of an existing channel		9	30	13	25	36
International linguistic and cultural			9	1		10
Lifestyle/ specific leisure/ travel			3	1	2	5
Music		1	7	5	4	4
News/ business		2	11			14
Regional/ local/ windows ②	28	9	17	9		31
Religion						2
Sports	1	3	12	2	8	6
Various			1		2	1
Total (of which HD channels)	35	46 (9)	160 (30)	44 (13)	79 (25)	183 (36)
On-demand audiovisual services						
VoD			5			1
Catch-up			2			1
Other services					1 ③	
Total	0	0	7	0	1	2

① UPC also offers the following Sky packages: 1) Sky Bonus (three Disney Channels and Sky Sport News), 2) Sky Film (nine channels), 3) Sky Sport HD (12 channels), 4) Sky Bundesliga HD (ten channels), Sky Sport (12 channels), Sky Bundesliga (ten channels).

② This can include the Austrian windows of the German channels Kabel Eins Austria, ProSieben Austria, SAT. 1 Österreich, RTL 2 Österreich, RTL Österreich, Super RTL Österreich, Viva Österreich and VOX Österreich, and ORF2 windows and German

regional public service channels. Please note that Kabel Eins Austria, ProSieben Austria and SAT. 1 Österreich are licensed windows featuring their own content while windows of the RTL-group do not hold licenses or have their own content.

③ Sky Anytime VoD. The previous VoD service Sky Select+ was closed on 24 January 2012.

④ First Austrian pay DTT service launched on 15 April 2013 via DVB-2 technology.

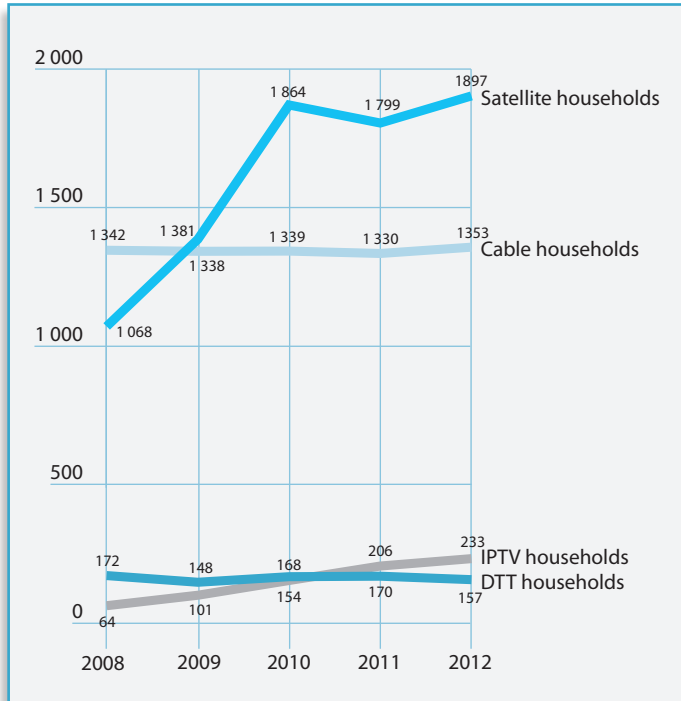
Includes free DTT.

→ European Audiovisual Observatory

AT6

Market trends
2008-2012

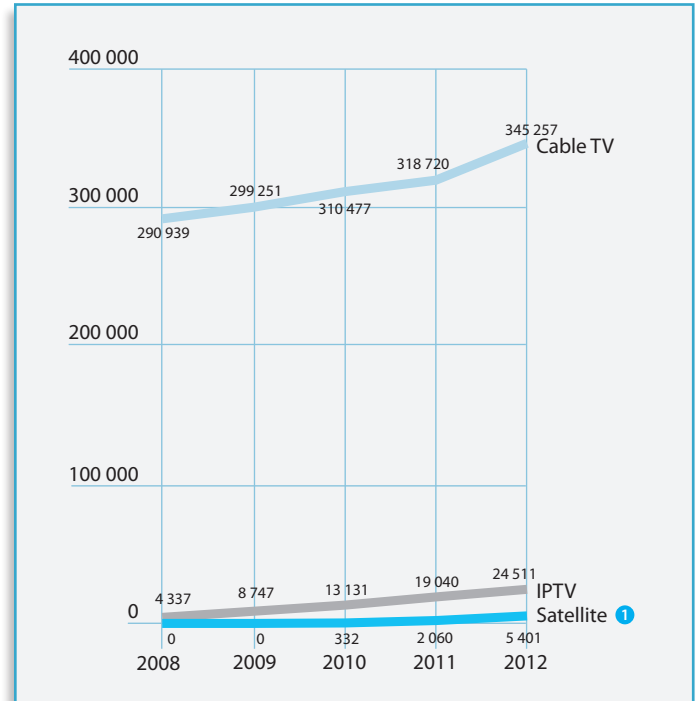
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

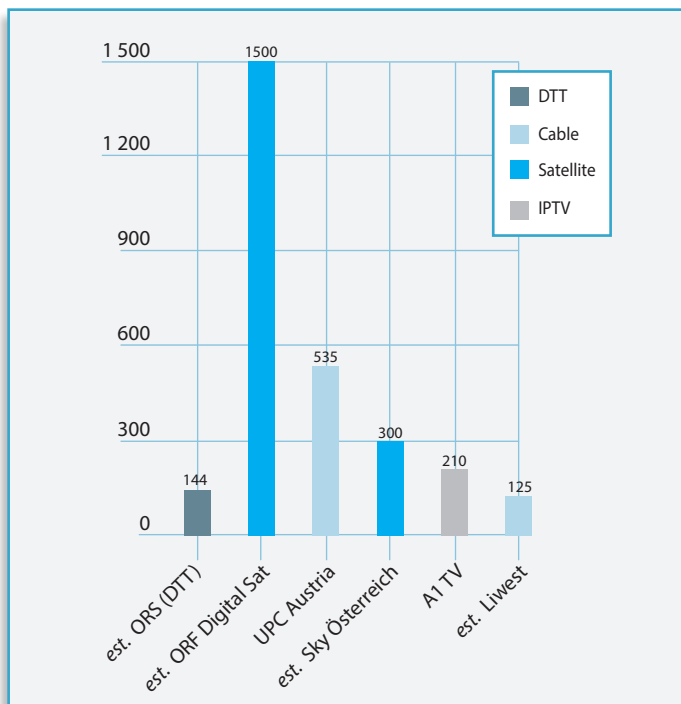
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR thousand.

Subscriptions to Sky Österreich are included in German table for consumers pay-TV gross spend in Sky Deutschland. IHS Screen Digest

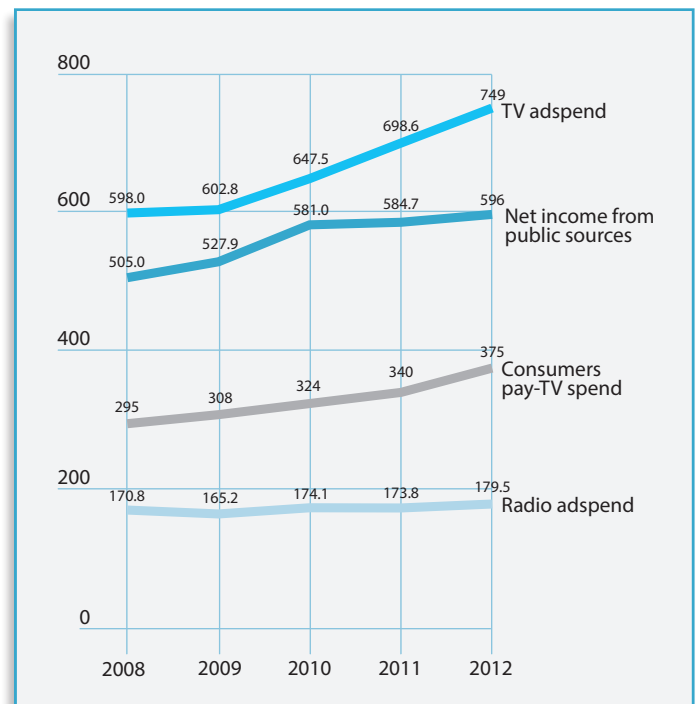
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC and ORF

AT7

TV audience market share in Austria

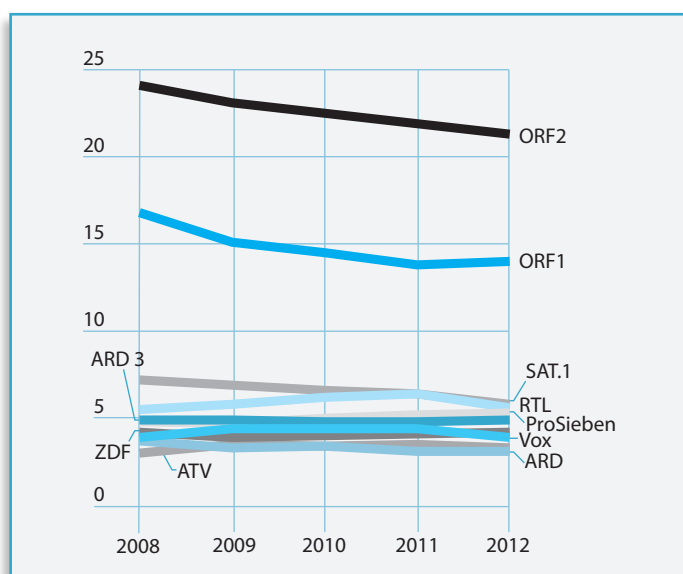
2008-2012 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
ORF2	24.1	23.1	22.5	21.9	21.3	29.1	28.3	27.5	27.3	26.4
ORF1	16.8	15.1	14.5	13.8	14.0	17.0	14.7	14.4	13.4	14.2
3sat	1.6	1.9	1.8	1.8	1.6	1.5	1.8	1.8	1.8	1.5
Austrian public channels	42.5	40.1	38.8	37.5	36.9	47.6	44.8	43.7	42.5	42.1
ATV	3.0	3.5	3.4	3.5	3.3	3.4	4.2	4.2	4.1	3.8
ATV2	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	0.3
Puls 4	-	1.9	2.4	2.8	3.0	-	1.7	2.2	2.6	2.4
SIXX ①	-	0.6	0.4	0.4	0.5	-	0.7	0.6	0.5	0.4
Servus TV	-	-	0.3	0.7	1.2	-	-	0.3	0.7	1.2
gotv	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	0.1
Austrian private channels	3.0	6.0	6.5	7.4	8.4	3.4	6.6	7.3	7.9	8.2
ARD 3	4.9	4.9	4.8	4.8	4.9	4.7	4.8	4.8	4.9	4.8
ZDF	4.2	3.9	4.0	4.1	4.2	4.4	4.2	4.3	4.5	4.6
ARD	3.7	3.3	3.4	3.1	3.1	3.8	3.6	3.7	3.4	3.2
KIKA	~	1.0	1.0	1.0	1.0	~	0.9	0.9	0.9	0.9
Arte	0.8	1.0	0.9	1.0	0.9	0.9	1.2	1.2	1.2	1.0
Foreign public channels	13.6	14.1	14.1	14.0	14.1	13.8	14.7	14.9	14.9	14.5
RTL	5.5	5.8	6.2	6.4	5.6	5.3	5.3	5.4	5.5	4.9
SAT.1	7.2	6.9	6.6	6.4	5.8	4.8	4.6	4.4	4.5	4.3
ProSieben	4.8	4.7	5.0	5.2	5.3	4.5	4.5	5.0	5.0	5.0
Vox	3.9	4.4	4.4	4.4	3.9	3.8	4.2	4.3	4.4	3.8
Kabel Eins	2.5	2.8	2.8	2.7	2.6	2.4	2.4	2.3	2.4	2.4
RTL 2	2.5	2.4	2.3	2.2	2.3	2.1	2.1	2.0	1.9	2.2
Super RTL	2.7	2.8	2.6	2.1	2.1	2.5	2.6	2.3	1.9	1.7
Nick / Comedy Central Austria	-	-	-	0.9	0.6	-	-	-	0.6	0.4
Eurosport	0.8	0.7	0.6	0.6	0.7	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4
DSF / Sport 1	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3
Viva Austria	-	-	-	0.2	0.2	-	-	-	0.2	0.1
Nick / Viva Austria ②	-	-	0.8	-	0.2	-	-	0.5	-	0.1
MTV Austria ②	-	-	0.3	-	-	-	-	0.2	-	-
Foreign private channels	30.4	31.0	32.1	31.6	29.7	26.4	26.7	27.2	27.2	25.6
Others	10.5	8.8	8.5	9.5	10.9	8.8	7.2	6.9	7.5	9.6

① AUSTRIA 9 ceased broadcasting and was replaced by a women's channel named SIXX. SIXX started broadcasting on 03/07/2012. Market shares refer to the whole year 2012.

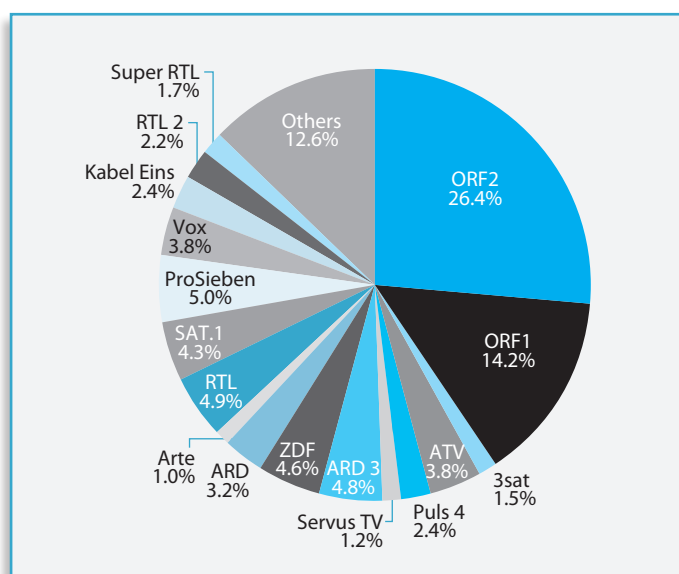
② On 01/01/2011 VIVA Austria took over the frequency of MTV Austria which moved into pay TV. VIVA Austria previously shared its frequency with NICKELODEON.

Eurodata TV Worldwide / AGTT / GfK Teletest



2008-2012 Daily share. In %, 3 years +.

Eurodata TV Worldwide / AGTT / GfK Teletest



2012 Prime time (18:00-23:00). In %, 3 years +.

Eurodata TV Worldwide / AGTT / GfK Teletest

AT8

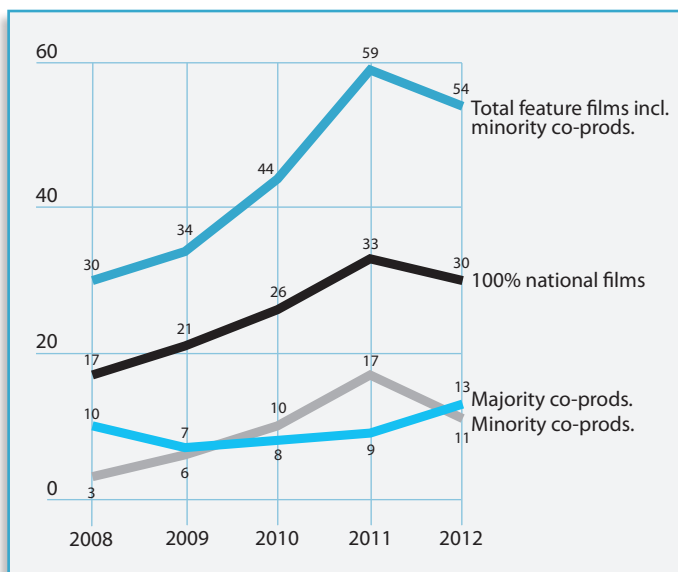
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	14 431	14 515	14 391	14 633	14 956	OBS
Screens	579	577	584	577	565	FMA
Cinema sites	164	160	160	157	152	FMA
Digital screens	84	239	306	393	444	MS
Digital cinema sites	26	57	71	80	103	MS
Digital screen penetration	15%	41%	52%	68%	79%	MS
Digital site penetration	16%	36%	44%	51%	68%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Sales) / FMA (Film and Music Association)

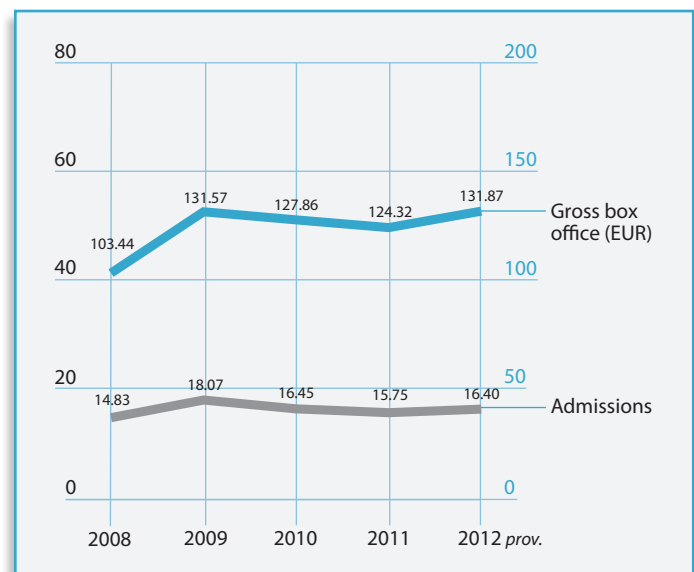
Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹

¹ Films released. Covers only films receiving national public support. Includes feature documentaries.

➔ ÖFI (Austrian Film Institute)

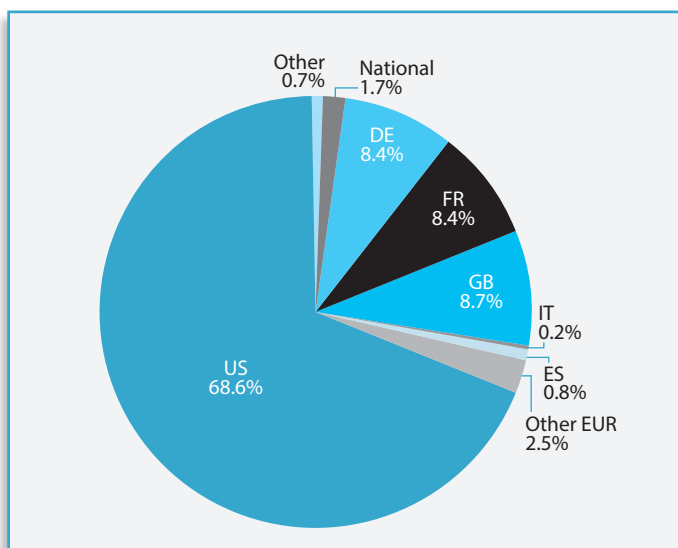
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ Rentrak / ÖFI

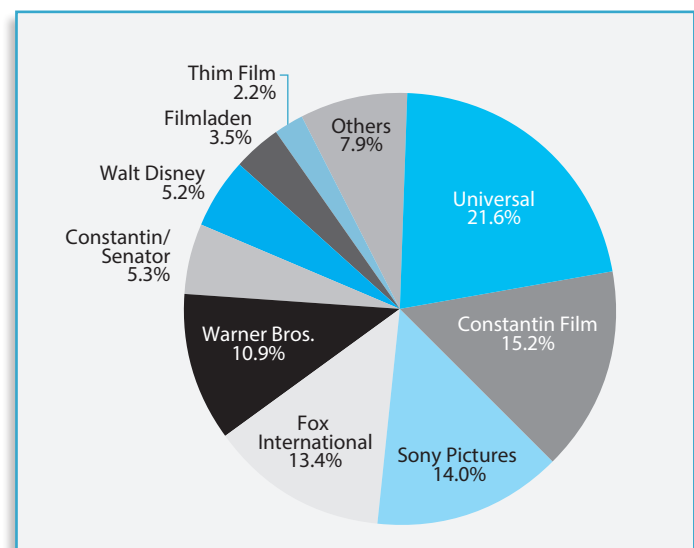
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ ÖFI

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ Rentrak / FMA

AT9

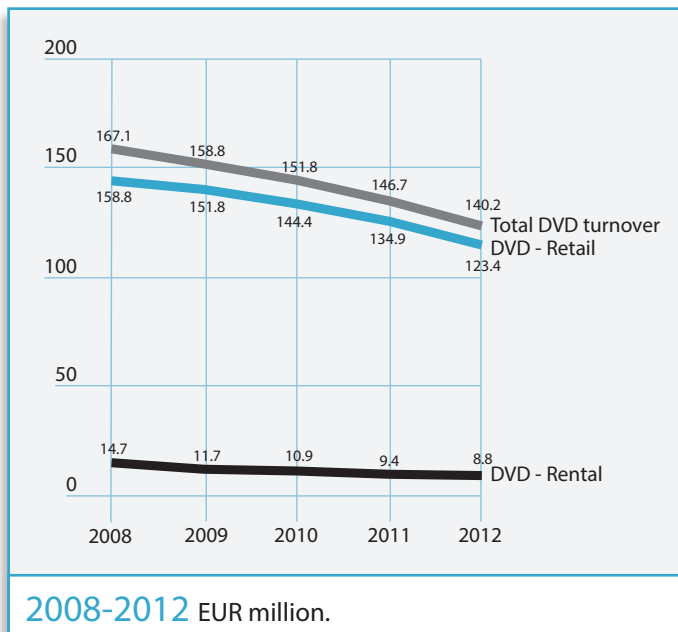
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	2.34	2.52	2.61	2.67	2.75
DVD player penetration of TV households	66.7%	71.6%	73.7%	74.9%	76.7%
Blu-ray disc player households	0.03	0.08	0.14	0.25	0.38
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.72%	2.36%	3.91%	7.10%	10.67%

IHS Screen Digest

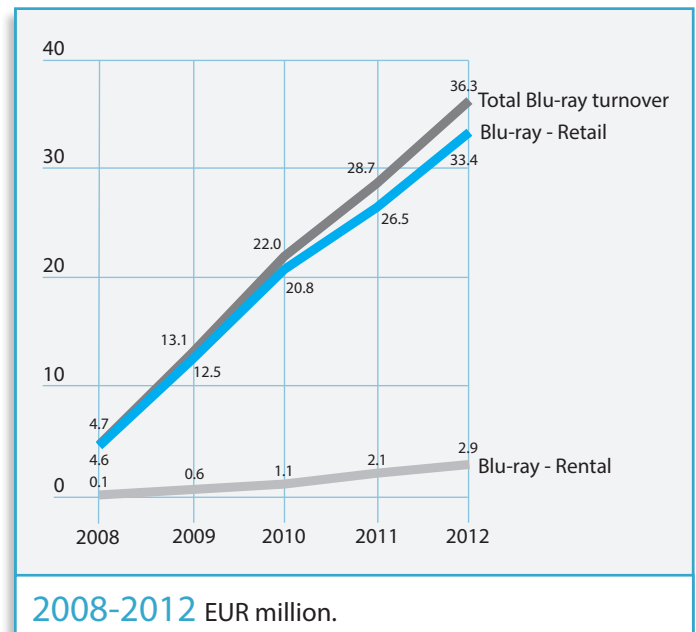
DVD turnover



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

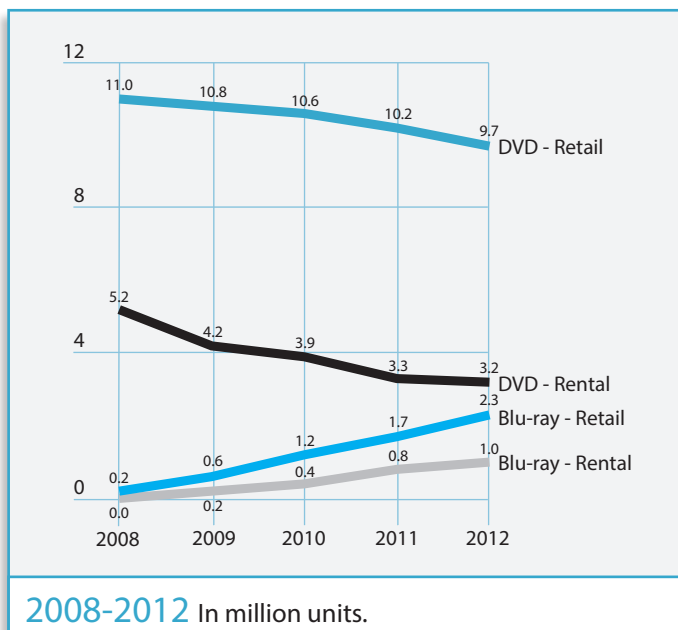
Blu-ray disc turnover



Consumer level (includes VAT).

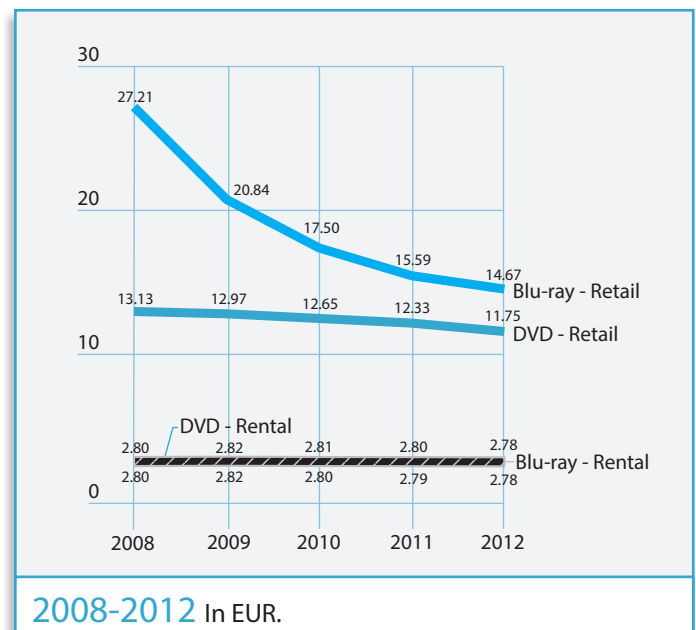
IHS Screen Digest

DVD and Blu-ray disc transactions



IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



OBS after IHS Screen Digest

The public service television system reflects the political system of Bosnia and Herzegovina. There is one statewide PSB channel BHT1, and two public channels of the two political entities of the federation – FTV (Radio Television of the Federation of Bosnia and Herzegovina) and RTRS (Radio Television of Republika Srpska). In total the public channels had approximately a 25% share of the audience in 2012. There are a further 43 regional and local terrestrial channels and 26 cable and satellite channels. Only five private channels have a significant national coverage and the most important of these are OBN (now 40% owned by Chellomedia, now part of AMC Inc.), NTV Hayat and Pink BH. FTV had a daily audience share of 14.4% in 2012, followed by Pink (9.6%) and OBN (8.5%). Al Jazeera Balkans launched in November 2011 and is licensed in Bosnia and Herzegovina. Plans to establish a fourth public service channel to serve the Croatian community are being debated in Bosnia and Herzegovina following a draft law published in January 2013.

Terrestrial television remains the most important mode of reception in BH, serving around 50% of homes. According to data supplied by the Communications Regulatory Agency, at the end of 2012, 31% of households were cable, 9.1% had an IPTV package while 7.3% subscribed to satellite. There are about 45 cable operators in the country and one of the most important of these is Telemach d.o.o. (Mid Europa Partners). The satellite package offer is from Total TV (owned by Mid Europa Partners). There are three IPTV offers in the market, from Logosoft, BH Telecom, and Telekomunikacije RS. All three companies have registered on-demand services.

The transition to digital terrestrial broadcasting is underway. However due to financial problems and the restructuring of public service, the multiplex has not yet been launched. In January 2012 a Draft Action Plan on Switch-Over was approved by the DTT Forum. It was expected that DTT would launch in the Autumn of 2012 but further delays occurred when a second tender for equipment was cancelled and then re-launched in February 2013. A new regulatory framework transposing the AVMS Directive was adopted in November 2011 following consultations with stakeholders.

En Bosnie-Herzégovine, la télévision de service public reflète le système politique du pays. Il existe une chaîne publique nationale, BHT1, et une chaîne publique pour chacune des deux entités politiques de la fédération : FTV (Radiotélévision de la Fédération de Bosnie-Herzégovine) et RTRS (Radiotélévision de la République serbe de Bosnie). En 2012, la part d'audience totale des chaînes publiques est de 25 %. Il existe 43 autres chaînes terrestres locales et régionales et 26 chaînes du câble et du satellite.

Seules cinq chaînes privées ont une couverture nationale importante, les principales étant OBN (aujourd'hui détenue à 40 % par Chellomedia, qui fait à présent partie du groupe AMC Inc.), NTV Hayat et Pink BH. En 2012, FTV a une part d'audience quotidienne de 14,4 %, devant Pink (9,6 %) et OBN (8,5 %). Al Jazeera Balkans, lancée en novembre 2011, dispose d'une licence en Bosnie-Herzégovine. A la suite d'un projet de loi publié en janvier 2013, le lancement d'une quatrième chaîne de service public au service de la communauté croate est au centre d'un débat en Bosnie-Herzégovine.

Couvrant environ 50 % des foyers, la télévision terrestre reste le principal mode de réception en BH. Selon les données fournies par l'Agence de régulation des communications, fin 2012, 31 % des foyers reçoivent le câble, 9,1 % sont abonnés à un bouquet IPTV et 7,3 % au satellite. Le pays compte environ 45 câblo-opérateurs, l'un des principaux étant Telemach d.o.o. (Mid Europa Partners). Le bouquet satellite est proposé par Total TV (appartenant à Mid Europa Partners). Le marché compte trois offres IPTV : Logosoft, BH Telecom et Telekomunikacije RS. Les trois entreprises proposent des services à la demande.

Le passage à la radiodiffusion numérique terrestre est en cours mais en raison de problèmes financiers et de la restructuration du service public, le multiplex n'a pas encore été lancé. En janvier 2012, le Forum TNT a approuvé un projet de plan d'action sur le passage au numérique. Le lancement de la TNT était prévu à l'automne 2012, mais d'autres retards sont survenus quand un deuxième appel d'offres pour l'équipement a été annulé puis relancé en février 2013. Un nouveau cadre réglementaire de transposition de la Directive SMA a été adopté en novembre 2011, après consultation des parties prenantes.

Das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem spiegelt das politische System von Bosnien und Herzegowina wider. Es gibt einen landesweiten öffentlich-rechtlichen Sender (BHT1) sowie jeweils einen öffentlich-rechtlichen Sender in den beiden Entitäten bzw. Teilrepubliken – FTV (Radio und Fernsehen der Föderation Bosnien und Herzegowina) und RTRS (Radio und Fernsehen der Republika Srpska). Insgesamt hatten die öffentlich-rechtlichen Sender 2012 zusammen einen Zuschauermarktanteil von rund 25 %. In Bosnien-Herzegowina gibt es außerdem 43 regionale und lokale terrestrische Kanäle und 26 Kabel- und Satellitensender. Auf nationaler Ebene spielen nur fünf Privatsender eine nennenswerte Rolle, von denen OBN (heute zu 40 % im Besitz der AMC inc.-Tochter Chellomedia), NTV Hayat und Pink BH die wichtigsten sind. FTV hatte 2012 einen täglichen Zuschauermarktanteil von 14,4 %, gefolgt von Pink (9,6 %) und OBN (8,5 %). Al Jazeera Balkans ging im November 2011 ans Netz und sendet sowohl in Bosnien als auch in der Herzegowina. Nachdem im Januar 2013 ein Gesetzentwurf für einen vierten öffentlich-rechtlichen Sender für die kroatische Gemeinschaft veröffentlicht wurde, wird derzeit in Bosnien und Herzegowina über die Einführung eines solchen Senders diskutiert.

Mit rund der Hälfte aller Fernsehhaushalte ist terrestrisches Fernsehen nach wie vor die häufigste Art des Fernsehempfangs in BH. Kabelfernsehen nutzen Ende 2012 Angaben der Regulierungsbehörde für Kommunikation zufolge 31 % der Haushalte, 9,1 % hatten ein IPTV-Paket abonniert und 7,3 % empfangen Satellitenfernsehen. Den Markt für Kabelfernsehen teilen sich rund 45 Anbieter, und einer der bedeutendsten ist Telemach d.o.o. (Mid Europa Partners). Ein Satelliten-TV-Paket wird von Total TV angeboten (im Besitz von Mid Europa Partners). Es gibt drei IPTV-Angebote auf dem Markt: Logosoft, BH Telecom und Telekomunikacije RS. Alle drei Gesellschaften bieten auch On-Demand-Dienste an.

Die Umstellung auf DVB-T wurde bereits auf den Weg gebracht, konnte aber auf Grund finanzieller Probleme und wegen der Umstrukturierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bislang nicht umgesetzt werden. Im Januar 2012 verabschiedete das DVB-T-Forum den Entwurf für einen Aktionsplan für die Umstellung auf digitales Fernsehen. Eigentlich sollte DVB-T im Herbst 2012 starten, aber es kam zu weiteren Verzögerungen, nachdem eine zweite Ausschreibung für Ausrüstungen zunächst annulliert worden war und im Februar 2013 erneut veröffentlicht wurde. Ein neuer Rechtsrahmen für die Umsetzung der AVMD-Richtlinie wurde im November 2011 nach Konsultation der Interessengruppen verabschiedet.

► Communications Regulatory Agency BH: <http://www.rak.ba/eng>
 Legal aspects, Iris Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>
 European Platform of Regulatory Authorities: <http://www.epra.org>

BA1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	3 840
Households	1 055

Federal Office of Statistics

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			1 034
Cable TV subscriptions	31.1%	328	~
Digital cable TV households	~	~	~
Digital DTH/SMATV households	~	~	~
Pay DTH/SMATV subscriptions	7.3%	77	~
IPTV households	9.1%	96	~
Pay IPTV subscriptions	~	~	~
DTT households	~	~	~
Pay DTT subscriptions	~	~	~
Total digital TV households			~
Total pay TV subscriptions	~	~	~
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	76.9%	811	~
Households with broadband connections	16.4%	173	~
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	~	~	~

Communications Regulatory Agency BH/ Agency for Statistics of BiH

BA2

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 BAM million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
BH Telecom DD Sarajevo ①	3play	Moja TV	580.4	582.6	579.0	-0.6%
Telekomunicacije Republike Srpske ①	3play	mtel	480.9	484.9	481.5	-0.7%
JP HT DD Mostar ①	3play	Home TV	232.5	246.3	247.6	0.5%
Radio-Televizija Bosne i Hercegovine	sptv	BHRT	42.3	40.9	39.0	-4.6%
Radio-Televizija Federacije Bosne i Hercegovine	sptv	Federalna TV (FTV)	32.9	31.2	30.5	-2.2%
Telemach d.o.o. Sarajevo ①	3play	Telemach	5.9	14.7	24.0	63.3%
p.m. Telekom d.o.o. Zenica ①②	3play	Telemach	4.2	5.0	5.1	2.0%
Javno Preduzace Radio-Televizija R.S.	sptv	RTRS	22.8	21.2	20.4	-3.8%
Total TV BH	sattv	Total TV	6.5	9.5	13.5	42.1%
OBN	sptv	OBN	11.1	9.6	9.9	3.1%
PINK BH COMPANY d.o.o. Sarajevo	adtv	Pink BH	9.6	9.2	7.9	-14.1%

① Includes telecommunication services.

② Taken over by Telemach d.o.o. in 2012.

European Audiovisual Observatory

BA3

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	4	2	6
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	2	24	26
Regional / Local	11	32	43
Regional / Local windows			
Channels targeting foreign markets		1	1
Total	17	59	76

European Audiovisual Observatory

BA4

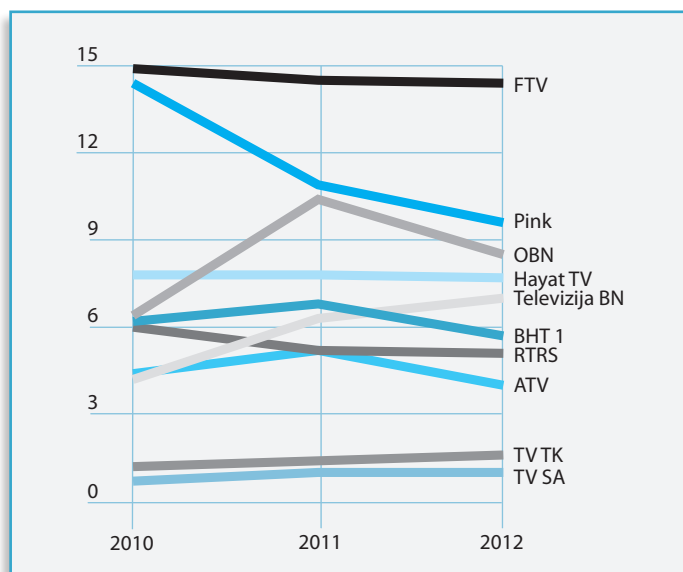
TV audience market share in Bosnia and Herzegovina

2010-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share			Prime time (19:00-23:00)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
FTV	14.9	14.5	14.4	16.9	17.1	18.2
BHT 1	6.2	6.8	5.7	6.9	8.5	6.2
RTRS	6.0	5.2	5.1	5.9	5.1	4.8
Total public channels	27.1	26.5	25.2	29.7	30.7	29.2
Pink	14.4	10.9	9.6	14.0	10.7	8.9
OBN	6.4	10.4	8.5	5.6	9.4	9.2
Hayat TV	7.8	7.8	7.7	8.9	8.4	9.2
Televizija BN	4.2	6.3	7.0	4.0	6.1	7.0
ATV	4.4	5.2	4.0	5.6	6.5	5.2
TV TK	1.2	1.4	1.6	1.2	1.4	1.4
TV SA	0.7	1.0	1.0	0.6	0.7	0.6
TV1		0.5	0.9		0.6	1.0
Kanal 3		0.7	0.8		0.5	0.6
BN Music		0.5	0.6		0.3	0.3
TV Slon Extra		0.2	0.4		0.1	0.1
RTV USK	0.2	0.3	0.4	0.3	0.4	0.5
TV ZENICA	0.4	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3
TV BEL	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2
TV TUZLA	0.6	0.3	0.2	0.6	0.3	0.3
NTV Studio Arena		0.1	0.2		0.1	0.1
RTV Vogosca		0.1	0.2		0.1	0.1
Al Jazeera Balkans		0.0	0.2		0.0	0.3
NTV IC Kakanj		0.2	0.2		0.2	0.2
RTV Hit		0.2	0.2		0.2	0.2
ALFA	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
RTV VIKOM	0.2	0.3	0.2	0.1	0.2	0.1
RTV Prijedor - IPC Kozarski Vijesnik		0.1	0.2		0.1	0.1
OTV - Obiteljska Televizija Valentino		0.1	0.2		0.1	0.1
Main private channels	41.1	48.1	46.0	41.9	47.8	46.6
Main foreign channels	0.8	0.6	0.7	0.8	0.6	0.6
Others	31.0	24.8	28.1	27.6	20.9	23.7

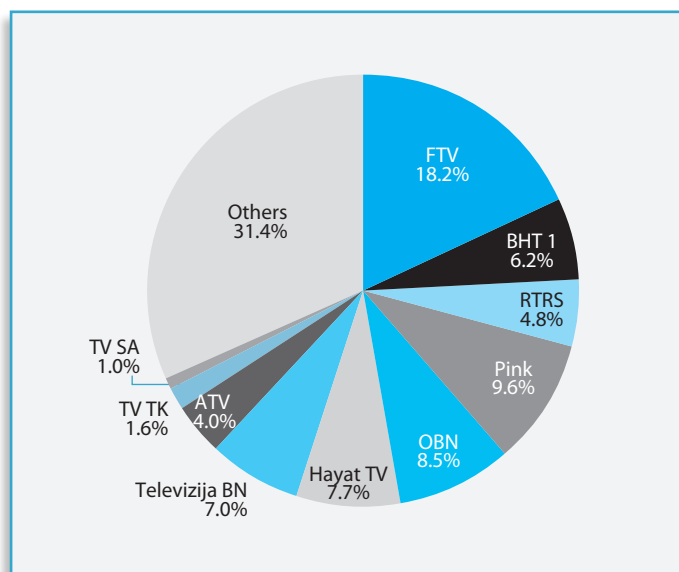
Note: audience data are not at hand for all the channels available in the country.

Eurodata TV Worldwide / Mareco Index Bosnia



2010-2012 Daily share. In %, 3 years +.

Eurodata TV Worldwide / Mareco Index Bosnia



2012 Prime time (19:00-23:00). In %, 4 years +.

Eurodata TV Worldwide / Mareco Index Bosnia

BA5

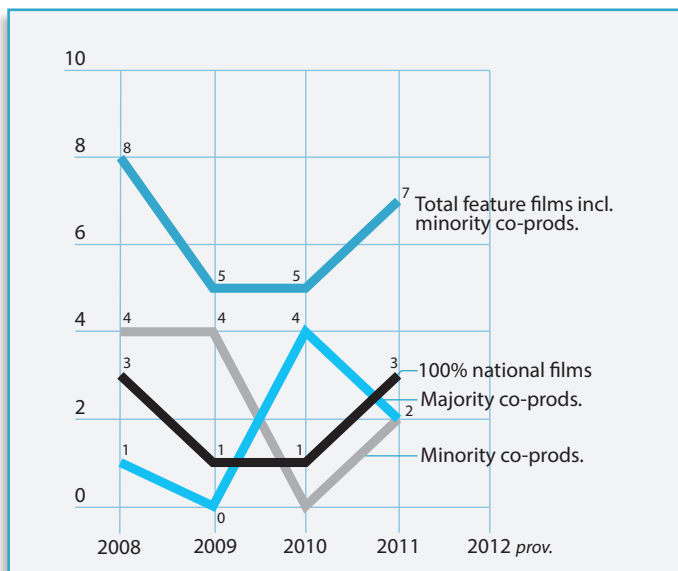
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	99 825	97 600	97 425	97 250	185 238	OBS
Screens	~	40	40	40	21	SFF
Cinema sites	~	~	~	30	~	SFF
Digital screens	0	1	3	~	12	SFF
Digital cinema sites	~	~	~	~	~	
Digital screen penetration	0%	3%	8%	~	57%	SFF
Digital site penetration	~	~	~	~	~	SFF

➔ European Audiovisual Observatory after SFF (Sarajevo Film Festival)

Number of theatrical feature films produced

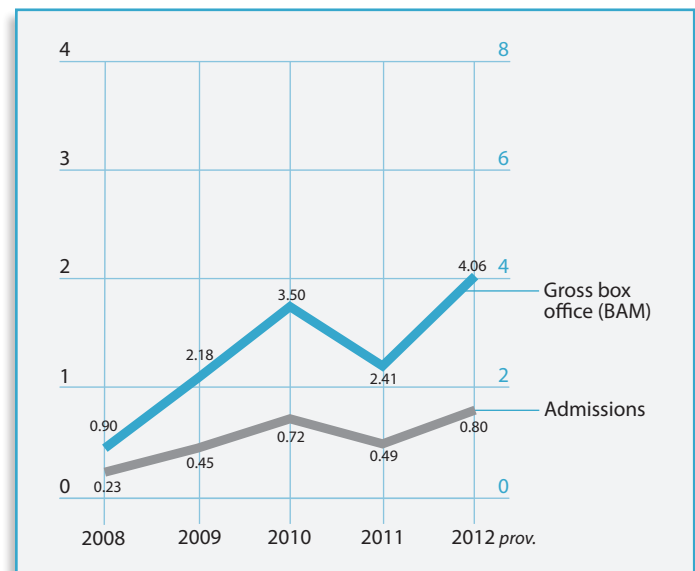


2008-2012 In units. ①

① Year of release. Includes feature documentaries.

➔ SFF

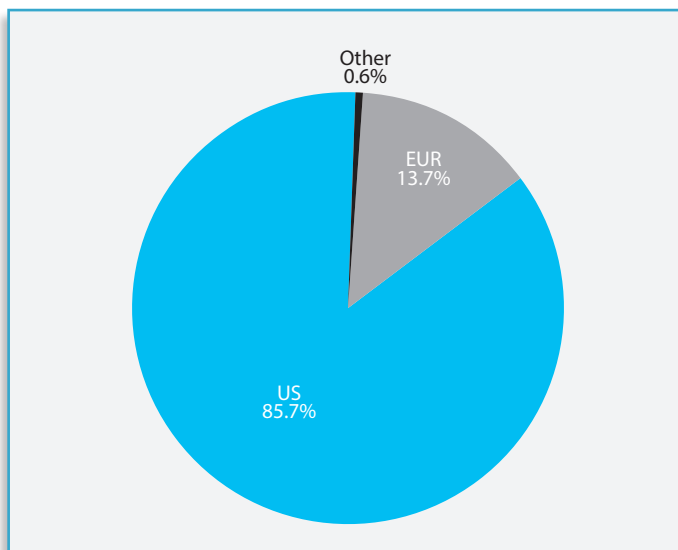
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ SFF

Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ SFF

Top 10 films 2012 In units.

Rank	Title	Distributor	Admissions
1	The Smurfs 2	Oskar / Continental Film	53 126
2	Ice Age 4	Blitz / Mcf	35 785
3	The Hobbit: An Unexpected Journey	Blitz	31 464
4	Twilight Saga: Breaking Dawn Part 2	Blitz	29 879
5	Skyfall	Continental Film / Oskar Film	28 483
6	The Hobbit: The Desolation Of Smaug	Blitz	27 802
7	The Hangover III	Blitz	26 358
8	Asterix and Obelix: God Save Britannia	Tropik	22 677
9	World War Z	Una Film	18 136
10	Rise Of The Guardians	Ekran / Oskar Film	17 389

Distributor market shares not available.

➔ SFF

The three Communities (Flemish, French and German speaking) each have responsibility for audiovisual communication and constitute separate markets, the common feature being the fact that all three markets have been extensively cabled for three decades and are thus able to receive the channels of neighbouring countries. They each have their own systems of regulating the audiovisual media and their own public service broadcasters, namely the VRT, the RTBF and the BRF respectively.

The main players in the Flemish Community are the VRT - which operates the public channels Één, Canvas, and the third channel Ketnet / Op.12. and the VMMA (Vlaamse Media Maatschappij), which runs the channels VTM, 2BE, Anne, Jim and vtmKzoom. This group is equally controlled by two press groups, De Persgroep and Roularta Media Group. Één (VRT) continues to dominate the market despite a fall in its share in 2012 (31.6% compared with 33.4% in 2011). Following Één in terms of audience share is the channel VTM (18.6%). In April 2011, the Finnish group Sanoma took over the channels of the former SBS group (VT4 and VijfTV) from the ProSiebenSat.1 Media AG group and is now the third most important player in the Flemish television market with a 10.5% market share in 2012.

In the French Community (which now refers to itself as the "Fédération Wallonie-Bruxelles"), the main operators of television channels are, apart from RTBF (La Une, La Deux and La Trois), the RTL group, with its three channels RTL-TVI, Club RTL and Plug RTL that target Belgium but operate under Luxembourg law, and the French group AB (AB3, AB4 and AB Shopping). RTBF's market share rose slightly in 2012 (20.9% compared with 20.5% in 2011).

RTL-TVI continues to dominate the market with a 20.1% daily audience share in 2012 (19.2% in 2008) and a prime time market share of 28%. The second most important Belgian channel is La Une (RTBF), with a 14.6% market share. La Deux once again exceeded the 5% mark (5.4% compared with 4.8% in 2011). The other Belgian channels have a combined share of less than 5% (Club RTL, La Deux, AB3, etc.) and a significant number of viewers still turn to the French channels, which command about a third of the audience share.

In the German speaking Community, the majority of the population (about 74 000 inhabitants) choose mainly to watch the German television channels.

Almost 100% of Belgian households subscribe to pay TV, mainly due to the extent of the country's cable network.

Les trois Communautés (flamande, française et germanophone), sont compétentes en matière de communication audiovisuelle et constituent des marchés distincts, dont la caractéristique commune est d'être fortement câblés, depuis trois décennies, et donc réceptifs aux chaînes des pays voisins. Elles disposent de leurs propres systèmes de régulation des médias audiovisuels ainsi que de leurs propres organismes de radiotélévision de service public, respectivement la VRT, la RTBF et la BRF.

Les principaux acteurs du marché en Communauté flamande sont d'un côté la VRT, qui édite les chaînes publiques Één, Canvas, et la troisième chaîne Ketnet / Op.12 et de l'autre VMMA (Vlaamse Media Maatschappij), éditrice des chaînes VTM, 2BE, Anne, Jim ou encore VTM-Kzoom. Ce groupe est contrôlé à parts égales par deux groupes de presse : De Persgroep et Roularta Media Group. Één (VRT) continue de dominer le marché malgré un déclin en 2012 (31,6 % contre 33,4 % en 2011) Derrière Één se trouve la chaîne privée VTM (18,6 %). En avril 2011 le groupe finlandais Sanoma a racheté les chaînes de l'ancien groupe SBS (VT4, VijfTV) au groupe ProSiebenSat.1 Media AG et constitue dorénavant le troisième pôle du marché télévisuel flamand avec 10,5 % de part de marché en 2012.

En Communauté française (qui se présente dorénavant comme « Fédération Wallonie-Bruxelles »), les principaux éditeurs de chaînes de télévision sont, outre la RTBF (La Une, La Deux et La Trois), le RTL Group, avec ses trois chaînes RTL-TVI, Club RTL et Plug RTL ciblant la Belgique mais opérant sous juridiction luxembourgeoise, ou encore le groupe français AB (AB3, AB4 ou AB Shopping). La part de marché de la RTBF a légèrement augmenté en 2012 (20,9 % contre 20,5 % en 2011).

RTL-TVI continue de dominer le marché avec 20,1 % en 2012 (contre 19,2 % en 2008) de l'audience quotidienne (et une part de marché de 28 % aux heures de grande écoute). La seconde chaîne la plus importante est La Une (RTBF) avec 14,6 % de part de marché. La Deux a redépassé la barre des 5 % (5,4 % contre 4,8 % en 2011). Les autres chaînes belges réunissent moins de 5 % de part de marché (Club RTL, La Deux, AB3, etc.) et le public se tourne toujours largement vers les chaînes françaises, qui réunissent environ un tiers de l'audience.

En Communauté germanophone, la population (environ 74 000 habitants) se tourne majoritairement vers les chaînes de télévision allemandes.

Le taux d'abonnement des foyers belges à la télévision payante est proche de 100 %, principalement du fait de l'importance du réseau câblé dans le pays.

In Belgien sind die drei Gemeinschaften, die flämische, die französische und die deutschsprachige, für den audiovisuellen Bereich zuständig. Sie bilden jeweils einen eigenen Markt, jedoch mit der Gemeinsamkeit, dass sie seit drei Jahrzehnten in großem Umfang verkabelt sind und daher den Empfang der Sender aus den Nachbarländern ermöglichen. Jede Gemeinschaft verfügt über ein eigenes Regulierungssystem für die audiovisuellen Medien sowie über eigene öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten: VRT, RTBF bzw. BRF.

Hauptakteure in der Flämischen Gemeinschaft sind die VRT - mit den öffentlich-rechtlichen Sendern Één, Canvas, und der dritte Sender Ketnet / Op.12. - sowie die VMMA (Vlaamse Media Maatschappij) mit den Sendern VTM, 2BE, Anne, Jim und VTMKzoom. Dieses Unternehmen wird zu gleichen Teilen von den Pressekonzernen De Persgroep und Roularta Media Group kontrolliert. Der Markt wird nach wie vor vom Sender Één (VRT) beherrscht, obwohl die Zuschauermarktanteile 2012 gesunken sind (31,6 % gegenüber 33,4 % 2011). Dahinter folgt der Privatsender VTM (18,6 %). Im April 2011 hat die finnische Gruppe Sanoma die früheren SBS-Sender VT4 und VijfTV von der ProSiebenSat.1 Media AG übernommen und bildet nunmehr den drittgrößten Anbieter im flämischen Fernsehmarkt mit 10,5 % der Marktanteile im Jahr 2012.

In der Französischen Gemeinschaft (die sich nun als „Fédération Wallonie-Bruxelles“ bezeichnet) wird der TV-Markt von der RTBF (La Une, La Deux und La Trois), der RTL-Gruppe mit den Sendern RTL-TVI, Club RTL und Plug RTL (die auf Belgien ausgerichtet sind, aber luxemburgischem Recht unterliegen) sowie der französischen Gruppe AB (AB3, AB4 und AB Shopping) beherrscht. Die Marktanteile der RTBF sind 2012 leicht gestiegen (20,9 % gegenüber 20,5 % 2011).

RTL-TVI hatte 2012 den Markt fest im Griff mit einem täglichen Marktanteil von 20,1 % (gegen 19,2 % 2008) und 28 % in der Hauptsendezeit. Zweitgrößter belgischer Sender ist La Une (RTBF) mit einem Marktanteil von 14,6 %. La Deux konnte 2012 die Schwelle von 5 % überschreiten (5,4 % gegenüber 4,8 % 2011). Die übrigen belgischen Sender kommen auf einen Marktanteil von unter 5 % (Club RTL, La Deux, AB3 usw.). Traditionell stark sind weiterhin die französischen Sender mit einem Anteil von rund 33 %.

In der Deutschsprachigen Gemeinschaft wendet sich die Bevölkerung (etwa 74 000 Einwohner) in der Mehrzahl dem deutschen Fernsehen zu.

Die Durchdringung mit Pay-TV liegt in Belgien bei nahezu 100 %, was vor allem auf das flächendeckende Kabelnetz zurückzuführen ist.

The country's primary cable operator, Telenet (58% of which is under the ownership of Liberty Global since January 2013), claims more than 2.1 million subscribers to its range of channels. The other cable operators are Brutélé, Tecteo (under the VOO brand) and Numericable/Coditel. The market has undergone significant concentration in the last four years, with the number of cable operators falling from 19 in 2006 to just 6 in 2012. Since January 2013, the service of AIESH has been replaced by that of Numericable. In July 2011, the IBPT (the federal telecommunications services authority) adopted a plan to open up the cable network. This states that cable operators will in future have to enable any interested parties to make a bid to offer television services or high speed Internet services using the networks of the major cable operators. This opening up should benefit the small operators but does not apply to the incumbent operator Belgacom.

Belgacom has its own platforms and has become an important competitor for the cable operators. It launched a package of IPTV channels in 2005 and announced that it had 1.386 million subscribers in December 2012. The success of its service is partly based on the fact that the telecommunications group has won the rights to transmit the Belgian football championship (Jupiler League). The Belgacom TV package is also marketed by Scarlet. In February 2010, the company Favco (Alpha Networks) launched with its "Billi" package Belgacom's first separate IPTV service. In 2011, Belgacom TV launched TV Partout, a service that now enables 40 channels to be received on a tablet and smartphone with Android, on an iPad and iPhone, on a PC and a laptop.

The competition between the various triple-play operators has extended to mobile telephony, with Tecteo, Favco and Numericable who provide a range of mobile services in competition with that of Belgacom and Mobistar, a subsidiary of France Telecom.

Satellite TV is another source of competition for cable television as two packages are marketed in Belgium. Airfield Media Group launched TV Vlaanderen for the Flemish Community in 2006 and TélésAT for the French Community in early 2009. The two packages are controlled from Luxembourg by the M7 Group, which does not provide any information on the number of subscribers. The TV offering of Mobistar, which launched a third, hybrid package in October 2010 (TNT, satellite and IPTV), was abandoned in May 2013.

Belgacom, Telenet and Tecteo each offer their own audiovisual services. Belgacom provides various sports channels, Telenet provides a number of special-interest

Le premier câblo-opérateur belge, Telenet (contrôlé à 58 % par Liberty Global depuis janvier 2013), revendique ainsi plus de 2,1 millions d'abonnés à son offre. Les autres opérateurs du câble sont Brutélé, Tecteo (sous la marque Voo) et Numericable/Coditel. Le marché s'est sensiblement concentré ces quatre dernières années, passant de 19 câblo-opérateurs actifs en 2006 à 6 seulement en 2012. Depuis janvier 2013 le service de AIESH a été remplacé par celui de Numericable. En juillet 2011 l'IBPT (l'autorité fédérale des services de télécommunications) a adopté un plan pour l'ouverture du réseau câblé. Ce plan de l'IBPT prévoit que les câblo-opérateurs devront désormais fournir à tout acteur qui en fera la demande l'accès à une offre de revente de leur offre de télévision analogique, ainsi que l'accès à leur plate-forme de télévision numérique et l'accès à une revente de l'Internet à haut débit. Cette ouverture devrait bénéficier aux petits opérateurs mais ne concerne pas l'opérateur historique Belgacom.

En effet, Belgacom dispose de ses propres plates-formes et est devenu un concurrent significatif pour les opérateurs du câble. Il a lancé son bouquet de chaînes par protocole IP en 2005 et annonce 1,386 million d'abonnés en décembre 2012. Le succès de l'offre repose en partie sur le fait que le groupe de télécommunication a remporté les droits de retransmission du championnat de football belge (Jupiler League). Le bouquet Belgacom TV est aussi commercialisé par Scarlet. En février 2010 la société Favco (Alpha Networks) a lancé avec son bouquet « Billi » la première offre IPTV distincte de Belgacom. Belgacom TV a lancé en 2011 le service TV Partout qui permet à présent de recevoir 40 chaînes sur tablette et sur smartphone avec Android, sur iPad et iPhone, sur PC et sur portable.

La concurrence entre les différents opérateurs du « triple play » s'est étendue vers la téléphonie mobile : Tecteo, Favco et Numericable proposent des offres mobile en concurrence avec celle de Belgacom et de Mobistar, la filiale de France Télécom.

La télévision par satellite représente une autre forme de concurrence pour la télévision par câble puisque deux bouquets sont commercialisés en Belgique. Airfield Media Group a lancé TV Vlaanderen pour la Communauté flamande en 2006, puis TélésAT pour la Communauté française au début de l'année 2009. Les deux bouquets sont contrôlés depuis le Luxembourg par le M7 Group, qui ne communique pas sur le nombre d'abonnés. L'offre TV de Mobistar, qui avait lancé en octobre 2010 un troisième bouquet, hybride (TNT, satellite et IPTV) a été abandonnée en mai 2013.

Belgacom, Telenet et Tecteo proposent chacune leurs propres services audio-

Der größte Kabelnetzbetreiber, Telenet (seit Januar 2013 zu 58 % von Liberty Global kontrolliert), hat nach eigenen Angaben über 2,1 Mio. Abonnenten. Die anderen Kabelanbieter sind Brutélé, Tecteo (unter der Marke Voo) und Numericable/Coditel. In den vergangenen vier Jahren hat es eine spürbare Konzentration des Marktes gegeben. So ist die Zahl der Kabelbetreiber zwischen 2006 und 2012 von 19 auf 6 zurückgegangen. Am 1. Januar 2013 wurde das Kabelfernsehangebot von AIESH durch Numericable ersetzt. Im Juli 2011 hat die belgische Regulierungsbehörde IBPT einen Plan für die Öffnung des Kabelnetzes beschlossen. Dieser Plan sieht vor, dass die Kabelnetzbetreiber künftig jedem Marktteilnehmer, der darum bittet, den Weiterverkauf ihres analogen Fernsehangebots und des Breitbandinternets sowie den Zugang zu ihrer digitalen TV-Plattform ermöglichen müssen. Die kleinen Anbieter dürften von dieser Öffnung profitieren, wobei der etablierte Betreiber Belgacom von der Bestimmung ausgenommen ist.

Belgacom verfügt über eigene Plattformen und ist zu einem wichtigen Konkurrenten der Kabelnetzbetreiber geworden. Das Unternehmen hat 2005 sein IPTV-Bouquet gestartet und zählte im Dezember 2012 nach eigenen Angaben 1,386 Mio. Abonnenten. Der Erfolg des Angebots geht teilweise darauf zurück, dass der Telekommunikationskonzern den Zuschlag für die TV-Rechte an den Spielen der belgischen Fußballmeisterschaft (Jupiler League) erhalten hatte. Das Bouquet Belgacom TV wird auch von Scarlet vermarktet. Im Februar 2010 ging Favco (Alpha Networks) mit seinem Bouquet „Billi“, der ersten IPTV-Alternative zu Belgacom, auf Sendung. Belgacom TV startete 2011 seinen Dienst TV Partout, mit dem nun 40 Sender auf Tablets und Smartphones mit Android, auf iPad und iPhone sowie auf PC und tragbaren Geräten empfangen werden können.

Die Konkurrenz unter den verschiedenen „Triple-Play“-Anbietern hat sich auf den Mobilfunk ausgeweitet: Tecteo, Favco und Numericable, die Mobilfernsehen in Konkurrenz zu Belgacom und Mobistar anbieten, einer Tochter von France Télécom.

Ein weiterer Wettbewerber für das Kabel ist das Satellitenfernsehen mit inzwischen zwei Programmpaketen für Belgien. Die Airfield Media Group hat 2006 das Paket TV Vlaanderen für die Flämische Gemeinschaft und Anfang 2009 das Paket TélésAT für die Französische Gemeinschaft gestartet. Beide Bouquets werden von der M7 Group aus Luxemburg kontrolliert, die keine Angaben zu ihren Abonnenten macht. Mobistar hat im Mai 2013 sein Fernsehangebot, das im Oktober 2010 in Form eines dritten Bouquets gestartet worden war (DVB-T, Satellitenfernsehen und IPTV), zurückgezogen.

channels (films, sports, etc) under the “Prime” label and Tecteo has taken over BeTV, which provides film channels and distributes the Canal+ group’s special-interest channels. The three operators also have their own VoD services and provide the catch-up TV services of the country’s main channels. Belgacom, RTBF, Telenet and Tecteo have launched applications for mobile TV, and VOO is set to do likewise. Finally, Belgacom has launched an application, MovieMe, that permits access to its VoD service on Samsung smart TVs, Google Play and iTunes Store.

On 24 October 2012, the European Commission announced it had applied to the Court of Justice of the European Union (CJEU) for an order against Belgium on the grounds of the lack of transparency in its set of must-carry obligations for TV and radio content, as provided for in Article 31 of the Universal Service Directive (2002/22/EC).

In February 2014, Telenet decided to challenge before the Constitutional Court the Flemish “Signal Integrity” (*Signaalintegriteit*) decree, which, according to the cable operator, violates the principle of equality. The decree, which regulates delayed-viewing services, obliges Telenet to obtain the consent of channels before offering any new TV function.

visuels. Belgacom édite diverses chaînes sportives ; Telenet édite diverses chaînes thématiques (films, sports,...) sous le label prime, tandis que Tecteo a pris le contrôle de BeTV, qui édite des chaînes de films et distribue les chaînes thématiques du groupe Canal+. Les trois opérateurs proposent également leur propre service de VoD ainsi que les offres de rattrapage des principales chaînes du pays. Belgacom, la RTBF, Telenet et Tecteo ont lancé des applications pour la télévision mobile. Enfin Belgacom a lancé une application MovieMe qui permet l’accès à son service VoD sur les SmartTV Samsung, Google Play ou iTunes Store.

Le 24 octobre 2012, la Commission européenne a annoncé qu’elle avait demandé à la Cour de justice de l’Union européenne (CJUE) de prononcer une sanction à l’égard de la Belgique en raison du manque de transparence de son régime d’obligations de diffuser (« must-carry ») des contenus TV et radio, prévu par l’article 31 de la directive « service universel » (2002/22/CE).

En février 2014, Telenet a décidé de contester devant la Cour constitutionnelle le décret flamand «intégrité du signal» («Signaalintegriteit»). Selon le câble-opérateur, le décret viole le principe d’égalité. Le décret, qui réglemente le visionnage en différé, oblige Telenet à obtenir le consentement des chaînes avant de proposer toute nouvelle fonctionnalité pour la télévision.

Belgacom, Telenet und Tecteo haben jeweils ein eigenes Fernsehangebot. Belgacom betreibt verschiedene Sportkanäle, Telenet diverse Spartensender (Spielfilme, Sport u. a.) unter dem Label „Prime“, während Tecteo die Kontrolle über BeTV übernommen hat, den Betreiber von Spielfilmkanälen, der auch die Spartensender von Canal+ verbreitet. Alle drei haben auch einen eigenen Video-on-Demand-Dienst (VoD) und bieten *Catch-up-TV* für die wichtigsten Sender des Landes an. Belgacom, die RTBF, Telenet und Tecteo haben Apps für mobiles Fernsehen gestartet. Belgacom hat mit einer neuen App, MovieMe, den SmartTV von Samsung, Google Play oder iTunes Store Zugang zu seinem VoD-Dienst ermöglicht.

Am 24. Oktober 2012 hat die Europäische Kommission angekündigt, dass sie beim Gerichtshof der Europäischen Union Strafge­lder gegen Belgien wegen undurchsichtiger Übertragungspflichten („Must-carry“) im Fernsehen und Hörfunk beantragt hat. Diese Pflichten werden in Artikel 31 der Universalienrichtlinie festgelegt (2002/22/EG).

Im Februar 2014 hat sich Telenet entschlossen, vor dem Verfassungsgericht gegen das flämische Dekret „Signalintegrität“ („Signaalintegriteit“) zu klagen. Dem Kabelanbieter zufolge verstößt das Dekret gegen den Gleichheitsgrundsatz. Das Dekret, das das zeitversetzte Fernsehen regelt, verpflichtet Telenet, die Zustimmung der Sender einzuholen, bevor neue Funktionen für das Fernsehen angeboten werden.

► Vlaamse Regulator voor de Media (Flemish Community): <http://www.vlaamseregulatormedia.be>
 Conseil supérieur de l’audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles : <http://www.csa.be>
 Medienrat (German-speaking Community): <http://www.medienrat.be>
 Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Annuaire de l’audiovisuel 2011-2012, Fédération Wallonie-Bruxelles, 2012.

BE1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	11 183
Households	4 638

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			4 803
Cable TV subscriptions	71.8%	3 331	
Digital cable TV households	43.6%		2 021
Digital DTH/SMATV households	8.3%		386
Pay DTH/SMATV subscriptions	3.6%	166	
IPTV households	24.4%		1 133
Pay IPTV subscriptions	24.9%	1 156	
DTT households	1.1%		50
Pay DTT subscriptions	~	~	~
Total digital TV households	77.4%		3 590
Total pay TV subscriptions	100.3%	4 653	
Households with DVD player	77.4%		3 590
Households with Blu-ray disc player	14.0%		650
Households with PC	76.7%		3 558
Households with broadband connections	69.3%		3 215
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	13.2%		611

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

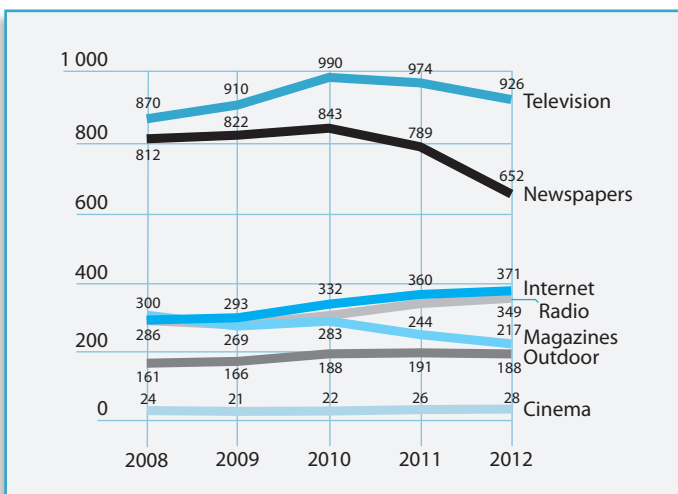
		Total in thousands
Active smartphones	30.2%	3 377
Active tablets	5.4%	600
Advanced game consoles	17.8%	1 990

IHS Screen Digest

BE2

Advertising
2008-2012

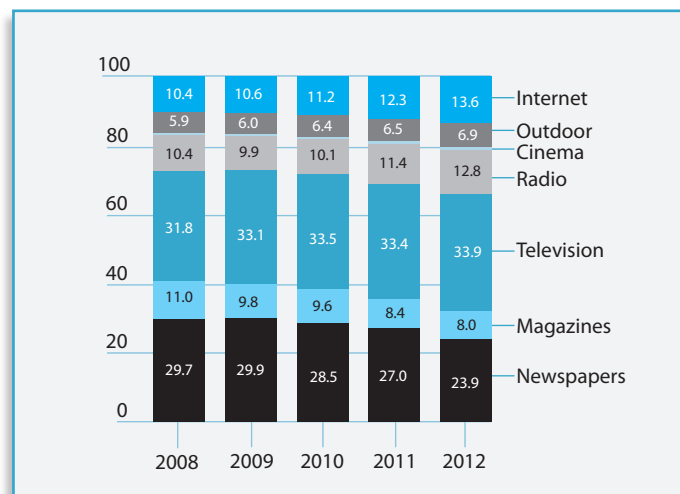
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

BE3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Belgacom S.A. (cons.) ¹	3Play, 3G TV, thtv	Proximus Mobile TV, Belgacom TV	7 039.0	6 417.0	6 417.0	0.0%
Mobistar ^{1 2}	3G TV	Orange TV	1 604.1	1 582.6	1 592.9	0.7%
Telenet ¹	3Play	Telenet	1 326.0	1 411.0	1 520.9	7.8%
Tecteo ¹	3Play + electricity	Voo	476.4	575.8	671.9	16.7%
p.m. BETV	packtv	BeTV package	81.9	91.4	92.3	1.0%
VRT	sptv	Één, Canvas, Ketnet	448.1	419.7	439.1	4.6%
RTBF	sptv	La Une, La Deux, La Trois	312.4	320.2	334.2	4.4%
Vlaamse Media Maatschappij	adtv	VTM, 2BE, JimTV	303.9	320.1	311.3	-2.7%
Kinepolis Group (cons.)	exh, discin	Kinepolis	239.2	253.7	255.2	0.6%
SBS Belgium ³	adtv	Vier, Vijf	90.0	31.2	175.5	-
RTL Belgium	adtv	RTL-TV1, RTL Club	161.8	173.0	164.4	-5.0%

¹ Telecommunication activities included.² Mobistar has ceased its TV distribution activities in 2013.³ 2011 on 4 months ; 2012 on 20 months.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services October 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	6	6	Telenet, Numericable, Tecto, Brutélé, AIESH, Wolu T.V.
Satellite packagers	0	2	M7 Group (LU) (TéléSAT, TV Vlaanderen Digital)
IP TV packagers	4	4	Belgacom, Favco (Billi), Base (Snow), Scarlet
DTT multiplex operators and packagers	2	2	RTBF, Norkring Belgie
Mobile TV packagers	2	2	Mobistar, Belgacom
SmartTV stores providing AV applications	~	5	Panasonic, Philips, Samsung, Sony, LG
Online stores with VoD EST or AV apps.	0	6	Blackberry Apps World (LU), Google Play (US), iTunes (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded catalogues	0	2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

	Rank	Name	Private/public	Number of TV channels	TV daily market share 2011	2012
French Community of Belgium	1	RTL Group (LU)	Private	10	>27.6%	>26.4%
	2	RTBF	Public	6	20,5%	20,9%
	3	TF1 (FR)	Private	9	>17.2%	>17%
	4	France Télévisions (FR)	Public	6	13,3%	12,5%
	5	AB (FR)	Private	19	>5.1%	>4.5%
Flemish Community	1	VRT	Public	6	41,8%	42%
	2	VMM	Private	7	>26.4%	>24.5%
	3	Sanoma (FI)	Private	2	10,2%	10,50%
	4	Media ad Infinitum	Private	1	4,0%	4,30%

➔ European Audiovisual Observatory

BE4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Income					<i>est.</i>					<i>est.</i>	
Public income	509.3	526.9	520.3	501.7	524.9	65.0	65.9	66.0	64.6	65.9	4.6%
- Aids / Grants	509.3	526.9	520.3	501.7	524.9	65.0	65.9	66.0	64.6	65.9	4.6%
Commercial income	201.5	192.5	195.8	202.4	195.8	25.7	24.1	24.9	26.1	24.6	-3.3%
- Advertising	93.3	85.2	99.8	104.1	107.2	11.9	10.7	12.7	13.4	13.5	2.9%
- Sponsoring	22.1	19.7	16.1	15.5	19.4	2.8	2.5	2.0	2.0	2.4	25.6%
- Programme sales	2.5	0.5	0.9	1.3	0.7	0.3	0.1	0.1	0.2	0.1	-44.0%
- Merchandising	3.4	4.5	4.8	4.7	5.0	0.4	0.6	0.6	0.6	0.6	5.7%
- Other commercial	80.3	82.6	74.3	76.8	63.4	10.2	10.3	9.4	9.9	8.0	-17.4%
Other income	73.0	79.5	71.7	72.4	75.8	9.3	10.0	9.1	9.3	9.5	4.8%
Total revenues	783.8	799.0	787.8	776.5	796.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	2.6%

Companies included: BRF, RTBF, VRT.

➔ OBS on data provided by BRF, RTBF, VRT and EBU/M.I.S.

BE5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	French Community Public	French Community Private	Flemish Community Public	Flemish Community Private	German Community Public	German Community Private
TV terrestrial (national)	3		4	1		
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile ¹		23	3	55	1	
TV Regional/Local		12		10		1
TV Regional/Local Windows						
TV channels targeting foreign markets						
Pure TV online services (Web TV)	~	~	~	~	~	~
Total	3	35	7	66	1	1
Foreign TV channels targeting the country						

¹ In addition there is one private channel with a federal licence and 46 EBS channels provided by the European Commission.

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country Flemish Community	French Community
Broadcasters branded channels on open platforms	8	~	~
Catch-up TV services	27	36	34
VoD Generalist/Film/Fiction	14	20	24
VoD Music / Music Events	2	5	10
VoD Film	24	53	52
VoD Documentary	0	1	1
VoD Children / Animation	3	8	8
Film/TV Archives and Trailers	4	5	8
Sport	1	1	1
Other	21	~	~
Total	104	~	~

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial (free and pay) VLG ¹	(free) CFB	Cable Telenet	Tecteo Voo	Satellite TV Vlaanderen	IPTV Belgacom TV
TV Channels						
Generalist - national (incl. dedicated)	2	3	²	5	4	6
Generalist - foreign			21	15	23	14
Adult			6	3	6	3
Children	1		28	19	20	26
Culture / education / documentary	3	1	20	13	19	17
Entertainment / TV fiction / games	2		21	15	19	16
Film			14	8	2	5
HD simulcast of an existing channel			23	13	13	23
Home shopping				2	13	2
International linguistic and cultural			6	6	14	4
Lifestyle / specific leisure / travel	2		17	12	8	12
Music	3		19	11	17	12
News / business	2	1	17	14	18	9
Parliament / government / administration					2	
Regional / local / windows			14	15	42	32
Religion					6	1
Sports			25	11	15	9
Various			2	2	3	7
Total (of which HD)	15	5	233	164	244	198
On-demand audiovisual services						
VoD			5	3		2
Catch-up			10	2		5 ⁴
Other services ³			1	1		1
Total			16	6		8

¹ Includes 5 free to air and 10 pay channels.

² 7 included in HD simulcast.

³ This can include «Go services», i.e. online access to live TV and services on various devices around the home including tablet, etc.

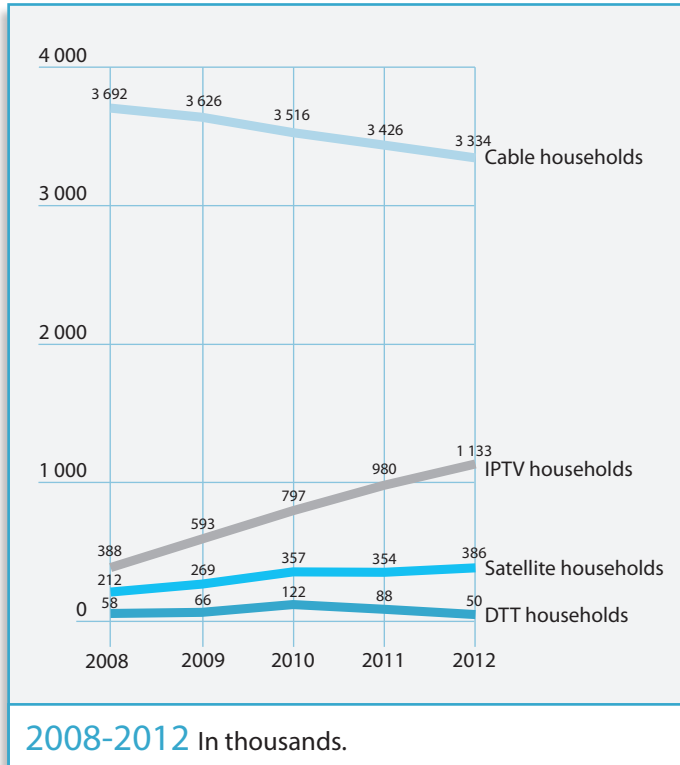
⁴ 10 catch-up TV services were launched in February 2014 in the Flemish Community and in Brussels. Further services should be launched in Wallonia during 2014.

European Audiovisual Observatory

BE6

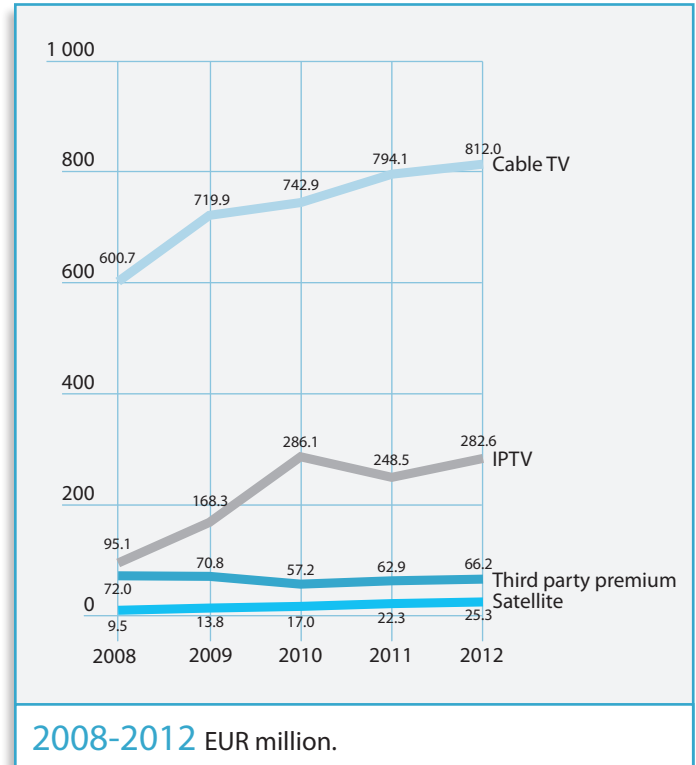
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



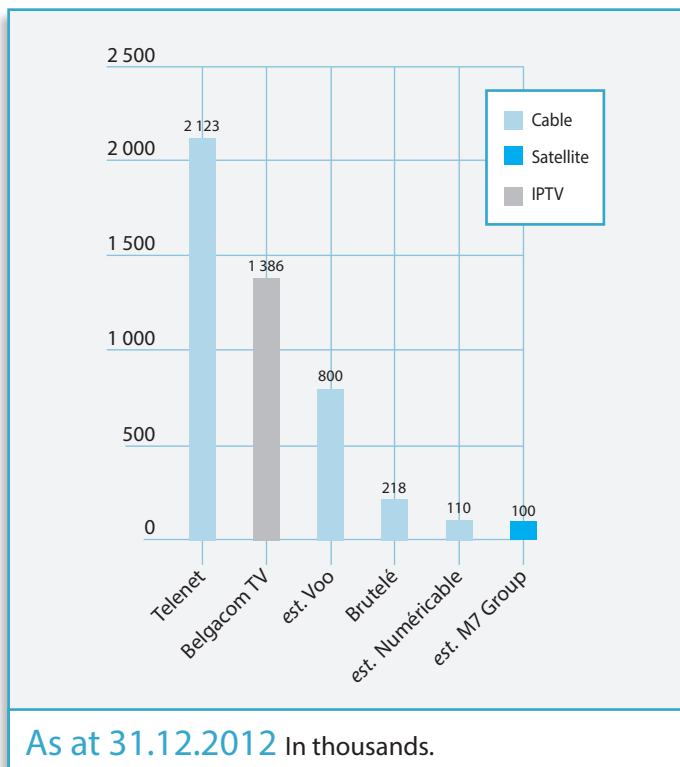
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



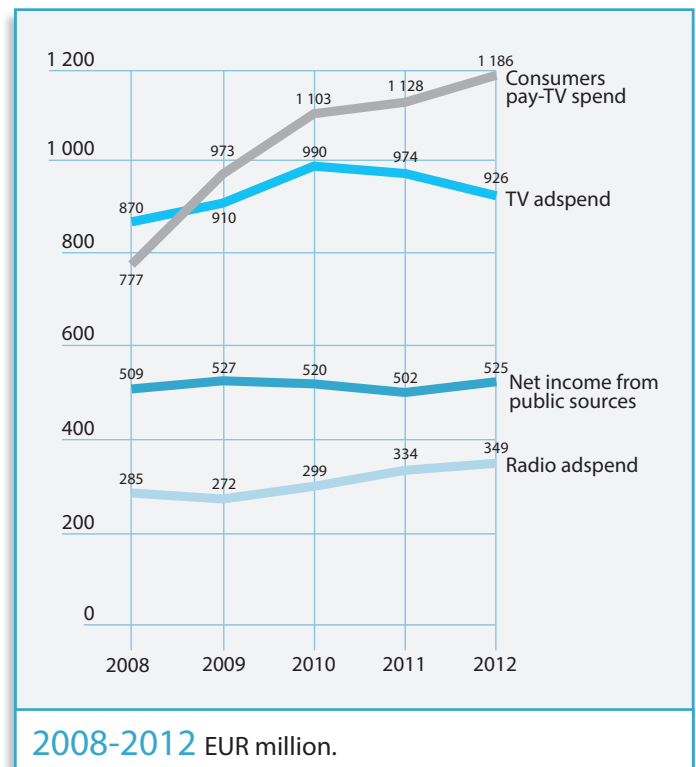
IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms



European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



European Audiovisual Observatory on EBU - M.I.S., IHS Screen Digest, and Warc data

BE7

TV audience market share in the French Community of Belgium (CFB)

2008-2012 In %, 4 years + guests, Live+6.

Channels	Daily share					Prime time (18:55-22:30)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
La Une	15.0	14.6	14.5	14.7	14.6	17.4	17.3	17.1	17.0	17.5
La Deux	5.1	4.7	5.8	4.8	5.4	5.6	5.4	6.2	5.3	6.2
La Trois ①	-	-	0.9	1.0	0.9	-	-	0.6	0.7	0.8
Public channels of the CFB	20.1	19.3	21.2	20.5	20.9	23.0	22.7	23.9	23.0	24.5
AB 3	3.6	4.1	4.7	4.5	4.5	3.1	3.1	3.6	3.6	3.6
Be1	0.4	0.3	0.3	0.3	0.4	0.6	0.5	0.4	0.5	0.6
AB 4 ②	1.7	1.0	0.9	0.6	~	1.9	1.1	1.0	~	~
MTV - MTV (FR)	2.0	1.8	0.0	0.1	~	0.7	0.6	0.0	0.1	~
Private channels of the CFB	5.7	5.4	5.9	5.5	4.9	6.3	5.3	5.0	4.2	4.2
RTL TVI	19.2	20.9	21.5	21.6	20.1	27.5	28.1	28.8	29.1	28.0
TF1	17.0	16.5	16.7	17.2	17.0	12.8	12.6	12.9	12.9	11.9
France 2	9.4	9.0	8.3	7.9	7.3	6.5	6.8	6.7	6.6	6.4
France 3	5.8	6.1	5.6	5.4	5.2	4.5	5.2	4.8	4.8	4.5
Club RTL	4.9	4.7	4.1	4.1	4.3	6.9	6.7	5.5	5.6	5.8
Plug RTL	1.9	2.4	2.0	1.9	2.0	2.2	2.7	2.1	2.1	2.3
Nickelodeon / MTV ③	2.0	1.8	1.4	1.4	1.7	0.7	0.6	0.4	0.4	0.6
TV Breizh					1.6					0.9
ARTE					1.3					1.5
France 5					1.3					0.6
Disney Channel (French version)					0.9					0.5
TV5Monde	1.7	1.5	1.0	0.9	~	1.2	0.7	0.8	0.7	~
Foreign channels	61.9	62.9	60.6	60.4	62.7	62.3	63.4	62.0	62.2	63.0
Één (VRT)	0.7	0.6	0.6	0.6	~	~	~	0.5	0.4	~
Ketnet / Canvas ④	0.3	0.2	0.2	0.2	-	~	~	0.2	0.2	-
VTM	0.1	0.1	0.2	0.1	~	~	~	0.2	0.1	~
VIER (former VT4)	0.1	0.1	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1	~
2BE	0.1	0.1	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1	~
Vitaya	0.0	0.0	0.0	0.1	~	~	~	0.0	0.0	~
Flemish channels	1.3	1.1	1.2	1.2	~	0.0	0.0	1.1	0.9	~
Others	11.0	11.3	11.1	12.4	11.5	8.4	8.6	8.0	9.7	8.3

Market shares from 01/01/2006 are calculated over Total TV without taking into account external devices such as DVD, VCR, ...

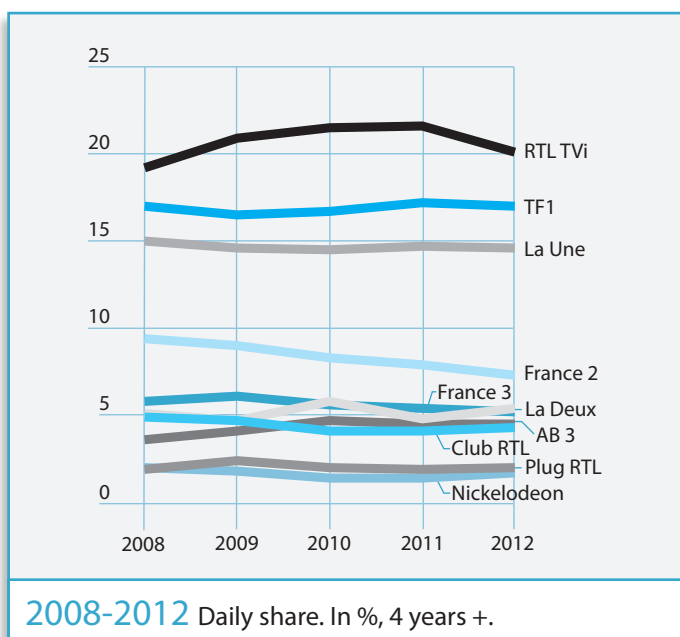
Eurodata TV Worldwide / CIM - GfK Audimetrie

① Measured only since 01/09/2010. Data are for the period 01/09/2010 - 31/12/2010.

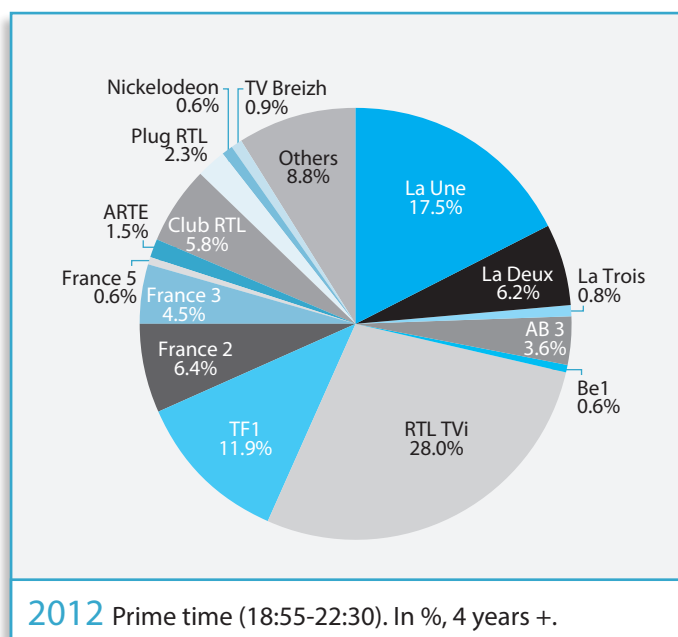
② Reported until 30/04/2011.

③ Version in French. In 2011 & 2012, based on Nickelodeon only.

④ Ketnet/Canvas split into two channels: CANVAS and OP12 (which replaced KETNET) on 01/05/2012.



Eurodata TV Worldwide / CIM - GfK Audimetrie



Eurodata TV Worldwide / CIM - GfK Audimetrie

BE8

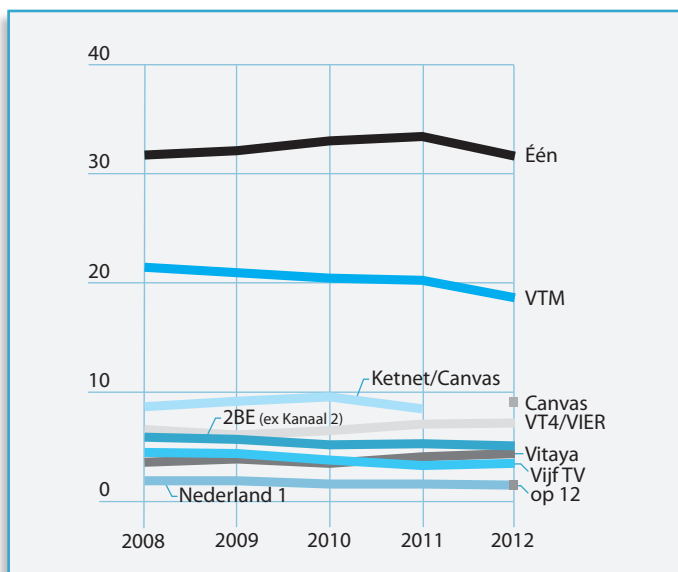
TV audience market share in the Flemish Community of Belgium (VLG)

2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:55-22:30)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Één	31.7	32.1	33.0	33.4	31.6	34.2	35.0	36.0	36.7	35.5
Ketnet/Canvas	8.6	9.1	9.5	8.4	-	7.6	8.2	8.7	8.0	-
Canvas					9.0					8.9
Op 12					1.4					0.6
Flemish public channels	40.3	41.2	42.5	41.8	42.0	41.8	43.2	44.7	44.7	45.0
VTM	21.4	20.9	20.4	20.2	18.6	26.9	26.3	25.6	24.9	23.0
VIER (former VT4)	6.5	6.0	6.4	7.0	7.1	7.3	6.6	7.6	7.6	8.3
2BE (ex Kanaal 2)	5.8	5.6	5.1	5.2	5.0	6.4	6.4	5.5	5.9	6.1
Vitaya	3.5	3.8	3.4	4.0	4.3	1.8	1.9	1.6	1.9	2.3
VIJF (former Vijf TV)	4.4	4.3	3.7	3.2	3.4	3.6	3.8	3.0	2.9	3.3
VTMKZoom	-	-	-	1.0	0.9	-	-	-	0.3	0.3
Acht TV					0.5					0.3
Njam!					0.5					0.3
Regional TV	1.4	~	1.2	~	~	1.3	~	0.9	~	~
Flemish private channels	43.0	40.6	40.2	40.6	40.3	47.3	45.0	44.2	43.5	43.9
La Une	~	~	0.3	0.4	~	~	~	0.3	0.3	~
La Deux	~	~	0.2	0.2	~	~	~	0.2	0.1	~
AB3	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.1	~
Channels of the CFB	~	~	0.5	0.9	~	~	~	0.5	0.6	~
Ned 1	1.8	1.8	1.5	1.5	1.4	~	~	1.5	1.6	1.3
Nickelodeon/MTV (NL)	1.5	1.5	1.1	~	1.2	0.5	0.5	0.4	~	0.5
Discovery Channel (NL)					0.9					0.4
Disney Channel (NL)					0.8					0.4
National Geographic					0.7					0.4
Nick Jr					0.5					0.3
Cartoon Network (NL)					0.2					0.1
Foxlife					0.1					
Ned 2	~	~	0.8	~	~	~	~	0.7	~	~
Ned 3	~	~	0.7	~	~	~	~	0.6	~	~
RTL-TVI	~	~	~	0.3	~	~	~	0.3	0.2	~
France 2	~	~	~	0.3	~	~	~	0.1	0.2	~
France 3	~	~	~	0.2	~	~	~	0.1	0.1	~
TF1	~	~	~	0.2	~	~	~	0.1	0.1	~
Foreign channels	3.3	3.3	4.1	2.5	5.8	0.5	0.5	3.8	2.2	3.4
Others	13.4	14.9	12.7	14.2	11.9	10.4	11.3	6.8	9.0	7.7

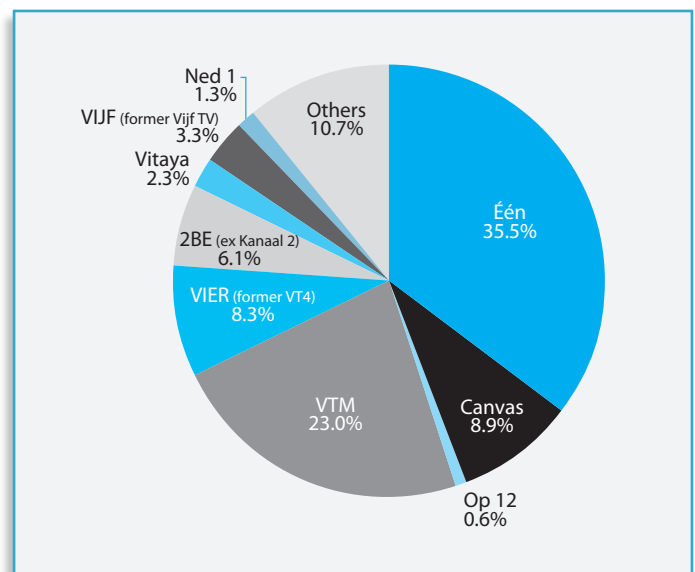
1 KETNET/CANVAS split into two channels: CANVAS and OP12 (which replaced KETNET) on 01/05/2012.

➔ Eurodata TV Worldwide / CIM - GfK Audimetrie



2008-2012 Daily share. In %, 4 years +.

➔ Eurodata TV Worldwide / CIM - GfK Audimetrie



2012 Prime time (18:55-22:30). In %, 4 years +.

➔ Eurodata TV Worldwide / CIM - GfK Audimetrie

BE9

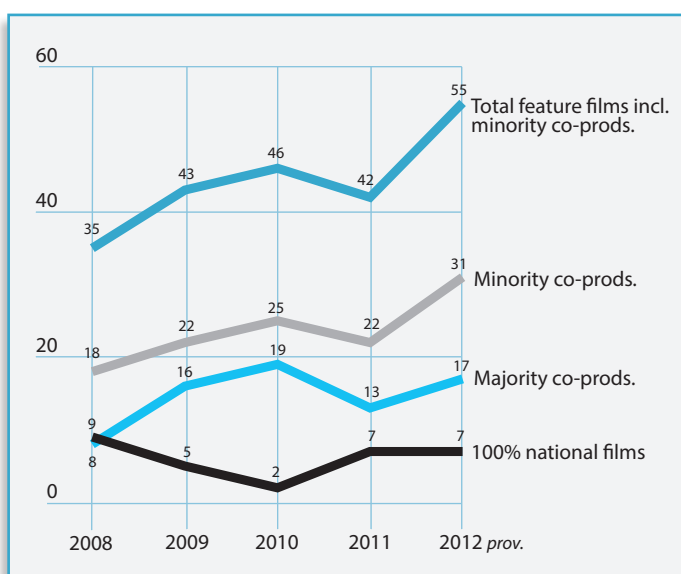
Feature film data 2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	21 084	21 255	21 558	21 735	22 086	OBS
Screens	510	510	508	510	500	INS / MS
Cinema sites	108	108	107	108	103	INS / MS
Digital screens	98	144	334	427	480	MS
Digital cinema sites	17	27	48	67	92	MS
Digital screen penetration	19%	28%	66%	84%	96%	MS
Digital site penetration	16%	25%	45%	62%	89%	MS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / INS

Number of theatrical feature films produced



2008-2012 In units. ¹

¹ Year of release (Flemish films). Issuing date of the Certificate of Belgian Work of French Expression by CCA (French language films). Includes feature documentaries.

↳ CFWB (French Community of Belgium)/ VAF (Flanders Audiovisual Fund)

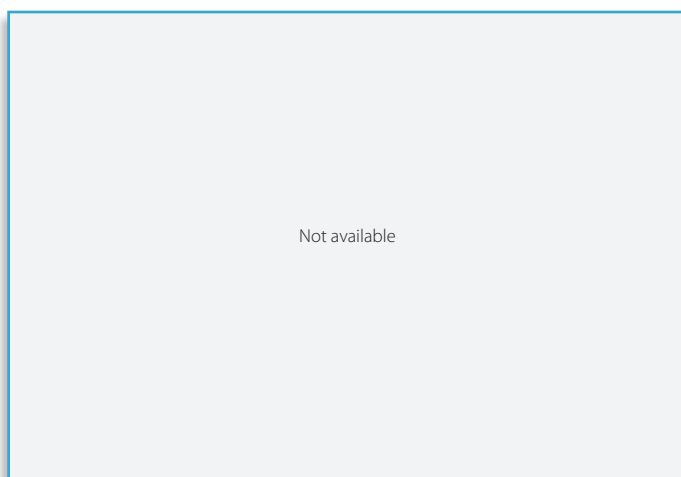
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ SPF (Federal Ministry of Finance) (08, 11) / FCB (Federation of Cinema Theatres of Belgium) and SCIR-ICDO (Professional Service of Attendance Monitoring) (12)

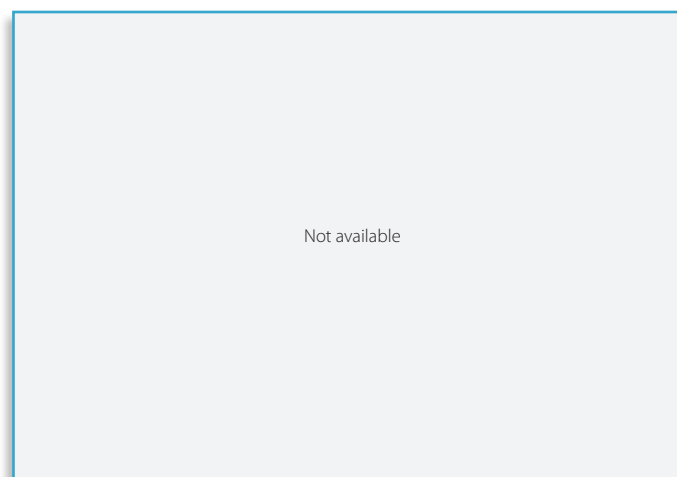
Market share according to the origin of films



2008-2012 In % of total admissions.

↳ Incomplete source data

Distributor market share



2008-2012 In % of total admissions.

↳ Incomplete source data

BE10

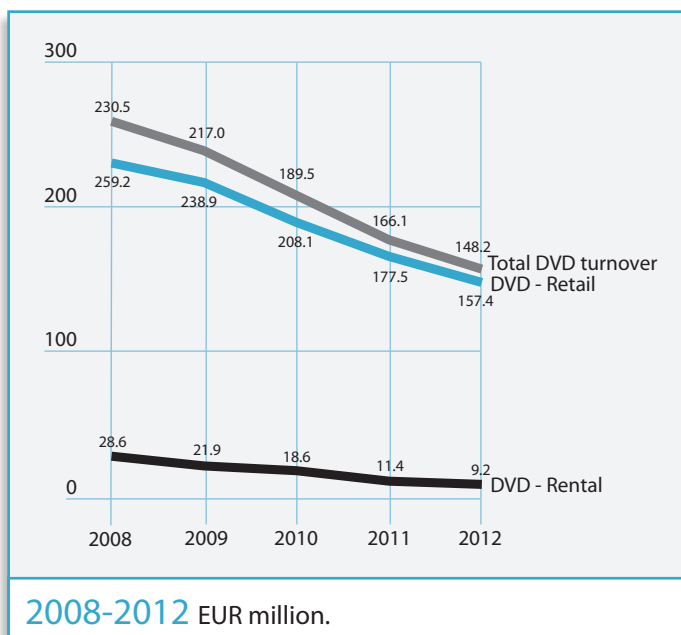
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	3.31	3.54	3.61	3.64	3.59
DVD player penetration of TV households	72.12%	76.24%	77.06%	76.89%	75.35%
Blu-ray disc player households	0.01	0.06	0.14	0.33	0.65
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.22%	1.28%	3.05%	6.92%	13.53%

IHS Screen Digest

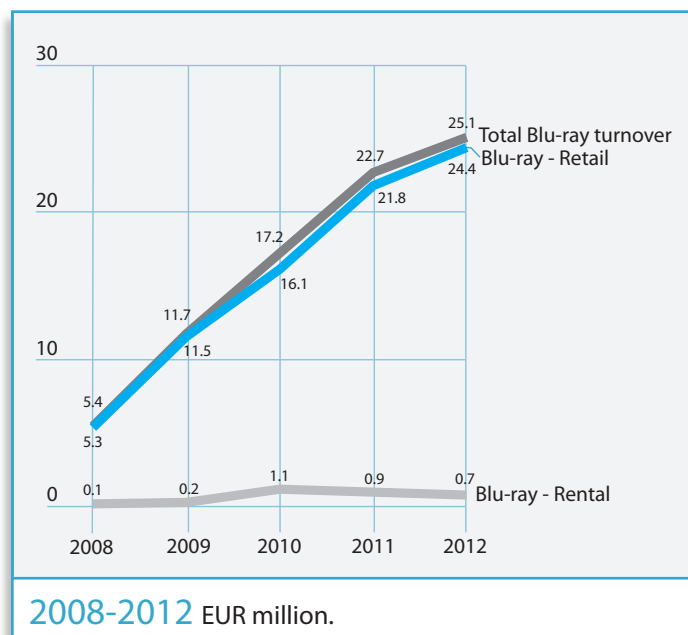
DVD turnover



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

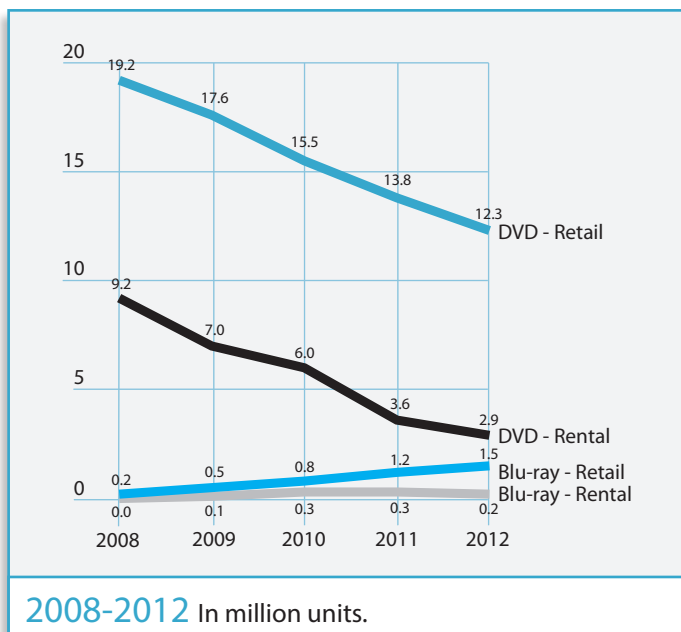
Blu-ray disc turnover



Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

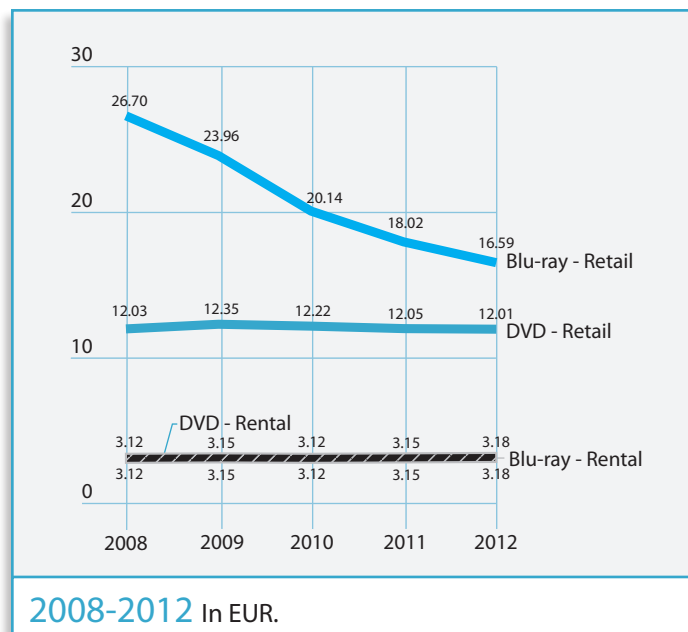
DVD and Blu-ray disc transactions



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



OBS after IHS Screen Digest

In Bulgaria the private channel bTV (Central European Media Enterprises) dominates the market and had a daily audience market share of 36.3% in 2012. BNT, the public broadcaster now has four television channels and a total audience share of 8.5% (less than half the share it had in 2006). The other major commercial player is the Modern Times Group with Nova TV (14.9%).

Approximately 30% of Bulgarian homes receive cable television with over 600 cable network operators. In 2010, the private equity company EQT V took over two major operators: Cabletel and Eurocom establishing a new service called Blizoo. The service had 440 000 subscribers in 2013. In 2010 Telekom Austria (via Mobilitel) bought into the Bulgarian market (acquiring Megalan and Spectrum). The Bulgarian satellite market has witnessed several major changes in the last year. Satellite BG closed down in June 2013 due to the economic crisis. The service had about 50 000 customers and they were recommended by Satellite BG to move to Vivacom. The main players in the market are Bulsatcom and Vivacom TV (from Telecom operator Vivacom). A new service was launched in 2013 by Neterra and Telenor called W1. There are also at least 15 IPTV services available, mostly provided by local ISPs, with the most important provided by Mobilitel (Telekom Austria).

Regarding DTT in Bulgaria there were tenders in 2009 and 2010. Two companies were selected: Towercom (Slovak Republic) to operate two nation-wide DTT multiplexes; and Hannu Pro (Latvia) to operate three nation-wide DTT multiplexes and the public service multiplex. Complaints against this decision led to the opening of infringement proceedings by the European Commission regarding the tender process including the restrictions on who could enter the tender. The two operators have continued the development of DTT services. Switch-off was reported to have taken place in September 2013. However, such a large number of homes were unprepared and left without television signals that the switch-off was delayed until November. Low income homes were provided with vouchers to help in the purchase of DTT equipment.

En Bulgarie, la chaîne privée bTV (Central European Media Enterprises) domine le marché avec une part d'audience quotidienne de 36,3 % en 2012. BNT, le radiodiffuseur public, compte désormais quatre chaînes de télévision et réalise une part d'audience totale de 8,5 % (soit moitié moins qu'en 2006). L'autre principal acteur commercial est le groupe Modern Times avec la chaîne Nova TV (14,9 %).

Environ 30 % des foyers bulgares reçoivent la télévision par câble et plus de 600 câblo-opérateurs sont actifs dans le pays. En 2010, la société de financement par capitaux propres EQT V a racheté deux des principaux opérateurs (Cabletel et Eurocom) pour créer un nouveau service appelé Blizoo. Ce service compte 440 000 abonnés en 2013. En 2010, Telekom Austria (via Mobilitel) est arrivée sur le marché bulgare (par l'acquisition de Megalan et Spectrum). Le marché de la télévision par satellite bulgare a connu plusieurs changements majeurs au cours de la dernière année. Satellite BG a fermé en juin 2013 en raison de la crise économique, recommandant à ses quelque 50 000 clients de passer à Vivacom. Les principaux acteurs du marché sont Bulsatcom et Vivacom TV (qui appartient à l'opérateur de télécommunications Vivacom). Un nouveau service, W1, a été lancé en 2013 par Neterra et Telenor. Au moins 15 services IPTV sont également disponibles, principalement proposés par des FAI locaux. Le plus important appartient à Mobilitel (Telekom Austria).

Des appels d'offres ont été lancés en 2009 et 2010 pour la TNT. Deux entreprises ont été retenues : Towercom (Slovaquie) avait obtenu les licences pour deux multiplex TNT nationaux et Hannu Pro (Lettonie) pour trois multiplex TNT nationaux ainsi que le multiplex de service public. Des plaintes contre cette décision ont conduit à une procédure d'infraction de la part de la Commission européenne concernant l'appel d'offres, y compris les restrictions appliquées à la participation audit appel d'offres. Les deux opérateurs ont continué à développer des services TNT. L'abandon de l'analogique aurait dû avoir lieu en septembre 2013. Cependant, face à l'impréparation d'un grand nombre de foyers qui ne recevaient plus les signaux de télévision, l'arrêt des transmissions analogiques a été retardé jusqu'en novembre. Les foyers à faibles revenus ont bénéficié d'une aide pour acheter un décodeur TNT.

Der bulgarische Fernsehmarkt wird von dem Privatsender bTV (Central European Media Enterprises) dominiert. 2012 lag der tägliche Zuschauermarktanteil des Senders bei 36,3 %. Der öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt BNT verfügt inzwischen über vier Dienste und kommt auf einen Zuschauermarktanteil von gerade einmal 8,5 % (weniger als die Hälfte gegenüber 2006). Der andere große kommerzielle Anbieter ist die Modern Times-Gruppe mit Nova TV (14,9 %).

Ungefähr 30 % der bulgarischen Haushalte empfangen Kabelfernsehen, das von über 600 Kabelnetzbetreibern angeboten wird. 2010 hat das Private-Equity-Unternehmen EQT V zwei Hauptkabelnetzbetreiber (Cabletel und Eurocom) übernommen und unter dem Namen Blizoo einen neuen Kabeldienst gestartet. 2013 hatte der Dienst bereits 440 000 Abonnenten. 2010 ist die Telekom Austria mit der Übernahme von Megalan und Spectrum (über ihre Tochter Mobilitel) in den bulgarischen Markt eingestiegen. Auf dem bulgarischen Satellitenmarkt hat es im letzten Jahr eine Reihe größerer Veränderungen gegeben. So musste der Satellitenbetreiber Satellite BG wegen der Wirtschaftskrise im Juni 2013 seinen Betrieb einstellen. Der Dienst hatte rund 50 000 Kunden, denen Satellite BG empfahl, zu Vivacom zu wechseln. Die größten Satellitenbetreiber in Bulgarien sind Bulsatcom und Vivacom TV (vom größten bulgarischen Telekommunikationskonzern Vivacom). 2013 starteten Neterra und Telenor einen neuen Satellitendienst mit dem Namen W1. Außerdem gibt es in Bulgarien mindestens 15 IPTV-Dienste, die meisten werden von lokalen Internet-Service-Providern angeboten, der bedeutendste von Mobilitel (Telekom Austria).

2009 und 2010 fanden in Bulgarien Ausschreibungen für die Vergabe von Lizenzen für DVB-T statt. Zwei Unternehmen erhielten den Zuschlag: Towercom (Slowenien), das zwei landesweite DVB-T-Multiplexe betreibt, und Hannu Pro (Litauen), das drei landesweite DVB-T-Multiplexe sowie den öffentlich-rechtlichen Multiplex betreibt. Aufgrund von Beschwerden gegen diese Entscheidung leitete die Europäische Kommission ein Vertragsverletzungsverfahren wegen Unregelmäßigkeiten beim Auswahlverfahren ein. Die beiden Anbieter haben den Ausbau der DVB-T-Dienste vorangetrieben. Die landesweite Analogabschaltung war eigentlich für September 2013 vorgesehen. Allerdings war zu diesem Zeitpunkt eine so große Zahl von Haushalten nicht auf die Abschaltung vorbereitet, dass sie auf November verschoben werden musste. Haushalte mit niedrigem Einkommen erhielten Gutscheine für den Kauf von Digitalreceivern für den Empfang von DVB-T.

BG1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	7 282
Households	2 792

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	30.4%	850	
Digital cable TV households	19.2%		535
Digital DTH/SMATV households	36.9%		1 030
Pay DTH/SMATV subscriptions	25.4%	710	
IPTV households	0.5%		14
Pay IPTV subscriptions	0.5%	14	
DTT households	~	~	~
Pay DTT subscriptions	~	~	~
Total digital TV households	56.6%		1 579
Total pay TV subscriptions	56.4%	1 574	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	53.8%		1 502
Households with broadband connections	36.2%		1 011
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	6.1%		170

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

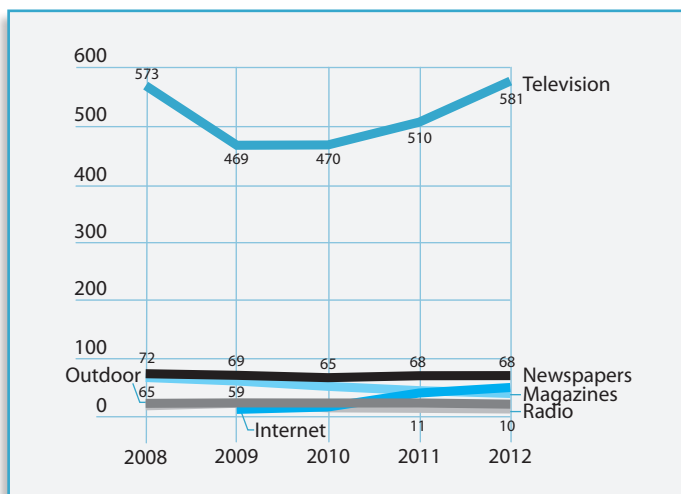
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

BG2

Advertising
2008-2012

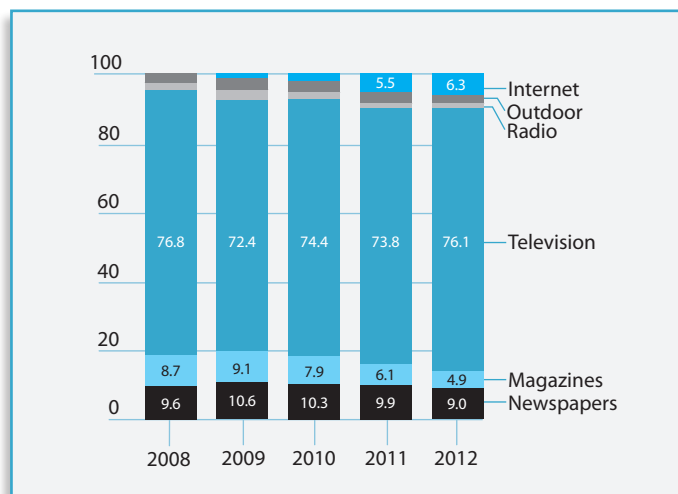
Total display adspend



2008-2012 BGL million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

BG3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 BGN million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Mobitel EAD ¹	3play	Mobitel	1 115.6	1 030.4	894.4	-13.2%
Vivacom ¹	3play, Sat-TV	Vivacom	1 091.4	897.8	835.3	-7.0%
Cosmo Bulgaria Mobile EAD ¹	3G TV	Globul TV	797.6	779.9	709.3	-9.1%
Bulsatkom AD	Sat-TV	Bulsatkom	123.9	144.6	141.2	-2.4%
BTV Media Grup EAD	adtv, thtv	bTV	113.8	125.5	123.9	-1.3%
Blizoo Media and Broadband EAD ¹	3 play	Blizoo	65.9	100.0	95	-5.0%
Nova Televizia Parvi Chasten Kanal EAD	adtv	Nova Televizia	74.7	76	80.3	5.7%
BNT	sptv	Kanal 1 (BNT1)	79.3	72.8	~	~
Fox International Channels Bulgaria	thtv	Fox TV Bulgaria	26.8	32.8	46.4	41.5%
Kino Arena VT OOD	exh	Kino Aena	24.8	23.1	22.2	-3.9%

¹ Includes telecommunication activities.

European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>650	>650	Blizoo, MSAT AD, SKAT OOD, Tele-Sat, Vereya Kabel, ...
Satellite packagers	3	3	Bulsatkom, Neterra, Vivacom
IPTV packagers	>15	>15	Mobitel, Neterra, Networx Bulgaria, Vestitel, Comnet
DTT multiplex operators and packagers	2	2	First Digital JSC, NURTS Bulgaria JSC
Mobile TV packagers	1	1	Cosmo Bulgaria Mobile
SmartTV stores providing AV applications		3	Panasonic, Phillips, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry Apps World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011 ¹	2012
1	Central European Media Enterprises (btv Media Group)	Private	6	44.4%	41.1%
2	Modern Times Group (Nova TV group)	Private	5	21.1%	23.4%
3	BNT	Public	3	8.4%	8.5%
4	Crown Media	Private	2	3.9%	4.6%
5	Walt Disney	Private	2	>2%	>2.1%

¹ Sept.-Dec. 2011.

European Audiovisual Observatory

BG4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	BGN million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	133.5	127.2	119.5	115.3	118.5	92.4	93.6	92.3	92.3	92.7	2.8%
- Aid/Grants	51.4	52.6	48.0	49.3	42.1	35.6	38.7	37.1	39.5	32.9	-14.6%
- Taxes on good and services	0.4	0.3	0.4	0.4	0.5						
- Other public revenues	81.7	74.3	71.0	65.6	75.9						
Total commercial income	11.0	8.7	10.0	9.6	9.3	7.6	6.4	7.7	7.7	7.3	-2.3%
- Advertising	4.8	4.5	6.0	4.2	6.7	3.3	3.3	4.6	3.4	5.3	59.7%
- Sponsoring	4.3	2.3	1.7	1.6	1.0	3.0	1.7	1.3	1.3	0.8	-37.2%
- Other commercial revenues	1.6	1.8	2.2	3.6	1.4	1.1	1.3	1.7	2.9	1.1	-
TOTAL	144.5	135.9	129.5	124.8	127.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	2.4%

Companies included: BNR and BNT.

European Audiovisual Observatory on BNT and BNR data communicated by EBU

BG5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	2	3	5
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	101	102
TV Regional/Local		74	74
TV Regional/Local Windows			
TV channels targeting foreign markets	1	1	2
Pure TV online services (Web TV)			
Total	4	179	183
Foreign channels targeting the country	2	48	50

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	1	~
Catch-up TV services	12	16
VoD Generalist/ Film / Fiction	5	6
VoD Music / Music events	1	1
VoD Film	5	7
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		
Film/TV Archives and Trailers		
Sport		
Other	1	~
Total (consolidated)	25	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign services.

	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	
	①	Blizoo	Bulsatcom	Vivacom	Mobiltel
TV Channels					
Generalist - national	4	7	7	6	7
Generalist - foreign		11	4	1	12
Adult		5	4	4	10
Children		13	9	7	10
Culture/ education/ documentary		13	16	10	16
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		23	20	18	28
Film		7	5	4	8
HD Simulcast of an existing channel	1	20	9	9	19
Home shopping		1			1
International linguistic and cultural	1	10	2	3	9
Lifestyle/ specific leisure/ travel		11	7	4	11
Music	1	19	9	11	23
News/ business	4	24	4	6	20
Parliament/ government/ administration					
Regional/ local/ windows				1	1
Religion				1	
Sports		6	11	5	6
Various		3		2	2
Total (of which HD)	11	173 (25)	107 (10)	92 (10)	183 (19)
On-demand audiovisual services					
VoD		1		2	1
Catch-up					
Other services		1			
Total		2		2	1

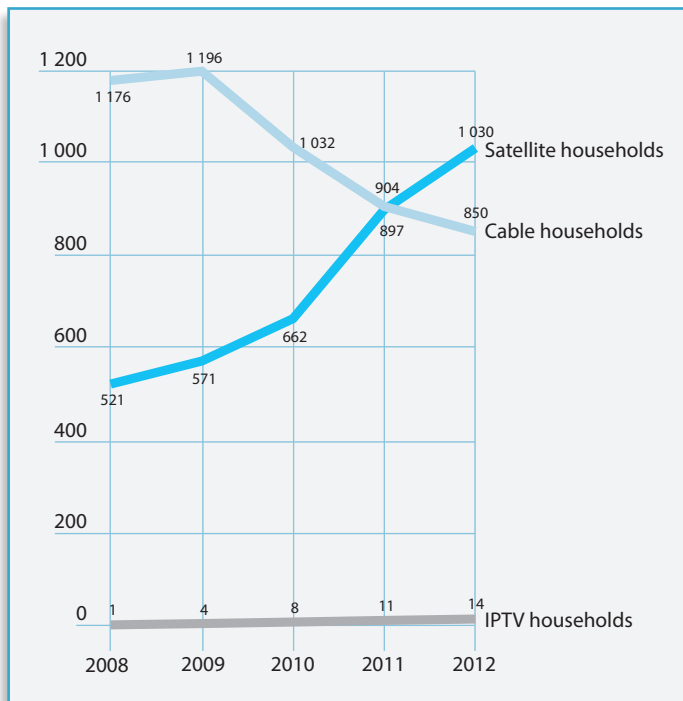
① Services from NURTS (Towercom) and First Digital (Hannu Pro).

 European Audiovisual Observatory

BG6

Market trends
2008-2012

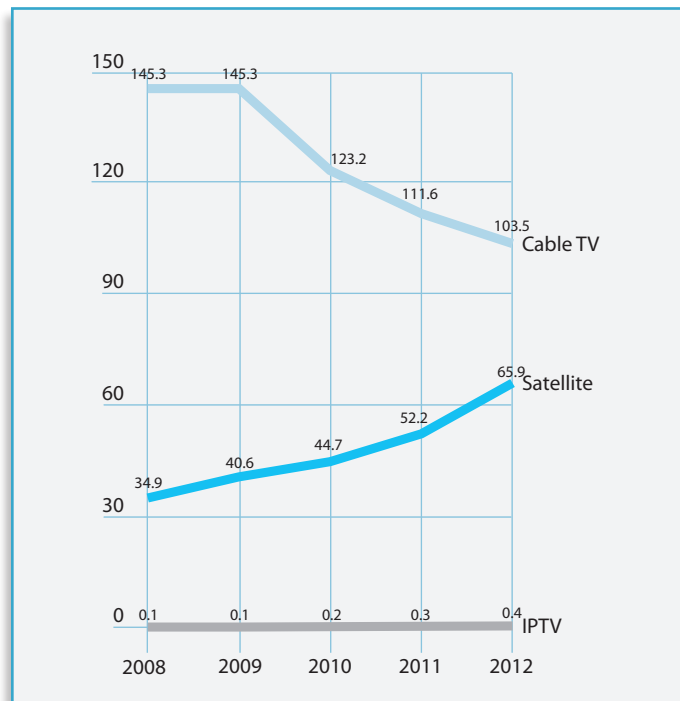
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

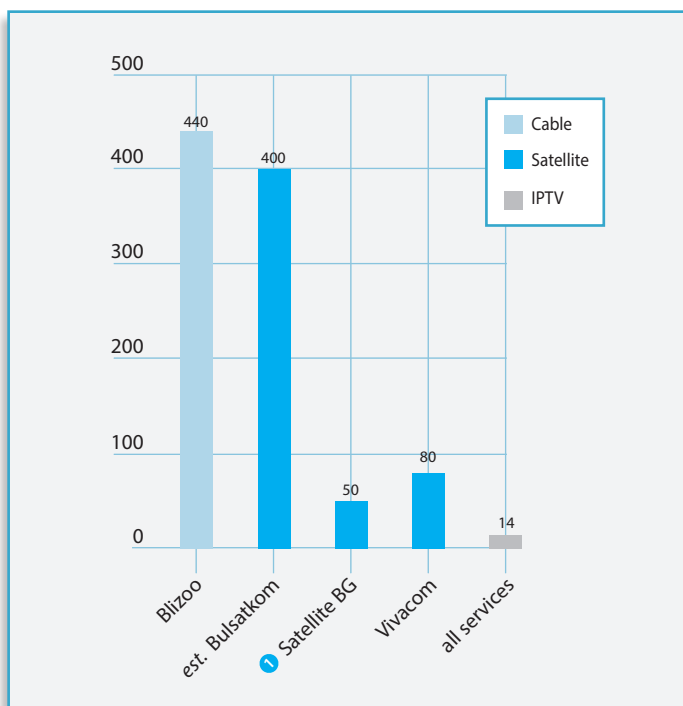
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

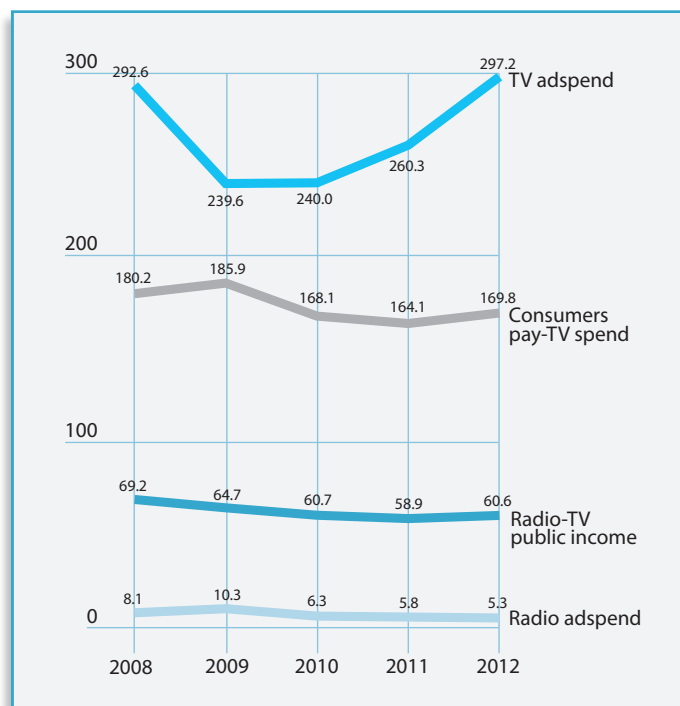
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.11.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and EBU - M.I.S.

1 Service closed down in June 2013.

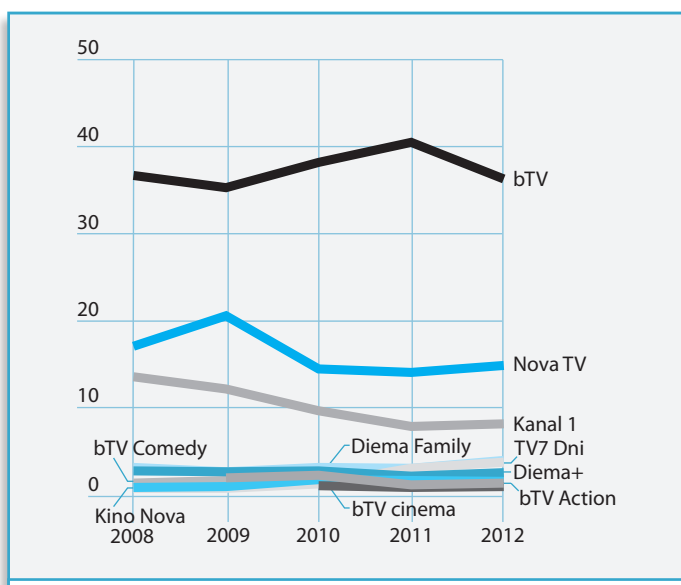
BG7

TV audience market share in Bulgaria

2008-2012 In %, 4 years +.

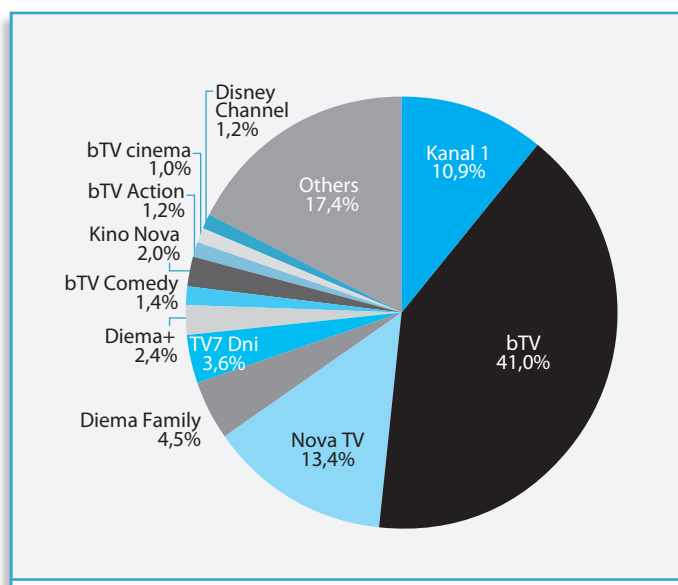
Channels	Daily share					Prime time (20:00-22:30)				
	2008	2009	2010	Sep-Dec 2011	2012	2008	2009	2010	Sep-Dec 2011	2012
Kanal 1 (BNT 1)	13.6	12.2	9.7	7.9	8.2	13.8	14.6	10.9	9.7	10.9
BNT World (formerly BNT Sat)	0.6	0.6	0.6	0.5	0.2	0.5	0.6	0.6	0.5	0.2
BNT 2					0.1					0.1
Bulgarian public channels	14.2	12.8	10.3	8.4	8.5	14.3	15.2	11.5	10.2	11.2
bTV	36.7	35.3	38.2	40.5	36.3	38.0	39.2	44.2	47.0	41.0
Nova TV	17.1	20.6	14.5	14.1	14.9	18.7	19.8	14.5	12.9	13.4
Diema Family	3.2	2.7	3.2	3.1	4.0	3.3	2.7	2.7	3.1	4.5
TV7 Dni	0.8	0.8	1.3	3.1	3.8	0.6	0.7	1.1	2.1	3.6
Diema+	2.8	2.7	2.8	2.2	2.6	2.8	2.7	2.4	1.9	2.4
bTV Comedy (formerly GTV Gotinata Televizija)	1.4	1.7	1.8	1.6	1.9	0.9	1.3	1.4	1.2	1.4
Kino Nova (formerly Diema 2)	0.9	1.0	1.8	1.7	1.6	0.7	0.7	2.2	2.1	2.0
bTV Action (formerly Pro.BG TV)	-	2.0	2.3	1.2	1.4	-	2.2	2.6	1.2	1.2
bTV cinema	-	-	1.1	0.9	1.0	-	-	1.2	1.0	1.0
TV Evropa	0.9	0.9	1.2	1.0	1.0	0.8	0.5	0.6	0.4	0.6
Planeta TV	1.5	1.2	1.2	0.9	0.8	1.1	0.7	0.8	0.5	0.5
Super 7	-	-	0.6	0.8	0.8	-	-	0.2	0.3	0.4
Folklor TV	-	0.7	0.7	0.5	0.5	-	0.6	0.6	0.4	0.5
Kanal 3	0.4	0.4	0.4	0.7	0.4	0.4	0.4	0.4	0.7	0.5
BBT Balkan Bulgarian TV	0.5	0.5	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.2	0.2	0.3
BTV Lady					0.3					0.2
Nova Sport					0.3					0.3
Bulgarian private channels	69.1	74.0	73.7	75.3	73.0	69.6	74.8	77.3	77.6	74.7
Disney Channel	-	1.8	1.8	2.0	2.1	-	1.1	0.9	1.2	1.2
Fox Life Bulgaria	1.6	1.1	1.1	1.1	1.0	1.7	0.5	0.7	0.7	0.7
National Geographic Channel Europe	-	0.6	0.8	1.0	1.0	-	0.4	0.5	0.7	0.6
Fox Crime (version in Bulgarian)	-	0.5	0.8	0.8	1.0	-	0.2	0.4	0.6	0.8
Cartoon Network	0.3	0.4	0.9	0.8	1.0	0.2	0.2	0.5	0.6	0.7
Discovery Channel	0.5	0.2	0.5	0.7	0.6	0.3	0.1	0.3	0.5	0.4
AXN (version in Bulgarian)	-	0.4	0.4	0.3	0.4	-	0.4	0.4	0.2	0.3
Foreign channels	3.6	6.7	7.1	8.0	7.7	3.2	4.1	4.3	5.4	5.2
Others	13.1	6.5	8.9	8.3	10.8	12.9	5.9	6.9	6.8	8.9

► Eurodata TV Worldwide / TNS TV Plan > 2010; GARB Audience Research Bulgaria 2011 (a new peoplemetric panel has been launched on 01/09/2011).



2008-2012 Daily share. In %, 4 years +.

► Eurodata TV Worldwide / TNS TV Plan > 2010; GARB Audience Research Bulgaria 2011 (a new peoplemetric panel has been launched on 01/09/2011).



2012 Prime time (20:00-22:30). In %, 3 years +.

► Eurodata TV Worldwide / TNS TV Plan > 2010; GARB Audience Research Bulgaria 2011 (a new peoplemetric panel has been launched on 01/09/2011).

BG8

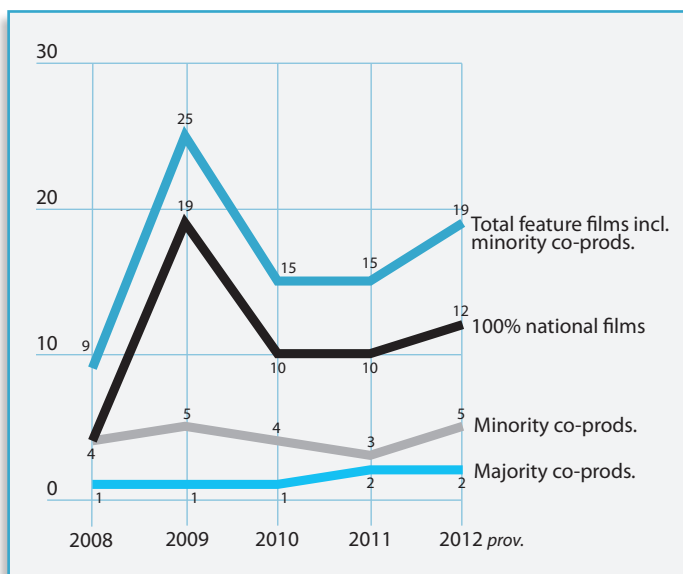
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	80 921	74 154	52 639	53 096	52 036	OBS
Screens	94	102	140	138	140	NFC
Cinema sites	28	26	33	30	29	NFC
Digital screens	17	23	57	77	101	MS
Digital cinema sites	8	12	17	17	23	MS
Digital screen penetration	18%	23%	41%	56%	72%	MS
Digital site penetration	29%	46%	52%	57%	79%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / NFC (National Film Center)

Number of theatrical feature films produced

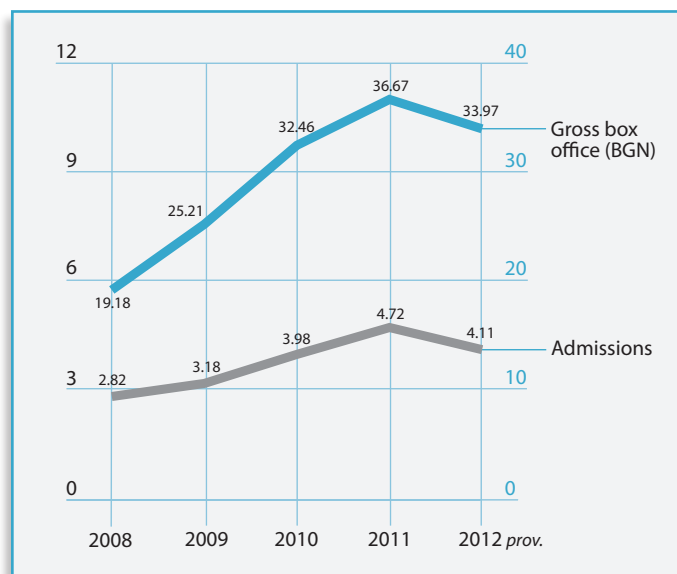


2008-2012¹ In units.

¹ Year of release. Includes feature documentaries. Includes only films receiving public support.

➔ NFC

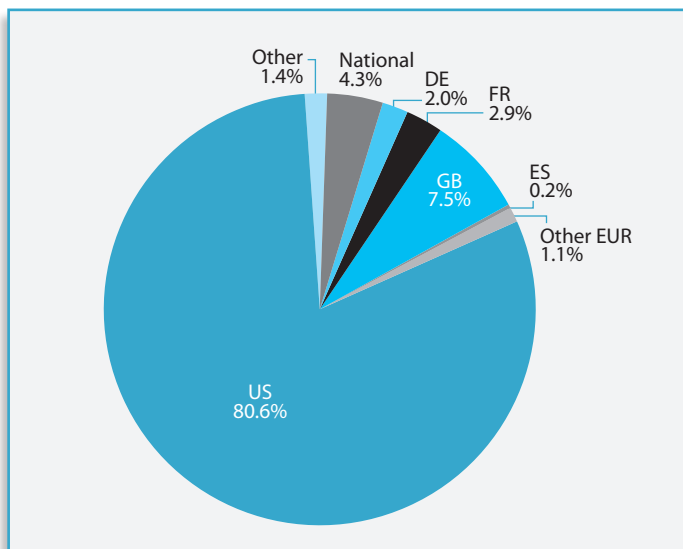
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ NFC

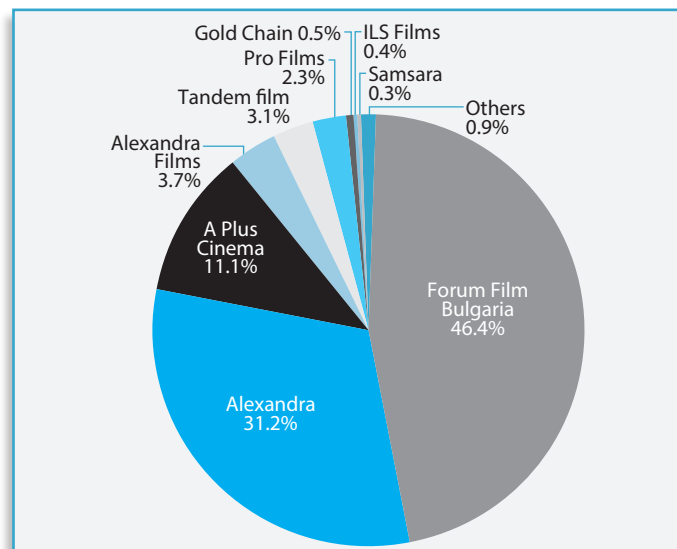
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ OBS / LUMIERE database

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ NFC

Switzerland is a federation made up of 26 cantons and has four national languages: French, German, Italian and Romansch. This is reflected in the organisation of the audiovisual landscape, with French, German and Italian channels having a major presence on the Swiss market.

However, the different language markets are still dominated by the public channels. The public service broadcaster SRG SSR provides, through its seven operating units, seven television channels (three in German, two in French and two in Italian) and seventeen radio stations. The third German-language television channel, SF Info, was granted authorisation in November 2011 to broadcast information in French and Italian, the aim of this being to strengthen contacts between the country's different language regions. This also complies with the measures that SRG SSR is required to take in order to comply with the programme remit that it has been given pursuant to section 24 of the Federal Radio and Television Broadcasting Act (Loi fédérale sur la radio et la télévision – LRTV) of 24 March 2006. According to this provision, SRG SSR must in particular promote understanding, cohesion and contacts between the different parts of the country, their language communities, their cultures and their social groups. It must also take account of the country's specific features and the needs of the cantons. Programmes in Romansch, the fourth official language, are included in the programming of the French-language channels.

On 29 May 2013, the Federal Council (the Swiss government) issued a message to the Parliament on the partial revision of the Radio and Television Broadcasting Act, providing for the public radio and television service to be financed in the future by an "appropriate and practical" licence fee. With some exceptions, all households and companies are to pay the new fee, which will replace the former licence and be slightly less expensive. The change in the system was welcomed by a majority at the consultation stage. The draft legislation also provides for more flexibility and for simplified procedures for granting concessions to private radio and television stations.

Switzerland has 13 private regional television channels. In December 2013, the regulator OFCOM published the results of a study carried out on public satisfaction with regard to the range of TV channels available. The SSR TV programmes appealed to 60% of those questioned, while just 50% of the public gave the regional TV channels a positive rating. Viewers' criticism mainly concerned the quality of programme production and the poor entertainment value. For almost all the criteria mentioned, the private TV

La Suisse est une fédération constituée de 26 cantons et pourvue de quatre langues nationales : l'allemand, le français, l'italien et le romanche. Le paysage audiovisuel est organisé en conséquence et les chaînes allemandes, françaises et italiennes sont très présentes sur le marché suisse.

Les différents marchés linguistiques restent cependant dominés par les chaînes publiques. Le radiodiffuseur public, SRG SSR propose, via ses sept unités d'entreprises, sept chaînes de télévision (trois en allemand, deux en français, deux italiens) et 17 chaînes de radio. La troisième chaîne de télévision germanophone, SF Info, a été autorisée en novembre 2011 à diffuser des informations en français et en italien. Cette autorisation vise à renforcer les échanges entre les différentes régions linguistiques du pays. Elle s'inscrit ainsi dans les mesures que la SSR est tenue de prendre afin de se conformer au mandat de programme qui lui incombe en vertu de l'article 24 de la Loi fédérale sur la radio et la télévision du 24 mars 2006 (LRTV). Cette disposition prévoit en effet que la SSR doit en particulier promouvoir la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes parties du pays, les communautés linguistiques, les cultures et les groupes sociaux, ainsi que tenir compte des particularités du pays et des besoins des cantons. Des programmes en romanche, quatrième langue officielle, trouvent leur place au sein de la programmation des chaînes francophones.

Le 29 mai 2013, le Conseil fédéral a transmis au Parlement un message sur la révision partielle de la loi sur la radio et la télévision (LRTV). Le service public dans le domaine de la radio et de la télévision devrait être financé à l'avenir par une redevance fonctionnelle et adaptée. A certaines exceptions près, tous les ménages et entreprises devraient payer la nouvelle redevance, qui remplacera l'ancienne et sera légèrement moins chère. Le changement de système a été majoritairement salué lors de la consultation. En outre, le projet prévoit davantage de flexibilité et des procédures simplifiées pour l'octroi de concessions aux stations de radio et de télévision privées.

La Suisse compte 13 chaînes de télévision régionales privées. En décembre 2013 l'OFCOM a publié les résultats d'une étude menée sur la satisfaction du public en ce qui concerne l'offre de télévisions. Les programmes TV de la SSR et des radios locales sont appréciés par 60 % des personnes interrogées. Les télévisions régionales recueillent juste 50 % d'avis favorables auprès du public. Les critiques des téléspectateurs concernent notamment la qualité dans la conception des programmes et le manque de divertissement. Pour presque tous les critères relevés, les chaînes de TV privées obtiennent

Die Schweiz ist ein Bundesstaat mit 26 Kantonen und vier Amtssprachen: Deutsch, Französisch, Italienisch und Rätoromanisch. Dementsprechend vielfältig ist auch die audiovisuelle Landschaft, in der die deutschen, französischen und italienischen Sender in hohem Maß vertreten sind.

Die Märkte der verschiedenen Sprachgemeinschaften werden weiterhin von den öffentlich-rechtlichen Sendern beherrscht: Die SRG SSR bietet über ihre sieben Unternehmenseinheiten 7 TV-Kanäle (drei auf Deutsch, jeweils zwei auf Französisch und Italienisch) sowie 17 Radioprogramme an. Der dritte deutschsprachige Fernsehsender, SF Info, erhielt im November 2011 die Genehmigung, Nachrichten auf Französisch und Italienisch auszustrahlen. Damit soll der Austausch zwischen den verschiedenen Sprachregionen des Landes verbessert werden. Dies gehört zu den Maßnahmen, zu deren Umsetzung die SRG gemäß Artikel 24 des Radio- und Fernsehgesetzes vom 24. März 2006 (RTVG) zur Erfüllung ihres Programmauftrags verpflichtet ist. Diese Bestimmung sieht vor, dass die SRG insbesondere das Verständnis, den Zusammenhalt und den Austausch zwischen den verschiedenen Landesteilen, Sprachgemeinschaften, Kulturen und gesellschaftlichen Gruppen fördern sowie die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone berücksichtigen soll. Sendungen in Rätoromanisch, der vierten Amtssprache, werden auf den französischsprachigen Fernsehsendern ausgestrahlt.

Am 29. Mai 2013 hat der Bundesrat dem Parlament eine „Botschaft zur Änderung des Bundesgesetzes über Radio- und Fernsehen (RTVG)“ vorgelegt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk soll in Zukunft über eine sachgerechte und zweckmäßige Abgabe finanziert werden. Die neue Gebühr soll von wenigen Ausnahmen abgesehen von allen Schweizer Haushalten und Unternehmen entrichtet werden, die heutige Empfangsgebühr ersetzen und etwas niedriger ausfallen. Im Rahmen der Konsultation wurde der Wechsel zu dem neuen System überwiegend begrüßt. Außerdem sieht die Gesetzesvorlage mehr Flexibilität und einfachere Konzessionsverfahren für die privaten Radio- und Fernsehstationen vor.

In der Schweiz gibt es 13 regionale Privatsender. Im Dezember 2013 hat das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) die Ergebnisse einer Studie über die Zufriedenheit der Zuschauer mit dem Radio- und Fernsehprogramm veröffentlicht. Die Fernsehprogramme des SSR und die Programme der Lokalradios finden 60 % der befragten Personen gut. Mit den Fernsehprogrammen der Regionalsender ist knapp die Hälfte der Zuschauer zufrieden. Die Kritik der Zuschauer

channels were rated less favourably than the SSR radio and television stations and local private radio stations.

The Federal Council has modified, with effect from 1 June 2013, the concession granted to the Swiss radio and television broadcasting company (SSR) to allow it to develop its activities on the Internet. The measure was adopted after negotiations between SSR and newspaper editors with a view to concluding a collaboration agreement in the field of Internet had broken down. The Federal Council then maintained the principle of not allowing SSR to use advertising or sponsoring on its Internet sites, and expressed its intention to allow the public-service broadcaster greater freedom regarding the content of its on-line offer. The revision of the concession granted to SSR reflects the wishes of the Swiss government on this point.

The new regulations enable SSR to put audio and video content, images or graphic items and texts not exceeding 1 000 characters on-line on demand, without restrictions. For news, sport and local and regional information, texts may only exceed 1 000 characters if they are related to a broadcast and are published no more than 30 minutes before the broadcast is aired. However, the concession does not state specifically how long content may remain on-line after broadcasting; the Federal Council nevertheless requires a degree of proximity in terms of time. Also, if texts have some connection with a broadcast, that broadcast must be referred to clearly.

de moins bonnes notes que les radios et télévisions de la SSR et les radios locales privées.

Le Conseil fédéral (gouvernement suisse) a modifié, avec effet au 1er juin 2013, la concession octroyée à la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) afin de permettre à celle-ci de développer ses activités sur Internet. Cette mesure a été prise suite à l'échec des négociations entre la SSR et les éditeurs de journaux en vue de conclure un accord de collaboration dans le domaine de l'Internet. Le Conseil fédéral avait alors maintenu l'interdiction de principe pour la SSR de publier de la publicité ou du parrainage sur ses sites web, tout en exprimant l'intention d'accorder au diffuseur de service public une plus grande liberté concernant le contenu de son offre en ligne. La révision de la concession octroyée à la SSR concrétise ainsi la volonté du gouvernement suisse.

La nouvelle réglementation permet à la SSR de mettre à disposition à la demande sur Internet, sans restriction, des contenus audio et vidéo, des images ou graphiques, ainsi que des textes n'excédant pas 1 000 signes. En revanche, dans les domaines de l'actualité, du sport et des informations locales ou régionales, les textes ne peuvent contenir plus de 1 000 signes que s'ils se rapportent à une émission et sont publiés au plus tôt 30 minutes avant la diffusion de cette dernière. La concession ne précise toutefois pas combien de temps après la date de diffusion les contenus en ligne peuvent encore se référer à une émission; le Conseil fédéral exige néanmoins une certaine proximité dans le temps. En outre, si les textes ont un lien avec une émission, celui-ci doit être mentionné clairement.

richtet sich vor allem auf die mangelnde Qualität der Programmproduktion und den mäßigen Unterhaltungswert. Die privaten Fernsehsender schneiden bei fast allen erhobenen Qualitätsmerkmalen schlechter ab als die Radio- und Fernsehprogramme der SRG und die Programme der privaten lokalen Radiosender.

Der Bundesrat (schweizerische Regierung) hat mit Wirkung zum 1. Juni 2013 die Konzession für die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG) geändert und ihr damit im Internet mehr publizistische Freiräume eröffnet. Die Maßnahme wurde ergriffen, nachdem die Verhandlungen zwischen der SRG und den Zeitschriftenverlegern mit Blick auf den Abschluss eines Abkommens zur Zusammenarbeit im Bereich des Internets gescheitert waren. Der Bundesrat hatte seinerzeit entschieden, dass das Werbe- und Sponsoringverbot für die SRG auf ihren Internetseiten bestehen bleiben sollte, ihr jedoch mehr publizistische Möglichkeiten im Internet eingeräumt. Mit der revidierten Fassung der Konzession für die SRG wird somit der Wunsch der schweizerischen Regierung konkret umgesetzt.

Mit der neuen Regelung ist es der SRG nunmehr möglich, unbeschränkt Audio- und Videobeiträge, Bilder oder Grafiken sowie Textbeiträge mit höchstens 1 000 Zeichen auf Abruf im Internet anzubieten. In den Sparten Nachrichten, Sport und Regionales/Lokales hingegen dürfen die Textbeiträge nur dann mehr als 1 000 Zeichen beinhalten, wenn sie einen Sendungsbezug aufweisen und nicht früher als 30 Minuten vor der Ausstrahlung der Sendung im Internet publiziert werden. Wie lange nach dem Ausstrahlungszeitpunkt einer Sendung Onlineinhalte noch einen Sendungsbezug aufweisen können, konkretisiert die Konzession nicht. Der Bundesrat fordert allerdings eine gewisse zeitliche Nähe. Hat ein Textbeitrag einen Bezug zu einer Sendung, so ist dieser Bezug deutlich kenntlich zu machen.

CH1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	8 037
Households	3 535

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			3 461
Cable TV subscriptions	77.8%	2 750	
Digital cable TV households	31.6%		1 118
Digital DTH/SMATV households	7.3%		257
Pay DTH/SMATV subscriptions	0.3%	11	
IPTV households	22.1%		782
Pay IPTV subscriptions	21.6%	765	
DTT households	3.2%		113
Pay DTT subscriptions	0.0%	25	
Total digital TV households	64.2%		2 269
Total pay TV subscriptions	100.5%	3 550	
Households with DVD player	85.1%		3 009
Households with Blu-ray disc player	22.0%		777
Households with PC	88.5%		3 129
Households with broadband connections	80.0%		2 828
Households with Smart TV	21.0%	~	742
Connectable TV households	0.0%		

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

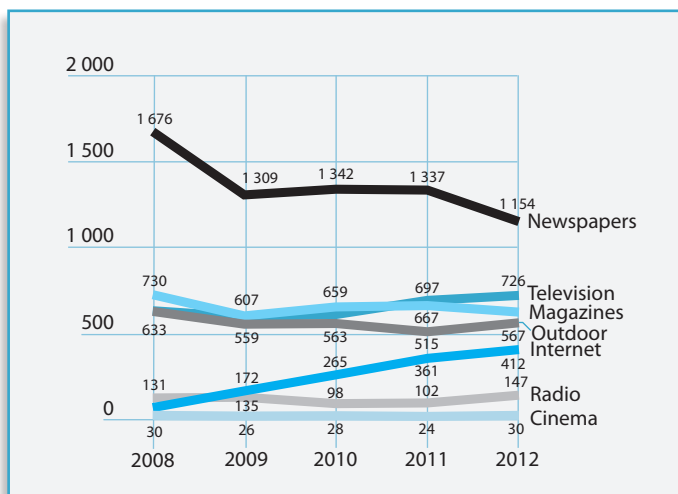
		Total in thousands
Active smartphones	63.5%	5 107
Active tablets	8.7%	702
Advanced game consoles	16.5%	1 325

IHS Screen Digest

CH2

Advertising
2008-2012

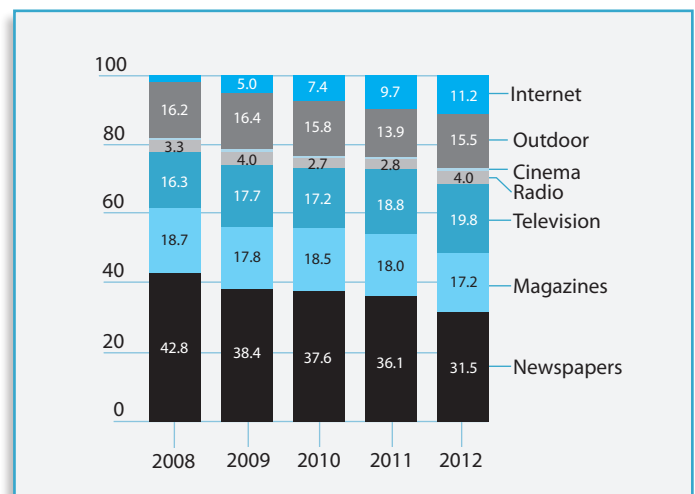
Total display adspend



2008-2012 CHF million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

CH3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 CHF million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Swisscom (Schweiz) AG ¹	4play	Swisscom TV	12 292.0	11 887.0	11 757.0	-1.1%
Sunrise Communications ¹	3play	Sunrise TV	2 052.3	1 983.9	2 066.0	4.1%
SSR SRG	sptv	SR 1 & 2, TSR 1 & 2, TSI 1 & 2	1 661.0	1 688.8	1 673.3	-0.9%
Orange Communications SA ¹	4play	Livebox	1 295.0	1 249.0	1 322.0	5.8%
Cablecom GmbH est. ¹	3play	Cablecom	1 120.0	1 100.0	~	~
Infront Sports & Media AG	rights	Infront	148,8	628,2	~	~
Highlights Communications (cons.)	rights	UEFA Champions League, Constantin Films	551.8	463.1	516.8	11.6%

¹ Includes telecommunication activities.

↳ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>120	>120	Cablecom (UPC), Naxoo etc.
Satellite packagers	3	3	CanalSat Suisse, SRG SSR idée suisse "Sat-Access", TPS IT
IPTV packagers	7	7	Orange Communications, Sunrise, Swisscom, VTX Services
DTT multiplex operators and packagers	2	2	CanalSat Suisse, SRG SSR idée suisse "Sat-Access"
Mobile TV packagers	2	2	Zattoo AG (in collaboration with Orange), Swisscom
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips, Sony Bravia
Agregators of online live TV services	3	>10	Cynergy AG (Teleboy), Weft22 (Nanno TV), Zattoo AG
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

↳ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	TV daily market share 2012
German speaking area					
1	SRG SSR	Public	8	31.6%	31.3%
2	RTL Group (LU)	Private	5	>15.5%	>14.4%
3	ProSiebenSat.1 Media AG (DE)	Private	3	11.1%	10.2%
4	ARD (DE)	Public	5	8.4%	8.2%
French speaking area					
1	SRG SSR	Public	8	28.7%	29.2%
2	Groupe TF1 (FR)	Private	4	15.9%	15.1%
3	France Télévisions (FR)	Public	2	12.8%	11.9%
4	RTL Group (LU)	Private	11	10.5%	10.5%
Italian speaking area					
1	SRG SSR	Public	8	35.8%	36.7%
2	Mediaset (IT)	Private	3	22.6%	21.3%
3	RAI (IT)	Public	3	20.1%	19.7%

↳ European Audiovisual Observatory

CH4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

	CHF million					In					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Income											
Total public income	1 148.4	1 176.2	1 191.6	1 199.3	1 207.3	61.5	64.0	61.8	61.8	61.8	0.7%
- Aids/Grants	19.5	23.0	22.6	24.1	19.3	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	-19.9%
- Licence fee	1 128.9	1 153.3	1 169.0	1 175.2	1 188.0	60.5	62.7	60.6	60.6	60.6	1.1%
Total commercial income	717.7	662.4	736.7	732.3	699.3	38.5	36.0	38.2	38.2	38.2	-4.5%
- Advertising	524.6	496.2	556.1	576.0	522.6	28.1	27.0	28.8	28.8	28.8	-9.3%
- Sponsorship	64.8	57.3	66.2	66.1	64.5	3.5	3.1	3.4	3.4	3.4	-2.4%
- Programme sales	67.1	74.0	75.4	49.4	44.6	3.6	4.0	3.9	3.9	3.9	-9.7%
- Other commercial income	61.3	35.0	39.0	40.8	67.6	3.3	1.9	2.0	2.0	2.0	65.7%
TOTAL	1 866.0	1 838.6	1 928.3	1 931.6	1 906.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-1.3%
Operating revenues	1 626.2	1 606.0	1 661.0	1 688.7	1 673.3						-0.9%

Company included : SRG SSR (Group).

➔ SRG SSR

CH5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	7	0	7
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	5	34	39
TV Regional/Local	0	13	13
TV Regiona/Local Windows		6	6
TV channels targeting foreign markets		5	5
Pure TV online services (Web TV)	~	~	~
Total	12	58	70
Foreign TV channels targeting the country	2	10	9

➔ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

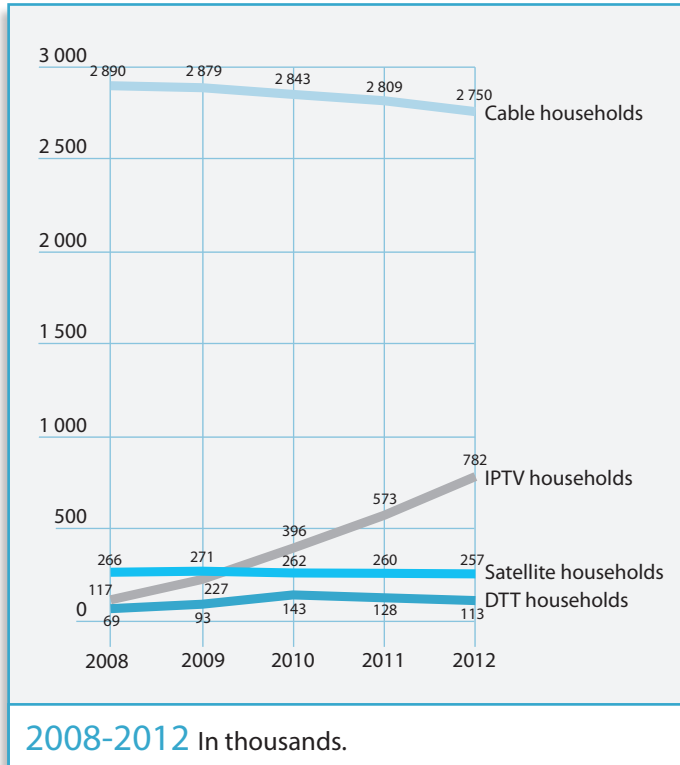
	Established in the country	Available in the country
Broadcasters branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	10	27
VoD Generalist/Film/Fiction	4	9
VoD Music / Music Events	3	9
VoD Film	23	42
VoD Documentary	0	2
VoD Children / Animation	0	6
Film/TV Archives and Trailers	3	7
Sport	0	3
Other		~
Total	46	~

➔ European Audiovisual Observatory

CH6

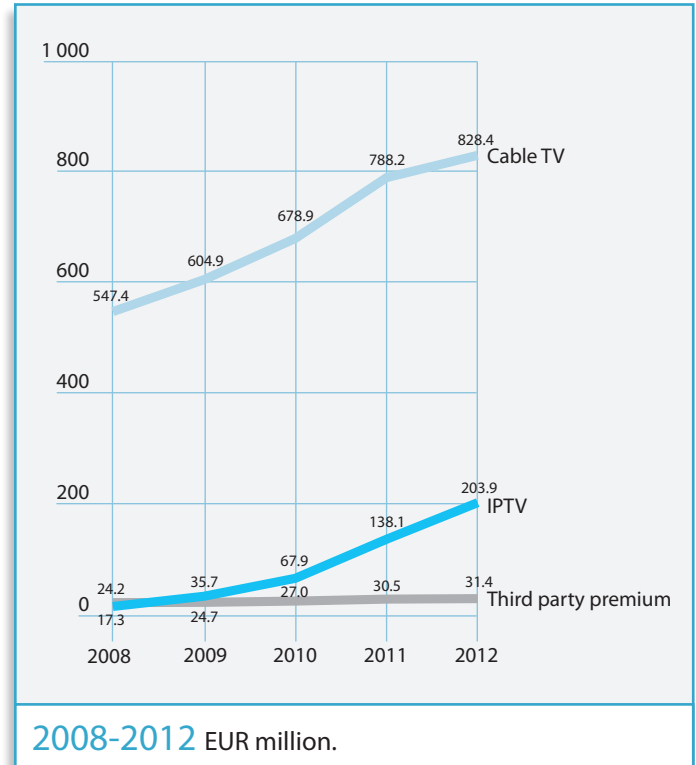
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



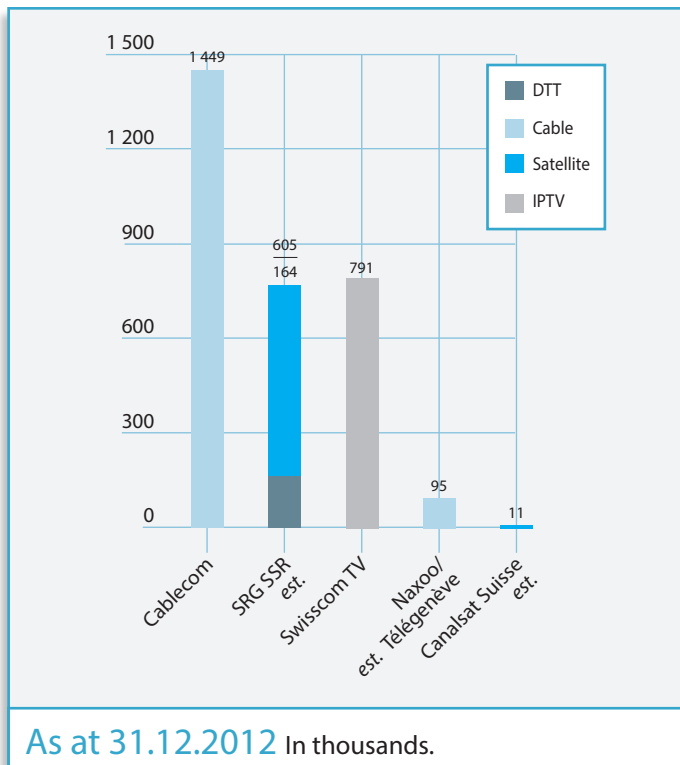
IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend



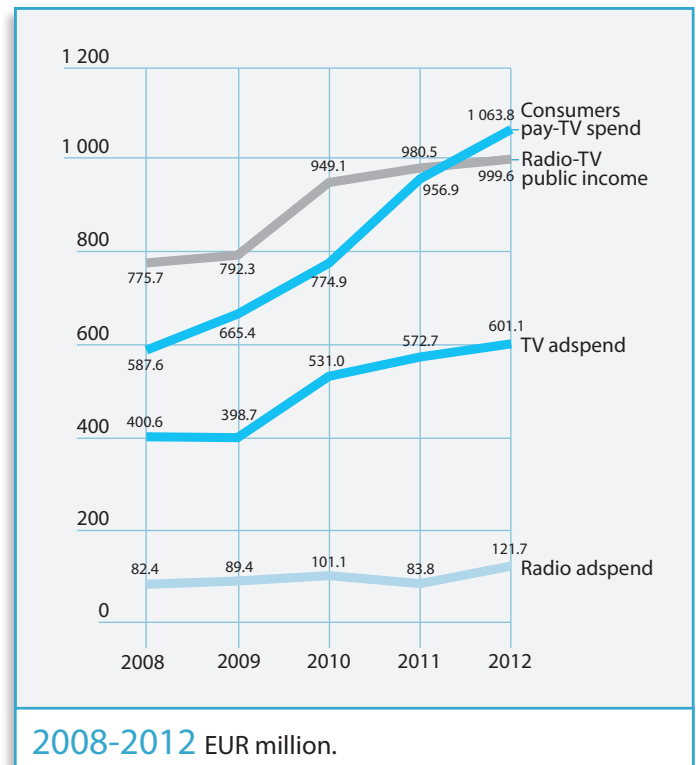
IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms



European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC, SSR SRG Idée suisse

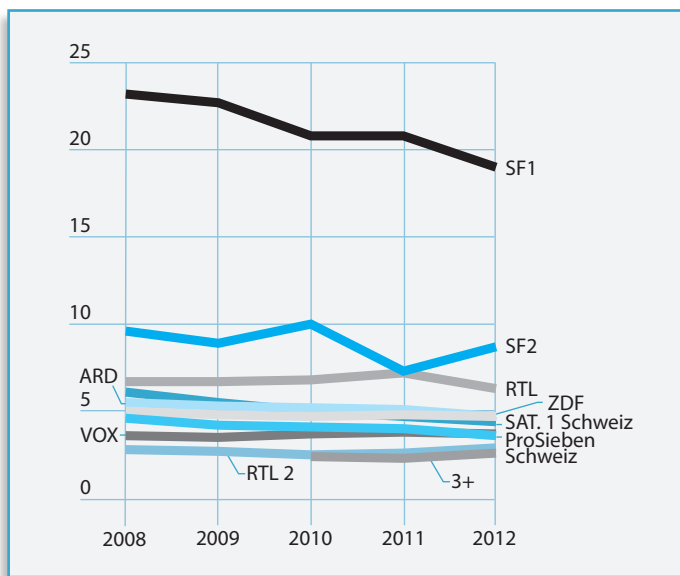
CH7

TV audience market share in German-speaking Switzerland

2008-2012 In %, 3 years +.

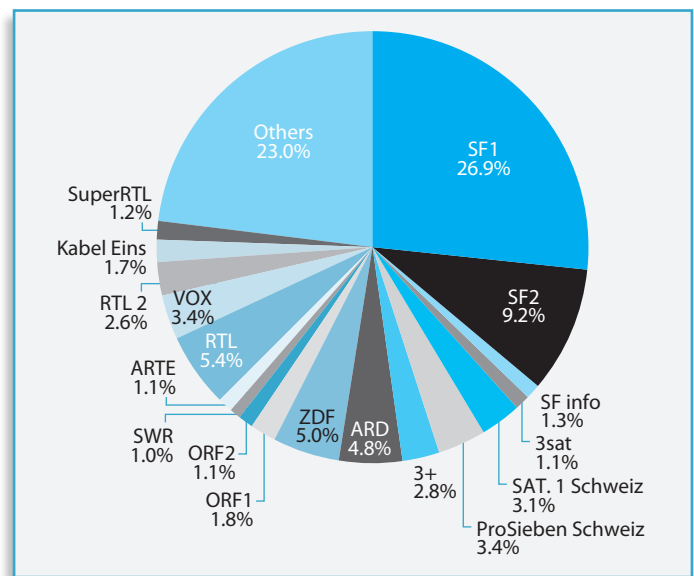
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
SF1	23.2	22.7	20.8	20.8	19.0	31.4	31.0	28.5	28.8	26.9
SF2	9.6	8.9	10.0	7.3	8.7	9.4	8.8	10.7	7.5	9.2
SF info	1.4	1.6	1.7	1.8	1.6	1.1	1.3	1.4	1.5	1.3
3sat	1.1	1.2	1.1	1.1	1.3	1.0	1.1	1.0	1.0	1.1
RTS1	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3	0.4	0.3
RTS2				0.1	0.2				0.1	0.1
RSI La 1 (ex TS11)	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
RSI La 2				0.1	0.1				0.1	0.1
Swiss public channels	35.6	34.7	34.0	31.6	31.3	43.2	42.6	41.9	39.5	39.1
SAT. 1 Schweiz	6.1	5.5	5.0	4.7	4.4	4.0	3.7	3.5	3.3	3.1
ProSieben Schweiz	4.6	4.2	4.1	4.0	3.6	4.0	3.8	3.8	3.8	3.4
3+	-	-	2.4	2.3	2.6	-	-	2.5	2.4	2.8
Nick CH		-	-	1.0	1.0		-	-	0.5	0.5
TELEZ	1.5	1.4	1.3	~	~	1.8	1.7	1.6	~	~
Swiss private channels	12.2	11.1	12.8	12.0	11.7	9.8	9.2	11.4	10.0	9.9
ARD	5.5	5.3	5.2	5.1	4.7	5.8	5.6	5.5	5.3	4.8
ZDF	5.0	4.8	4.7	4.8	4.7	4.9	4.8	4.7	5.1	5.0
ORF1	3.1	2.8	2.5	2.3	2.0	2.7	2.4	2.0	2.0	1.8
ORF2	1.8	1.7	1.5	1.5	1.5	1.1	1.1	0.9	1.0	1.1
SWR	1.6	1.6	1.4	1.5	1.2	1.3	1.3	1.1	1.2	1.0
ARTE	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	0.8	0.9	1.0	1.0	1.1
KIKA	~	~	0.9	0.9	0.8	~	~	0.7	0.6	0.6
Bayern 3	1.1	1.1	0.9	0.9	0.7	0.9	1.0	0.8	0.8	0.7
Foreign public channels	18.9	18.1	18.0	17.9	16.9	17.5	17.1	16.7	17.0	16.5
RTL	6.7	6.7	6.8	7.2	6.3	6.3	6.0	6.2	6.2	5.4
VOX	3.6	3.5	3.7	3.8	3.7	3.2	3.2	3.6	3.6	3.4
RTL 2	2.8	2.7	2.5	2.6	2.9	2.2	2.2	2.1	2.2	2.6
Kabel Eins	2.3	2.3	2.2	2.4	2.1	2.1	1.9	1.8	1.9	1.7
SuperRTL	3.1	2.6	2.0	1.9	1.4	2.5	2.3	1.7	1.5	1.2
Eurosport	1.0	0.9	0.8	0.7	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4
DSF / Sport1	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3	0.2	0.3	0.2
Comedy Central					0.3					0.3
Foreign private channels	20.6	19.9	19.2	19.2	18.5	17.7	16.9	16.6	16.4	15.9
Others	12.7	16.2	16.0	19.3	21.6	11.8	14.2	13.4	17.1	18.6

➔ Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol



2008-2012 Daily share. In %, 3 years +.

➔ Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol



2012 Prime time (18:00-23:00). In %, 3 years +.

➔ Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol

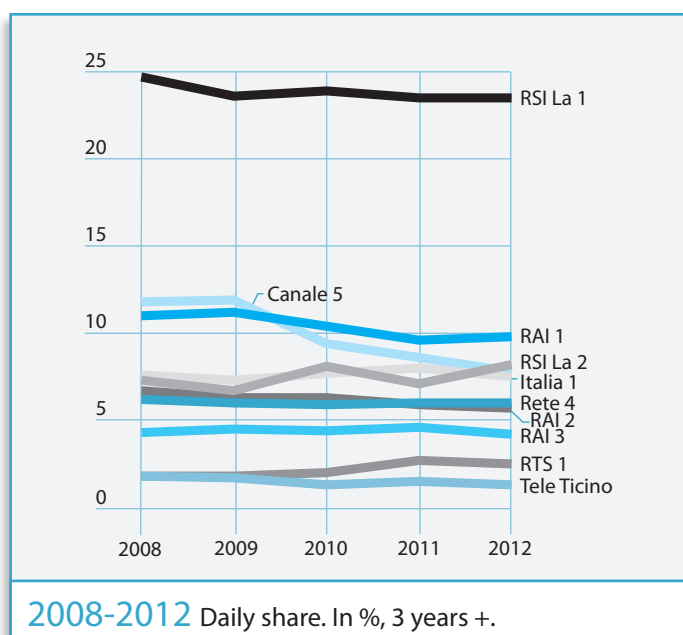
CH8

TV audience market share in Italian-speaking Switzerland

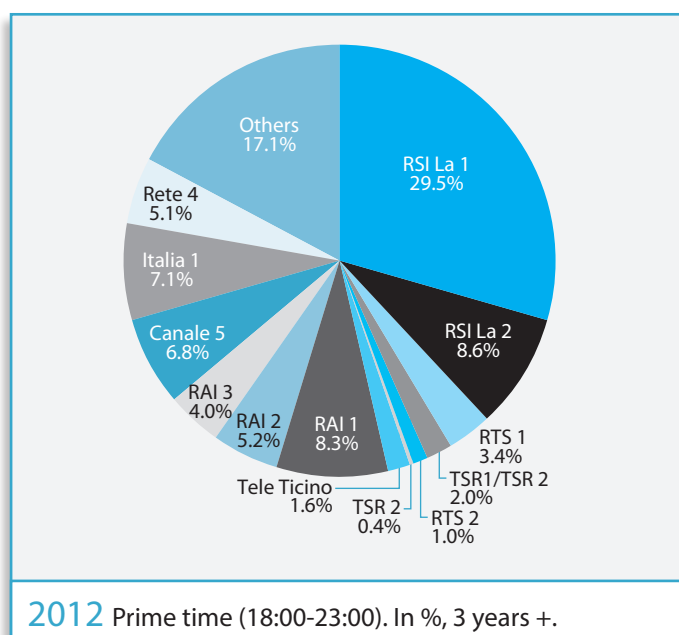
2008-2012 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
RSI La 1 (ex TSI)	24.7	23.6	23.9	23.5	23.5	31.7	30.0	29.5	29.3	29.5
RSI La 2 (ex TSI2)	7.3	6.7	8.1	7.1	8.2	7.7	6.8	8.6	7.4	8.6
RTS 1	1.8	1.8	2.0	2.7	2.5	2.0	2.2	2.5	3.5	3.4
TSR1	0.9	0.9	1.0	1.2	1.2	1.1	1.2	1.4	1.7	1.6
RTS 2	-	-	-	0.8	0.9	-	-	-	0.9	1.0
TSR 2	-	-	-	0.3	0.4	-	-	-	0.3	0.4
Swiss public channels	34.7	33.0	35.0	35.6	36.7	42.5	40.2	42.0	43.1	44.3
Tele Ticino	1.8	1.7	1.3	1.5	1.3	1.7	1.5	1.5	1.8	1.6
Swiss private channels	1.8	1.7	1.3	1.5	1.3	1.7	1.5	1.5	1.8	1.6
RAI 1	11.0	11.2	10.4	9.6	9.8	9.0	9.6	8.9	7.7	8.3
RAI 2	6.7	6.3	6.3	5.9	5.7	6.0	6.1	5.9	5.6	5.2
RAI 3	4.3	4.5	4.4	4.6	4.2	4.6	4.6	4.5	4.5	4.0
ARD	~	~	~	0.5	0.4	~	~	~	0.5	0.4
France 2	~	~	~	0.5	0.4	~	~	~	0.4	0.3
ZDF	~	~	~	0.4	0.3	~	~	~	0.5	0.4
ARTE	~	~	0.4	0.3	0.3	~	~	0.5	0.3	0.4
TV5 Monde	~	~	0.2	0.2	0.3	~	~	0.1	0.1	0.2
3sat	~	~	~	0.2	0.2	~	~	~	0.2	0.2
ORF1					0.2					0.2
Foreign public channels	22.0	22.0	21.7	22.4	22.1	19.6	20.3	19.9	19.8	19.7
Canale 5	11.8	11.9	9.4	8.6	7.8	10.5	10.8	8.3	7.4	6.8
Italia 1	7.6	7.3	7.7	8.0	7.5	7.1	6.5	7.1	7.6	7.1
Rete 4	6.2	6.0	5.9	6.0	6.0	5.6	5.4	5.5	5.2	5.1
TF1 Suisse					0.4					0.3
Telelombardia	~	~	0.6	0.4	0.3	~	~	0.7	0.5	0.4
Italia 7	~	~	0.3	0.2	0.2	~	~	0.3	0.2	0.2
La 7	1.3	1.2	1.3	~	~	1.0	1.0	1.1	~	~
Italian private channels	25.6	25.2	23.9	23.2	22.3	23.2	22.7	21.9	20.9	19.9
Eurosport	~	~	0.4	0.5	0.5	~	~	0.3	0.3	0.3
RTL Schweiz					0.2					0.1
Main other foreign private channels	~	~	1.6	0.6	1.4	0.0	0.0	1.2	0.4	1.1
Others	17.7	19.8	17.8	18.2	17.5	14.7	16.8	15.0	15.8	15.0

Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol



Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol



Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol

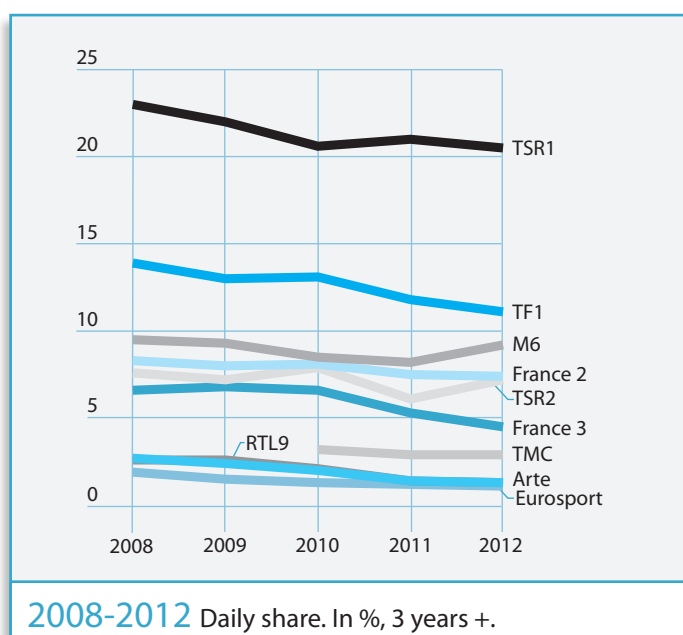
CH9

TV audience market share in French-speaking Switzerland

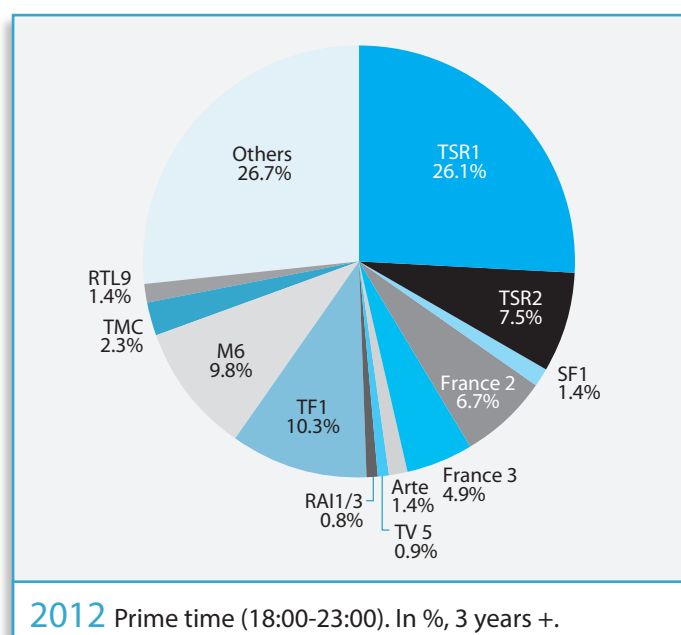
2008-2012 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
TSR1	23.0	22.0	20.6	21.0	20.5	28.7	27.6	26.2	27.2	26.1
TSR2	7.6	7.2	7.9	6.1	7.2	7.8	7.2	8.3	6.0	7.5
SF1	0.8	0.9	1.1	1.1	0.9	0.9	1.0	1.6	1.5	1.4
RSI Ia 1 (ex TSI 1)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1
SF2	~	~	~	0.3	0.3	~	~	~	0.3	0.4
RSI 2					0.1					0.1
Swiss public channels	31.6	30.3	29.8	28.7	29.2	37.6	36.0	36.3	35.2	35.4
TVM3	0.1	0.2	0.3	~	~	0.1	0.2	0.1	~	~
LMB	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
TVRL	0.1	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-
Swiss private channels	0.1	0.2	0.3	~	~	0.1	0.2	0.1	~	~
France 2	8.3	8.0	8.1	7.5	7.4	7.0	7.0	7.1	6.8	6.7
France 3	6.6	6.8	6.6	5.3	4.5	6.6	6.7	6.3	5.5	4.9
Arte	2.7	2.4	2.0	1.4	1.3	2.3	2.1	1.9	1.7	1.4
TV 5	1.6	1.4	1.4	1.1	0.9	1.4	1.0	1.1	1.0	0.9
RAI1	~	~	~	0.7	0.6	~	~	~	0.7	0.6
ARD	~	~	~	0.4	0.3	~	~	~	0.4	0.3
France 24	~	~	~	0.2	0.2	~	~	~	0.2	0.2
RAI 2					0.2					0.1
RAI 3					0.1					0.1
SWR					0.1					0.0
Foreign public channels	19.2	18.6	18.1	16.6	15.8	17.3	16.8	16.4	16.3	15.1
TF1	13.9	13.0	13.1	11.8	11.1	13.5	12.9	12.9	10.4	10.3
M6	9.5	9.3	8.5	8.2	9.2	10.2	10.0	8.8	8.7	9.8
TMC	~	~	3.2	2.9	2.9	~	~	2.5	2.2	2.3
RTL9	2.6	2.6	2.1	1.4	1.3	2.4	2.7	2.1	1.4	1.4
Eurosport	1.9	1.5	1.3	1.2	1.1	1.2	1.0	0.8	0.8	0.8
Canal+	0.7	1.2	1.1	0.8	0.7	0.8	1.2	1.2	0.9	0.8
MCM	~	~	0.7	0.7	0.6	~	~	0.5	0.4	0.4
Planete	~	~	1.2	0.8	0.6	~	~	0.8	0.6	0.5
W9					0.6					0.6
Cartoon Network (ex TNT)	2.0	1.5	1.2	0.8	0.6	1.3	0.9	0.9	0.6	0.4
AB1	0.4	0.4	0.5	0.4	0.4	0.2	0.3	0.4	0.3	0.3
Foreign private channels	32.2	30.3	32.9	29.0	30.2	30.5	29.5	30.9	26.3	28.5
Others	16.9	20.6	18.9	25.7	24.8	14.6	17.7	16.4	22.2	21.0

Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol



Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol



Eurodata TV Worldwide / Publica Data AG / Telecontrol

CH10

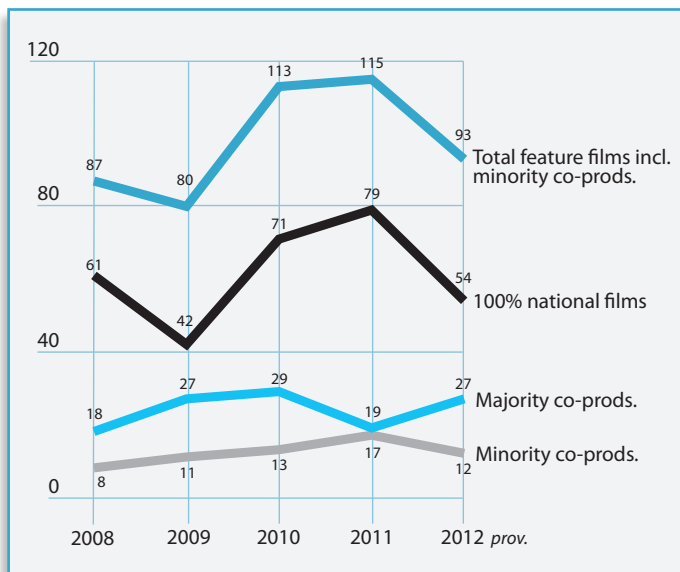
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	13 656	13 928	14 104	14 538	14 929	OBS
Screens	564	559	558	547	536	OFS
Cinema sites	307	302	299	288	278	OFS
Digital screens	28	60	133	315	493	MS
Digital cinema sites	19	43	91	151	247	MS
Digital screen penetration	5%	11%	24%	58%	92%	MS
Digital site penetration	6%	14%	30%	52%	89%	MS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / OFS (Federal Statistics Bureau)

Number of theatrical feature films produced

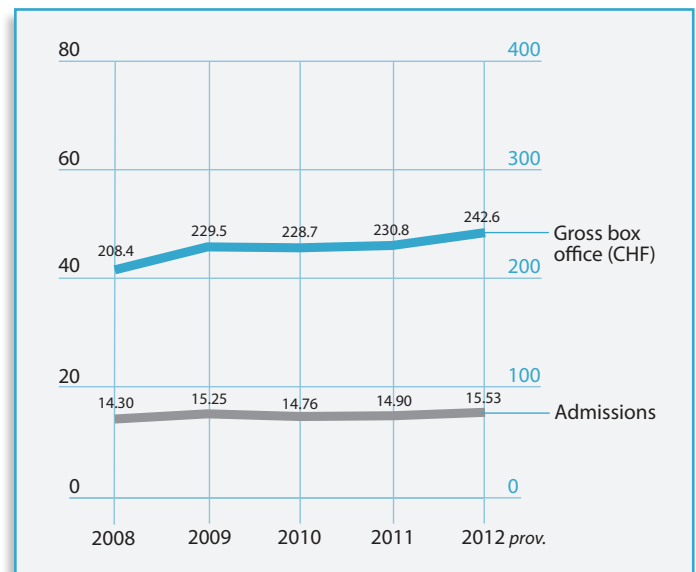


2008-2012 In units. ①

① Films released. Includes feature documentaries.

↳ OFS

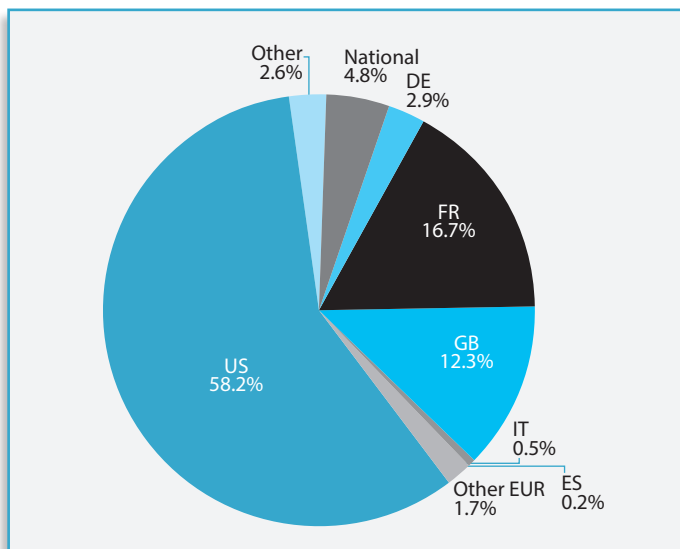
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ OFS

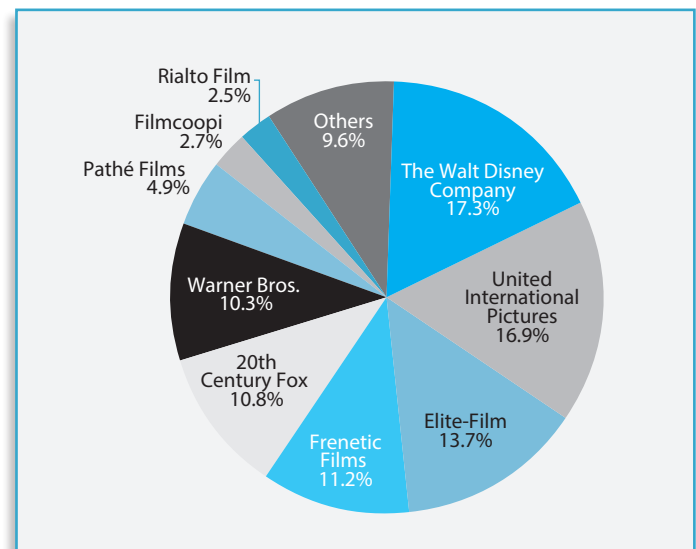
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

↳ OFS

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

↳ OFS

CH11

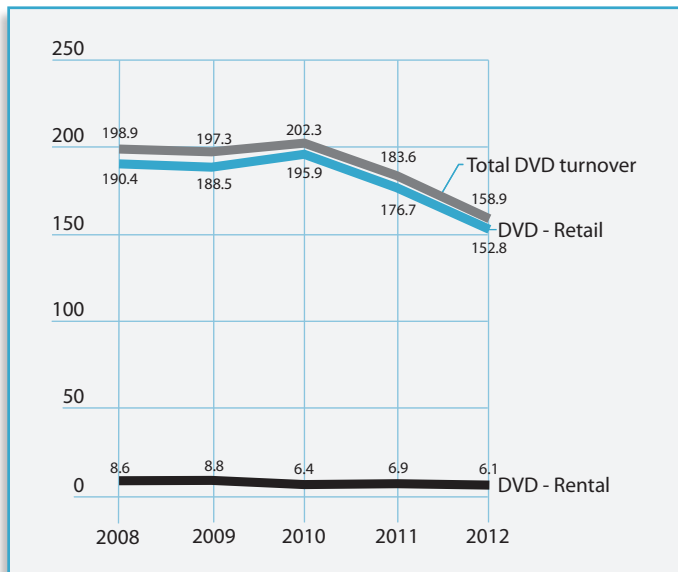
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	2.84	3.01	3.03	3.04	3.01
DVD player penetration of TV households	84.76%	88.88%	88.68%	88.45%	86.92%
Blu-ray disc player households	0.03	0.11	0.24	0.46	0.78
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.76%	3.19%	7.03%	13.27%	22.46%

IHS Screen Digest

DVD turnover

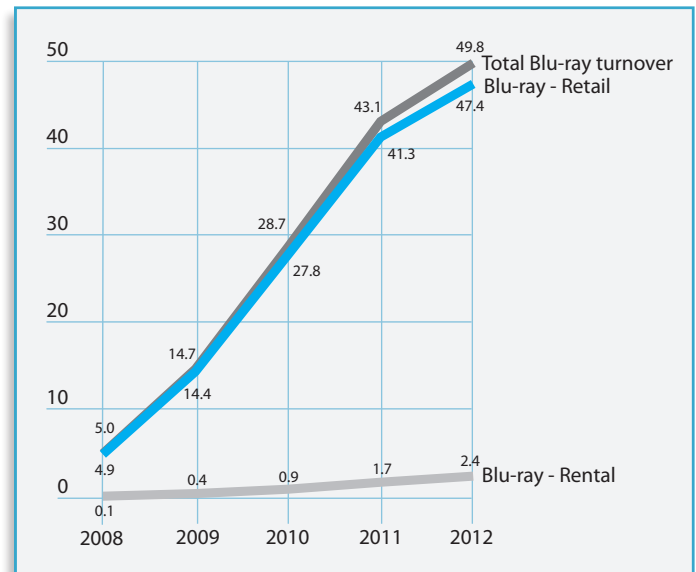


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

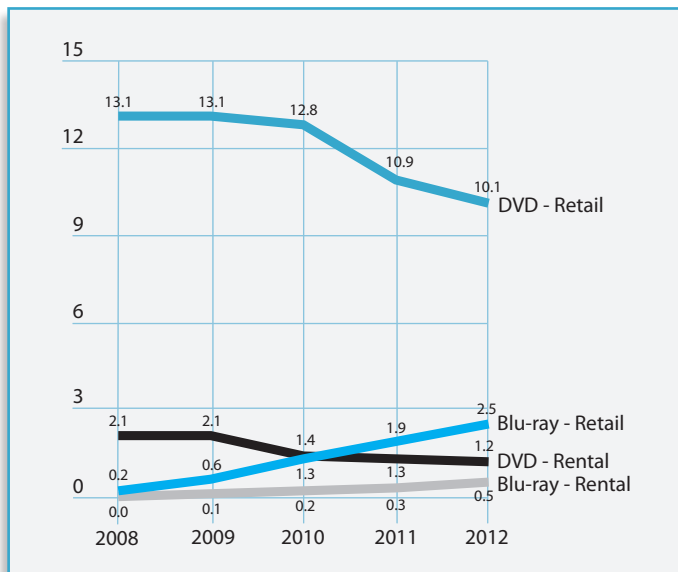


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

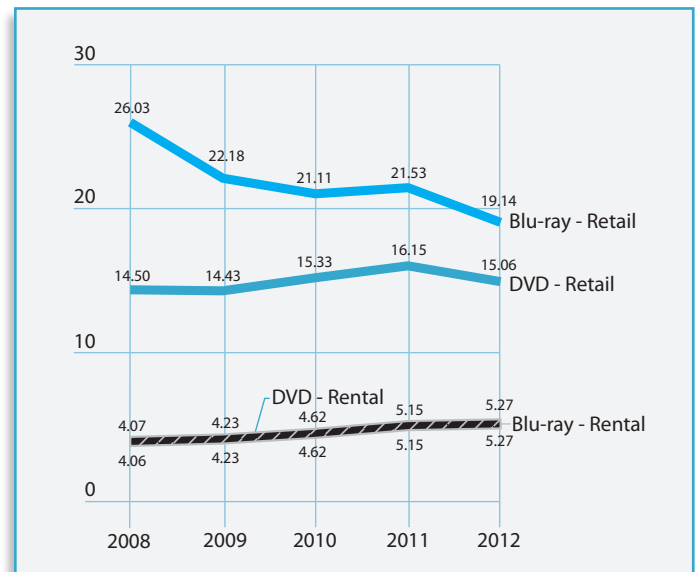
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

OBS after IHS Screen Digest

The Cypriot public service broadcaster CYBC continues to play an important role in the market with four channels: RIK1, RIK2, RIK HD and RIK Sat. These had a combined daily audience share of 17.4% in 2012, a slight increase from the year before. The national private channels are very strong with the most important being Sigma (18.4%), ANT1 (16.2%) and Mega (14.4%), followed by Plus TV (3.9%). Several channels are the Cyprus versions of major Greek commercial channels including ANT1, Mega, and the new sister channel of a Greek commercial station which was launched in 2011 (Mad Cyprus). Cyprus is also home to a number of Russian language channels that target Russia and the Baltic states.

Analogue terrestrial signals were switched off on 1 July 2011, after a short transitional period. The network was launched in spring 2010 with the multiplex operated by the public broadcaster and composed of public channels. At the beginning of 2011, the private consortium Velister Ltd (consisting of six private broadcasters and the distributors Primetel and Cablenet) launched a second multiplex, dedicated to private channels. In 2013, Velister was broadcasting nine free channels and a pay-DTT package composed of six channels and produced by LTV (Lumiere TV). The transition to DTT had a strong impact on the local television landscape in Cyprus. In the absence of a local DTT network, several local stations have begun to broadcast nationally (Extra TV Limasol and Capital TV) in some cases with a revised programme schedule, while others have had to cease broadcasting either temporarily or permanently.

The only satellite package available in Cyprus is Nova, operated by the Greek firm Multichoice Hellas (subsidiary of Forthnet). Only around 5 000 homes paid for satellite subscription services in 2012. The main cable operator is Cablenet and the company has faced competition since 2010 with the launch of two cable TV packages by LTV (Lumiere TV): LTV Cable and LTV3Play. Approximately 12% of homes in Cyprus subscribe to cable packages. Cablenet claimed to have 30 000 subscribers in 2012. Two IPTV services are available: from Cytavision and Primetel. Almost 20% of homes opted for IPTV services in 2012.

Le radiodiffuseur de service public chypriote, CYBC, continue de jouer un rôle important sur le marché avec quatre chaînes (RIK1, RIK2, RIK HD et RIK Sat) dont la part d'audience cumulée quotidienne est de 17,4 % en 2012, en légère augmentation par rapport à l'année précédente. Les chaînes privées nationales détiennent une très forte position sur le marché, les principales étant Sigma (18,4 %), ANT1 (16,2 %) et Mega (14,4 %), suivies par TV Plus (3,9 %). Plusieurs chaînes sont les versions chypriotes de grandes chaînes commerciales grecques, notamment ANT1, Mega et la nouvelle chaîne sœur d'une chaîne commerciale grecque lancée en 2011 (Mad Cyprus). Chypre compte également plusieurs chaînes russophones qui ciblent la Russie et les Etats baltes.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres a bien eu lieu le 1^{er} juillet 2011, après une courte transition. Le réseau avait été inauguré au printemps 2010 avec le multiplex opéré par le radiodiffuseur public et composé de chaînes publiques. Au début de l'année 2011, le consortium privé Velister Ltd (regroupant six radiodiffuseurs privés et les distributeurs Primetel et Cablenet) a initié un second multiplex, consacré aux chaînes privées. En 2013, Velister diffuse neuf chaînes gratuites et un bouquet TNT payant composé de six chaînes et produit par LTV (Lumiere TV). Le basculement vers la TNT a eu un fort impact sur le paysage de la télévision locale à Chypre. En l'absence d'un réseau local de TNT, plusieurs stations locales ont étendu leur couverture à l'échelle nationale (Extra TV Limasol et Capital TV) en refondant parfois leurs grilles de programmation, tandis que les autres ont dû stopper leurs transmissions temporairement ou définitivement.

Le seul bouquet satellite disponible à Chypre est Nova, opéré par la firme grecque Multichoice Hellas (filiale de Forthnet). En 2012, seuls quelque 5 000 foyers sont abonnés à des services par satellite. Le principal câblo-opérateur, Cablenet, est confronté à la concurrence depuis 2010, année au cours de laquelle ont été lancés deux bouquets de télévision par câble de LTV (Lumiere TV) : LTV Cable et LTV3Play. Environ 12 % des foyers chypriotes sont abonnés à des bouquets par câble. Cablenet revendique 30 000 abonnés en 2012. Deux services IPTV sont proposés (Cytavision et Primetel). En 2012, près de 20 % des foyers sont abonnés à des services IPTV.

Der zyprische öffentlich-rechtliche Sender CYBC spielt nach wie vor eine wichtige Rolle auf dem zyprischen Rundfunkmarkt. CYVC betreibt vier Fernsehprogramme: RIK1, RIK2, RIK HD und RIK Sat. Diese hatten 2011 zusammen einen Zuschauermarktanteil von 17,4 % in 2012, ein leichter Anstieg gegenüber 2010. Die nationalen Privatsender sind sehr stark. Der bedeutendste ist Sigma (18,4 %), gefolgt von ANT1 (16,2 %), Mega (14,4 %) und Plus TV (3,9 %). Bei einigen Sendern handelt es sich um die zyprische Version kommerzieller griechischer Sender, einschließlich ANT1, Mega und des neuen Schwesenders eines privaten griechischen Senders, der im Mai 2011 an den Start ging (der Musikkanal Mad Cyprus). Zypern ist auch die Heimat vieler russischsprachiger Sender, die sich an Zuschauer in Russland und den baltischen Staaten richten.

Das analoge terrestrische Fernsehen ist nach einer kurzen Übergangsphase wie geplant am 1. Juli 2011 abgeschaltet worden. Das DVB-T-Netz war im Frühjahr 2010 im Multiplex der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt und vier öffentlich-rechtlichen Kanälen in Betrieb genommen worden. Anfang 2011 hat das private Konsortium Velister Ltd (dem sechs private Sender sowie die Dienstleister Primetel und Cablenet angehören) den Start eines zweiten Multiplexes für private Sender in Angriff genommen. 2013 waren über Velister neun Free-TV-Sender und ein Pay-DVB-T-Paket mit sechs Sendern empfangbar, das von LTV (Lumiere TV) produziert wird. Die Umstellung auf das digitale Antennenfernsehen hat insbesondere die lokale Fernsehlandschaft in Zypern erheblich verändert. So haben zahlreiche Lokalsender in Ermangelung eines lokalen DVB-T-Netzes ihren Betrieb auf das ganze Land ausgeweitet (Extra TV Limasol und Capital TV) und dabei mitunter ihr Programm entsprechend neu gestaltet, während andere den Sendebetrieb vorübergehend oder endgültig einstellen mussten.

Nova ist nach wie vor das einzige in Zypern empfangbare Sat-TV-Paket, das aber nach der Insolvenz von Multichoice Cyprus direkt von der griechischen Firma Multichoice Hellas (Tochter des griechischen Anbieters Forthnet) betrieben wird. Kostenpflichtige Satellitenpakete hatten 2012 nur rund 5 000 Haushalte abonniert. Wichtigster Kabelnetzbetreiber auf Zypern ist Cablenet, dem seit 2010 zwei Kabel-TV-Angebote von LTV (Lumiere TV) Konkurrenz machen: LTV Cable und LTV3Play. Kabelfernsehen nutzten rund 12 % der Haushalte in Zypern. Eigenen Angaben zufolge hatte Cablenet 2012 30 000 Kunden. Es gibt zwei IPTV-Anbieter: Cytavision und Primetel. 2012 haben sich fast 20 % der Haushalte für IPTV entschieden.

CY1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	862
Households	297.9

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	11.9%	35	
Digital cable TV households	4.8%		14
Digital DTH/SMATV households	4.3%		13
Pay DTH/SMATV subscriptions	1.7%	5	
IPTV households	19.8%		59
Pay IPTV subscriptions	19.8%	59	
DTT households	90.2%		269
Pay DTT subscriptions	0.0%	0	
Total digital TV households	119.1%		355
Total pay TV subscriptions	33.4%	100	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	87.0%		259
Households with broadband connections	73.2%		218
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	0.0%		

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

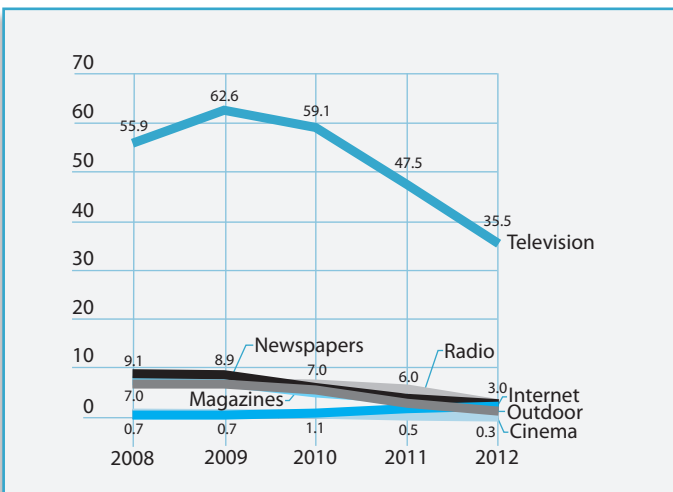
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

CY2

Advertising
2008-2012

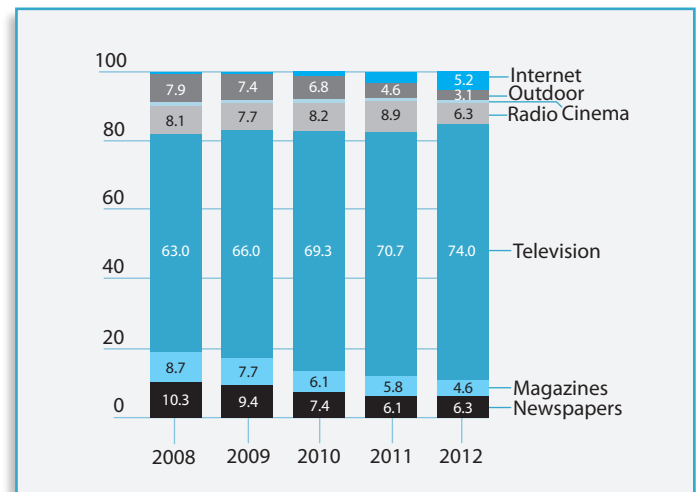
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

CY3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Cyprus Telecommunications Authority (CYTA) ①	3Play	Cyta TV	466.5	474.0	451.8	-4.7%
MTN Cyprus Ltd ①	3G TV	MTN Live TV	94.9	~	104.0	~
CyBC	sptv	RIK1, RIK2	45.0	36.8	37.7	2.4%
Primetel PLC ① (cons.)	3Play	Prime-tel TV	32.7	32.8	33.8	3.0%
Lumiere TV Public Company	thtv	LTV, LTV Sports, ...	~	~	~	~
Sigma Radio TV	adtv	Sigma	13.8	13.8	~	~
Multichoice (Cyprus) Ltd	Sat-TV	Nova TV	4.5	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	2	2	Cablenet, Lumiere TV "LTV Cable & LTV3Play"
Satellite packagers	0	1	The Nova Cyprus directly distributed by the Greek company Multichoice Hellas (since Summer 2011)
IPTV packagers	2	2	Cyta, Primetel
DTT multiplex operators and packagers	3	3	MUX operators : Cyprus Broadcasting Corporation (public channels) & consortium Velister Ltd (private channels). Pay DTT packager : Lumiere TV "LTV Terrestrial"
SmartTV stores providing AV applications		2	Phillips, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	Sigma Radio TV Public Ltd	Private	1	20.8%	18.4%
2	CyBC	Public	4	17%	17.4%
3	Antenna TV (GR)	Private	1	17.4%	16.2%
4	Teletypos (GR)	Private	1	16.6%	14.4%
5	C.N.C (Cyprus New Channel)	Private	1	3.8%	3.9%

➔ European Audiovisual Observatory

CY4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	32.2	29.1	38.9	31.7	32.6	74.3	81.4	86.5	86.0	86.6	3.0%
- Grants	32.2	29.1	38.9	31.7	32.6	74.3	81.4	86.5	86.0	86.6	3.0%
Total commercial income	7.22	6.4	5.9	5.0	4.6	16.7	18.0	13.1	13.4	12.2	-6.9%
- Advertising	5.9	5.1	4.6	3.6	3.3	13.5	14.3	10.2	9.9	8.8	-9.1%
- Others	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	3.1	3.7	3.0	3.6	3.5	-0.8%
Other income	3.9	0.2	0.2	0.2	0.4	9.0	0.6	0.4	0.5	1.1	110.0%
Total	43.3	35.8	45.0	36.8	37.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	2.3%

Company included: CyBC.

➔ CyBC / EBU-M.I.S.

CY5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission **September 2013**

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	13	16
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	0	14	14
Regional / Local			0
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets	1	6	7
Total	4	33	37
Northern Cyprus	2	12	14

→ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country **December 2013**

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters branded channels on open platforms	2	~
Catch-up TV services	4	5
VoD Generalist/ Film / Fiction	3	8
VoD Music / Music events	1	4
VoD Film	11	10
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation	1	3
Film/TV Archives and Trailers		1
Sport	1	1
Other		~
Total (consolidated)	23	~

→ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform **September 2013** Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV	
	(free)	(pay) LTV ①	Cablenet	Nova (Greece/ Cyprus)	CytaVision	Primetel
TV Channels						
Generalist - national	5	6	7	1	7	6
Generalist - foreign				5		
Adult			4	4	4	5
Children		1	8	4	6	5
Culture/ education/ documentary			9	7	8	5
Entertainment/ TV fiction/ games		1	7	4	7	5
Film		1	3	4	5	3
HD Simulcast of an existing channel	1	1	12	9	4	5
International linguistic and cultural			3	3	3	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	4	4	4
Music	1	1	6	9	4	3
News/ business	1	1	16	24	10	10
Parliament/ government/ administration				1	1	
Regional/ local/ windows	2	2	2	2	2	2
Religion			2		1	
Sports	1	3	4	11	23	4
Various					1	
Total	11 (1)	17 (1)	88 (15)	92 (10)	90 (6)	58 (6)
On-demand audiovisual services						
VoD					1	5
Catch-up						
Other services						
Total	0	0	0	0	1	5

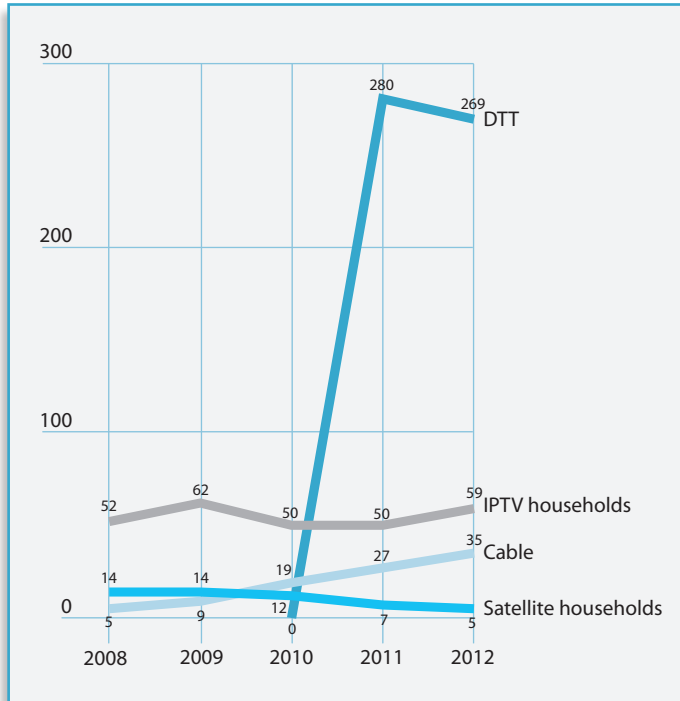
① Includes free DTT.

→ European Audiovisual Observatory

CY6

Market trends
2008-2012

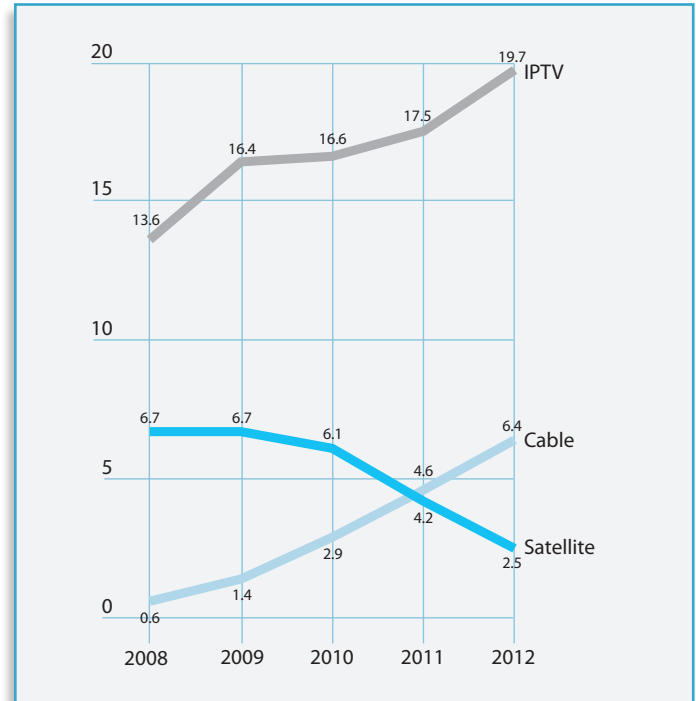
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➤ IHS Screen Digest

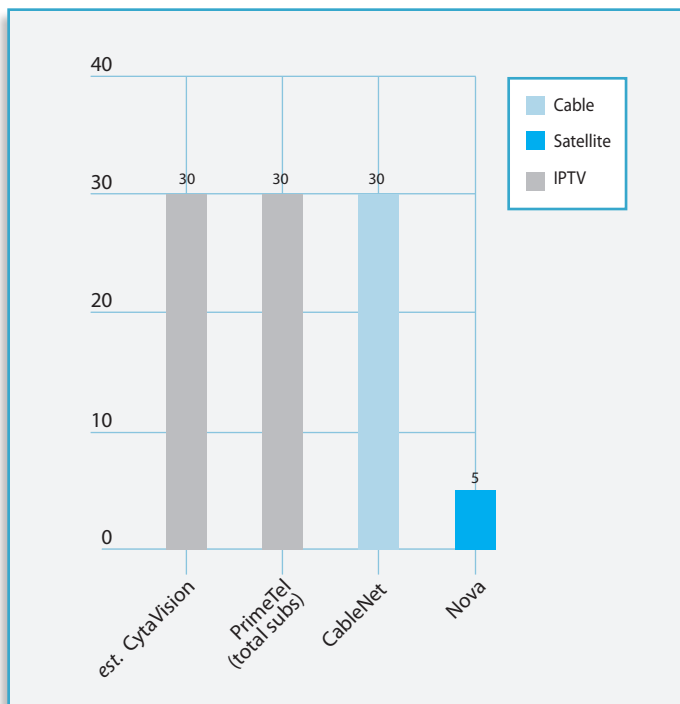
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➤ IHS Screen Digest

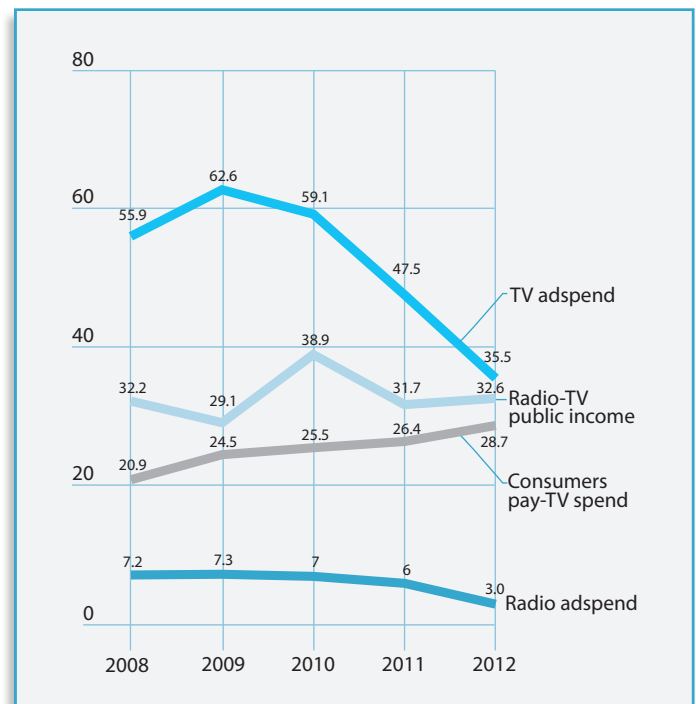
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

➤ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➤ European Audiovisual Observatory from CyBC / EBU-M.I.S, IHS Screen Digest and Warc data

CY7

TV audience market share in Cyprus

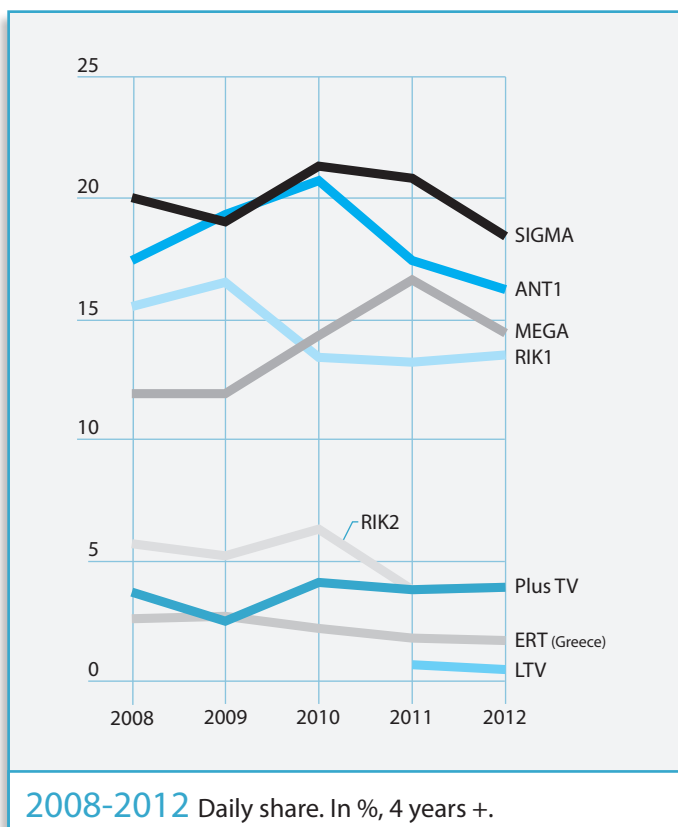
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
RIK1	15.5	16.5	13.4	13.2	13.5	15.1	15.6	14.7	14.6	18.9
RIK2	5.7	5.2	6.3	3.8	3.9	3.0	3.9	3.3	2.3	2.7
Cyprus public channels	21.2	21.7	19.7	17.0	17.4	18.1	19.5	18.0	16.9	21.6
Sigma	20.0	19.0	21.3	20.8	18.4	24.1	19.9	24.4	24.3	21.2
ANT1	17.4	19.3	20.7	17.4	16.2	20.4	23.0	22.7	18.4	16.8
Mega	11.9	11.9	14.3	16.6	14.4	12.1	12.3	15.4	18.8	16.0
Plus TV	3.7	2.5	4.1	3.8	3.9	3.0	2.1	3.0	3.0	3.3
LTV	-	-	-	0.7	0.5	-	-	-	0.8	0.5
LTV1 ①	-	-	-	0.4	0.3	-	-	-	0.3	0.3
LTV2	-	-	-	0.2	0.3	-	-	-	0.2	0.2
LTV3	-	-	-	0.1	0.2	-	-	-	0.1	0.1
Cytavision Sports 1	-	-	-	0.2	0.2	-	-	-	0.3	0.3
Cytavision Cinema	-	-	-	0.1	0.1	-	-	-	0.1	0.1
LTV Sports 1	-	-	-	0.1	0.1	-	-	-	0.1	0.1
LTV Sports 2	-	-	-	0.1	0.1	-	-	-	0.1	0.1
Cytavision Sports 2	-	-	-	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0
Cytavision Sports 3	-	-	-	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0
Cytavision Sports 5	-	-	-	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.1
Primesports	-	-	-	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0
Cyprus private channels	53.0	52.7	60.4	60.5	54.7	59.6	57.3	65.5	66.5	59.1
ERT (Greece)	2.6	2.7	2.2	1.8	1.7	1.5	1.9	1.5	1.2	1.1
DVD/VCR	3.5	4.0	3.2	~	~	3.1	3.7	3.4	~	~
Others	19.7	18.9	14.5	20.7	26.2	17.7	17.6	11.6	15.4	18.2

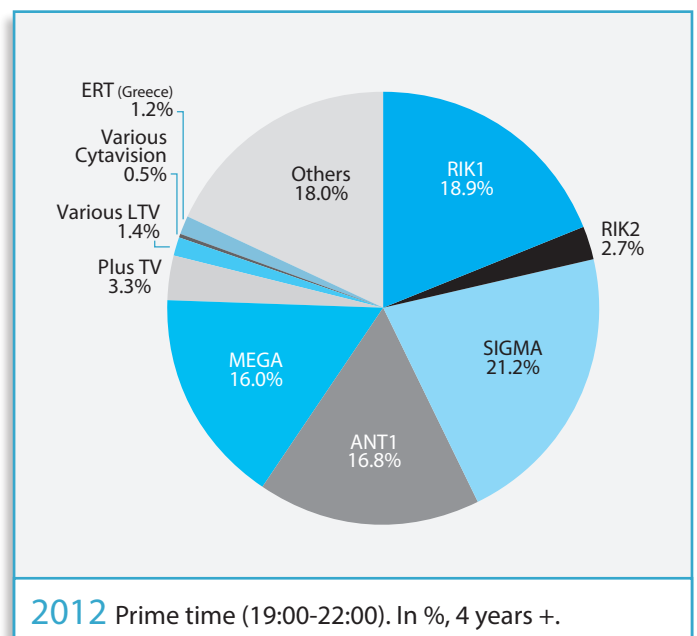
① LTV1 took the frequency of ALFA in June 2012

② CYTAVISION CINEMA ceased broadcasting on 01/06/2012.

Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



Eurodata TV / AGB NMR CYPRUS



Eurodata TV / AGB NMR CYPRUS

CY8

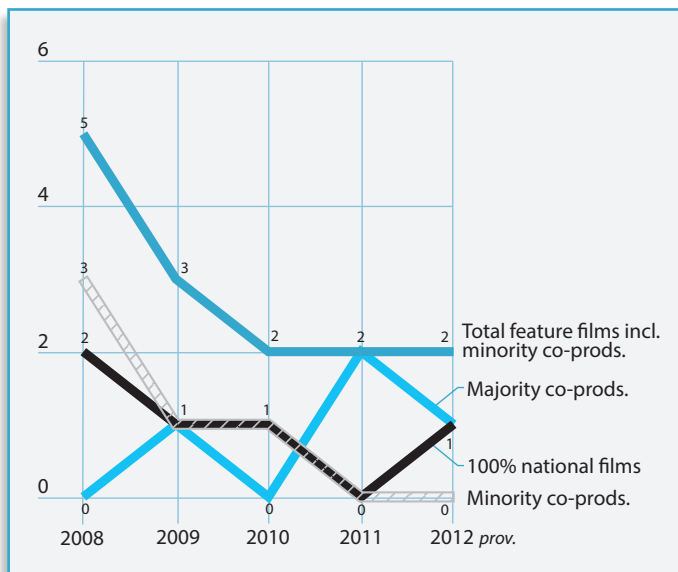
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	25 706	26 424	27 089	24 629	25 029	OBS
Screens	31	31	31	35	35	MEC/MS
Cinema sites	7	7	7	6	6	MEC/MS
Digital screens	0	6	15	18	21	MS
Digital cinema sites	0	6	6	6	6	MS
Digital screen penetration	0%	19%	48%	51%	60%	MS
Digital site penetration	0%	86%	86%	100%	100%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / MEC (Ministry of Education and Culture)

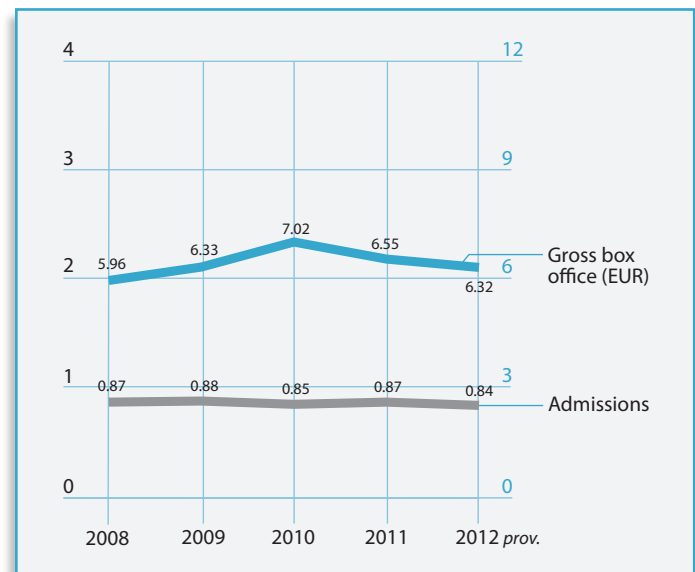
Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹

¹ Year of production. Includes feature documentaries.

➔ MEC

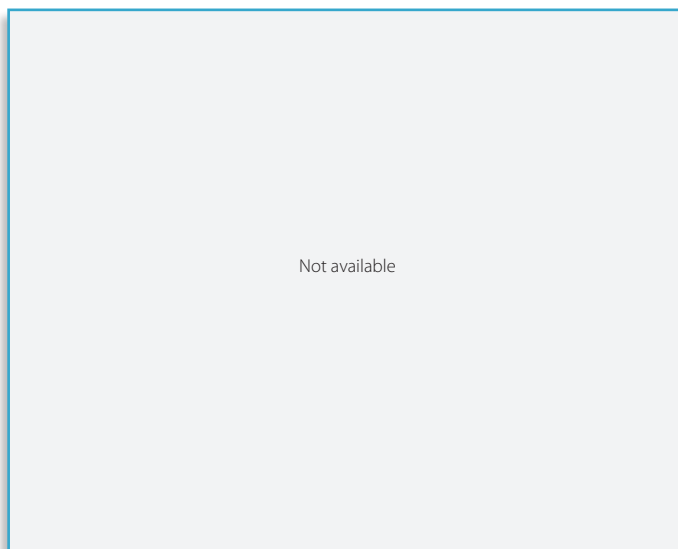
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ MEC / MS (09,10)

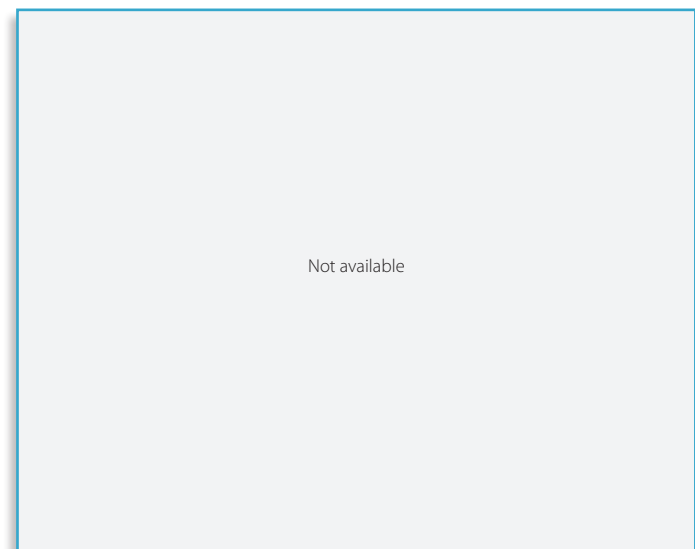
Market share according to the origin of films



2008-2012 In % of total admissions.

➔ Incomplete source data

Distributor market share



2008-2012 In % of total admissions.

➔ Incomplete source data

In the Czech Republic, the share of the daily television audience is split between three groups. The most popular channel is the private channel Nova TV (Central European Media Enterprises), which in 2012 had a market share of 24.4 % (down 15% since 2007). The public service broadcaster Czech Television, had a total market share of 29.3% (CT1, CT2, CT24 and CT4). In total the Central European Media Enterprises channels have a daily audience share of 29.5, and the Modern Times Group channels have 24.1%. Prima TV (Modern Times Group), had a share in 2012 of 17.5% (down from 20% in 2006).

The national market continues to be dynamic with ongoing development in television channel offers. In 2013, the public service broadcaster launched two channels: CT D (children) and CT Art (culture). Prima TV added Prima Zoom. Nova added two entertainment channels: Smíchov TV (end 2012) and TV Telka (2013). In addition, two new Ocko music channels were launched in 2013. The CS Film family also added two new channels: kinoSvět and Horror TV.

The Czech Republic is also one of the most important European centres for pan-European channels. A large number of channels are licensed here which target Croatia, Slovenia, Slovak Republic, Serbia, Montenegro, Albania, Kosovo, Macedonia, Hungary, Romania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Poland and Turkey. Important pan-European broadcasters based in the Czech Republic include MTV Networks Europe, Chello Central Europe and HBO. The on-demand services of HBO, available throughout Central and South-Eastern Europe, are also registered with the Czech regulatory authorities.

Analogue terrestrial television was switched off in June 2012. Digital Terrestrial Television is the most important distribution platform in the Czech Republic with services available in more than 50% of homes. There are four DTT Multiplexes in operation (with a total of 33 national and eight regional or local television channels available). Two of these (Eurosport and Film Europe HD) are encrypted as part of a trial pay-DTT service. Three Multiplexes are operated by Ceske Radiokomunikace (who took over the Czech Digital Group CDG in 2011). The fourth Multiplex is operated by Digital Broadcasting s.r.o.

The market for satellite (DTH) services in the Czech Republic is very competitive with a range of services available. Some consolidation took place in 2011 with two packages Skylink and CS Link taken over by the Luxembourg company M77. Skylink is being promoted as a pay package, while CS Link delivers a free

En République tchèque, trois groupes se partagent la part d'audience quotidienne de la télévision. La chaîne privée Nova TV (Central European Media Enterprises) est la plus populaire avec, en 2012, une part de marché de 24,4 % (en baisse de 15 % depuis 2007). Le radiodiffuseur de service public, Czech Television, a une part de marché totale de 29,3 % (CT1, CT2, CT4 et CT24). La part d'audience quotidienne totale des chaînes du Groupe Central European Media Enterprises est de 29,5 % et celle des chaînes du Modern Times Group est de 24,1 %. En 2012, la part de Prima TV (Modern Times Group) est de 17,5 % (contre 20 % en 2006).

Le marché national reste dynamique avec le développement continu des offres des chaînes de télévision. En 2013, le radiodiffuseur de service public a lancé deux chaînes : CT D (enfants) et CT Art (culture). Prima TV a ajouté une chaîne documentaire, Prima Zoom. Nova a ajouté deux chaînes de divertissement : Smíchov TV (fin 2012) et TV Telka (2013). En outre, deux nouvelles chaînes musicales Ocko ont été lancées en 2013. La famille CS Film a également ajouté deux nouvelles chaînes : kinoSvět et Horror TV.

La République tchèque est également l'un des centres européens les plus importants pour les chaînes pan-européennes. Un grand nombre de chaînes qui disposent d'une licence de ce pays ciblent la Croatie, la Slovaquie, la Serbie, le Monténégro, l'Albanie, le Kosovo, l'« ex-République yougoslave de Macédoine », la Hongrie, la Roumanie, la Bosnie-Herzégovine, la Bulgarie, la Pologne et la Turquie. Les radiodiffuseurs pan-européens établis en République tchèque incluent MTV Networks Europe, Chello Central Europe et HBO. Les services à la demande de HBO, disponibles en Europe centrale et du Sud-Est, sont également enregistrés auprès de l'autorité de régulation.

La télévision analogue terrestre a été arrêtée en juin 2012. La télévision numérique terrestre est la principale plateforme de distribution en République tchèque, avec des services disponibles pour plus de 50 % des foyers. Le pays compte quatre multiplex TNT en service (avec un total de 33 chaînes de télévision nationales et de huit chaînes régionales ou locales). Deux d'entre elles (Eurosport et Film Europe HD) sont cryptées dans le cadre d'un service de TNT payante à l'essai. Trois multiplex sont exploités par Ceske Radiokomunikace (qui a repris le Czech Digital Group CDG en 2011). Le quatrième multiplex est géré par Digital Broadcasting s.r.o.

En République tchèque, le marché des services par satellite (DTH), très concurrentiel, compte plusieurs services. Une certaine consolidation a eu lieu en 2011,

In der Tschechischen Republik teilen sich drei Gruppen den Markt der täglichen Fernsehzuschaueranteile. Der beliebteste Sender ist der Privatsender Nova TV (Central European Media Enterprises) mit einem Marktanteil von 24,4 % im Jahr 2012 (ein Rückgang um 15 % seit 2007). Die Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kamen zusammen auf einen Marktanteil von 29,3 % (CT1, CT2, CT24 und CT4). Die Sender der Central European Media Enterprises hatten insgesamt einen Zuschauermarktanteil von 29,5 %, die Sender der Modern Times Group kamen auf 24,1 %. Der Anteil von Prima TV (Modern Times Group) lag 2012 bei 17,5 % (gegenüber 20 % 2006).

Die Entwicklung auf dem nationalen Fernsehmarkt ist nach wie vor dynamisch. Auch 2013 wurde eine Reihe neuer Fernsehsender in Betrieb genommen. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen startete 2013 zwei neue Spartenprogramme: den Kinderkanal CT D und den Kulturkanal CT Art. Prima TV ging mit dem Dokumentationskanal Prima Zoom auf Sendung. Nova startete zwei Unterhaltungssender: Smíchov TV (Ende 2012) und TV Telka (2013). Außerdem gibt es seit 2013 zwei neue Ocko-Musiksender. Die CS-Filmfamilie kam ebenfalls mit zwei neuen Sendern auf den Markt: mit dem Dokumentationskanal kinoSvět und Horror TV.

Die Tschechische Republik ist auch eines der bedeutendsten europäischen Zentren für gesamteuropäische Kanäle. Von Tschechien aus sendet eine große Zahl von Fernsehsendern in andere osteuropäische Länder wie Kroatien, Slowenien, die Slowakische Republik, Serbien, Montenegro, Albanien, Kosovo, die „ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien“, Ungarn, Rumänien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Polen und die Türkei. Zu den bedeutenden Rundfunkveranstaltern, die aus der Tschechischen Republik senden, zählen MTV Networks Europe, Chello Central Europe und HBO. Die Abrufdienste des US-Kabelsenders HBO, die in ganz Mittel- und Südosteuropa zugänglich sind, sind ebenfalls in der Tschechischen Republik registriert.

Das analoge Signal wurde im Juni 2012 abgeschaltet. Digitales terrestrisches Fernsehen ist mit mehr als 50 % aller Haushalte der am häufigsten genutzte Empfangsweg in der Tschechischen Republik. Es gibt vier DVB-T-Multiplexe (mit insgesamt 33 landesweiten und acht regionalen oder lokalen Fernsehkanälen). Zwei davon (Eurosport und Film Europe HD) sind verschlüsselt als Teil eines kostenpflichtigen Triple-Play-DVB-T-Paketes. Drei der Multiplexe werden von Ceske Radiokomunikace betrieben (der 2011 die Czech Digital Group CDG übernommen hat). Der Betreiber des vierten Multiplex ist Digital Broadcasting s.r.o.

service. They are also available in the Slovak Republic and serve a combined total of approximately 1.5 million homes in the two countries. The Digi TV package (controlled by Romanian cable network operator RCS & RDS) has approximately 500 000 customers in the Czech and Slovak Republics combined. The service from UPC was rebranded in 2011 to UPC freeSAT and provides some free and pay packages. UPC had 105 800 subscribers in September 2013. T-Mobile also launched a satellite service (based on its IPTV package) in 2011.

Liberty Global, through its subsidiary UPC Czech, has the majority of the country's cable subscribers. In September 2013, it had approximately 459 900 subscribers and of these 85% had digital services.

The IPTV has 5 competing offers, although take up is only about 5%. The telecommunications operator O2 Czech Republic, a subsidiary of the Spanish group Telefonica, launched an IPTV platform in Autumn 2006. O2 TV had approximately 136 000 subscribers in December 2012 (almost double that of June 2008). In 2013 it was announced that Telefonica would sell its stake in O2 Czech Republic. The other offers include: T-Systems (subsidiary of Deutsche Telekom) ViaTV service; Rio Media Group (Mattes AD) with the 822.tv service; Smartcomp and Maxprogress.

On 6 September 2011 the Parliament of the Czech Republic adopted amendments to audiovisual legislation that concerned advertising and teleshopping in public television programmes and the funding of Czech cinematography. Regarding advertising, the law significantly restricts the amount of commercial advertising on the public service channels. From January 2012 advertising was removed from the channels CT1 and CT24 (News). The other channels will continue to have advertising but the time allocated to advertising on CT2 and CT4 should not exceed 0,5% of the daily broadcasting time.

deux bouquets Skylink et CS Link ayant été repris par la société luxembourgeoise M7. Skylink est proposé comme un bouquet payant, tandis que CS Link offre un service gratuit. Ils sont également disponibles en Slovaquie et couvrent, au total, environ 1,5 million de foyers dans les deux pays. Le bouquet Digi TV (contrôlé par le câble-opérateur roumain RCS & RDS) compte environ 500 000 clients en République tchèque et en République slovaque, pays confondus. Le service d'UPC a été rebaptisé en 2011 UPC freeSAT et propose des bouquets gratuits et payants. UPC revendique 105 800 abonnés en septembre 2013. T-Mobile a également lancé un service par satellite (basé sur son bouquet IPTV) en 2011.

Liberty Global, à travers sa filiale UPC Czech, compte le plus grand nombre d'abonnés au câble du pays soit, en septembre 2013, environ 459 900 abonnés, dont environ 85 % à des services numériques. L'IPTV compte 5 offres concurrentes, mais ne représente qu'environ 5 % du marché. L'opérateur de télécommunications O2 Czech Republic, filiale du groupe espagnol Telefonica, a lancé une plate-forme IPTV à l'automne 2006. O2 TV compte environ 136 000 abonnés en décembre 2012 (presque le double du chiffre de juin 2008). En 2013, Telefonica a annoncé vouloir vendre sa participation dans O2 Czech Republic. Les autres offres incluent : le service ViaTV de T-Systems (filiale de Deutsche Telekom) ; Rio Media Group (Mattes AD) avec le service 822.tv ; SmartComp ; et Maxprogress.

Le 6 septembre 2011 le Parlement de la République tchèque a apporté des modifications à la législation applicable à l'audiovisuel. Ces modifications portent sur la publicité et le téléachat dans les programmes télévisuels de service public et le financement du cinéma tchèque. En ce qui concerne la publicité, la loi restreint considérablement la publicité commerciale sur les chaînes du service public. La publicité a été supprimée des chaînes CT1 et CT24 (informations) en janvier 2012. Les autres chaînes pourront continuer à en diffuser, mais le temps alloué à la publicité sur CT2 et CT4 ne doit pas dépasser 0,5 % du temps d'émission quotidien.

Der Satellitenfernsehmarkt (DTH) in der Tschechischen Republik ist heiß umkämpft mit einer Vielzahl unterschiedlicher Anbieter. 2011 fand eine gewisse Konsolidierung statt, als Skylink und CS Link von der luxemburgischen M7-Gruppe übernommen wurden. Skylink wird als Pay-TV-Paket angeboten, CS Link ist kostenlos. Beide können auch in Slowenien empfangen werden und haben in beiden Ländern rund 1,5 Mio. Abonnenten. Das Digi TV-Paket des rumänischen Kabelnetzbetreibers RCS & RDS hat rund 500 000 Kunden in der Tschechischen Republik und in der Slowakischen Republik zusammen. Der UPC-Satellitendienst wurde 2011 in UPC free-SAT umbenannt und umfasst mehrere frei empfangbare und kostenpflichtige Pakete. UPC hatte im September 2013 105 800 Abonnenten. T-Mobile hat 2011 ebenfalls einen Satellitendienst gestartet (basierend auf dem IPTV-Paket).

Liberty Global mit seinem Tochterunternehmen UPC Czech hat die meisten Kabelfernsehkunden in Tschechien. Im September 2013 hatte der Anbieter rund 459 900 Abonnenten, und 85 % davon konnten digitalen Kabelempfang nutzen.

Es gibt fünf konkurrierende IPTV-Angebote, obwohl diese Art des Fernsehempfangs nur von rund 5 % der Haushalte genutzt wird. Der Telekom-Betreiber O2 Czech Republic, eine Tochter der spanischen Gruppe Telefonica, startete bereits im Herbst 2006 eine IPTV-Plattform. O2 TV hatte im Dezember 2012 etwa 136 000 Abonnenten (fast doppelt so viele wie im Juni 2008). 2013 kündigte Telefónica an, ihre Mehrheitsanteile an O2 in Tschechien verkaufen zu wollen. Die anderen Anbieter sind: T-Systems (eine Tochter der Deutschen Telekom) mit ViaTV; Rio Media Group (Mattes AD) mit dem Dienst 822.tv; Smartcomp; und Maxprogress.

Am 6. September 2011 hat das Parlament Tschechiens Änderungen der Rechtsvorschriften im audiovisuellen Bereich verabschiedet, die Werbung und Teleshopping in öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen sowie die Förderung des tschechischen Films betreffen. Dieses Gesetz schränkt den Umfang der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk erheblich ein. Seit Januar 2012 dürfen CT1 und CT24 (Nachrichten) keine Werbespots mehr senden. Die übrigen Sender werden zwar noch Werbung ausstrahlen, aber die Werbezeiten bei CT2 und CT4 dürfen 0,5 % der gesamten täglichen Sendezeit nicht überschreiten.

CZ1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	10 516
Households	4 466

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	17.2%	770	
Digital cable TV households	11.0%		492
Digital DTH/SMATV households	45.8%		2 044
Pay DTH/SMATV subscriptions	13.3%	593	
IPTV households	4.6%		205
Pay IPTV subscriptions	4.6%	205	
DTT households	35.1%		1 566
Pay DTT subscriptions	-		
Total digital TV households	96.4%		4 307
Total pay TV subscriptions	35.1%	1 568	
Households with DVD player	65.4%	~	2 922
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	72.9%		3 255
Households with broadband connections	48.2%		2 153
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	9.4%		418

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

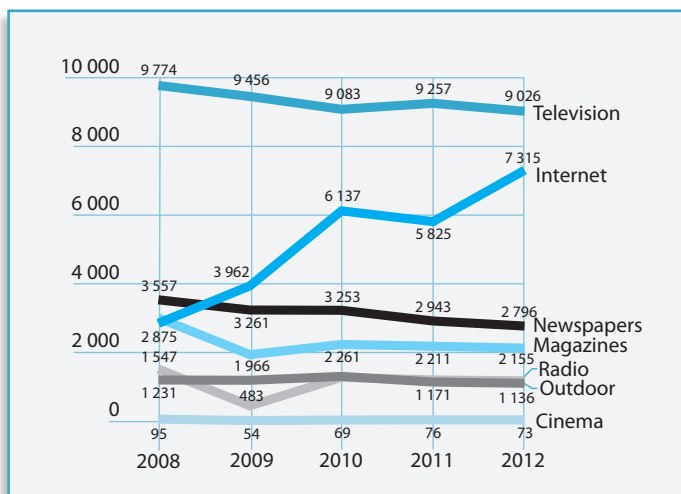
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

CZ2

Advertising
2008-2012

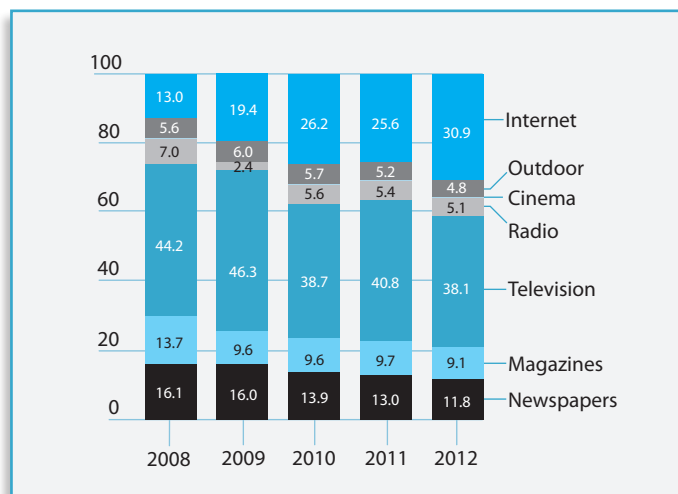
Total display adspend



2008-2012 CZK million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

CZ3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 CZK million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telefonica O2 Czech Republic A.S. ①	3Play, mobile	O2TV	58 143	49 351	46 305	-6.2%
CET 21	adtv	Nova TV	9 522	9 735	8 762	-10.0%
CT - Česká Televízia	sptv	CT 1, CT 2	6 887	6 665	6 636	-0.4%
UPC Ceska Republika A.S. ①	3Play, Sat-TV	UPC kabelová televize, Satelitní televize UPC Direct	5 002	4 550	4 473	-1.7%
T-Systems Czech Republic A.S. ①	3Play	ViaTV	3 091	3 302	3 455	4.6%
FTV Prima S.r.o.	adtv	Prima TV	2 046	2 400	~	~
HBO Česká Republika s.r.o.	thtv	HBO, HBO 2, HBO Comedy, HBO HD	1 968	1 949	2 249	15.4%
Cesky Rozhlas	sprad	Cesky Rozhlas	2 205	2 189	2 158	-1.4%
Ceske Radiokomunikace A.S. ②	trans		2 460	2 384	2 124	-
Digi Czech Republic	sat-tv	Digi TV	647	559	532	-4.8%

① Includes telecommunication activities.

② 2012 on 15 months.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	28	28	Kabelova Televize Prerov, Kabelova Televize Trinec, Satt, Selfservis, UPC, ...
Satellite packagers	2	3	Digi Czech Republic, M77 (Skylink and CS Link, LU), UPC
IPTV packagers	5	5	MaxProgress, Rio Media Group, Smart comp, Telefonica O2, T-System
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Radiocumikace, Digital Broadcasting s.r.o.
SmartTV stores providing AV apps.		3	Sony Bravia, Samsung, Panasonic, Phillips
Online stores with VoD EST or AV apps.		4	Blackberry App World (LU), iTunes Store (LU), OVI (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		>2	YouTube, Dailymotion

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	TV daily market share 2012
1	Central European Media Enterprises (CET 21) ①	Private	6	33.7%	29.5%
2	CT - Česká Televízia	Public	6	27.0%	29.3%
3	Modern Times Group (SE) - FTV Prima/Viasat	Private	8	22.0%	24.1%
4	TV Barrandov	Private	1	5.5%	5.8%
5	Walt Disney	Private	1	0.7%	0.6%

① Time Warner owns 49.9% of the shares of CME.

➔ European Audiovisual Observatory

CZ4

Financing of the public audiovisual media sector
2008-2012

Income	CZK million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	6 812.1	7 436.7	7 664.7	7 419.8	8 032.1	75.1	81.3	82.9	84.0	92.5	8.3%
- Aids / Grants	69.0	2.0	1.0	1.0	1.1	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	9.8%
- Licence fee	6 743.1	7 434.7	7 663.7	7 418.9	8 031.0	74.3	81.3	82.8	84.0	92.4	8.3%
Total commercial income	1 710.9	1 293.5	1 181.8	894.0	588.6	18.9	14.1	12.8	10.1	6.8	-34.2%
- Advertising	797.5	516.8	432.2	263.9	117.7	8.8	5.6	4.7	3.0	1.4	-55.4%
- Sponsoring	464.8	369.5	404.3	340.9	283.6	5.1	4.0	4.4	3.9	3.3	-16.8%
- Programme sales	112.1	88.4	90.9	87.2	62.8	1.2	1.0	1.0	1.0	0.7	-28.1%
- Merchandising	4.0	3.2	2.6	3.6	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.1%
- Other commercial revenues	332.5	315.6	251.8	198.4	120.5	3.7	3.4	2.7	2.2	1.4	-39.2%
Other income	551.0	419.0	404.0	520.0	66.3	6.1	4.6	4.4	5.9	0.8	-87.3%
TOTAL	9 073.9	9 149.2	9 250.5	8 833.9	8 686.9	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-1.7%

Companies included: Cesky Rozhlas and Ceska Televizie.

➔ European Audiovisual Observatory on the basis of data provided by CR and CT / EBU-M.I.S.

CZ5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission **November 2013**

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	7	18	25
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	48	49
TV Regional/Local Windows	2	120	122
TV channels targeting foreign markets		114	114
Pure TV online services (Web TV)			
Total	10	300	310
Foreign channels targeting the country	2	51	53

 European Audiovisual Observatory
On-demand audiovisual services in the country **December 2013**

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	6	~
Catch-up TV services	38	38
VoD Generalist/ Film / Fiction	27	11
VoD Music / Music events	9	5
VoD Film	5	6
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation	4	2
Film/TV Archives and Trailers	2	2
Sport	8	9
Other	26	~
Total (consolidated)	124	~

 European Audiovisual Observatory
Supply of audiovisual services by genre and by platform **November 2013** Including foreign services.

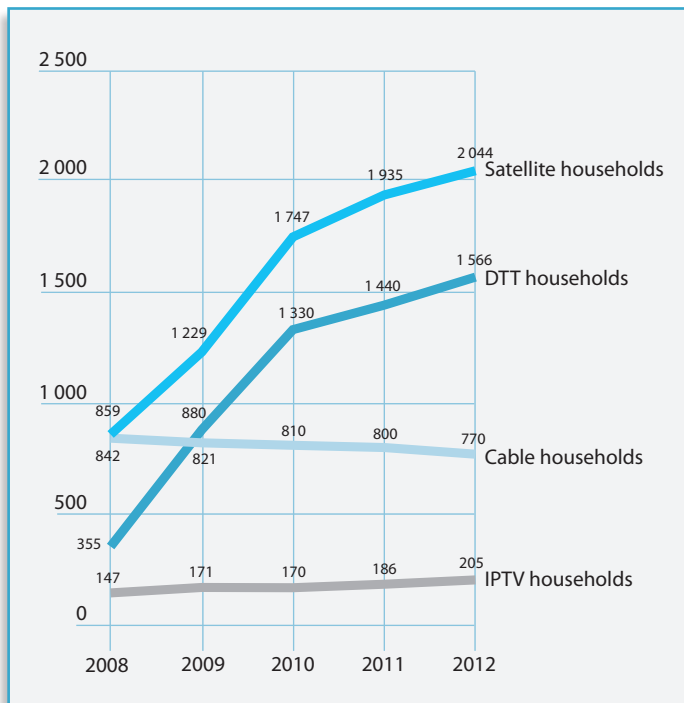
	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	
	(all multiplexes)	UPC	Digi TV (Czech package)	Skylink	Telefonica 02
TV Channels					
Generalist - national	4	5	4	4	4
Generalist - foreign		5		4	3
Adult		3	1	6	3
Children	1	8	5	7	11
Culture/ education/ documentary	2	15	10	21	12
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games	8	21	8	17	20
Film	2	10	4	13	12
HD Simulcast of an existing channel	5	21		38	10
Home shopping					
International linguistic and cultural		2	1		2
Lifestyle/ specific leisure/ travel		7	4	3	7
Music	3	14	8	10	11
News/ business	1	19	4		6
Parliament/ government/ administration					
Regional/ local/ windows	9	10		3	2
Religion		1		2	1
Sports	3	9	7	9	9
Various		1			1
Total (of which HD)	42 (5)	151 (22)	56	137 (45)	114 (11)
On-demand audiovisual services					
VoD					2
Catch-up					1
Other services					
Total					3

 European Audiovisual Observatory

CZ6

Market trends
2008-2012

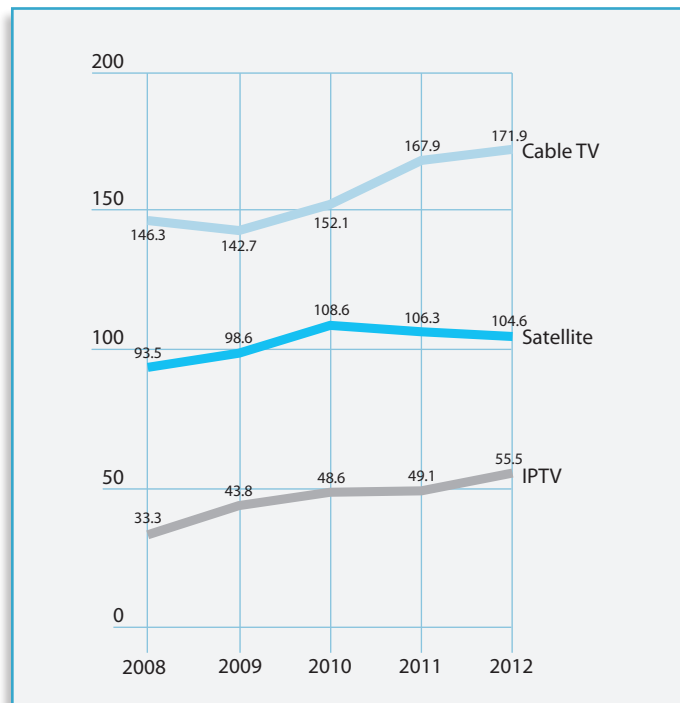
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➤ IHS Screen Digest

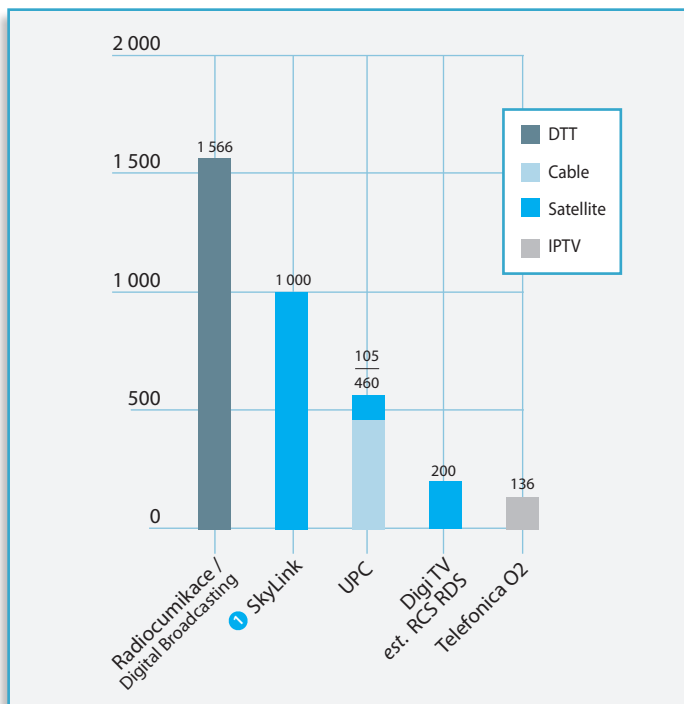
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➤ IHS Screen Digest

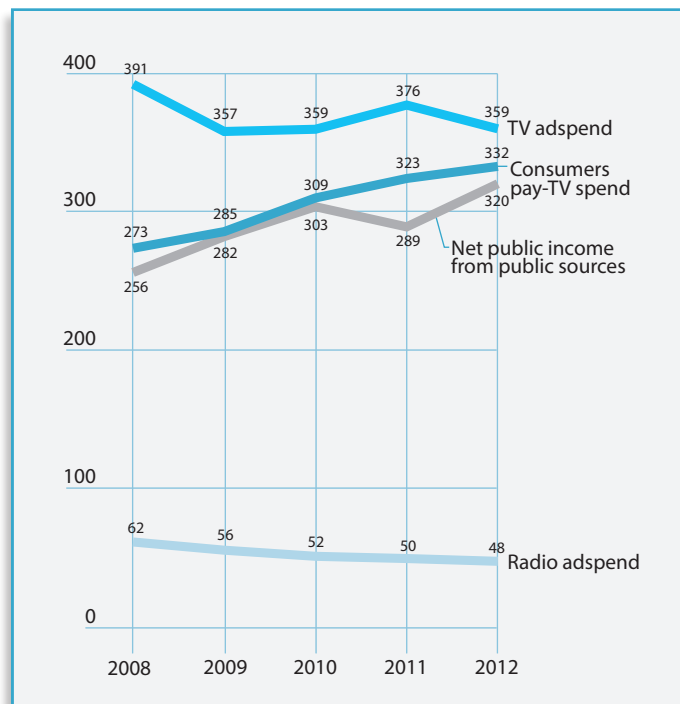
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

➤ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➤ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC, CT and CR / EBU-M.I.S.

1 Includes both Skylink and the package CS Link which were bought by the company M7 in 2011. The pay customers receive Skylink, while CS Link provides a free service.

CZ7

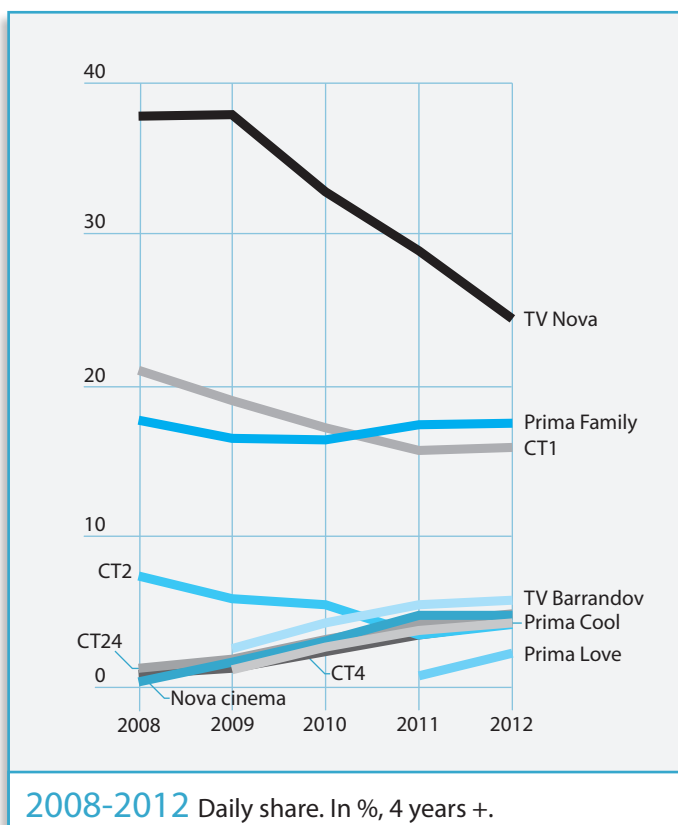
TV audience market share in the Czech Republic
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
CT1	21.0	19.0	17.2	15.7	15.9	22.2	20.4	18.4	17.2	17.3
CT2	7.4	5.9	5.5	3.5	4.2	6.0	5.2	5.1	3.0	3.5
CT24	1.3	1.9	3.2	4.3	4.9	0.8	1.1	2.0	2.6	3.2
CT4	0.9	1.3	2.4	3.5	4.3	0.8	1.2	2.3	3.3	4.1
Czech public channels	30.6	28.1	28.3	27.0	29.3	29.8	27.9	27.8	26.1	28.1
TV Nova	37.8	37.9	32.8	28.9	24.4	42.2	42.9	38.0	33.0	29.6
Prima Family	17.7	16.5	16.4	17.4	17.5	17.7	16.3	15.6	18.0	18.0
TV Barrandov		2.6	4.3	5.5	5.8		2.0	4.0	5.5	5.6
Nova cinema	0.4	1.7	3.1	4.8	4.8	0.4	1.7	3.4	4.9	4.8
Prima Cool		1.2	2.7	3.8	4.3		1.1	2.7	3.6	4.1
Prima Love				0.8	2.3				0.6	1.9
Ocko				0.4	0.6				0.2	0.3
TV Fanda ①					0.3					0.3
CS Film		0.1	0.2	0.2	0.2		0.1	0.2	0.2	0.2
Minimax		0.4	0.2	0.2	0.2		0.1	0.0	0.0	0.0
Spektrum		0.3	0.2	0.2	0.1		0.1	0.1	0.1	0.1
Petka ②					0.1					0.1
Czech private channels	55.9	60.7	60.0	62.2	60.6	60.3	64.3	64.0	66.1	64.9
Disney Channel		1.2	0.8	0.7	0.6		0.4	0.4	0.3	0.3
Film+		0.3	0.2	0.2	0.2		0.2	0.2	0.1	0.1
AXN		0.2	0.2	0.1	0.1		0.2	0.2	0.1	0.2
Universal Channel		0.3	0.2	0.1	0.1		0.2	0.1	0.1	0.1
Sport 1		0.1	0.1	0.1	0.1		0.1	0.1	0.1	0.1
MGM		0.1	0.1	0.1	0.1		0.1	0.1	0.1	0.1
NGC				0.1	0.1				0.1	0.0
Main foreign channels	0.0	2.2	1.6	1.4	1.2	0.0	1.2	1.1	0.9	0.9
Others	13.5	9.0	10.1	9.4	8.8	9.9	6.6	7.1	6.9	6.0

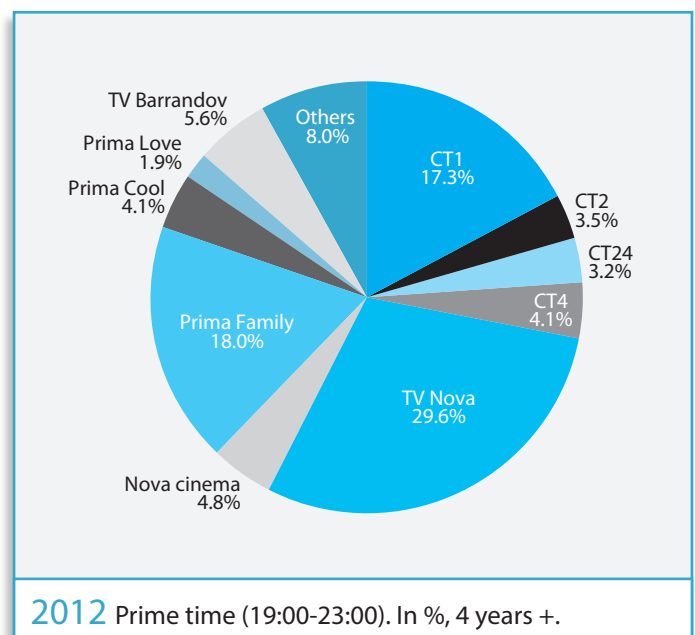
① TV Fanda started broadcasting on 14/07/2012.

➔ Eurodata TV Worldwide / ATO - MEDIARESEARCH

② Petka started broadcasting on 1/12/2012 and ceased in February 2013.



➔ Eurodata TV Worldwide / ATO - MEDIARESEARCH



➔ Eurodata TV Worldwide / ATO - MEDIARESEARCH

CZ8

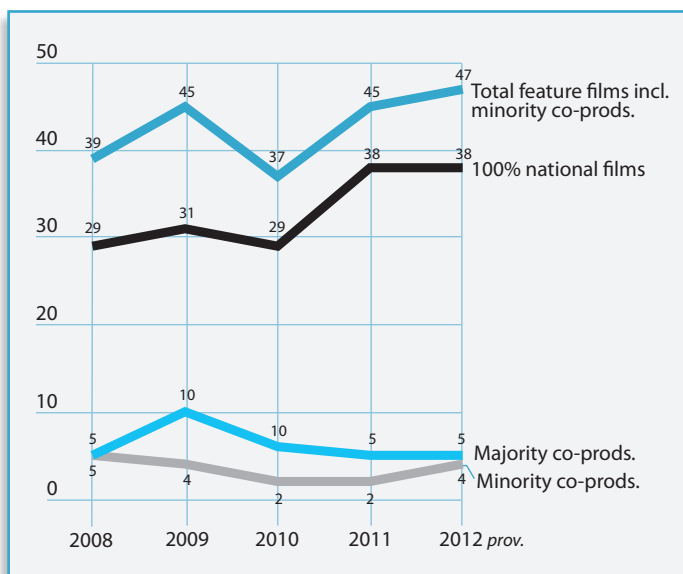
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	15 192	15 118	15 241	15 725	15 611	OBS
Screens	689	695	688	668	676	UFD
Cinema sites	511	516	501	473	472	UFD
Digital screens	2	50	133	299	383	MS
Digital cinema sites	2	42	94	131	185	MS
Digital screen penetration	0%	7%	19%	45%	57%	MS
Digital site penetration	0%	8%	19%	28%	39%	MS

European Audiovisual Observatory after MEDIA Salles (MS) / Union of Film Distributors (UFD)

Number of theatrical feature films produced

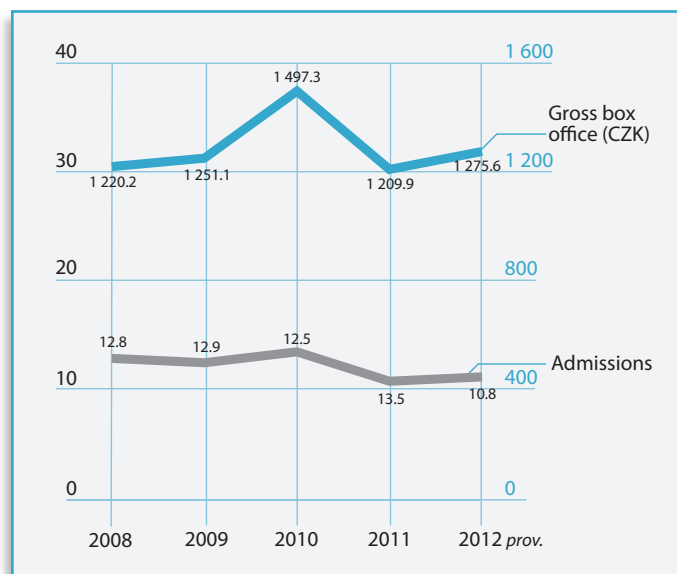


2008-2012 In units. ①

① Films released. Includes feature documentaries.

State Cinematography Fund (SFK)

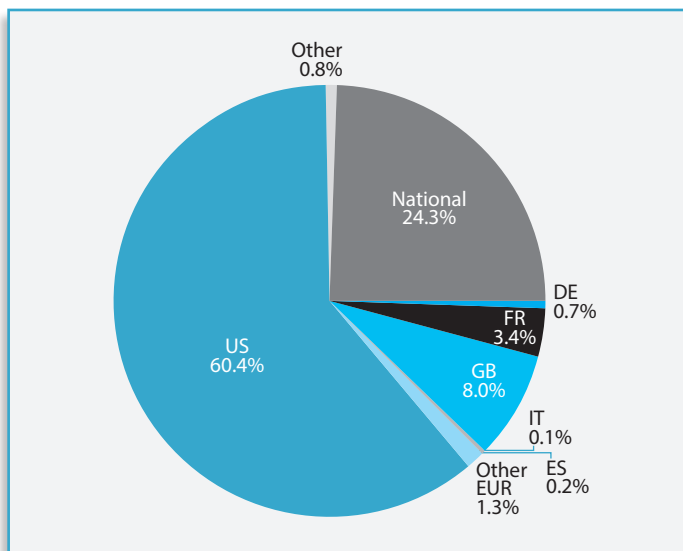
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

UFD

Market share according to the origin of films

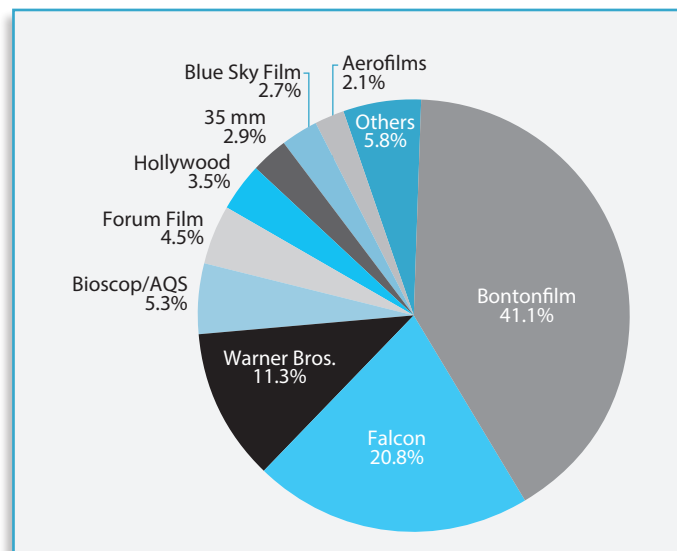


2012 In % of total admissions.

Note: Admissions to alternative content (0.65% of total) not analysed.

UFD

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

UFD

CZ9

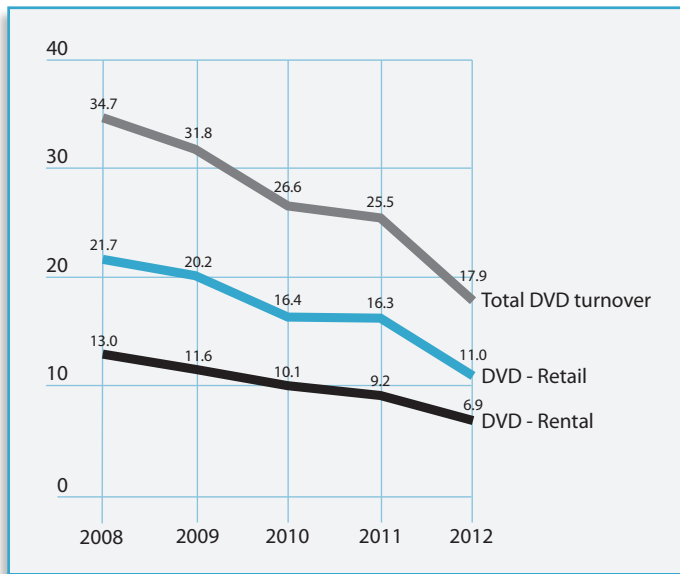
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	2.29	2.57	2.62	2.80	2.92
DVD player penetration of TV households	52.30%	57.84%	58.14%	61.37%	63.74%
Blu-ray disc player households	0.01	0.06	0.08	0.17	0.29
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.23%	1.35%	1.78%	3.72%	6.32%

IHS Screen Digest

DVD turnover

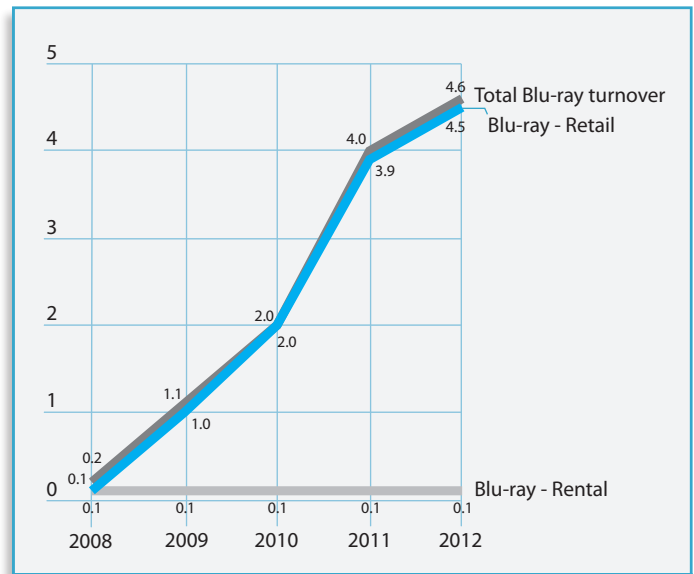


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

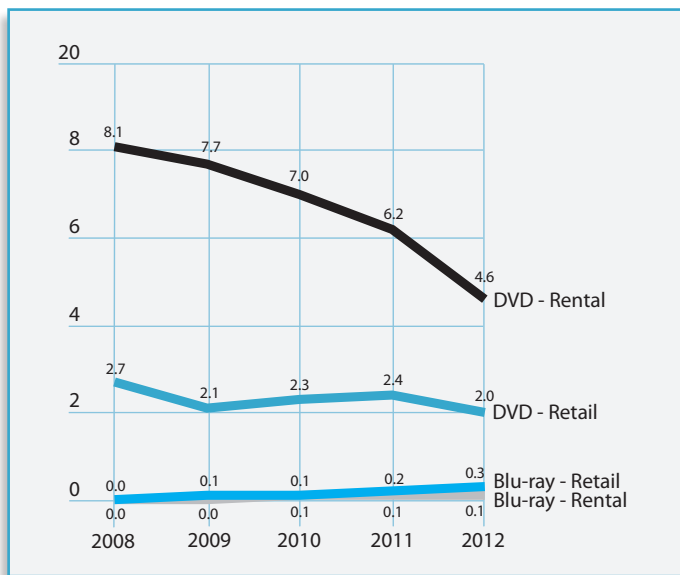


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

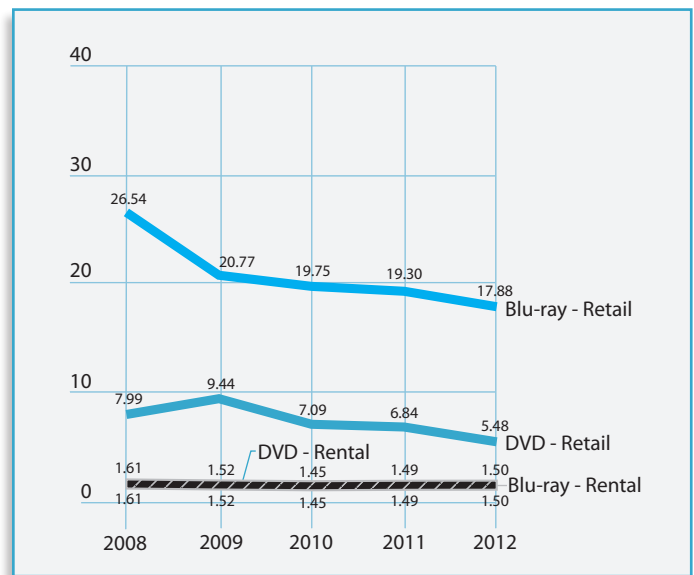
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

Blue-Ray rental not available.

OBS after IHS Screen Digest

Television and New Media

The television market in Germany is one of the largest in Europe and is also very competitive. In 2013, of the country's more than 38 million TV households an equal number (46 %) received programmes by cable and satellite, 11% via DTT and almost 5% via IPTV. According to the figures published by the ALM (Association of State Media Authorities), almost 81% of households had access to digital television, an increase of 5 million since 2011. Regarding audience share, the public service channels remain strong. The two national public service channels (ARD and ZDF) had a combined share of 24.9% in 2012 (compared to 28.9% in 2007). On the scale of popularity, ZDF, with 12.6%, is just ahead of ARD (12.3%) and RTL (12.2%). After experiencing an upward trend in the last two years, the latter has lost nearly two percentage points.

For the first time, cable shares with satellite distribution the position as the most important TV delivery platform. The cable digitisation rate rose above half for the first time in 2013 (just under 56%). It is the only means of transmission that still broadcasts in simulcast mode. The sector has experienced ongoing consolidation in the last few years. Following an antitrust investigation by the European Commission, the British telecommunications company Vodafone completed its takeover of Kabel Deutschland in October 2013. This acquisition, with a total cost of EUR 7.7 billion, implies competition for Deutsche Telekom in the market for internet, fixed-line and mobile connections. In September 2013, Kabel Deutschland had some 8.4 million subscribers. In December 2011, Liberty Global succeeded in its second attempt to take over the cable provider Kabel BW. The two cable providers Unity Media and Kabel BW were then merged to form Unitymedia KabelBW GmbH. The *Bundeskartellamt* (Federal Cartel Office – BKartA) has to re-examine this merger following the August 2013 decision of the *Oberlandesgericht Düsseldorf* (Düsseldorf Higher Regional Court) to set aside the Cartel Office's decision on the case, thus upholding the complaint by Net Cologne and Deutsche Telekom. It gave as the reason for its decision the fact that the subsidiary provisions provided for by the BKartA were insufficient to compensate for Unitymedia's dominant position on the transmission market. In September 2013, Unitymedia KabelBW had 6.6 million customers, 33% of which had a digital cable connection. After the failed takeover of the Tele Columbus group (1.7 million customers in 2013) by Kabel Deutschland in February 2013, Germany's third-largest cable network operator is looking for a new buyer. The interested parties include both financial investors and the cable

Télévision et nouveaux médias

Extrêmement compétitif, le marché allemand de la télévision est aussi l'un des plus grands d'Europe. Sur plus de 38 millions de foyers équipés d'un téléviseur en 2013, ils étaient aussi nombreux à recevoir la télévision par câble et par satellite (46 % dans les deux cas), 11 % à passer par la télévision terrestre et près de 5 % par l'IPTV. La même année, selon les chiffres publiés par l'ALM (Association des autorités régionales des médias), 81 % des foyers avaient accès à la télévision numérique, soit 5 millions de plus qu'en 2011. La part d'audience des chaînes de service public reste forte. Les deux chaînes nationales de service public (ARD et ZDF) avaient une part cumulée de 24,9 % en 2012 (contre 28,9 % en 2007). ZDF reste le diffuseur préféré des spectateurs (12,6 %), suivi de près par ARD (12,3 %) et par RTL (12,2 %), ce dernier cédant près de deux points après une tendance à la hausse ces dernières années.

Pour la première fois, le câble et le satellite représentent à égalité les deux principaux modes de distribution pour la télévision. L'année 2013 a également vu le câble, seul mode de diffusion qui émet encore en simulcast, passer la barre des 50 % de numérisation (près de 56 %). Le secteur a poursuivi la consolidation entamée depuis quelques années. A la suite d'un examen au titre du droit de la concurrence mené par la Commission européenne, le groupe de télécommunications britannique Vodafone a pu finaliser en octobre 2013 le rachat de Kabel Deutschland pour un montant total de 7,7 milliards d'euros. Deutsche Telekom se trouve désormais confrontée à un concurrent sur le marché de la fourniture d'accès à Internet, du téléphone fixe et du téléphone mobile. Kabel Deutschland disposait en septembre 2013 de 8,4 millions d'abonnés environ. Après une première offre infructueuse, Liberty Global a pu racheter l'opérateur Kabel BW en décembre 2011. Les deux câblo-opérateurs Unity Media et Kabel BW ont fusionné pour former Unitymedia KabelBW GmbH. Le *Bundeskartellamt* (Office fédéral de contrôle de la concurrence ou BKartA) doit réexaminer cette fusion, après que sa décision de l'autoriser a été annulée par le tribunal régional supérieur (*Oberlandesgericht*) de Düsseldorf en août 2013. Le tribunal, faisant droit à une demande déposée par Net Cologne et Deutsche Telekom, a estimé que les dispositions annexes prévues par le *Bundeskartellamt* ne suffisaient pas à compenser la position dominante de Unitymedia sur le marché de la transmission de signaux filaires. En septembre 2013, Unitymedia KabelBW comptait 6,6 millions de clients, dont 33 % raccordés au câble en numérique. Après la tentative avortée de rachat du groupe Tele Columbus (1,7 million de clients en 2013) par Kabel Deutschland en février 2013, le troisième câblo-opérateur

Fernsehen und Neue Medien

Deutschland ist einer der größten TV-Märkte in Europa und zudem ausgesprochen wettbewerbsintensiv. Von den über 38 Mio. Fernsehhaushalten empfangen 2013 gleich viele Fernsehen über Kabel und per Satellit (46 %), 11 % per Terrestrik und fast 5 % per IPTV. Laut Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) hatten im gleichen Jahr knapp 81 % der Haushalte Zugang zum Digitalfernsehen was einem Plus von 5 Mio. seit 2011 entspricht. In puncto Marktanteile sind die öffentlich-rechtlichen Sender nach wie vor sehr stark. So erreichten die beiden nationalen öffentlich-rechtlichen Sender (ARD und ZDF) 2012 zusammen einen Marktanteil von 24,9 % (gegenüber 28,9 % 2007). In der Beliebtheitskala rangiert das ZDF (12,6 %) knapp vor ARD (12,3 %) und RTL (12,2 %). Letzterer hat nach einem Aufwärtstrend der letzten Jahre fast zwei Prozentpunkte eingebüsst.

Erstmals teilt sich das Kabel mit dem Satellit den Platz als wichtigste Verbreitungsart für das Fernsehen. Die Digitalisierungsquote des Kabel lag 2013 das erste Mal über der Hälfte (knapp 56 %). Es ist der einzige Übertragungsweg der noch im Simulcast ausstrahlt. Die Branche hat in den vergangenen Jahren einen fortschreitenden Konsolidierungsprozess erlebt. Nach einer Kartellprüfung der Europäischen Kommission hat der Britische Telekommunikationskonzern Vodafone die Übernahme von Kabel Deutschland im Oktober 2013 abgeschlossen. Mit der Übernahme im Gesamtvolumen von 7,7 Mrd. Euro bekommt die Deutsche Telekom damit Konkurrenz im Markt für Internet-, Festnetz- und Mobilfunk-Anschlüsse. Kabel Deutschland hatte im September 2013 rund 8,4 Mio. Abonnenten. Im Dezember 2011 hat Liberty Global im zweiten Anlauf den Anbieter Kabel BW übernommen. Die beiden Kabelprovider Unity Media und Kabel BW wurden damit zur Unitymedia KabelBW GmbH verschmolzen. Das Bundeskartellamt (BKartA) prüft den Zusammenschluss erneut, nachdem das Oberlandesgericht Düsseldorf den Kartellamtsbeschluss zur Fusion der beiden Kabelprovider im August 2013 aufgehoben hat. Damit wurde der Beschwerde von Net Cologne und der Deutschen Telekom stattgegeben. Das Gericht begründete seine Entscheidung damit, dass die vom BKartA vorgesehenen Nebenbestimmungen unzureichend sind, um die marktbestimmende Stellung von Unitymedia auf dem leitungsgebundenen Signalmarkt zu kompensieren. Im September 2013 hatte Unitymedia KabelBW 6,6 Mio. Kunden, davon 33 % mit digitalem Kabelanschluss. Nach der gescheiterten Übernahme der Unternehmensgruppe Tele Columbus (1,7 Mio. Kunden 2013) durch Kabel Deutschland

company PrimaCom, which has at the same time submitted a takeover bid for Deutsche Telekom. After becoming insolvent, PrimaCom was taken over in November 2010 by the Luxembourg company Medfort and was itself the subject of a takeover in 2012.

The planned video-on-demand platforms Amazonas and Germany's Gold will not be launched because the Bkarta has turned down the applications for failing to comply with anti-trust law. After the blocking of the Amazonas project planned by Germany's two biggest private broadcasters ProSiebenSat.1 Media AG and RTL in 2012, it was the end of the line in 2013 for Germany's Gold, the internet platform of the public service broadcasters ARD and ZDF. In reaching its decisions, the Bkarta's main objections were the potential adverse effect on competition and the danger of the two private broadcasters' market dominating duopoly on the TV advertising market. Plans by the public service broadcasters concerning pricing arrangements and exclusivity agreements were also rejected. Germany's Gold planned to make large sections of the ARD and ZDF video libraries available on the internet, while Amazonas was to enable time-shifted programmes of both public service and private broadcasters to be accessed. An appeal by ProSiebenSat.1 Media AG and RTL against the decision before the Düsseldorf Higher Regional Court was dismissed in August 2012.

The analogue satellite signal was switched off in Germany on 30 April 2012. In the case of exclusively digital TV households, satellite was way ahead with a 58.1% share. According to the ALM 2012/2013 Yearbook, satellite reception continued to increase its penetration in 2012 and for the first time reached the same number of TV households as cable (17.8 million) at the end of the year. At the same time, cable's share of the market lost two percentage points of penetration in 2012, falling to 46.8% at the end of the year. Since its digitisation in 2009, the market share of terrestrial TV has remained stable in the double-digit percentage range (10.9%). At the end of 2012, IPTV reached a penetration of 4% after some slight fluctuations. According to an ALM forecast, it remains to be seen whether more competition and the expansion of broadband networks in rural areas will lead to a sustained rise in IPTV penetration.

The trend towards the convergence of TV and the internet is continuing and gathering speed as a result of rising sales of internet-enabled TVs. It is mainly the growing number of on-demand audiovisual services that are driving forward the use of videos on the internet. According to the ALM's Digitisation Report 2013, only one in ten TV households is aware

allemand cherche un nouvel acquéreur. Outre des investisseurs financiers, le câblo-opérateur PrimaCom est également sur les rangs, bien qu'il ait aussi déposé une offre de reprise pour Deutsche Telekom. Après sa faillite en novembre 2010, PrimaCom avait été repris par le Luxembourgeois Medfort, qui a lui-même fait l'objet d'un rachat en 2012.

Les plate-formes de vidéo à la demande envisagées, Amazonas et Germany's Gold, ne seront pas mises en place, le *Bundeskartellamt* ayant refusé les demandes y afférentes en raison de leur non-conformité au droit de la concurrence. Le projet Amazonas, porté par les deux grands diffuseurs privés ProSiebenSat.1 Media AG et RTL, avait été suspendu dès 2012 ; il en est allé de même en 2013 pour Germany's Gold, la plate-forme des diffuseurs publics ARD et ZDF. Dans ses décisions, le Bundeskartellamt a principalement fait valoir la possibilité d'une distorsion de la concurrence et le risque d'apparition d'un duopole dominant formé par les deux diffuseurs privés sur le marché de la publicité télévisée. Les projets des diffuseurs de service public en vue de conclure des accords sur les prix et des accords d'exclusivité ont également été rejetés. Germany's Gold prévoyait de rendre accessibles sur Internet de vastes pans des archives d'ARD et de ZDF, tandis qu'Amazonas devait permettre l'accès en différé aux programmes des diffuseurs publics et privés. La demande introduite par ProSiebenSat.1 Media AG et RTL contre la décision du tribunal de Düsseldorf a été rejetée en août 2012.

Le 30 avril 2012 a vu l'extinction définitive du signal satellite analogique en Allemagne. Dans les foyers tout numériques, le satellite était nettement en tête, avec 58,1 %. Selon le rapport 2012-2013 de l'ALM, le satellite a encore étendu son audience en 2012 pour atteindre en fin d'année le même nombre de foyers abonnés que le câble (17,8 millions). Parallèlement, le câble a perdu en 2012 deux points de pourcentage du point de vue de sa couverture et disposait en fin d'année une part de marché de 46,8 %. Depuis son passage au numérique en 2009, la télévision terrestre conserve une part de marché stable, à deux chiffres (10,9 %). Après quelques légères fluctuations, l'IPTV atteignait à la fin de l'année 2012 une couverture de 4 %. Selon les prévisions de l'ALM, il reste à voir si l'accroissement de la concurrence et le développement des réseaux à large bande dans les régions rurales conduiront à un accroissement durable de la couverture de l'IPTV.

La convergence de la télévision et d'Internet continue de progresser et tend même à s'accélérer avec la hausse des ventes de téléviseurs connectés. C'est au premier chef le nombre croissant de services audiovisuels à la demande qui stimule le visionnement de vidéos sur Internet. Selon le rapport 2013

im Februar 2013 sucht der drittgrößte Kabelnetzbetreiber einen neuen Käufer. Zu den Interessenten gehört neben Finanzinvestoren auch die Kabelgesellschaft PrimaCom, die gleichzeitig auch ein Übernahmeangebot für Deutsche Telekom vorgelegt hat. PrimaCom war nach einer Insolvenz im November 2010 vom Luxemburger Unternehmen Medfort übernommen worden und 2012 selbst Objekt einer Übernahme.

Die geplanten Video-On-Demand-Plattformen Amazonas und Germany's Gold werden nicht umgesetzt, nachdem das Bkarta die Anträge als nicht kartellrechtskonform abgelehnt hat. Nachdem das Amazonas Projekt der beiden größten Privatsender ProSiebenSat.1 Media AG und RTL bereits 2012 gestoppt wurde, folgte 2013 auch das Aus für Germany's Gold, der Internet-Plattform der öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF. Das Bkarta machte bei seinen Entscheidungen vor allem eine mögliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs und die Gefahr eines marktbeherrschenden Duopols der beiden privaten Sendergruppen auf dem Markt für Fernsehwerbung geltend. Pläne der öffentlich-rechtlichen Sender zu Preisabsprachen und Exklusivitätsvereinbarungen wurden ebenfalls abgelehnt. Germany's Gold sah vor, grosse Teile der Archive von ARD und ZDF im Internet zugänglich zu machen. Amazonas sollte den Zugriff auf zeitversetzte Programme öffentlich-rechtlicher und privater Sender ermöglichen. Eine Klage von ProSiebenSat.1 Media AG und RTL gegen die Entscheidung vor dem Düsseldorfer Oberlandesgericht wurde im August 2012 abgelehnt.

Am 30. April 2012 wurde das analoge Satellitensignal in Deutschland abgeschaltet. Bei rein digitalen Fernsehhaushalten lag der Satellit mit 58,1 % deutlich vorn. Laut Jahrbuch 2012/2013 der ALM konnte der Satellit 2012 weiter an Reichweite zulegen und erreichte Ende des Jahres erstmals gleich viele TV-Haushalte wie Kabel (17,8 Mio.). Gleichzeitig hat das Kabel 2012 zwei Prozentpunkte an Reichweite verloren und lag Ende des Jahres bei 46,8 % Marktanteil. Seit der Digitalisierung im Jahr 2009 liegt der Marktanteil der Terrestrik stabil im zweistelligen Prozentbereich (10,9 %). IPTV kam Ende 2012 nach leichten Schwankungen auf eine Reichweite von 4 %. Laut Prognose der ALM bleibt abzuwarten, ob mehr Wettbewerb und der Ausbau der Breitbandnetze in ländlichen Gebieten zu einer nachhaltig steigenden Reichweite des IPTV führen werden.

Der Trend zur Konvergenz von Fernsehen und Internet schreitet weiter voran und beschleunigt sich zunehmend durch steigende Verkaufszahlen von internetfähigen Fernsehern. Es ist vor allem die wachsende Zahl audiovisueller Abrufdienste die die Bewegtbildnutzung im Internet vorantreiben. Laut Digitalisierungsbericht 2013

that they own a smart TV and only 50% actually connect it to the internet.

In comparison to other countries, pay-TV does not have a long tradition on the German market. The acquisition of Germany's pay-TV operator Premiere AG by News Corporation (News Corp) of the US in June 2008 is a sign that pay-TV will become established in the long term. As a result, the Premiere package was renamed Sky Deutschland and the Premiere channels were rebranded Sky channels in July 2009. Sky claimed to have more than 3.5 million customers in the 3rd quarter of 2013 (in Germany and Austria). In January 2010, an SES Astra subsidiary launched the new HD+ programme package, which was available free of charge in its first year. HD+ now comprises 24 encrypted commercial channels and 29 unencrypted HD channels. According to SES, by 31 March 2013 HD+ had been activated in 1.1 million households. Entertain, Deutsche Telekom's IPTV service, has also been available via satellite since 1 September 2011. Two satellite TV packages have been discontinued: Arena Sat in 2010 and the AllesSehen TV package in May 2011.

In the meantime, there remain only two IPTV services competing in the German market: following the closure of Alice TV (HanseNet, owned by the O2-Telefónica group) at the end of 2013 the German IPTV market has been dominated by Entertain (Deutsche Telekom). Deutsche Telekom claimed to have 2.1 million IPTV subscribers in the 3rd quarter of 2013. July 2013 saw the launch of the mobile IPTV service Entertain To Go, which enables customers to view entertainment content on the Wi-Fi home network via a computer, tablet or smartphone. A second provider is the TV service Vodafone TV, which was relaunched by Vodafone in 2011 and had approx. 150 000 customers at the end of 2013.

The 15th amendment to the German Inter-State Broadcasting Treaty entered into force on 1 January 2013. This addresses a reform of the collection of the licence fee for the public service broadcaster. The licence fee is now charged on a per-household basis instead of for each reception device. This is expected to result in additional revenue of around EUR 1.1 billion for the public service broadcasters by 2017. The subjects for the next amendment to the Inter-State Broadcasting Treaty are the protection of minors and media concentration.

de l'ALM sur la télévision numérique, seuls 10 % de foyers équipés d'un téléviseur savent qu'ils disposent d'un téléviseur « intelligent » et parmi eux, seuls 50 % le connectent à Internet.

En comparaison avec d'autres pays, la télévision à péage est une tradition de longue date sur le marché allemand. L'acquisition en juin 2008 de l'opérateur de télévision à péage Premiere AG par la société américaine News Corporation (News Corp) témoigne de l'ancrage à long terme de ce mode de diffusion. A la suite de cette acquisition, le bouquet de Premiere a été rebaptisé Sky Deutschland et ses chaînes, « chaînes Sky ». Sky indiquait disposer de plus de 3,5 millions de clients en Allemagne et en Autriche au troisième trimestre 2013. En janvier 2010, une des filiales de SES Astra a lancé le nouveau bouquet HD+, proposé gratuitement la première année, qui comprend désormais 24 chaînes commerciales cryptées et 29 chaînes gratuites en HD. SES avance le chiffre de 1,1 million de foyers payants au 31 mars 2013. L'offre IPTV de Deutsche Telekom est également disponible par satellite depuis le 1er septembre 2011. Deux bouquets TV par satellite ont été arrêtés : Arena Sat en 2010 et le bouquet AllesSehen TV en mai 2011.

Le marché allemand ne compte plus que deux services IPTV : depuis l'arrêt d'Alice TV (HanseNet, propriété du groupe O2-Telefónica) fin 2013, Entertain (Deutsche Telekom) domine le marché de l'IPTV. Selon ses propres chiffres, Deutsche Telekom comptait au 3^e trimestre 2013 environ 2,1 millions d'abonnés à l'IPTV. En juillet 2013, le service d'IPTV mobile Entertain To Go a été lancé, qui permet aux clients de profiter des contenus Entertain sur leur ordinateur, leur tablette ou leur smartphone. Le second service d'IPTV est Vodafone TV, relancé par Vodafone en 2011 et qui comptait 150 000 clients en 2013.

Au 1^{er} janvier 2013, la 15^e modification au traité inter-Länder sur la radiodiffusion allemande est entrée en vigueur. Elle consiste notamment en une réforme de la collecte de la redevance pour la radiodiffusion de service public. Celle-ci est dorénavant prélevée par foyer et non plus par appareil capable de recevoir des signaux de radiodiffusion. Pour les radiodiffuseurs de service public, un excédent de recettes de près d'1,1 milliard d'euros est ainsi attendu d'ici à 2017. Les futures modifications au traité inter-Länder sur la radiodiffusion porteront sur la protection des mineurs et la concentration des médias.

der ALM weiss allerdings nur jeder zehnte TV-Haushalt, dass er ein Smart-TV Gerät hat und nur 50 % schliessen dieses auch an das Internet an.

Im Vergleich zu anderen Ländern hat Pay-TV keine lange Tradition auf dem deutschen Markt. Die Übernahme des deutschen Pay-TV-Anbieters Premiere durch die US-amerikanische News Corporation (News Corp) im Juni 2008 ist ein Zeichen, Pay-TV langfristig zu etablieren. In Folge wurde im Juli 2009 das Premiere-Paket in „Sky Deutschland“ und die Premiere-Kanäle in Sky-Kanäle umbenannt. Sky hatte nach eigenen Angaben im dritten Quartal 2013 über 3,5 Mio. Kunden (in Deutschland und Österreich). Im Januar 2010 wurde von einer SES Astra-Tochter das neue Programmpaket HD+ gestartet, das im ersten Nutzungsjahr kostenlos angeboten wird. HD+ umfasst mittlerweile 24 verschlüsselte kommerzielle sowie 29 unverschlüsselte HD-Kanäle. Nach Angaben von SES wurden bis 31. März 2013 rund 1,1 Mio. zahlende Haushalte verzeichnet. Das IPTV-Angebot der Deutschen Telekom, Entertain, ist seit 1. September 2011 ebenfalls über Satellit verfügbar. Zwei Sat-TV-Pakete wurden wieder eingestellt: Arena Sat im 2010 und das Paket AllesSehen TV wurde im Mai 2011 eingestellt.

Auf dem deutschen Markt sind inzwischen nur noch zwei IPTV-Dienste vertreten: Mit der Aufgabe von Alice TV (HanseNet, im Besitz des O2-Telefónica Konzern) Ende 2013, dominiert Entertain (Deutsche Telekom) den deutschen IPTV-Markt. Die Deutsche Telekom hatte nach eigenen Angaben im 3. Quartal 2013 rund 2,1 Mio. IPTV-Abonnenten. Im Juli 2013 ging der mobile IPTV-Dienst Entertain To Go an den Start. Damit können Kunden Entertain-Inhalte im WLAN-Heimnetzwerk via Computer, Tablet oder Smartphone nutzen. Als zweiten Anbieter gibt es den 2011 von Vodafone erneut gestarteten TV-Dienst Vodafone TV, der 2013 rund 150 000 Kunden hatte.

Am 1. Januar 2013 trat der 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Kraft. Darin wird insbesondere die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks über die Rundfunkgebühr neu geregelt. Demnach werden die Gebühren pro Haushalt (Haushaltsabgabe) und nicht mehr für jedes rundfunktaugliche Gerät erhoben. Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden bis 2017 damit Mehreinnahmen in Höhe von rund 1,1 Mrd. Euro erwartet. Themen der nächsten Änderungen des Rundfunkstaatsvertrags sind Jugendschutz und Medienkonzentration.

➤ Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) Yearbook 2012/2013: <http://www.die-medienanstalten.de>
 (ALM): Digitalisierungsbericht 2013 / Digitisation Report 2013
 Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich: <http://www.kek-online.de>
 DVB-T: DasÜberallFernsehen: <http://ueberallfernsehen.de>
 Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 General information: <http://www.digitalfernsehen.de>

Film Industry

For the first time ever German BO surpassed the one-billion euro landmark. However, it was not so much due to the level of attendance (with a 4.2% increase on 2011) as the extraordinary hike in ticket pricing since 2009. After two years of steep increases driven by 3D, followed by more moderate rises in the last two years, the 2012 figure (EUR 7.65) confirms the average ticket price is returning to a more normal rate of growth. Unsurprisingly, 21.8% of the admissions were for 3D films. When it comes to German films, the market share fell from 22.0% in 2011 to 18.1% in 2012. Romantic comedy *Turkish for Beginners* was the only local production to make it into the top 10 with 2.4 million admissions. In turn, two European films led the box office: French hit *Intouchable* and British Bond instalment *Skyfall*. As usual, the US took the lion's share with 60.8% of the market while 19.8% went to non-national European films.

Although Germany was meant to be at the forefront of digitalization in Europe, its penetration rate was 65%, below the European average. By the end of the year, the FFA put in place the long anticipated digitization trust fund aimed at supporting smaller theatres with their conversion.

Soft money sources in Germany are far from having dried up, with some funds even increasing their subsidies. All uncertainties concerning continuation of the successful DFFF (German Film Fund) were dispelled after the Federal Parliament approved a three-year extension until the end of 2015. Overall, the volume of public support for film and TV production was roughly EUR 340 million, with equal commitments from the FFA and the DFFF accounting together for almost 60% of it.

At regional level funds in North Rhine-Westphalia, Berlin and Bavaria were the best endowed, representing 25% of public money in the country. Unsurprisingly Germany continues to attract foreign investment; not only Hollywood producers, but from all over the world. In 2012 a historic milestone was achieved with 68 feature fiction German co-productions with 38 different countries on first release. After years of legal disputes between the FFA and part of the exhibition sector over the levies imposed by the FFG (Film Subsidies Act), the legal text was referred to the Constitutional Court in 2011. It was not until early 2014 that said tribunal declared it to be constitutional.

➔ FFA, SPIO, Blickpunkt Film, OBS

Industrie cinématographique

Pour la première fois en Allemagne, les recettes au guichet ont dépassé le seuil du milliard d'euros. Toutefois, cela s'explique moins par le niveau de fréquentation (en augmentation de 4,2 % par rapport à 2011) que par la hausse extraordinaire du prix du billet depuis 2009. Après deux années de fortes hausses dues à la 3D, suivies par les hausses plus modérées des deux dernières années, le chiffre de 2012 (7,65 EUR) confirme que le prix moyen du billet retrouve un taux de croissance plus normal. Sans surprise, les films en 3D représentent 21,8 % des entrées.

La part de marché des films allemands est passée de 22,0 % en 2011 à 18,1 % en 2012. Avec 2,4 millions d'entrées, la comédie romantique *Turkish for Beginners* est la seule production locale à faire partie des 10 films ayant réalisé le plus d'entrées. Deux films européens sont en tête de ce classement : le succès français *Intouchable* et le volet de la saga britannique des James Bond, *Skyfall*. Comme toujours, les Etats-Unis s'octroient la part du lion avec 60,8 % du marché, contre 19,8 % pour les films européens non nationaux.

Alors que l'Allemagne devait être à la pointe de la numérisation en Europe, son taux de pénétration (65 %) est inférieur à la moyenne européenne. A la fin de l'année, la FFA a mis en place le fonds prévu de longue date pour soutenir la conversion des petits cinémas.

Les sources d'argent non réglementé en Allemagne n'ont pas tari, certains fonds augmentant même leurs subventions. Toutes les incertitudes concernant la poursuite du prospère DFFF (Fonds cinématographique allemand) ont été dissipées après que le Parlement fédéral a approuvé sa prolongation de trois ans, jusqu'à fin 2015. Dans l'ensemble, le volume des aides publiques à la production cinématographique et télévisuelle a été d'environ 340 millions EUR, avec la participation égale de la FFA et du DFFF qui représentent ensemble près de 60 % du financement.

Au niveau des fonds régionaux, ceux de Rhénanie du Nord-Westphalie, de Berlin et de Bavière sont les mieux dotés, représentant 25 % de l'argent public dans le pays. Sans surprise, l'Allemagne continue d'attirer les investissements étrangers, non seulement d'Hollywood, mais de partout dans le monde. 2012 marque un jalon historique avec la sortie en salle de 68 films de fiction allemands réalisés en coproduction avec 38 pays.

Après des années de litiges juridiques entre la FFA et une partie du secteur de l'exploitation sur les taxes imposées par la FFG (loi sur les subventions cinématographiques), le texte de loi a été renvoyé devant la Cour constitutionnelle en 2011. Cette dernière l'a déclaré constitutionnel début 2014.

Filmindustrie

Erstmals in der Geschichte der deutschen Filmindustrie überschritten die Bruttoeinnahmen an den Kinokassen in Deutschland die Milliardengrenze. Das lag jedoch weniger an der Zahl der Kinobesucher (4,2 % mehr als 2011) als an dem außerordentlichen Anstieg der Eintrittspreise seit 2009. Nach zwei Jahren rasanter Preiserhöhungen, die auf das Konto der 3D-Filme gehen (und die sich in den letzten beiden Jahren etwas abgeschwächt haben), hat sich der Durchschnittspreis 2012 wieder auf ein normales Niveau eingependelt (7,65 EUR). 21,8 % der Kinobesucher entfielen auf 3D-Filme.

Der Marktanteil deutscher Filme ist von 22 % 2011 auf 18,1 % im Jahr 2012 gesunken. Die romantische Komödie *Türkisch für Anfänger* war der einzige deutsche Film, der es in die Top 10 geschafft hat (2,4 Mio. Besucher). Angeführt wurden die Top 10 von zwei europäischen Filmen: dem französischen Erfolgsschlag *Ziemlich beste Freunde* und dem jüngsten James-Bond-Film *Skyfall*. Wie üblich entfiel der Löwenanteil des Marktes mit 60,8 % auf US-Filme. Europäische Filme konnten sich 19,8 % der Marktanteile sichern.

Obwohl man eigentlich hätte erwarten können, dass Deutschland bei der Kinodigitalisierung in Europa an der Spitze steht, liegt die Penetrationsrate mit 65 % unter dem europäischen Durchschnitt. Ende des Jahres hat die FFA den lange erwarteten Digitalisierungs-Treuhandfonds aufgelegt, mit dem kleinere Filmtheater bei der Umstellung unterstützt werden sollen.

So genannte „Soft money“-Quellen sprudeln nach wie vor kräftig in Deutschland, einige der Fonds haben sogar ihre Zuschüsse erhöht. Nachdem der Bundestag beschlossen hat, den erfolgreichen Deutschen Filmförderfonds (DFFF) um drei Jahre bis Ende 2015 zu verlängern, sind nun die Unsicherheiten vom Tisch. Insgesamt standen etwa 340 Millionen EUR an öffentlicher Unterstützung für Film- und Fernsehproduktionen zur Verfügung. Fast 60 % davon wurden von der FFA und dem DFFF zu gleichen Beträgen zur Verfügung gestellt.

Auf Länderebene waren die Filmförderfonds in Nordrhein-Westfalen, Berlin und Bayern am besten ausgestattet. Sie machten 25 % der öffentlichen Förderung aus. Deutschland ist für ausländische Investoren überaus attraktiv, nicht nur für Hollywood-Produzenten, auch für Filmproduzenten aus aller Welt. 2012 wurde mit 68 Filmen, die mit deutscher Koproduktion gedreht wurden, ein historischer Rekord erreicht. Die Filme kamen in 38 Ländern in die Kinos.

Nach Jahren der Auseinandersetzungen zwischen der FFA und Teilen des Kinosektors über die Filmabgabe, die im Filmförderungsgesetz festgelegt wurde, wurde das Gesetz 2011 an das Verfassungsgericht verwiesen. Das Bundesverfassungsgericht erklärte die Filmabgabe Anfang 2014 für verfassungsgemäß.

DE1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	81 844
Households	40 129

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			39 065
Cable TV subscriptions	45.9%	18 400	
Digital cable TV households	13.6%		5 451
Digital DTH/SMATV households	40.3%		16 185
Pay DTH/SMATV subscriptions	4.1%	1 648	
IPTV households	4.7%		1 904
Pay IPTV subscriptions	5.2%	2 088	
DTT households	6.4%		2 576
Pay DTT subscriptions			
Total digital TV households	65.1%		26 116
Total pay TV subscriptions	55.2%	22 136	
Households with DVD player	69.8%		28 019
Households with Blu-ray disc player	12.7%		5 081
Households with PC	84.9%		34 056
Households with broadband connections	61.4%		24 622
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	21.4%		8 581

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

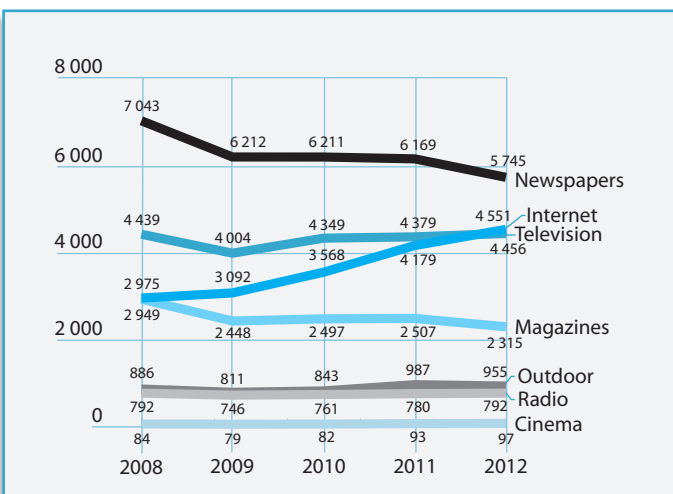
		Total in thousands
Active smartphones	46.8%	38 335
Active tablets	9.5%	7 774
Advanced game consoles	14.1%	11 535

IHS Screen Digest

DE2

Advertising
2008-2012

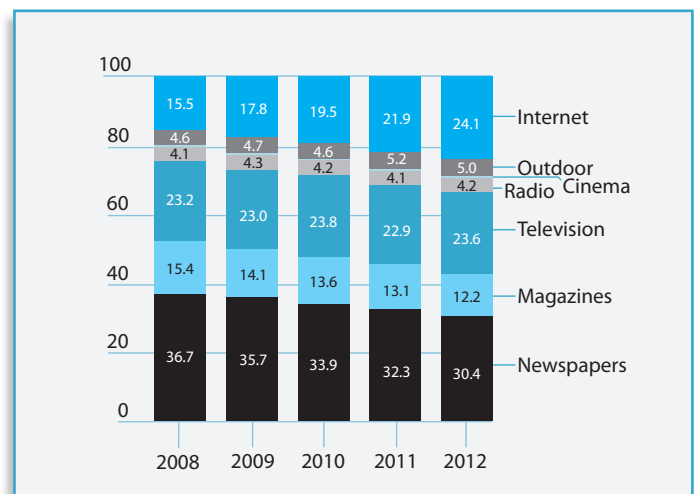
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

DE3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Deutsche Telekom AG (cons.) ①	3Play	T-Home	63 919.0	63 015.0	61 137.0	-3.0%
Vodafone D2 GmbH ①	3Play	Vodafone TV	9 613.0	9 844.0	9 641.0	-2.1%
ARD (cons.)	tv, rad	ARD	6 261.6	6 248.5	6 114.6	-2.1%
ProSiebenSat.1 Media AG (cons.) ②	tv, odas	Pro7, Sat.1, Kabel1, Maxdome	3 012.2	2 971.2	2 369.6	-20.2%
Nintendo of Europe GmbH	VG	Nintendo	2 793.7	1 931.8	~	~
ZDF	sptv	ZDF, Kinderkanal, Phoenix,...	1 965.9	2 109.5	1 961.1	-7.0%
Kabel Deutschland GmbH ①	3Play	Kabel Deutschland	1 598.9	1 711.8	1 842.5	7.6%
Unitymedia Kabel BW GmbH	3Play	Unitymedia Digital TV	866.9	1 053.0	1 801.6	71.1%
RTL Television GmbH	adv	RTL	1 562.2	1 554.5	1 615.0	3.9%
Sky Deutschland GmbH ③	packtv	Sky Deutschland	976.8	1 138.7	1 333.2	17.1%

① Includes telecommunications activities.

② By sale and purchase agreement of 14/12/2012, ProSiebenSat.1 Group sold its TV and radio operations in Denmark, Sweden, Norway and Finland to Discovery Networks International Holdings Ltd., London, Great Britain

③ 2010 pro forma.

➡ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	ca 20	ca 20	Kabeldeutschland, Orion Cable, Primacom, Tele Columbus GmbH, Unity Media KabelBW GmbH (UPC), ...
Satellite packagers	4	4	Deutsche Telekom, Eutelsat Visavision, HD+ GmbH (SES), Sky Deutschland
IPTV packagers	3	3	Deutsche Telekom (T-Home), Vodafone, Telefonica (Alice TV) ①
DTT multiplex operators and packagers	10	10	Media Broadcast and 9 ARD regional stations. (Pay DTT from Eutelsat/RTL "Viseo+")
Mobile TV packagers	1	1	T-Mobile
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Phillips Net TV, Sony Bravia, Panasonic
Online stores with VoD EST or AV apps.	1	7	Amazon App Shop (LU), Blackberry App World (LU), iTunes Store (LU), Google Play (US), Ovi (FI), Samsung App Store (DE), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded catalogues	1	3	Dailymotion (FR), Snack TV (DE), YouTube (US)

① Telefonica has announced the closure of Alice TV as at 31.12.2013.

➡ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	ARD	Public	21	>27.2%	>27.3%
2	RTL Group (LU)	Private	17	> 26.5%	>25.5%
3	ProSiebenSat.1 Media AG	Private	20	>20.7%	>19.8%
4	ZDF	Public	10	>14.5%	>15.6%
5	Viacom	Private	16	>1.17%	>1.9%

➡ European Audiovisual Observatory

DE4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

	EUR million					In %					
Income	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	7 345.8	7 679.4	7 617.6	7 605.4	7 301.7	86.7	87.8	87.2	85.8	85.7	-4.0%
- Aid/Grants	292.6	296.2	291.4	291.9	28.8	3.5	3.4	3.3	3.3	0.3	-90.1%
- Licence fee	7 053.3	7 383.2	7 326.2	7 313.5	7 272.9	83.3	84.4	83.8	82.5	85.3	-0.6%
Total commercial income	1 059.2	961.7	1 086.2	1 120.6	1 081.8	12.5	11.0	12.4	12.6	12.7	-3.5%
- Advertising	415.2	355.3	401.3	419.8	410.2	4.9	4.1	4.6	4.7	4.8	-2.3%
- Other commercial revenues	644.0	606.5	684.8	700.8	671.6	7.6	6.9	7.8	7.9	7.9	-4.2%
Others	64.1	104.7	37.0	141.2	139.9	0.8	1.2	0.4	1.6	1.6	-1.0%
TOTAL	8 469.2	8 745.9	8 740.8	8 867.2	8 523.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-3.9%

Companies included: ARD, Deutschlandradio, Deutsche Welle, ZDF.

➡ European Audiovisual Observatory

DE5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	13	24	37
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	23	346	369
TV Regional/Local	15	164	179
TV Regional/Local Windows	27	16	43
TV channels targeting foreign markets	6	43	49
Total	84	593	677
Foreign TV channels targeting the country	5	77	82

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	77	~
Catch-up TV services	126	140
VoD Generalist/ Film / Fiction	38	55
VoD Music / Music events	5	12
VoD Film	26	50
VoD Documentary	7	8
VoD Children/ Animation	13	20
Film/TV Archives and Trailers	12	16
Sport	5	11
Other	21	~
Total	330	~

Note : The BLM Web-TV Monitor 2012 identified 1 424 "web-TV" services (broad definition) active in Germany.

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial	Cable		Satellite	IPTV
	Full free offer	Kabel Deutschland	Unity Media	Sky Deutschland	Deutsche Telekom Entertain
TV Channels					
Generalist - national ¹	17	16	16		18
Generalist - foreign	1	11	10		6
Adult		1	2	1	3
Children	3	14	17	9	12
Culture/ education/ documentary	6	15	19	7	16
Minority interest groups		4	4		1
Entertainment/ TV fiction/ games	7	22	29	13	19
Film		5	6	9	5
Home shopping	4	6	10		3
HD simulcast of an existing channel		29	31	24	39
International linguistic and cultural		22	17		7
Lifestyle/ specific leisure/ travel	1	5	5	2	4
Music	1	7	12	4	15
News/ business	6	26	29		18
Regional/ local / windows	39	14	6		39
Religion	1	4	4		1
Sports	1	6	15	7	10
Various		1	1	2	2
Total (of which HD)	87	208 (29)	233 (31)	78 (24)	218 (39)
On-demand audiovisual services					
VoD		2	2	2	2
Catch-up		45	21	2	45
Other services				1 ²	
Total	0	47	23	5	47

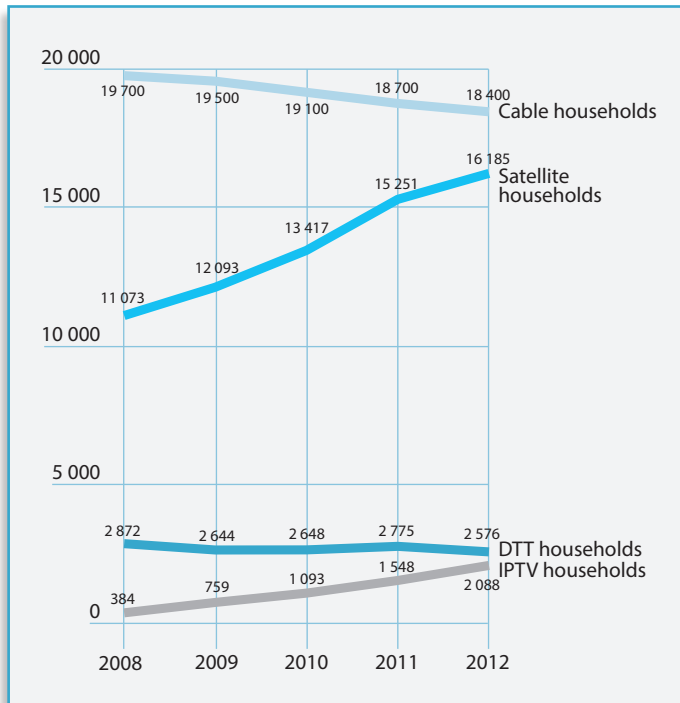
¹ For DTT includes regional PSB available nation-wide.² Sky Deutschland @ YouTube.

European Audiovisual Observatory

DE6

Market trends
2008-2012

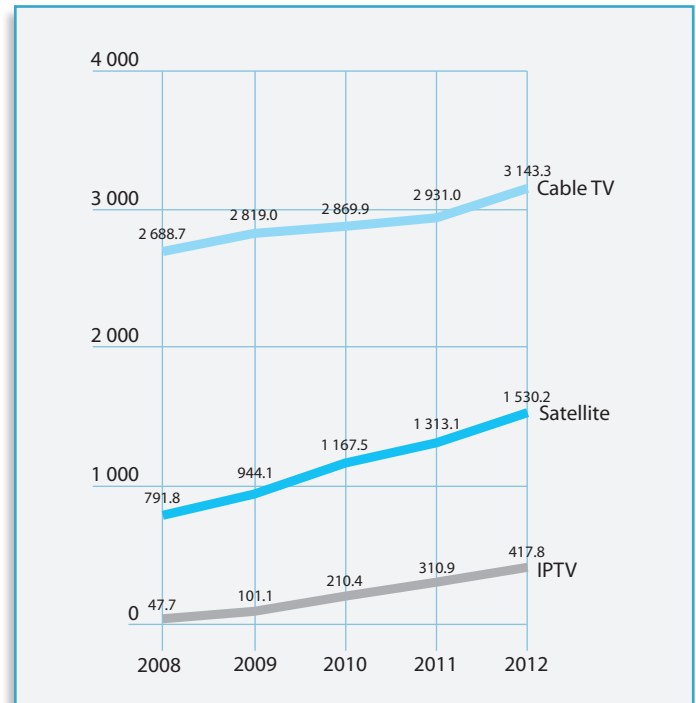
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

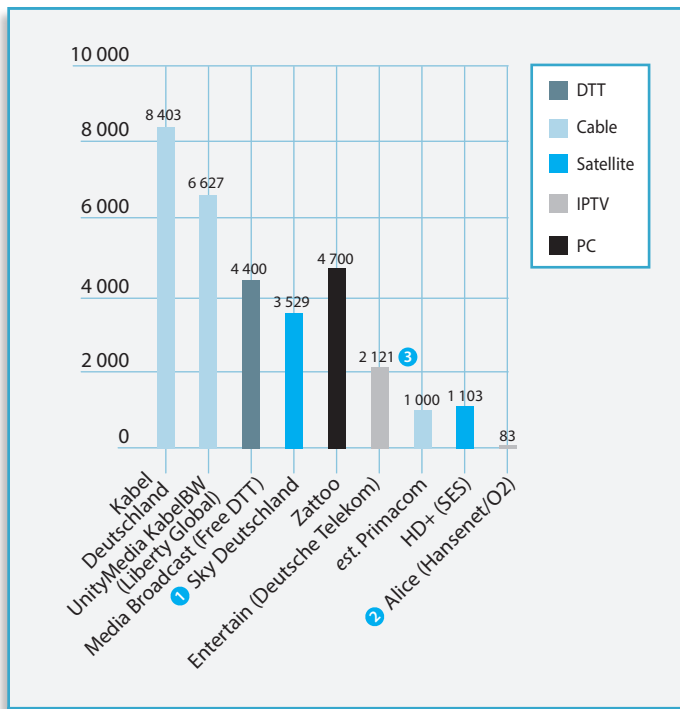
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

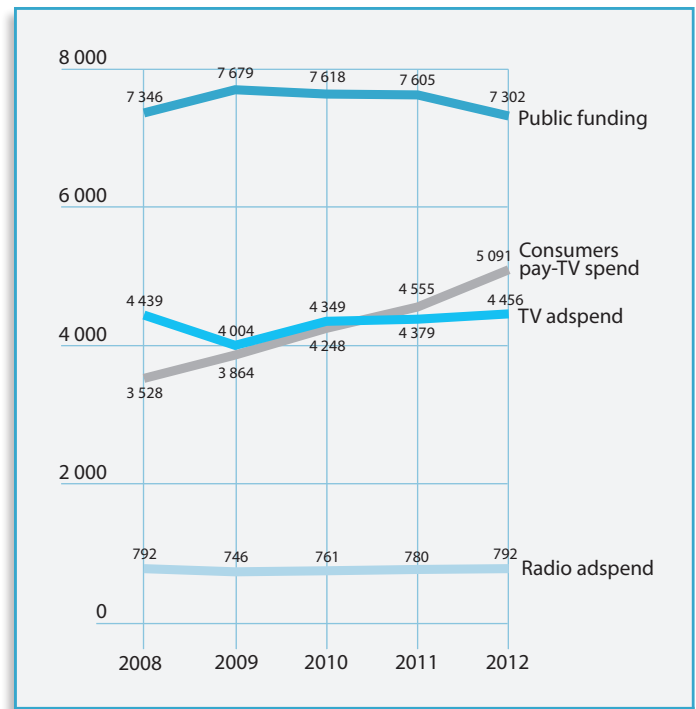
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

1 Includes customers in Austria. European Audiovisual Observatory
2 Alice TV service stopped in December 2013.

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

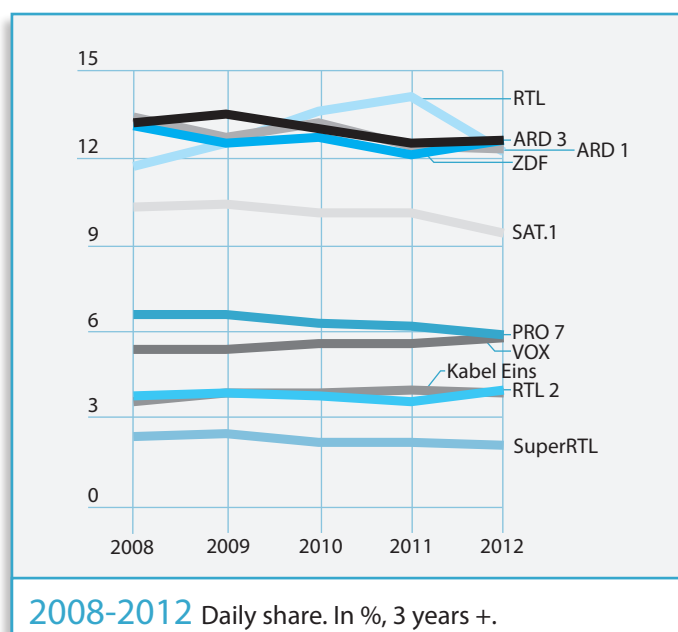
European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC, ARD, Deutschlandradio, ZDF

DE7

TV audience market share in Germany

2008-2012 Daily share. In %, 3 years +.

Channels	Daily share 2008	2009	2010	2011	2012
ARD 3	13.2	13.5	13.0	12.5	12.6
ARD 1	13.4	12.7	13.2	12.4	12.3
ZDF	13.1	12.5	12.7	12.1	12.6
KI.KA	1.3	1.4	1.4	1.3	1.4
3sat	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0
PHOENIX	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1
ARTE	0.6	0.7	0.8	0.8	0.8
ZDF Neo	-	0.1	0.2	0.4	0.6
ZDF Infokanal	-	0.1	0.1	0.1	0.4
ZDF Kultur					0.1
German public channels	43.6	43.1	43.4	41.7	42.9
RTL	11.7	12.5	13.6	14.1	12.2
SAT.1	10.3	10.4	10.1	10.1	9.4
PRO 7	6.6	6.6	6.3	6.2	5.9
VOX	5.4	5.4	5.6	5.6	5.8
RTL 2	3.8	3.9	3.8	3.6	4.0
Kabel Eins	3.6	3.9	3.9	4.0	3.9
SuperRTL	2.4	2.5	2.2	2.2	2.1
N 24	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Tele 5	0.9	1.0	0.9	1.0	1.0
n-tv	0.8	0.9	0.9	1.0	0.9
Sport 1 (formerly DSF)	0.9	0.9	0.8	0.9	0.7
NICK	0.8	0.9	0.8	0.8	0.7
DMAX	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
Sixx				0.3	0.6
VIVA	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5
RTL Nitro					0.5
Comedy Central	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3
Das VIERTE	0.8	0.6	0.2	0.2	0.2
Sky Bundesliga				0.2	0.2
13 th Street					0.2
Syfy					0.2
Servus TV Deutschland					0.1
Main German private channels	51.1	52.5	52.1	53.7	52.1
Eurosport	0.9	0.9	0.7	0.7	0.7
Anixe				0.1	0.1
Others	4.4	3.5	3.8	3.8	4.2



Eurodata TV
Worldwide / AGF-GfK
Fernsehforschung

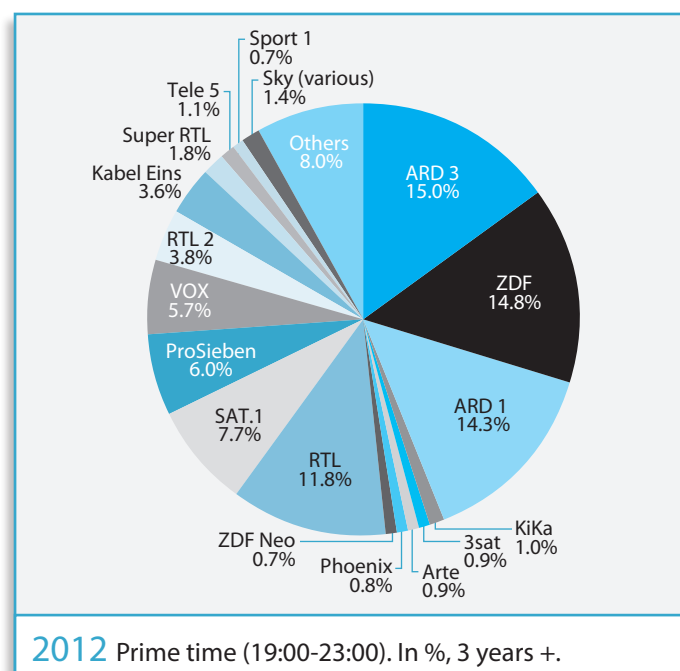
DE8

TV audience market share in Germany

2008-2012 Prime time (19:00-23:00). In %, 3 years +.

Channels	Prime time (19:00-23:00)		2010	2011	2012
	2008	2009			
ARD 3	15.4	15.7	15.2	14.8	15.0
ZDF	14.9	14.3	14.7	14.3	14.8
ARD 1	15.0	14.4	15.0	14.2	14.3
KiKa	0.7	0.8	0.9	1.0	1.0
3sat	1.0	1.0	0.9	0.9	0.9
Arte	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9
Phoenix	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8
ZDF Neo	-	0.1	0.2	0.4	0.7
ZDF Infokanal	-	0.1	0.1	0.1	0.3
ZDF Kultur					0.1
German public channels	48.5	48.0	48.6	47.4	48.8
RTL	12.6	13.0	13.3	13.6	11.8
SAT.1	7.6	7.8	8.1	8.2	7.7
ProSieben	6.8	6.8	6.7	6.5	6.0
VOX	5.8	5.9	5.8	5.9	5.7
RTL 2	3.5	3.6	3.6	3.3	3.8
Kabel Eins	3.4	3.4	3.3	3.6	3.6
Super RTL	2.1	2.2	2.0	2.0	1.8
Tele 5	0.9	1.0	0.9	1.1	1.1
Sport 1 (formerly DSF)	1.0	0.9	0.8	0.8	0.7
DMAX	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6
Sixx					0.6
n-tv	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5
N 24	0.7	0.6	0.6	0.5	0.5
Comedy Central	0.2	0.3	0.3	0.4	0.3
Das Vierte	0.9	0.8	0.3	0.3	0.3
VIVA	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3
RTL Nitro					0.3
13 th Street					0.2
NICK	0.5	0.3	0.3	0.3	0.2
SKY BUNDESLIGA					0.2
SKY CINEMA					0.2
German private channels	47.4	47.9	47.4	48.0	47.4
Eurosport	0.6	0.6	0.0	0.5	0.5
Others	3.5	3.5	4.0	4.1	3.3

Nick and Das Vierte have been measured since the end of September 2005 => Average based on the period «October-December 2005».

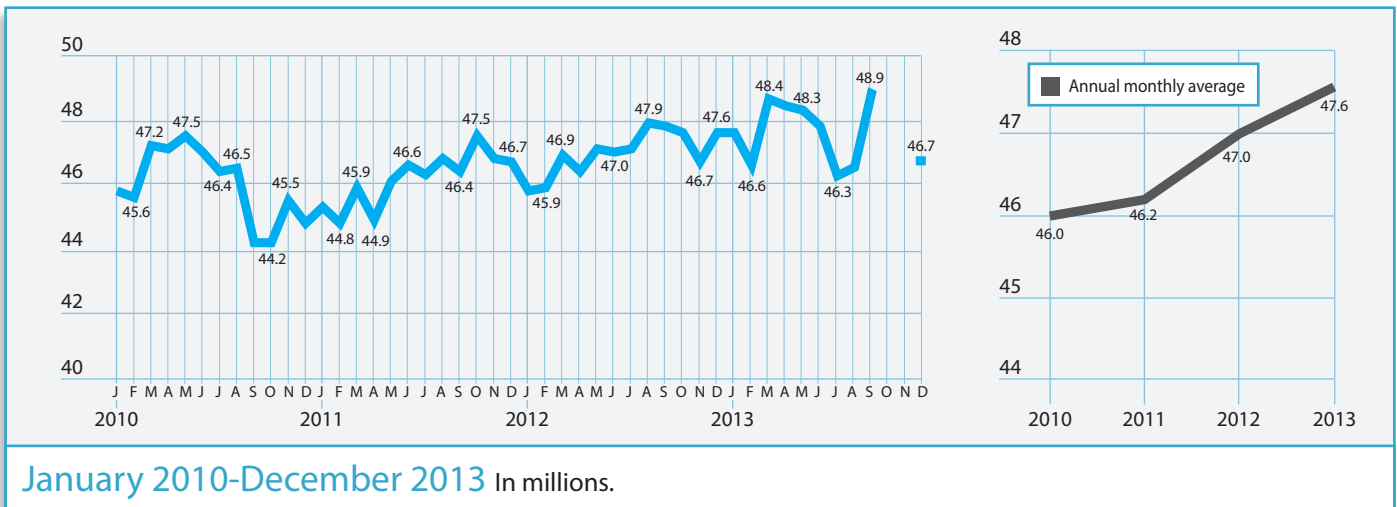
Eurodata TV
Worldwide / AGF-GfK
Fernsehforschung

DE9

Online video viewing

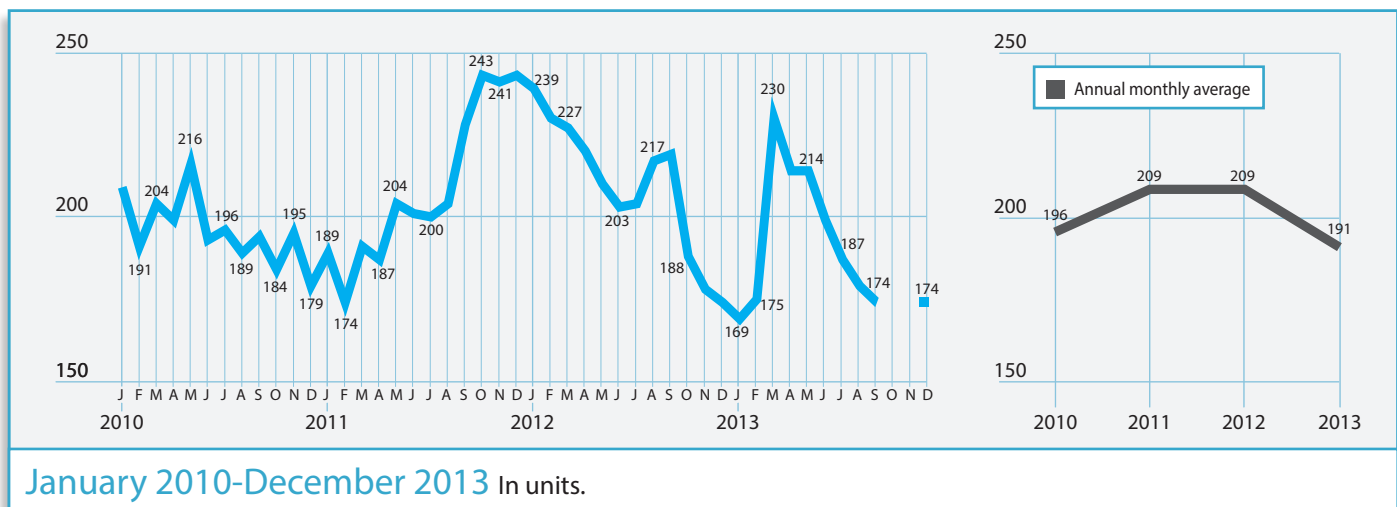
2010-2013 Fixed Internet only.

Unique viewers



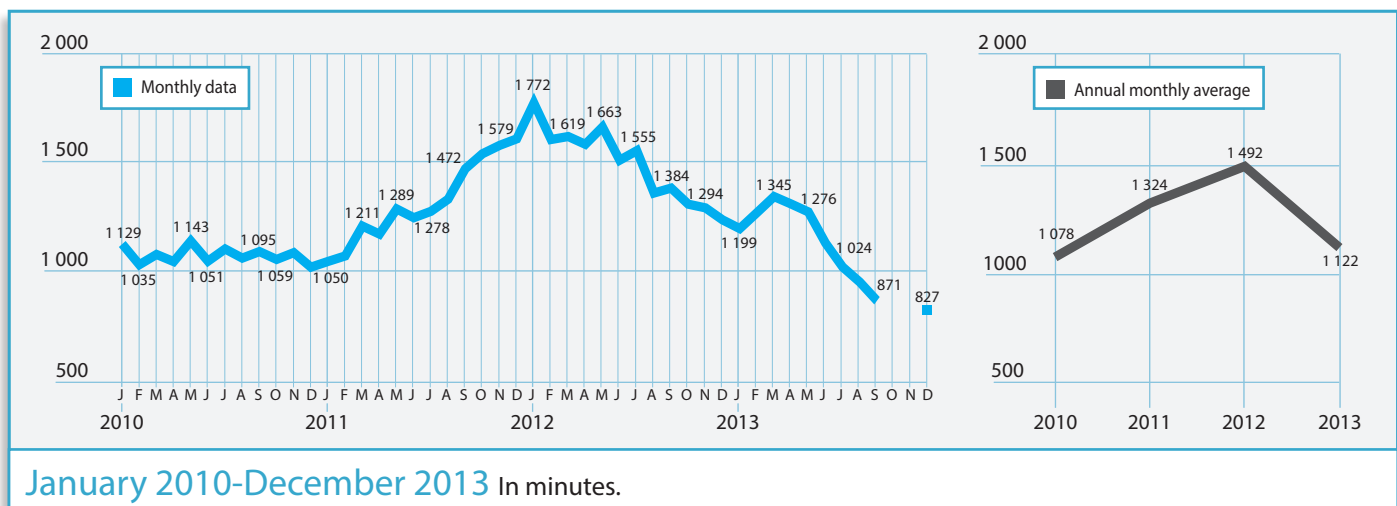
ComScore

Videos per viewer



ComScore

Time per viewer



ComScore

DE10

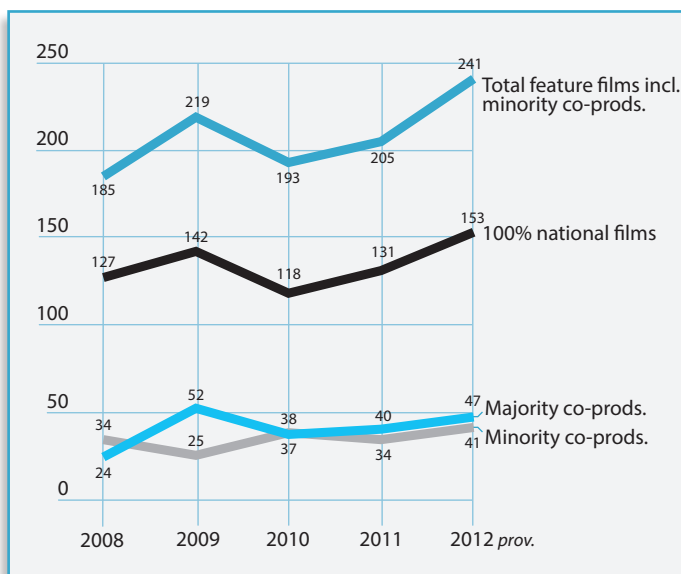
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	17 048	17 280	17 398	17 639	17 713	OBS
Screens	4 810	4 734	4 699	4 640	4 617	FFA
Cinema sites	1 793	1 744	1 714	1 671	1 652	FFA
Digital screens	162	566	1 248	2 011	3 134	MS
Digital cinema sites	71	317	560	678	988	MS
Digital screen penetration	3%	12%	27%	43%	68%	OBS
Digital site penetration	4%	18%	33%	41%	60%	OBS

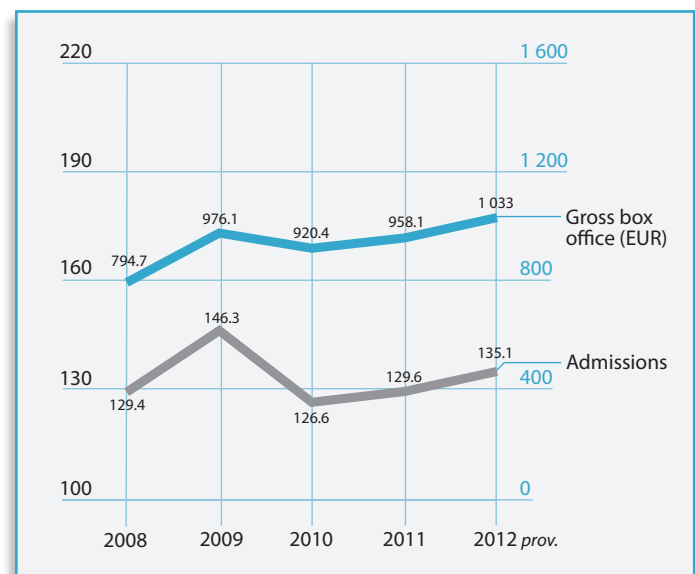
➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / FFA (German Federal Film Board)

Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹¹ Includes feature documentaries.

➔ SPIO (umbrella organisation of the film industry)

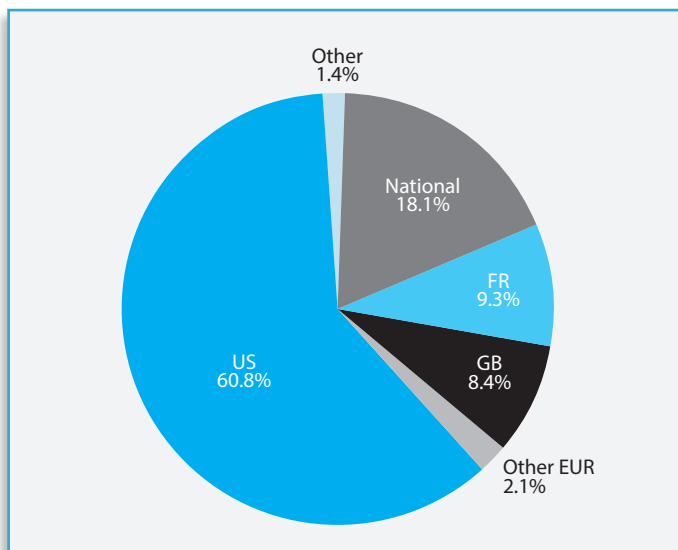
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ FFA

Market share according to the origin of films

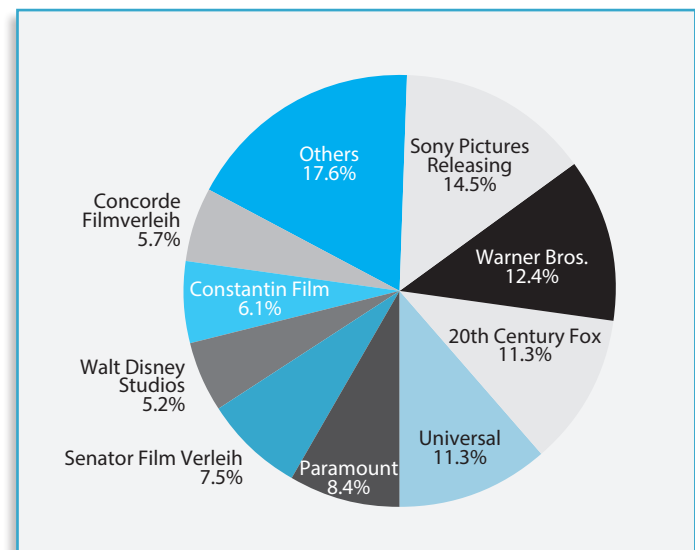


2012 In % of total admissions.

Shares for ES and IT included in Other EUR.

➔ SPIO

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ Blickpunkt

DE11

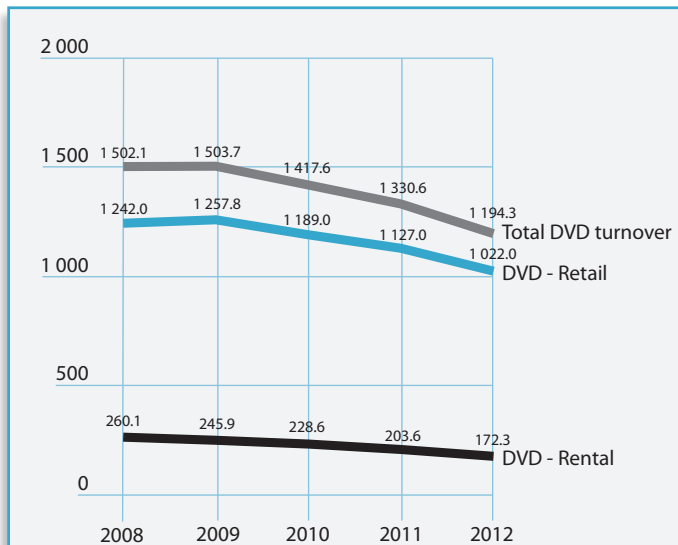
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	28.78	29.20	28.85	28.36	28.02
DVD player penetration of TV households	74.35%	75.22%	74.13%	72.72%	71.72%
Blu-ray disc player households	0.12	0.64	1.74	3.30	5.08
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.30%	1.64%	4.46%	8.46%	13.01%

IHS Screen Digest

DVD turnover

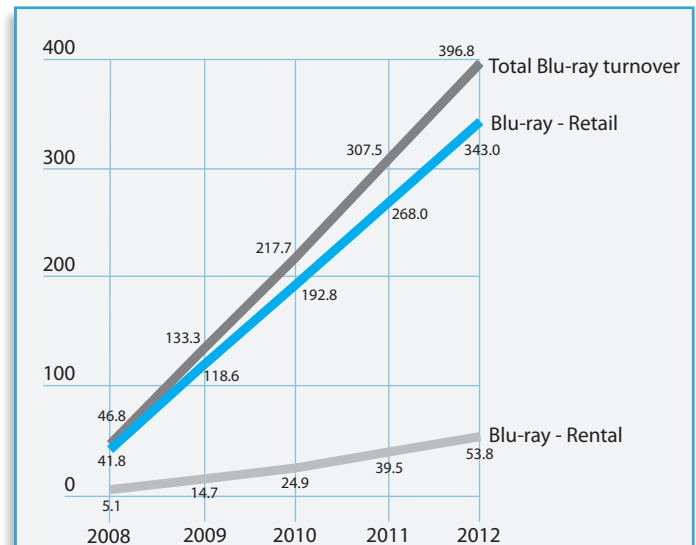


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

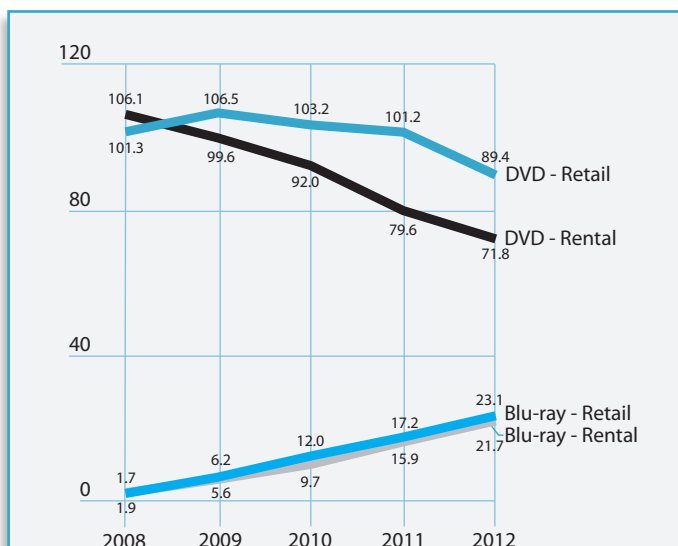


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

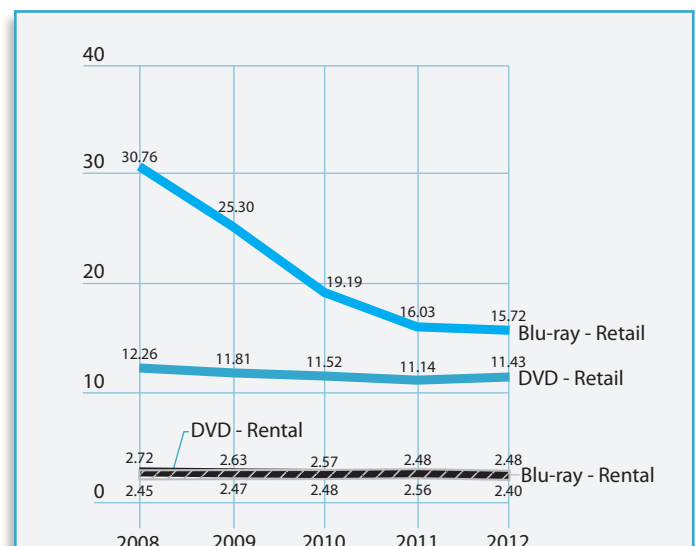
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

OBS after IHS Screen Digest

Denmark is the only European market in which public channels, operated by the two public broadcasters, DR and TV2, still attract more than half of average daily audiences (65,9% in 2012).

The audience share market is still dominated by TV2, which, during 2012, reported a daily audience of 24%, followed by DR1 (19,4%). The two main public channels therefore account for 43,4% of average daily audiences in 2012 (although showing a huge drop if compared with the 61,9% reported in 2006). Despite the creation of various special-interest channels, the entire public sector saw its total audience drop from 72,4% in 2006 to 65,9% in 2012. The most popular private channel is TV3 (Swedish MTG group), with a daily market share of 4,3%. The other main private channels are TV3+ (MTG group, 3,1% daily audience share) and Kanal 5 (Pro-SiebenSat.1 Media AG), whose daily audience share grew from 3,3% in 2011 to 3,7% in 2012.

From 11 January 2012, TV2 and the other channels branded TV2 Charlie, TV2 News and TV2 Zulu are only available on pay-TV, this concluding a long path towards privatisation, started in 2003. Until the conversion from free-to-air to pay-TV channel, TV 2 had solely made its revenue based on advertising.

The most relevant stages in the privatisation of TV2 since 2003 are as follows. In May 2004, the European Commission concluded that TV2 had received illegal public funding and demanded that it pay back EUR 84,4 million to the Danish authorities. The Commission's demand was appealed by the Court of First Instance of the European Communities in its judgment of 22 October 2008. In August 2008, the Commission approved emergency aid to be provided by the Ministry of Culture. Finally, in January 2009 the government published a plan aimed at partially transforming TV2 into a pay-TV channel from 2012.

Denmark completed its switch-off in 2009, the two largest terrestrial multiplexes are controlled by Digi-TV (a company jointly owned by DR and TV2). They transmit 17 national public channels and around 180 local community and/or non-commercial channels, some of which were launched in January 2012. The other three multiplexes are operated by Boxer TV (subsidiary of the Swedish Boxer group) and form the DTT pay-TV platform that complements the free service. An initial package of 10 channels was launched in February 2009, before other channels were added in November 2009, when the analogue signals were switched off. In total, Boxer provided 38 pay-TV channels in 2012. On April 2012, Boxer announced the launch of a TV2 HD service.

Le marché danois est le seul en Europe où les chaînes publiques, éditées par les deux radiodiffuseurs publics DR et TV 2, rassemblent encore plus de la moitié des parts de marché d'audience quotidienne (65,9 % en 2012).

Le marché des parts d'audience reste dominé par TV2 qui, en 2012, enregistre une audience quotidienne de 24 %, suivie par DR1 (19,4 %). Les deux premières chaînes publiques rassemblent donc 43,4 % de part de marché d'audience quotidienne en 2012 (malgré un très fort recul par rapport aux 61,9 % enregistrés en 2006). Malgré la création de diverses chaînes thématiques, l'ensemble du secteur public a néanmoins vu son audience totale tomber de 72,4 % en 2006 à 65,9 % en 2012. La première chaîne privée est TV3 (groupe suédois MTG), dont la part de marché est à 4,3 % d'audience quotidienne. Les principales autres chaînes privées sont TV3+ (groupe MTG, 3,1 % d'audience quotidienne) et Kanal 5 (Pro-SiebenSat.1 Media AG), qui est passée de 3,3 % en 2011 à 3,7 % en 2012.

Depuis le 11 janvier 2012, TV2 et les autres chaînes TV2 Charlie, TV2 News et TV2 Zulu ne sont disponibles que sur la télévision payante, ce qui conclut un long chemin vers la privatisation débuté en 2003. Jusqu'à sa conversion d'une chaîne gratuite en une chaîne payante, le chiffre d'affaires de TV2 reposait uniquement sur la publicité.

Les principales étapes de la privatisation de TV2 depuis 2003 sont les suivantes. En mai 2004, la Commission européenne a considéré que TV 2 avait bénéficié d'aides publiques illégales ; elle a donc exigé le remboursement à l'Etat danois de 84,4 millions d'euros et a interjeté appel de la décision de la Commission devant le Tribunal de première instance des Communautés européennes qui l'a annulée dans son arrêt du 22 octobre 2008. En août 2008, la Commission a approuvé une aide d'urgence devant être apportée par le ministère de la Culture. En janvier 2009, le gouvernement a publié un plan visant à transformer partiellement TV 2 en chaîne payante à partir de 2012.

Le Danemark a terminé l'abandon de l'analogique en 2009. Les deux premiers multiplex sont contrôlés par Digi-TV (société appartenant pour moitié à DR et pour moitié à TV 2) et diffusent gratuitement 17 chaînes nationales publiques ainsi que près de 180 chaînes locales associatives et/ou non commerciales, dont certaines ont été lancées en janvier 2012. Les trois autres multiplexes sont opérés par Boxer TV (filiale du groupe suédois éponyme) et forment la plate-forme de TNT payante, complémentaire de l'offre gratuite. Un premier bouquet d'une dizaine de chaînes a été lancé en février 2009 et la diffusion des autres chaînes a débuté en novembre

Der dänische Markt ist der einzige in Europa, in dem die von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten DR und TV 2 betriebenen Sender noch mehr als die Hälfte der täglichen Zuschauermarktanteile erzielen (65,9 % im Jahr 2012).

Die meisten Zuschauermarktanteile hat nach wie vor TV2. 2012 lag der tägliche Zuschauermarktanteil des Senders bei 24%, gefolgt von DR1 (19,4 %). Die beiden größten öffentlich-rechtlichen Sender kamen 2012 auf 43,4 % der täglichen Zuschauermarktanteile (im Vergleich zu den 61,9 % im Jahr 2006 ist dies allerdings ein erheblicher Rückgang). Trotz des Sendestarts verschiedener Spartenkanäle fiel der Zuschauermarktanteil der öffentlich-rechtlichen Programme von insgesamt 72,4 % 2006 auf 65,9 % in 2012. Der wichtigste Privatsender ist TV3 (der schwedischen MTG-Gruppe), dessen täglicher Zuschauermarktanteil stabil bei 4,3 % lag. Die wichtigsten anderen Privatsender sind TV3+ (MTG, mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 3,1 %) und Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), dessen Zuschauermarktanteil sich von 3,3 % 2011 auf 3,7 % 2012 erhöhte.

Seit dem 11. Januar 2012 sind TV2 und die Spartenkanäle TV2 Charlie, TV2 News und TV2 Zulu nur noch über Pay-TV empfangbar. Damit wurde ein langer Weg in die Privatisierung abgeschlossen, der 2003 begonnen hatte. Bis zur Umwandlung aus einem frei empfangbaren in einen Pay-TV-Sender hatte sich TV 2 ausschließlich aus Werbemaßnahmen finanziert.

Die Privatisierung von TV2 erfolgte seit 2003 in mehreren Etappen: Im Mai 2004 erklärte die Europäische Kommission, dass TV2 unrechtmäßig öffentliche Beihilfen erhalten habe, und forderte das Unternehmen auf, dem Staat 84,4 Mio. EUR zurückzuzahlen. Die Forderung der Kommission wurde vom Gericht erster Instanz des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften in seinem Urteil vom 22. Oktober 2008 abgewiesen. Im August 2008 genehmigte die Kommission eine Rettungsbeihilfe des dänischen Kulturministeriums. Im Januar 2009 legte die Regierung schließlich einen Plan vor, mit dem TV2 ab 2012 teilweise in einen Pay-TV-Sender umgewandelt wurde.

Die Abschaltung des Analogsignals war in Dänemark bereits 2009 abgeschlossen. Die beiden größten Multiplexe werden von Digi-TV kontrolliert (einer Gesellschaft, die jeweils zur Hälfte DR und TV2 gehört) und verbreiten kostenlos 17 landesweite öffentlich-rechtliche Sender sowie fast 180 lokale von Vereinen betriebene und/oder nicht-kommerzielle Sender, von denen einige im Januar 2012 ans Netz gingen. Die drei anderen

Cable is still dominating the pay-TV market, with 1 142 000 TV households, and with the operator You-See A/S (TDC group) virtually controlling the market, being the largest TV distributor in Denmark and providing TV signals for approximately 46 percent of all Danish households. After YouSee are Stofa (Sweden's TeliaSonera group), which has about 400 000 subscribers, and Canal Digital (Norway's Telenor group), which has about 55 000 subscribers.

Canal Digital also distributes a satellite package, which competes with Viasat (the MTG group). The two packages are in direct competition in Denmark as they are in the three other Nordic markets.

Regarding IPTV, it appears to be a rapidly growing market in Denmark. Following a concentration process, four IPTV transmission companies shared the market in 2012.

On May 2013, the Danish Broadcasting Act was amended in such a way to introduce once again the cut-off of product placement, which was indeed allowed since 2009, with the implementation of the AVMS Directive. The re-introduction of the ban does not affect in any way the possibility of broadcasting foreign programmes containing product placement, nor does it have any consequences on sponsorship contracts.

2009 lors de l'extinction des transmissions analogiques. Au total, en 2012, Boxer propose 38 chaînes payantes en 2012. En avril 2012, Boxer a annoncé le lancement d'un service HD de TV2.

Avec 1 142 000 foyers abonnés, le câble continue de dominer le marché de la télévision payante. L'opérateur You-See A/S (groupe TDC) contrôle la quasi-totalité du marché : il s'agit du principal distributeur de télévision au Danemark et il couvre environ 46 % de tous les foyers danois. Derrière YouSee, Stofa (filiale du groupe suédois TeliaSonera) rassemble environ 400 000 abonnés et Canal Digital (contrôlé par le groupe norvégien Telenor) compte 55 000 abonnés.

Canal Digital distribue aussi un bouquet satellite, concurrencé en cela par Viasat (groupe MTG). Les deux bouquets s'affrontent au Danemark comme sur les trois autres marchés nordiques.

Quant à l'IPTV, c'est un marché en pleine croissance au Danemark. Après un processus de concentration, quatre entreprises de transmission IPTV se partagent le marché en 2012.

En mai 2013, la loi sur la radiodiffusion danoise a été modifiée de manière à interdire à nouveau le placement de produit, autorisé depuis 2009 avec la mise en œuvre de la Directive SMA. Le rétablissement de l'interdiction n'affecte nullement la possibilité de diffuser des programmes étrangers contenant du placement de produit et n'a aucune conséquence sur les contrats de parrainage.

Multiplxe werden von Boxer TV betrieben (einer Tochter der gleichnamigen schwedischen Gruppe) und bilden als Ergänzung zum frei empfangbaren Angebot die kostenpflichtige DVB-T-Plattform. Im Februar 2009 wurde ein erstes Bouquet mit rund zehn Sendern gestartet, auf das im November 2009 mit der Abschaltung der analogen Übertragung die anderen Sender folgten. Insgesamt hatte Boxer 2012 38 Bezahlsender im Angebot. Im April 2012 kündigte Boxer den Start eines TV2 HD-Dienstes an.

Auf dem dänischen Pay-TV-Markt dominiert mit 1 142 000 Fernsehhaushalten nach wie vor das Kabelfernsehen. Größter Anbieter ist YouSee A/S (TDC-Gruppe), der praktisch den Kabelfernsehmarkt kontrolliert und rund 46 % aller dänischen Haushalte mit TV-Signalen versorgt. Hinter YouSee kamen Stofa (schwedische Telia-Sonera-Gruppe) auf etwa 400 000 Abonnenten und Canal Digital (norwegische Telenor-Gruppe) auf gerade einmal 55 000.

Canal Digital verbreitet auch ein Satellitenbouquet und steht damit in Konkurrenz zu Viasat (MTG). Die beiden Bouquets konkurrieren sowohl in Dänemark als auch in den drei anderen nordischen Märkten.

Der IPTV-Markt in Dänemark erlebt offensichtlich einen kräftigen Aufschwung. Nach einem Konzentrationsprozess teilten sich 2012 vier Übertragungsunternehmen diesen Markt.

Im Mai 2013 wurde das dänische Rundfunkgesetz so geändert, dass das Verbot der Produktplatzierung, die seit 2009 zulässig war, im Zusammenhang mit der Umsetzung der AVMD-Richtlinie wieder eingeführt wurde. Trotz dieses Verbots können ausländische Fernsehprogramme, die Produktplatzierung enthalten, ausgestrahlt werden. Darüber hinaus hat die Änderung keine Auswirkungen auf Sponsoringverträge.

DK1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	5 574
Households	2 330

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			2 598
Cable TV subscriptions	70.9%	1 652	
Digital cable TV households	49.0%		1 142
Digital DTH/SMATV households	12.8%		297
Pay DTH/SMATV subscriptions	10.5%	245	
IPTV households	15.1%		352
Pay IPTV subscriptions	15.9%	371	
DTT households	17.0%		396
Pay DTT subscriptions	15.7%	365	
Total digital TV households	93.9%		2 187
Total pay TV subscriptions	113.0%	2 633	
Households with DVD player	99.9%		2 329
Households with Blu-ray disc player	19.2%		446
Households with PC	100.3%		2 336
Households with broadband connections	80.8%		1 883
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	26.6%		620

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

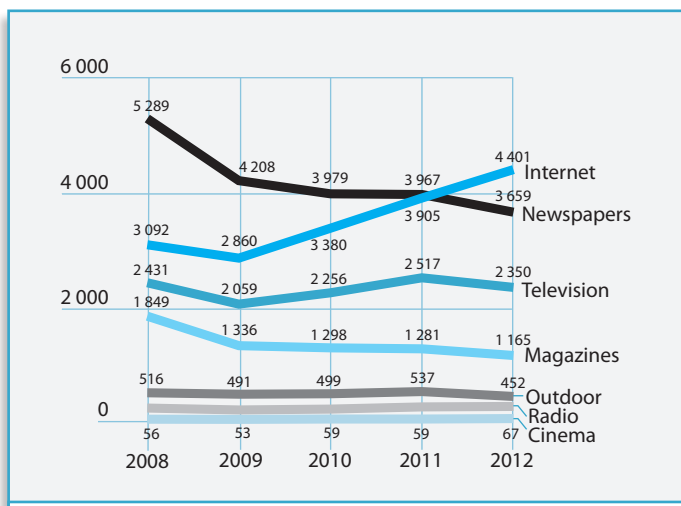
		Total in thousands
Active smartphones	60.6%	3 375
Active tablets	6.0%	337
Advanced game consoles	17.1%	951

IHS Screen Digest

DK2

Advertising
2008-2012

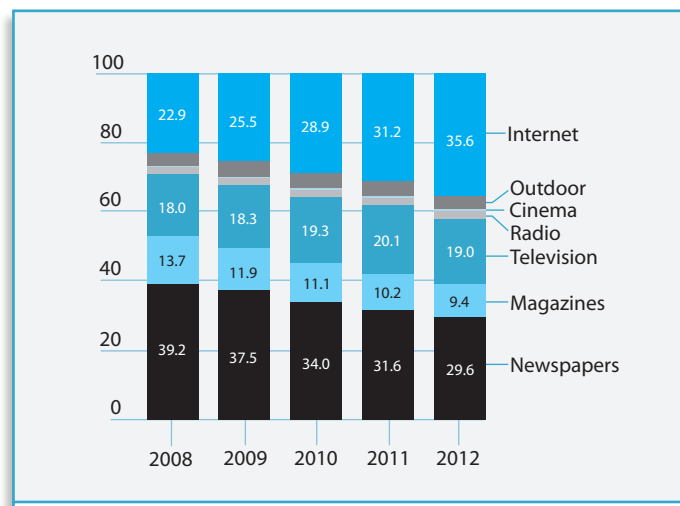
Total display adspend



2008-2012 DKK million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

DK3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 DKK million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
TDC A/S ①	3Play, 3GTV	TDCTV, Oplev Fly	26 167	26 304	26 116	-0.7%
Telenor A/S ①	3GTV	Telenor Mobil TV	6 635	6 509	5 690	-12.6%
Yousee A/S ①	3Play	YouSee Kabel TV, YouSee Web-TV	3 603	3 886	4 413	13.6%
Danmarks Radio	sptv	DR-1, DR-2	3 861	3 866	3 960	2.4%
TV-2-Danmark AS (cons.)	sptv, thtv	TV-2	2 147	2 311	2 455	6.2%
Hi3G Denmark APS ①	3GTV	3 Mobil TV	2 247	2 355	2 097	-11.0%
Telia Stofa A/S ①	3Play	Stofa TV	1 101	1 122	1 344	19.8%
Viasat A/S	sat	Viasat	1 115	1 121	1 022	-8.8%
TVDanmark A/S	adtv	TV Danmark	728	850	929	9.3%
Nordisk Film Distribution AS	discin	Nordisk Film	572	535	638	19.1%

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	1 500	1 500	Canal Digital (Telenor), Dansk Bredbånd (Wao), Telia Stofa (TeliaSonera), YouSee (TDC), etc.
Satellite packagers	2	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	23	23	Altibox (Lyse Energy), ComX, Dansk Bredbånd (Wao), Fast TV (TDC), TDC, Telia (TeliaSonera), Wao! Consortium, etc.
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Free DTT operator: Digi TV (jointly owned by DR and TV 2). Pay DTT operator and packager: Boxer (Teracom)
Mobile TV packagers	1	1	Hi3G Denmark
SmartTV stores providing AV applications		4	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (DE), Xbox Video (LU)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-12 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011 ①	2012
1	TV-2-Danmark A/S	Public	9	39.7%	35.0%
2	DR	Public	7	28.4%	29.3%
3	Modern Times Group (SE)	Private	34	9.6%	10.5%
4	ProSiebenSat.1 Media AG (DE) ①	Private	7	7.0%	7.7%
5	The Walt Disney Company (US)	Private	3	2.6%	2.9%

① In April 2013 Discovery Network (US) announced that they completed the acquisition of ProSiebenSat.1 Media AG. ProSiebenSat.1 Media AG TV assets in Nordic countries (SBS). In 2012 Discovery had a daily audience market share of 2.2% in Denmark.

➔ European Audiovisual Observatory

DK4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	DKK million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	3 282	3 292	3 493	3 516	3 660	56.0	57.9	58.1	56.9	56.3	4.1%
- Licence fee	3 282	3 292	3 493	3 516	3 570	56.0	57.9	58.1	56.9	54.9	1.5%
Total commercial income	2 087	1 925	2 069	2 233	2 386	35.6	33.8	34.4	36.1	36.7	6.8%
- Advertising	1 550	1 219	1 318	1 429	1 359	26.4	21.4	21.9	23.1	20.9	-4.9%
- Pay-TV	462	618	643	688	1 027	7.9	10.9	10.7	11.1	15.8	49.2%
- Other commercial revenues	75	88	108	116	0	1.3	1.5	1.8	1.9	0.0	-100.0%
Other income	494	472	446	428	460	8.4	8.3	7.4	6.9	7.1	7.4%
TOTAL	5 863	5 689	6 008	6 178	6 506	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	5.3%

Companies included: DR and TV2/Denmark A/S (cons.)

➔ European Audiovisual Observatory

DK5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission August 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	17	2	19
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	4	12	16
TV Regional/Local	16	185	201
TV Regional/Local Windows	0	37	37
TV channels targeting foreign markets	0	3	3
Pure TV online services (Web TV)			
Total	37	239	276
Foreign TV channels targeting the country	2	67	69

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	5	~
Catch-up TV services	18	44
VoD Generalist/ Film / Fiction	4	10
VoD Music / Music events		1
VoD Film	12	38
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		2
Film/TV Archives and Trailers	9	3
Sport		1
Other	3	~
Total (consolidated)	51	~

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform August 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable		Satellite	IPTV
	(free) Digi TV	Boxer ①	YouSee	Telia Stofa	Viasat	TDCTV
TV Channels						
Generalist - national ①	4	4	2	5	3	6
Generalist - foreign		3	14	23	1	10
Adult			2	2	5	1
Children	1	6	7	10	9	8
Culture/ education/ documentary	1	6	12	16	7	8
Minority interest groups			2	1		
Entertainment/ TV fiction/ games		7	12	15	8	13
Film		3	7	7	6	12
Home shopping						
HD simulcast of an existing channel		4	44	33	19	14
International linguistic and cultural			11	7	2	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	2	4	1	2
Music		2	8	9	4	4
News/ business	1	2	11	8	6	3
Regional/ local / windows	179	179	1	2	8	8
Religion			1		1	
Sports		2	5	8	9	10
Various	1	1	3	1		1
Total (of which HD)	8 (1) ②	42 (4) ① ②	144 (47)	151 (36)	89 (19)	100 (17)
On-demand audiovisual services						
VoD		1	3	3	1	3
Catch-up		1	7	3	9	35
Other services						
Total	0	2	10	6	10	38

① Includes free DTT.

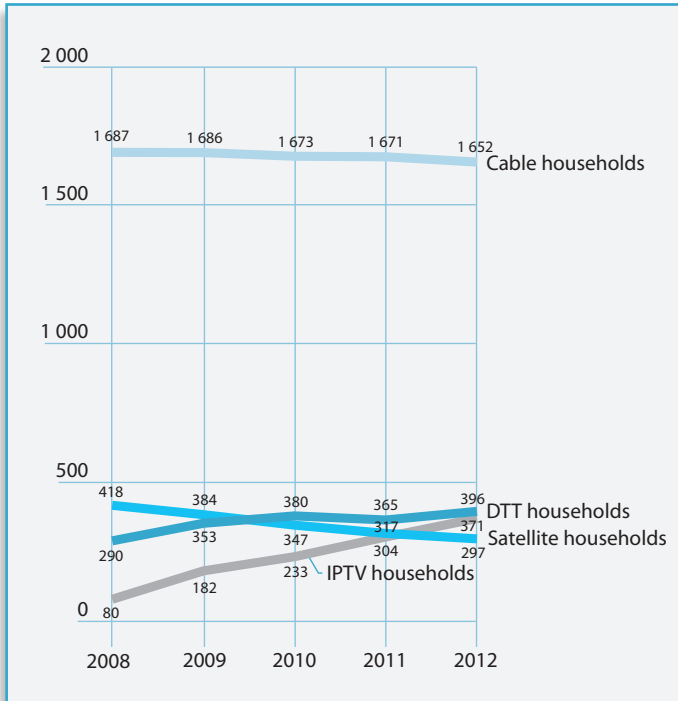
② In addition 179 local stations are available in their respective area.

European Audiovisual Observatory

DK6

Market trends
2008-2012

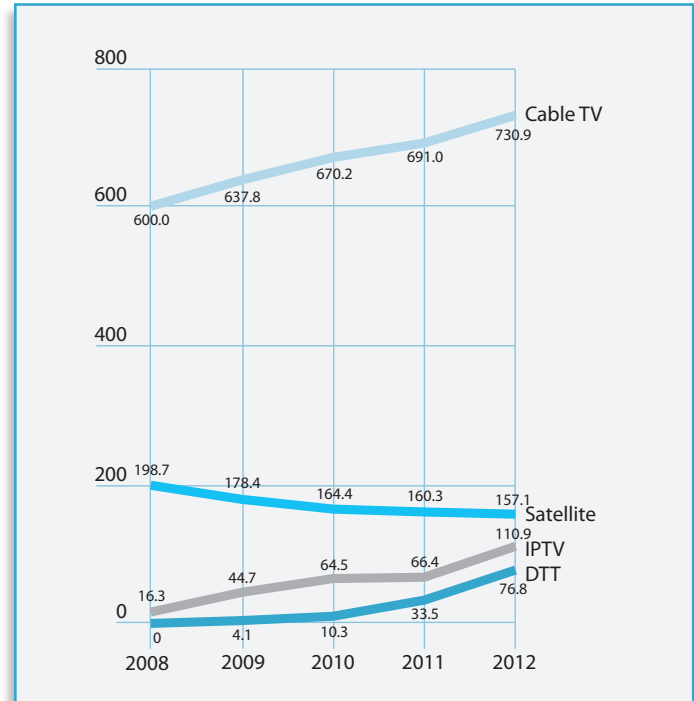
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➔ IHS Screen Digest

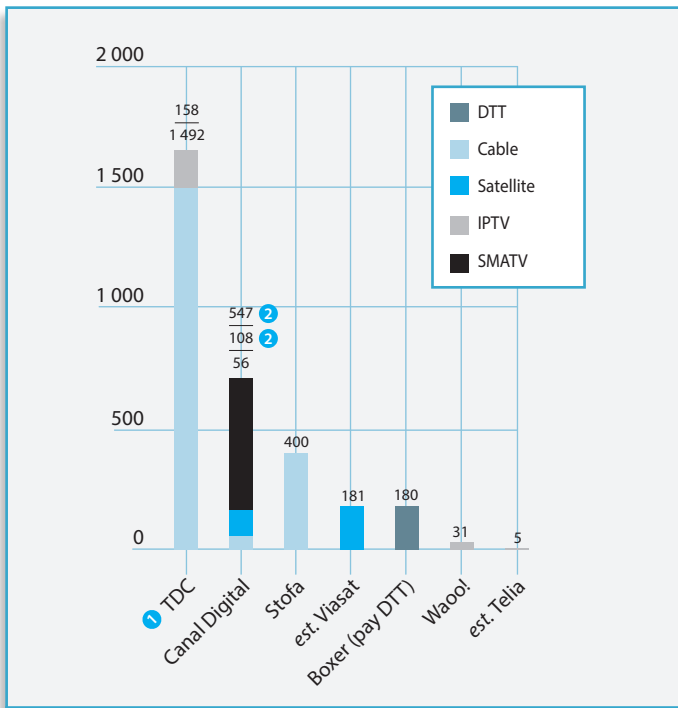
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➔ IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms

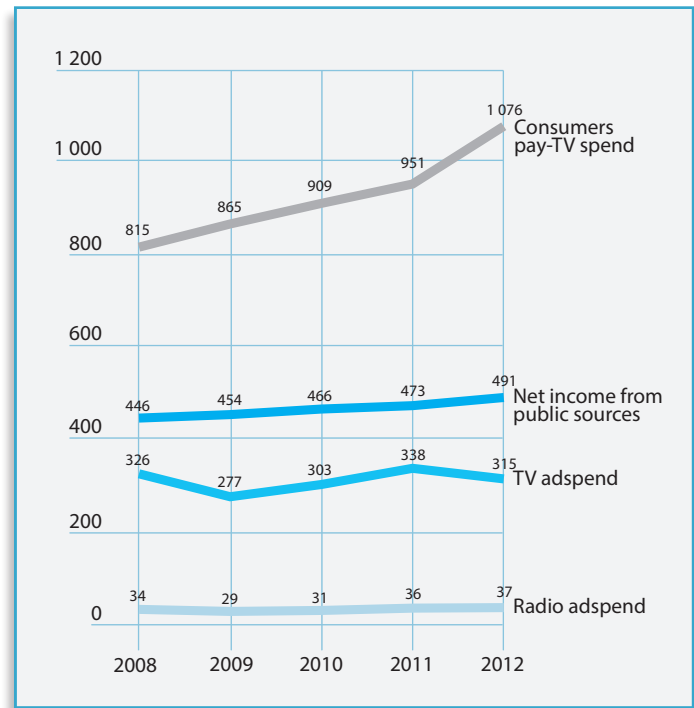


As at 31.12.2012 In thousands.

1 Cable includes Dansk Kabel TV & YouSee customers ; IPTV includes TDC TV & FastTV customers.
2 Data December 2011.

➔ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➔ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC, DR and TV2

DK7

TV audience market share in Denmark

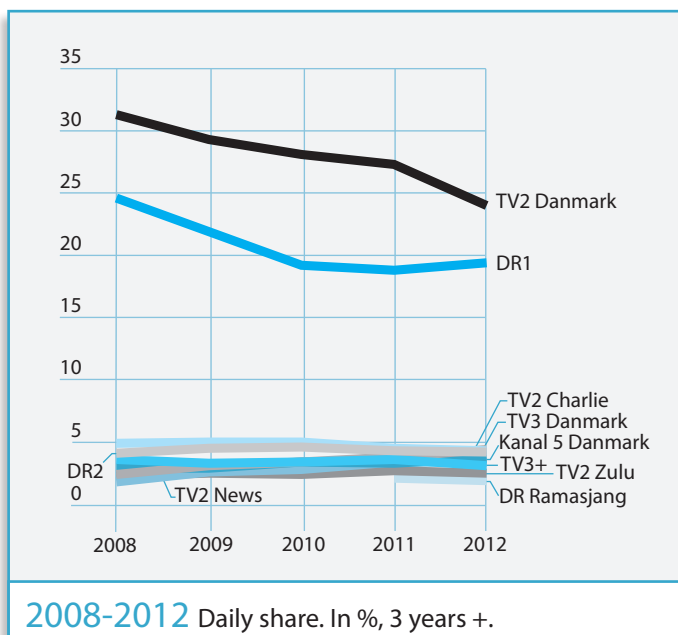
2008-2012 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:30-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
DR1	24.6	21.9	19.2	18.8	19.4	30.9	28.3	25.9	25.7	27.1
DR2	4.1	4.5	4.6	4.3	4.2	4.7	5.4	5.5	5.4	4.9
DR Ramasjang				2.1	1.9				1.0	1.0
DR HD				1.4	1.6				1.8	1.8
DR K				1.1	1.4				1.4	1.5
DR Update				0.7	0.8				~	~
TV2 Danmark ①	31.3	29.3	28.1	27.3	24.0	33.6	31.5	30.4	29.9	26.0
TV2 Charlie ①	2.4	3.1	3.4	3.8	4.4	2.1	3.1	3.4	3.6	4.2
TV2 News ①	1.8	2.6	2.8	3.4	3.4	0.7	1.0	1.0	1.3	1.3
TV2 Zulu ①	2.3	2.5	2.4	2.7	2.5	2.0	2.2	2.1	2.3	2.2
TV2 Film	1.1	1.2	1.1	1.0	0.7	0.8	0.9	0.9	0.9	0.6
TV2 Sport ②	1.1	1.4	1.3	1.5	-	1.0	1.1	1.2	1.5	-
Danish public channels	67.6	65.1	61.6	66.6	64.3	74.8	72.4	69.2	73.3	70.6
6'eren	1.0	1.3	1.3	1.7	1.8	0.7	1.2	1.3	1.5	1.7
TV3 Sport 1 ②	-	-	-	-	1.6	-	-	-	-	1.7
DK 4	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3
Infokanaler				0.1	0.1				0.1	0.0
TDC EKSTRA				0.0	0.1				0.0	0.1
Kanal København	~	0.1	0.0	0.0	0.0	~	0.0	0.0	0.0	0.0
Regional TV					0.5					~
Danish private channels	1.5	1.8	1.7	2.2	4.5	1.2	1.6	1.7	2.0	3.8
TV3 Danmark	4.9	5.0	5.0	4.5	4.3	4.7	5.0	4.9	4.3	4.2
Kanal 5 Danmark	2.9	2.9	3.4	3.3	3.7	2.9	3.0	3.4	3.2	3.4
TV3+	3.6	3.3	3.4	3.6	3.1	3.4	3.2	3.3	3.4	3.0
Kanal 4	1.8	1.8	2.0	1.8	1.9	1.8	2.0	2.0	2.0	2.2
Disney Channel	2.1	1.9	1.8	1.8	1.8	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8
TV3 Puls	~	1.4	1.3	1.4	1.4	~	1.1	0.9	1.1	1.0
Discovery Channel Danmark	1.3	1.3	1.1	1.0	1.0	0.8	0.8	0.9	0.6	0.7
Foreign channels	19.5	23.0	22.8	24.2	25.5	16.1	20.1	18.5	18.7	18.8
Others	11.4	10.1	13.9	7.0	5.7	7.9	5.9	10.6	6.0	6.8

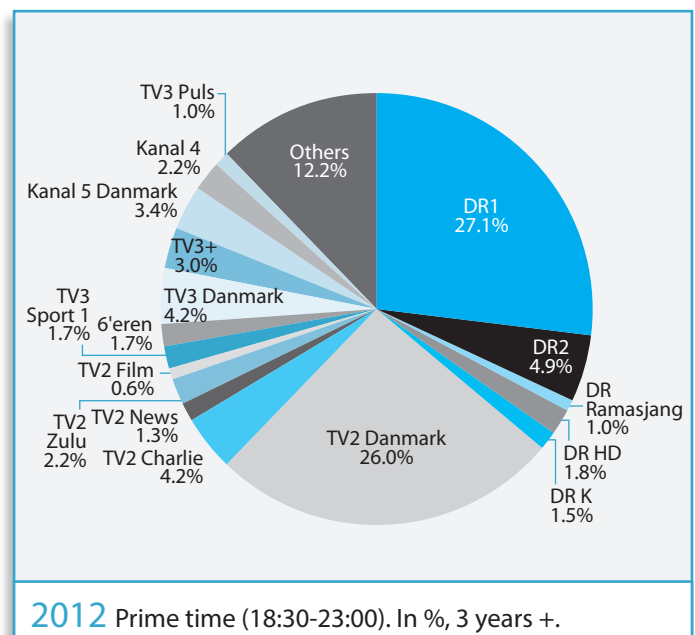
① Since 11/01/2012: TV2, TV2 Charlie, TV2 News and TV2 Zulu are only available on pay TV.

② TV2 Sport was rebranded as TV3 Sport 1 following a joint venture between TV2 and the Modern Times Group.

➔ Eurodata TV Worldwide / TNS GALLUP TV-METER



➔ Eurodata TV Worldwide / TNS GALLUP TV-METER



➔ Eurodata TV Worldwide / TNS GALLUP TV-METER

DK8

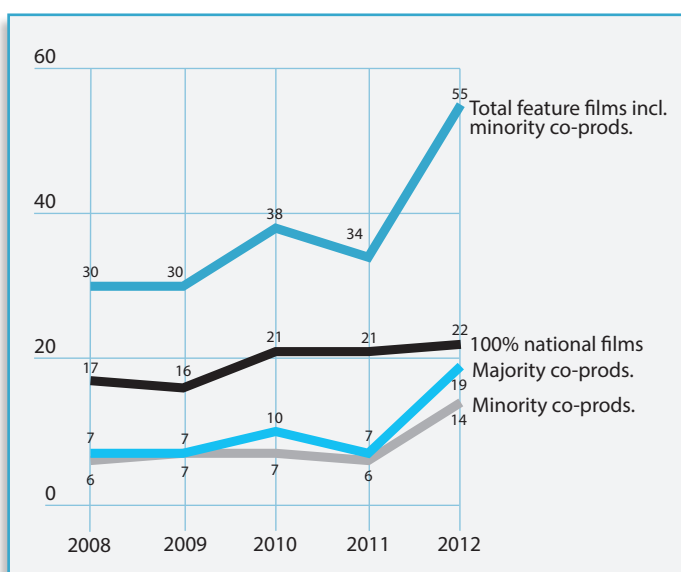
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	2012	Source
Inhabitants per screen	13 883	13 837	14 020	14 092	14 081	OBS
Screens	397	400	396	396	396	DST
Cinema sites	164	163	161	161	163	DST
Digital screens	10	25	136	286	392	MS
Digital cinema sites	8	22	77	134	157	MS
Digital screen penetration	3%	6%	34%	72%	99%	MS
Digital site penetration	5%	13%	48%	83%	96%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / DST (Statistics Denmark)

Number of theatrical feature films produced

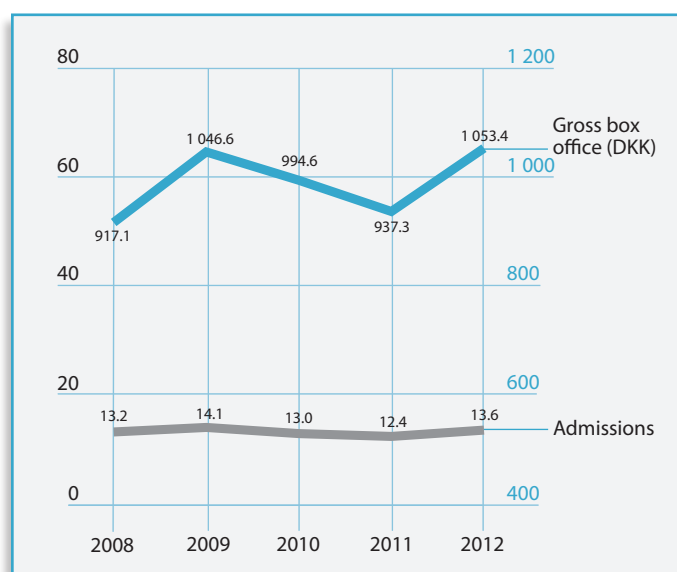


2008-2012 In units. ①

① Films awarded national public support during the year. Includes feature documentaries.

➔ DFI (Danish Film Institute)

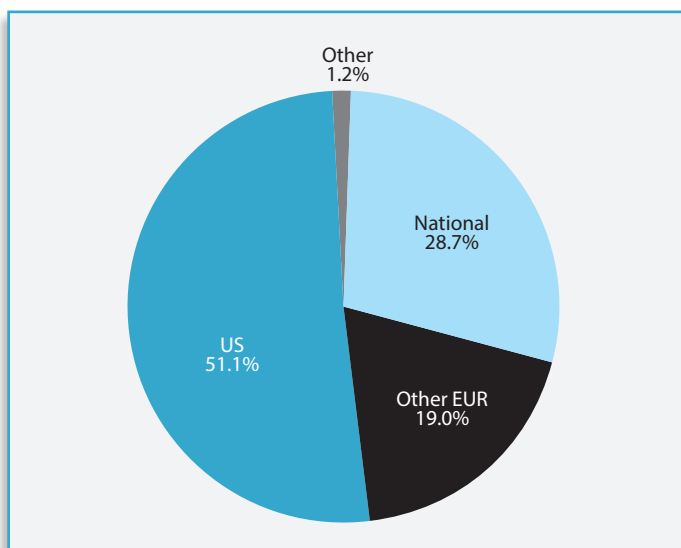
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ DST

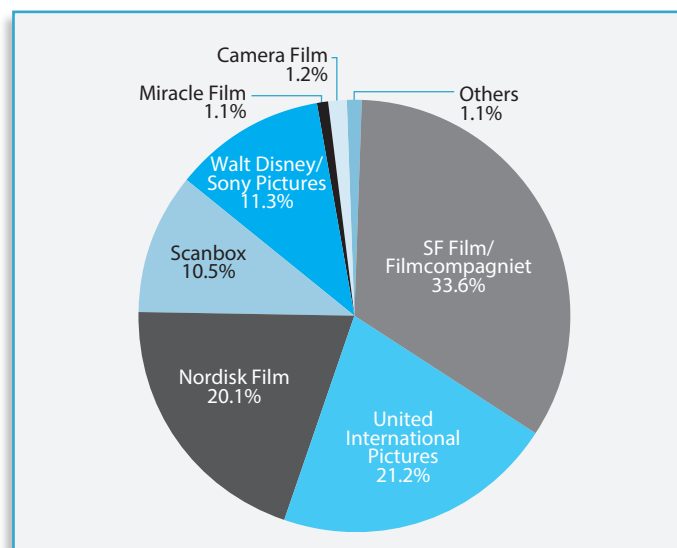
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ DST

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ DFI

DK9

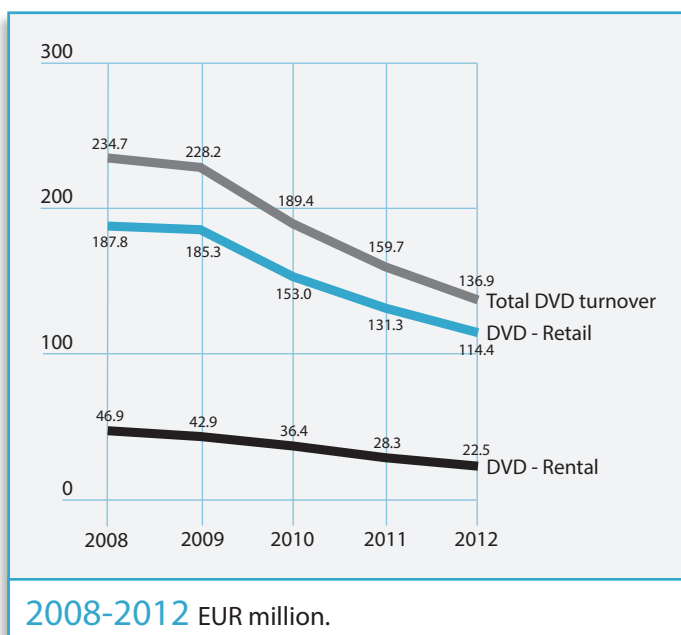
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	2.27	2.32	2.36	2.34	2.34
DVD player penetration of TV households	89.3%	90.8%	91.9%	90.7%	89.6%
Blu-ray disc player households	0.01	0.06	0.16	0.31	0.45
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.51%	2.47%	6.32%	11.82%	17.18%

IHS Screen Digest

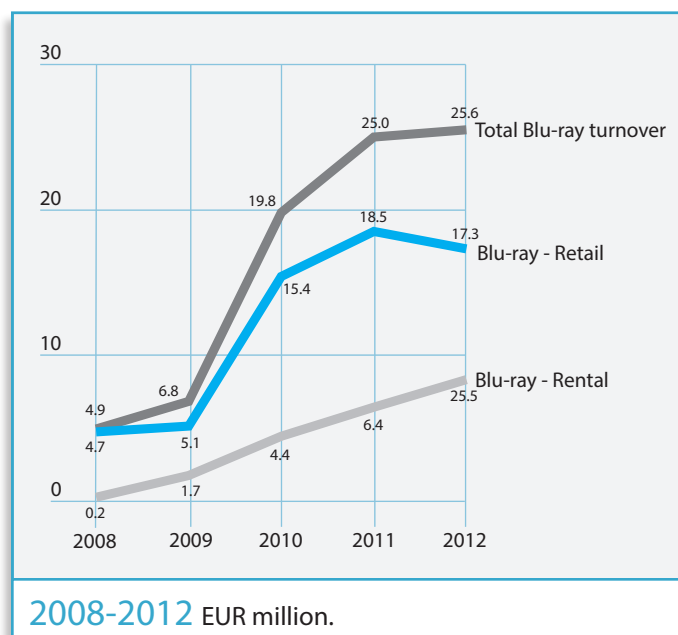
DVD turnover



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

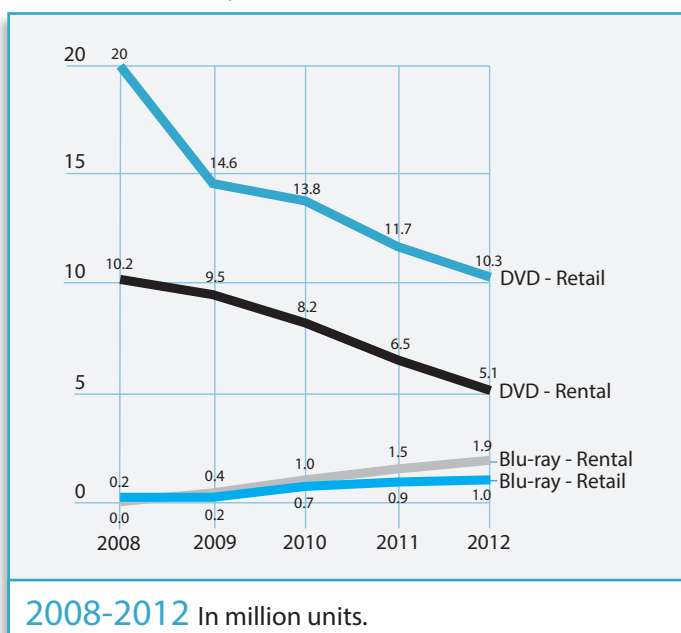
Blu-ray disc turnover



Includes sales tax in all markets.

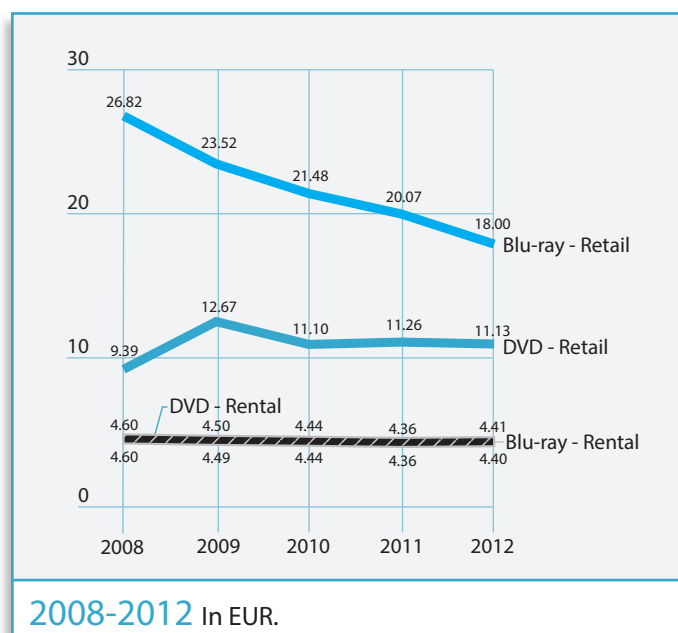
IHS Screen Digest

DVD and Blu-ray disc transactions



IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



OBS after IHS Screen Digest

Estonia's public service broadcaster (Eesti Rahvusringhääling, ERR) operates two television channels: ETV and ETV2. During 2012, ETV saw its audience market share rising to 16.1%, placing it in first position, above the main private broadcaster Kanal 2 (controlled by the Norwegian group Schibsted) which registered a share of 15.2%. ETV2, the second public channel, saw its audience share increase to 2.9%. The two public channels reported a combined audience share of 19% which is the highest level since 2004. Other private channels on the market are Kanal 11 and Kanal 12, run by Schibsted group, TV3 and TV6, both controlled by the Swedish group MTG, and Russian-language channels such as PBK, RTR Planeta, 3+ (MTG group) and Ren TV.

The switch-off of analogue terrestrial transmissions took place on 1 July 2010. Three multiplexes are operational. The first, operated by Levira, now only transmits four free-to-air channels. The two other multiplexes are dedicated to the pay-DTT platform ZuumTV, launched in 2006 and operated by Starman.

The regulatory body in charge for spectrum-related issues is the Electronic Communication Division of the TJA, the Technical Surveillance Authority (Tehnilise Järelevalve Amet), established in 2008 by merging three state agencies.

Cable is still the main distribution platform ahead of IPTV and DTT and satellite. The number of cable operators increased to twelve in 2011 and is dominated by three main players (Starman, STV and Telset). Starman, which is also the only pay-DTT distributor, was acquired during 2013 by Swedish group East Capital Explorer. Just a few players operate on the Estonian TV market, as there are only one pay-DTT distributor (Starman), one satellite television packager (Viasat [MTG Group]) and one IPTV provider (Elion [TeliaSonera Group]).

In May 2013, the European Commission referred Estonia to the EU Court of Justice with regard to the implementation of the electronic communications framework. According to the Commission, the impartiality of the national regulator could not be sufficiently guaranteed, since the Ministry of Economic Affairs and Communications carries out some regulatory tasks, particularly regarding the allocation of radio frequencies and frequency authorisations, while at the same time exercising control on the state-owned company Levira.

Le radiodiffuseur public estonien (Eesti Rahvusringhääling, ERR) édite deux chaînes de télévision : ETV et ETV2. En 2012, ETV voit sa part de marché atteindre 16,1 %, ce qui en fait la chaîne la plus regardée, devant la principale chaîne privée Kanal 2 (contrôlée par le groupe norvégien Schibsted) dont la part de marché est de 15,2 %. ETV2, la seconde chaîne publique, voit son audience progresser à 2,9 %. Les deux chaînes publiques ont une part d'audience cumulée de 19 %, la plus élevée depuis 2004. Les autres chaînes privées sur le marché sont Kanal 11 et Kanal 12, gérées par le groupe Schibsted, TV3 et TV6, qui sont contrôlées par le groupe suédois MTG, ainsi que les chaînes russophones comme PBK, RTR Planeta, 3+ (groupe MTG) ou Ren TV.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres a eu lieu le 1^{er} juillet 2010. Trois multiplex sont opérationnels. Le premier, opéré par Levira, ne transmet plus que quatre chaînes gratuites. Les deux autres multiplex sont dédiés à la plate-forme TNT payante ZuumTV, lancée en 2006 et également opérée par Starman.

L'organisme de réglementation chargé des questions liées au spectre est la division Communications électroniques de la *Tehnilise Järelevalve Amet* (autorité de surveillance technique - TJA), établie en 2008 par la fusion de trois organismes d'Etat.

Le câble reste la principale plate-forme de distribution devant l'IPTV, la TNT et le satellite. En 2011, le pays compte douze câblo-opérateurs, dont trois principaux (Starman, STV et Telset). Starman, qui est également le seul distributeur de TNT payante, a été racheté en 2013 par le groupe suédois East Capital Explorer. Le marché de la télévision estonienne ne compte que quelques acteurs car il y a seulement un distributeur de TNT payante (Starman), un ensemble de télévision par satellite (Viasat, groupe MTG) et un fournisseur de télévision par IP (Elion, groupe TeliaSonera).

En mai 2013, la Commission européenne a saisi la Cour de justice de l'UE d'un recours contre l'Estonie eu égard à la mise en œuvre du cadre réglementaire relatif aux communications électroniques. Selon la Commission, l'impartialité du régulateur national ne serait pas suffisamment garantie, dans la mesure où le ministère des Affaires économiques et des Communications effectue certaines tâches réglementaires, notamment en ce qui concerne l'attribution des fréquences radio et des autorisations de fréquence, tout en contrôlant l'entreprise d'Etat Levira.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter in Estland, Eesti Rahvusringhääling (ERR), betreibt zwei Fernsehsender: ETV und ETV2. 2012 stieg der Zuschauermarktanteil von ETV auf 16,1 %. ETV ist nun die Nummer 1 in Estland, vor dem Privatsender Kanal 2 (kontrolliert von der norwegischen Schibsted-Gruppe) mit einem Zuschauermarktanteil von 15,2 %. ETV2, der zweite öffentlich-rechtliche Sender, konnte seinen Zuschauermarktanteil auf 2,9 % steigern. Der kumulierte Marktanteil der beiden öffentlich-rechtlichen Sender ist mit 19 % so hoch wie seit 2004 nicht mehr. Die anderen Privatsender sind Kanal 11 und Kanal 12 (ebenfalls Schibsted-Gruppe), die vom schwedischen Konzern MTG kontrollierten Sender TV3 und TV6 sowie die russischsprachigen Sender wie PBK, RTR Planeta, 3+ (MTG-Gruppe) und Ren TV.

Das analoge terrestrische Signal wurde am 1. Juli 2010 abgeschaltet. Drei Multiplexe sind einsatzfähig. Der erste wird von Levira betrieben und überträgt nur noch vier frei empfangbare Sender. Die zwei anderen Multiplexe werden von der 2006 gestarteten und von Starman betriebenen kostenpflichtigen DVB-T-Plattform ZuumTV genutzt.

Für die Regelung von Funkfrequenzfragen ist die Abteilung für elektronische Kommunikation der TJA zuständig, der Technischen Überwachungsbehörde (Tehnilise Järelevalve Amet), die 2008 aus dem Zusammenschluss von drei Behörden hervorgegangen ist.

Kabel ist nach wie vor die am häufigsten genutzte Plattform, vor IPTV, DVB-T und Satellit. Der Kabelfernsehmarkt wird von drei Anbietern beherrscht (Starman, STV und Telset). 2011 stieg die Zahl der Kabelfernsehanbieter auf zwölf. Starman, der einzige Anbieter von Pay-DVB-T, wurde 2013 von der schwedischen Gruppe East Capital Explorer aufgekauft. In diesem Bereich des estnischen Fernsehmarkts gibt es nur wenige Anbieter: einen einzigen Anbieter verschlüsselter DVB-T-Programme (Starman) sowie jeweils einen Anbieter von Satellitenprogrammen (Viasat – MTG-Gruppe) und einen IPTV-Dienst (Elion – TeliaSonera-Gruppe).

Im Mai 2013 hat die Europäische Kommission Estland vor dem Gerichtshof der EU verklagt. Dabei ging es um die Umsetzung des Rechtsrahmens für die elektronische Kommunikation. Der Kommission zufolge sei die Neutralität der nationalen Regulierungsbehörde nicht gewährleistet, da das Ministerium für Wirtschaft und Kommunikation für einige der Regulierungsaufgaben zuständig ist, vor allem für die Zuteilung von Funkfrequenzen und Genehmigungsverfahren. Gleichzeitig kontrolliere es das Staatsunternehmen Levira.

► Konkurentsiamet: <http://www.konkurentsiamet.ee>
Tehnilise Järelevalve Amet: <http://www.tja.ee/en>
Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

EE1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	1 294
Households	566

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			583
Cable TV subscriptions	44.7%	253	
Digital cable TV households	14.3%		81
Digital DTH/SMATV households	14.7%		83
Pay DTH/SMATV subscriptions	9.6%	54	
IPTV households	28.3%		160
Pay IPTV subscriptions	28.3%	160	
DTT households	15.5%		87
Pay DTT subscriptions	11.7%	66	
Total digital TV households	72.7%		411
Total pay TV subscriptions	94.3%	533	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	75.2%		425
Households with broadband connections	67.6%		382
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	6.9%		39

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

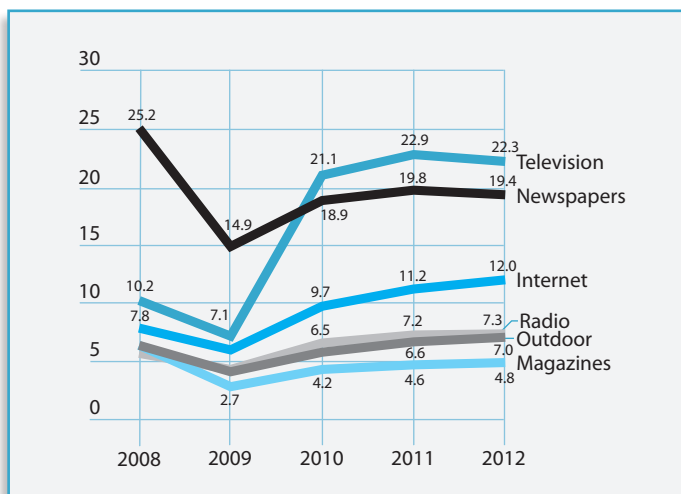
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

EE2

Advertising
2008-2012

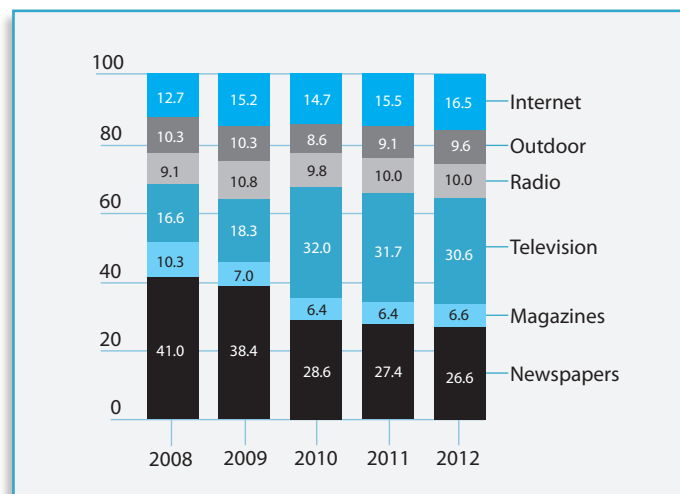
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

EE3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Elion Ettevõtte AS ¹	3Play	DigiTV	190.6	215.2	205.0	-4.7%
EMT AS ¹	3G TV	EMT TV	174.6	179.8	175.8	-2.2%
Viasat AS	Sat-TV	Viasat	37.6	35.1	36.9	5.1%
ERR - Eesti Rahvusringhääling	sptv	ETV, ETV2	28.4	28.3	28.5	0.7%
Starman AS ¹	3Play	ZuumTV	23.8	23.8	24.9	4.7%
STV AS ¹	3Play	KTV	14.6	14.4	14.7	2.4%
TV 3 AS	adtv	TV3	9.4	10.2	10.3	0.8%
Levira AS	DTT	Free DTT	9.7	10.2	10.1	-1.0%
Kanal 2 AS	adtv	Kanal 2	9.1	10	9.9	-1.0%
Forum Cinemas AS	Exh	Forum Cinemas	7.3	8.4	~	~

¹ Includes telecommunication activities.

European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	12	12	Starman, STV, Telset
Satellite packagers		1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	1	1	Elion (TeliaSonera)
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Transmission company: Levira (Estonian State/TDF) / Pay DTT packager: Starman
Mobile TV packagers	1	1	EMT (TeliaSonera)
SmartTV stores providing AV applications		3	Panasonic, Phillips NetTV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	Schibsted (NO)	Private	3	18.6%	18.2%
2	ERR	Public	2	18.5%	19.0%
3	Modern Times Group (SE)	Private	3	17.1%	16.5%
4	Baltic Media Alliance (GB)	Private	1	10.9%	8.5%
5	Gazprom Media / NTV (RU)	Private	1	4.4%	5.3%

European Audiovisual Observatory

EE4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Company included Eesti Rahvusringhääling (ERR) (radio and television).

Income	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	28.7	26.7	24.4	25.0	25.7	89.4	89.9	86.1	88.2	90.2	2.9%
- Aids/Grants	24.1	24.2	22.5	22.5	23.3	75.1	81.5	79.2	79.3	81.8	3.8%
- Other public income	4.6	2.4	2.0	2.5	2.4	14.3	8.1	7.0	8.9	8.4	-5.0%
Total commercial income	2.2	2.0	2.6	2.1	1.9	6.9	6.7	9.2	7.4	6.7	-9.5%
- Advertising	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-
- Sales of programmes	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.9	0.7	0.9	0.9	1.1	23.5%
- Other commercial	1.9	1.6	2.2	2.1	1.6	5.9	5.4	7.9	7.5	5.6	-24.9%
Others	1.1	1.0	1.3	1.2	0.9	3.4	3.4	4.6	4.2	3.2	-25.0%
Total	32.1	29.7	28.4	28.3	28.5	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.7%

ERR / EBU - M.I.S.

EE5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	4	6	10
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	2	3
TV Regional/Local		4	4
TV Regional/Local Windows			0
TV channels targeting foreign markets			0
Pure TV online services (Web TV)			0
Total	5	12	17
Foreign TV channels targeting the country	2	10	12

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	8	19
VoD Generalist/ Film / Fiction		2
VoD Music / Music events		
VoD Film	3	10
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		
Film/TV Archives and Trailers		2
Sport		1
Other		~
Total (consolidated)	14	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable		Satellite	IPTV
	(free)	(pay) Starman ¹	Starman	STV	Viasat	Elion
TV Channels						
Generalist - national	2	2	3	2	4	3
Generalist - foreign		3	15	19	5	12
Adult		1	5	8	3	7
Children		3	20	25	6	30
Culture/ education/ documentary		8	28	35	25	23
Minority interest groups			1			
Entertainment/ TV fiction/ games	2	14	34	45	8	39
Film		2	15	23	7	14
HD simulcast of an existing channel			20	19	7	10
International linguistic and cultural			5	7	3	6
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	12	12		10
Music		2	20	16	7	14
News/ business		2	10	18	6	15
Regional/ local / windows	1	1	3	2		3
Religion			2	7		2
Sports		4	19	22	9	23
Various			3			1
Total (of which HD)	5 (0)	44 (0)	215 (20)	261 (23)	112 (8)	212 (10)
On-demand audiovisual services						
VoD			1			2
Catch-up			1			1
Other services						
Total	0	0	2	0	0	3

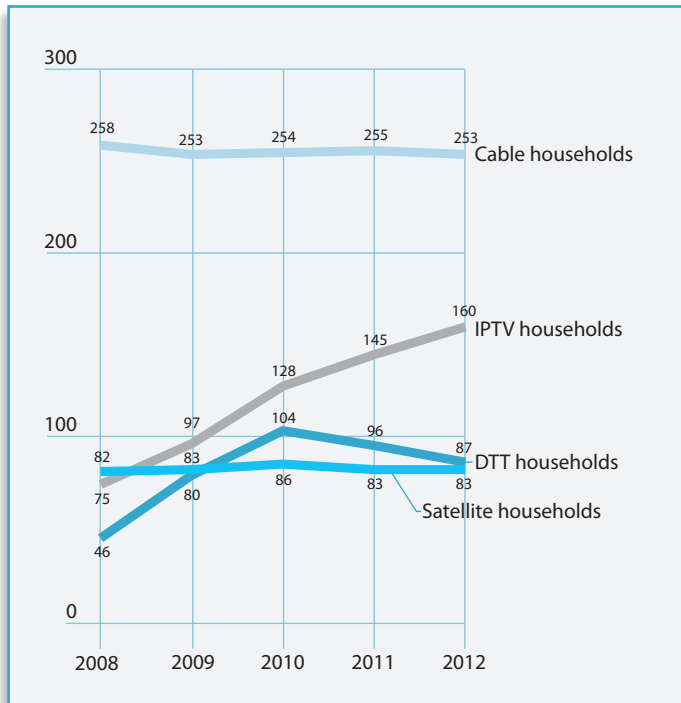
¹ Includes free DTT.

 European Audiovisual Observatory

EE6

Market trends
2008-2012

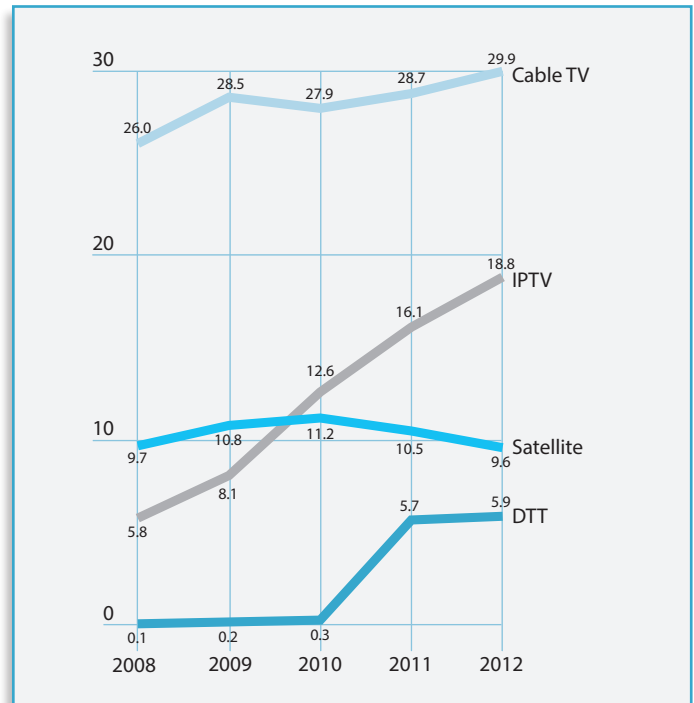
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

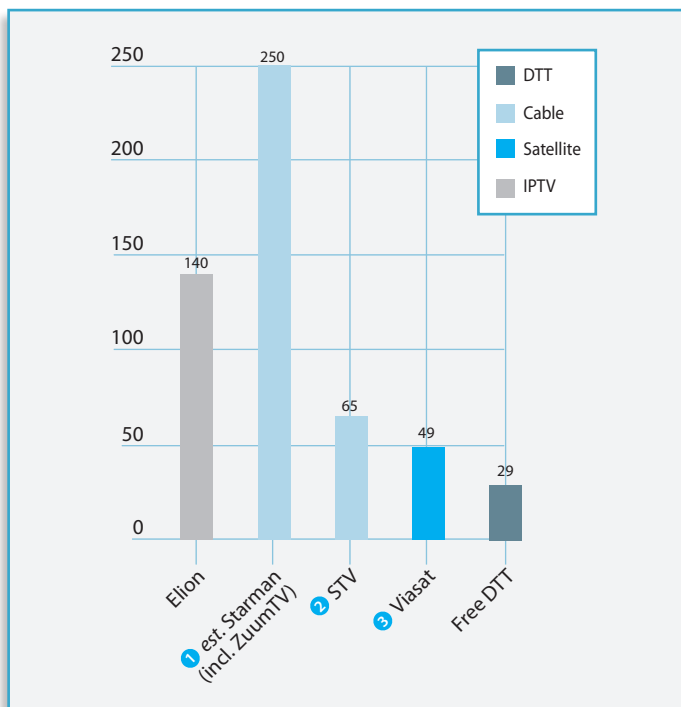
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

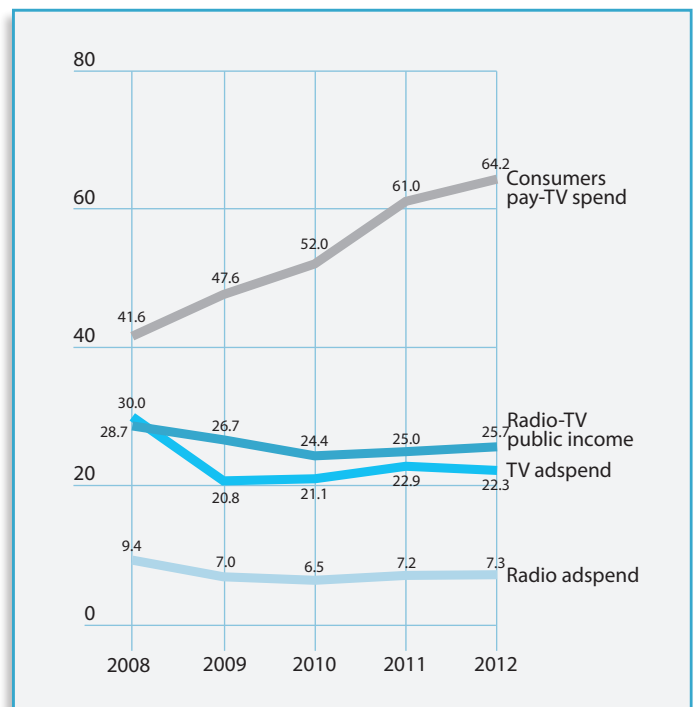
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, ERR and WARC

1 Data includes DTT. 2 Data for end 2008. 3 Data for end 2010.

EE7

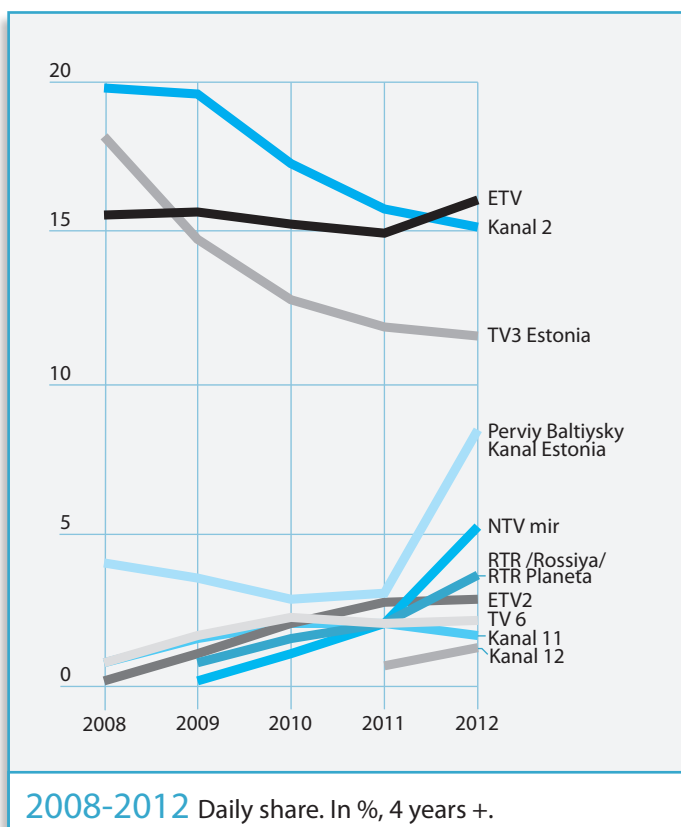
TV audience market share in Estonia

2008-2012 In %, 4 years +.

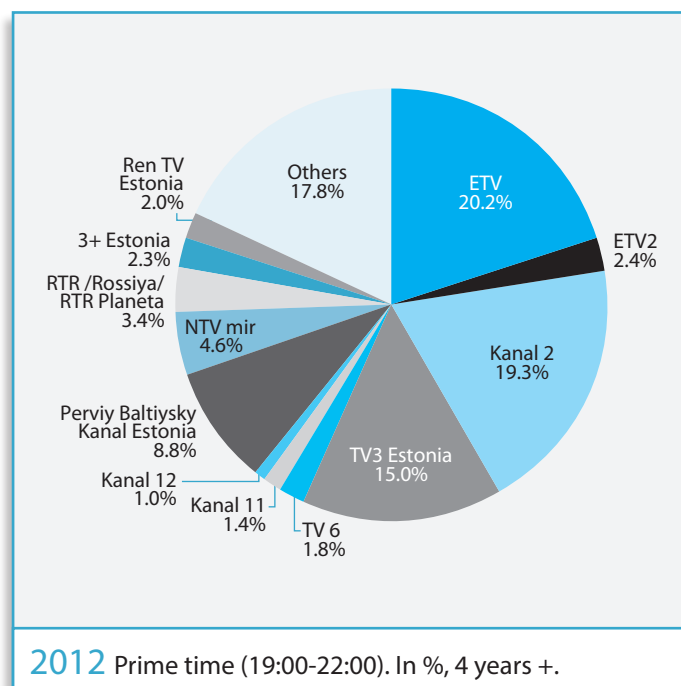
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
ETV	15.6	15.7	15.3	15.0	16.1	16.7	18.0	17.4	18.4	20.2
ETV2	0.2	1.1	2.1	2.8	2.9	0.4	1.2	2.0	2.3	2.4
Estonian public channels	15.8	16.8	17.4	17.8	19.0	17.1	19.2	19.4	20.7	22.6
Kanal 2	19.8	19.6	17.3	15.8	15.2	24.9	24.9	22.6	21.8	19.3
TV3 Estonia	18.2	14.8	12.8	11.9	11.6	20.0	17.0	16.1	14.2	15.0
TV 6	0.8	1.7	2.3	2.1	2.2	0.8	1.4	1.9	1.9	1.8
Kanal 11	0.8	1.6	2.1	2.1	1.7	0.6	1.2	1.6	1.5	1.4
Kanal 12				0.7	1.3				0.5	1.0
Tallinna TV				0.1	0.3				0.1	0.3
Seitse	-	0.2	0.3	0.3	0.2	-	0.1	0.2	0.1	0.1
Kalev Sport ¹	0.4	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-
MTV Eesti ¹	0.3	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-
Estonian private channels	40.3	37.9	34.8	33.0	32.5	46.9	44.6	42.4	40.1	38.9
Perviy Baltiysky Kanal Estonia	12.8	12.2	11.0	10.9	8.5	13.3	13.1	10.9	10.4	8.8
NTV mir	2.9	2.9	3.7	4.4	5.3	2.5	2.4	3.1	4.1	4.6
RTR /Rossiya/RTR Planeta	3.4	3.5	4.1	3.8	3.7	2.5	2.8	4.0	3.6	3.4
3+ Estonia	3.6	2.9	3.1	3.1	2.7	3.8	2.8	2.8	2.8	2.3
Ren TV Estonia	1.9	2.2	2.3	2.4	2.3	1.6	1.7	2.1	2.2	2.0
Fox Crime			0.8	0.9	1.1			0.6	0.6	0.7
Fox Life			0.9	0.9	0.9			0.6	0.7	0.6
SET (Sony Entertainment Television)				0.6	0.6				0.4	0.4
CTC					0.5					0.3
National Geographic			0.2	0.3	0.4			0.1	0.2	0.2
Foreign channels	24.6	23.7	26.1	27.3	26.0	23.7	22.8	24.2	25.0	23.3
Other channels	17.4	19.6	18.7	17.9	19.7	11.0	11.9	11.5	12.4	13.1
Video & TV Games	1.9	2.0	3.0	4.0	2.7	1.3	1.5	2.5	1.9	2.1

¹ Closed in 2009.

Eurodata TV Worldwide / TNS EMOR



Eurodata TV Worldwide / TNS EMOR



Eurodata TV Worldwide / TNS EMOR

EE8

Feature film data
2008-2012

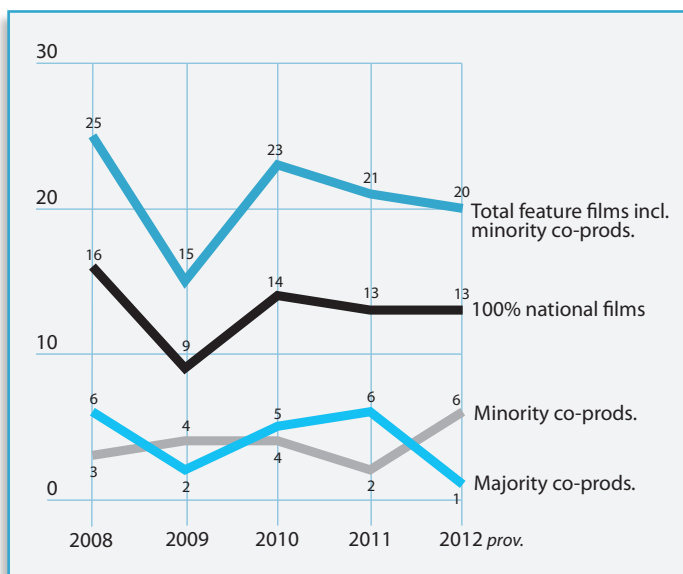
Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	53 617	39 416	39 417	39 402	39 412	OBS
Screens	25	34	34	34	34	EFSA
Cinema sites	7	9	9	9	9	EFSA
Digital screens	2	5	14	18	18	MS
Digital cinema sites	1	2	4	5	5	MS
Digital screen penetration	8%	15%	41%	53%	53%	MS
Digital site penetration	14%	22%	44%	56%	56%	MS

Note: site and screen data are restated series covering only full-time commercial cinemas with regular programming.

European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / EFSA (Estonian Film Institute)

Number of theatrical feature films produced

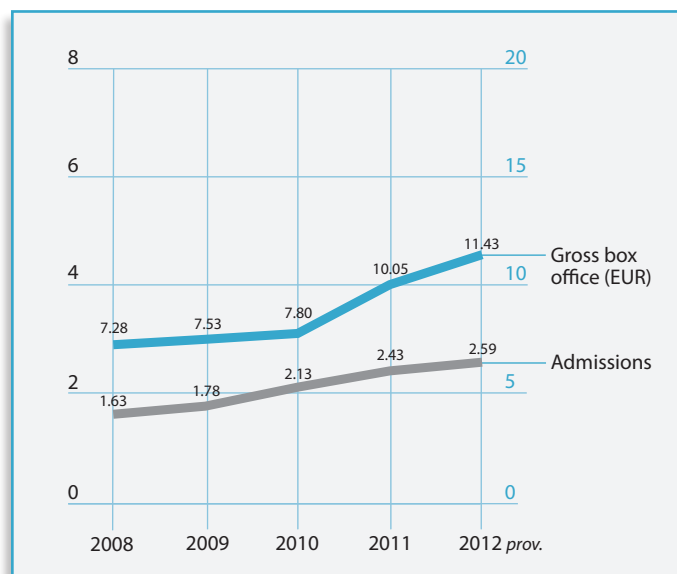


2008-2012 In units. 1

1 Films released. Includes feature documentaries.

EFSA

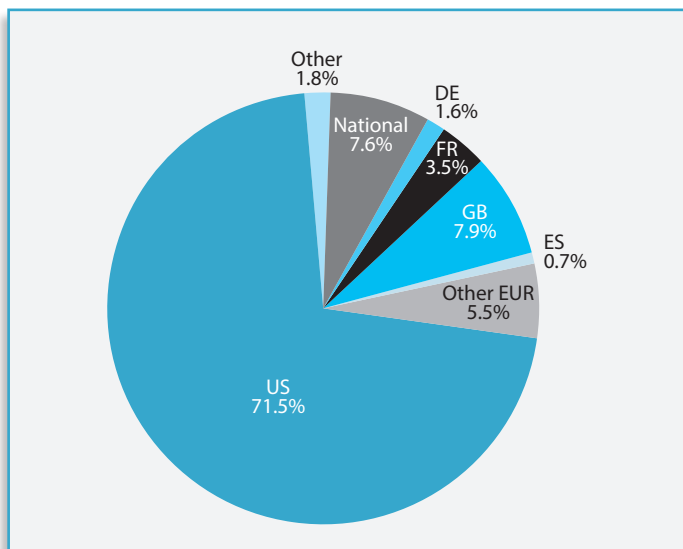
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

EFSA

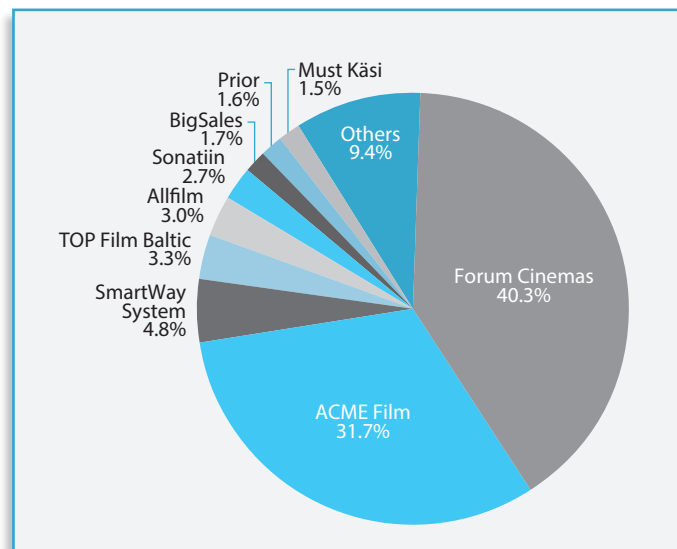
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

EFSA

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

EFSA

In Spain, 2012 saw the private channels Telecinco (Mediaset Group) and Antena 3 (Planeta de Agostini and Bertelsmann groups) outdoing the public channel TVE La Primera, with a daily audience share of, respectively, 13.9%, 12.5% and 12.2%. The tendency of a steady loss of market share, already registered in the past five years, is confirmed due to audience fragmentation and the introduction of a plurality of niche channels. Other significant channels include Cuatro with 6.0% and La Sexta (created by a Spanish-Mexican consortium in 2006) with 4.9%. The niche channel Antena.neox (with a focus on youth entertainment) has moved above the second public service channel TVE La 2: their shares are 2.6% and 2.5% respectively.

Regarding the funding of public broadcaster RTVE, pursuant to a law adopted in 2009, advertising was removed from all TVE channels from 1 January 2010. The law established a new funding system which included the introduction of two new taxes (on the revenues of the private broadcasters and the telecommunications operators). In 2013, following the judgement of the Court of Justice of European Union of 27 June on the case C-485/11, *European Commission vs. French Republic* (supported by the Kingdom of Spain and by Hungary), in which the Court confirmed the compatibility with EU law of the taxes on telecommunication operators in order to finance the public service, the EU Commission decided to withdraw the parallel action on the same subject that it had started against Spain.

Of 16 million Spanish digital TV households, 12 million can receive DTT. The high percentage reflects both the importance of terrestrial transmissions in the country, which have been fully digitised since April 2010, and the switch-off of analogue terrestrial transmissions. In 2013, around 40 national channels were accessible free of charge on the Spanish digital terrestrial network with five of them in HD. Pay-DTT services were launched in 2009 and provide just two channels. The football channel Gol TV (GAMP and Televisa), launched in summer 2009, had around 290 000 subscribers on the DTT network by the end of the year 2012. The other is the fiction channel AXN (Sony), launched on the pay-DTT network in May 2010, which claims 3.2 millions of subscribers.

However, the Spanish DTT market continues to face several challenges, including competition in the transmission market (Abertis was found guilty of abusing a dominant position in May 2009 and again in 2012), the second digital dividend and, in particular, the digital switchover for local channels.

On 24 August 2012 the Council of Ministers approved a plan, entitled *Plan de*

En Espagne en 2012, les chaînes privées Telecinco (groupe Mediaset) et Antena 3 (groupes Planeta de Agostini et Bertelsmann) ont devancé la chaîne publique TVE La Primera, avec une part d'audience quotidienne de, respectivement, 13,9 %, 12,5 % et 12,2 %. L'érosion des parts de marché, déjà remarquée ces cinq dernières années, est confirmée. Elle est due à la fragmentation de l'audience et à l'introduction de nombreuses chaînes ciblées sur un public restreint. Les autres chaînes importantes sont Cuatro (6,0 %) et La Sexta (créée par un consortium hispano-mexicain en 2006) (4,9 %). La chaîne Antena.neox (divertissement pour la jeunesse) (2,7 %) a devancé la deuxième chaîne publique TVE La 2 avec respectivement 2,6 % et 2,5 % de part de marché.

Suite à l'entrée en vigueur d'une nouvelle loi sur le financement du radiodiffuseur public RTVE en 2009, la publicité a été supprimée de toutes les chaînes TVE le 1^{er} janvier 2010. La loi a créé un nouveau système de financement prévoyant l'instauration de deux nouvelles taxes (sur les recettes des radiodiffuseurs privés et des opérateurs de télécommunication). En 2013, à la suite de l'arrêt rendu par la Cour de justice de l'Union européenne le 27 juin dans l'affaire C-485/11, *Commission européenne c. République française* (soutenue par le Royaume d'Espagne et la Hongrie), dans lequel la Cour confirme la compatibilité avec le droit de l'Union des taxes imposées aux opérateurs de télécommunications afin de financer le service public, la Commission européenne a décidé de retirer l'action parallèle intentée sur le même sujet contre l'Espagne (affaire C-468/11).

Sur les 16 millions de foyers TV numériques espagnols, 12 millions peuvent recevoir la TNT. Ce taux élevé reflète l'importance des transmissions terrestres dans le pays, qui sont entièrement numérisées depuis avril 2010, et l'extinction des transmissions analogiques terrestres. En 2013, une quarantaine de chaînes nationales sont accessibles gratuitement sur le réseau numérique terrestre espagnol, cinq d'entre elles étant disponibles en haute définition. Les services de TNT payante, lancés en 2009, ne comptent que deux chaînes. La chaîne de football Gol TV (GAMP et Televisa), lancée à l'été 2009, comptait environ 290 000 abonnés sur le réseau TNT fin 2012. L'autre est la chaîne de fiction AXN (Sony), lancée sur le réseau de TNT payante en mai 2010, qui déclare 3,2 millions d'abonnés.

Cependant, le marché de la TNT espagnole demeure confronté à plusieurs défis, comme celui de la concurrence sur le marché de la transmission (Abertis a été condamné pour abus de position dominante en mai 2009 et en 2012), du second dividende numérique, ou surtout de la transition numérique pour les chaînes locales.

In Spanien hatten die beiden Privatsender Telecinco (Mediaset-Gruppe) und Antena 3 (Planeta de Agostini und Bertelsmann-Gruppe) mit 13,9 % und 12,5 % 2012 erstmals den öffentlich-rechtlichen Sender TVE La Primera (12,2 %) bei den Zuschauermarktanteilen überholt. Die Tendenz eines kontinuierlichen Verlusts von Marktanteilen, die sich bereits in den letzten fünf Jahren abzeichnete, hat sich damit bestätigt. Ursachen für diese Entwicklung sind die Fragmentierung der Zuschauer und die Entstehung einer Vielzahl von Nischensendern. Weitere bedeutende Sender sind Cuatro mit 6,0 % und La Sexta (2006 von einem spanisch-mexikanischen Konsortium gegründet) mit 4,9 %. Der Nischensender Antena.neox (mit Schwerpunkt Unterhaltung für Jugendliche) hat inzwischen den zweiten öffentlich-rechtlichen Sender TVE La 2 an Beliebtheit überholt: Ihre Anteile liegen bei 2,6 % bzw. 2,5 %.

Laut dem 2009 in Kraft getretenen neuen Gesetz zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt RTVE darf seit dem 1. Januar 2010 auf keinem der TVE-Kanäle mehr Werbung ausgestrahlt werden. Mit dem Gesetz wurde ein neues System für die Finanzierung festgelegt, das die Einführung zweier neuer Abgaben (auf die Einnahmen der privaten Rundfunksender und der Telekom-Betreiber) vorsieht. In seinem Urteil vom 27. Juni 2013 in der Rechtssache C-485/11 Europäische Kommission/Französische Republik (unterstützt vom Königreich Spanien und von Ungarn) bestätigte der Gerichtshof der Europäischen Union, dass die Sonderabgaben, die von den Betreibern von Telekommunikationsnetzen als Entgelt für Kommunikationsdienste erhoben werden, nicht gegen Unionsrecht verstoßen. Im Anschluss an dieses Urteil beschloss die EU-Kommission, ihre parallele Klage zum selben Thema in der Rechtssache C-468/11 gegen Spanien zurückzuziehen.

Von den 16 Mio. spanischen Haushalten mit digitalem Fernsehempfang können 12 Mio. DVB-T empfangen. Dieser hohe Prozentsatz spiegelt sowohl die Bedeutung des Antennenfernsehens in diesem Land, welches seit April 2010 komplett digitalisiert ist, wie auch die Abschaltung des analogen Signals wider. 2013 waren in Spanien rund vierzig landesweite Sender kostenfrei im digitalen terrestrischen Netz empfangbar, fünf davon in hochauflösender Qualität. 2009 wurden Pay-DVB-T-Dienste mit zwei Kanälen gestartet. Der Fußballsender Gol TV (GAMP und Televisa) nahm bereits im Sommer 2009 seinen Sendebetrieb auf und hatte Ende 2012 fast 290 000 Abonnenten im DVB-T-Netz. Der zweite Kanal ist der Spielfilmsender AXN (Sony). Er wurde im Mai 2010 auf dem Pay-DVB-T-Netz gestartet und hat 3,2 Mio. Abonnenten.

Trotz dieser Erfolge stand das spanische DVB-T noch vor mehreren Herausforderungen: etwa der Wettbewerb auf

Impulso de la TDT y de la Innovación Tecnológica (Promotion Plan for DTT and technological innovation), which aims to support high definition television and 4G mobile broadband services but which will also affect DTT services to give more capacity to proposed 4G telecoms while at same time changing the spectrum frequencies of broadcasters.

The structure of the DTT network can in theory accommodate over 1 000 public and private local digital channels, selected via a regional tendering process. However, in mid-2012 there were only just under 400 local and regional channels on DTT, a figure higher than in other European countries but below the capacities and expectations of the Spanish local digital terrestrial network.

The economic difficulties and the reduced ability for consumer spending have affected also the pay-TV market, which, according to the quarterly report for the period April – June 2013 released by Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), is experiencing a deep crisis with a total loss of 502 190 subscriptions from the same period in 2012. The loss seems to be affecting all of the operators: the market is still dominated by the satellite package Canal+ (formerly known as Digital+, rebranded in October 2011 and owned by PRISA TV, Telecinco and Telefonica) with more than 1 700 000 subscribers in March 2013. The operator nonetheless registers an erosion of subscriptions with a loss of over 100 000 since the end of 2012. Canal+ is trying to win back its subscribers by developing an extensive range of channels, about 30 of them in HD, in the first part of 2013. Its main competitor is the cable operator ONO, with more than 853 000 subscribers in the first trimester of 2013, nonetheless suffering the market downturn with a loss of almost 100 000 consumers from December 2011. Although there are still a large number of cable operators, they reach less than 10% of homes. The market for ADSL television services (IPTV) is dominated by the Imagenio platform (Telefónica de España), which had 792 000 subscribers in August 2013, and is thus Spain's third most important pay-TV player. Canal+ launched the first Spanish 3D channel in 2011, Canal+ 3D. In July 2011, Orange TV launched 3D trials for households connected to fibre optic.

On 19 June 2013, the European Commission concluded an investigation started in 2010 on a Spanish scheme of public financing of the digitisation and extension of the terrestrial television network in Spain, deeming it incompatible with EU state aids rules. The Commission found that the Spanish measures, funding exclusively digital terrestrial, would unduly distort the competition between

Le 24 août 2012, le Conseil des ministres a approuvé un plan, intitulé *Plan de Impulso de la TDT y de la Innovación Tecnológica* (Plan de promotion de la TNT et de l'innovation technologique), qui vise à soutenir la télévision haute définition et les services haut débit mobiles 4G, mais affectera également les services TNT afin de donner plus de capacité aux télécommunications 4G tout en modifiant le spectre de fréquence des radiodiffuseurs.

L'architecture du réseau TNT peut accueillir plus de 1 000 chaînes locales numériques, publiques et privées, choisies grâce à des appels d'offre régionaux. Pourtant, mi-2012, on ne décompte qu'un peu moins de 400 chaînes locales et régionales diffusées via le réseau numérique terrestre, un chiffre supérieur aux autres pays européens, mais en-deçà des capacités et attentes du réseau terrestre numérique local espagnol.

Les difficultés économiques et la perte de la prédisposition aux dépenses des consommateurs ont également affecté le marché de la télévision payante qui, selon le rapport trimestriel portant sur la période avril - juin 2013 publié par la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), connaît une crise profonde avec une perte totale de 502 190 abonnements par rapport à la même période de 2012. La perte semble affecter tous les opérateurs : le marché est toujours dominé par le bouquet satellite Canal+ (précédemment Digital+, rebaptisé en octobre 2011 et détenu par PRISA TV, Telecinco et Telefonica) avec plus de 1 700 000 abonnés en mars 2013. L'opérateur enregistre néanmoins une érosion des abonnements avec une perte de plus de 100 000 abonnés depuis fin 2012. Canal+ cherche à reconquérir ses abonnés en développant une offre de chaînes abondante, parmi laquelle une trentaine en HD, début 2013. Son principal concurrent est le câblo-opérateur ONO, qui comptait 853 000 abonnés au premier trimestre 2013 et souffre également du ralentissement du marché avec une perte de près de 100 000 clients depuis décembre 2011. Si les câblo-opérateurs demeurent nombreux, ils n'équipent que environ 10 % des foyers. Le marché des services de télévision par ADSL (IPTV) est dominé par la plate-forme Imagenio (Telefonica de España) qui rassemblait 792 000 abonnés en août 2013, confirmant son statut de troisième acteur de la télévision payante en Espagne. Canal+ a lancé en 2011 la première chaîne espagnole en 3D, Canal+ 3D. En juillet 2011, Orange TV a lancé des expérimentations en 3D pour les foyers connectés à la fibre optique.

Le 19 juin 2013, la Commission européenne a conclu une enquête débutée en 2010 sur un régime espagnol de financement public de la numérisation et de l'extension du réseau de télévision terrestre en Espagne, le jugeant incompatible avec

dem Übertragungsmarkt (der Netzbetreiber Abertis wurde im Mai 2009 und wiederum im Jahr 2012 wegen Missbrauchs seiner marktbeherrschenden Stellung verurteilt), die zweite digitale Dividende oder vor allem die Umstellung auf Digitaltechnik für die Lokalsender.

Am 24. August 2012 billigte der Minister rat den *Plan de Impulso de la TDT y de la Innovación Tecnológica* (Plan zur Förderung von DVB-T und der technologischen Innovation). Damit sollen der Ausbau von HD-Fernsehen und die Einführung mobiler Breitbandverbindungen im 4G-Standard gefördert werden. Er wird aber auch Auswirkungen auf die DVB-T-Netze haben. Gleichzeitig ist eine Änderung der Frequenzspektren von Fernsehveranstaltern vorgesehen.

Die Kapazität des DVB-T-Netztes ermöglicht theoretisch die Übertragung von mehr als 1 000 öffentlich-rechtlichen und privaten Lokalsendern, die im Rahmen von regionalen Ausschreibungen ausgewählt werden. Mitte 2012 gab es im digitalen terrestrischen Netz in Spanien jedoch gerade einmal knapp 400 Lokal und Regionalsender, was zwar immer noch mehr als in anderen europäischen Ländern ist, aber dennoch weit entfernt von den möglichen Kapazitäten und den Erwartungen an das lokale digitale terrestrische Netz.

Die wirtschaftlichen Probleme und der Kaufkraftverlust der Verbraucher haben sich auch auf den Pay-TV-Markt ausgewirkt. Aus dem Quartalsbericht der Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) für den Zeitraum April – Juni 2013 geht hervor, dass der Pay-TV-Markt derzeit in einer tiefen Krise steckt. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gingen insgesamt 502 190 Abonnenten verloren. Von den Verlusten scheinen alle Pay-TV-Anbieter betroffen zu sein: Dominiert wird der Markt nach wie vor vom Canal+-Satellitenpaket (früher unter dem Namen Digital+ bekannt, im Oktober 2011 umbenannt und im Besitz von PRISA TV, Telecinco und Telefonica) dominiert wird (mit mehr als 1 700 000 Abonnenten im März 2013). Allerdings hat Canal+ seit Ende 2012 über 100 000 Kunden verloren. Canal+ versucht, mit einem neuen umfassenden HD-Angebot Abonnenten zurückzugewinnen, und bot im ersten Semester 2013 etwa 30 HD-Sender an. Hauptwettbewerber ist der Kabelbetreiber ONO, mit 853 000 Abonnenten im ersten Quartal 2013, aber auch er hat seit Dezember 2011 fast 100 000 seiner Kunden verloren. Es gibt zwar nach wie vor viele Kabelbetreiber, aber sie bedienen zusammen weniger als 10 % der Haushalte. Der Markt des DSL-Fernsehens (IPTV) wird von der Plattform Imagenio (Telefonica de España) beherrscht, die im August 2013 mit 792 000 Abonnenten ihren dritten Platz unter den Pay-TV-Anbietern in Spanien weiter behauptete. Canal+ hat 2011 den ersten spanischen 3D-Sender gestartet: Canal+ 3D. Im Juli 2011 hat Orange TV für die Haushalte, die einen Glasfaseranschluss haben, Versuche in 3D begonnen.

DTT players and competitors operating on other platforms, therefore failing to support the digital switchover in a technologically neutral way.

On the 15th February 2013, the Spanish Government approved the Digital Agenda for Spain, establishing the Government's strategy for the development of the economy and digital society in Spain for the period 2013-2015, with the aim to fulfil the goals set by the Digital Agenda for Europe strategy for 2015 and 2020. The Digital Agenda for Spain contains 106 objectives organized in six main areas: ultrafast networks expansion; development of the digital economy; electronic administration and improvement of digital public services; strengthening of the trust in the digitisation of society; impulse for research and innovation; professional formation.

On 4 June 2013, a new regulatory body, the Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), was established by law no. 3/2013. Although created within the Ministry of Economy, it is an independent body, which will merge almost all of the existing regulatory agencies, its competencies extending from competition to the regulation of the services in the sectors of energy, telecommunications, railways, postal services, and audiovisual media services. The aim of establishing this "super-regulator", is to set out a more efficient and coordinated action on the most relevant productive sectors, while enabling the Government to reduce costs. More precisely, the newly-constituted authority, with regard to the audiovisual sector, will have monitoring and supervising competences on the obligations related to audiovisual content (regarding e.g. European works and the list of events of major importance broadcast by a Spanish or international service provider), the protection of minors, the limits to broadcasting of commercial communication and sports rights, the correct fulfilment of the public service, as well as the proper use of the public funds allocated for that purpose.

les règles de l'UE applicables aux aides d'Etat. La Commission a constaté que les mesures espagnoles, exclusivement dédiées au financement de la télévision numérique terrestre, fausseraient indûment la concurrence entre les acteurs de la TNT et leurs concurrents qui utilisent d'autres plates-formes de transmission, et, par conséquent, ne soutiendraient pas le passage au numérique d'une manière technologiquement neutre.

Le 15 février 2013, le Gouvernement espagnol a approuvé l'Agenda numérique pour l'Espagne, établissant la stratégie gouvernementale pour le développement de l'économie et de la société numérique en Espagne pour la période 2013-2015, dans le but d'atteindre les objectifs fixés par la stratégie Agenda numérique pour l'Europe pour 2015 et 2020. L'Agenda numérique pour l'Espagne contient 106 objectifs organisés dans six domaines principaux : expansion des réseaux ultra-rapides ; développement de l'économie numérique ; administration électronique et amélioration des services publics numériques ; renforcement de la confiance dans la numérisation de la société ; impulsion donnée à la recherche et à l'innovation ; formation professionnelle.

Le 4 juin 2013, un nouvel organisme de réglementation, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), a été créé par la loi n° 3/2013. Bien qu'intégré au ministère de l'Economie, il s'agit d'un organisme autonome, dans lequel vont fusionner la presque totalité des agences de réglementation existantes, ses compétences s'étendant de la concurrence à la réglementation des services dans les secteurs de l'énergie, des télécommunications, des chemins de fer, des services postaux et des services de médias audiovisuels. L'objectif de la création de ce « super-régulateur », comme il a été surnommé, est de définir une action plus efficace et mieux coordonnée sur les secteurs productifs les plus pertinents, tout en permettant au gouvernement de réduire les coûts.

Plus précisément eu égard au secteur audiovisuel, l'autorité nouvellement constituée aura des compétences de suivi et de contrôle des obligations relatives au contenu audiovisuel (concernant, par exemple, les œuvres européennes et la liste des événements d'importance majeure diffusés par un prestataire de services espagnol ou international), la protection des mineurs, les limites à la diffusion des communications commerciales et aux droits sportifs, la bonne exécution du service public, ainsi que la bonne utilisation des fonds publics alloués à cette fin.

Am 19. Juni 2013 hat die Europäische Kommission eine 2010 eingeleitete Untersuchung über die Beihilferegelung für die Finanzierung der Digitalisierung und Ausweitung des terrestrischen Fernsehnetzes in Spanien abgeschlossen. Sie kam zu dem Schluss, dass diese Regelung nicht mit den EU-Vorschriften zu staatlichen Beihilfen vereinbar ist. Außerdem, so befand die Kommission, habe die ausschließliche Finanzierung des digitalen terrestrischen Fernsehens zu einer Verzerrung des Wettbewerbs zwischen DVB-T-Anbietern und Betreibern beigetragen, die andere Übertragungsplattformen verwenden. Damit werde das Ziel, die digitale Umstellung technologieneutral zu fördern, verfehlt.

Am 15. Februar 2013 hat die spanische Regierung die digitale Agenda für Spanien verabschiedet. Darin wird die Strategie der Regierung für den Ausbau der digitalen Wirtschaft und Gesellschaft in Spanien für den Zeitraum 2013-2015 festgelegt, mit dem Ziel, die Vorgaben der Digitalen Agenda für Europa für die Jahre 2015 und 2020 umzusetzen. Die digitale Agenda für Spanien enthält 106 Ziele für sechs zentrale Bereiche: Ausbau des ultraschnellen Netzes; Entwicklung der digitalen Wirtschaft; elektronische Verwaltung und Verbesserung der digitalen öffentlichen Dienste; Stärkung des Vertrauens in die Digitalisierung der Gesellschaft; Impulse für Forschung und Innovation, berufliche Bildung.

Am 4. Juni 2013 wurde mit Gesetz Nr. 3/2013 eine neue Regulierungsbehörde geschaffen: die Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Obwohl sie beim Wirtschaftsministerium angesiedelt ist, handelt es sich um eine unabhängige Behörde, in der die Kompetenzen der meisten bisherigen Regulierungsbehörden zusammengefasst sind. Ihr Zuständigkeitsbereich ist daher entsprechend umfassend und reicht von der Aufsicht über den Wettbewerb bis hin zur Regulierung des Energiesektors, von Telekommunikation, Bahn, Post und audiovisuellen Mediendiensten. Mit der Schaffung dieser „Superregulierungsbehörde“ will die spanische Regierung mehr Effizienz und eine bessere Koordinierung bei der Regulierung der einzelnen Sektoren erreichen und gleichzeitig die Kosten senken.

Die neue Behörde wird auch Überwachungskompetenzen für die Verpflichtungen im Zusammenhang mit audiovisuellen Inhalten haben (z.B., was europäische Werke und die Liste wichtiger Veranstaltungen betrifft, die von einem spanischen oder internationalen Anbieter übertragen werden), den Schutz von Kindern und Jugendlichen, die Grenzen für die kommerzielle Kommunikation und Sportrechte, die ordnungsgemäße Erfüllung der Verpflichtungen im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie die ordnungsgemäße Verwendung öffentlicher Mittel zu diesem Zweck.

➤ CMT (Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones): <http://www.cmt.es>
Impulsa TDT: <http://www.impulsatdt.es>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Film Industry

The number of Spanish productions fell by 8.5%, two years after its peak in 2010 (when 200 titles were shot, the highest volume since data were first collected). According to ICAA's figures, Spanish producers participated in 182 projects in 2012. The number of fully national productions decreased, while co-production grew on 2011. 56 films were shot together with a foreign partner, mainly from France, Argentina, Brazil and the US. In 2012 Spain signed a new co-production agreement with Israel.

Not only has the number of productions decreased, but also the average budget –from EUR 2.2 million in 2011 to EUR 1.8 million in 2012. This comes as no surprise, since public subsidies for cinema have been cut by 40% on 2011, down to EUR 71 million. ICAA granted EUR 47 million in support, while the regions contributed the rest. Two thirds of the films produced were in Spanish; the remainder were shot mainly in Catalan (10 films), English (7) and Basque (5).

The national market had one of the worst starts on record, with attendance free-falling by 17.6% through the first quarter of 2012 compared with the same period the previous year. By the end of the year, Spanish admissions had fallen by just 4.2% from 2011. This was mainly due to a sharp pickup during the fourth quarter thanks to the release of J.A. Bayona's English-language disaster film *The Impossible* (the highest-grossing local production in Spain ever) starring Naomi Watts and Ewan McGregor, but also to the success of 3D titles like *The Hobbit* and *Hotel Transylvania*. This was despite the drastic VAT hike from 8% to 21% for cinema tickets which came into force in September. Furthermore, digital rollout has slowed down, placing Spain well below the European average with a penetration rate of 45%.

All in all, 2012 was the best year for Spanish films locally in the last 27 years, with a market share of 19.4% amounting to more than 18 million admissions. For the first time, three local productions ranked within the top 10. Juan Antonio Bayona's mega-hit, adventure animation film *Las aventuras de Tadeo Jones* (Tad, the Lost Explorer) and romantic adaptation *Tengo ganas de ti* (I Want You) represented more than half of the BO for local films. In turn, the five main distribution companies in the country (Warner Bros., Hispano Foxfilm, Aurum, Alta Films and Golem) accounted for 45% of the BO.

Industrie cinématographique

Le nombre de productions espagnoles a diminué de 8,5 %, deux ans après les 200 titres tournés en 2010 qui constituaient un record depuis la première collecte de données. Selon les chiffres de l'ICAA, les producteurs espagnols ont participé à 182 projets en 2012. En 2011, le nombre de productions entièrement nationales a diminué, tandis que la coproduction a progressé. 56 films ont été tournés avec un partenaire étranger, principalement la France, l'Argentine, le Brésil et les Etats-Unis. En 2012, l'Espagne a signé un nouvel accord de coproduction avec Israël.

Non seulement le nombre de productions a diminué, mais aussi le budget moyen qui est passé de 2,2 millions EUR en 2011 à 1,8 million EUR en 2012. Ce n'est pas surprenant dans la mesure où les subventions publiques au cinéma ont été réduites de 40 % en 2011, pour un total de 71 millions EUR. L'ICAA a accordé 47 millions EUR d'aides, les régions contribuant au reste. Les deux tiers des films produits sont en espagnol, le reste étant principalement en catalan (10 films), en anglais (7) et en basque (5).

Le marché national a connu l'un des pires départs de son histoire, la fréquentation s'effondrant de 17,6 % au premier trimestre 2012 par rapport à la même période de l'année précédente. A la fin de l'année, le recul n'est que de 4,2 % par rapport à 2011. C'est principalement dû à la forte reprise enregistrée au quatrième trimestre grâce à la sortie du film-catastrophe en langue anglaise de J.A. Bayona *The Impossible* (plus grand succès national de tous les temps en Espagne) avec Naomi Watts et Ewan McGregor, mais aussi à la réussite de titres 3D comme *The Hobbit* et *Hotel Transylvania*. Et ce, malgré la forte hausse de la TVA sur les billets de cinéma (de 8 à 21 %) à partir de septembre. En outre, le déploiement du numérique a ralenti, plaçant l'Espagne bien en dessous de la moyenne européenne avec un taux de pénétration de 45 %.

Dans l'ensemble, avec une part de marché de 19,4 % et plus de 18 millions d'entrées, 2012 est pour les films espagnols la meilleure des 27 dernières années. Pour la première fois, trois productions nationales figurent parmi les 10 films ayant réalisé le plus d'entrées. Le méga-succès de Juan Antonio Bayona, le film d'animation d'aventure *Las aventuras de Tadeo Jones* (Tad, the Lost Explorer) et l'adaptation romantique *Tengo ganas de ti* (I Want You) représentent plus de la moitié des recettes en salles des films nationaux. Quant aux cinq principales sociétés de distribution du pays (Warner Bros, Hispano Foxfilm, Aurum, Alta Films et Golem), elles réalisent 45 % des recettes en salles.

Filmindustrie

Die Zahl der spanischen Filmproduktionen ging um 8,5 % zurück, zwei Jahre nach ihrem Rekord (2010 wurden 200 Titel gedreht, die höchste Zahl seit Beginn der Datenerhebung). Den Angaben der Filmförderanstalt ICAA zufolge waren spanische Produzenten 2012 an 182 Filmprojekten beteiligt. Gesunken ist auch die Zahl der einheimischen Produktionen, dagegen stieg die Zahl der Koproduktionen gegenüber 2011. 56 Filme wurden zusammen mit einem ausländischen Partner gedreht, in erster Linie aus Frankreich, Argentinien, Brasilien und den Vereinigten Staaten. 2012 hat Spanien ein neues Koproduktionsabkommen mit Israel unterzeichnet.

Doch nicht nur die Zahl der Filmproduktionen ging 2012 zurück – auch die durchschnittlichen Filmbudgets, und zwar von 2,2 Mio. EUR 2011 auf 1,8 Mio. EUR 2012. Das ist keine Überraschung, denn Spanien hat seine Filmförderung 2011 um rund 40 % auf 71 Mio. EUR gekürzt. Die ICAA stellte 47 Mio. zur Verfügung, der Rest kam von den Regionen. Zwei Drittel der Filme wurden in Spanisch gedreht, die restlichen hauptsächlich in Katalanisch (10 Filme), Englisch (7) und Baskisch (5).

Das spanische Kino erwischte einen der schlechtesten Starts in seiner Geschichte. Die Zahl der Kinobesucher brach im ersten Quartal 2012 um 17,6 % gegenüber demselben Zeitraum 2011 ein. Gegen Ende des Jahres verlangsamte sich der Rückgang gegenüber 2011 auf 4,2 %. Der Grund für diese Entwicklung war in erster Linie der Erfolg des englischsprachigen Katastrophenfilms von J.A. Bayona *The Impossible* (der erfolgreichste spanische Film aller Zeiten) mit Naomi Watts und Ewan McGregor, aber auch der Erfolg von 3D-Filmen wie *Der Hobbit* und *Hotel Transsylvanien*. Und dies trotz der drastischen Anhebung der Mehrwertsteuer auf Kinokarten von 8 % auf 21 %, die im September 2012 in Kraft trat. Die digitale Umrüstung der Kinosäle hat an Tempo verloren. Mit einer Penetrationsrate von 45 % liegt Spanien weit unter dem europäischen Durchschnitt.

Trotz allem war 2012 das beste Jahr für den spanischen Film in den letzten 27 Jahren, mit einem Marktanteil von 19,4 % und mehr als 18 Mio. Besuchern. Erstmals schafften es drei einheimische Produktionen unter die Top 10. Auf Juan Antonio Bayonas Megahit, den Animationsfilm über *Las aventuras de Tadeo Jones* (Tad, the Lost Explorer) und auf den Liebesfilm *Tengo ganas de ti* (I Want You) entfielen mehr als die Hälfte der Einspielergebnisse für einheimische Filme. Und die fünf größten Filmproduktionsgesellschaften im Land (Warner Bros., Hispano Foxfilm, Aurum, Alta Films und Golem) konnten sich 45 % der Einspielergebnisse sichern.

ES1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	46 006
Households	17 434

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			16 377
Cable TV subscriptions	7.8%	1 360	
Digital cable TV households	6.7%		1 175
Digital DTH/SMATV households	13.3%		2 319
Pay DTH/SMATV subscriptions	9.9%	1 720	
IPTV households	4.5%		782
Pay IPTV subscriptions	4.5%	782	
DTT households	69.2%		12 072
Pay DTT subscriptions	1.7%	290	
Total digital TV households	93.8%		16 348
Total pay TV subscriptions	23.8%	4 152	
Households with DVD player	90.3%		12 500
Households with Blu-ray disc player	3.6%		178
Households with PC	69.2%		12 057
Households with broadband connections	51.8%		9 028
Households with Smart TV			
Connectable TV households	8.6%		1 499

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

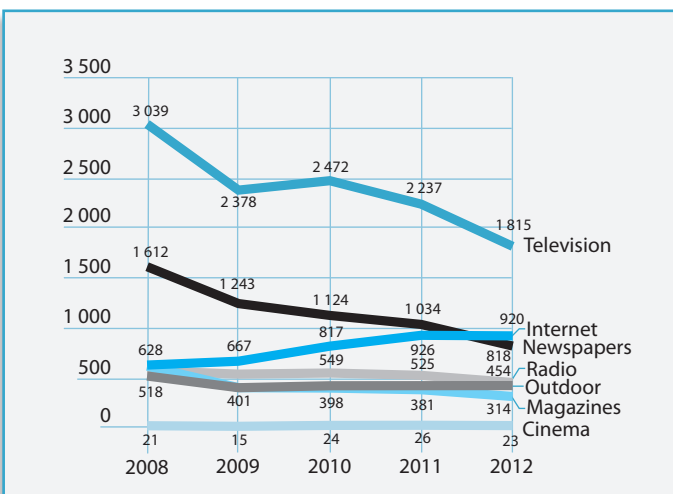
		Total in thousands
Active smartphones	52.8%	24 272
Active tablets	3.9%	1 795
Advanced game consoles	15.1%	6 958

IHS Screen Digest

ES2

Advertising
2008-2012

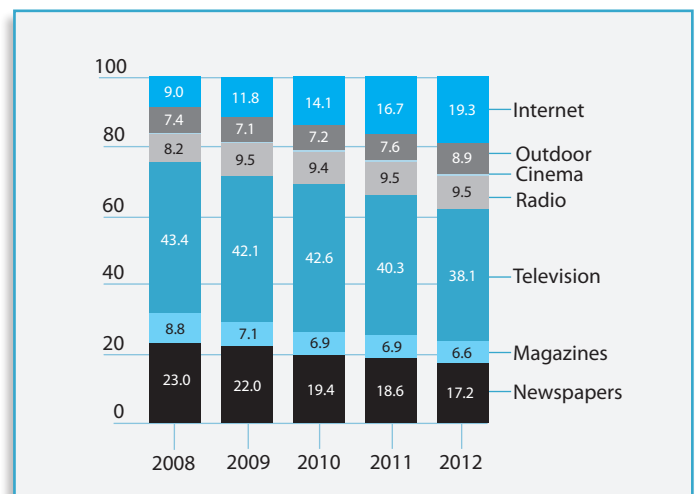
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

ES3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telefonica de España ①	3Play, 3G TV	Imagenio, Movistar TV	10 601.1	9 889.9	8 666.3	-12.4%
Vodafone España S.A. ①	3G TV	Vodafone live!	6 028.7	5 504.4	4 810.7	-12.6%
France Telecom España S.A. ①	3Play, 3G TV	Orange TV, Orange TV Movil	3 847.0	4 049.5	4 106.9	1.4%
Grupo Corporativo ONO SAU (cons.) ①	3Play	ONO	1 471.7	1 485.0	1 573	5.9%
DTS Distribuidora de Televisión Digital S.A.	Sat-TV	Via Digital / Digital+	1 028.4	980.0	1 071.9	9.4%
Corporacion de Radio y Televisión Española	sptv	TVE, RNE	1 136.4	1 144.3	921.3	-19.5%
Jazz Telecom S.A. ①	3Play	Jazztel	616.5	755.9	910.6	20.5%
Mediaproduccion S.L.	prodt	Mediapro	795.0	~	893.5	~
Mediaset España S.A. (cons.)	adtv	Tele5	855.1	1 009.3	886.7	-12.1%
Antena 3 de Television S.A. (cons.)	adtv, thtv	Antena 3	807.7	805.2	741.2	-7.9%

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>500	>500	Ono, Euskaltel, R Cable, Telecable de Asturias and local cable operators
Satellite packagers	1	1	DTS Distribuidora de Televisión Digital "Canal+" (Prisa / Telefonica / Mediaset)
IPTV packagers	3	3	France Telecom España "Orange TV", Jazz Telecom "Jazztel", Telefonica "Movistar Imagenio"
DTT multiplex operators and packagers	>5	>5	Abertis Telecom, Axion, Itelazpi, Teledifusión Madrid, Retegal
Mobile TV packagers	3	3	France Telecom España "Orange TV Móvil / Digital+ Móvil", Telefonica "Go de Mobistar", Vodafone España "Yomvi / Canal+"
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		7	Blackberry App World (LU), iTunes Store (LU), Google Play (US), Ovi (FI), Samsung Apps (DE), Tienda Apps de Amazon (LU), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded channels		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	TV daily market share 2012
1	Mediaset España	private	13 ①	>26.4%	>28.2%
2	RTVE	public	6	22,7%	18,9%
3	Antena 3 S.A.	private	9	>17.1%	>18.3%
4	Grupo Audiovisual de Medios de Producción	private	5	8,1%	8,5%
5	CCMA	public	7	3,3%	3,2%

① Not including the 41 channels of DTS Distribuidora de Televisión, of which Mediaset controls 20% of the shares.

➔ European Audiovisual Observatory

ES4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	1 664	2 122	2 451	2 276	1 938	62.2	73.9	87.7	88.5	89.5	-14.8%
- Aids/Grants	1 662	2 121	2 452	2 276	1 938	62.1	73.9	87.7	88.5	89.5	-14.8%
- Other public income	2.0	1.0	-0.7	0.4	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-92.5%
Total commercial income	943	687	298	239	186	35.3	23.9	10.7	9.3	8.6	-22.1%
- Advertising	871	630	257	202	138	32.6	22.0	9.2	7.9	6.4	-31.7%
- Other commercial revenues	72	56	41	37	48	2.7	2.0	1.5	1.4	2.2	30.3%
Other income	68	63	45	57	41	2.5	2.2	1.6	2.2	1.9	-28.4%
Total	2 675	2 871	2 794	2 572	2 165	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-15.8%

Companies included: RTVE, Autonomic broadcasting corporations (members of the FORTA).

➔ European Audiovisual Observatory on data communicated by RTVE and FORTA

ES5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	6	27	33
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	8	146	154
TV Regional/Local	77	468	545
TV Regional/Local Windows	17		17
TV channels targeting foreign markets	4	27	31
Pure TV online services (Web TV)			
Total	112	668	780
<i>Foreign TV channels targeting the country</i>	3	39	42

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	32	~
Catch-up TV services	32	36
VoD Generalist/ Film / Fiction	14	27
VoD Music / Music events	2	9
VoD Film	17	45
VoD Documentary	1	2
VoD Children/ Animation		8
Film/TV Archives and Trailers	4	8
Sport	3	9
Other	3	~
Total	108	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	Free	Pay ①	Ono	DTS Digital+	Telefonica de España Movistar Imagenío
TV Channels					
Generalist - national	8	8	8	6	8
Generalist - foreign			6	2	
Adult			2	1	
Children	3	3	12	10	10
Culture / education / documentary	2	1	11	8	9
Entertainment / TV fiction / games	7	8	23	20	14
Film		1	10	9	8
HD simulcast of an existing channel	4	6	2	19	11
Home shopping	1	1		1	1
International linguistic and cultural			15	5	22
Lifestyle / specific leisure / travel			5	6	5
Minority interest groups					1
Music	1	2	11	8	10
News / business	1	1	13	9	14
Parliament/ government/ administration			1		
Regional / local/ windows	305	305			3
Religion	1	1			1
Sports	2	2	5	19	11
Various	1	1	2	4	1
Total (of which HD)	336 (4)	340(6)	126 (25)	127 (24)	129 (17)
On-demand audiovisual services					
VoD			1		1
Catch-up					
Other services					
Total			1		1

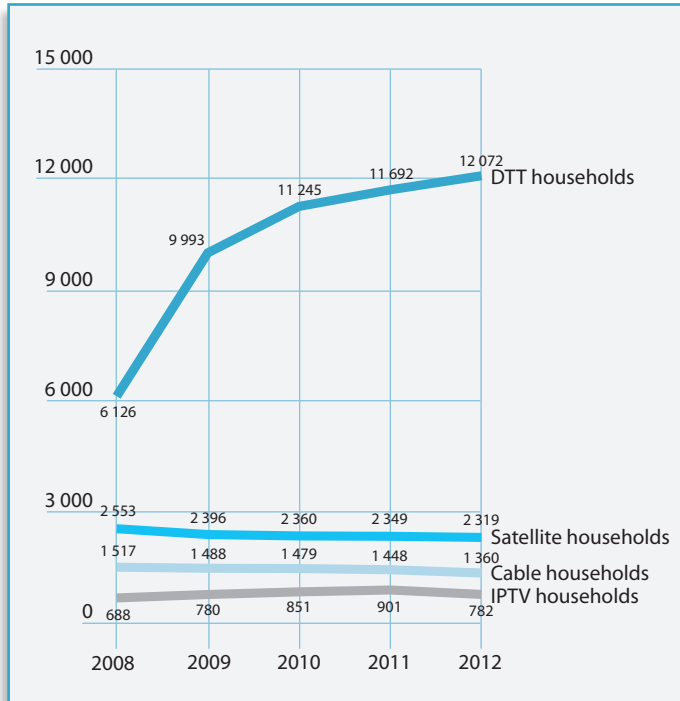
① Includes free DTT.

 European Audiovisual Observatory

ES6

Market trends
2008-2012

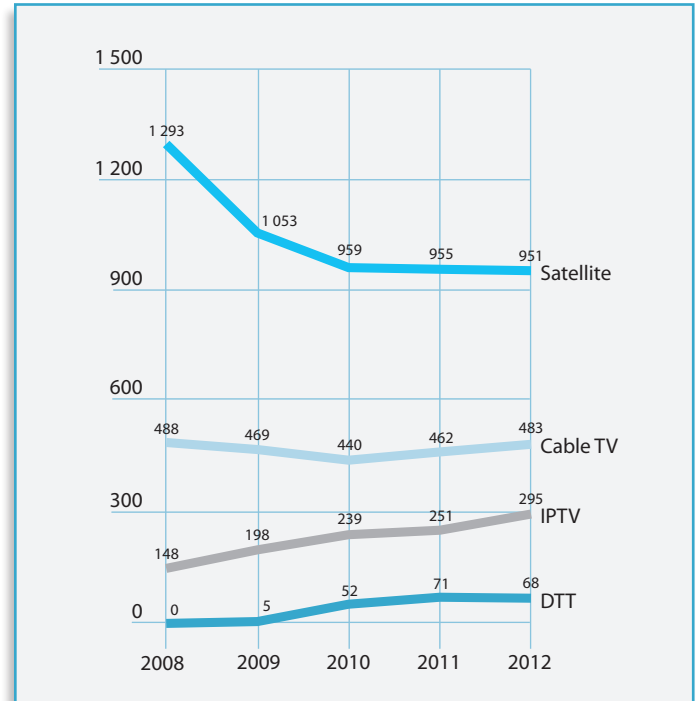
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

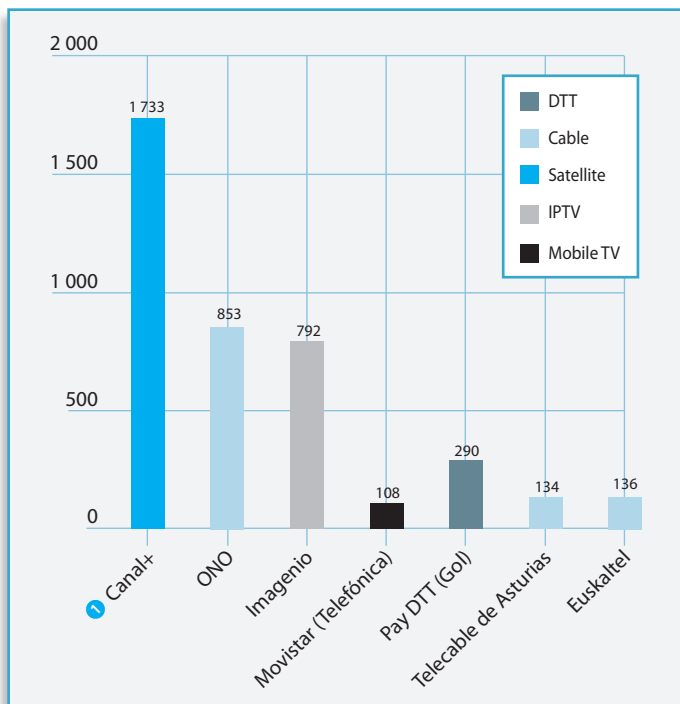
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

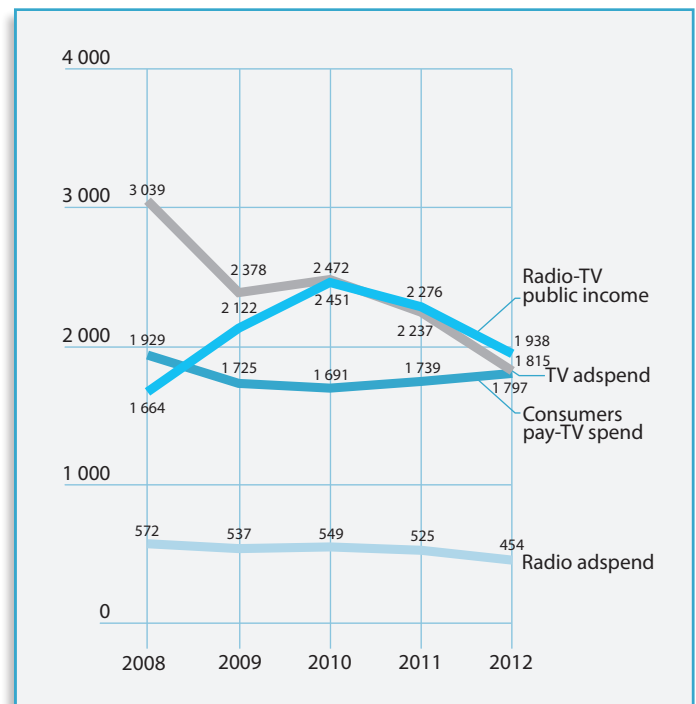
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

Formerly Digital+. GfK-Impulsa / CMT / European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and CMT

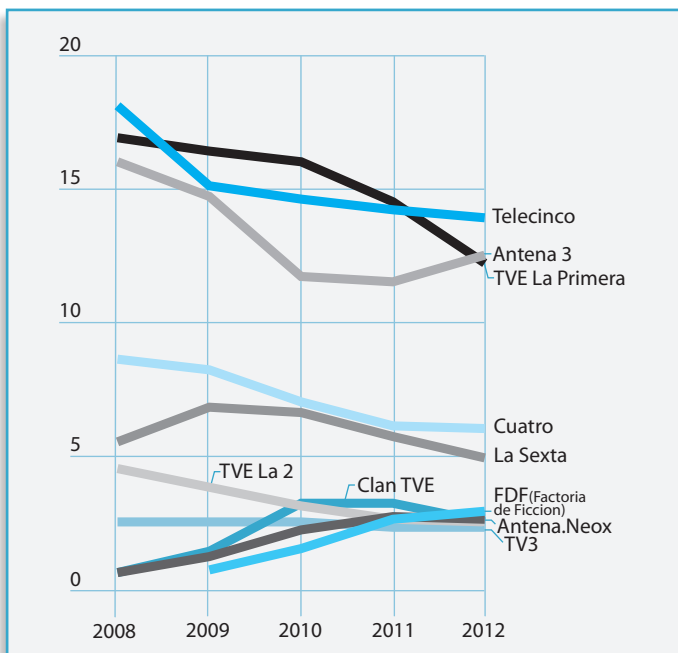
ES7

TV audience market share in Spain

2008-2012 In %, 4 years +.

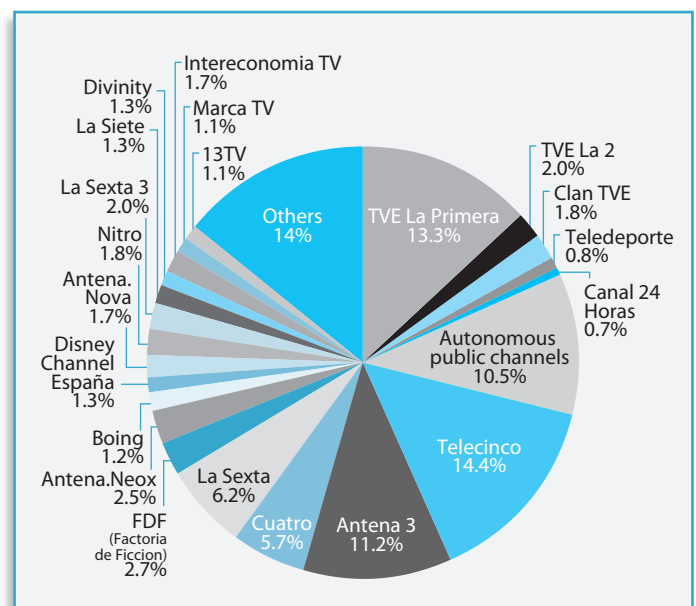
Channels	Daily share					Prime time (20:30-24:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
TVE La Primera	16.9	16.4	16.0	14.5	12.2	16.2	16.7	16.9	15.9	13.3
TVE La 2	4.5	3.8	3.1	2.6	2.5	3.8	3.1	2.5	2.3	2.0
Clan TVE	0.6	1.4	3.2	3.2	2.5	0.3	0.9	2.4	2.3	1.8
Teledeporte	0.4	0.6	1.1	1.0	0.8	0.3	0.4	0.8	0.9	0.8
Canal 24 Horas	0.2	0.4	0.7	0.9	0.9	0.2	0.4	0.7	0.7	0.7
Spanish national public channels	22.6	22.6	22.6	22.7	18.9	20.8	21.5	21.5	21.6	18.6
TV3	2.5	2.5	2.5	2.3	2.3	2.9	2.9	2.9	2.7	2.6
Canal Sur Televisión	3.2	3.0	2.4	2.1	2.0	3.1	2.8	2.3	2.0	1.8
Telemadrid	1.6	1.4	1.1	0.8	0.7	1.5	1.4	1.0	0.8	0.7
Canal 9	1.4	1.5	1.0	0.7	0.6	1.5	1.5	1.1	0.8	0.7
TVG Televisión de Galicia	0.9	0.8	0.7	0.7	0.6	1.0	0.9	0.8	0.8	0.8
Autonomous public channels	13.2	13.9	11.2	10.0	9.6	13.8	14.3	11.1	11.1	10.5
Telecinco	18.1	15.1	14.6	14.2	13.9	20.0	16.2	14.4	13.2	14.4
Antena 3	16.0	14.7	11.7	11.5	12.5	15.2	13.9	11.5	11.3	11.2
Cuatro	8.6	8.2	7.0	6.1	6.0	9.5	8.7	7.2	5.9	5.7
La Sexta	5.5	6.8	6.6	5.7	4.9	5.5	7.5	7.2	6.9	6.2
FDF (Factoria de Ficción)	-	0.7	1.5	2.6	2.9	-	0.8	1.9	2.7	2.7
Antena.Neox	0.6	1.2	2.2	2.7	2.6	0.7	1.2	2.3	2.6	2.5
Boing			0.7	1.1	1.7			0.5	0.8	1.2
Disney Channel España	0.4	1.4	2.1	1.7	1.6	0.3	1.1	1.9	1.4	1.3
Antena.Nova	0.4	0.7	1.5	1.5	1.6	0.4	0.7	1.5	1.7	1.7
Nitro			1.2	1.4	1.6			1.2	1.4	1.8
La Sexta 3			0.4	1.4	1.6			0.4	1.6	2.0
La Siete	-	0.8	1.4	1.5	1.4	-	0.7	1.3	1.3	1.3
Divinity				0.9	1.4				0.9	1.3
Intereconomía TV		0.5	1.1	1.4	1.2		0.9	1.5	1.9	1.7
Marca TV				0.8	1.0				0.7	1.1
13TV				0.4	1.0				0.4	1.1
Energy					0.9					0.8
Xplora					0.9					0.8
Spanish private channels	50.6	55.2	54.3	61.0	62.7	52.8	56.2	55.0	60.6	63.4
Foreign channels	2.3	2.0	2.0	1.0	4.1	0.0	0.8	~	~	3.7
Others	11.3	6.3	9.9	5.3	4.7	12.6	7.2	12.4	6.7	3.8

► Eurodata TV Worldwide / Kantar Media



2008-2012 Daily share. In %, 4 years +.

► Eurodata TV Worldwide / Kantar Media



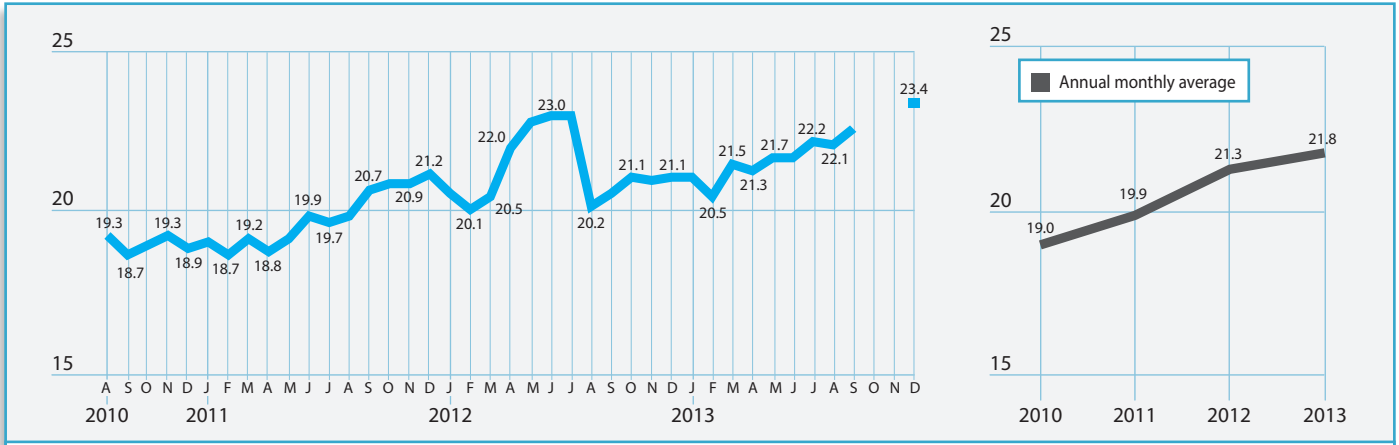
2012 Prime time (20:30-24:00). In %, 4 years +.

► Eurodata TV Worldwide / Kantar Media

ES8

Online video viewing
2010-2013 Fixed Internet only.

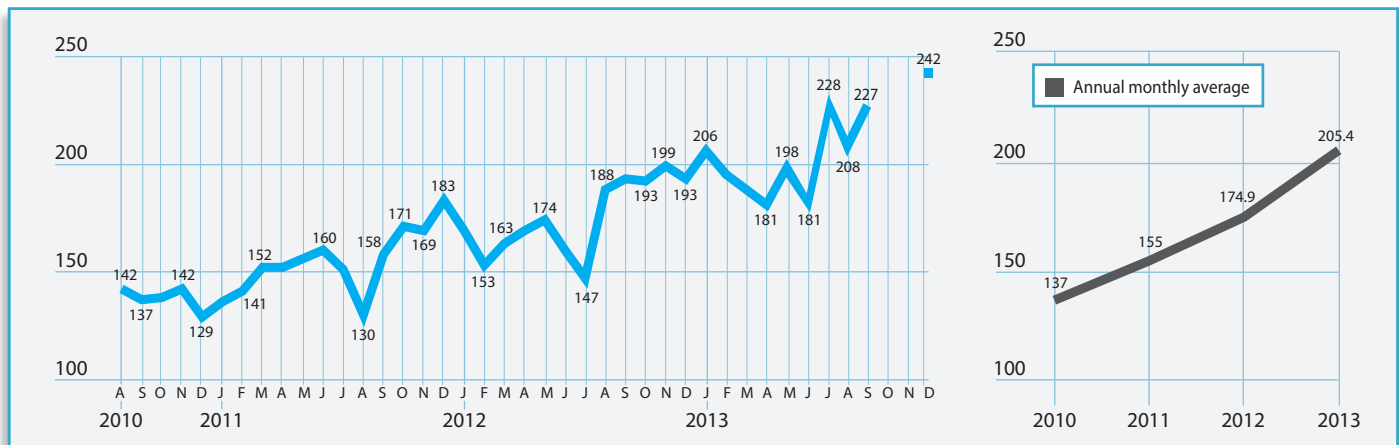
Unique viewers



August 2010-December 2013 In millions.

ComScore

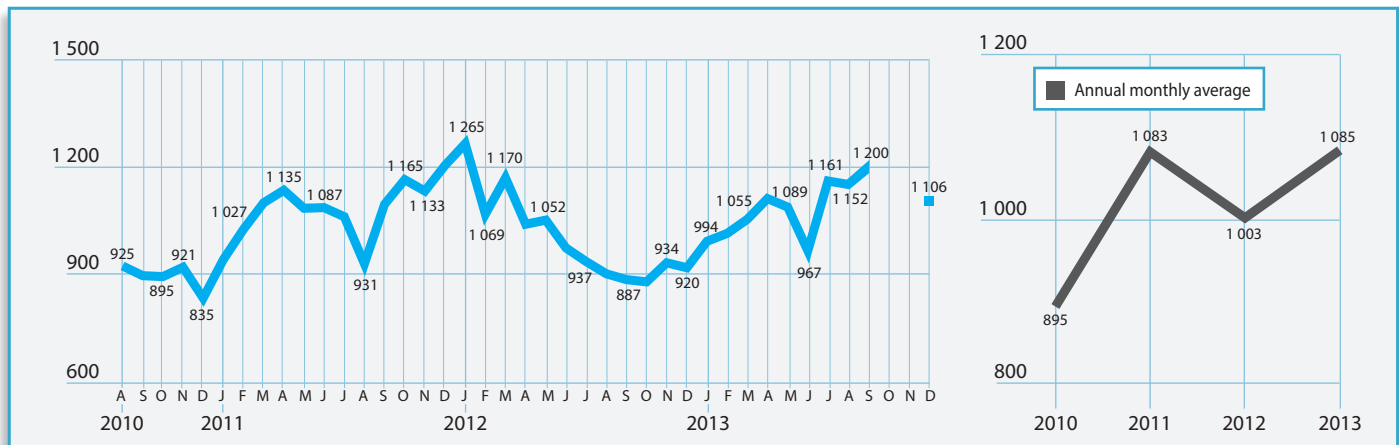
Videos per viewer



August 2010-December 2013 In units.

ComScore

Time per viewer



August 2010-December 2013 In minutes.

ComScore

ES9

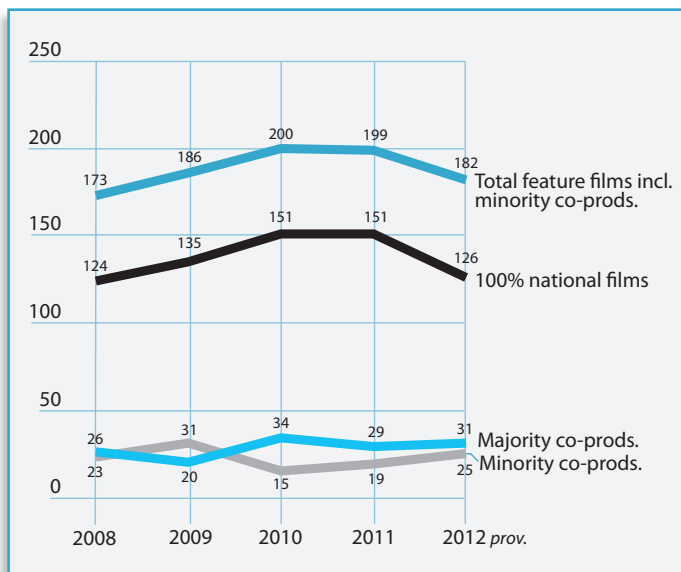
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	2012	Source
Inhabitants per screen	11 070	11 266	11 312	11 423	11 555	OBS
Screens	4 140	4 082	4 080	4 044	4 003	ICAA
Cinema sites	868	851	860	876	838	ICAA/MS
Digital screens	50	252	758	1 545	1 800	MS
Digital cinema sites	29	177	292	339	398	MS
Digital screen penetration	1%	6%	19%	38%	45%	MS
Digital site penetration	3%	21%	34%	39%	48%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / ICAA (Institute of Cinematography and Audiovisual Arts)

Number of theatrical feature films produced

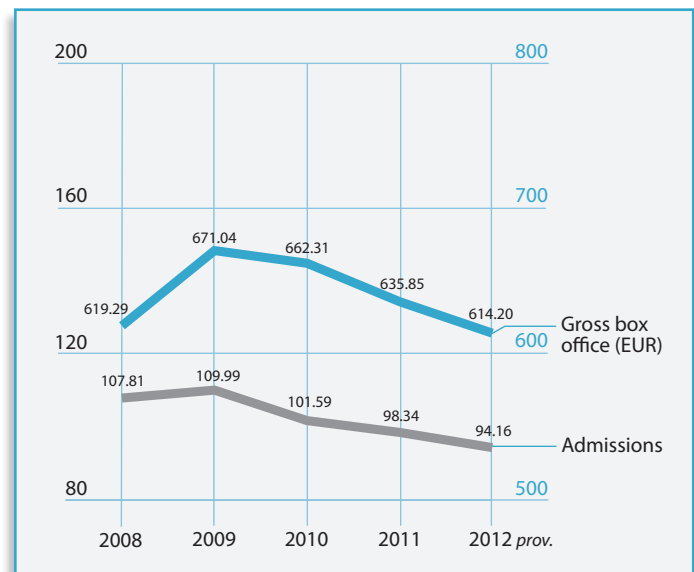


2008-2012 In units. ①

① Films certified. Includes feature documentaries.

➔ ICAA

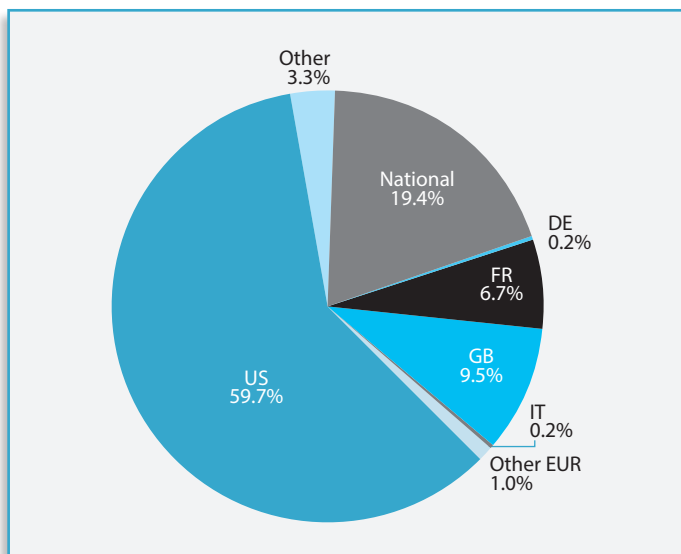
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ ICAA

Market share according to the origin of films

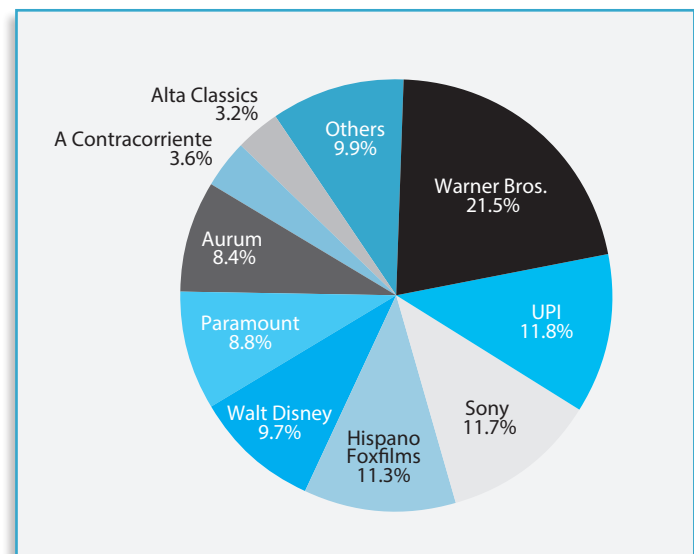


2012 In % of total admissions.

'Other' may include some non-EU European countries.

➔ ICAA

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ ICAA

ES10

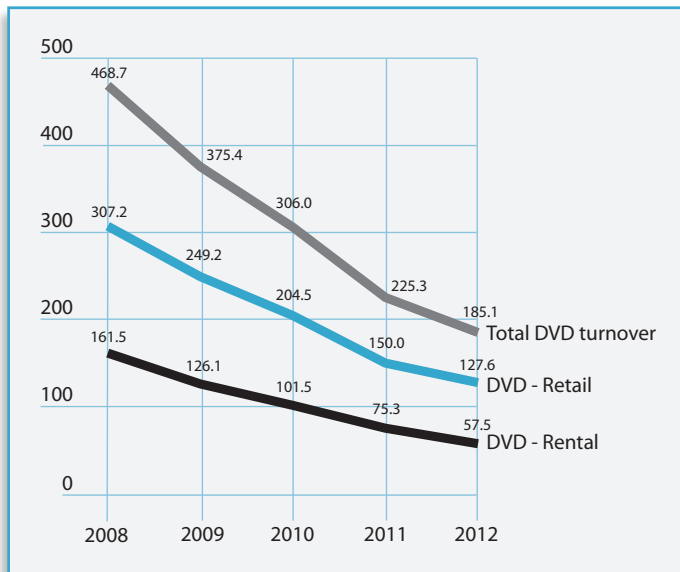
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	12.31	12.12	12.25	12.37	12.50
DVD player penetration of TV households	77.79%	75.62%	75.61%	75.55%	75.61%
Blu-ray disc player households	0.02	0.11	0.27	0.58	1.18
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.11%	0.67%	1.67%	3.53%	7.12%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

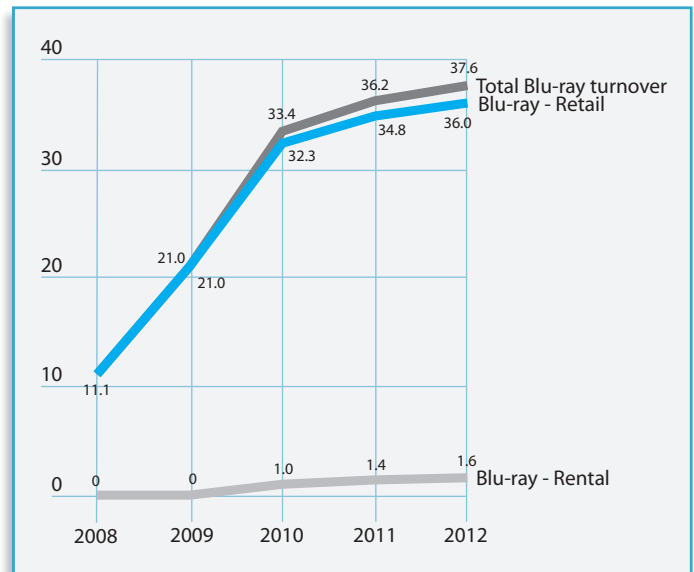


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover



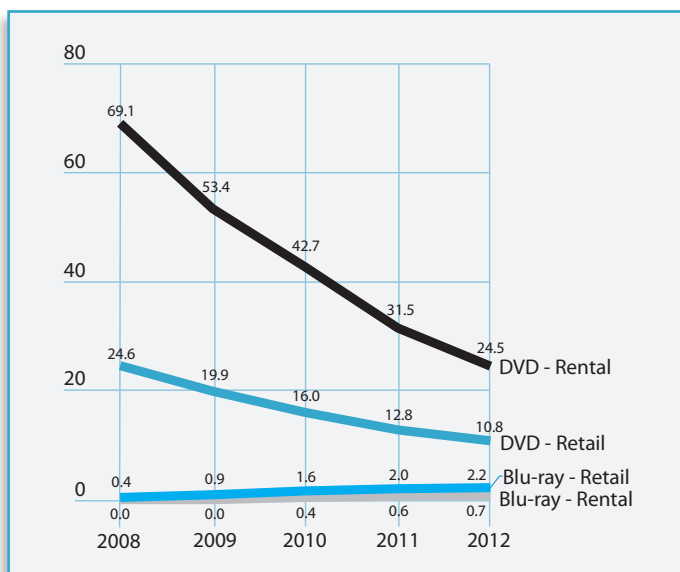
2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

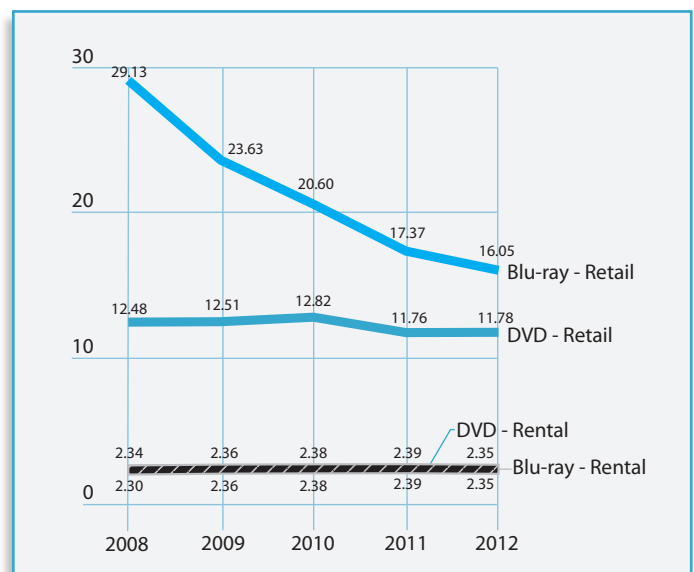
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

Finland is one of Europe's most advanced countries in terms of digital broadcasting: analogue terrestrial signals were switched off in 2007 and cable television transmissions have also been fully digitised since 2008. Finland is now turning to second generation digital terrestrial television (DVB-T2) with two operators (DNA, Digita) having switched to the new standard already. However, these changes have not radically altered the balance in the broadcasting market, where the main players remain the public group YLE (YLE TV1, YLE TV2, YLE Teema and Swedish-language channel YLE FEM), the Finnish private media group Sanoma (Nelonen, JIM, LIV) and Swedish group Bonnier (MTV3, Sub and Nordic C MORE pay-TV channels).

The total daily audience market share of YLE channels decreased from 45.1 % in 2010 to 42 % in 2012. Public channel YLE TV1 further expanded its daily audience market share to 24.2%, gaining 2% more as compared to 2011. YLE TV2 has lost some audience share with 13.7% down from 19.4% two years before. The same decline in audience is showed by the first private channel, MTV3, reporting 19.8%, and losing nearly 10% since 2006.

The Finnish multi-channel distribution market continues to be dominated by cable services. Although there are still more than 20 active operators, the market is becoming more concentrated. In particular, in July 2010, DNA took control of the cable activities of Sanoma Television, i.e. its Welho package. In December 2009, the Welho and DNA packages were the two most popular in the country, with 326 000 and 270 000 subscribers respectively. In December 2011, DNA had some 600 000 cable television subscribers. As part of this transaction, Sanoma Television acquired a 21% stake in DNA. Following the two DNA packages are those of Sonera (355 000 subscribers in 2011), Elisa (253 000) and Anvia (62 000).

Due to the popularity of cable television in Finland, satellite and IPTV packages are struggling to break through. As in the other Nordic countries, two satellite platforms are competing: Viasat (MTG) and Canal Digital (Telenor) who each have just about 50 000 subscribers. Four packages are competing in the IPTV market: Elisa, whose Viihde platform was launched in spring 2009, Sonera (Koti TV), Maxisat (Maxi vision) and AB Ålands TV, which offers a Swedish language package. In order to increase their appeal, these platforms concentrated on expanding their on-demand services, with Elisa Viihde offering seven different video on demand services in October 2012.

The digital terrestrial television (DTT) platform offers 35 free and pay-TV channels. TV channels in terrestrial TV networks are

La Finlande est l'un des pays d'Europe les plus avancés en matière de transmissions numériques : après l'extinction des transmissions analogiques terrestres en 2007, la numérisation des transmissions de télévision par câble depuis 2008, la Finlande se tourne désormais vers la télévision numérique terrestre de seconde génération (DVB-T-2), deux opérateurs (DNA, Digita) ayant déjà adopté la nouvelle norme. Ces mutations n'ont toutefois pas radicalement modifié l'équilibre sur le marché de la radiodiffusion où les principaux acteurs demeurent le groupe public YLE (YLE TV1, YLE TV2, YLE Teema ou la chaîne suédophone YLE FEM), le groupe de médias privé finlandais Sanoma (Nelonen, JIM, LIV) et le groupe suédois Bonnier (MTV3, Sub ou encore les chaînes nordiques à péage C MORE).

La part d'audience quotidienne des chaînes de YLE est tombée de 45,1 % en 2010 à 42 % en 2012. La chaîne publique YLE TV1 a vu sa part d'audience quotidienne passer à 24,2 %, soit 2 % de plus qu'en 2011. La part d'audience de YLE TV2 est de 13,7 %, contre 19,4 % deux ans auparavant. Quant à celle de la première chaîne privée, MTV3, elle a également diminué et s'établit désormais à 19,8 %, soit une baisse de près de 10 points depuis 2006.

Le marché finlandais de la distribution multi-chaînes demeure dominé par la câblodistribution avec une vingtaine d'opérateurs actifs. Cependant, le marché tend à se concentrer. Ainsi, en juillet 2010, DNA a pris le contrôle des activités de câblodistribution de Sanoma Television, c'est-à-dire du bouquet Welho. Or les bouquets Welho et DNA étaient en décembre 2009 les deux plus populaires du pays avec respectivement 326 000 et 270 000 abonnés. En décembre 2011, DNA regroupe près de 600 000 abonnés à la télévision par câble. A l'occasion de cette opération, Sanoma Television est entré au capital de DNA à hauteur de 21 %. Derrière les deux bouquets de DNA se trouvent ceux de Sonera (355 000 abonnés en 2011), Elisa (253 000 abonnés) et Anvia (62 000 abonnés).

Face à l'importance en Finlande de la télévision par câble, les bouquets alternatifs, par satellite ou par IP, peinent à émerger. Comme dans les autres pays nordiques, deux plates-formes satellitaires sont en concurrence : Viasat (MTG) et Canal Digital (Telenor), qui réunissent chacune environ 55 000 abonnés. Sur le marché de l'IPTV, quatre bouquets sont en concurrence : Elisa, avec sa plate-forme Viihde lancée au printemps 2009, Sonera (Koti TV), Maxisat (Maxivision) et AB Ålands TV, qui commercialise un bouquet suédophone. Afin de gagner en attractivité, ces plates-formes se sont concentrées sur l'expansion de leurs services à la demande,

Finnland ist eines der Länder Europas, in denen die digitale Übertragung am weitesten fortgeschritten ist: Nachdem das analoge terrestrische Signal 2007 abgeschaltet wurde, sind auch die Kabelfernsehtetze seit 2008 vollständig digitalisiert. Finnland wendet sich nun der DVB-T-Nachfolgetechnologie DVB-T2 zu. Zwei Betreiber (DNA, Digita) haben bereits auf den neuen Standard umgestellt. Dieser Wandel führte jedoch nicht zu grundlegenden Verschiebungen auf dem Rundfunkmarkt, wo die wichtigsten Akteure weiterhin die öffentlich-rechtliche Gruppe YLE (YLE TV1, YLE TV2, YLE Teema und der schwedisch sprachige Sender YLE FEM), die private finnische Mediengruppe Sanoma (Nelonen, JIM, LIV) und der schwedische Konzern Bonnier sind (MTV3, Sub und die nordischen Bezahlsender von C MORE).

Der tägliche Zuschauermarktanteil der YLE Sender ist von 45,1 % in 2010 auf 42 % in 2012 gesunken. Der öffentlich-rechtliche Sender YLE TV1 konnte seinen täglichen Zuschauermarktanteil weiter ausbauen und erreicht nun 24,2 %, das sind 2 % mehr als 2011. Dagegen verlor YLE TV2 einen Teil seiner Marktanteile und kommt nur noch auf 13,7 % (gegenüber 19,4 % vor zwei Jahren). Zuschauer verloren hat auch der erste private Sender, MTV3. Er erreichte 19,8 % und hat damit seit 2006 fast 10 % seiner Zuschauermarktanteile verloren.

Das Mehrkanalangebot in Finnland wird weiterhin von den Kabelnetzbetreibern dominiert. Zwar sind noch über 20 Betreiber aktiv, aber der Markt steuert auf eine Konzentration hin. So übernahm im Juli 2010 DNA die Kontrolle über die Kabelaktivitäten von Sanoma Television und damit vom Bouquet Welho. Wobei die Bouquets Welho und DNA im Dezember 2009 mit 326 000 bzw. 270 000 Abonnenten am beliebtesten waren. Im Dezember 2011 hatte DNA damit fast 600 000 Kabelabonnenten. Mit dieser Operation beteiligte sich Sanoma Television zu 21 % am Kapital von DNA. Hinter den beiden Bouquets von DNA folgen Sonera (355 000 Abonnenten 2011), Elisa (253 000) und Anvia (62 000).

In Anbetracht der Bedeutung des Kabelfernsehens in Finnland haben es die alternativen Bouquets über Satellit oder IPTV schwer, Fuß zu fassen. Wie in den anderen nordischen Ländern konkurrieren zwei Satellitenplattformen: Viasat (MTG) und Canal Digital (Telenor), die jeweils etwa 50 000 Abonnenten hatten. Auf dem IPTV-Markt stehen vier Bouquets im Wettbewerb: Elisa, mit der im Frühjahr 2009 gestarteten Plattform Viihde, Sonera (Koti TV), Maxisat (Maxivision) und AB Ålands TV mit einem Bouquet in schwedischer Sprache. Um attraktiver zu werden, haben sich diese Plattformen

distributed in seven multiplexes (MUX) with national or partially national coverage. The two main companies are Digita Ltd and DNA Ltd. In addition to national networks, there are also regional multiplexes.

Digi TV Plus operates the pay-DTT package in Finland (Plus TV). With 281 000 subscribers in December 2008, the company was bought in 2009 by Swedish group Boxer (Teracom), which was already active in the DTT market in Sweden and Denmark. However, the number of Plus TV subscribers continuously decreased and reached 238 000 at the end of 2011.

In order to maintain the dynamism of the DTT market, four new DVB-T2 multiplexes, broadcasting in MPEG4 and offering access to high definition channels, were launched in 2011. DNA is licensed to use three multiplexes and launched on 1 January 2011 a pay-HD service using DVB-T2, in the MPEG-4 standard with SFN operation. This service was upgraded in September 2011 by including the channels of the Welho package. In June 2012 DNA completed its terrestrial network in Finland covering 85% of households. The DNA Welho offers 19 pay-TV channels as well as 9 HD channels. DNA has thus become a serious competitor of Plus TV.

The TV service distributor Digita (a subsidiary of TDF), which controls the first four multiplexes of the Finnish DTT network, has also been operating the DVB-H network since 2006. Since October 2009, DNA has been marketing the first Finnish mobile television service using this network. The package, known as DNA Mobiili TV, offers access to five Finnish channels (YLE TV1, YLE TV2, MTV3, Sub and The Voice). In September 2011 Digita was authorised to replace the DVB-H transmission standard with DVB-T2, which also enables mobile reception.

In 2013 a comprehensive reform of the legislation on electronic communications, named the "Information society code" has been submitted for public consultation by the Finnish Ministry of Transport and Communications. The aim of the proposal is to update and harmonise the electronic communications regulatory framework.

Elisa Viihde proposant sept services de vidéo à la demande en octobre 2012.

La plate-forme de télévision numérique terrestre propose 35 chaînes gratuites et payantes. Les chaînes de télévision des réseaux de télévision terrestre sont distribuées par sept multiplex (MUX) ayant une couverture entièrement ou partiellement nationale. Les deux principales sociétés sont Digita Ltd et DNA Ltd. En plus des réseaux nationaux, le pays compte plusieurs multiplex régionaux.

Digi TV Plus opère le bouquet de TNT payante en Finlande (Plus TV). Forte de ses 281 000 abonnés en décembre 2008, la société a été rachetée en 2009 par le groupe suédois Boxer (Teracom), déjà présent sur le marché de la TNT en Suède et au Danemark. Mais le nombre d'abonnés à Plus TV a constamment diminué pour atteindre 238 000 fin 2011. Afin d'entretenir le dynamisme du numérique terrestre, quatre nouveaux multiplex DVB-T2, diffusant en MPEG-4 et proposant l'accès à des chaînes en haute définition, ont été lancés en 2011. DNA utilise trois multiplex et a lancé le 1^{er} janvier 2011 une offre HD payante, en DVB-T2, en normes MPEG-4 et SFN. Cette offre a été renforcée en septembre 2011 en y incluant les chaînes du bouquet Welho. En juin 2012, DNA a terminé son réseau terrestre en Finlande, couvrant 85 % des foyers. DNA Welho compte 19 chaînes de télévision payantes et 9 chaînes HD. De fait, DNA est un concurrent sérieux de Plus TV.

L'entreprise de transmission Digita (filiale de TDF), qui contrôle les quatre premiers multiplex du réseau TNT finlandais, opère aussi depuis 2006 le réseau DVB-H. Depuis octobre 2009, DNA commercialise la première offre finlandaise de télévision mobile grâce à ce réseau. Le bouquet, baptisé DNA Mobiili TV, propose l'accès à cinq chaînes finlandaises (YLE TV1, YLE TV2, MTV3, Sub et The Voice). En septembre 2011 Digita a été autorisée à remplacer la diffusion en DVB-H par une diffusion en DVB-T2, également pertinente pour la réception mobile.

En 2013, une réforme globale de la législation relative aux communications électroniques, nommée « Code de la société de l'information », a été soumise à consultation publique par le ministère finlandais des Transports et des Communications. L'objectif de cette proposition est de mettre à jour et d'harmoniser le cadre réglementaire des communications électroniques.

auf den Ausbau ihrer Video-on-Demand-Dienste (VoD) konzentriert. Elisa Viihde bietet inzwischen (Oktober 2012) sieben verschiedene VoD-Dienste an.

Die digitale terrestrische Fernsehplattform (DVB-T) bietet 35 frei empfangbare und verschlüsselte Sender an. Fernsehsender in terrestrischen Sendernetzen werden über sieben landesweite bzw. regionale Multiplexe (MUX) übertragen. Die beiden größten Betreiber sind Digita Ltd und DNA Ltd. Neben landesweiten Sendernetzen gibt es auch noch eine Reihe regionaler Multiplexe.

Digi TV Plus ist Betreiber des kostenpflichtigen DVB-T- Bouquets (Plus TV) in Finnland. Im Dezember 2008 hatte das Unternehmen 281 000 Abonnenten; 2009 wurde es von dem schwedischen Konzern Boxer (Teracom) aufgekauft, der in Schweden und Dänemark bereits auf dem Markt des digitalen terrestrischen Fernsehens präsent ist. Allerdings ging die Zahl der Abonnenten von Plus TV kontinuierlich zurück und lag Ende 2011 bei 238 000.

Zur Aufrechterhaltung der Dynamik im digitalen terrestrischen Fernsehen wurden 2011 vier neue DVB-T2-Multiplexe in der MPEG-4-Norm gestartet, die hochauflösende Sender verbreiten. DNA darf drei Multiplexe nutzen und startete am 1. Januar 2011 ein HD-Bezahlangebot (DVB-T2) in der MPEG-4-Norm im SFN-Betrieb. Dieses Angebot wurde im September 2011 mit der Aufnahme der Sender aus dem Bouquet Welho ausgebaut. Seit Juni 2012 hat DNA sein terrestrisches Netz in Finnland fertig ausgebaut und deckt inzwischen 85 % der Haushalte ab. DNA Welho bietet inzwischen 19 Pay-TV- und 9 HD-Sender an. Damit ist DNA zu einem ernsthaften Konkurrenten von Plus TV avanciert.

Das Übertragungsunternehmen Digita (Tochter von TDF) betreibt nicht nur die vier wichtigsten Multiplexe des finnischen DVB-T-Netzes, sondern seit 2006 auch das DVB-H-Netz. Seit Oktober 2009 vermarktet DNA über dieses Netz das erste finnische Mobilfernsehangebot. Das Bouquet DNA Mobiili TV bietet Zugang zu fünf finnischen Kanälen (YLE TV1, YLE TV2, MTV3, Sub und The Voice). Im September 2011 erhielt Digita die Erlaubnis, anstatt in DVB-H in DVB-T2 auszustrahlen, was auch für den mobilen Empfang von Vorteil ist.

2013 hat das finnische Ministerium für Verkehr und Kommunikation eine öffentliche Konsultation über eine umfassende Reform der Gesetze über die elektronische Kommunikation eingeleitet, den „Kodex zur Informationsgesellschaft“. Mit dieser Reform soll der gesamte Rechtsrahmen für die elektronische Kommunikation aktualisiert und harmonisiert werden.

➤ Viestintävirasto (FICORA) (Finnish Communications Regulatory Authority): <https://www.viestintavirasto.fi>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

FI1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	5 401
Households	2 551

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			2 365
Cable TV subscriptions	55.1%	1 406	
Digital cable TV households	55.1%		1 406
Digital DTH/SMATV households	5.1%		131
Pay DTH/SMATV subscriptions	2.3%	59	
IPTV households	8.1%		207
Pay IPTV subscriptions	8.1%	207	
DTT households	24.3%		620
Pay DTT subscriptions	9.4%	241	
Total digital TV households	92.7%		2 365
Total pay TV subscriptions	75.0%	1 914	
Households with DVD player	56.1%		1 432
Households with Blu-ray disc player	10.9%		277
Households with PC	81.8%		2 087
Households with broadband connections	59.3%		1 513
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	12.6%		321

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

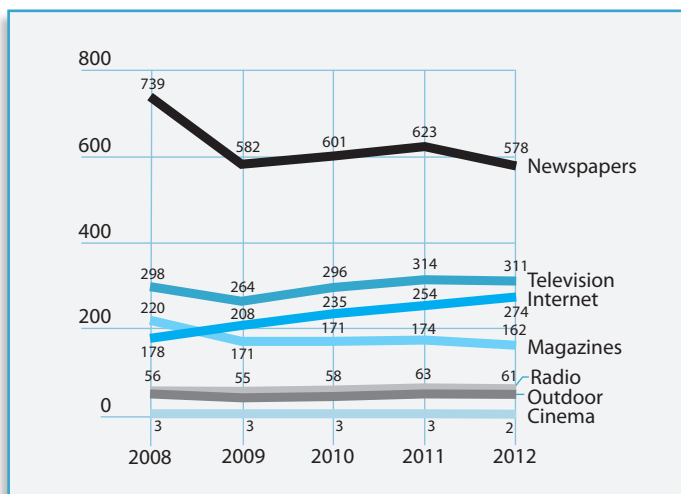
		Total in thousands
Active smartphones	68.1%	3 679
Active tablets	6.6%	354
Advanced game consoles	12.2%	657

IHS Screen Digest

FI2

Advertising
2008-2012

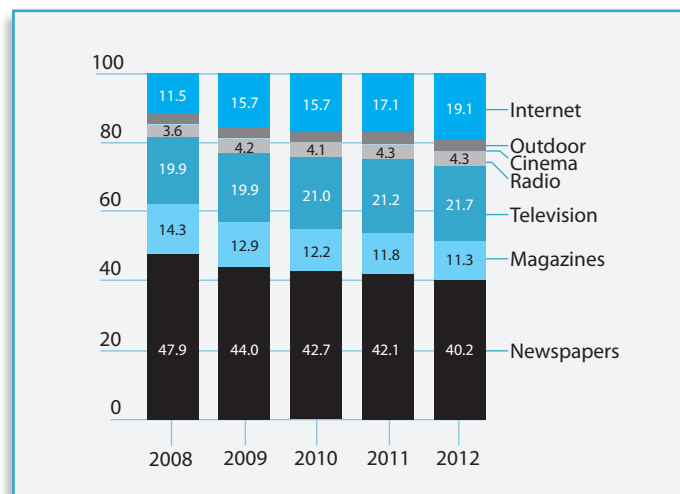
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

FI3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Elisa Oyj (cons.) ¹	3Play	Elisa TV	1 468.3	1 535.8	1 558.1	1.5%
TeliaSonera Finland Oyj ¹	3Play	Sonera TV	1 582.6	1 569.1	1 470.1	-6.3%
Finnnet (cons.) ¹	3Play, dvb-h	DNA TV	694.2	731.4	771.6	5.5%
Yleisradio Oy	sptv	YLE	420.1	432.4	456.1	5.5%
Sanoma Entertainment Finland Oy	adtv	Nelonen	9.5	119.3	285.7	139.5%
<i>p.m.</i> Sanoma Television Oy	adtv	Nelonen	124.9	-	-	-
MTV Oy	adtv	MTV-3	214.0	229.3	273.1	19.1%
<i>p.m.</i> SubTV Oy.	thtv	SubTV	47.6	47.1	-	-
Anvia Oyj (cons.) ¹	CATV, isp	Anvia TV	109.2	117.0	116.6	-0.3%
Finnkino ²	discin, exh	Finnkino	64.5	31.3	106.1	-
Digi TV Plus Oy	DTT	Digi TV	62,1	61,6	66,2	7.5%
Digita Oy ³	trans	Digita	91,2	90,9	65,9	-
Oy Nordisk Film Finland AB	discin, vid	Nordisk Film	43.3	41.1	44.6	8.5%

¹ Includes telecommunication activities.² 2012 on 9 months.

↳ European Audiovisual Observatory

³ 2011 on 6 months / 2012 on 18 months.

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	25	25	Anvia, DNA, Elisa, Sonera (TeliaSonera) etc.
Satellite packagers	2	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	>5	>5	AB Alands, Blue Lake Communications, Elisa, Maxisat (Super Head End Finland), Sonera (TeliaSonera) + several local cable operators providing FTTH IPTV.
DTT multiplex operators and packagers	5	5	3 multiplex operators: Digita (TDF), DNA Finland, Anvia. 3 pay DTT packagers: Digi TV Plus "Plus TV" (Teracom), TDF Entertainment (TDF), DNA Finland.
SmartTV stores providing AV applications		4	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.	1	6	Blackberry Apps World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

↳ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	Yleisradio Oy	Public	6	44.3%	42%
2	Albert Bonnier (SE)	Private	31	>27.7%	>27%
3	Sanoma Entertainment Finland Oy	Private	11	>14.5%	>14.6%
4	ProSiebenSat.1 Media AG ¹	Private	1	3%	4.1%
5	21st Century (US)	Private	1	0.5%	2.1%

¹ The TV assets of ProSiebenSat.1. Media AG were taken over in April 2013 by Discovery Network (US), whose channels have a 0.7 % of daily audience market share in Finland in 2012.

↳ European Audiovisual Observatory

FI4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	379.3	391.3	402.2	418.1	423.5	95.4	95.2	95.7	96.7	92.9	1.3%
Licence fee	376.2	388.0	398.4	415.4	422.7	94.6	94.3	94.8	96.0	92.7	1.8%
Other public income	3.0	3.4	3.8	2.7	0.8	0.8	0.8	0.9	0.6	0.2	-70.4%
Total commercial income	13.6	14.1	15.2	12.75	16.8	3.4	3.4	3.6	2.9	3.7	31.8%
Other income	4.7	5.8	2.6	1.7	15.8	1.2	1.4	0.6	0.4	3.5	842.9%
Total	397.5	411.2	420.1	432.5	456.1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	5.5%

Companies included: YLE / M.I.S.

↳ YLE / EBU - M.I.S.

FI5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	6	32	38
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	3	19	22
TV Regional/Local	1	44	45
TV Regional/Local Windows			0
TV channels targeting foreign markets	1		1
Pure TV online services (Web TV)			
Total	11	95	106
Foreign channels targeting the country	2	52	54

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	5	29
VoD Generalist/ Film / Fiction	6	16
VoD Music / Music events		4
VoD Film	11	51
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		4
Film/TV Archives and Trailers	1	5
Sport		2
Other	2	~
Total (consolidated)	28	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	(free)	(pay) Digi TV Plus ^①	DNA Welho TV	Viasat	Elisa Elisa Viihde
TV Channels					
Generalist - national	4	4	4		4
Generalist - foreign			11		8
Adult		1	2	1	5
Children		3	7	6	9
Culture/ education/ documentary	1	4	18	8	21
Entertainment/ TV fiction/ games	8	11	22	3	18
Film		3	17	7	17
HD simulcast of an existing channel			26	16	36
International linguistic and cultural			5	2	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel	1	1	5		4
Music	1	2	9	3	10
News/ business			17	1	18
Regional/ local / windows			4		
Religion			1		1
Sports		6	16	5	13
Various	1	1	3		3
Total (of which HD)	16	36	167 (29)	52 (17)	170 (40)
On-demand audiovisual services					
VoD				1	6
Catch-up					
Other services					1
Total	0	0	0	1	7

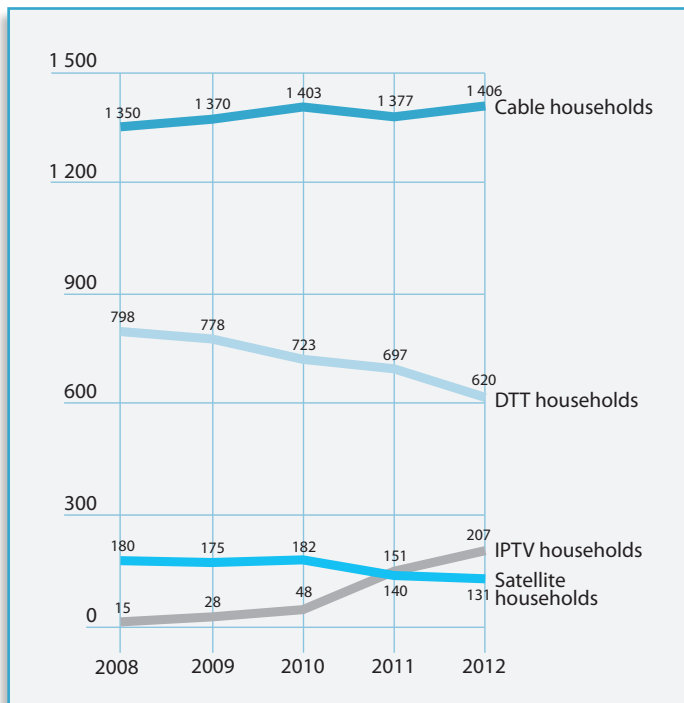
^① Includes free DTT.

 European Audiovisual Observatory

FI6

Market trends
2008-2012

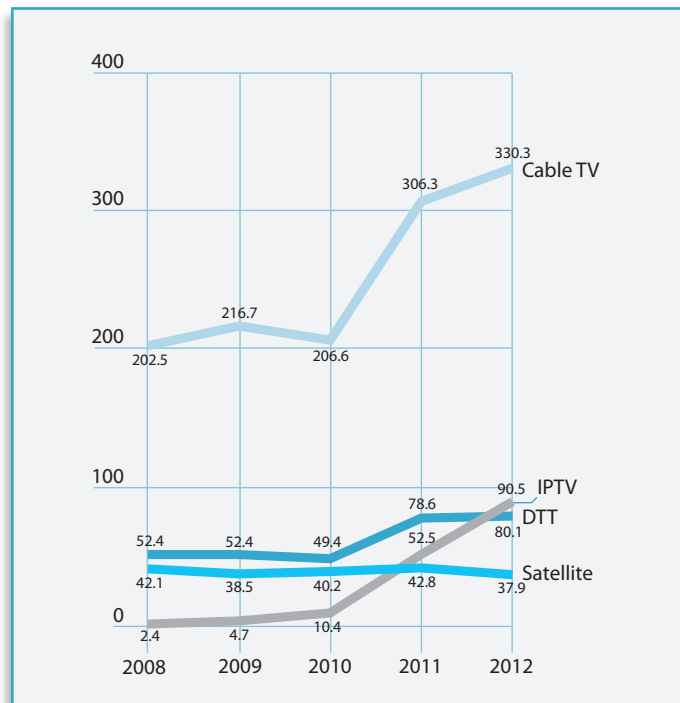
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

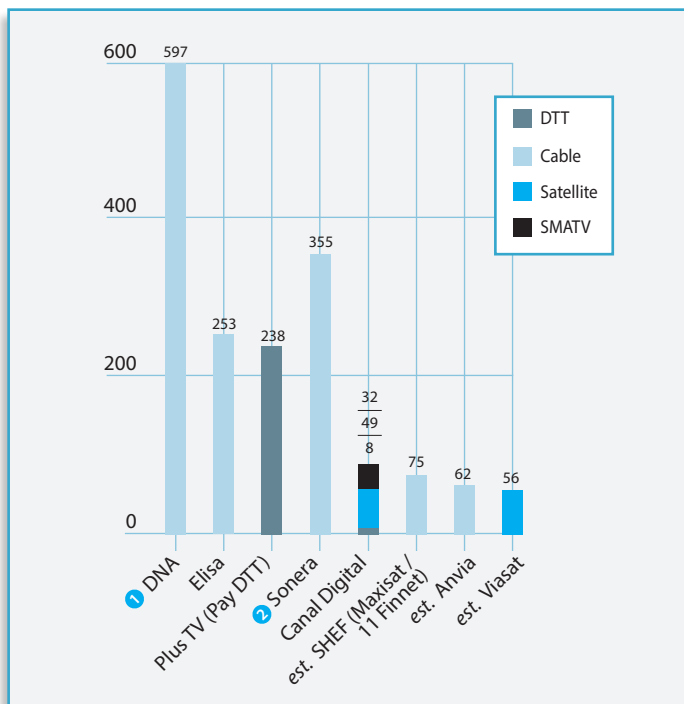
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms

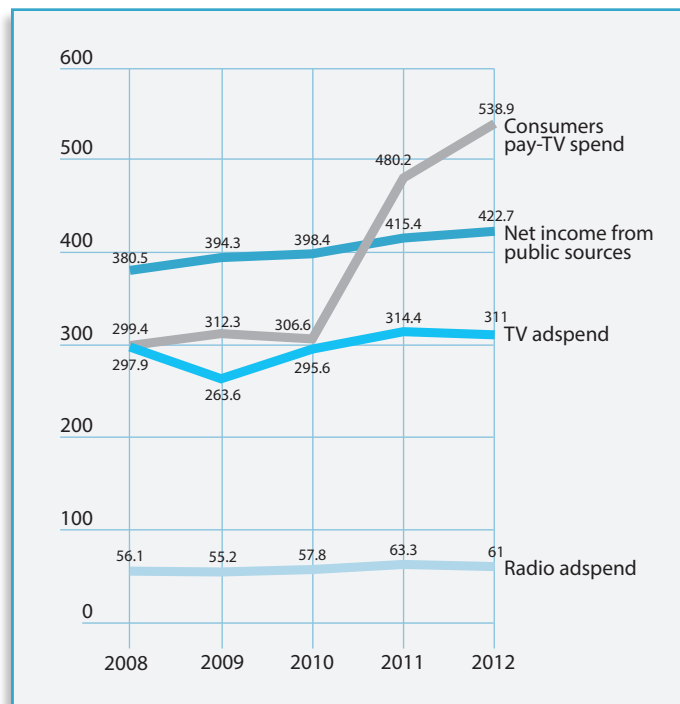


As at 31.12.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

- 1 Data as of June 2012.
- 2 Data includes IPTV subscribers.

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory from IHS Screen Digest, Warc and YLE data

FI7

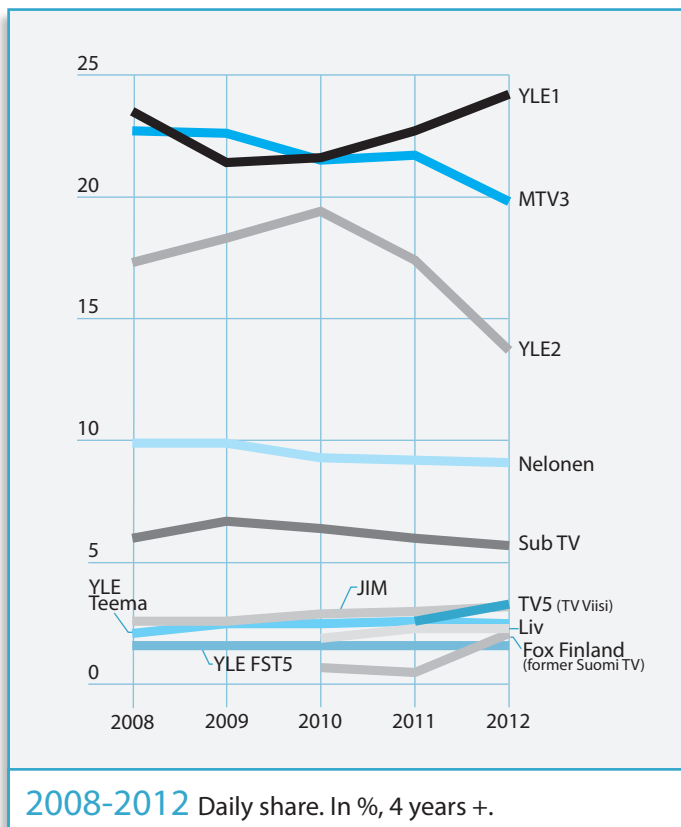
TV audience market share in Finland

2008-2012 In %, 4 years +.

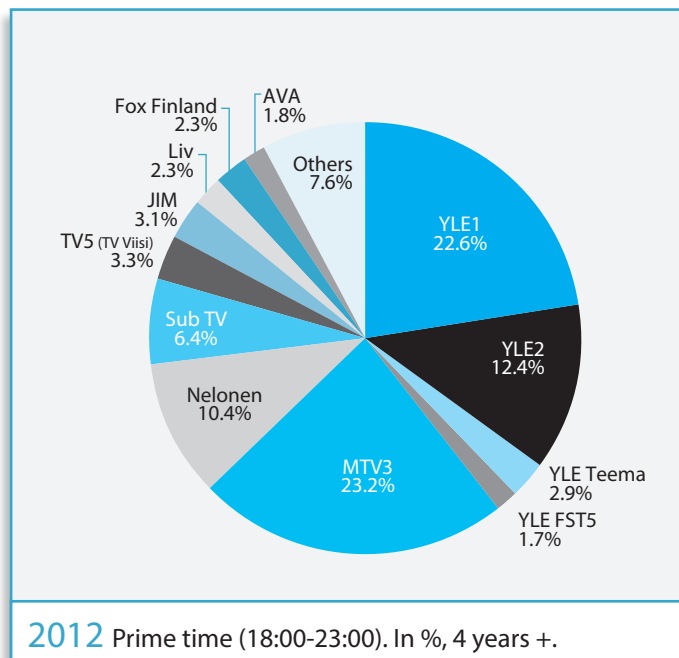
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
YLE1	23.5	21.4	21.6	22.7	24.2	21.4	20.8	20.4	21.8	22.6
YLE2	17.3	18.3	19.4	17.4	13.7	16.0	17.3	18.6	16.0	12.4
YLE Teema	2.1	2.5	2.5	2.6	2.5	2.2	2.5	2.5	2.7	2.9
YLE FST5	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.8	1.9	1.8	1.7	1.7
Finnish public channels	44.5	43.8	45.1	44.3	42.0	41.4	42.5	43.3	42.2	39.6
MTV3	22.7	22.6	21.5	21.7	19.8	26.5	24.6	24.2	24.3	23.2
Nelonen	9.9	9.9	9.3	9.2	9.1	11.1	11.0	10.5	10.2	10.4
Sub TV	6.0	6.7	6.4	6.0	5.7	7.3	8.0	7.4	7.4	6.4
TV5 (TV Viisi)	-	-	-	2.6	3.3	-	-	-	2.7	3.3
JIM	2.6	2.6	2.9	3.0	3.2	2.5	2.6	2.6	2.8	3.1
Liv	-	-	1.9	2.3	2.3	-	-	1.7	2.2	2.3
Fox Finland (former Suomi TV)	-	-	0.7	0.5	2.1	-	-	0.8	0.7	2.3
AVA	-	-	-	-	1.5	-	-	-	-	1.8
Kutonen (former The Voice)	-	-	-	0.4	0.8	-	-	-	0.2	0.6
MusicTV	0.7	0.7	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	0.4	0.3	0.3
Nelonen Pro 2	1.2	1.3	0.6	~	~	-	-	0.8	~	~
The Voice/TV Viisi	0.8	1.5	2.0	-	-	0.6	1.5	2.0	-	-
Urheilukanava	1.3	1.3	-	-	-	1.3	1.3	-	-	-
Main Finnish private channels	45.2	46.6	45.8	46.2	48.3	49.9	49.5	50.4	50.8	53.7
Discovery Channel	~	0.7	0.6	0.5	0.7	-	0.4	0.3	0.3	0.4
Others	10.3	8.9	8.5	9.0	9.0	8.7	7.6	6.0	6.7	6.3

① TV5 and The Voice became separate channels on 01/04/2011.

Eurodata TV Worldwide / Finnpanel Oy



Eurodata TV Worldwide / Finnpanel Oy



Eurodata TV Worldwide / Finnpanel Oy

F18

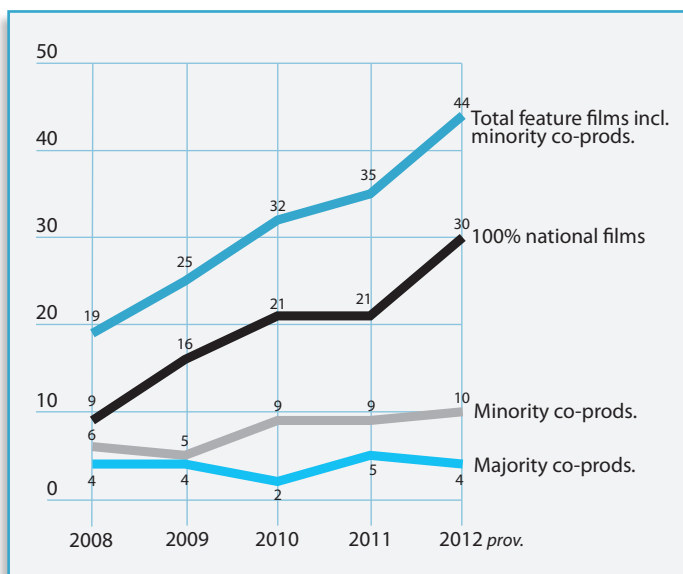
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	16 645	17 488	18 600	19 086	19 109	OBS
Screens	320	306	289	283	284	FFF
Cinema sites	189	179	172	172	172	FFF
Digital screens	12	48	88	180	250	MS
Digital cinema sites	8	35	56	94	135	MS
Digital screen penetration	4%	16%	30%	64%	88%	MS
Digital site penetration	4%	20%	33%	55%	87%	MS

European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / FFF (Finnish Film Foundation)

Number of theatrical feature films produced

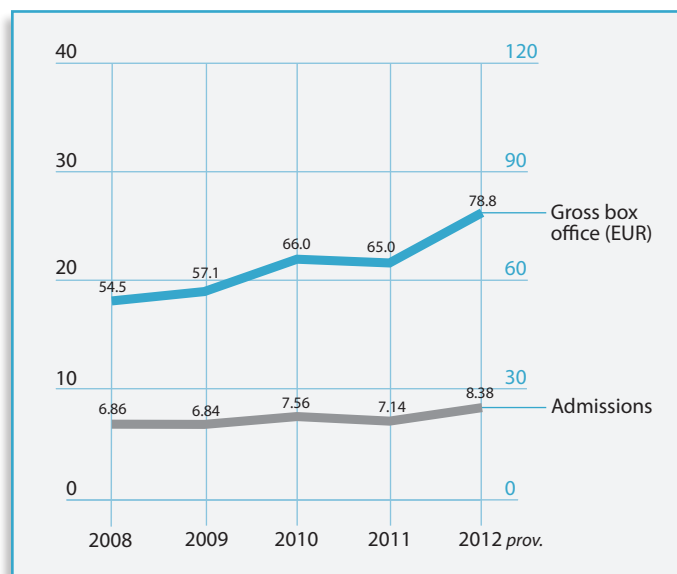


2008-2012 In units. 1

1 Films released except for minority co-productions which are recorded by year of production. Includes feature documentaries.

FFF

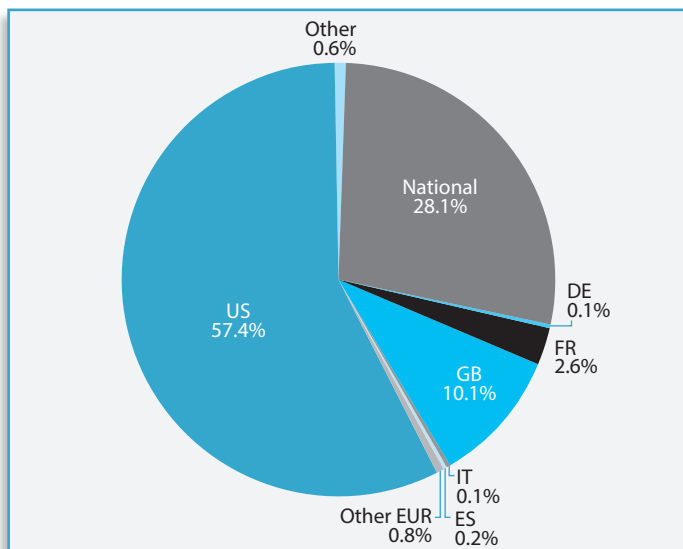
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

FFF

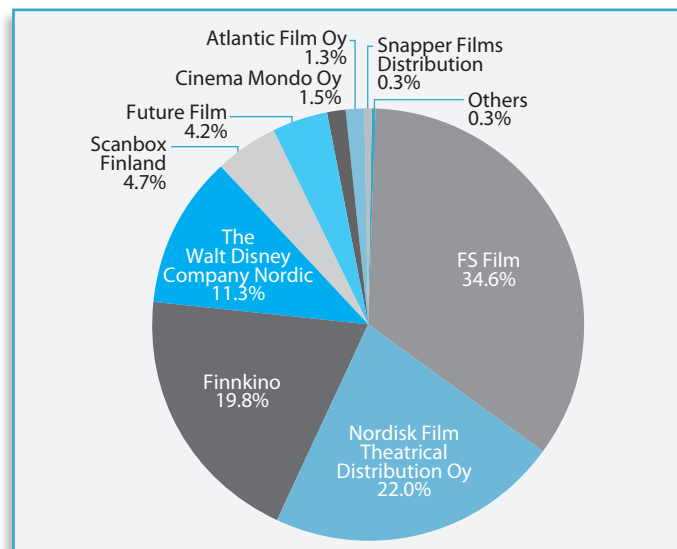
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

FFF

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

FFF

FI9

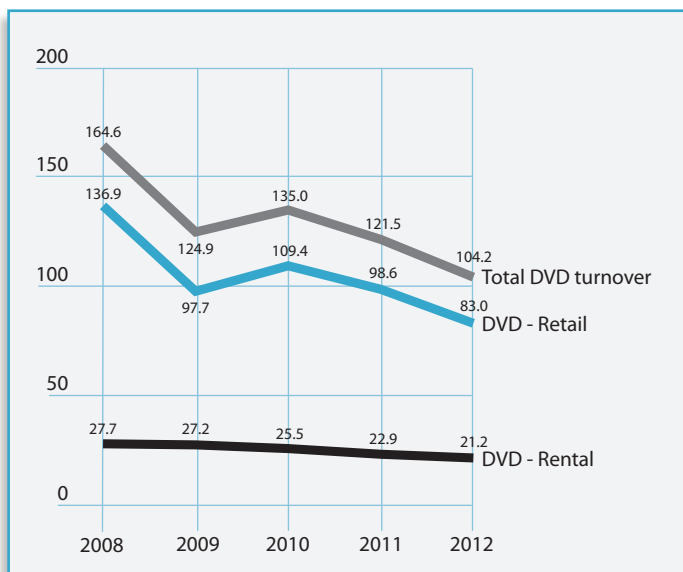
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	1.25	1.36	1.42	1.44	1.43
DVD player penetration of TV households	53.19%	57.56%	60.20%	60.84%	60.56%
Blu-ray disc player households	0.02	0.04	0.07	0.16	0.28
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.64%	1.78%	3.02%	6.86%	11.72%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

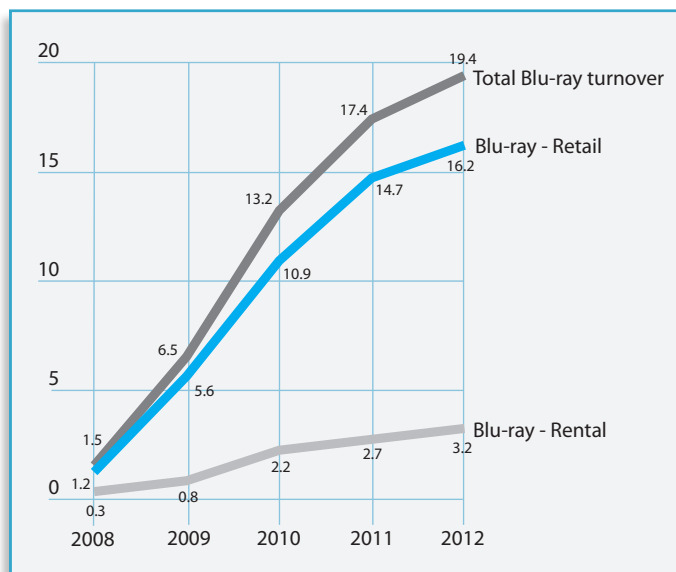


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

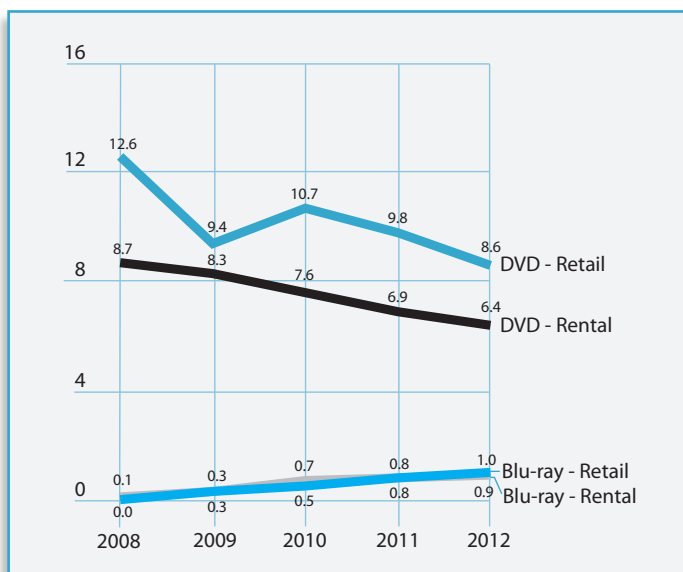


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

DVD and Blu-ray disc transactions

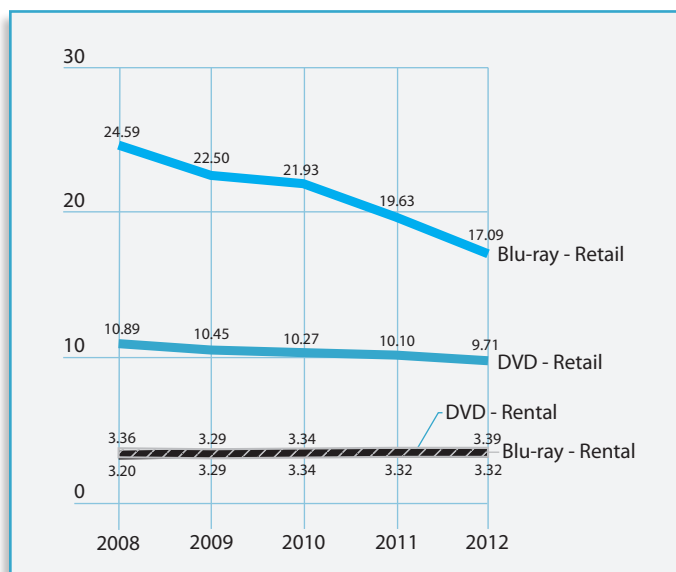


2008-2012 In million units.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

In the French market TF1 remains the most popular channel with a daily audience share of 22.7% in 2012 but that share has been steadily falling (32% in 2005). In second and third place respectively are the two public channels France 2 (14.9%) and France 3 (9.7%), which stabilised their audience market share in 2012. Both in 2012 and 2011, the daily audience market share (11.2%) of the private channel M6 was even higher than that of France 3. TMC has confirmed its position as the fifth most-watched channel (3.6%), ahead of France 5 (3.5%).

By March 2012 more than 97% of French television homes were digital. The digitisation of French households is largely due to DTT. In France, DTT, which reached 62% of households by March 2012, consists of 25 free-to-air national channels (ten available in HD), forty nine free-to-air local channels and nine national pay-TV channels (one in HD). The success of free DTT is apparent in the consolidation of the new DTT channels. Following the takeover of the channels TMC and NT1 by TF1 in 2010, Canal+ announced in September 2011 that it was acquiring a 60% stake in Direct 8 and Direct Star, the two free-to-air DTT channels operated by the Bolloré group. This deal was approved by the Competition Authority in July and by the CSA in September 2012. In both cases the agreements were based on conditions: concerning the acquisition of rights for US movies and TV series; and also regarding the production of, and investment in French content. Also Canal+ had to sell its stake in the Orange Cinéma Séries, purchased in November 2011. However, in November 2012 both TF1 and M6 have filed complaints against the decision of the Competition Authority and claim that these conditions were not strong enough. By means of two decisions of 23 December, the Conseil d'Etat (Council of State) set aside the approval given by the *Autorité de la concurrence* (Competition Authority) and the audiovisual regulator *Conseil supérieur de l'audiovisuel* (CSA) for the takeover of the channels Direct 8 and Direct Star by Canal+.

In May 2011, the CSA chose SelecTV, which is operated by TV Numeric, the second pay-DTT operator after Canal+, as the first video-on-demand (VoD) service for the digital terrestrial network. The service was expected to launch by the end of 2011 but this was abandoned following the court-ordered liquidation of TV Numeric.

France completed the switch from analogue to digital terrestrial broadcasting in November 2011. In October 2011, the CSA issued a call for applications for six new HD channels on free-to-air DTT. The selected channels: HD1 (TF1

Sur le marché français, TF1 reste la chaîne la plus populaire avec une part d'audience quotidienne de 22,7 % en 2012 mais en déclin régulier (32 % en 2005). En deuxième et troisième places se trouvent respectivement les deux chaînes publiques France 2 (14,9 %) et France 3 (9,7 %), qui ont stabilisé leur audience en 2012. En 2012 comme en 2011, la part d'audience quotidienne (11,2 %) de la chaîne privée M6 était supérieure à celle de France 3. TMC a confirmé sa place de cinquième chaîne (3,6 %) devant France 5 (3,5 %).

En mars 2012, plus de 97 % des foyers français étaient numérisés. La numérisation des foyers français est à porter, en grande partie, au crédit de la TNT. Équipant 62 % des foyers en France de 25 chaînes nationales gratuites (dont 10 sont disponibles en HD), de 49 chaînes locales gratuites et de 9 chaînes nationales payantes (dont 1 en HD). La consolidation des nouvelles chaînes de la TNT témoigne du succès de la TNT gratuite. Après le rachat des chaînes TMC et NT1 par TF1 en 2010, Canal+ a annoncé en septembre 2011 prendre une participation de 60 % dans les deux chaînes de la TNT gratuite éditées par le groupe Bolloré, Direct 8 et Direct Star. L'opération a été validée par l'Autorité de la concurrence en juillet et par le CSA en septembre 2012. Dans les deux cas, les accords étaient accompagnés de conditions relatives à l'acquisition de droits pour les films et les séries télévisées américaines ainsi qu'à la production de et à l'investissement dans du contenu en français. En outre, Canal+ a dû céder sa participation dans Orange Cinéma Séries, achetée en novembre 2011. Toutefois, TF1 et M6 ont déposé des plaintes en novembre 2012 contre la décision de l'Autorité de la concurrence au motif que ces conditions n'étaient pas assez strictes. Par deux arrêts du 23 décembre, le Conseil d'Etat a annulé les autorisations de l'Autorité de la concurrence et du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) de rachat des chaînes Direct 8 et Direct Star par Canal Plus.

Le CSA a sélectionné en mai 2011 un premier service de vidéo à la demande (VàD) pour le réseau numérique terrestre : il s'agit de SelecTV, opéré par TV Numeric, le second opérateur de TNT payante après Canal+. Le service devait être opérationnel fin 2011 mais a été abandonné suite à la mise en liquidation judiciaire de TV Numeric.

La France a terminé son passage de l'analogique au numérique terrestre en novembre 2011. Le CSA a lancé en octobre 2011 un appel à candidature pour six nouvelles chaînes HD sur la TNT gratuite. Les chaînes sélectionnées : HD1 (groupe TF1) ; l'Equipe HD (Groupe Amaury) ; 6Ter (M6) ; Tvous (La chaîne 23) ; RMC

Der beliebteste Fernsehsender in Frankreich ist nach wie vor TF1 mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 23,7 % 2012, der jedoch von Jahr zu Jahr zurückgeht (gegenüber 32 % 2005). Es folgen die beiden öffentlich-rechtlichen Sender France 2 (14,9 %) und France 3 (9,7 %), die 2012 ihre Marktanteile halten konnten. 2012 lag der tägliche Zuschauermarktanteil des Privatsenders M6 wie schon 2011 (11,2 %) über dem von France 3. TMC konnte seinen Platz als fünftgrößter Sender (3,6 %) vor France 5 (3,5 %) halten.

Im März 2012 konnten mehr als 97 % der französischen Fernsehhaushalte digitales Fernsehen empfangen. Die Digitalisierung der Haushalte ist zu einem Großteil dem DVB-T zuzuschreiben. 62 % der Haushalte in Frankreich waren im März 2012 für den DVB-T-Empfang ausgerüstet und konnten damit 25 unverschlüsselte landesweite Sender empfangen (von denen zehn in HD-Qualität ausgestrahlt werden), 49 frei empfangbare Lokalsender sowie 9 landesweite Bezahlensender (einen davon in HD). Der Erfolg des frei empfangbaren DVB-T wird auch in der Konsolidierung auf dem DVB-T-Markt sichtbar. Nach der Übernahme von TMC und NT1 durch TF1 2010 hatte Canal+ im September 2011 eine 60%ige Beteiligung an den beiden unverschlüsselten, von der Bolloré-Gruppe betriebenen DVB-T-Sendern Direct 8 und Direct Star angekündigt. Diese Beteiligung wurde im Juli von der Wettbewerbsbehörde und im September 2012 vom CSA genehmigt, allerdings nur unter Auflagen: u.a. gab es Einschränkungen beim Erwerb von Rechten an amerikanischen Filmen und Fernsehserien sowie bezüglich der Produktion von und Investition in französische Filme. Außerdem musste Canal+ seine Anteile an der Orange Cinéma Séries verkaufen, die der Sender erst im November 2011 erworben hatte. Im November 2012 haben jedoch TF1 und M6 gegen die Entscheidung der Wettbewerbsbehörde geklagt mit der Begründung, dass diese Bedingungen nicht streng genug seien. In zwei Urteilen vom 23. Dezember 2013 hat der Conseil d'Etat (Staatsrat) die Genehmigungen der Wettbewerbsbehörde und des CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel - Rundfunkaufsichtsbehörde) für die Übernahme der Sender Direct 8 und Direct Star durch Canal Plus für nichtig erklärt.

Der CSA hat im Mai 2011 einen ersten Video-on-Demand-Dienst (VoD) für das digitale terrestrische Netz bestimmt: SelecTV, betrieben von TV Numeric, dem zweitgrößten DVB-T-Pay-TV-Betreiber nach Canal+. Der Dienst sollte Ende 2011 in Betrieb gehen, der Plan wurde jedoch nach der Insolvenz von TV Numeric aufgegeben.

Die Umstellung auf digitales Fernsehen war in Frankreich im November 2011 abgeschlossen. Im Oktober 2011 hat der CSA eine Ausschreibung für sechs neue HD-Sender im unverschlüsselten DVB-T-Netz gestartet. Die ausgewählten Sender HD1

Group); l'Equipe HD (Amaury Group); 6Ter (M6); Tvous; RMC Découverte (Next RadioTV); and Chérie HD (NRJ Group) launched in December 2012. They are transmitted on two new multiplexes, R7 and R8, in the DVB-T standard and not the DVB-T2 standard originally planned by the CSA. In addition, these are also "must carry" channels, which are therefore available on the cable, satellite and IPTV platforms.

The cable market is highly concentrated with the main operator being Numericable (Civen and Altice), with more than 1.6 million subscribers. While Canal+ has long enjoyed a monopoly in the satellite television market after the merger of the CanalSat and TPS packages it now faces competition from several alternative packages: Bis (AB group) and Orange (France Télécom) as well as FRANSAT (Eutelsat) and TNT Sat (Canal+), two packages that provide access to free-to-air DTT channels for households not covered by the terrestrial network and claim to reach more than 800 000 and 3.3 million households respectively.

According to the telecommunications and posts regulator ARCEP, 14.1 million homes accessed television via ADSL in June 2013. In 2012 Bouygues Telecom (B Box) took over Darty Telecom. Hence seven packages are marketed by five providers, with Free heading the market with more than 5.3 million subscribers to its two packages Free and Alice at the end of 2012. In February 2014, press reports mentioned the possible takeover of SFR (Vivendi Group) by Numericable or by the Bouygues group.

In November 2012, TF1 and the US broadcaster Discovery Communications announced their intention to create a strategic alliance. In January 2014, Discovery announced it had taken control of 51% of Eurosport International. Finally, a major new player entered the French sports television market in 2012 with the launch of the BeIN sports channels. The channels are part of the Qatar based Al Jazeera family of channels. In 2011 the company secured the rights to several Ligue 1 football games, the European Football Championships and the Champions League. Many of these rights were formerly those of Canal+. BeIN announced it had 1.5 million subscribers in August 2013.

The French audiovisual landscape is likely to experience a new major development with the expected arrival in September 2014 of Netflix, which will probably be a major competitor for Canal+. In January 2014, the Presidents of the three main private groups, TF1, M6 and Canal+, wrote a joint letter to the Minister of Culture requesting the urgent reform of audiovisual policy. One of the key issues of the debate is the revision of

Découverte (Next RadioTV) et Chérie HD (groupe NRJ) ont été lancées en décembre 2012. Diffusées sur deux nouveaux multiplex R7 et R8, elles sont finalement diffusées en norme DVBT et non en DVBT2 comme envisagé pendant un temps par le CSA. En outre, elles sont également soumises à des obligations « must carry » et sont donc disponibles sur les plates-formes du câble, du satellite et ADSL.

Le marché de la télévision par câble est extrêmement concentré avec pour principal opérateur Numericable (Civen et Altice), qui compte plus de 1,6 million d'abonnés. Longtemps en position de monopole sur le marché de la télévision par satellite suite à la fusion des bouquets CanalSat et TPS, Canal+ affronte à présent la concurrence de plusieurs bouquets alternatifs : Bis (groupe AB), Orange (France Télécom) ainsi que deux bouquets proposant l'accès aux chaînes de la TNT gratuite pour les foyers non couverts par le réseau hertzien : FRANSAT (Eutelsat) et TNT Sat (Canal+), qui revendiquent respectivement plus de 800 000 et 3,3 millions de foyers équipés.

Selon l'ARCEP, 14,1 millions de foyers ont la possibilité d'accéder à la télévision par ADSL en juin 2013. En 2012, Bouygues Telecom (B Box) a repris Darty Télécom (Darty). Ainsi sept bouquets sont commercialisés par cinq fournisseurs, Free dominant le marché avec plus de 5,3 millions d'abonnés à ses deux bouquets, Free et Alice, fin 2012. En février 2014 la presse évoquait le rachat possible de SFR (Groupe Vivendi) par Numericable ou par le groupe Bouygues.

En novembre 2012, TF1 et le radiodiffuseur américain Discovery Communications ont annoncé leur intention de créer une alliance stratégique. En janvier 2014 Discovery a annoncé avoir pris le contrôle de 51 % d'Eurosport International. Enfin, un nouvel acteur majeur est entré sur le marché de la télévision sportive français en 2012 avec le lancement des chaînes de sports BeIN. Ces chaînes font partie de la famille de chaînes Al-Jazeera basée au Qatar. En 2011, la société a obtenu les droits de plusieurs matchs de football de Ligue 1, du Championnat d'Europe de football et de la Ligue des Champions. Beaucoup de ces droits appartenaient auparavant à Canal+. BeIN a annoncé compter 1,5 million d'abonnés en août 2013.

Le paysage audiovisuel français devrait connaître une nouvelle évolution majeure avec l'arrivée attendue pour septembre 2014 de Netflix, qui devrait constituer un concurrent important pour Canal+. En janvier 2014 les Présidents des trois principaux groupes privés TF1, M6 et Canal+ ont écrit une lettre commune à la ministre de la Culture pour demander d'urgence une réforme de la politique audiovisuelle.

(TF1 Group), l'Equipe HD (Amaury-Gruppe), 6Ter (M6), Tvous, RMC Découverte (Next RadioTV) und Chérie HD (NRJ-Gruppe) gingen im Dezember 2012 auf Sendung. Sie sind auf den beiden neuen Multiplexen R7 und R8 verbreitet und werden in der DVB-T- und nicht in der DVB-T2-Norm ausgestrahlt, wie es einige Zeit vom CSA ins Auge gefasst worden war. Außerdem gilt für die Sender die „Must Carry“-Regelung, d.h., sie müssen über Kabel-, Satelliten- und IPTV-Plattformen verbreitet werden.

Der Markt für Kabelfernsehen befindet sich fest in der Hand des Hauptbetreibers Numericable (Civen und Altice), mit über 1,6 Mio. Abonnenten. Canal+ hatte im Satellitenfernsehmarkt lange Zeit eine Monopolstellung inne, steht aber nun einer Konkurrenz aus mehreren alternativen Bouquets gegenüber: Bis (Gruppe AB), Orange (France Télécom) sowie zwei Bouquets, FRANSAT (Eutelsat) und TNT Sat (Canal+), die Zugang zu den Sendern des frei empfangbaren DVB-T-Netzes für Haushalte ohne terrestrisches Netz bieten und die nach eigenen Angaben in über 800 000 bzw. 3,3 Mio. Haushalten empfangbar sind.

Nach Angaben von ARCEP, der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, hatten im Juni 2013 14,1 Mio. Haushalte Zugang zu DSL-Fernsehen. 2012 übernahm Bouygues Telecom (B Box) die Telekomtochter des Elektrokonzerns Darty, Darty Telecom. Seitdem wurden sieben Pakete von fünf Anbietern auf den Markt gebracht. Marktführer war Free mit mehr als 5,3 Mio. Abonnenten für seine beiden Pakete Free und Alice Ende 2012. Im Februar 2014 berichtete die Presse über eine mögliche Übernahme des Mobilfunkanbieters SFR (Vivendi-Gruppe) durch Numericable oder durch Bouygues.

Im November 2012 haben TF1 und der amerikanische TV-Konzern Discovery Communications den Abschluss einer „strategischen Allianz“ angekündigt. Im Januar 2014 kündigte Discovery die Übernahme von 51 % der Anteile von Eurosport International an. Mit dem Sportsender BeIN ist 2012 ein neuer Player auf dem französischen Fernsehmarkt aufgetreten. Der Sender gehört zu der in Katar beheimateten Al Jazeera-Senderfamilie. 2011 hat der Sportsender sich die Ausstrahlungsrechte an der französischen Fußball-Liga Ligue 1, der Europa- und der Champions League gesichert. Viele dieser Rechte waren früher im Besitz von Canal+. Laut BeIN betrug die Zahl der Abonnenten im August 2013 1,5 Millionen.

Mit dem Markteintritt des VoD-Anbieters Netflix, der für September 2014 erwartet wird und sich zu einem wichtigen Konkurrenten von Canal+ entwickeln könnte, dürfte sich die audiovisuelle Landschaft in Frankreich erneut spürbar verändern. Im Januar 2014 haben die Präsidenten der drei größten privaten Mediengruppen TF1, M6 und Canal+ sich in einem

the release windows for film distribution. On 23 December 2013, the CSA delivered to the Prime Minister and the Minister of Culture a report on the application of decree No. 2010-1379 of 12 November 2010 on on-demand audiovisual services (on-demand AVMS). The CSA took the opportunity to review the situation and provide details of the application of the text and then made a number of proposals aimed at clarifying and simplifying the regulation of on-demand AVMS and at creating a favourable environment for these services. In order to improve the competitiveness of these services, the CSA is calling for changes in media chronology, shortening the window for broadcasting pay-per-view video on demand to three months (compared with the current four) and the window for broadcasting subscription video on demand (SVOD) to 24 months (compared with the current 36).

Another subject of the debate is the system of compulsory contributions payable by broadcasters and distributors to the funding of productions. On 21 November 2013, the European Commission approved the arrangements for the "distribution" section of the French tax on television services ("TST-D"), which finances almost 40% of the annual budget of the *Centre National du Cinéma et de l'Image Animée* (National Centre of Cinematography and the Moving Image – CNC). Introduced in 2007 and codified in Articles L. 115-6 et seq. of the *Code du cinéma et de l'image animée* (Cinema and Moving Image Code), the tax is a contribution in support of audiovisual creation made by television companies and distributors, including telecoms operators. Its tax base was extended in the 2012 Finance Act to include the operator's entire turnover from subscriptions instead of only the part corresponding to television. This was done to counteract the practice of certain operators that consisted of isolating television services within their triple-play subscriptions in order to substantially reduce their taxable base. The reform had been suspended, however, because of a disagreement between France and the European Commission. Further to the judgment delivered by the Court of Justice of the European Union on 27 June 2013, in which the court held that the tax on electronic communications operators was consistent with Community principles, the modernisation of the arrangements for the tax on television services will finally be able to enter into force.

Un des thèmes centraux du débat est la révision de la chronologie des médias pour la diffusion de films. Le CSA a remis, le 23 décembre 2013, au Premier ministre et à la ministre de la Culture, un rapport sur l'application du décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande (SMAD). A cette occasion, le CSA dresse un bilan et formule des précisions sur l'application du texte, puis énonce des propositions destinées à clarifier et simplifier la régulation des SMAD, ainsi qu'à créer un environnement favorable à ces services. Afin d'améliorer la compétitivité de ces services, le CSA appelle à faire évoluer la chronologie des médias en faisant avancer à 3 mois (contre 4 actuellement), la fenêtre de diffusion de la vidéo à la demande à l'acte (VàD) et à 24 mois (contre 36 mois actuellement), la fenêtre de diffusion de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

Un autre thème du débat est le système d'obligations de contribution des diffuseurs et des distributeurs au financement de la production. Le 21 novembre 2013, la Commission européenne a validé le dispositif de la taxe française sur les services de télévision dans son volet « distribution » (TST-D), qui alimente le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) à hauteur de près de 40 % de son budget annuel. Instaurée en 2007 et codifiée aux articles L. 115-6 et suivants du Code du cinéma et de l'image animée, cette taxe constitue une contribution des éditeurs et distributeurs de télévision, et notamment des opérateurs télécom, à la création audiovisuelle. Son assiette avait été élargie par la loi de finances de 2012 à l'ensemble du chiffre d'affaires de l'abonnement des opérateurs, et non plus la seule partie télévision. Ceci pour réagir à la pratique de certains opérateurs qui, pour réduire fortement la base taxée, isolaient les services de télévision au sein de leurs forfaits triple play. Mais la réforme avait été suspendue en raison d'un désaccord entre la France et la Commission européenne. A la suite de l'arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne du 27 juin 2013 ayant jugé la taxe sur les opérateurs de communication électronique conforme aux principes communautaires, la modernisation du dispositif de la taxe sur les services de télévision va enfin pouvoir entrer en vigueur.

gemeinsamen Schreiben an die Kulturministerin gewandt und eine sofortige Reform der audiovisuellen Politik gefordert. Eines der zentralen Diskussionsthemen ist die Änderung der Medienchronologie für die Vermarktung von Filmen. Am 23. Dezember 2013 hat der CSA dem französischen Premierminister und der Kulturministerin einen Bericht über die Anwendung der Verordnung Nr. 2010-1379 vom 12. November 2010 über audiovisuelle Mediendienste auf Abruf vorgelegt. Diese Gelegenheit hat der CSA genutzt, um Bilanz zu ziehen, Empfehlungen zur Anwendung des Textes zu formulieren und Vorschläge für eine klarere und einfachere Regulierung der VoD-Dienste vorzulegen mit dem Ziel, ein günstigeres Umfeld für diese Dienste zu schaffen. Um die Wettbewerbsfähigkeit der Abrufdienste zu verbessern, fordert der CSA, die Verwertungszeiten so zu ändern, dass das Ausstrahlungsfenster für einzelne Video-on-Demand-Bestellungen von derzeit 4 auf 3 Monate und das Fenster für VoD im Abonnement von derzeit 36 Monaten auf 24 Monate verkürzt wird.

Ein weiteres Streitthema sind die Pflichtbeiträge von Fernsehveranstaltern und Anbietern elektronischer Kommunikationsdienste zur Finanzierung der audiovisuellen Produktion. Am 21. November 2013 hat die Europäische Kommission die französische Telekomsteuer bestätigt. Dabei handelt es sich um eine Sonderabgabe für die Bereitstellung elektronischer Kommunikationsdienste (TST-D), mit der das *Centre national du cinéma et de l'image animée* (Nationales Filmzentrum - CNC) zu nahezu 40 % sein Jahresbudget finanziert. Diese Sonderabgabe war 2007 eingeführt worden und ist in den Artikeln L. 115-6 ff. des Code du cinéma et de l'image animée (Gesetz über das Kino und Bewegtbild) verankert. Sie stellt einen Beitrag der Herausgeber und Anbieter von Fernsehdiensten sowie insbesondere der Betreiber von Telekommunikationsdiensten zum audiovisuellen Schaffen dar. Im Rahmen des Loi de finances (Finanzgesetz) von 2012 war die Steuer auf den gesamten Abonnement-Umsatz der Betreiber erweitert worden und galt nicht mehr nur für den Fernsbereich. Damit wollte man auf das Vorgehen einiger Betreiber reagieren, die ihre Besteuerungsgrundlage erheblich minderten, indem sie die Fernsehdienste innerhalb ihrer Triple Play-Pauschale ausgliederten. Aufgrund von Differenzen zwischen Frankreich und der EU-Kommission konnte diese Reform jedoch nicht in Kraft treten. Nach dem Urteil des Gerichtshofs der Europäischen Union vom 27. Juni 2013, das die Telekomsteuer für mit dem europäischen Recht vereinbar erklärte, kann nun die modernisierte Steuer auf elektronische Kommunikationsdienste endlich ab dem Haushaltsjahr 2014 in Kraft treten und wird nunmehr für sämtliche Zugangsarten zu Fernsehdiensten, einschließlich des Internets gelten.

➤ Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), <http://www.csa.fr>

ARCEP: <http://www.arcep.fr>

Ministère de la culture et de la communication: <http://www.culturecommunication.gouv.fr>

CNC, Centre national du cinéma et de l'image animée: <http://www.cnc.fr>

Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

Film industry

According to CNC figures, 279 productions qualified as French in 2012 (a peak in this century), accounting for a spend of EUR 1.34 billion, roughly 25% of which came from abroad. Despite the fact that investment in French-initiative films has fallen slightly for two consecutive years, the number of productions kept growing (to 209 in 2012). This necessarily means a drop in the average budget (by 6.5% on 2011 to EUR 5.1 million). Moreover, the percentage of films with a budget below one million Euros increased to the detriment of medium-size productions (between EUR 4 and 7 million), while 18 French-initiative films surpassed the mark of EUR 15 million compared to only 12 in 2011. These figures confirm a trend in film budgets toward the upper and lower extremes.

2012 saw 84 directors shoot their debut film. Furthermore, co-production reached its highest figure in the last three decades, with 129 projects carried out with partners from 37 different countries (mostly from Belgium, Germany and Italy).

French films were mainly financed by producers' own investment (this includes the tax relief for film producers) and pre-sale of broadcasting rights, together amounting to more than 57% of the resources available. National and local public support as well as distribution advances and SOFICAs (tax shelter mechanism) provided the rest.

Figures show production shifting towards more efficient, less expensive digital production. 87% of films were shot in digital in 2012 (72.5% in 2011); while average shooting days per film fell by 12% year-on-year to 37 days.

After such strong results in 2011 it is unsurprising that admissions fell by 5.9% in 2012. The national market share dropped slightly by 2.2% to 82.3 million admissions. Four local productions appeared in the box office top 10 with *Intouchable*, last year's frontrunner, ranking at number 3. Warner Bros. topped the distributor rankings, followed by 20th Century Fox and Pathé, all together accounting for 28.3% of the market.

The end of 3D fever is confirmed by two consecutive years of steady average prices after a period with a clear upward trend. Exhibition made a gigantic step towards completion of digital rollout with an increase of 1,432 digital screens. Digital penetration reached 94%, with more than 82% of the theatres in the country partially or totally equipped with digital screens.

Industrie cinématographique

Selon les chiffres du CNC, 279 productions ont été qualifiées de françaises en 2012 (le record du siècle), pour un investissement de 1,34 milliard EUR, dont environ 25 % d'origine étrangère. Malgré le léger recul des investissements dans les films d'initiative française enregistré ces deux années, le nombre de productions a continué d'augmenter (209 en 2012). Par conséquent, le budget moyen a baissé (de 6,5 % en 2011, à 5,1 millions EUR). En outre, le pourcentage de films ayant un budget inférieur à un million d'euros a augmenté au détriment des productions moyennes (entre 4 et 7 millions EUR), tandis que 18 films d'initiative française ont dépassé la barre des 15 millions EUR, contre seulement 12 en 2011. Ces chiffres confirment que les budgets des films se situent de plus en plus vers les extrêmes supérieur et inférieur.

En 2012, 84 réalisateurs ont tourné leur premier film. De plus, la coproduction a atteint son chiffre le plus élevé des trois dernières décennies, 129 projets ayant été réalisés avec des partenaires de 37 pays différents (principalement Belgique, Allemagne et Italie).

Les films français ont été principalement financés par les investissements propres des producteurs (ce qui comprend l'allègement fiscal dont bénéficient les producteurs de films) et la pré-vente des droits de radiodiffusion, ce qui représente au total plus de 57 % des ressources disponibles. Les soutiens publics nationaux et locaux, les avances de distribution et les SOFICA (mécanisme d'abri fiscal) ont fourni le reste du financement.

Les chiffres montrent que la production s'oriente vers le numérique, plus efficace et moins coûteux. En 2012, 87 % des films ont été tournés en numérique (72,5 % en 2011), tandis que le nombre moyen de jours de tournage par film a diminué de 12 % sur un an et s'établit à 37 jours.

Après les excellents résultats de 2011, il n'est pas surprenant que la fréquentation ait diminué de 5,9 % en 2012. La part de marché des films nationaux a légèrement baissé de 2,2 %, à 82,3 millions d'entrées. Quatre productions locales figurent parmi les 10 films ayant réalisé le plus d'entrées. *Intouchable*, le favori de l'année dernière, occupe la 3e place. Warner Bros. est en tête du classement des distributeurs, suivi par 20th Century Fox et Pathé, et ils représentent ensemble 28,3 % du marché.

La fin de la fièvre de la 3D est confirmée par deux années consécutives de stabilisation des prix moyens après une période de nette tendance à la hausse. Avec 1 432 écrans numériques supplémentaires, l'exploitation a fait un pas de géant vers l'achèvement du déploiement du numérique. La pénétration du numérique atteint 94 %, plus de 82 % des cinémas du pays étant partiellement ou totalement équipés d'écrans numériques.

Filmindustrie

Nach Angaben der CNC gelten 279 der 2012 in Frankreich gedrehten Filme als original französische Filme (die bisher höchste Zahl in diesem Jahrhundert). Die Produktionskosten für diese Filme lagen bei 1,34 Milliarden EUR, davon kamen etwa 25 % aus dem Ausland. Obwohl die Investitionen in französische Filme zwei Jahre in Folge zurückgegangen sind, ist die Zahl der Produktionen weiter angestiegen (auf 209 im Jahr 2012). Das bedeutet, dass die durchschnittlichen Budgets zurückgegangen sind (um 6,5 % gegenüber 2011 auf 5,1 Millionen EUR). Gleichzeitig stieg der Anteil der Filme mit einem Budget von weniger als einer Million Euro, während die Zahl der mittleren Produktionen zurückging (zwischen 4 und 7 Millionen EUR). 18 Filme mit französischer Mehrheitsbeteiligung hatten ein Budget von mehr als 15 Millionen EUR gegenüber 12 im Jahr 2011.

2012 gaben 84 Filmregisseure ihr Regiedebüt. Außerdem stieg die Koproduktion auf ihren höchsten Stand in den letzten drei Jahrzehnten: 2012 wurden 129 Filmprojekte mit Partnern aus 37 verschiedenen Ländern realisiert (meist aus Belgien, Deutschland und Italien).

Französische Filme wurden überwiegend durch Eigeninvestitionen von Produzenten (inklusive der Steuervergünstigungen) und den Vorabverkauf von Fernsehrechten finanziert. Diese Art der Finanzierung machte mehr als 57 % der zur Verfügung stehenden Mittel aus. Der Rest wurde über nationale und lokale öffentliche Unterstützung, durch Vorschüsse aus dem Filmverleih und mit Unterstützung von SOFICAs (Gesellschaft zur Finanzierung von Kino Werken) finanziert.

Aus den Zahlen geht hervor, dass der Trend hin zu effizienteren, aber weniger kostspieligen digitalen Produktionen geht. 87 % der Filme wurden 2012 bereits digital gedreht (2011 waren es 72,5 %); die durchschnittliche Zahl der Drehtage pro Film ist von Jahr zu Jahr um 12 % zurückgegangen und liegt nun bei 37 Tagen.

Nach den Rekordzahlen 2011 überrascht es nicht, dass die Zahl der Kinobesucher 2012 zurückgegangen ist (um 5,9 %). Beim nationalen Marktanteil gab es einen leichten Rückgang von 2,2 % auf 82,3 Millionen Besucher. Vier einheimische Produktionen schafften es in die Top 10 des Box Office. *Intouchable*, der erfolgreichste Film des Jahres 2011, kam auf Platz 3. Das Ranking der Filmverleiher wird von Warner Bros. angeführt, gefolgt von 20th Century Fox und Pathé, die zusammen 28,3 % des Marktes auf sich vereinen.

Das Ende des 3D-Fiebers spiegelt sich auch in den Eintrittspreisen, die zwei Jahre in Folge stabil geblieben sind. Die Digitalisierung des Kinos hat mit einer Zunahme von 1.432 digitaler Leinwände einen Riesenschritt nach vorn gemacht. Die Penetrationsrate liegt inzwischen bei 94 %, 82 % aller Kinos in Frankreich sind vollständig oder teilweise digitalisiert.

FR1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	65 633
Households	27 777

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			26 575
Cable TV subscriptions	11.4%	3 155	
Digital cable TV households	3.7%		1 029
Digital DTH/SMATV households	32.5%		9 036
Pay DTH/SMATV subscriptions	22.8%	6 335	
IPTV households	36.0%		9 988
Pay IPTV subscriptions	38.0%	10 562	
DTT households	17.9%		4 964
Pay DTT subscriptions	5.0%	1 385	
Total digital TV households	90.1%		25 017
Total pay TV subscriptions	77.2%	21 436	
Households with DVD player	90.3%		19 386
Households with Blu-ray disc player	13.0%		4 286
Households with PC	76.9%		21 370
Households with broadband connections	60.6%		16 840
Households with Smart TV	15.4%		4 283
Connectable TV households	0.0%		

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

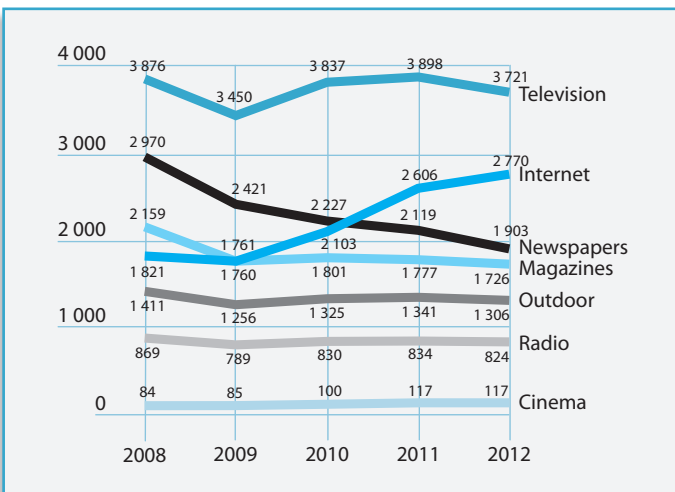
		Total in thousands
Active smartphones	50.4%	33 108
Active tablets	9.3%	6 100
Advanced game consoles	20.6%	13 541

↳ IHS Screen Digest

FR2

Advertising 2008-2012

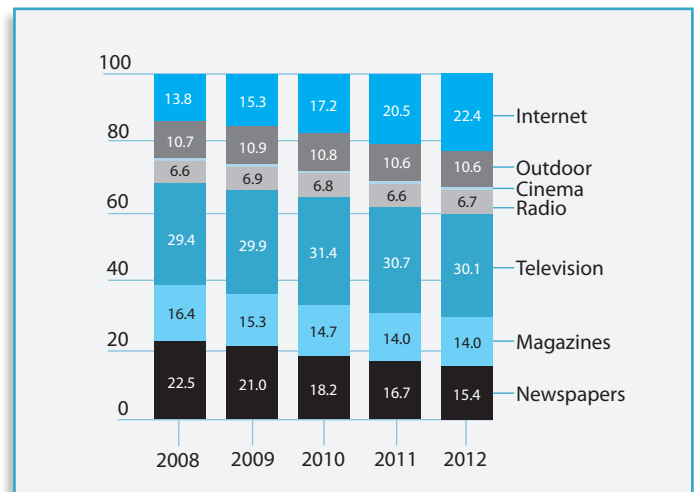
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

FR3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
France Telecom Orange (cons.) ①	3Play, 3G TV	Orange, OCS, Dailymotion, Deezer	45 503	45 277	43 515	-3.9%
Groupe Bouygues ①	adtv, thtv, vid, 3Play,...	Bouygues Telecom, TF1	32 317	33 691	34 481	2.3%
<i>p.m.</i> TF1 S.A. (cons.)	adtv, thtv, vid	TF1	2 764	2 646	2 664	0.7%
Groupe Vivendi (cons.) ①	3Play, thtv, prod, vid, rec	Canal+, SFR, Universal Music	28 878	28 813	28 994	0.6%
France Télévisions (cons.)	sptv	France 2, 3, 4, 5, Ô	3 256	3 251	3 314	1.9%
Iliad (cons.) ①	3Play	Freebox / Alice Box	2 062	2 142	3 178	48.4%
Etablissements Darty et fils ①	3Play	dartybox	2 286	2 169	2 188	0.9%
Métropole Télévision (cons.)	adtv, thtv, vid	M6, W9	1 479	1 438	1 394	-3.0%
Eutelsat S.A. ①	trans	Eutelsat	1 070	1 159	1 176	1.5%
TDF	trans	TDF	911	911	733	-19.5%
Numericable ①	3Play	Numericable	637	691	727	5.2%

① Total operating revenues, including telecommunication and other activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	26 ①	26	NC Numericable and various small local operators
Satellite packagers	5 ②	5	AB Sat "Bis TV" (Groupe AB), Canal+Distribution "Canalsat" and "TNT Sat" (Vivendi (1)), France Télécom (Orange), Fransat (Eutelsat), SFR TV Sat
IPTV packagers	5 ③	5	Bouygues Telecom, Darty, France Télécom, Free "Free" and "Alice" (Iliad), SFR "Neufbox" (Vivendi). (Auchan closed in 2012)
DTT multiplex operators and packagers	7	7	6 MUX operators + 1 pay DTT pack.: Canal+ Distribution (Vivendi)
Mobile TV packagers	5	5	Bouygues (B.TV), France Télécom, SFR (Vivendi) + 2 pack.: Canal+ Distribution (Vivendi), Mobibase
SmartTV stores providing AV apps		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		7	Amazon Apps Store (LU), Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Stores (LU), OVI (FI), Samsung Apps (DE), Xbox Live (LU)
Open platforms with branded catalogues	1	2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

① +4 in overseas territories.

② +3 in overseas territories.

③ +6 in overseas territories.

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share	
				2011	2012
1	France Télévisions	Public	9	29.9%	30.2%
2	Groupe Bouygues	Private	19	>29.1%	>28.4%
3	RTL Group (LU)	Private	17	>14.2%	>14.5%
4	Vivendi	Private	54	>3.9%	>7.2%
5	Groupe Lagardère	Private	2	2.1%	1.9%

➔ European Audiovisual Observatory

FR4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	3 007.4	3 533.1	3 627.5	3 699.0	3 735.1	74.8	83.2	82.9	83.3	86.7	1.0%
- Aid/Grants	348.2	790.6	745.1	703.0	1 042.5	8.7	18.6	17.0	15.8	24.2	48.3%
- Licence fee	2 643.6	2 728.9	2 854.2	2 941.4	2 675.0	65.8	64.3	65.2	66.2	62.1	-9.1%
- Others	15.6	13.6	28.2	54.7	17.6	0.4	0.3	0.6	1.2	0.4	-67.8%
Total commercial income	916.6	439.8	493.4	489.3	479.9	22.8	10.4	11.3	11.0	11.1	-1.9%
- Advertising	572.4	392.2	445.9	441.8	387.9	14.2	9.2	10.2	9.9	9.0	-12.2%
- Sponsoring	92.5	83.5	89.2	78.7	91.8	2.3	2.0	2.0	1.8	2.1	16.7%
- Other commercial revenues	229.5	49.5	50.6	50.5	95.5	5.7	1.2	1.2	1.1	2.2	89.1%
Other income	96.6	273.8	254.6	254.8	92.0	2.4	6.4	5.8	5.7	2.1	-63.9%
TOTAL	4 020.6	4 246.7	4 375.5	4 443.1	4 307.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-3.1%

Companies included : ARTE France, Audiovisuel Extérieur de la France, La Chaîne parlementaire Assemblée nationale (LCP-AN), France Télévisions, Public Sénat, Radio France, TV5 Monde.

➔ European Audiovisual Observatory on data provided by companies, French Minister of Communication and EBU-M.I.S.

FR5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private/Mixed	Total
TV terrestrial (national)	10	31	41
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	5	248	253
TV Regional/Local (incl. windows)	33	73	106
TV Local (Cable)	61	39	100
TV channels targeting foreign markets	22	127	149
Pure TV online services (Web TV)		213	213
Total	131	731	862
<i>Foreign TV channels targeting the country</i>	3	57	60

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	98	~
Catch-up TV services	147	~
VoD Generalist / Film / Fiction	42	67
VoD Music / Music events	7	17
VoD Film	31	61
VoD Documentary	9	11
VoD Children/ Animation	22	38
Film/TV Archives and Trailers	13	18
Sport	3	8
Other	47	~
Total	419	~

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	① (free)	(pay)	Numericable	CanalSat	Free
TV Channels					
Generalist - national	5		8	8	8
Generalist - foreign			27		57
Adult			6	6	14
Children	1		18	15	14
Culture / education / documentary	2	2	13	15	19
Entertainment / TV fiction / games	5	3	30	16	42
Film		1	22	16	24
HD simulcast of an existing channel	2		40	43	38
Home shopping			5	2	3
International linguistic and cultural			12	4	38
Lifestyle / specific leisure / travel			16	12	15
Minority interest groups	1		5	1	16
Music	1		19	22	36
News / business	2	1	28	27	50
Parliament/ government/ administration	2		2	2	2
Regional / local/ windows			24	26	73
Religion			3	1	12
Sports		2	28	32	32
Various			9	12	17
Total	21	9	315	260	510
On-demand audiovisual services					
VoD			32	6	18
Catch-up			44	64 ^②	29
Other services			4		③
Total			76	70	48

① In addition 74 local stations are available in their respective areas.

② Through broadband (on PC, tablet or TV screen).

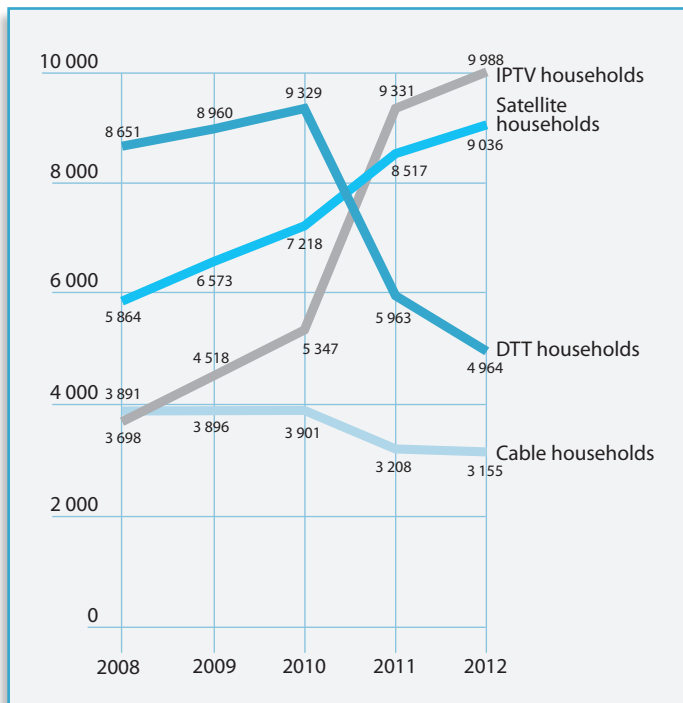
③ Various.

European Audiovisual Observatory

FR6

Market trends
2008-2012

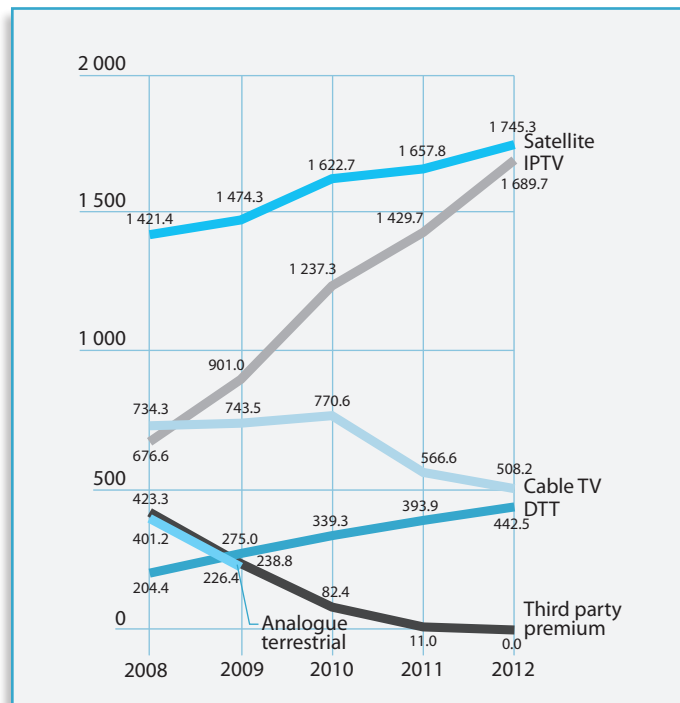
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest data differ from ARCEP data (with 12,8 million TV via ADSL homes), as they reflect primary households. The shift from IPTV to DTT is explained as a reaction to the removal of free offers (from Free and Neuf). IHS Screen Digest

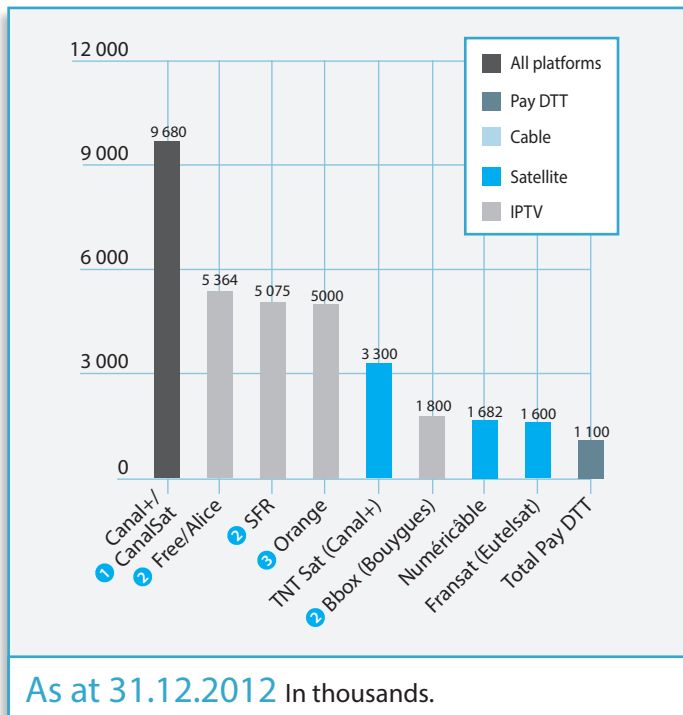
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

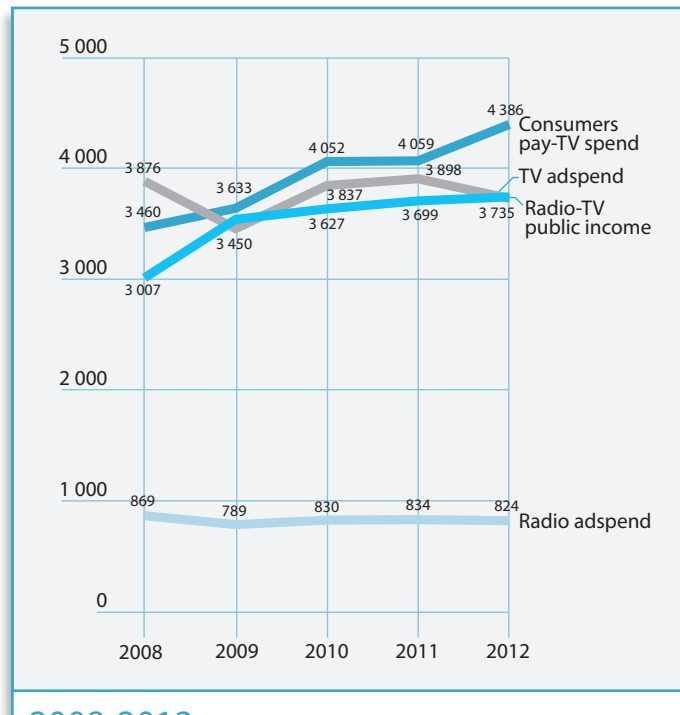
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

1 Includes Canal + and Canal Sat on all platforms as well as Canal Play Infinity subscribers.
2 Fixed access/broadband subscribers - no break-down of TV subscribers
3 Includes subscribers by satellite. European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC and Ministry of Finance, DGMC

FR7

TV audience market share in France

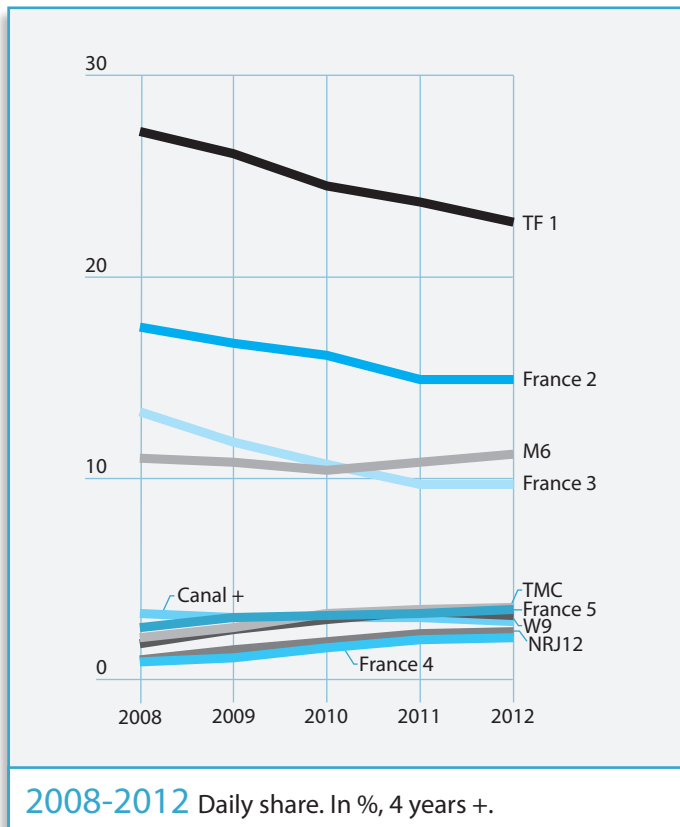
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:15-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
France 2	17.5	16.7	16.1	14.9	14.9	17.3	17.1	16.5	15.3	15.7
France 3	13.3	11.8	10.7	9.7	9.7	15.3	14.6	13.2	12.8	12.9
France 4	0.9	1.1	1.6	2.0	2.1	~	~	1.4	1.8	1.7
France 5	2.6	3.1	3.2	3.3	3.5	-	-	1.7	2.1	2.4
Arte	1.5	1.7	1.6	1.5	1.8	2.7	2.5	2.2	2.1	2.1
French public channels	35.8	34.4	33.2	31.4	32.0	35.3	34.2	35.0	34.1	34.8
TF 1	27.2	26.1	24.5	23.7	22.7	29.7	28.0	27.5	25.4	24.4
M6	11.0	10.8	10.4	10.8	11.2	11.3	11.6	10.8	12.5	13.6
TMC	2.1	2.6	3.3	3.5	3.6	~	~	2.8	2.8	2.7
W9	1.8	2.5	3.0	3.4	3.2	~	2.5	2.9	3.3	3.0
Canal +	3.3	3.1	3.1	3.1	2.9	4.8	4.6	4.7	5	4.7
NRJ12	1.0	1.5	1.9	2.3	2.4	~	~	~	2	1.9
D8 (former Direct 8) ①	0.7	1.4	2.0	2.3	2.3	~	~	~	1.9	1.8
NT1	1.0	1.4	1.6	1.9	2.1	~	~	~	1.5	1.7
Gulli	1.5	1.8	2.2	2.1	1.9	~	~	1.4	1.5	1.3
BFM TV	0.4	0.7	0.9	1.4	1.8	~	~	~	~	~
Virgin 17 / Direct Star ②	0.5	0.7	1.0	1.2	1.2	~	~	~	~	~
i>TELE	-	-	-	0.8	0.8	-	-	-	~	~
Main French private channels	50.5	52.6	53.9	56.5	56.1	49.2	45.8	46.7	50.1	55.1
Others	13.7	13.0	12.9	12.1	11.9	15.5	20.0	18.3	15.8	10.1

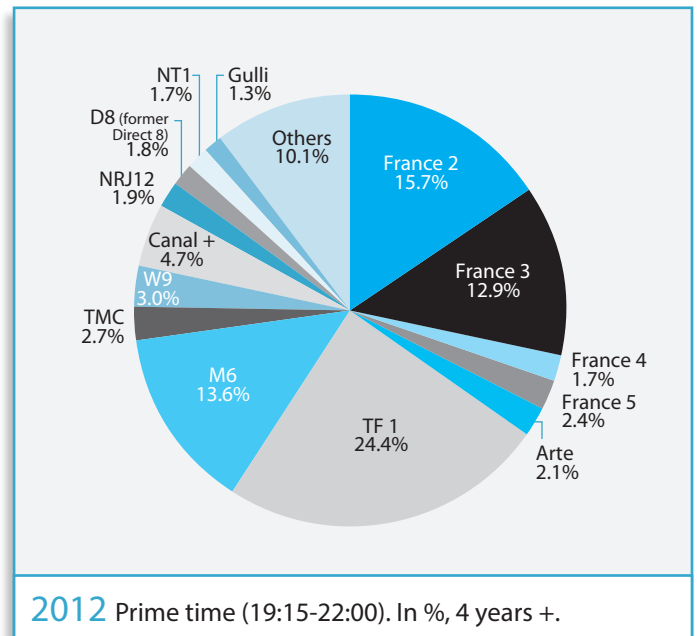
① Direct 8 ceased broadcasting on 07/10/2012 and was replaced by D8.

② Direct Star ceased broadcasting on 07/10/2012 and was replaced by D17.

➔ Eurodata TV Worldwide / Médiamétrie - Mediamat



➔ Eurodata TV Worldwide / Médiamétrie - Mediamat

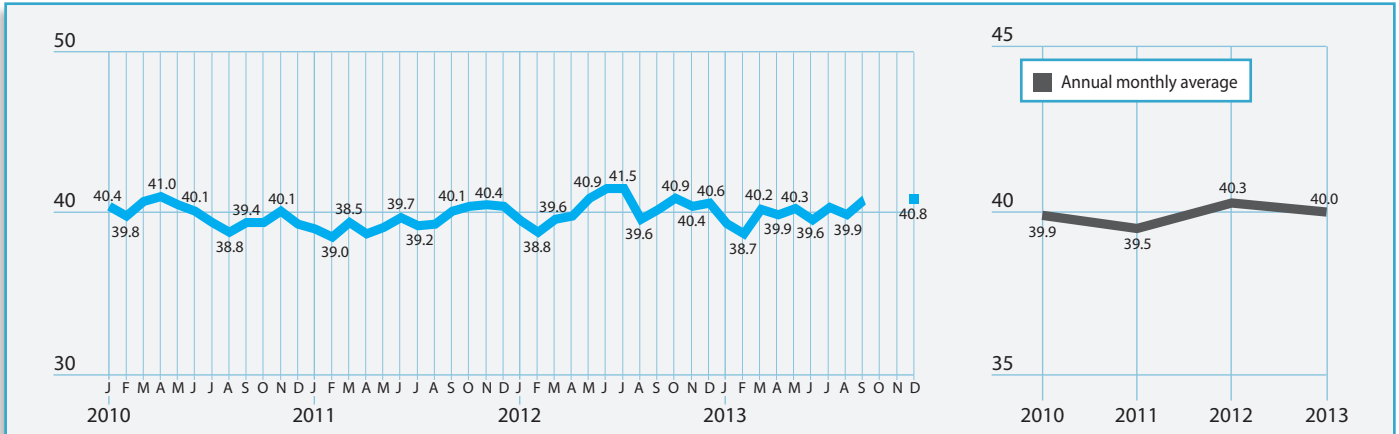


➔ Eurodata TV Worldwide / Médiamétrie - Mediamat

FR8

Online video viewing
2010-2013 Fixed Internet only.

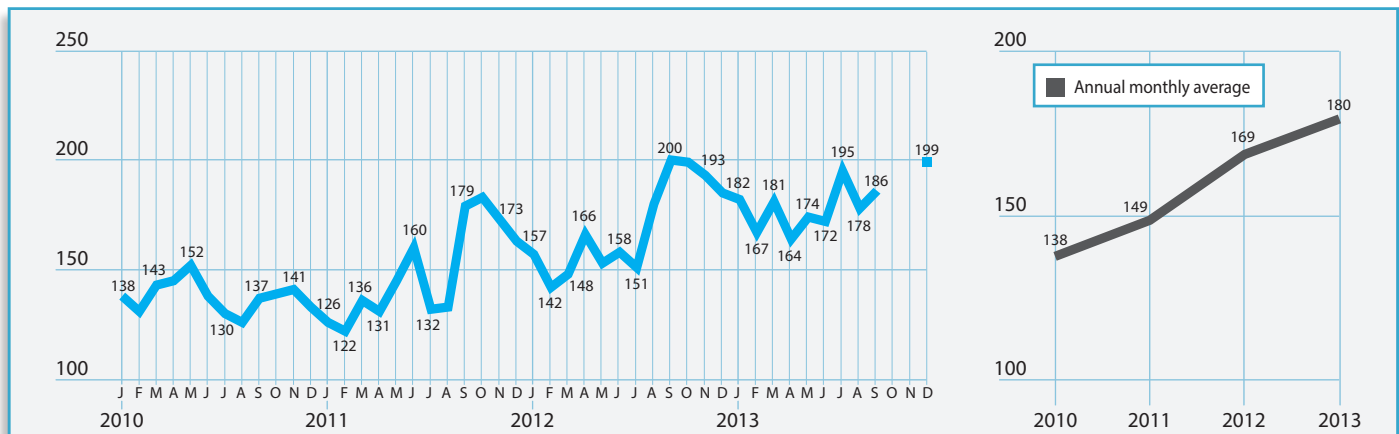
Unique viewers



January 2010-December 2013 In millions.

ComScore

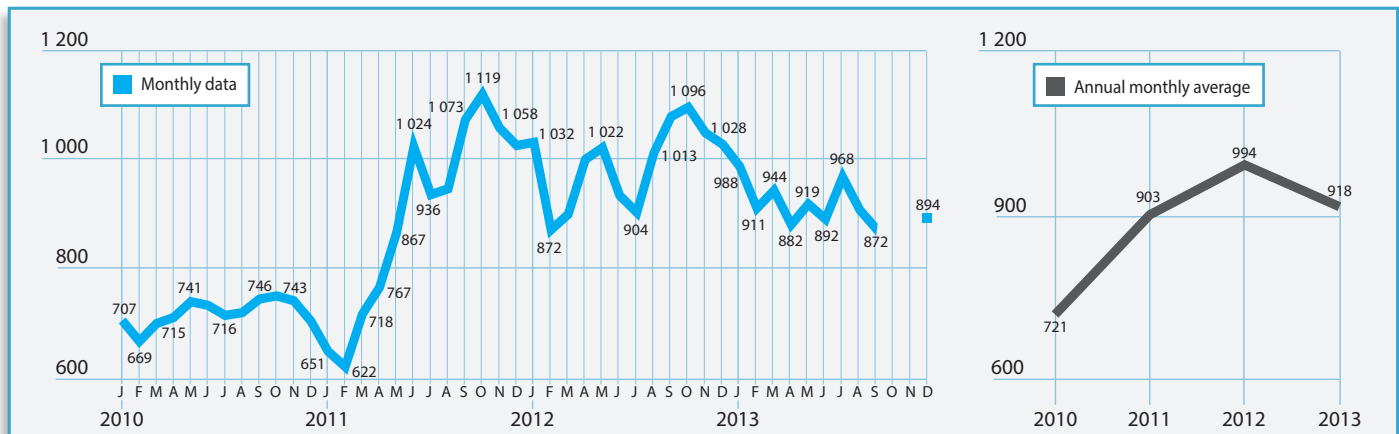
Videos per viewer



January 2010-December 2013 In units.

ComScore

Time per viewer



January 2010-December 2013 In minutes.

ComScore

FR9

Feature film data
2008-2012

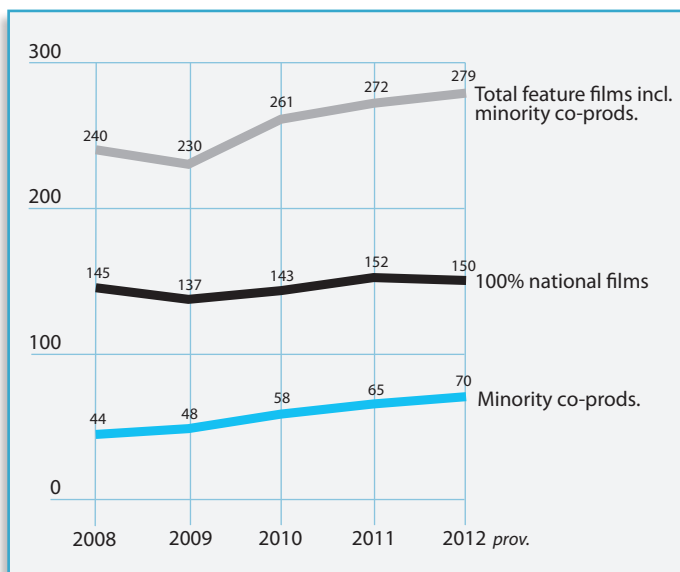
Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	11 941	11 829	11 903	11 969	11 514	OBS
Screens	5 389	5 469	5 465	5 464	5 508	CNC
Cinema sites	2 068	2 065	2 047	2 030	2 035	CNC
Digital screens	253	904	1 887	3 656	5 150	MS
Digital cinema sites	72	257	532	998	1 677	MS
Digital screen penetration	5%	17%	35%	67%	94%	MS
Digital site penetration	3%	12%	26%	49%	82%	MS

Site and screen data are restated series.

European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / CNC (National Cinema Centre)

Number of theatrical feature films produced

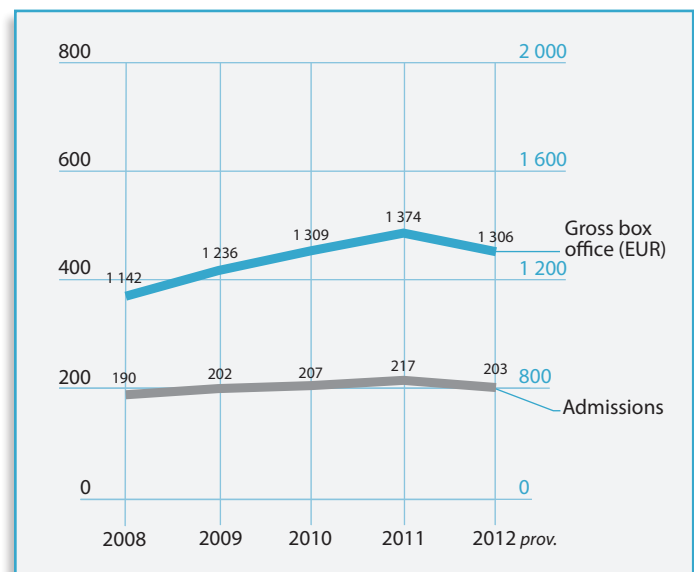


2008-2012 In units. ①

① Films receiving official recognition. Includes feature documentaries.

CNC

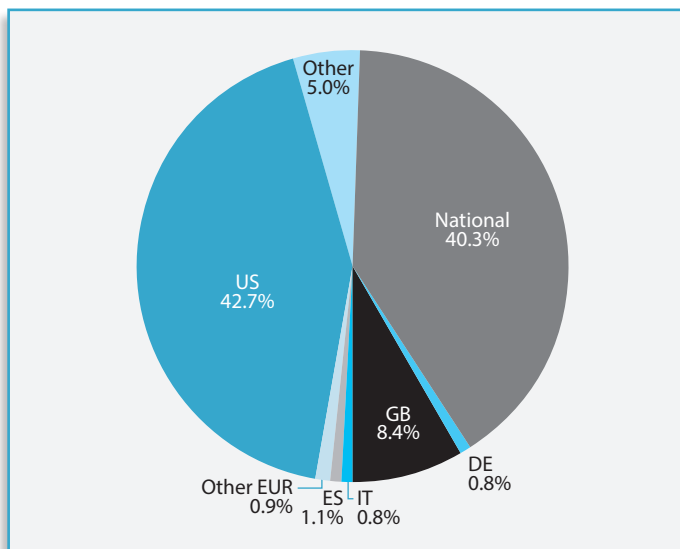
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

CNC

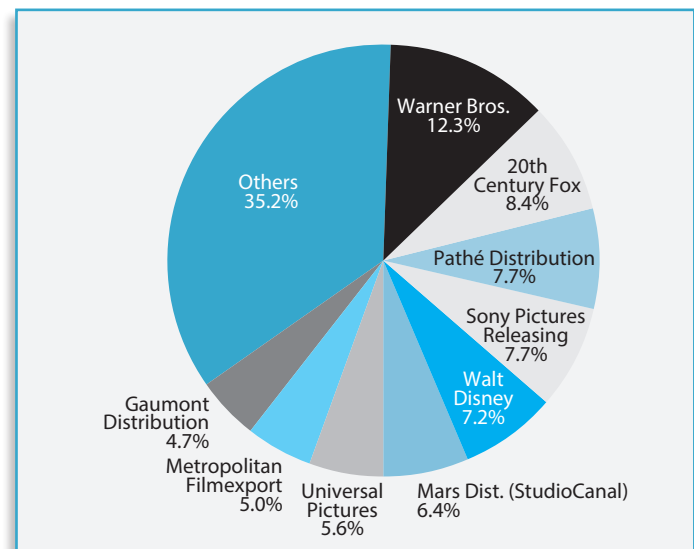
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

CNC

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

Le film français

FR10

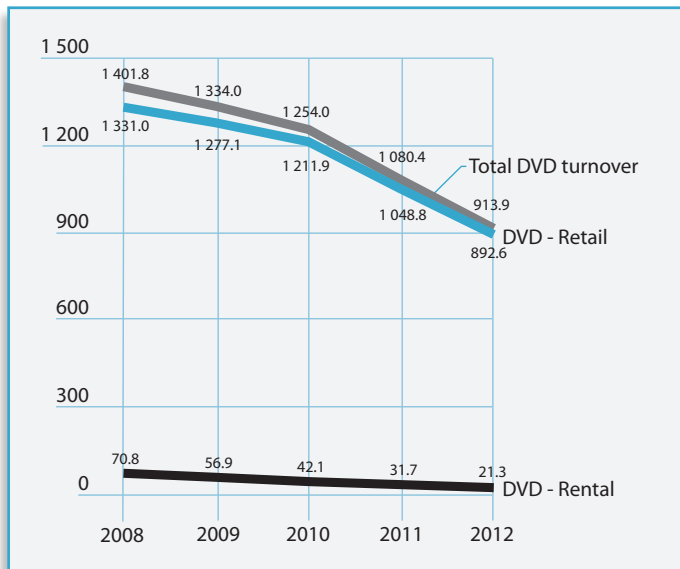
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	19.52	19.17	19.33	19.41	19.39
DVD player penetration of TV households	75.96%	74.03%	74.02%	73.67%	72.95%
Blu-ray disc player households	0.13	0.39	0.97	2.30	4.29
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.50%	1.51%	3.72%	8.72%	16.13%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

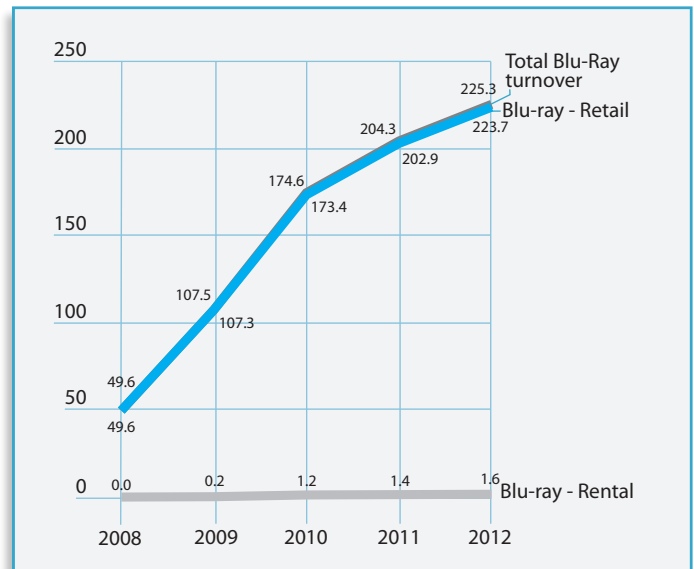


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

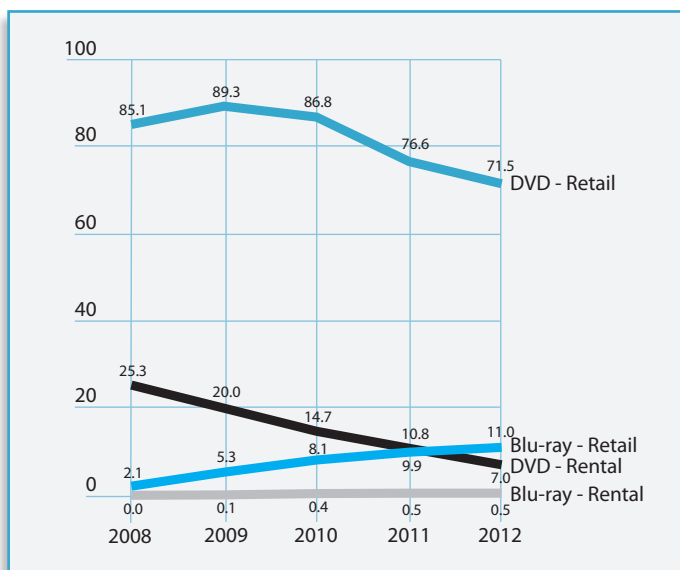


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

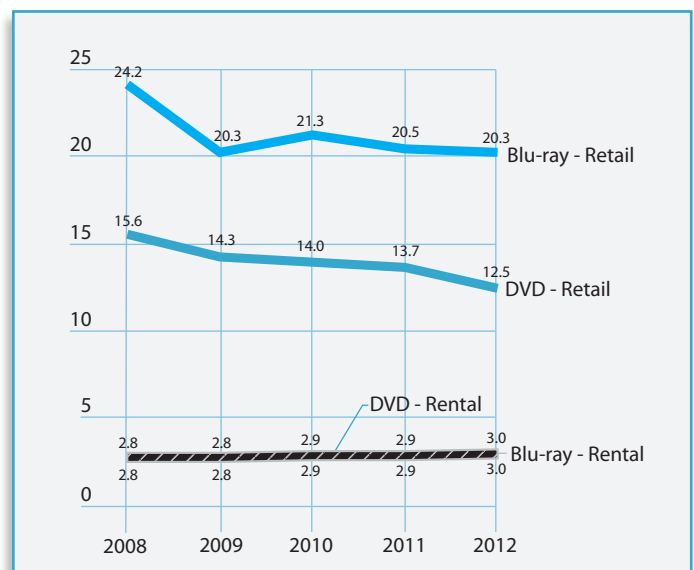
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

The television market in the United Kingdom has a very high level of multichannel homes (98%). Despite this, the public service channel BBC1 still had an audience share in 2012 of 21.3%, a figure that has remained stable over the last five years. At the same time ITV1 had 14.9% and these two remain the most popular channels. They are followed by BBC2, Channel 4 and Channel 5 in terms of audience share. The UK television market is the home of a large number of channels that target other countries. These include a very large number of Arabic, Asian and Turkish channels with an international focus that are licensed in the UK. Channels licensed in the UK also include a broad range of pan-European brands (mainly of US origin) such as Discovery, Disney, MTV, National Geographic etc.

Regarding developments in the media ownership landscape, in 2010, the RTL Group sold the Channel Five Group to the UK company Northern & Shell (involved in publishing, Express Newspapers, and adult channels). In June 2010, Virgin Media sold Virgin Media Television to BSkyB (including the Bravo, Challenge, Living, and Trouble brands). The last broadcasting interests of the company: 50% share in the UKTV channels, a joint-venture with the BBC Worldwide, were sold to the US company Scripps Networks in August 2011. Following this, a major development in the market was the completion of the takeover of Virgin Media cable by Liberty Global in June 2013. In 2011, ITV PLC took over Channel Television, and aside from the channels STV and UTV, ITV PLC now holds all the Channel 3 licences.

In 2010 News Corporation announced its intention to increase its ownership of BSkyB (from 39% to 100%). The proposed merger was subject to examination by both the Ofcom and the Competition Authority due to the interests of News Corporation in media and publishing industries. The proposal was also the subject of much criticism due to concerns for pluralism and independence of news production. Following the emergence of the phone-hacking scandal involving various News Corporation tabloid papers the bid was dropped. Ofcom carried out a consultation regarding ownership and plurality in the UK media with particular reference to news media with a final report published in June 2012. The position of BSkyB regarding the market for Pay-TV movie rights was examined by the Competition Commission who published their findings in August 2012. The Commission found that Sky's position does not have a negative impact on competition. One of the reasons for this was the increased competition from new services such as Netflix and Lovefilm.

Le marché de la télévision au Royaume-Uni compte un fort pourcentage de foyers multi-canaux (98 %). Malgré cela, la chaîne publique BBC1 a encore en 2012 une part d'audience de 21,3 %, chiffre resté stable ces cinq dernières années. Cette même année, la part d'audience de ITV1 est de 14,9 %, ces deux chaînes restant les plus populaires. Elles sont suivies par BBC2, Channel 4 et Channel 5. Le marché télévisuel du Royaume-Uni compte un grand nombre de chaînes ciblant d'autres pays. De nombreuses chaînes arabes, asiatiques et turques, de dimension internationale, disposent d'une licence britannique. Les chaînes à licence britannique incluent également un large éventail de marques paneuropéennes (principalement d'origine américaine) telles que Discovery, Disney, MTV, National Geographic, etc.

Quant à l'évolution du paysage de la propriété des médias, en 2010, le groupe RTL a vendu le groupe Channel Five à la société britannique Northern & Shell (présent dans l'édition, avec Express Newspapers, et sur le segment des chaînes adultes). En juin 2010, Virgin Media a vendu Virgin Media Television à BSkyB (y compris Bravo, Challenge, Salon, et Trouble). Les derniers intérêts détenus dans la radiodiffusion par l'entreprise, une participation à 50 % dans les chaînes de UKTV, société en participation avec BBC Worldwide, ont été vendus à la société américaine Scripps Networks en août 2011. Suite à cela, un développement majeur sur le marché a été la finalisation de la reprise de la division Câble de Virgin Media par Liberty Global en juin 2013. En 2011, ITV PLC a repris Channel Television ; outre les chaînes STV et UTV, ITV PLC détient désormais toutes les licences de Channel 3.

En 2010, News Corporation a annoncé son intention d'augmenter sa participation dans BSkyB (de 39 à 100 %). La fusion proposée a été examinée par l'Ofcom, l'autorité britannique de régulation des communications, et par l'Autorité de la concurrence en raison des intérêts détenus par News Corporation dans les industries des médias et de l'édition. La proposition a également été l'objet de nombreuses critiques, le pluralisme et l'indépendance des informations diffusées par BSkyB étant source de préoccupations. Suite au scandale du piratage téléphonique impliquant plusieurs journaux à sensations appartenant à News Corporation, l'offre a été retirée. L'Ofcom a lancé une consultation concernant la propriété et la pluralité dans les médias britanniques, notamment en référence aux médias d'information. Le rapport final a été publié en juin 2012. La Commission de la concurrence a examiné la position de BSkyB eu égard au marché des droits des films de la télévision payante et publié ses conclusions en août 2012 : elle estime que la position de

Im Vereinigten Königreich gibt es eine große Zahl von Mehrkanalhaushalten (98 %). Trotzdem konnte der öffentlich-rechtliche Sender BBC1 2012 seinen Zuschauermarktanteil von 21,3 % behaupten, ein Prozentsatz, der in den letzten fünf Jahren stabil geblieben ist. Der Privatsender ITV1 hatte 2012 einen Marktanteil von 14,9 %, und diese beiden Sender sind nach wie vor die beliebtesten Fernsehsender, gefolgt von BBC2, Channel 4 und Channel 5 nach Zuschauermarktanteilen. Im Vereinigten Königreich ist eine große Zahl von Fernsehsendern ansässig, deren Programme für Zielgruppen in anderen Ländern bestimmt sind. Dazu zählen viele arabische, asiatische und türkische Sender mit internationalem Schwerpunkt, die eine Sendelizenz im Vereinigten Königreich haben. Ebenfalls im Vereinigten Königreich lizenziert ist eine Reihe von gesamteuropäischen „Markenkanälen“ (in erster Linie US-amerikanischer Herkunft) wie Discovery, Disney, MTV, National Geographic usw.

Was die Entwicklung beim Medienbesitz betrifft, so hat die RTL Group 2010 die Channel Five Group an den britischen Verlag Northern & Shell (Besitzer der Express Newspapers und Betreiber von Erotikkanälen) verkauft. Im Juni 2010 hat Virgin Media seine Tochter Virgin Media Television an BSkyB verkauft (einschließlich der Kanäle Bravo, Challenge, Living und Trouble). Die letzten Rundfunkanteile des Unternehmens – eine 50 Prozent-Beteiligung an den UKTV-Sendern, ein Joint Venture mit BBC Worldwide – wurden im August 2011 an die US-amerikanische Scripps Networks verkauft. Im Juni 2013 war die Übernahme von Virgin Media cable durch Liberty Global abgeschlossen. 2011 übernahm ITV PLC Channel Television, und mit Ausnahme der Sender STV und UTV hält ITV PLC derzeit alle Channel 3-Lizenzen.

2010 hat die News Corporation bekannt gegeben, ihre Beteiligung an BSkyB von 39 % auf 100 % erhöhen zu wollen. Voraussetzung für die Übernahme war wegen verschiedener Beteiligungen der News Corporation in der Medien- und Verlagsbranche eine Genehmigung durch die Ofcom und die Wettbewerbsbehörde. Die Übernahme wurde auch wegen großer Bedenken bezüglich der Vielfalt und Unabhängigkeit der Nachrichtenproduktion kritisiert. Nach dem Bekanntwerden des Abhörskandals bei diversen Boulevardzeitungen der News Corporation wurde der Deal schließlich abgesagt. Ofcom hat eine Befragung zu Eigentumsstrukturen und Pluralität in den UK-Medien mit Schwerpunkt auf Nachrichtenmedien durchgeführt. Der Abschlussbericht wurde im Juni 2012 veröffentlicht. Die Wettbewerbskommission hat die Dominanz von BSkyB auf dem Markt für Filmrechte

Several new sports channels emerged on the British media landscape in 2013. These were launched by British Telecom (BT) as they had acquired broadcast rights to the Premier League from the 2013-14 to 2015-16 season (alongside BSkyB). ESPN were outbid for the rights. In February 2013, BT announced that it had acquired ESPN's UK and Ireland channels and their sports broadcasting rights. The new channels BT Sport 1, BT Sport 2 and HD versions were launched on August 1st 2013.

Analogue switch-off took place in October 2012. In 2011, the Government announced its intention to launch local channels on the DTT network. Following a public consultation on the issue in early 2012, Ofcom started a call for applications for local television licences in May 2012. By August 2013 nineteen local licences had been awarded. The licence to operate the local Multiplex was awarded to Comux UK Ltd (a company owned in equal measure by the companies with licences to broadcast local TV). Comux claimed that they planned for the nineteen local channels to start broadcasting from November 2013.

According to the Ofcom Communications Market Report 2013, at the end of March 2013, 97% of all households received digital TV. Digital terrestrial television and satellite are the most important platforms, but the cable homes are also almost 100% digital. Regarding personal communications devices, the report claims that the proportion of adults who own a Smartphone was over 50%, while household take-up of tablets had doubled from the previous year to 24%. In contrast, just 7% claim to have Smart TVs. Ofcom's Digital Update Report of 2013 showed that 10.3 million households received digital terrestrial television (only), almost 11.5 million satellite (free and pay) and 3.8 million cable. Freeview (the free-to-air digital terrestrial platform) is the primary TV platform in about 10.3 million households. The households that mainly receive television by satellite are split between subscribers to BSkyB (over 9.4 million households) and households that receive a free-to-air satellite service. FreeSat (the free-to-air digital satellite distribution platform for Freeview) had 2.12 million households in December 2012 (they claim many have defected from the Sky service). The main cable operator, Virgin Media (see above regarding Liberty Global takeover), controls more than 90% of the cable market and launched the country's first "quadruple play" service. By December 2012, Virgin Media had 3.79 million cable customers. The main IPTV television providers are Talk Talk (formerly Tiscali) and telecommunications operator British Telecom (BT Vision), both of which also operate through the "Youview"

Sky n'a aucune incidence négative sur la concurrence, notamment en raison de la concurrence accrue de nouveaux services tels que Netflix et Lovefilm.

Plusieurs nouvelles chaînes de sport sont apparues dans le paysage médiatique britannique en 2013. Elles ont été lancées par British Telecom (BT) qui a acquis les droits de diffusion de la Premier League pour les saisons 2013-14 à 2015-16 (aux côtés de BSkyB). L'offre d'ESPN a été insuffisante. En février 2013, BT a annoncé avoir acquis les chaînes du Royaume-Uni et d'Irlande d'ESPN ainsi que leurs droits sportifs. Les nouvelles chaînes BT Sport 1, BT Sport 2 et leurs versions HD ont été lancées le 1^{er} août 2013.

L'abandon de l'analogique a eu lieu en octobre 2012. En 2011, le gouvernement a annoncé son intention de lancer des chaînes locales sur le réseau TNT. Suite à une consultation publique sur la question, début 2012, l'Ofcom a ouvert l'attribution des licences de télévision locales en mai 2012. En août 2013, dix-neuf licences locales avaient été attribuées. La licence d'exploitation du multiplex local a été octroyée à Comux UK Ltd (société détenue à parts égales par les sociétés ayant des licences pour la radiodiffusion de chaînes locales). Comux prévoit que les dix-neuf chaînes locales commenceront à émettre en novembre 2013.

Selon le Rapport sur le marché des communications 2013 de l'Ofcom, fin mars 2013, 97 % des ménages reçoivent la télévision numérique. La télévision numérique terrestre et par satellite sont les plateformes les plus importantes, mais les foyers câblés sont également presque 100 % numériques. En ce qui concerne les appareils de communication personnels, le rapport affirme que la proportion d'adultes possédant un smartphone est supérieure à 50 %, tandis que l'adoption des tablettes par les foyers a doublé depuis l'année précédente (24 %). En revanche, seuls 7 % déclarent posséder un téléviseur intelligent. Le Rapport actualisé sur le numérique 2013 de l'Ofcom indique que 10,3 millions de foyers reçoivent la télévision numérique terrestre (uniquement), près de 11,5 millions le satellite (gratuit et payant) et 3,8 millions le câble. Freeview (la plateforme numérique terrestre gratuite) est la principale plate-forme de télévision dans environ 10,3 millions de foyers. Les foyers recevant la télévision principalement par satellite sont répartis entre abonnés à BSkyB (plus de 9,4 millions de foyers) et foyers recevant une offre satellitaire gratuite. FreeSat (la plate-forme de distribution numérique par satellite gratuite pour Freeview) revendiquait 2,12 millions de foyers en décembre 2012 (elle prétend qu'ils sont nombreux à avoir abandonné le service Sky). Le principal câblo-opérateur, Virgin Media (voir ci-dessus au sujet

für Pay-TV untersucht. In ihrem Bericht, der im August 2012 veröffentlicht wurde, kommt die Kommission zu dem Schluss, dass die Position von Sky keine negativen Auswirkungen auf den Wettbewerb hat, da BSkyB durch neue Portale wie Netflix und Lovefilm zunehmend Konkurrenz erhalte.

2013 nahmen mehrere neue Sportsender in der britischen Medienlandschaft den Sendebetrieb auf. Diese wurden von British Telecom (BT) gestartet, die sich die Fernsehrechte für die Premier League für die Spielzeit 2013-14 bis 2015-16 gesichert hat (zusammen mit BSkyB). ESPN ging bei der Vergabe leer aus. Im Februar 2013 gab BT die Übernahme der ESPN-Sportsender im Vereinigten Königreich und Irland einschließlich ihrer Übertragungsrechte für Sportveranstaltungen bekannt. Die neuen Sportsender BT Sport 1, BT Sport 2 und HD-Sender gingen am 1. August 2013 an den Start.

Die Abschaltung des analogen Signals erfolgte im Oktober 2012. 2011 hat die Regierung angekündigt, sie wolle über das DVB-T-Netz eine Reihe lokaler Sender starten. Nach einer öffentlichen Befragung Anfang 2012 veröffentlichte die Ofcom im Mai 2012 eine Ausschreibung für lokale Fernsehlicenzen. Bis zum August 2013 konnten 19 lokale Lizenzen vergeben werden. Die Lizenz für den Betrieb des lokalen Multiplex ging an Comux UK Ltd (ein Unternehmen, das zu gleichen Teilen im Besitz der Unternehmen ist, die über die Lizenzen für Lokalfernsehen verfügen). Laut Comux sollen die 19 Lokalsender ab November 2013 in Betrieb gehen.

Aus dem Ofcom Communications Market Report 2013 geht hervor, dass Ende März 2013 97 % aller Haushalte digitales Fernsehen empfangen konnten. Die wichtigsten Übertragungsplattformen sind digitales terrestrisches Fernsehen und Satellitenfernsehen, aber inzwischen sind auch fast alle Kabelanschlüsse digitalisiert. Was die Entwicklung auf dem Markt für private Kommunikation betrifft, so besaßen dem Bericht zufolge mehr als 50 % aller Erwachsenen ein Smartphone, und die Anzahl der Haushalte mit einem Tablet-PC hat sich seit dem letzten Jahr verdoppelt und liegt nun bei 24 %. Die Zahl der Haushalte mit Smart TVs liegt dagegen nur bei 7 %. Der Ofcom-Bericht über Digital Update 2013 zeigt, dass 10,3 Mio. Haushalte (nur) digitales terrestrisches Fernsehen empfangen konnten, fast 11,5 Mio. Satellitenfernsehen (Free-TV und Pay-TV) und 3,8 Mio. Kabelfernsehen. Freeview (die frei empfangbare digitale terrestrische Plattform) ist die bevorzugte Fernsehplattform in rund 10,3 Mio. Haushalten. Die Haushalte, die das Fernsehprogramm hauptsächlich über Satellit empfangen, teilen sich auf in Abonnenten bei BSkyB (über

platform (see below). As noted above, BT has recently launched several sports channels and holds rights for the premiership football competition.

The long awaited "Youview" project finally launched in July 2012. The connected TV, VOD project linked to the DTT service Freeview involves an open Internet platform with common standards allowing viewers to access programmes from various video providers on a broad range of devices, and includes catch-up TV. The project involves BT Vision and Talk Talk and the broadcasters BBC, ITV, Channel 4, FIVE and network operator Arqiva. In addition to the 70 Freeview channels, viewers now also access the catch-up services of BBC iPlayer, ITV Player, 4oD, Demand 5 and Dave. The other distribution partners in the Youview project launched their services in October 2012 (Talk Talk, and BT Vision) both supplying their customers with specific set top boxes for accessing YouView. Close to 400 000 Youview boxes had been sold by the end of May 2013.

The UK government announced in March 2012 a proposal to extend the tax credit scheme, previously available to film production to the high quality television productions, video games and animation. Qualifying for the scheme involves a similar assessment as that applied to film. This proposal was subject to state aid approval and a consultation process and was introduced in April 2013. The government is carrying out consultations for the development of a new Communications Bill. A series of seminars on policy were held throughout 2012, and the government is planning to issue a White Paper in 2013. A new Communications Bill is expected in 2014.

de la reprise de Liberty Global), contrôle plus de 90 % du marché du câble et a lancé le premier service « quadruple play » du pays. En décembre 2012, Virgin Media compte 3,79 millions d'abonnés au câble. Les principaux fournisseurs de télévision IPTV sont Talk Talk (anciennement Tiscali) et l'opérateur de télécommunications British Telecom (BT Vision), tous les deux utilisant également la plate-forme « YouView » (voir ci-dessous). Comme indiqué plus haut, BT a récemment lancé plusieurs chaînes de sport et détient les droits du championnat de football Premier League.

Le très attendu projet « YouView » a finalement été lancé en juillet 2012. Ce projet de VOD par télévision connectée, lié au service de TNT Freeview implique une plate-forme internet aux normes communes qui permet aux téléspectateurs d'accéder aux programmes de différents fournisseurs de services audiovisuels à partir d'un large éventail d'appareils et comprend la télévision de rattrapage. Ce projet regroupe BT Vision et Talk Talk ainsi que les radiodiffuseurs BBC, ITV, Channel 4, FIVE et l'opérateur de réseau Arqiva. En plus des 70 chaînes Freeview, les téléspectateurs ont désormais accès aux services de rattrapage de BBC iPlayer, ITV Player, 4oD, Demand 5 et Dave. Les autres partenaires de distribution du projet YouView ont lancé leurs services en octobre (Talk Talk et BT Vision) en fournissant à leurs clients des boîtiers pour accéder à YouView. Près de 400 000 boîtiers YouView avaient été vendus fin mai 2013.

Le Gouvernement britannique a annoncé en mars 2012 une proposition visant à étendre le régime de crédit d'impôt, précédemment affecté à la production cinématographique, aux productions télévisées, jeux vidéo et animation de haute qualité. Une évaluation similaire à celle appliquée au cinéma conditionne l'accès à ce régime. Après avoir été soumise à l'approbation des aides d'Etat et à un processus de consultation, cette proposition fut introduite en avril 2013. Le gouvernement mène des consultations pour l'élaboration d'une nouvelle loi sur les communications. Une série de séminaires sur la politique ont eu lieu en 2012, et le gouvernement envisage de publier un livre blanc en 2013. Une nouvelle loi sur les communications est attendue en 2014.

9,4 Mio. Haushalte) und Haushalte mit einem kostenlosen Satellitenangebot. FreeSat (die frei empfangbare digitale Sat-TV-Plattform für Freeview) hatte im Dezember 2012 nach eigenen Angaben 2,12 Mio. Abonnenten (darunter angeblich viele Kunden, die früher Sky abonniert hatten). Der größte Kabelnetzbetreiber, Virgin Media (siehe oben zu der Übernahme durch Liberty Global), kontrolliert mehr als 90 % des Kabelfernsehmarktes und hat als erster „Quadruple play“ im Angebot. Im Dezember 2012 hatte Virgin Media 3,79 Mio. Kabelkunden. Die größten Anbieter von IPTV sind Talk Talk (früher Tiscali) und der Telekommunikationskonzern British Telecom (BT Vision), die beide ihre Dienste auch über die „Youview“-Plattform anbieten (siehe unten). Wie bereits erwähnt hat BT mehrere Sportsender gestartet und hält die Fernsehrechte für die Premier League.

Nach langer Verzögerung ging im Juli 2012 endlich die „Youview“-Plattform an den Start. Das Projekt aus Connected TV und VoD in Verbindung mit dem DVB-T-Dienst Freeview besteht aus einer offenen Internet-Plattform mit einheitlichen Standards, die es erlaubt, über unterschiedlichste Endgeräte auf Programme verschiedener Anbieter zuzugreifen, darunter auch Catch-up-TV. Am Projekt beteiligt sind neben BT Vision und Talk Talk auch die Sender BBC, ITV, Channel 4, FIVE sowie der Netzwerkbetreiber Arqiva. Neben den 70 Freeview-Sendern haben die Zuschauer auch Zugang zu den Catch-up-TV-Angeboten von BBC iPlayer, ITV Player, 4oD, Demand 5 und Dave. Die übrigen Partner im Youview-Projekt haben ihre Dienste im Oktober 2012 gestartet (Talk Talk und BT Vision). Beide stellen ihren Kunden spezielle Set-Top-Boxen für den Zugang zu YouView zur Verfügung. Bis Ende Mai 2013 wurden fast 400 000 Youview-Boxen verkauft.

Die UK-Regierung kündigte im März 2012 an, die Steuervergünstigungen, die es früher für die Filmproduktion gab, auf hochwertige Fernsehfilme, Videospiele und Animationsfilme ausdehnen zu wollen. Die Voraussetzungen für die Gewährung dieser Vergünstigungen sind in etwa denen für die Filmförderung zu vergleichen. Vor der Umsetzung der Vorschläge wurde geprüft, ob sie nicht gegen die Bestimmungen über staatliche Beihilfen verstoßen. Außerdem wurde ein Konsultationsprozess durchgeführt. Im April 2013 trat sie in Kraft. Die Regierung führt derzeit Befragungen zu einem neuen Kommunikationsgesetz (Communications Bill) durch. 2012 fand eine Reihe von Seminaren zur Kommunikationspolitik statt, und die Regierung plant, 2013 ein Weißbuch zu diesem Thema zu veröffentlichen. Das neue Kommunikationsgesetz soll 2014 vorgelegt werden.

➤ Ofcom (Communications Market 2012): <http://www.ofcom.org.uk>
Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>; EPRA: <http://www.epra.org>

Film Industry

2012 saw the UK approaching full digitization, surpassing 90% penetration. For the second year running, cinema attendance increased, although it remained lower than in 2009. Local films performed well above average, albeit national market share decreased slightly on the previous year to 31.9%. Secret agent James Bond deserves credit for the achievement, helping GBO climb to an unprecedented 1.29 billion GBP – and that in the year of the Olympics and the Diamond Jubilee. Not only was the latest 007 instalment the most successful of the series by far, but also the highest-grossing film ever in the UK, breaking the 100 million GBP threshold for the first time.

That said, only 9% of the market share was for British independent films (down from a historic high of 13.5% in 2011); the remainder being US studio-backed productions. Although three British productions appeared in the top 10 GBO performers, all of them belonged to this latter category and we have to go down to number 16 to find a British-majority production (*The Woman in Black*).

After a previous record-breaking year, local spend in features produced in the UK fell by 28.5% to GBP 927 million. Likewise, just 223 features were produced, 96 fewer than in 2011; low-budget productions (under GBP 500k) being the most affected category with only 94 films shot (40% less than in 2011).

The legal disputes between HMRC, UK's Inland Revenue Department, and several funds operating under the tax shelter for investors in the film industry has damaged the image of this popular mechanism. So far British courts have ruled in favour of HMRC over allegations of tax avoidance and double-dipping; however, legal action is still ongoing. In the midst of the storm the Government announced the extension of another existing tax mechanism, the tax relief for producers (until the end of 2015), including for the first time TV drama, videogames and animation within its purview.

The British Film Institute unveiled its five-year action plan *Film Forever*, estimating an average investment of almost GBP 100 million a year in the film industry over the period 2012-2017 (a quarter of which would go to production and development).

Industrie cinématographique

En 2012, le taux de pénétration du numérique au Royaume-Uni a dépassé les 90 %. Pour la deuxième année consécutive, la fréquentation des salles a augmenté, bien que toujours inférieure à celle de 2009. Les productions locales ont obtenu des résultats supérieurs à la moyenne, mais la part de marché des films nationaux (31,9 %) a légèrement diminué par rapport à 2011. Le mérite en revient à l'agent secret James Bond, qui a permis aux recettes brutes des salles d'atteindre le record de 1,29 milliard GBP au cours d'une année également marquée par les Jeux olympiques et le jubilé de diamant de la Reine. Non seulement le dernier volet des aventures de 007 a réalisé, et de loin, le plus d'entrées de la série, mais il s'agit également du film le plus rentable de tous les temps au Royaume-Uni, le seuil des 100 millions GBP ayant été dépassé pour la première fois de l'histoire.

Cela dit, seulement 9 % de la part de marché revient aux films indépendants britanniques (contre un niveau historique de 13,5 % en 2011), le reste correspondant à des productions adossées aux studios américains. Bien que trois productions britanniques figurent parmi les 10 films ayant réalisé le plus d'entrées, elles appartiennent toutes à cette dernière catégorie et nous devons descendre à la 16^e place pour trouver une production majoritaire britannique (*The Woman in Black*).

Après une année record, les dépenses locales consacrées aux longs métrages produits au Royaume-Uni ont chuté de 28,5 %, à 927 millions GBP. De même, seuls 223 longs métrages ont été produits, 96 de moins qu'en 2011 ; les productions à petit budget (moins de 500 000 GBP) étant la catégorie la plus touchée avec seulement 94 films tournés (40 % de moins qu'en 2011).

Les litiges entre le HMRC, l'administration fiscale du Royaume-Uni, et plusieurs fonds fonctionnant sous le régime de l'abri fiscal dédiés aux investisseurs dans l'industrie cinématographique ont nui à l'image de ce mécanisme populaire. Jusqu'à présent, les tribunaux britanniques ont statué en faveur du HMRC quant aux allégations d'évasion fiscale et de double déduction ; toutefois, une action en justice est toujours en cours. Au milieu de la tempête, le gouvernement a annoncé l'extension d'un autre mécanisme fiscal existant, l'allègement fiscal accordé aux producteurs (jusqu'à la fin 2015), y compris pour les premières séries télévisées, jeux vidéo et animations concernées.

Le BFI a dévoilé son plan d'action quinquennal *Film Forever*, prévoyant un investissement moyen de près de 100 millions GBP par an dans l'industrie cinématographique sur la période 2012-2017 (dont un quart ira à la production et au développement).

Filmindustrie

2012 waren nahezu alle Kinos im Vereinigten Königreich digitalisiert, die Penetrationsrate lag bei über 90 %. Die Zahl der Kinobesucher stieg im zweiten Jahr in Folge, blieb jedoch unter den Werten von 2009. Auch wenn der nationale Marktanteil insgesamt gegenüber dem Vorjahr leicht zurückging (auf 31,9 %), waren britische Filme 2012 sehr viel erfolgreicher als im langjährigen Durchschnitt. Dieser Erfolg geht in erster Linie auf das Konto von Geheimagent 007, der die Einnahmen an den Kinokassen auf den absoluten Rekordwert von 1,29 Mrd. GBP ansteigen ließ – und das im Jahr der Olympischen Spiele und des 60-jährigen Thronjubiläums. Das jüngste Bond-Abenteuer war nicht nur der erfolgreichste Bond-Film aller Zeiten, es war auch der Film, der im Vereinigten Königreich die bisher höchsten Einnahmen einspielte: Erstmals wurde die Schwelle von 100 Mio. GBP überschritten.

Allerdings lag der Marktanteil unabhängiger britischer Filme 2012 nur bei 9 % (nach einem historischen Höchstwert von 13,5 % 2011); bei den übrigen Filmen handelte es sich um Produktionen, die mit Unterstützung der großen US-Studios gedreht wurden. Zwar schafften es drei britische Produktionen unter die Top 10 des GBO, aber sie fielen allesamt in die Kategorie der großen US-amerikanischen Produktionen, und erst auf Platz 16 findet sich ein Film mit britischer Mehrheitsbeteiligung (*The Woman in Black*).

Nach einem Jahr, in dem die einheimischen Ausgaben für die Produktion von Dokumentarberichten im Vereinigten Königreich auf Rekordwerte geklettert waren, gingen sie 2012 um 28,5 % auf 927 Mio. GBP zurück. 2012 wurden lediglich 223 Filme produziert, 96 weniger als 2011; von dem Rückgang betroffen waren vor allem Low-Budget-Produktionen (unter 500 000 GBP). In dieser Kategorie wurden 2012 nur noch 94 Filme gedreht (40 % weniger als 2011).

Der Rechtsstreit zwischen der HMRC, der britischen Steuerbehörde, und mehreren Fonds, die Steuererleichterungen für Investoren in der Filmindustrie anbieten, hat dem Ansehen dieses beliebten Mechanismus geschadet. Bisher haben britische Gerichte meist zugunsten der HMRC und gegen Anreize für Steuersparmodelle und doppeltes Abkassieren entschieden; allerdings sind einige der Verfahren noch nicht abgeschlossen. Mitten in dem Sturm hat die britische Regierung angekündigt, einen anderen Steuersparmechanismus auszuweiten, und zwar die Steuererleichterungen für britische Produzenten (bis Ende 2015). Erstmals sollen diese auch für Fernsehfilme, Videospiele und Animationsfilme gelten.

Das BFI hat seinen Fünfjahresplan *Film Forever* veröffentlicht. Danach sollen in dem Zeitraum 2012-2017 jährlich durchschnittlich fast 100 Mio. GBP in die Filmindustrie investiert werden (ein Viertel dieser Summe würde in Produktion und Entwicklung fließen).

GB1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	62 990
Households	24 340

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			27 020
Cable TV subscriptions	13.6%	3 805	
Digital cable TV households	13.6%		3 805
Digital DTH/SMATV households	40.3%		11 260
Pay DTH/SMATV subscriptions	34.7%	9 708	
IPTV households	2.8%		773
Pay IPTV subscriptions	2.9%	799	
DTT households	40.9%		11 445
Pay DTT subscriptions	1.3%	362	
Total digital TV households	97.6%		27 283
Total pay TV subscriptions	52.5%	14 674	
Households with DVD player	90.3%		23 998
Households with Blu-ray disc player	12.1%		4 798
Households with PC	85.8%		24 003
Households with broadband connections	71.3%		19 949
Households with Smart TV			
Connectable TV households	16.6%		4 639

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

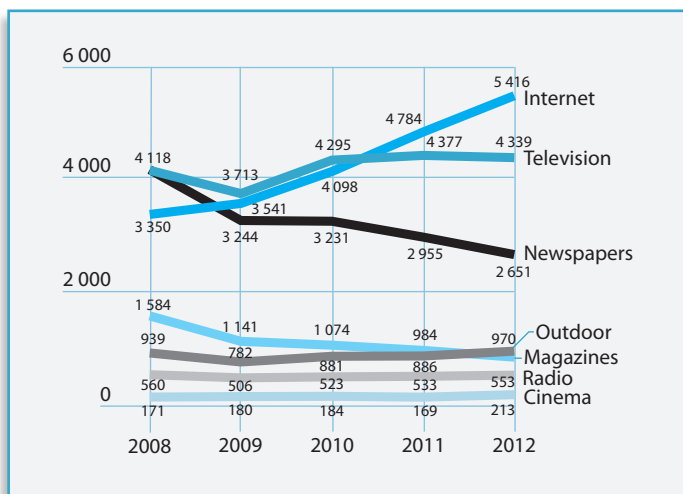
		Total in thousands
Active smartphones	73.3%	46 395
Active tablets	17.5%	11 100
Advanced game consoles	34.5%	21 820

↳ IHS Screen Digest

GB2

Advertising
2008-2012

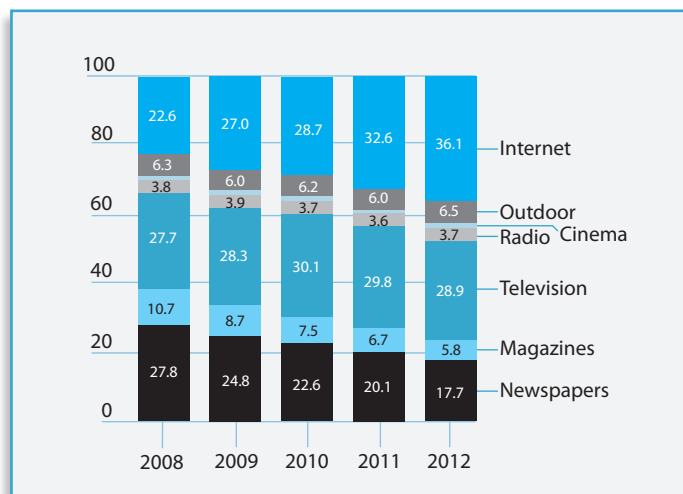
Total display adspend



2008-2012 GBP million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

GB3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 GBP million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
BT Group (cons.) ①	3play	BT Vision	20 449	19 694	18 645	-5.3%
British Sky Broadcasting PLC ①	packtv, thtv, ISP, VoD	Sky	6 181	6 597	6 791	2.9%
Everything Everywhere ① ②	3G TV	Mobile TV	5 199	6 784	6 657	-1.9%
BBC Group (cons.)	sptv, rad	BBC 1, 2, 3, 4,...; radio channels	5 148	5 087	5 102	0.3%
Vodafone Limited ①	3G TV	Vodafone TV	5 163	5 364	5 063	-5.6%
Virgin Media Finance PLC ①	3play, VoD	Virgin TV	3 766	3 911	3 981	1.8%
ITV PLC	adtv, thtv	ITV	2 064	2 140	2 196	2.6%
Sony Computer Entertain. Europe Ltd	VG, VoD	Playstation, Sony Network Entertain.	2 455	2 304	1 995	-13.4%
Hutchison 3G UK Holdings Ltd	3G TV	3 Add TV	1 691	1 851	1 977	6.8%
Talktalk Telecom	3play	Talk Talk TV	1 765	1 686	1 670	-0.9%

① Includes revenues of other activities (telecommunication).

② Formerly T-Mobile (UK) Ltd. Now a joint venture between Deutsche Telekom and Orange.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	3	3	Smallworld Cable, Virgin Media, Wight Cable 2005
Satellite packagers	2	2	British Sky Broadcasting (Sky), Freesat
IPTV packagers	3	3	BT, IP Vision (Fetch TV), Talk Talk UK
DTT multiplex operators and packagers	8	8	5 multiplex operators and 2 packagers (DTV Services/Freeview and Top-Up TV), and BT Vision (hybrid DTT/ IPTV service)
Mobile TV packagers	2	2	Orange and Vodafone
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Agregators of online live TV services	4	>11	BBCiPlayer, ITVLive, Sky Go, Watchlive Channel 4
Online stores with VoD EST or AV apps.	1	7	Amazon App Store (LU), Blackberry App Store (LU), Google Play (US), iTunes Store (UK), Ovi (FI), Samsung App Store (GB), Xbox Live (LU)
Open platform with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (UK)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share	
				2011	2012
1	BBC Group ①	Public	31	36.9%	37.3%
2	ITV	Private	15	23.2%	23.8%
3	Channel 4	Public	21	11.7%	11.5%
4	21st Century Fox (US)	Private	76	10.2%	9.1%
5	Channel 5	Private	7	4.5%	6.9%

① Including channels operated by UKTV (joint-venture between BBC Worldwide and Scripps Networks).

➔ European Audiovisual Observatory

GB4

Financing of the public audiovisual media sector
2009-2012

Income	GBP million				In %				
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	3 883.7	3 913.4	3 933.9	4 042.8	62.3	62.9	61.2	65.7	2.8%
- Aids/Grants	437.2	406.1	419.4	386.5	7.0	6.5	6.5	6.3	-7.9%
- Licence fee	3 446.1	3 507.2	3 514.4	3 656.2	55.3	56.4	54.7	59.4	4.0%
- Others	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	44.8%
Total commercial income	2 159.3	2 149.0	2 423.6	2 029.5	34.6	34.6	37.7	33.0	-16.3%
- Advertising	709.9	796.6	847.3	846.6	11.4	12.8	13.2	13.8	-0.1%
- Programme sales	44.8	47.8	82.0	67.0	0.7	0.8	1.3	1.1	-18.3%
- Other commercial revenues	1 404.7	1 304.6	1 494.3	1 115.9	22.5	21.0	23.3	18.1	-25.3%
Others	190.8	154.9	67.1	78.2	3.1	2.5	1.0	1.3	16.5%
TOTAL	6 233.8	6 217.3	6 424.6	6 150.5	100.0	100.0	100.0	100.0	-4.3%

Companies included : BBC Group, Channel 4 Group, S4C, The Services Sound and Vision Corporation.

➔ European Audiovisual Observatory

GB5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	25	59	84
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		399	399
Regional/ Local / windows	23	39	62
Channels targeting foreign markets	20	935	955
Total	68	1 432	1 500
<i>Foreign TV channels targeting the country</i>	3	10	13

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	235	~
Catch-up TV services	207	68
VoD Generalist/ Film / Fiction	66	62
VoD Music / Music events	23	13
VoD Film	44	84
VoD Documentary	17	19
VoD Children/ Animation	29	31
Film/TV Archives and Trailers	7	11
Sport	19	25
Other	36	~
Total (consolidated)	683	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable Virgin media	Satellite Sky (Full offer, GB) Freesat	IPTV		
	(free) Freeview	(pay) Top Up TV ¹			Hybrid DTT BT Vision	TalkTalk	
TV Channels							
Generalist - national	6	6	8	6	5	6	7
Generalist - foreign			1	2			
Adult/ dating	3	3	3	31	3	3	
Children	3	3	16	22	7	3	10
Culture/ education/ documentary	4	4	18	19	2	9	10
Minority interest groups	1	1	7	17	2	1	1
Entertainment/ TV fiction/ games	10	10	40	64	17	18	23
Film	3	3	22	16	7	3	13
HD simulcast of an existing channel	7	7	37	64	4	7	4
Home shopping	12	12	9	23	19	12	12
International linguistic and cultural			1	3	1		
Lifestyle/ specific leisure/ travel	2	2	11	11	3	3	5
Music	2	2	18	30	13	3	3
News/ business	4	4	14	26	2	4	4
Parliament/ government/ administration	1	1	1	1	1	1	1
Regional/ local	8	8	5	11	9	8	
Religion			1	30	7		
Sports		1	11	25		3	5
Various (includes time-shifted)	10	10	43	50	15	10	8
Windows	46	46	13	30	44	46	2
Total (of which HD channels)	122 (7)	123	279 (26)	481 (73)	161 (4)	140 (7)	108 (6)
On-demand audiovisual services							
VoD	1	2	5		2	6	1
Catch-up	1		4	1 ²	2	4	5
Other services				1 ³			
Total	2	2	9	2	4	10	6

¹ Top up TV closed down in October 2013.

² Sky Anytime+ requires broadband.

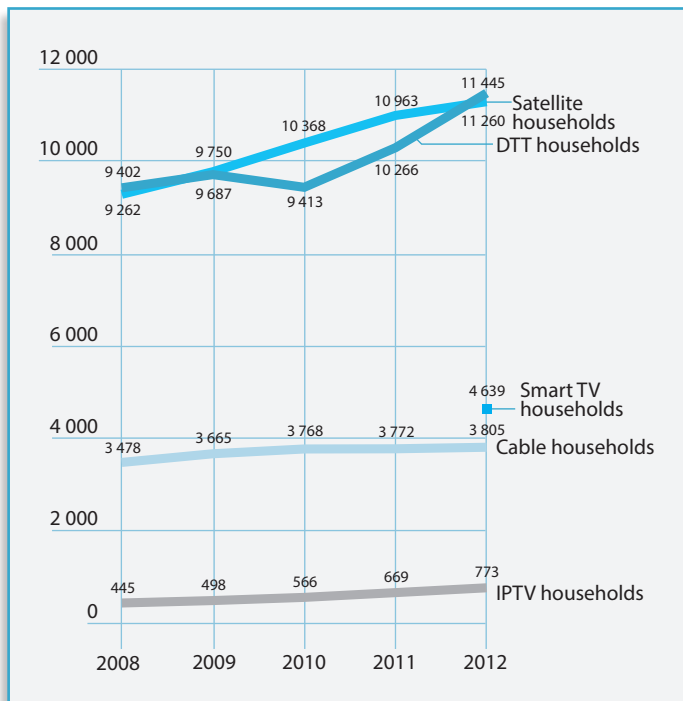
³ Sky Anytime push VOD.

 European Audiovisual Observatory

GB6

Market trends
2008-2012

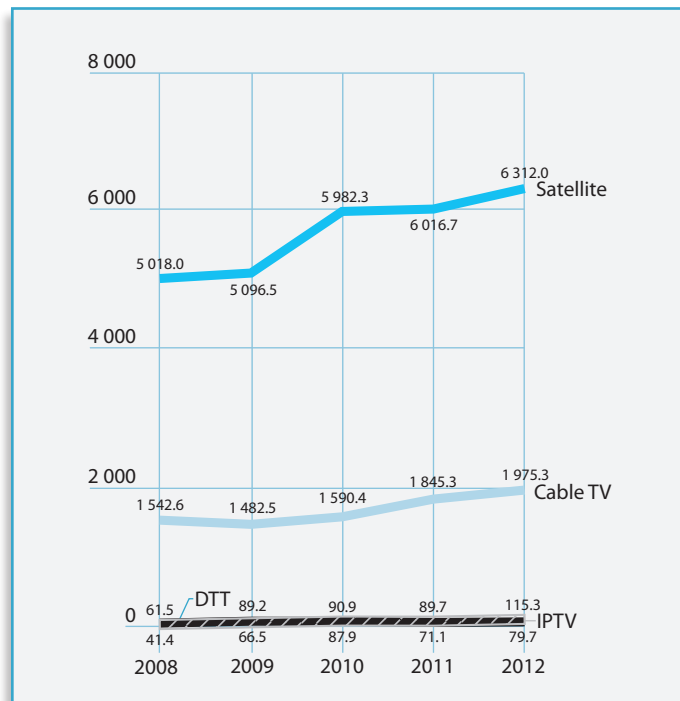
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➤ IHS Screen Digest

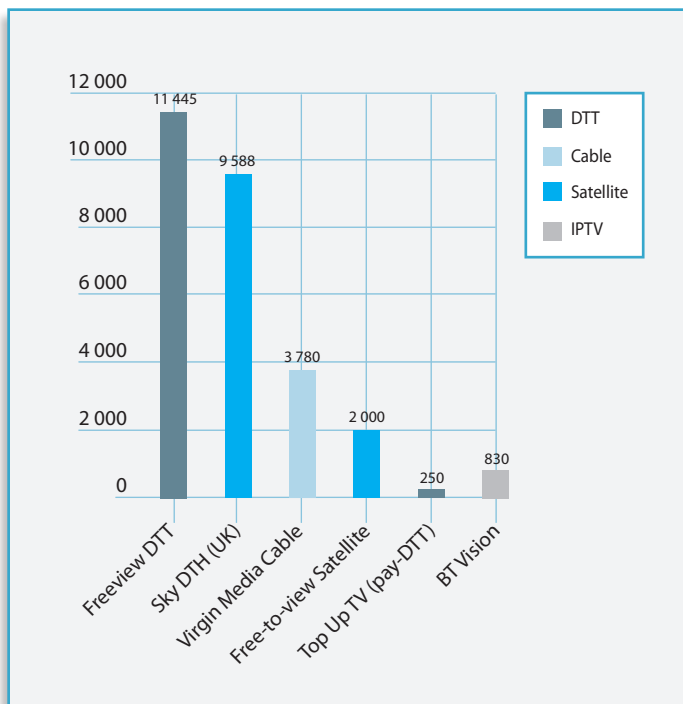
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➤ IHS Screen Digest

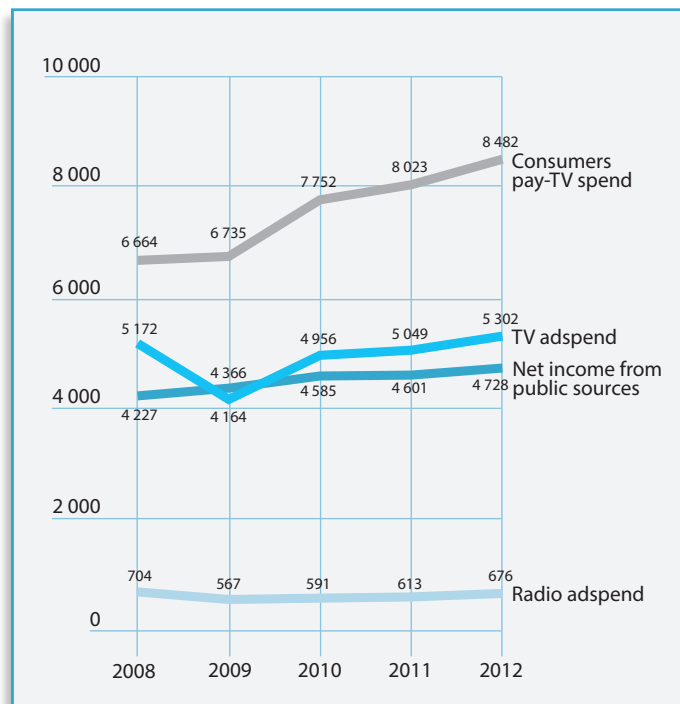
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

➤ OFCOM / Company reports

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➤ European Audiovisual Observatory on IHS Screen Digest, WARC and BBC data

GB7

TV audience market share in the United Kingdom

2008-2012 In %, 4 years +.

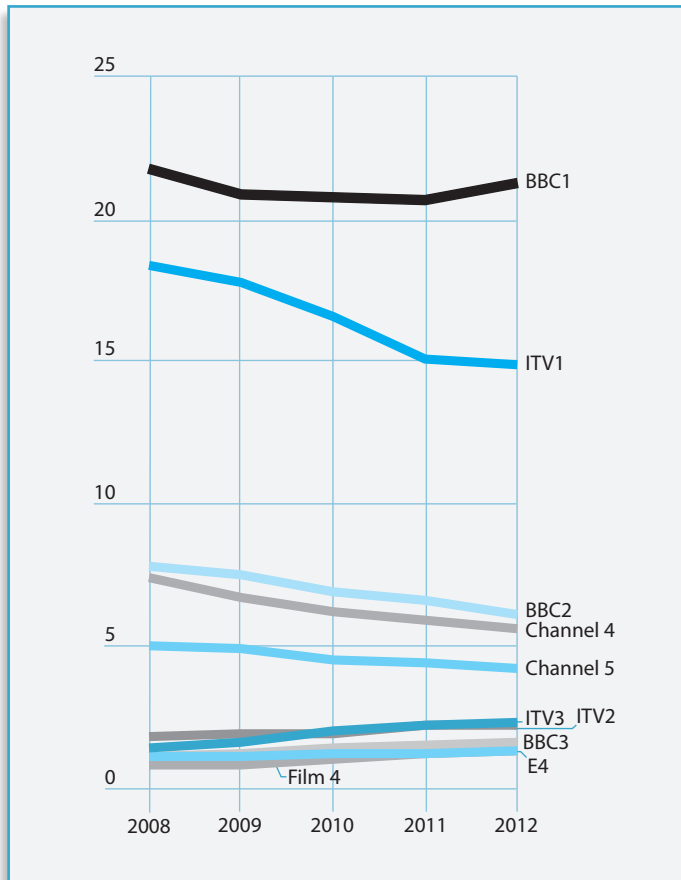
Channels	Daily share					Prime time (18:00-22:30)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
BBC1	21.8	20.9	20.8	20.7	21.3	23.9	22.9	23.1	22.6	23.5
BBC2	7.8	7.5	6.9	6.6	6.1	8.8	8.6	7.9	7.8	7.3
BBC3	1.1	1.2	1.4	1.5	1.6	1.3	1.5	1.6	1.6	1.6
BBC4	0.4	0.5	0.6	0.7	0.9	0.6	0.7	0.8	0.9	1.2
BBC Others	2.4	2.5	3.3	3.4	3.2	0.8	0.9	1.3	1.4	1.4
UKTV / others	3.4	3.8	3.9	4	4.2	2.4	2.8	3.3	3.1	4
Total BBC	36.9	36.4	36.9	36.9	37.3	37.8	37.4	38	37.4	39
ITV1	18.4	17.8	16.6	15.1	14.9	23.2	22.7	21.7	19.9	19.9
ITV3	1.4	1.6	2	2.2	2.3	1.2	1.5	1.8	2.0	2.1
ITV2	1.8	1.9	1.9	2.2	2.2	1.5	1.6	1.5	1.7	1.7
ITV4	0.8	0.8	0.9	1.1	1.1	0.8	0.8	0.9	0.9	1.0
ITV 1 HD					1.0					1.5
Other ITV	0.5	0.6	0.7	0.5	2.3	0.3	0.4	0.6	0.4	1.6
Total ITV	22.9	22.7	22.1	21.1	23.8	27	27	26.5	24.9	27.8
Channel 4	7.4	6.7	6.2	5.9	5.6	7.5	6.9	6.4	6.1	5.8
E4	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	1.2	1.1	1.2	1.3	1.4
Film 4	0.8	0.8	1	1.2	1.3	0.8	0.8	1.0	1.2	1.2
More 4	0.8	1	1	1.1	1.1	0.8	0.9	0.9	1.1	1.0
Total Channel 4	11.0	11.1	11.1	11.5	11.5	11.7	11.2	10.9	11.5	11.4
Sky Sports 1	1.2	1.3	1.1	1.2	1.2	0.8	0.9	0.8	1	1.0
Sky Three/ Pick TV	0.6	0.7	0.8	0.9	0.9	0.6	0.7	0.6	0.7	0.7
Sky One	0.9	1.1	0.9	1.1	0.9	1.2	1.4	1.2	1.4	1.2
Sky Sports News	0.5	0.6	0.7	0.6	0.6	0.3	0.4	0.4	0.4	0.3
Sky News	0.4	0.5	0.6	0.7	0.6	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
Sky others	2.4	2.4	3.9	4.6	3.7	2.3	2.2	3.9	3.9	3.9
Other 21st Century Fox				1.1	1.2				1	1.3
Total Sky/21st Century Fox	6.0	6.6	8.0	10.2	9.1	5.4	5.8	7.2	8.7	8.7
Channel 5	5	4.9	4.5	4.4	4.2	5	4.9	4.5	4.3	4.1
Channel 5 others	0.6	1.3	1.5	0.1	1.8	0.6	1.6	1.7	0.3	~
Total Channel 5	5.6	6.2	6.0	4.5	6.9	5.6	6.5	6.2	4.6	5.1
Total Viacom	0.2	2.2	1.6	2.0	2.3	0.7	1.2	1.1	1.5	1.7
Total Disney	1.1	1.3	1.1	1.4	1.6	0.7	0.8	0.7	0.9	0.9
Total Discovery	1.2	1.2	0.8	1.6	1.9	0.9	0.8	0.6	1.1	1.6
Total Time-Warner	0.6	0.8	0.7	1.0	1.1	0.3	0.4	0.4	0.7	0.6
Others	14.5	11.5	11.7	9.8	4.5	9.9	8.9	8.4	8.7	3.2

Eurodata TV Worldwide / BARB

GB7

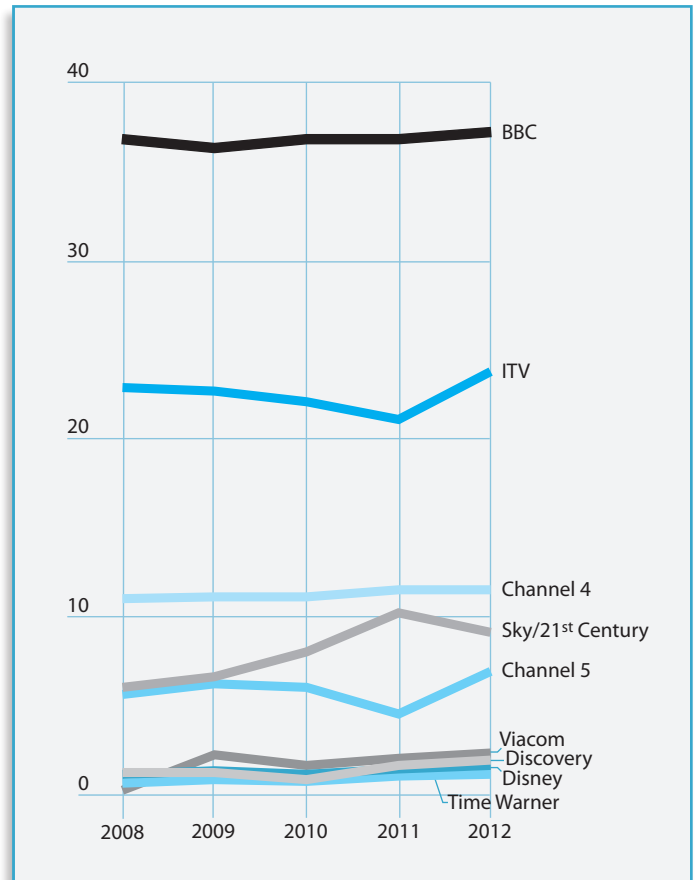
TV audience market share of the leading TV channels and TV groups in the United Kingdom 2008-2012 In %, 4 years +.

continued



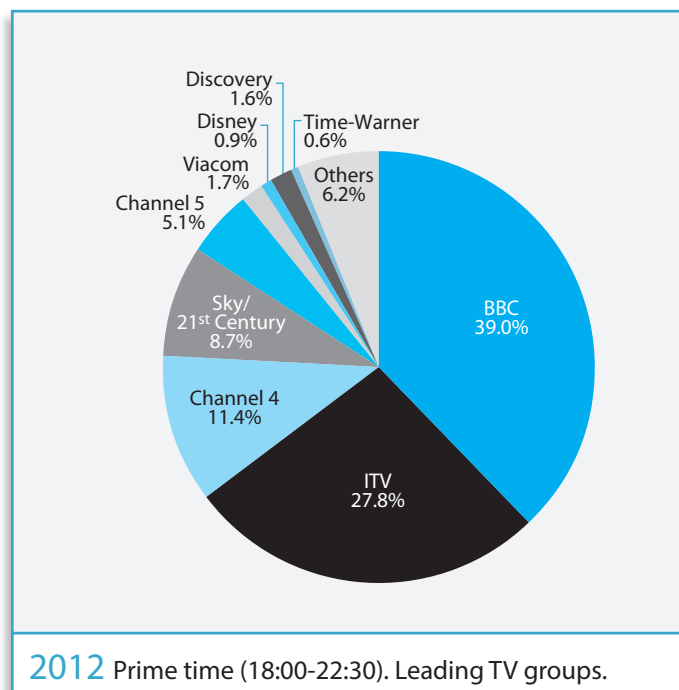
2008-2012 Daily share. Channels.

➔ Eurodata TV Worldwide / BARB / TNS UK



2008-2012 Daily share. Leading TV groups.

➔ Eurodata TV Worldwide / BARB / TNS UK



2012 Prime time (18:00-22:30). Leading TV groups.

➔ European Audiovisual Observatory from data Eurodata TV Worldwide / BARB / TNS UK

GB8

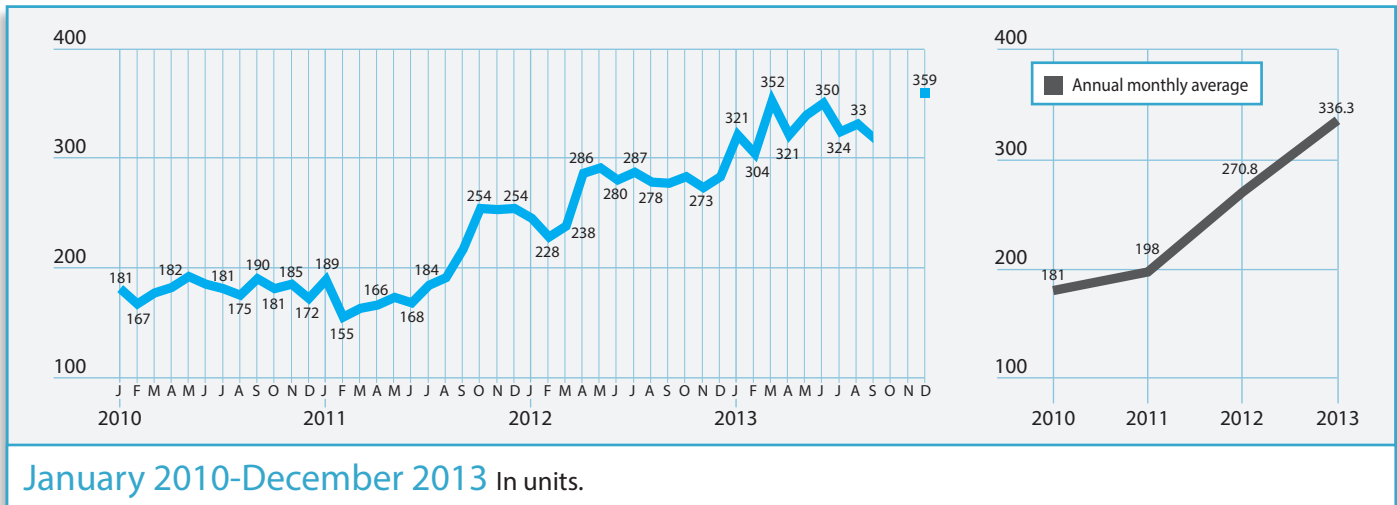
Online video viewing
2010-2013 Fixed Internet only.

Unique viewers



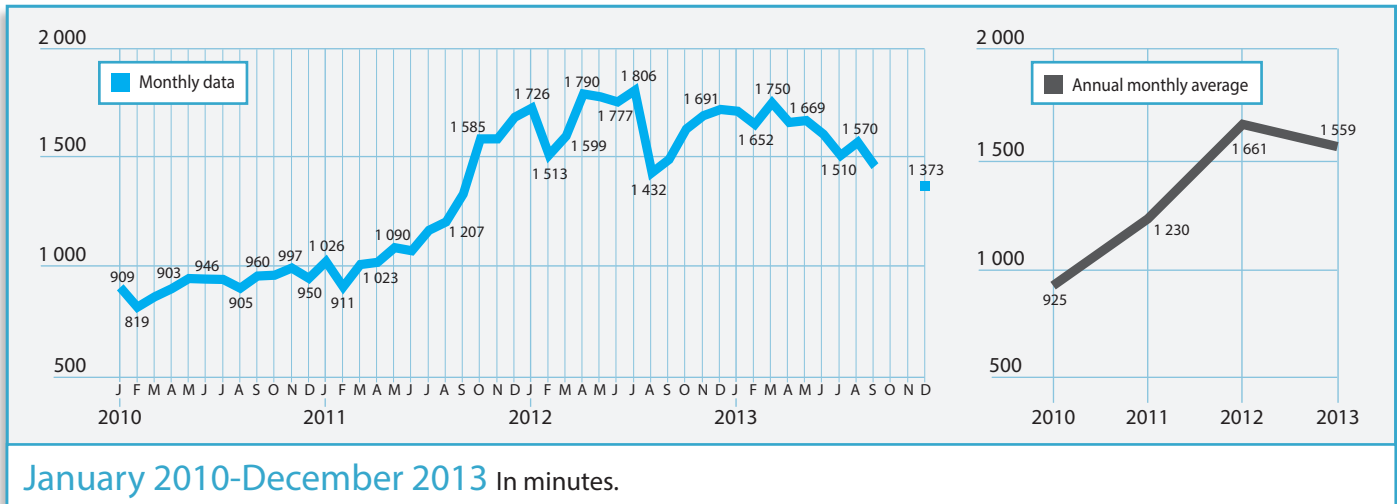
ComScore

Videos per viewer



ComScore

Time per viewer



ComScore

GB9

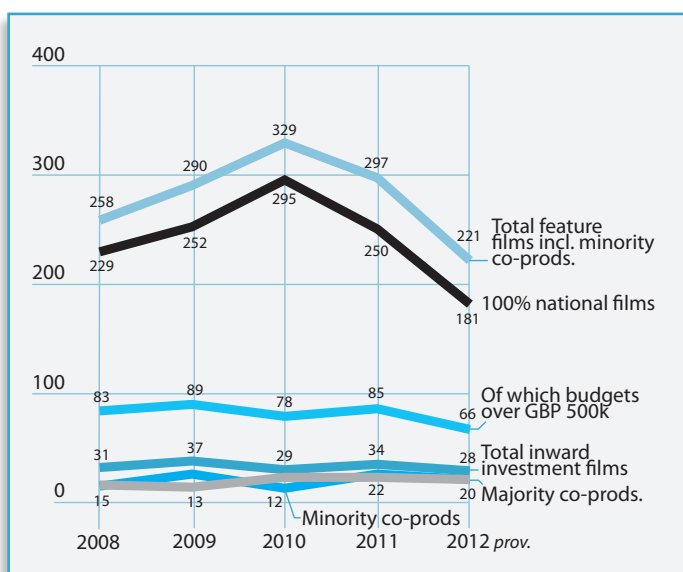
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	17 062	16 989	17 025	16 721	16 522	OBS
Screens	3 610	3 651	3 671	3 767	3 817	BFI
Cinema sites	726	723	716	745	769	BFI
Digital screens	303	667	1 408	2 724	3 544	MS
Digital cinema sites	229	357	455	585	651	MS
Digital screen penetration	8%	18%	38%	72%	93%	MS
Digital site penetration	32%	49%	64%	79%	85%	MS

European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / BFI (British Film Institute)

Number of theatrical feature films produced

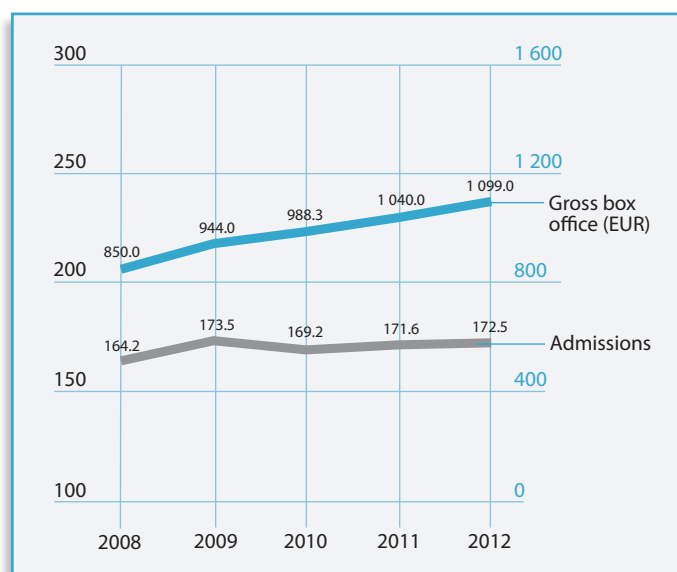


2008-2012 In units.

Films starting principal photography, including feature documentaries.

BFI

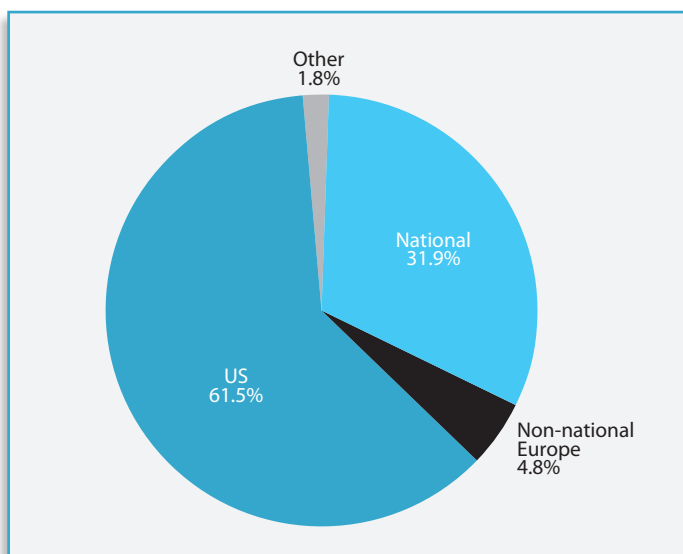
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

Rentrak / BFI

Market share according to the origin of films

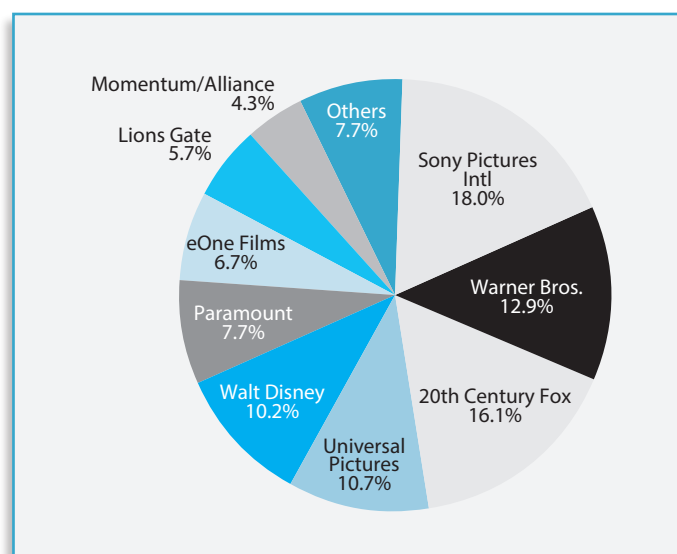


2012 In % of gross box office.

Note: data covers the UK and the Republic of Ireland. National market share includes UK films backed by major US studios.

BFI

Distributor market share



2012 In % of gross box office.

Data cover the UK and the Republic of Ireland.

BFI

GB10

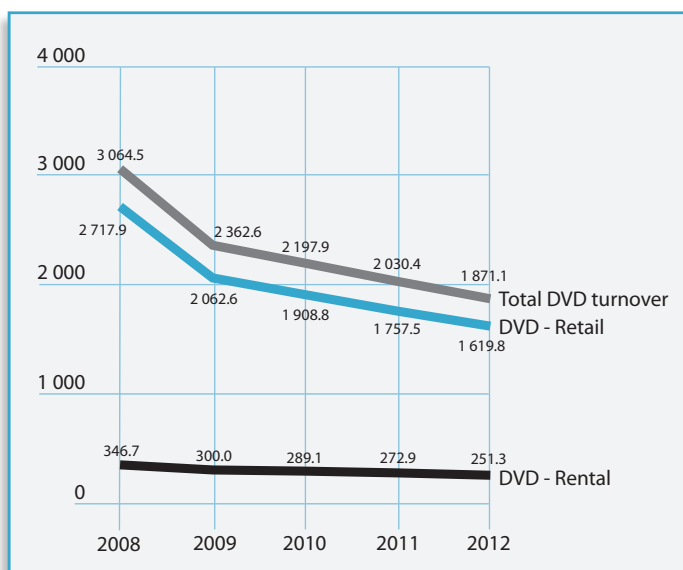
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	23.39	24.21	24.16	24.17	24.00
DVD player penetration of TV households	88.93%	91.34%	90.29%	89.47%	87.96%
Blu-ray disc player households	0.30	0.99	2.06	3.35	4.79
Blu-ray disc player penetration of TV households	1.15%	3.74%	7.69%	12.41%	17.57%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

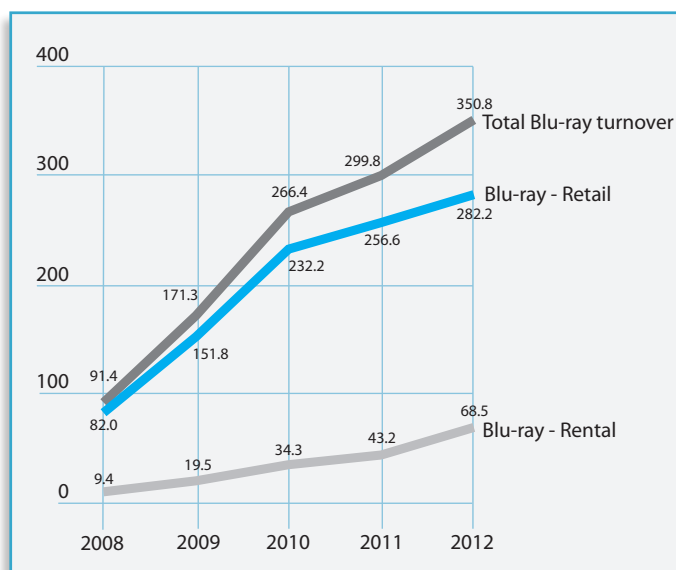


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

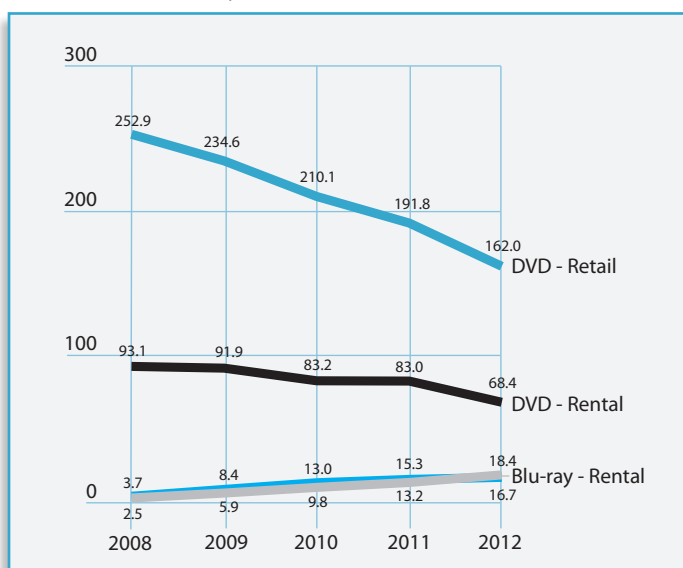


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

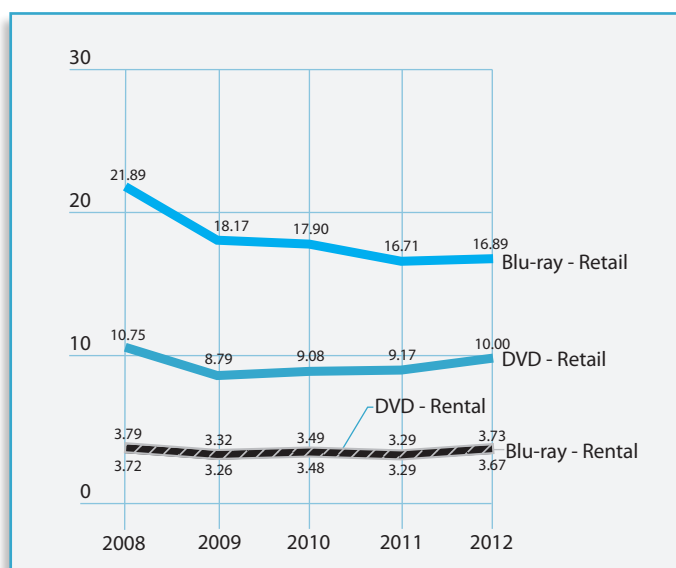
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc
retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

The year 2013 proved to be very dramatic for the Greek media landscape. 11 June 2013 saw the sudden closure of the television services of the Greek public service broadcaster ERT. The three TV channels, several radio stations and the Internet service were closed down by the government by ministerial decree. They planned to restructure, lay off more than 2 000 members of staff and re-launch a new company. There was widespread criticism regarding the closure with the European Broadcasting Union (EBU) providing support to allow the service to continue broadcasting on an interim basis. In July 2013, a New Greek Radio, Internet and Television Act was passed by the Greek Parliament to establish a new public service broadcaster. The new company will be called NERIT and is expected to be fully operational in April 2014. In October 2013, it was reported that a large number of journalists and technicians of the former ERT continue to occupy the central buildings of the former public service broadcaster television and continue their own broadcasts via the internet

In Greece, the private channels dominate the television market. MEGA remains the most important channel with a daily audience market share of 21.5% in 2012. ANT1 is the second most popular channel with a 16.8% audience share, followed by Alpha TV and Star, with shares of 12% and 10.8% respectively. The first public channel, NET, had a share of 8.1%, while the total share for the public service channels was 14.9%. In January 2012, the RTL sold its interests in the Alpha Media Group (Alpha TV and Alpha Sat) thus exiting the Greek television market.

Terrestrial broadcasting remains the most important distribution mode: at the end of 2012 more than 50% of homes were receiving DTT. In June 2012 Nova launched a Pay DTT service with various sports and cinema packages. The public service broadcaster had been operating two multiplexes: it launched a second multiplex (in the MPEG-4 format) in January 2011. ERT's Multiplexes carried the incumbent channels (ET1, ET3 and NET) and also several digital channels launched in 2006 (PRISMA+ and CINE/SPORT+). The public service broadcaster has been going through a period of crisis and reform, with changes in governance introduced in 2010. Due to financial and budgetary cuts, the ERT closed the digital channels in March 2012. The slots on the Multiplexes were filled with the international news channels: BBC World, Deutsche Welle, Euronews and TV5Monde. At the time of writing (November 2013), it is unclear what is the status of the multiplexes. It can be assumed that the new public service broadcaster will take over these multi-

L'année 2013 a été très difficile pour le paysage médiatique grec. Le 11 juin 2013 a vu la fermeture soudaine des services de télévision du radiodiffuseur de service public grec ERT. Les trois chaînes de télévision, plusieurs stations de radio et le service internet ont été fermés par le gouvernement par décret ministériel. Il était prévu de procéder à une restructuration, de licencier plus de 2 000 employés et de relancer une nouvelle société. De nombreuses critiques ont été émises au sujet de cette fermeture au sein de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) et un soutien a été apporté pour permettre au service de continuer à diffuser sur une base provisoire. En juillet 2013, une nouvelle loi sur la radio, internet et la télévision a été adoptée par le Parlement grec afin de créer un nouveau radiodiffuseur de service public. La nouvelle société, dénommée NERIT, devrait être pleinement opérationnelle en avril 2014. En octobre 2013, il a été signalé qu'un grand nombre de journalistes et de techniciens de l'ERT continuaient à occuper des bâtiments de l'ancien radiodiffuseur de service public et poursuivaient leurs propres diffusions sur internet.

En Grèce, les chaînes privées dominent le marché télévisuel. En 2012, MEGA reste la chaîne la plus populaire (part de marché quotidienne de 21,5 %). Elle est suivie par ANT1, avec une part d'audience de 16,8 %, puis par Alpha TV et Star (12 % et 10,8 % respectivement). La première chaîne publique, NET, a une part de 8,1 %, la part totale des chaînes de service public étant de 14,9 %. En janvier 2012, RTL a vendu sa participation dans le groupe Alpha Media (Alpha TV et Alpha Sat), quittant ainsi le marché télévisuel grec.

La radiodiffusion terrestre est toujours le principal mode de distribution : fin 2012, plus de 50 % des foyers reçoivent la TNT. En juin 2012, Nova a lancé un service de TNT payante avec divers bouquets sport et cinéma. Le radiodiffuseur de service public (ERT) exploitait deux multiplex : il a lancé le second (au format MPEG-4) en janvier 2011. Les multiplex ERT transportaient les chaînes historiques (ET1, ET3 et NET) ainsi que plusieurs chaînes numériques lancées en 2006 (Prisma+ et Cine/Sport+). ERT a connu une période de crise et de réforme, des changements en matière de gouvernance ayant été introduits en 2010. En raison des compressions budgétaires et financières, ERT a fermé les chaînes numériques en mars 2012. Les espaces libres sur les multiplex ont été affectés à des chaînes d'information internationales : BBC World, Deutsche Welle, Euronews et TV5Monde. Au moment de la rédaction du présent article (novembre 2013), le statut des multiplex n'est pas clairement établi. Il peut être supposé que

Das Jahr 2013 war ein überaus dramatisches Jahr für die griechische Medienlandschaft. Am 11. Juni wurde die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ERT überraschend geschlossen. Die drei staatlichen Fernsehsender, mehrere Radiostationen und der Internetdienst wurden von der Regierung per Dekret abgeschaltet. Geplant waren Umstrukturierungen, die Entlassung von mehr als 2000 Mitarbeitern und die Gründung einer neuen Rundfunkanstalt. Die Schließung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stieß auf heftige Kritik der Europäischen Rundfunkunion (European Broadcasting Union - EBU), die eine Fortsetzung des Rundfunkbetriebs auf einer Interimsgrundlage forderte. Im Juli 2013 wurde vom griechischen Parlament ein neues Radio-, Internet- und Fernsehgesetz verabschiedet, das die Voraussetzungen für die Gründung einer neuen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt schaffen sollte. Die neue Anstalt wird den Namen NERIT tragen und soll im April 2014 voll betriebsbereit sein. Im Oktober 2013 berichteten die Medien darüber, dass Hunderte von Journalisten und Technikern der ehemaligen ERT die Hauptgebäude des ehemaligen öffentlich-rechtlichen Rundfunks besetzt halten und den Sendebetrieb über das Internet fortsetzen.

Der Fernsehmarkt in Griechenland wird von privaten Sendern dominiert. Der beliebteste Sender ist nach wie vor MEGA mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 21,5 % im Jahr 2012, gefolgt von ANT1 mit 16,8 % Marktanteilen. Auf den weiteren Plätzen folgen Alpha TV und Star mit jeweils 12 % und 10,8 %. Der Informationskanal des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, NET, hatte einen Marktanteil von 8,1%, der Zuschauermarktanteil für alle öffentlich-rechtlichen Sender zusammen lag bei 14,9 %. Im Januar 2012 verkaufte RTL seine Anteile an der Alpha Media Group (Alpha TV und Alpha Sat) und zog sich aus dem griechischen Fernsehmarkt zurück.

Terrestrisches Fernsehen ist nach wie vor der Hauptempfangsweg in Griechenland: Ende 2012 konnten bereits mehr als 50% der Haushalte DVB-T empfangen. Im Juni 2012 startete Nova einen Pay-DVB-T-Dienst mit mehreren Sport- und Filmpaketen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk betreibt zwei Multiplexe: Der zweite (im MPEG-4-Format) ging im Januar 2011 in Betrieb. Über die Multiplexe von ERT werden die Sender des öffentlich-rechtlichen Fernsehens übertragen (ET1, ET3 und NET), ebenso mehrere digitale Sender, die 2006 gestartet wurden (PRISMA+ und CINE/SPORT+). Das öffentlich-rechtliche Fernsehen befindet sich in einer Krise. Seit 2010 wurden eine Reihe von Reformen in die Wege geleitet und die interne Steuerung geändert. Im Zuge von Sparmaßnahmen und Haushaltskürzungen schloss ERT im März 2012

plexes but as yet it is difficult to describe the offer on DTT.

In addition, the DIGEA consortium includes the main private broadcasters (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel and Skai TV) and operates two multiplexes broadcasting the seven national private channels making up the consortium as well as some regional or local channels. New legislation was passed in 2012 that amended the previous legal framework for digital broadcasting and digital communications. In particular it addressed the licensing of DTT, and the framework and strategy for implementation of DTT. The separation of content providers and technical multiplex operators was officially established. Content providers will be licensed by the National Council of Radio and Television. Digital frequencies used by multiplex operators will be allocated through auctions conducted by the telecommunications regulatory authority (Hellenic Communications and Post Commission). The planned switch-off for June 2013 has been delayed.

The pay-TV market is largely dominated by the Nova satellite package of Multichoice Hellas (Forthnet SA). The Nova satellite package had 330 000 subscribers in the second quarter of 2012. A new player entered the satellite pay-TV market in 2011 with the launch of the OTE TV package by the incumbent telecommunications operator Hellenic Telecommunications (OTE). This company, which has a 54% stake in the Romanian incumbent operator Romtelecom, turned down the Romanian government's proposal in spring 2011 for it to acquire the remaining 46%. OTE has itself been partly privatised with Deutsche Telekom now holding 40% of the capital. OTE also sold its shares in the Serbian telecommunications operator Telekom Srbija in early 2012.

ADSL television (IPTV) services have also been developing since 2007. There are three main platforms: Hellas online with Hol TV; OTE with OTE TV via Conn-x and On Telecoms with On TV. OTE claimed to have 100 000 satellite and 80 000 IPTV subscribers in 2013.

le nouveau radiodiffuseur de service public prendra en charge ces multiplex, mais il est encore difficile de décrire l'offre sur la TNT.

En complément, le consortium DIGEA inclut les principaux radiodiffuseurs privés du pays (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel et Skai TV) et opère deux multiplex qui diffusent les sept chaînes privées nationales formant le consortium ainsi que quelques chaînes régionales ou locales. Une nouvelle législation adoptée en 2012 a modifié le précédent cadre juridique applicable à la radiodiffusion numérique et aux communications numériques. Elle traite notamment de l'octroi des licences TNT, ainsi que du cadre et de la stratégie de mise en œuvre de la TNT. La séparation des fournisseurs de contenu et des opérateurs de multiplex techniques a été officiellement mise en place. Les fournisseurs de contenu seront autorisés par le Conseil national de la radio et de la télévision. Les fréquences numériques des opérateurs de multiplex seront allouées par des enchères conduites par l'autorité de régulation des télécommunications (Commission hellénique de la poste et des communications). L'extinction prévue pour juin 2013 a été retardée.

L'offre de télévision payante est largement dominée par le bouquet satellite Nova de Multichoice Hellas (Forthnet SA). Le bouquet par satellite Nova compte 330 000 abonnés au deuxième trimestre 2012. Un nouvel acteur est entré sur le marché de la télévision payante par satellite en 2011 avec le lancement du bouquet OTE TV par l'opérateur historique de télécommunications Hellenic Telecommunications (OTE). La firme, qui détient 54 % de l'opérateur historique roumain Romtelecom, a décliné au printemps 2011 la proposition du gouvernement roumain d'acquiescer les 46 % restants. OTE a elle-même été partiellement privatisée, Deutsche Telekom, détenant à présent 40 % de son capital. OTE a également vendu sa participation dans l'opérateur serbe de télécommunications Telekom Srbija début 2012.

Depuis 2007 se développent aussi des offres de télévision par ADSL (IPTV). Il y a trois plates-formes : Hellas online avec Hol TV, OTE avec OTE TV via Conn-x et On Telecoms. OTE revendique 100 000 abonnés au satellite et 80 000 abonnés à l'IPTV en 2013.

seine digitalen Sender. Über die frei werdenden Frequenzbänder werden nun die internationalen Nachrichtenkanäle BBC World, Deutsche Welle, Euronews und TV5Monde übertragen. Zum Zeitpunkt der Abfassung dieses Textes (November 2013) war nicht klar, was mit den Multiplexen des bisherigen staatlichen Rundfunks geschehen wird. Möglicherweise wird der neue öffentlich-rechtliche Rundfunksender diese Multiplexe übernehmen, aber im Augenblick sind präzise Angaben über das DVB-T-Angebot schwierig.

Zudem betreibt das Konsortium DIGEA, das von den führenden privaten Rundfunkunternehmen des Landes (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel und Skai TV) gebildet ist, zwei Multiplexe und verbreitet die sieben landesweiten Privatsender des Konsortiums sowie einige Regional- oder Lokalsender. 2012 wurden neue Gesetze erlassen, die für Änderungen des Rechtsrahmens für den digitalen Rundfunk und die digitale Kommunikation gesorgt haben. Sie beziehen sich vor allem auf die Lizenzvergabe für DVB-T und den Rahmen sowie die Strategie für die Umsetzung von DVB-T. Die Trennung zwischen Content-Providern und Multiplex-Betreibern wurde offiziell festgelegt. Die Lizenzen für Content-Provider werden vom Nationalen Rundfunkrat vergeben. Die Vergabe der Multiplexe wird von der Telekom-Regulierungsbehörde ausgeschrieben (Hellenic Communications and Post Commission). Die Analogabschaltung war ursprünglich für Juni 2013 geplant, musste jedoch verschoben werden.

Das Angebot beim Bezahlfernsehen wird weitgehend vom Satellitenbouquet Nova von Multichoice Hellas (Forthnet SA). Das Satellitenpaket von Nova hatten im zweiten Quartal 2012 330 000 Kunden abonniert. 2011 hat ein neuer Player den Pay-TV-Markt für Satellit betreten, seitdem das Bouquet OTE TV des etablierten Telekommunikationsbetreibers Hellenic Telecommunications (OTE) an den Start ging. Das Unternehmen, das 54 % Anteile des etablierten rumänischen Betreibers Romtelecom hält, schlug im Frühjahr 2011 das Angebot der rumänischen Regierung aus, die verbleibenden 46 % zu erwerben. OTE wurde selbst teilprivatisiert, da Deutsche Telekom nun 40 % am Kapital hält. OTE hat Anfang 2012 auch seine Anteile an der serbischen Telekom Srbija verkauft.

Seit 2007 gibt es auch zunehmend Anbieter für DSL-Fernsehen (IPTV). Das Land zählt drei Hauptplattformen: Hellas online mit Hol TV, OTE mit OTE TV via Conn-x. und On Telecoms. Nach eigenen Angaben hatte OTE 2013 rund 100 000 Satelliten- und 80 000 IPTV-Abonnenten.

GR1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	11 291	
Households	4 386	↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			4 265
Cable TV subscriptions	~	~	~
Digital cable TV households	~	~	~
Digital DTH/SMATV households	17.3%		758
Pay DTH/SMATV subscriptions	10.6%	464	
IPTV households	1.5%		68
Pay IPTV subscriptions	1.6%	69	
DTT households	54.6%		2 393
Pay DTT subscriptions	0.2%	8	
Total digital TV households	73.4%		3 218
Total pay TV subscriptions	12.3%	541	
Households with DVD player	48.3%		2 118
Households with Blu-ray disc player	12.3%		780
Households with PC	53.3%		2 338
Households with broadband connections	46.4%		2 035
Households with Smart TV	5.4%		238
Connectable TV households	0.0%		

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

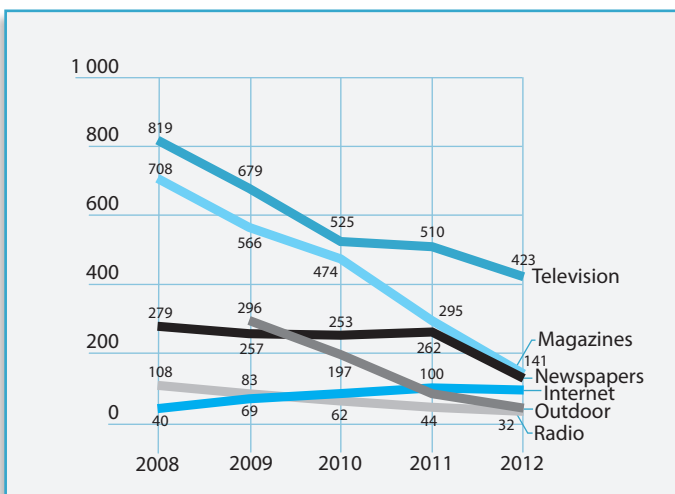
		Total in thousands
Active smartphones	38.6%	4356.0
Active tablets	2.4%	275.6
Advanced game consoles	~	~

↳ IHS Screen Digest

GR2

Advertising
2008-2012

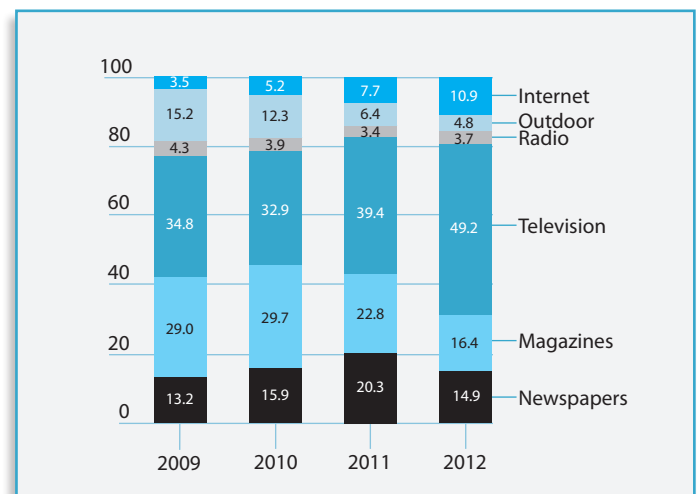
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2009-2012 In %.

↳ Warc

GR3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Hellenic Telecommunications Organization S.A. (cons.) ¹	3Play	Conn-xTV	5 519.8	5 048.7	4 694.0	-7.0%
Vodafone - Panafon Hellenic Telecommunication company ¹	3GTV	Live!	1 087.8	1 013.0	912.8	-9.9%
Antenna Group A.E. (cons.)	adtv	ANT1	~	572.8	~	~
Greek Radio Television (ERT) S.A. ²	sptv	ET1, NET, ET3	336.8	318.8	~	~
ON Telecoms ¹	3Play	ONTV	239.9	268.7	271.9	1.2%
Hellas Online S.A. ¹	3Play	HolTV	212.4	232.7	240.7	3.4%
Forthnet S.A.	thtv	Filmnet Hellas	219.8	235.8	234.6	-0.5%
Multichoice Hellas S.A.	Sat-TV	Nova	196.2	183.4	161.6	-11.9%
Teletypos S.A.	adtv	Mega	112.1	89.1	84.5	-5.2%
New Television S.A.	adtv	Star Channel	53.5	53.0	45.1	-14.9%
Alpha Satellite Television S.A.	adtv	AlphaTV	70.4	57.6	44.8	-22.2%

¹ Includes telecommunication activities.² The ERT was dissolved by the government in June 2013.

→ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	0	0	-
Satellite packagers	2	2	Multichoice Hellas (Nova). Hellenic Telecommunication Organisation (OTE TV)
IPTV packagers	3	3	Hellas on Line (hol), Hellenic Telecommunication Organisation, ON Telecoms
DTT multiplex operators and packagers	3	3	Digea, ERT, and Nova TV pay DTT service
Mobile TV packagers	1	1	Vodafone
SmartTV stores providing AV applications		2	Panasonic, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

→ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	Teletypos	Private	2	>20%	>21.5%
2	Antenna Group	Private	1	17%	16.8%
3	Greek Radio Television (ERT) S.A.	Public	3	13.3%	14.9%
4	RTL Group (Alpha TV)	Private	1	13.1%	12.0%
5	New Television S.A.	Private	1	10.4%	10.8%

→ European Audiovisual Observatory

GR4

Financing of the public audiovisual media sector 2007-2011

Income	EUR million					In %					2011/10
	¹ 2007	2008	2009	2010	2011	¹ 2007	2008	2009	2010	2011	
Total public income	440.0	299.0	295.0	352.4	306.2	93.3	81.7	81.2	91.3	93.1	-13.1%
- Tax on electricity bill	440.0	299.0	290.0	301.1	299.0	93.3	81.7	79.8	78.0	90.9	-0.7%
- Grants			5.0	17.6	7.2	0.0	0.0	1.4	4.6	2.2	-59.0%
- Others				15.6		0.0	0.0	0.0	4.0	0.0	-
Commercial revenues	~	~	50.0	28.9	13.3	~	~	13.8	7.5	4.0	-54.0%
- Advertising				18.5	8.9	~	~	0.0	4.8	2.7	-51.9%
- Sponsoring	~	~	47.0	10.4	4.0	~	~	12.9	2.7	1.2	-61.5%
- Sales of programmes	~	~	3.0		0.4	~	~	0.8	0.0	0.1	-
Other incomes	31.5	67.0	18.3	4.7	9.3	6.7	18.3	5.0	1.2	2.8	97.9%
Total income	471.5	366.0	363.3	386.0	328.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-14.8%

¹ 2007 over 18 months.

→ ERT

GR5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission **October 2013**

	Public	Private	Total
Terrestrial (national) ①	1	7	1
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		46	0
Regional/Local		134	0
Regional/Local windows			
Channels targeting foreign markets		6	0
Total	1	193	194
Foreign channels targeting the country	2	23	25

① Due to the closure of ERT in June 2013, there is an official transitional TV channel broadcasting but also unofficial broadcasts from former employees.

➔ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country **December 2013**

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open Platforms	14	~
Catch-up TV services	16	19
VoD Generalist/ Film / Fiction	1	10
VoD Music / Music events		3
VoD Film	5	12
VoD Documentary	1	1
VoD Children/ Animation		2
Film/TV Archives and Trailers	1	4
Sport		
Other	1	~
Total (consolidated)	39	~

➔ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform **October 2013** Including foreign channels.

	Digital Terrestrial	Multichoice	IPTV	
	①	Hellas Nova	On Telecoms On TV	Hellenic OTETV
TV Channels				
Generalist - national	5	5	5	5
Generalist - foreign		1	3	
Adult/ dating		4	2	2
Children	1	4	4	5
Culture/ education/ documentary		7	1	4
Entertainment/ TV fiction/ games	2	4	4	4
Film		4		5
HD simulcast of an existing channel		9		11
International linguistic and cultural		3	3	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		4	2	5
Music	2	9	3	7
News/ business	1	11	8	8
Parliament/ government/ administration		1		
Regional/ local	7	1	6	1
Religion				
Sports	1	11	6	8
Various (includes time-shifted)				
Windows				
Total (of which HD)	19 ②	78 (10)	47	65 (13)
On-demand audiovisual services				
VoD			1	2
Catch-up				
Other services				
Total			1	2

① Since June 2013 includes only the channels on the Digea Multiplex following the closure of ERT.

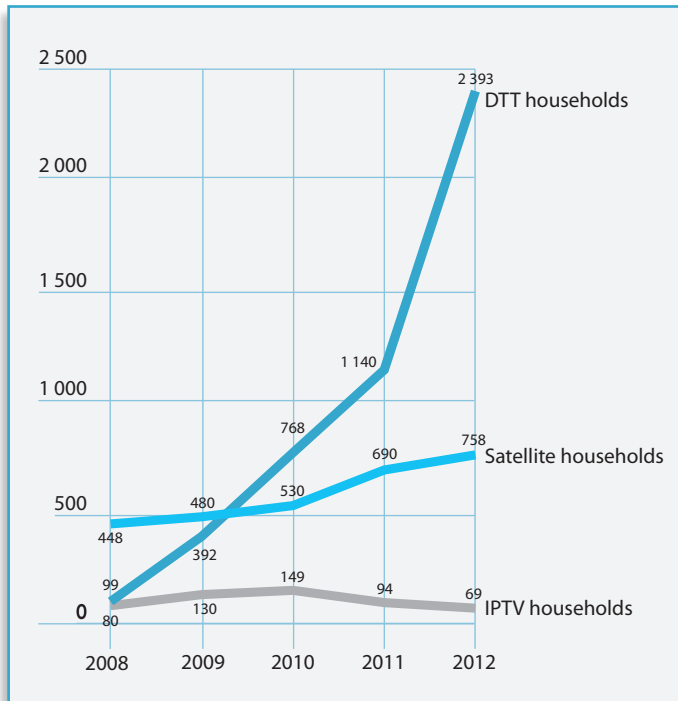
② In addition 96 local stations were granted DTT licences to be broadcast in their respective areas.

➔ European Audiovisual Observatory

GR6

Market trends
2008-2012

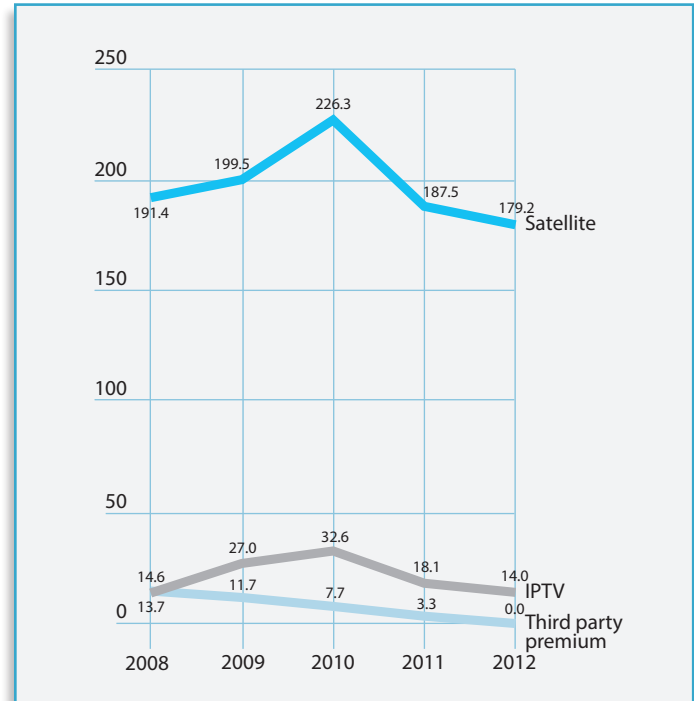
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

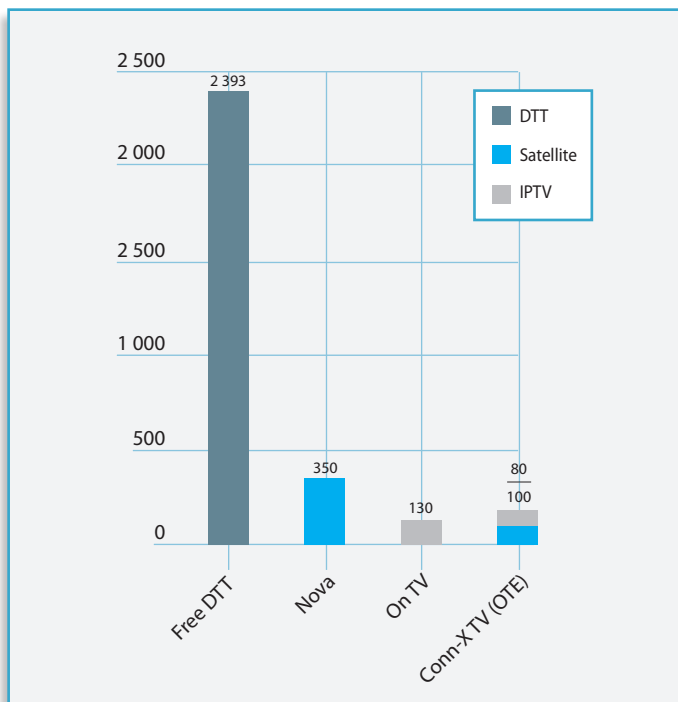
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

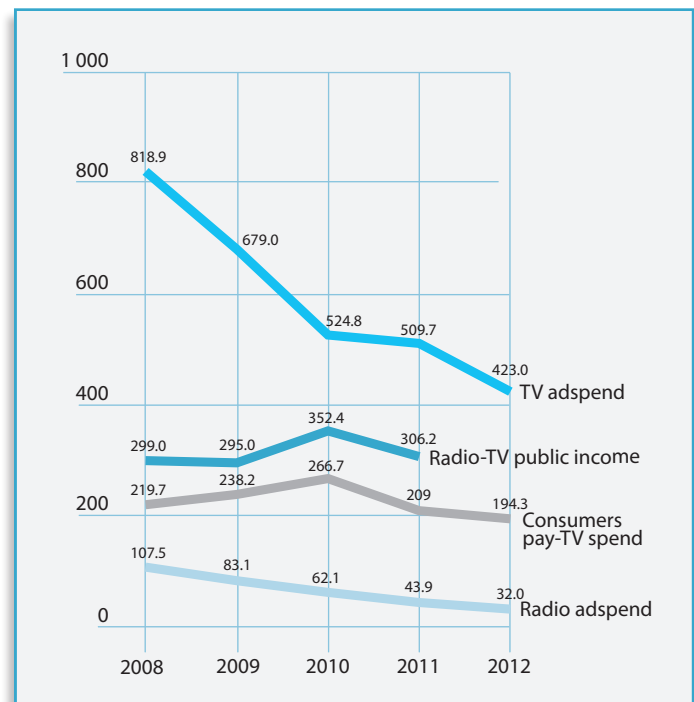
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC and IOM

GR7

TV audience market share in Greece

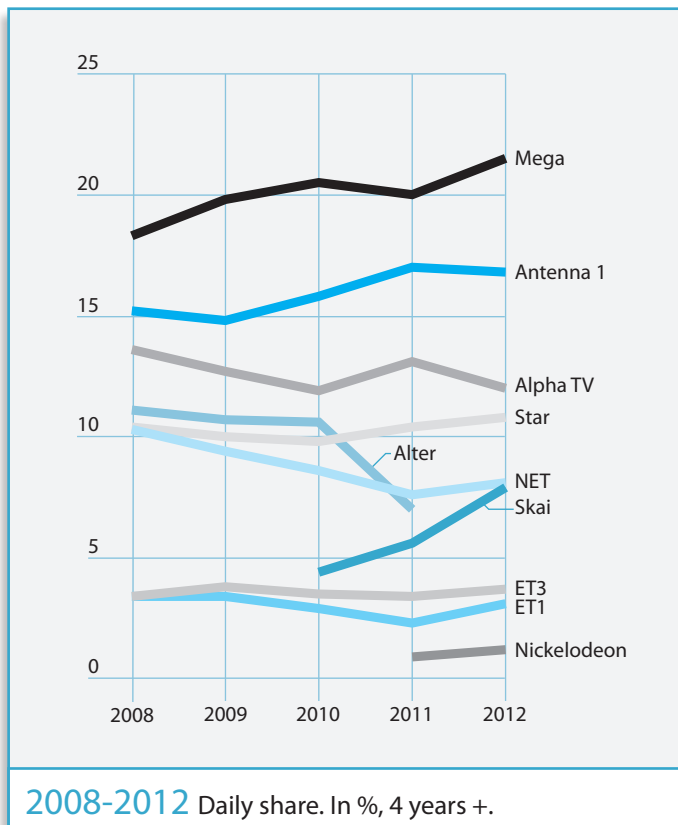
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00) ①				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
ET1	3.4	3.4	2.9	2.3	3.1	3.6	3.3	2.6	2.0	3.0
NET	10.3	9.4	8.6	7.6	8.1	11.1	9.5	8.3	7.0	5.8
ET3	3.4	3.8	3.5	3.4	3.7	3.4	3.7	3.4	3.1	3.8
Public Greek channels	17.1	16.6	15.0	13.3	14.9	18.1	16.5	14.3	12.1	12.6
Mega	18.3	19.8	20.5	20.0	21.5	20.0	21.0	21.6	22.4	26.4
Antenna 1	15.2	14.8	15.8	17.0	16.8	13.7	14.3	17.1	17.3	17.1
Alpha TV	13.6	12.7	11.9	13.1	12.0	15.5	14.5	14.9	14.9	13.2
Star	10.4	10.0	9.8	10.4	10.8	9.7	10.0	9.3	10.1	10.0
Skai			4.4	5.6	7.9			4.4	5.2	5.9
Makedonia TV	0.5	0.4	0.7	0.5	0.6	0.6	0.5	1.3	0.6	0.7
Mad TV (Greece)	~	0.2	0.2	0.2	0.2	~	0.1	0.1	0.1	0.1
Novacinema1	~	0.1	~	~	0.1	~	0.1	~	~	0.1
Novasports1	~	0.1	~	~	0.1	~	0.1	~	~	0.2
Extra Channel 3	~	0.4	0.4	0.3	0.0	~	0.8	0.8	0.7	0.0
Channel 9 (Athens)	~	0.2	0.1	~	0.0	~	0.1	0.1	~	0.0
Alter ②	11.1	10.7	10.6	7.0	-	8.0	7.5	6.5	4.2	-
Main private Greek channels	69.1	69.4	74.4	74.1	70.0	67.5	69.0	76.1	75.5	73.7
Nickelodeon	~	~	~	0.9	1.2	~	~	~	0.5	0.8
MTV	~	~	~	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Others / Video	13.8	14.0	10.6	11.6	10.6	14.4	14.5	9.6	11.8	9.8

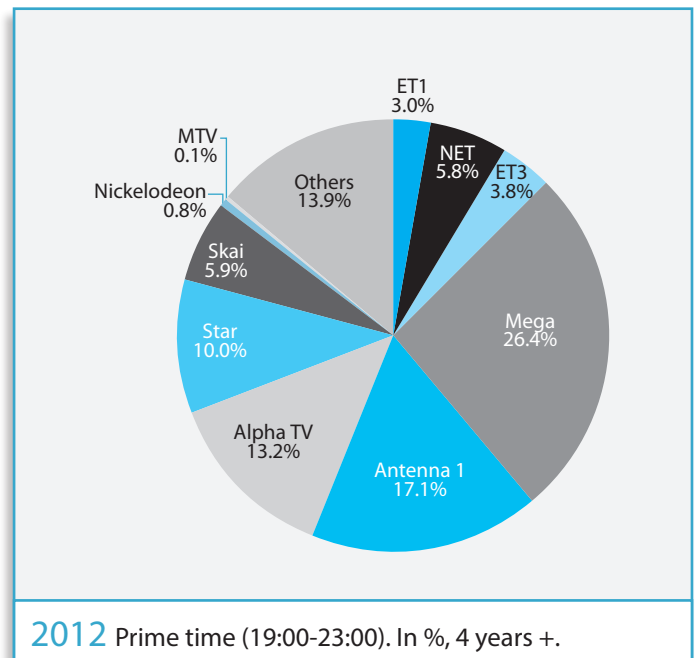
① Following a change in the definition of prime time by the local measurement institute, the market share of prime time is calculated on the basis of the time period 19:00 to 23:00 for 2012 and 21:00 to 24:00 for the previous years.

② Alter ceased broadcasting in December 2011.

➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

GR8

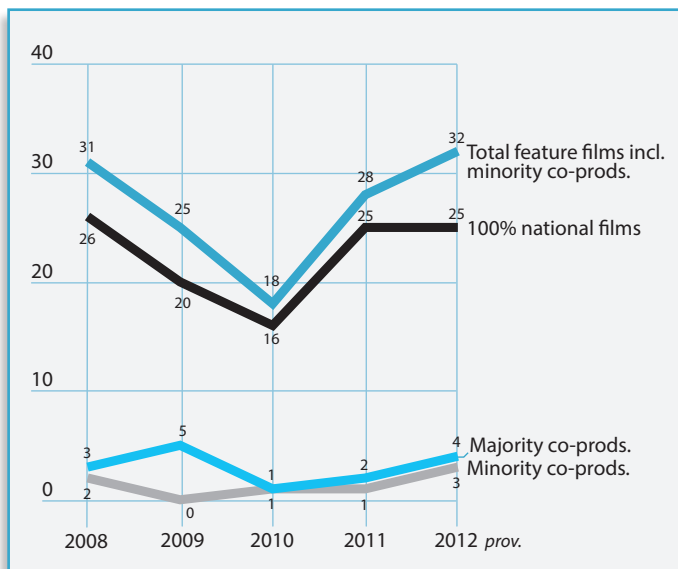
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	22 298	22 610	23 271	23 232	23 838	OBS
Screens	505	500	486	493	470	MS/GFC(11)
Cinema sites	270	265	260	297	233	MS/GFC(11)
Digital screens	8	31	59	75	81	MS
Digital cinema sites	8	22	39	48	52	MS
Digital screen penetration	2%	6%	12%	15%	17%	MS
Digital site penetration	3%	8%	15%	16%	22%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after Media Salles (07-10) / GFC (Greek Film Centre)

Number of theatrical feature films produced

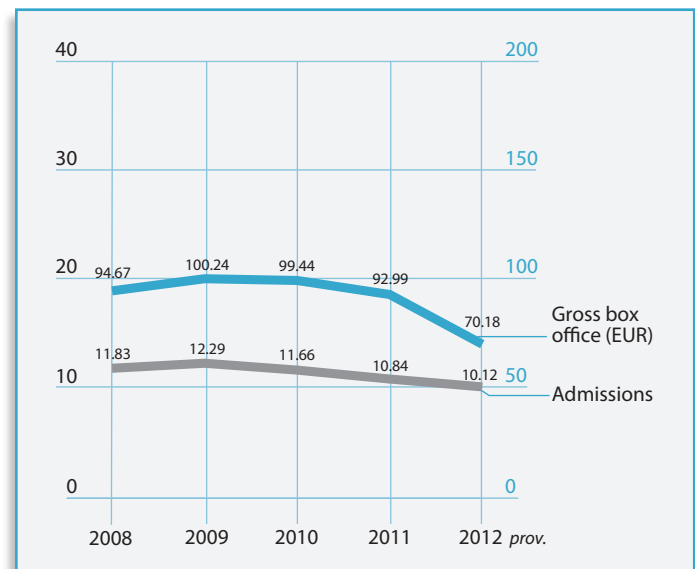


2008-2012 In units.

① Year of production. Includes feature documentaries.

➔ GFC

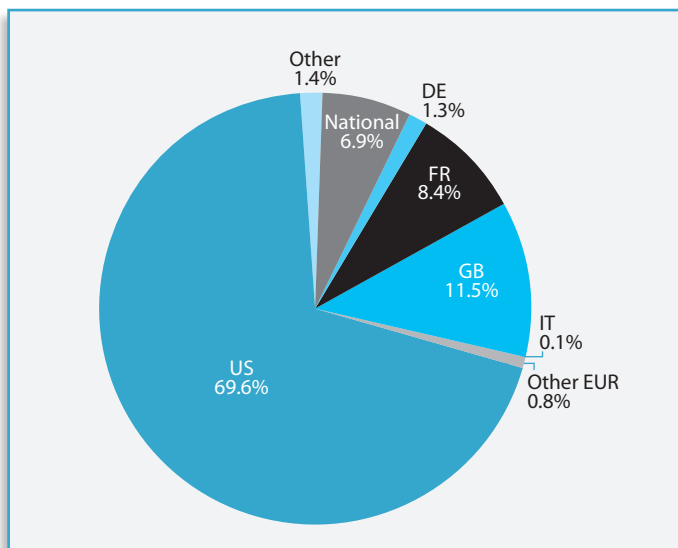
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ MS

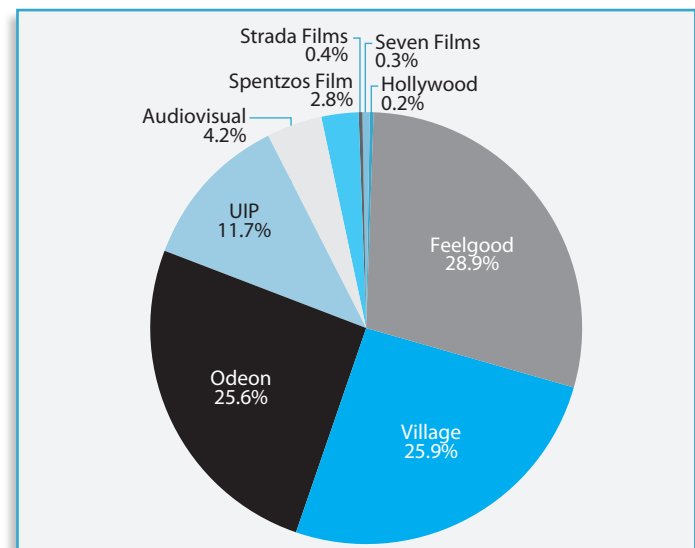
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ OBS/ LUMIERE database

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ OBS/ LUMIERE database

GR9

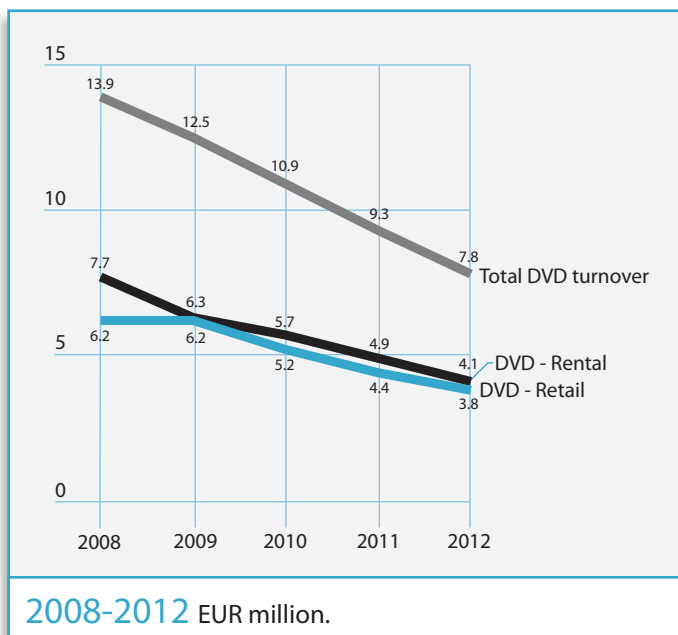
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	1.95	2.03	2.09	2.12	2.12
DVD player penetration of TV households	51.50%	53.02%	54.00%	53.96%	53.43%
Blu-ray disc player households	0.00	0.03	0.24	0.48	0.78
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.06%	0.72%	6.11%	12.12%	19.68%

IHS Screen Digest

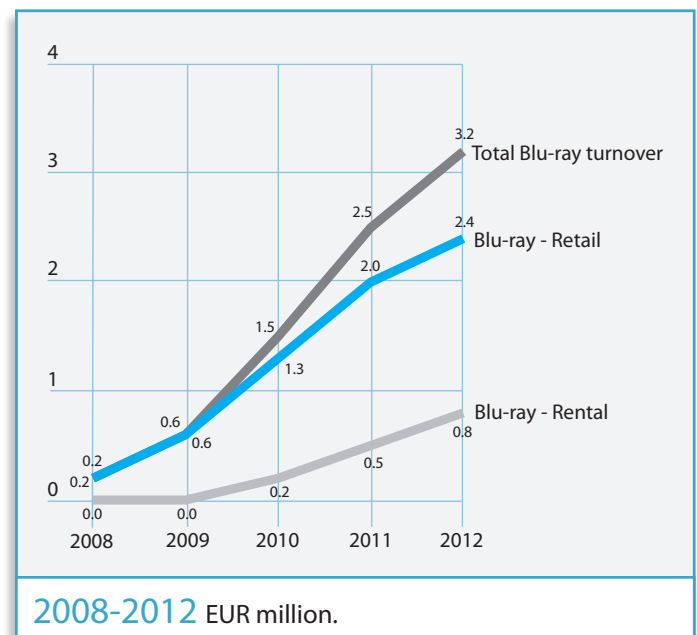
DVD turnover



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

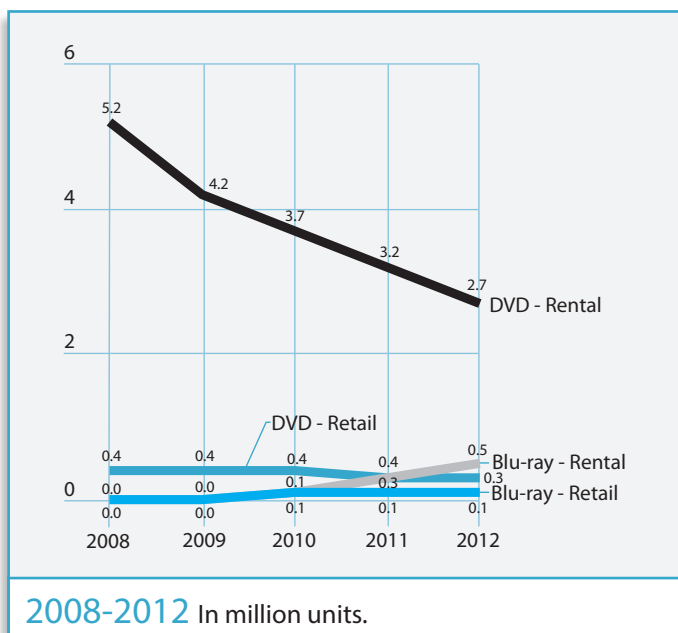
Blu-ray disc turnover



Includes sales tax in all markets.

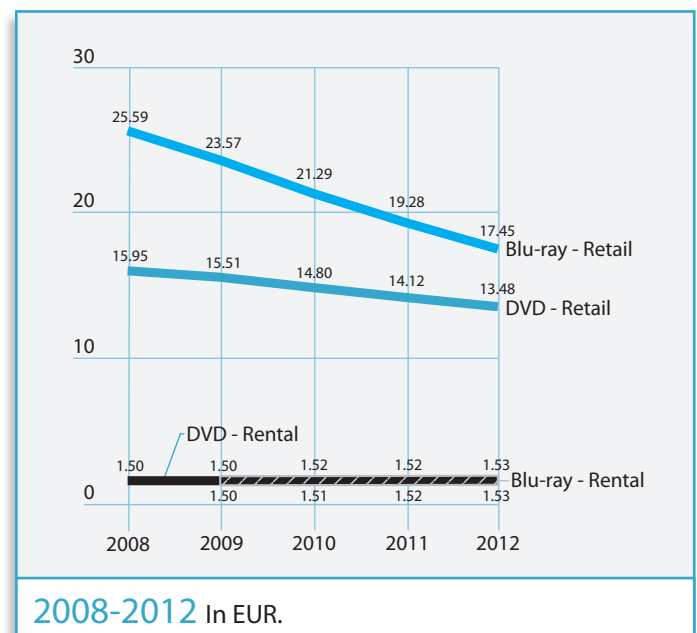
IHS Screen Digest

DVD and Blu-ray disc transactions



IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



OBS after IHS Screen Digest

The Croatian television market is quite evenly balanced between the channels of the public service broadcaster, and the two main commercial broadcasters. In 2012, the two main channels of the public broadcaster HRT had a combined share of 29% (a drop from 38.2% at the end of 2010). Two new channels were launched by the public service broadcaster at the end of 2012: HRT3 has a cultural focus, while HRT4 is a news channel. Nova TV (Central European Media Enterprises) had the highest share with 24.6% and its sister channel Doma TV had 4.9%. The channels of the RTL group (RTL Televizija and RTL2) had a combined share of 20.6% in 2012.

By far the most important means of distribution of television services is digital terrestrial television, which according to data from HAKOM (the communications regulator) was being used in 58.3% of TV homes at the end of 2012. This development has also been aided by a government subsidy scheme for DVB-T receivers, with help available to all households and not just lower income households.

Analogous terrestrial switch-off was completed by the beginning of 2011. Two DTT Multiplexes were licensed in April 2009 to the transmission company OiV and the same company also won the license for the Multiplex D in July 2010, which carries a mix of eleven national, and 20 regional and local channels. In 2012, the company HP Produkcija, (which is a joint venture between OiV and HP, the Croatian Post service) were granted licenses for two DVBT-2 multiplexes. They launched a pay-DTT service in January 2013 which provides 45 channels including 4 HD channels. By March 2013 the company claimed to have 10 000 subscribers. The regulator (Agency for Electronic Media) launched further tenders for national channels on DTT, including one to replace the business channel Kapital Network that closed down at the end of 2012. The RTL group secured a 15 year license for a new children's channel launched in November 2013.

The HAKOM data shows that at the end of 2012 almost 10% of homes had cable television. There are more than 20 cable operators and the market has undergone some consolidation in recent years. The main cable operator is B.NET (with 143 000 subscribers at the end of 2012), and the company was taken over in June 2011 by Telekom Austria. Other significant players are Magic Telekom, and Optika Kabel TV (see below). According to the regulator, 24.5% of homes use satellite services, although much less actually subscribe to pay satellite services. The main satellite package is the Digi TV package, which was formerly operated by the Romanian company RCS & RDS SA.

Le marché télévisuel croate est assez équilibré entre les chaînes de service public et les deux principales chaînes commerciales. En 2012, les deux principales chaînes du radiodiffuseur public HRT ont une part de marché cumulée de 29 % (contre 38,2 % fin 2010). Le radiodiffuseur de service public a lancé deux nouvelles chaînes fin 2012 : HRT3 a une vocation culturelle, tandis que HRT4 est une chaîne d'information. Nova TV (Central European Media Enterprises) a la part la plus élevée (24,6 %), sa chaîne sœur Doma TV ayant 4,9 %. La part de marché cumulée des chaînes du groupe RTL (RTL Televizija et RTL2) atteint 20,6 % en 2012. La télévision numérique terrestre est, de loin, le principal moyen de distribution des services de télévision : selon les données de la HAKOM (le régulateur des communications), 58,3 % des foyers TV l'utilisaient fin 2012. Ce développement a été soutenu par une aide gouvernementale pour les récepteurs TNT, accessible à l'ensemble des ménages, indépendamment de leurs revenus.

L'abandon de l'analogique terrestre s'est achevé début 2011. En avril 2009, une licence a été attribuée pour deux multiplex TNT à la société de transmission OiV, laquelle a également remporté en juillet 2010 la licence du multiplex D, qui transporte 11 chaînes nationales et 20 chaînes régionales et locales. En 2012, la société HP Produkcija (coentreprise entre OiV et HP, la Poste croate) a obtenu des licences pour deux multiplex DVBT-2. En janvier 2013, elle a lancé un service de TNT payante qui propose 45 chaînes, dont 4 chaînes HD. En mars 2013, la société déclarait compter 10 000 abonnés. Le régulateur (Agence pour les médias électroniques) a lancé de nouveaux appels d'offres pour les chaînes nationales sur la TNT, dont une pour remplacer la chaîne économique Kapital Network qui a fermé fin 2012. Le groupe RTL a obtenu une licence de 15 ans pour une nouvelle chaîne pour enfants dont le lancement est intervenu en novembre 2013.

Les données de la HAKOM indiquent que fin 2012, près de 10 % des foyers reçoivent la télévision par câble. Le pays compte plus de 20 câblo-opérateurs, le marché ayant connu une certaine consolidation ces dernières années. Le principal câbloopérateur est B.NET (avec 143 000 abonnés fin 2012), et la société a été reprise en juin 2011 par Telekom Austria. D'autres acteurs importants sont Magic Telekom et Optika Kabel TV (voir ci-dessous). Selon le régulateur, 24,5 % des foyers utilisent les services par satellite, mais beaucoup moins sont abonnés à des services par satellite payants. Le principal bouquet satellite est Digi TV, précédemment géré par la société roumaine RCS &

Der kroatische Fernsehmarkt zeichnet sich durch ein ungefähres Gleichgewicht zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und den zwei größten Privatsendern aus. 2012 hatten die beiden wichtigsten Kanäle des öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders HRT zusammen einen Zuschauermarktanteil von 29 % (ein Rückgang von 38,2 % gegenüber Ende 2010). Ende 2012 startete der öffentlich-rechtliche Sender zwei neue Kanäle: HRT3 mit Schwerpunkt Kultur und den Nachrichtensender HRT4. Den höchsten Marktanteil hatte Nova TV (Central European Media Enterprises) mit 24,6 %, der Schwestersender Doma TV kam auf 4,9 %. Die Sender der RTL-Gruppe (RTL Televizija und RTL2) hatten 2012 zusammen einen Anteil von 20,6 %.

Digitales terrestrisches Fernsehen ist in Kroatien die mit Abstand häufigste Art des Fernsehempfangs. Daten der HAKOM (der Medienregulierungsbehörde) zufolge nutzten Ende 2012 58,3 % aller Fernsehhaushalte digitales Antennenfernsehen. Unterstützt wurde diese Entwicklung auch durch staatliche Subventionen für DVB-T-Receiver, die alle Haushalte (und nicht nur Geringverdiener) in Anspruch nehmen konnten.

Die Abschaltung des analogen Signals war Anfang 2011 abgeschlossen. Im April 2009 wurden zwei DVB-T-Multiplexe an den Netzbetreiber OiV vergeben. Die Gesellschaft erhielt im Juli 2010 auch die Betriebslizenz für Multiplex D, auf dem elf nationale sowie 20 regionale und lokale Sender übertragen werden. 2012 erhielt HP Produkcija (ein Joint Venture-Unternehmen von OiV und HP, der kroatischen Post) Lizenzen für zwei DVBT-2-Multiplexe. Sie starteten im Januar 2013 einen Pay-DTT-Service mit 45 Kanälen, darunter 4 HD-Sender. Im März 2013 hatte das Unternehmen nach eigenen Angaben bereits 10 000 Abonnenten. Die Regulierungsbehörde (Agentur für elektronische Medien) hat die Lizenzen für weitere nationale DVB-T-Sender ausgeschrieben, darunter auch einen, der den Wirtschaftssender Kapital Network ersetzen soll, der Ende 2012 den Betrieb eingestellt hat. Die RTL-Gruppe hat sich für 15 Jahre eine Lizenz für einen neuen Kinderkanal gesichert, der im November 2013 an den Start war.

Der Anteil der Haushalte mit TV-Kabelnetzanschluss lag laut HAKOM Ende 2012 bei rund 10 %. Es gibt über 20 Kabelnetzbetreiber, wobei es in den vergangenen Jahren auf dem Markt eine gewisse Konsolidierungswelle gegeben hat. Größter Kabelnetzbetreiber ist B.NET (mit 143 000 Abonnenten Ende 2012), der im Juni 2011 von Telekom Austria übernommen wurde. Andere wichtige Kabelfernsehanbieter sind Magic Telekom und Optika Kabel TV (siehe weiter unten).

They sold the Digi TV package to Vipnet in March 2012, who re-launched it as Vip Sat TV. Vipnet already control B.NET, and the other important satellite package in Croatia - Total TV (all part of the Telekom Austria group). Telekom Austria's increasing power in the Croatian pay TV market included the take-over (via Vipnet) of Optika Kabel in June 2013, and a planned take-over of two other small operators. The Telekom operator Hrvatski Telekom (T-HT), has also launched a satellite pay TV service, Max TV Sat (based on its IPTV offer, see below), and this has become the third satellite package available in the country.

IPTV services play an important role in the Croatian media landscape (almost 25% of homes at the end of 2012, according to data from HAKOM). There are 5 IPTV services operating in the Croatian market. The main operator is T-HT, a subsidiary of Deutsche Telekom, which has the service MaxTV, and also owns the IPTV service provided by its subsidiary Iskon Internet. The company claimed to have 374 924 subscribers in June 2013 (combining both IPTV and satellite services). The other IPTV services are from Metronet, Optima and H1 Telekom. An attempted merger between T-HT and Optimet was blocked by the competition authorities in July 2013 due to concerns regarding the market share of the future merged company.

Amendments to the Croatian Radio and Television Act came into force in July 2012. Its main aim was to finalise the changes to the structure and governance of the public service broadcasting and addressed issues such as finance, supervision and the provision of new services.

RDS SA. En mars 2012, cette dernière a vendu le bouquet Digi TV à Vipnet qui l'a rebaptisé Vip Sat TV. VipNet contrôle déjà B.NET, et l'autre bouquet satellite important de Croatie, Total TV (faisant tous les deux partie du groupe Telekom Austria). La puissance croissante de Telekom Austria sur le marché de la télévision payante croate s'appuie également sur la reprise (via Vipnet) d'Optika Kabel en juin 2013, et sur la reprise prévue de deux autres petits opérateurs. L'opérateur de télécommunications Hrvatski Telekom (THT) a également lancé un service payant de télévision par satellite, Max TV Sat (basé sur son offre IPTV, voir ci-dessous). Il s'agit du troisième bouquet satellite disponible dans le pays.

Les services IPTV jouent un rôle important dans le paysage médiatique croate (près de 25 % des foyers fin 2012, selon les données de la HAKOM). Le marché croate compte 5 services IPTV. Le principal opérateur est THT, filiale de Deutsche Telekom, qui possède le service MaxTV ainsi que le service IPTV proposé par sa filiale Iskon Internet. La société déclarait compter 374 924 abonnés IPTV en juin 2013 (aux deux services). Les autres services IPTV sont proposés par Metronet, Optima et H1 Telekom. Une tentative de fusion entre T-HT et Optimet a été bloquée par les autorités de la concurrence en juillet 2013 en raison de préoccupations quant à la part de marché de la future société fusionnée.

La modification de la loi sur la radio et la télévision croates est entrée en vigueur en juillet 2012, avec pour principal objectif la finalisation des modifications apportées à la structure et la gouvernance de la radio-diffusion de service public. Elle examine également des points traitant du financement, de la supervision et de la fourniture des nouveaux services.

Angaben der Regulierungsbehörde zufolge nutzten 24,5% der Haushalte Satellitenfernsehen, die Zahl der Fernsehhaushalte, die kostenpflichtige Satellitendienste abonniert hatten, war allerdings sehr viel niedriger. Größtes Satellitenpaket ist Digi TV, das früher von dem rumänischen Medienkonzern RCS & RDS SA angeboten wurde. Im März 2012 wurde das Digi TV-Paket an Vipnet verkauft und als Vip Sat TV neu auf den Markt gebracht. Vipnet kontrolliert bereits B.NET und das andere bedeutende Satellitenpaket in Kroatien - Total TV (sie gehören alle zur Telekom Austria-Gruppe). Telekom Austria ist dabei, seine Position auf dem kroatischen Pay-TV-Markt noch weiter auszubauen: Im Juni 2013 übernahm Telekom Austria (über Vipnet) Optika Kabel, und die Übernahme zweier weiterer kleinerer Anbieter ist geplant. Der Telekom-Betreiber Hrvatski Telekom (T-HT) hat auf der Grundlage seines IPTV-Angebots (siehe weiter unten) ebenfalls einen Sat-Pay-TV-Dienst gestartet (Max TV Sat), so dass nun landesweit drei Sat-TV-Pakete verfügbar sind.

IPTV-Dienste spielen in der kroatischen Medienlandschaft eine wichtige Rolle (laut HAKOM nutzten Ende 2012 rund 25 % aller Fernsehhaushalte IPTV). In Kroatien gibt es insgesamt 5 IPTV-Dienste. Größter Anbieter ist T-HT, eine Tochter der Deutschen Telekom, die den Dienst MaxTV betreibt und auch den von ihrer Tochtergesellschaft Iskon Internet betriebenen IPTV-Dienst besitzt. Das Unternehmen hatte im Juni 2013 nach eigenen Angaben 374 924 IPTV-Abonnenten (für beide Dienste zusammen). Die übrigen IPTV-Dienste werden von Metronet, Optima und von H1 Telekom angeboten. Im Juli 2013 scheiterte ein Fusionsversuch zwischen T-HT und Optimet am Einspruch der Wettbewerbsbehörden, die Bedenken in Bezug auf die Marktanteile des zukünftigen Unternehmens hatten.

Im Juli 2012 traten Änderungen des kroatischen Radio- und Fernsehgesetzes in Kraft. Damit sollten die Änderungen der Organisationsstruktur und der Geschäftsleitung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks abgeschlossen werden. Das Gesetz enthielt auch Bestimmungen zur Finanzierung, Aufsicht und der Bereitstellung neuer Dienste.

HR1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	4 398
Households	1 650

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	8.8%	145	
Digital cable TV households	4.4%		72
Digital DTH/SMATV households	22.5%		371
Pay DTH/SMATV subscriptions	3.9%	64	
IPTV households	22.2%		367
Pay IPTV subscriptions	22.2%	367	
DTT households	38.5%		635
Pay DTT subscriptions	-	-	-
Total digital TV households	87.6%		1 445
Total pay TV subscriptions	34.9%	576	
Households with DVD player	60.5%		999
Households with Blu-ray disc player	4.8%	~	80
Households with PC	0.0%		
Households with broadband connections	73.7%		1 217
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	5.6%		93

IHS Screen Digest. For Broadband Households source: HAKOM

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

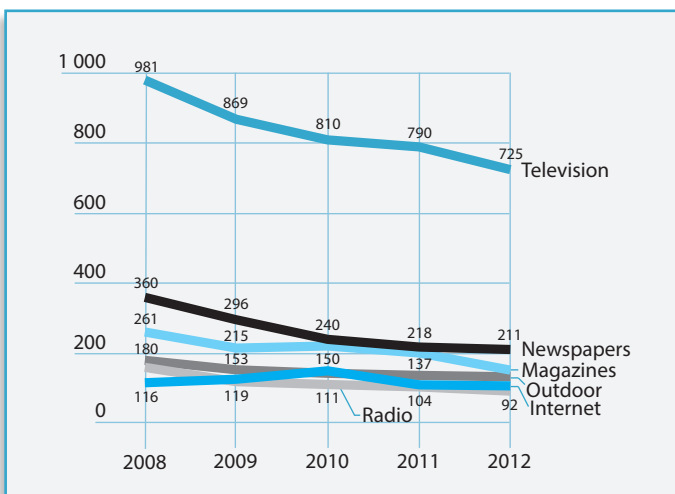
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

HR2

Advertising
2008-2012

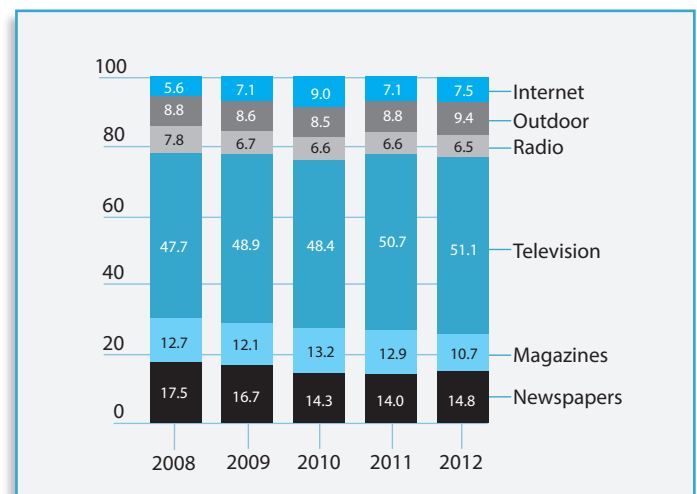
Total display adspend



2008-2012 HRK million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

HR3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 HRK million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
HT D.D. ¹	3Play	MaxTV	8 241.0	7 758.8	7 125.3	-8.2%
VIPnet D.o.o. ¹	3GTV	Live TV, Vip Sat TV	3 289.3	3 004.4	2 581.4	-14.1%
Hrvatska Radiotelevizija	sptv	HRT-1, HRT-2, HRT-3	1 472.9	1 429.9	1 447.1	1.2%
OT-Optima Telekom D.D. ¹	3Play	Optima	447.4	483.1	563	16.5%
Nova TV D.o.o.	adtv	Nova TV	342.9	340.1	338.6	-0.4%
Iskon Internet D.D. ¹	3Play	Iskon TV	197.2	259.2	308.8	19.1%
RTL Hrvatska D.o.o.	adtv	RTL Televizija	279.1	281.9	235.4	-16.5%
Odasiljaci i Veze D.O.O. ¹	trans	OIV	274.2	254.6	231	-9.3%
H1 Telekom d.d. ¹	3Play	H1 Telekom	133.1	177.6	214	20.5%
HP-Hrvatska Posta ²	Pay-DTT	evotv	223.2	216.8	207.2	-4.4%

¹ Includes telecommunication activities.² HP - Hrvatska Posta with OIV has launched the pay-DTT offer in January 2013.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	20	20	B.net, KDS, Kerman, Magic Telekom, Optika Kabel TV, ...
Satellite packagers	3	3	Vipnet (Telekom Austria) with Vip TV and Total TV, and HT D.D. (Deutsche Telekom).
IPTV packagers	5	5	AMIS Telekom, H1 Telekom, HT D.D. (Max TV), Iskon Internet, OT-Optima
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Odašiljači Veze, HP - Hrvatska Posta (eviotv)
Mobile TV packagers	1	1	VIPnet
SmartTV stores providing AV applications		3	Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), OVI (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (FR)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share ¹	2011	2012
1	Nova TV d.d.	Private	4	27.7%	29.5%	
2	HRT	Public	2	30.1%	29.3%	
3	RTL Group	Private	3	>21.5%	>18.6%	
4	Autor d.o.o.	Private	1	2.0%	1.70%	
5	HOTV d.o.o.	Private	1	0.4%	0.4%	

¹ Data for foreign thematic channels not available.

➔ European Audiovisual Observatory

HR4

Financing of the public audiovisual media sector 2009-2012

Income	HRK million				In %				
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2012/11
Public income	1 168.4	1 193.8	1 182.1	1 195.1	79.8	81.1	82.7	82.6	1.1%
- Aids / Grants	15.0	13.3	13.5	13.3	1.0	0.9	0.9	0.9	-1.5%
- Licence fee	1 153.4	1 180.5	1 168.6	1 181.8	78.8	80.1	81.7	81.7	1.1%
Commercial income	238.9	231.0	178.3	190.3	16.3	15.7	12.5	13.1	6.7%
- Advertising	237.6	203.3	157.1	130.9	16.2	13.8	11.0	9.0	-16.7%
- Programme sales	4 672.0	1 952.0	3 563.0	2 184.0	319.0	132.5	249.2	150.9	-38.7%
- Merchandising	0.90	3.30	0.80	2.10	0.1	0.2	0.1	0.1	162.5%
- Pay-TV	0.00	0.00	0.00	8.10	0.0	0.0	0.0	0.6	-
- Other commercial incomes	0.40	24.40	20.40	49.20	0.0	1.7	1.4	3.4	141.2%
Other income	57.20	48.10	69.50	61.74	3.9	3.3	4.9	4.3	-11.2%
Total revenues	1 464.5	1 472.9	1 429.9	1 447.1	100.0	100.0	100.0	100.0	1.2%

Company included: HRT.

➔ HRT / EBU-M.I.S.

HR5

Audiovisual services


TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	5	5	10
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	44	45
TV Regional/Local Windows	20	22	42
TV channels targeting foreign markets	1	1	2
Pure TV online services (Web TV)			
Total	27	72	99
Foreign TV channels targeting the country	2	43	45

 European Audiovisual Observatory


On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	6	~
Catch-up TV services	2	~
VoD Generalist/ Film / Fiction	4	7
VoD Music / Music events		
VoD Film	4	4
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		
Film/TV Archives and Trailers		
Sport		
Other		~
Total (estimated)	16	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign channels.

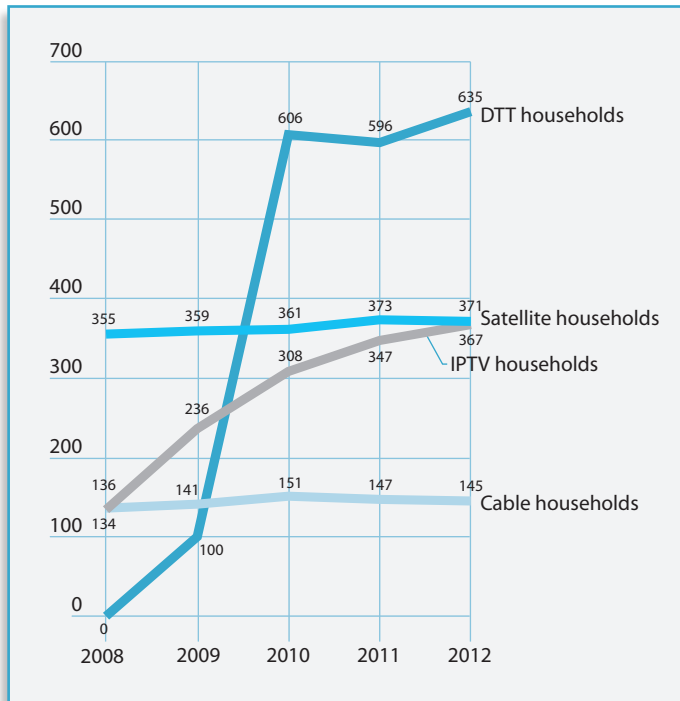
	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV	
	(free)	(pay) EVO TV	B.NET	Vip Sat TV	Max TV	AMIS Telekom
TV Channels						
Generalist - national	4	4	4	4	5	5
Generalist - foreign			13	5	20	14
Adult		1	6		5	5
Children		5	15	8	13	11
Culture/ education/ documentary	1	8	19	11	17	13
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games	2	9	26	17	21	19
Film		4	7	2	6	5
HD Simulcast of an existing channel	1	2	20		12	4
Home shopping			1		1	
International linguistic and cultural			5	1	4	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel		3	7	4	7	7
Music	1	5	15	9	15	9
News/ business	1	3	20	4	15	5
Parliament/ government/ administration			2		1	
Regional/ local/ windows	20		21		19	2
Religion			1			1
Sports	1	5	20	3	18	13
Various			5		3	2
Total (of which HD)	31	45 (4)	207 (24)	68	182 (14)	116 (6)
On-demand audiovisual services						
VoD			3		2	
Catch-up						
Other services			¹		²	
Total			4		3	

¹ B.Net TV to go.² Max TV to go.
 European Audiovisual Observatory

HR6

Market trends
2008-2012

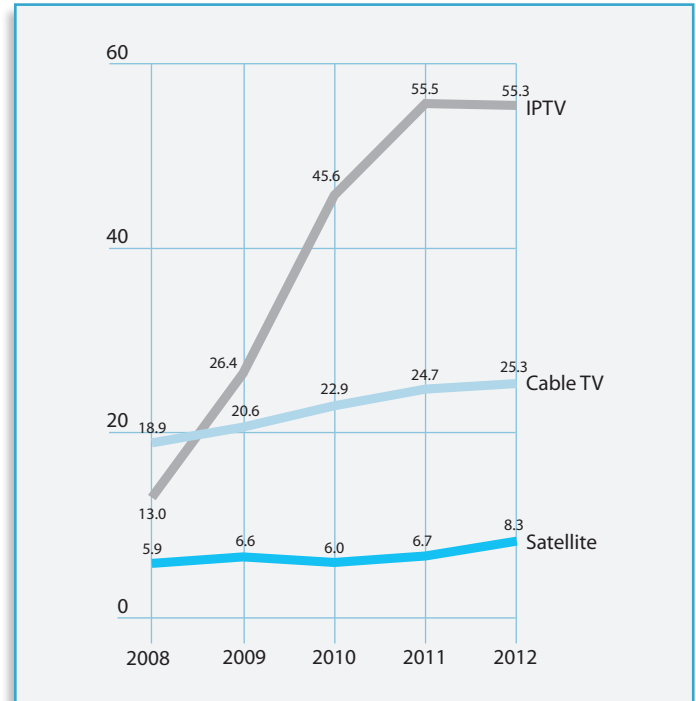
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➔ IHS Screen Digest

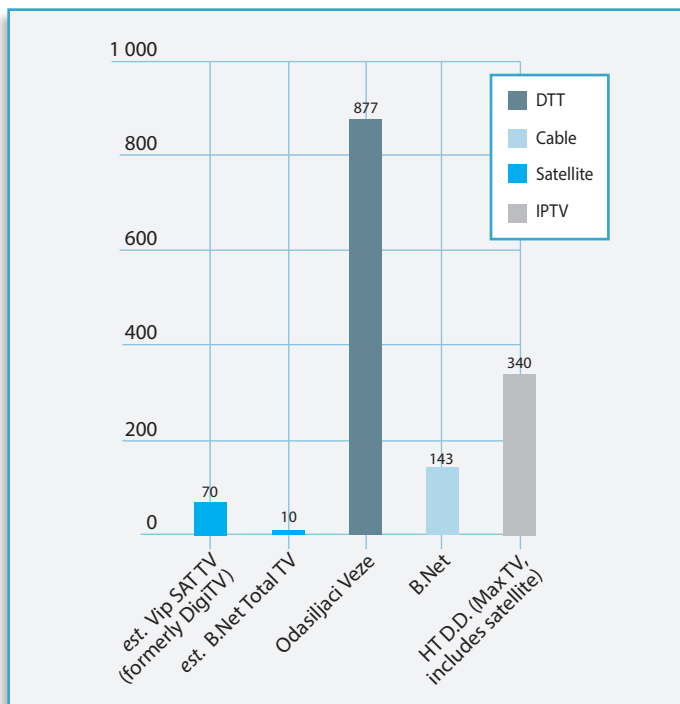
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➔ IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

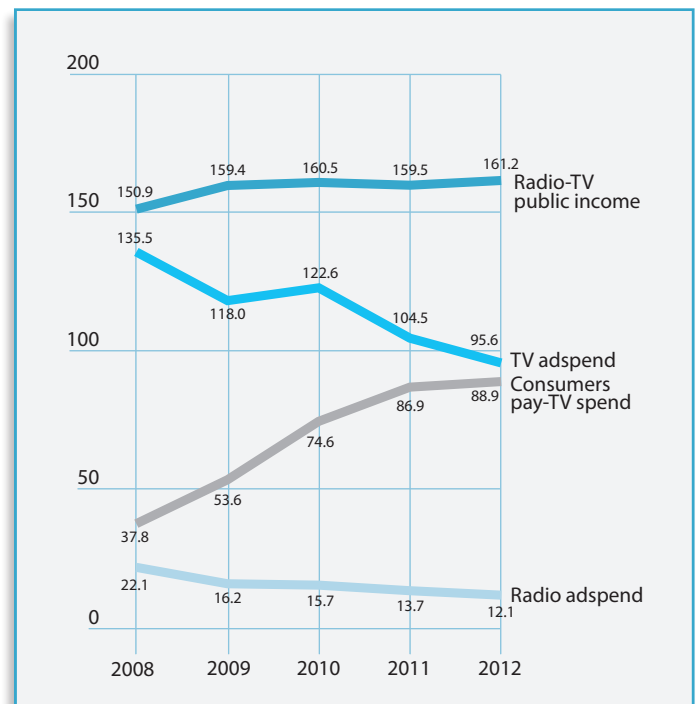
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

➔ HAKOM/ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➔ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC and HRT/EBU-M.I.S.

HR7

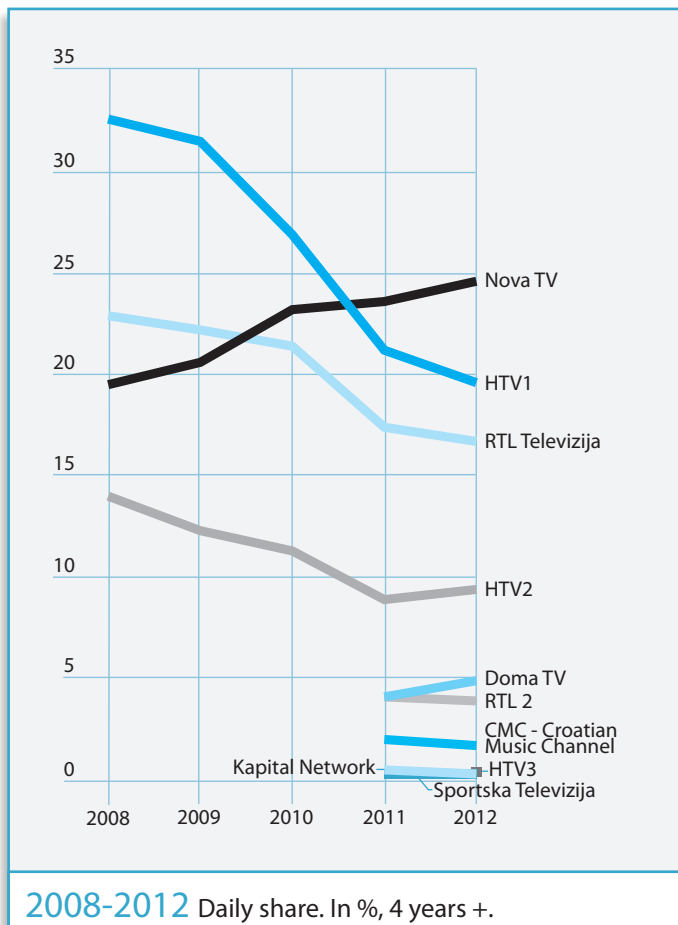
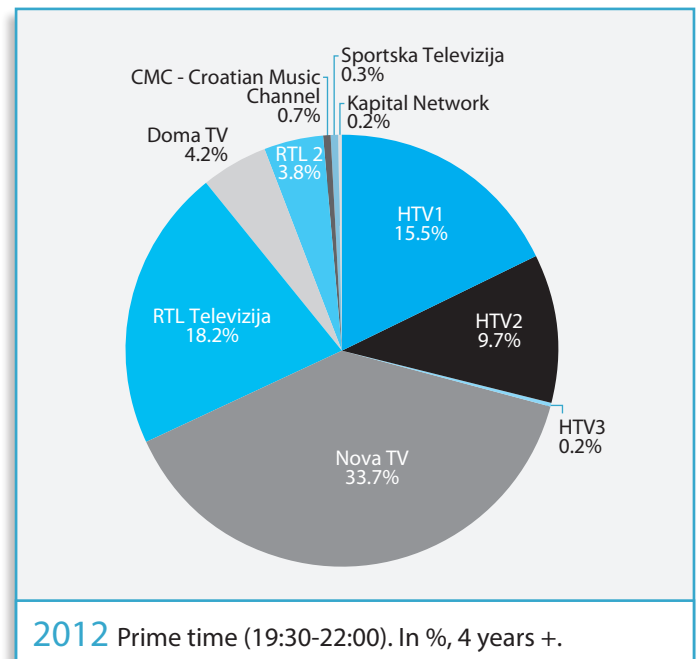
TV audience market share in Croatia

2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:30-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
HTV1	32.6	31.5	26.9	21.2	19.6	33.2	30.5	24.0	18.6	15.5
HTV2	14.0	12.3	11.3	8.9	9.4	14.4	12.9	11.7	8.9	9.7
HTV3					0.3					0.2
Public Croatian channels	46.6	43.8	38.2	30.1	29.3	47.6	43.4	35.7	27.5	25.4
Nova TV	19.5	20.6	23.2	23.6	24.6	22.3	26.1	29.1	32.6	33.7
RTL Televizija	22.9	22.2	21.4	17.4	16.7	21.4	20.5	22.2	17.8	18.2
Doma TV	-	-	-	4.1	4.9	-	-	-	3.4	4.2
RTL 2	-	-	-	4.1	3.9	-	-	-	3.4	3.8
CMC - Croatian Music Channel	-	-	-	2.0	1.7	-	-	-	0.5	0.7
Sportska Televizija	-	-	-	0.4	0.4	-	-	-	0.2	0.3
Kapital Network ①	-	-	-	0.5	0.3	-	-	-	0.2	0.2
Main Croatian private channels	42.4	42.8	44.6	52.1	52.5	43.7	46.6	51.3	58.1	61.1
Others	11.0	13.4	17.2	17.8	18.2	8.7	10.0	13.0	14.4	13.5

① Lost national licence in September 2012.

➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

➤ Eurodata TV Worldwide / AGB Nielsen Media Research (2007-2009)
& Nielsen Television Audience Measurement (2010-2012)

➤ Nielsen Television Audience Measurement

HR8

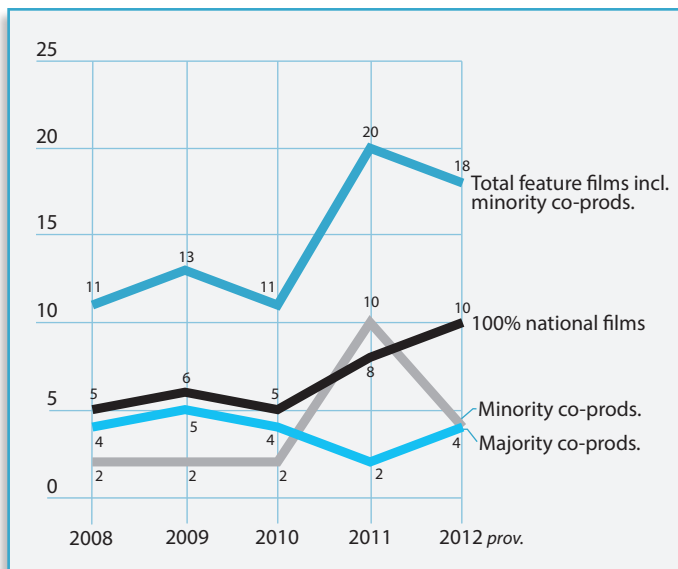
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	39 599	41 362	37 391	28 283	27 173	OBS
Screens	123	117	118	156	162	CBS
Cinema sites	81	75	72	78	77	MS/CBS
Digital screens	7	8	9	90	100	MS
Digital cinema sites	6	7	7	12	14	MS
Digital screen penetration	6%	7%	8%	58%	62%	MS
Digital site penetration	7%	9%	10%	15%	18%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / CBS (Statistics Croatia)

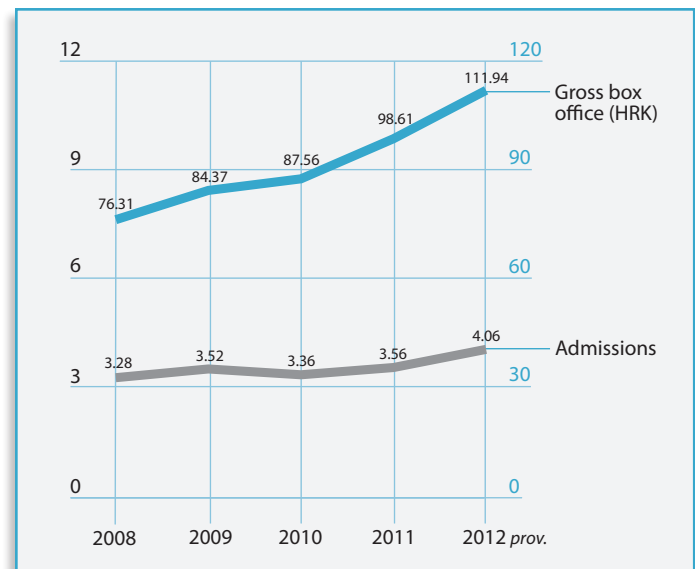
Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹

¹ Includes feature documentaries.

➔ CBS/ HAC (Croatian Film Center)

Admissions & gross box office

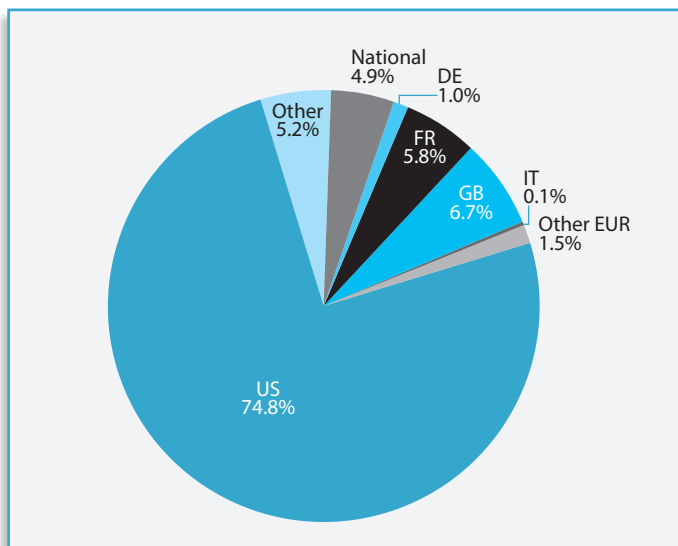


2008-2012 In millions.

¹ CBS and HAC aggregated figures are based on different sources, the latter not including films released outside the major distribution channels. HAC reported 3.75 m admissions in Croatia in 2012.

➔ CBS (Admissions)/HAC (GBO)

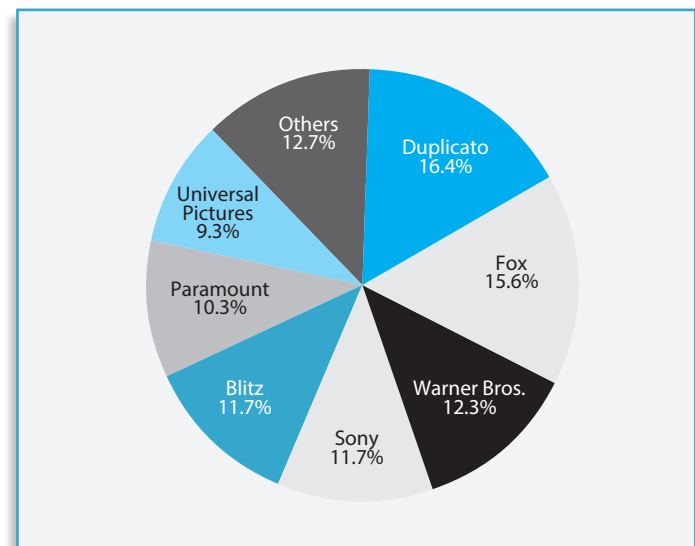
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ OBS / LUMIERE database

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ OBS / LUMIERE database

HR9

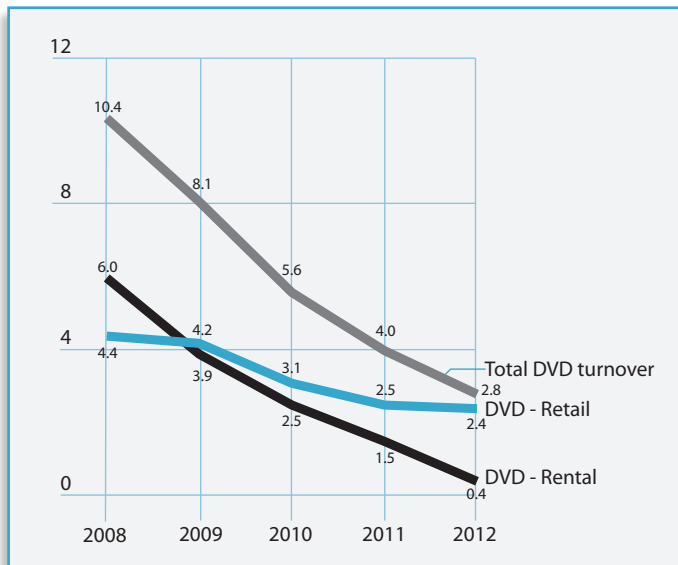
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	0.68	0.80	0.88	0.94	0.99
DVD player penetration of TV households	45.57%	52.95%	58.11%	61.82%	64.34%
Blu-ray disc player households	0.00	0.00	0.00	0.04	0.08
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.00%	0.01%	0.32%	2.30%	5.24%

IHS Screen Digest

DVD turnover

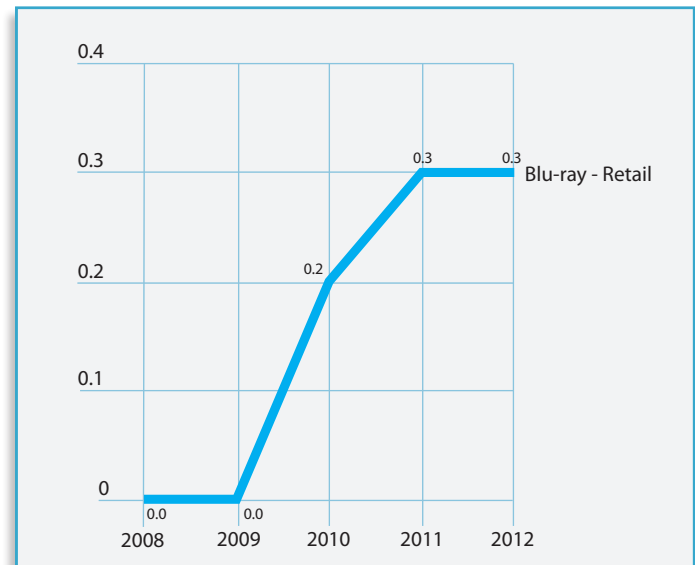


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

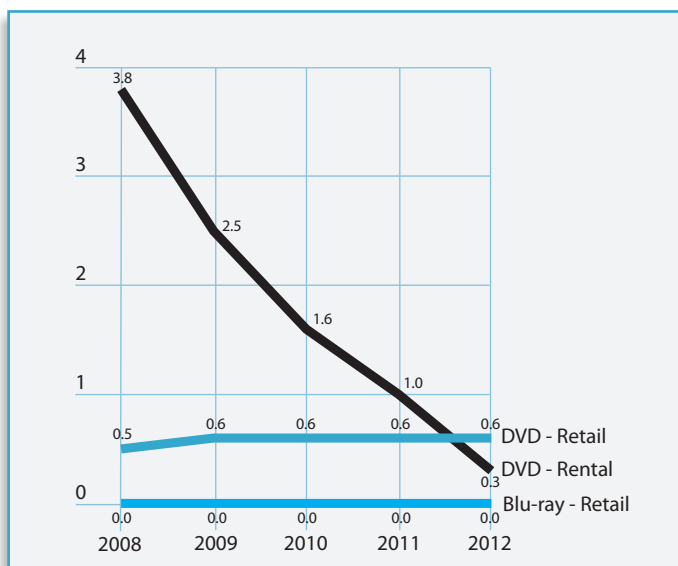


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

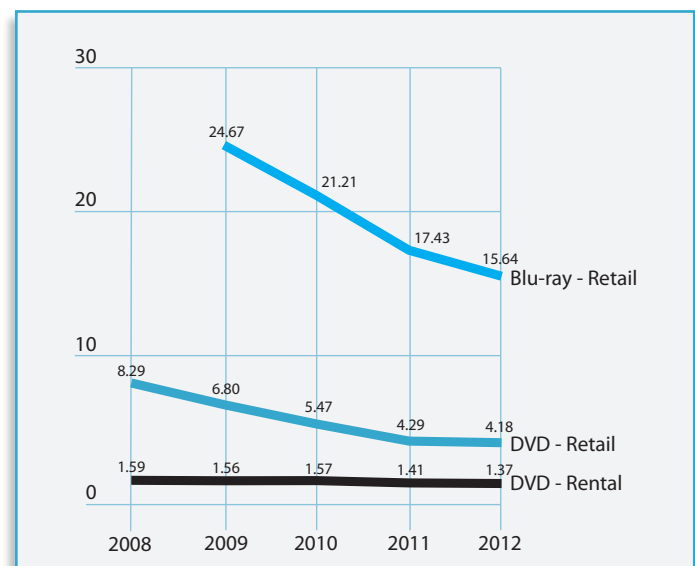
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

Blu-ray rental not available.

OBS after IHS Screen Digest

The Hungarian market is dominated by the two private channels owned by German companies: RTL Klub (RTL Group) and TV2 (ProSiebenSat1), who continue to have the biggest audience market shares. RTL Klub remained the market leader in 2012 with 17.9% (down from 26% in 2007) while TV2 had 15.8% (down from 23% in 2007). During primetime RTL Klub has a share of 29.3% while TV2 has a share of 20.8%. The public channels M1 and M2 had a combined market share in 2012 of 13.3% (an increase in share compared with 2011).

Data from the National Media and Communications Authority of Hungary claimed that almost 67% of Hungarian households received digital television in September 2013. Cable services are available in approximately 52% of households at the end of 2012. The sector includes a large number of local and regional cable operators (more than 400) and a few larger operators (UPC Hungary, Fibernet, and T-Kabel). Approximately 14% of cable households were digital at the end of 2012. UPC had 629 300 subscribers at the end of September 2013, of which 57% were digital cable homes. In September 2009 T-Kabel, which was formerly owned by subsidiary companies of Magyar Telekom was officially merged with Magyar Telekom, and the company serves almost 200 000 homes (September 2013).

The Hungarian market includes five satellite services reaching approximately 990 000 homes. These include UPC (UPC Direct) which had 261 600 subscribers in September 2013, T-Home with 304 667 and Digi TV the market leader with approximately 400 00 subscribers. In addition a new service, Hello HD was launched in May 2008 (with approximately 40 000 subscribers in 2013). Magyar Telekom launched the T-Home package in 2008, and launched its Interactive Sat TV platform in 2011, which includes a range of interactive services including an Internet connection. This allows access to the UPC Videothek, also available to IPTV customers.

Hungary switched off analogue terrestrial transmission in October 2013, earlier than expected. Antenna Hungária was granted both licences for the free and pay DTT platforms in 2008. The free-to-air platform (Mindig TV) was launched in December 2008 followed by the pay DTT platform Mindig Extra (formerly Terra+) in May 2010. In October 2013 Antenna Hungária claimed that more than 350 000 homes were linked to Mindig TV. The pay service had almost 120 000 subscribers. The platform offers twelve free (including three versions of Euronews and HD services of the public channels) and twenty-four pay channels. The addition of new channels was made

Le marché hongrois est dominé par les deux chaînes privées appartenant à des entreprises allemandes : RTL Klub (groupe RTL) et TV2 (ProSiebenSat.1), qui rassemblent toujours les parts de marché d'audience les plus importantes. En 2012, RTL Klub domine encore le marché avec 17,9 % (contre 26 % en 2007) alors que la part de marché de TV2 atteint 15,8 % (contre 23 % en 2007). Aux heures de grande écoute, la part de RTL Klub est de 29,3 %, et celle de TV2 de 20,8 %. Les chaînes de service public M1 et M2 ont une part de marché cumulée de 13,3 % en 2012 (en progression par rapport à 2011).

Les données de l'Autorité nationale hongroise des médias et communications indiquent que près de 67 % des ménages hongrois recevaient la télévision numérique en septembre 2013. Fin 2012, des services par câble sont disponibles dans environ 52 % des foyers. Le secteur est constitué d'une multitude de câblo-opérateurs locaux et régionaux (plus de 400), et de quelques opérateurs de taille plus importante (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). Environ 14 % des foyers câblés recevaient le numérique fin 2012. UPC comptait 629 300 abonnés fin septembre 2013, dont 57 % au câble numérique. En septembre 2009, T-Kabel, précédemment détenue par des filiales de Magyar Telekom, a officiellement fusionné avec Magyar Telekom, et compte près de 200 000 foyers câblés en septembre 2013.

Le marché hongrois comprend cinq services par satellite, couvrant environ 990 000 foyers. Les opérateurs sont UPC (UPC Direct) (261 600 abonnés en septembre 2013), T-Home (304 667 abonnés) et Digi TV, le leader sur le marché avec environ 400 000 abonnés. En outre, un nouveau service, Hello HD, a été lancé en mai 2008 (environ 40 000 abonnés en 2013). Magyar Telekom a lancé en 2008 le bouquet T-Home et en 2011 sa plateforme Interactive Sat TV qui comprend une gamme de services interactifs, dont une connexion Internet. Elle permet d'accéder à UPC Videothek, également disponible pour les clients IPTV.

La Hongrie a abandonné les transmissions analogiques terrestres en octobre 2013, plus tôt que prévu. Antenna Hungária s'est vu accorder deux licences pour des plates-formes TNT gratuite et payante en 2008. La plate-forme gratuite (Mindig TV) a été lancée en décembre 2008, suivie par la plate-forme TNT payante Mindig Extra (anciennement Terra+) en mai 2010. En octobre 2013, Antenna Hungária indiquait que plus de 350 000 foyers étaient abonnés à Mindig TV. Le service de télévision payante comptait près de 120 000 abonnés. La plate-forme propose 12 chaînes gratuites (y compris trois versions d'Euronews et les services HD des chaînes publiques) et 24 chaînes payantes.

Der ungarische Fernsehmarkt wird von zwei Privatsendern dominiert, die sich im Besitz deutscher Medienkonzerne befinden: RTL Klub (RTL Group) und TV2 (ProSiebenSat.1), die nach wie vor die höchsten Zuschauermarktanteile erzielen. Marktführer 2012 war mit einem Marktanteil von 17,9 % erneut RTL Klub (gegenüber 26 % 2007) vor TV2 mit 15,8 % (gegenüber 23 % 2007). Während der Primetime erreicht RTL Klub sogar einen Zuschauermarktanteil von 29,3 %, gefolgt von TV2 mit 20,8 %. Die öffentlich-rechtlichen Sender M1 und M2 hatten 2012 zusammen einen Marktanteil von 13,3 % (eine Zunahme gegenüber 2011).

Laut der nationalen Medien- und Kommunikationsbehörde konnten im September 2013 fast 67 % der Haushalte digitales Fernsehen empfangen. Zugang zu Kabelfernsehen hatten Ende 2012 rund 52 % aller Haushalte. Der Sektor setzt sich aus einer Vielzahl lokaler und regionaler Kabelnetzbetreiber (über 400) und einigen größeren Betreibern zusammen (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). Ende 2012 waren ca. 14 % der Kabelhaushalte digital. UPC hatte Ende September 2013 629 300 Abonnenten, davon 57 % digitale Kabelhaushalte. Im September 2009 erfolgte der offizielle Zusammenschluss zwischen Magyar Telekom und T-Kabel, früher im Besitz von Tochterfirmen der Magyar Telekom. Im September 2013 waren beinahe 200 000 Kabelhaushalte Kunden von Magyar Telekom.

Auf dem ungarischen Markt gibt es fünf Satellitenanbieter, die rund 990 000 Haushalte erreichen. Dazu zählen UPC (UPC Direct) mit 261 300 Abonnenten im September 2013, T-Home (304 667 Abonnenten) und Digi TV, der Marktführer war mit rund 400 000 Abonnenten. Im Mai 2008 startete die erste ungarische HDTV-Plattform Hello HD (mit ca. 40 000 Abonnenten 2013). 2008 führte Magyar Telekom sein T-Home-Paket ein und startete 2011 seine interaktive Satelliten-TV-Plattform, die eine Reihe interaktiver Dienste inklusive Internetanschluss enthält. Damit ist der Zugang zur UPC-Videothek möglich, die auch IPTV-Kunden zur Verfügung steht.

Die Analogabschaltung war in Ungarn im Oktober 2013 abgeschlossen und damit früher als erwartet.

Die Lizenzen für die frei empfangbare DVB-T-Plattform und die Pay-DVB-T-Plattform wurden beide 2008 an Antenna Hungária vergeben. Der frei empfangbare DVB-T-Dienst (Mindig TV) ist seit Dezember 2008 auf Sendung, gefolgt vom Pay-DVB-T-Dienst Mindig Extra (ehemals Terra+) im Mai 2010. Im Oktober 2013 waren Antenna Hungária zufolge 350 000 Haushalte an Mindig TV angeschlossen. Der Pay-TV-Service hatte fast 120 000 Abonnenten. Die Plattform

possible by the use of Multiplex B. Having previously been allocated for DVB-H services, Multiplex B became free after the cancellation of these services. The main providers of IPTV are T-Online (part of the national telecoms operator Magyar Telekom), Invitel, TVNet and Interware. Magyar Telecom is the market leader with more 372 000 IPTV homes (September 2013).

A media Act passed in August 2010 established a new converged regulatory authority the Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (National Media and Communications Authority) merging the former telecom regulator, the National Communications Authority - NHH) and the National Radio and Television Commission (ORTT). The act also established one governing body for public service broadcasters: the Public Service Foundation. There was international criticism of the new laws from the OSCE, the International Federation of Journalists, the European Commissioner for Human Rights, the European Parliament and the International Press Institute (IPI). They claimed the law would allow an increase in governmental control over broadcasting. The European Commission was critical of various points relating to the implementation of the AVMS Directive and the Charter of Fundamental Rights. In February 2011, the Hungarian government and the European Commission reached an agreement on some amendments to the laws concerned. In December 2011, the Hungarian Constitutional Court delivered a decision regarding the new media laws and obliged the Hungarian Parliament to amend and update the law by May 2012. Hence the Hungarian media law has been amended in the summer of 2012 and again in February 2013. In 2012 the modifications softened some crucial aspects of the regulation's restrictions on the freedom of the press. In February 2013, the Hungarian Government submitted another bill amending the media laws to the National Assembly. The amendment is based on the negotiations between the Hungarian Government and the Council of Europe. Among these recommendations, the ones addressed by the recently proposed amendment concern safeguards for the independence of the media authority and stipulations regarding media content.

L'ajout de nouvelles chaînes a été rendu possible par l'utilisation du multiplex B. Précédemment alloué aux services DVB-H, le multiplex B a été libéré par l'annulation de ces services. Les principaux fournisseurs d'IPTV sont T-Online (intégré à l'opérateur de télécommunications national Magyar Telekom), Invitel, TVNET et Interware. Magyar Telecom est le numéro un du marché avec plus de 372 000 foyers IPTV (septembre 2013).

Une loi sur la réglementation des médias adoptée en août 2010 a créé une nouvelle autorité de régulation convergente, la Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (autorité nationale des médias et des communications) fusionnant l'ancien régulateur des télécommunications, l'Autorité nationale des communications (NHH) et la Commission nationale de la radio et de la télévision (ORTT). La loi crée également un organe régulateur pour les radiodiffuseurs de service public : la Fondation de service public. L'OSCE, le Commissaire européen aux droits de l'Homme, le Parlement européen, la Fédération internationale des journalistes et l'Institut international de la presse (IIP) ont critiqué cette nouvelle loi. En effet, ils ont affirmé qu'elle permettrait de renforcer le contrôle gouvernemental sur la radiodiffusion. La Commission européenne a quant à elle critiqué divers points relatifs à la mise en œuvre de la Directive SMA et à la Charte des droits fondamentaux. En février 2011, le Gouvernement hongrois et la Commission européenne sont parvenus à un accord sur un ensemble de modifications à apporter aux lois concernées. En décembre 2011, la Cour constitutionnelle hongroise a rendu un arrêt au sujet des nouvelles lois sur les médias et a obligé le Parlement hongrois à modifier et à mettre à jour la loi en mai 2012. Ainsi la loi hongroise sur les médias a été modifiée à l'été 2012 puis à nouveau en février 2013. En 2012, les modifications ont assoupli certains aspects cruciaux des restrictions imposées par la réglementation à la liberté de la presse.

En février 2013, le Gouvernement hongrois a présenté devant l'Assemblée nationale un nouveau projet de loi portant modification de la législation relative aux médias. Ce nouveau texte résulte des négociations engagées entre le Gouvernement hongrois et le Conseil de l'Europe. Les recommandations abordées par ce récent projet de modification portent sur la préservation de l'indépendance de l'autorité des médias et sur les dispositions applicables au contenu des médias.

bietet zwölf kostenlose (darunter drei Versionen von Euronews und HD-Dienste der öffentlich-rechtlichen Sender) und 24 Pay-TV-Sender. Die Aufnahme weiterer Sender wurde durch die Nutzung von Multiplex B ermöglicht. Dieser war an sich für DVB-H-Dienste vorgesehen, die aber gestrichen wurden, wodurch zusätzliche Kapazitäten frei wurden. IPTV wird hauptsächlich von T-Online (Teil des nationalen Telekommunikationsanbieters Magyar Telekom), Invitel, TVNet und Interware angeboten. Marktführer ist Magyar Telecom mit mehr als 372 000 IPTV-Haushalten (September 2013).

Mit dem Medienregulierungsgesetz vom August 2010 ist eine neue Regulierungsbehörde geschaffen worden: die Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (nationale Medien- und Kommunikationsbehörde), ein Zusammenschluss der ehemaligen nationalen Kommunikationsbehörde (NHH) mit der nationalen Hörfunk- und Fernsehkommission (ORTT). Das Gesetz sieht zudem die Schaffung eines einzigen Organs – die Öffentlich-Rechtliche Stiftung – für alle öffentlich-rechtlichen Rundfunksender vor. Die neuen Gesetze wurden international kritisiert, darunter von der OSZE, dem EU-Kommissar für Menschenrechte, dem Europäischen Parlament, der Internationalen Journalisten-Föderation und dem Internationalen Presseinstitut (IPI), die alle befürchteten, dass die Gesetze eine stärkere staatliche Kontrolle des Rundfunks ermöglichen würden. Die Europäische Kommission hat verschiedene Punkte im Hinblick auf die Umsetzung der AVMD-Richtlinie und die Charta der Grundrechte kritisiert. Im Februar 2011 haben sich die ungarische Regierung und die Europäische Kommission auf ein Paket von Änderungen an den Mediengesetzen geeinigt. Im Dezember 2011 hat das ungarische Verfassungsgericht ein Urteil zum neuen Mediengesetz erlassen, wodurch das ungarische Parlament das Gesetz bis Mai 2012 ändern musste. Inzwischen wurde das ungarische Mediengesetz zweimal geändert, im Sommer 2012 und ein weiteres Mal im Februar 2013. 2012 wurden mit der Änderung einige der gravierendsten Einschränkungen der Pressefreiheit entschärft. Im Februar 2013 hat die ungarische Regierung der Nationalversammlung einen weiteren Entwurf zur Änderung der Mediengesetze vorgelegt. Die Änderung basiert auf den Verhandlungen zwischen der ungarischen Regierung und dem Europarat. Die Empfehlungen, die mit der kürzlich vorgeschlagenen Änderung umgesetzt wurden, befassen sich mit Garantien für die Unabhängigkeit der Medienbehörde und mit Bestimmungen in Bezug auf Medieninhalte.

HU1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	9 906
Households	3 767

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	51.8%	1 953	
Digital cable TV households	14.3%		540
Digital DTH/SMATV households	26.4%		993
Pay DTH/SMATV subscriptions	23.7%	894	
IPTV households	9.1%		344
Pay IPTV subscriptions	9.2%	348	
DTT households	8.8%		332
Pay DTT subscriptions	2.2%	83	
Total digital TV households	58.6%		2 209
Total pay TV subscriptions	87.0%	3 278	
Households with DVD player	66.6%	~	2 510
Households with Blu-ray disc player	6.1%	~	230
Households with PC	73.7%		2 778
Households with broadband connections	58.1%		2 190
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	6.9%		259

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

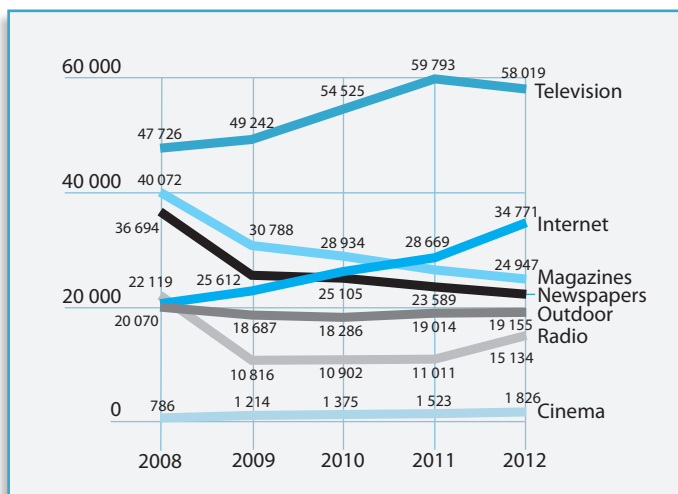
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

HU2

Advertising
2008-2012

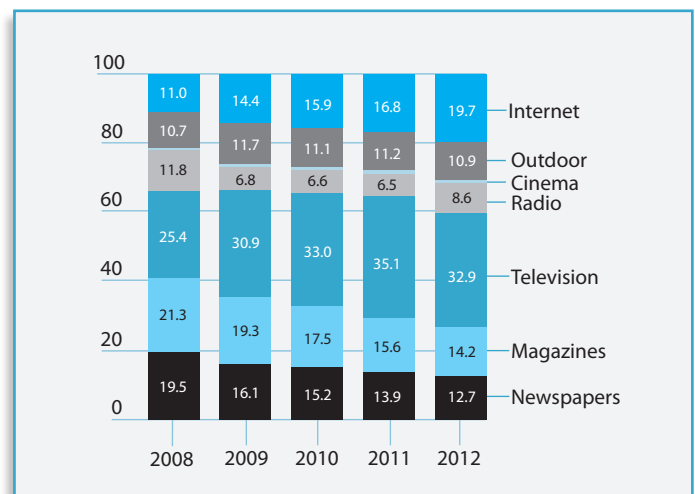
Total display adspend



2008-2012 HUF million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

HU3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 HUF million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Magyar Telekom (cons.) ¹	3play, sat-tv, 3G TV	T-Home TV, Kabel TV, Sat-TV, T-Mobil TV	613 027	600 409	617 298	2.8%
Vodafone Hungary Ltd (cons.) ¹	3G TV	Life!	128 793	129 975	127 801	-1.7%
TCF Hungary Film Rights Exploit.	Rights	Twentieth Century Fox	165 677	92 605	107 189	15.7%
MTVA	sptv, sprad, news agency	M1, MR, Duna, MTI	-	89 790	91 876	2.3%
Viacom Hungary Kft	thtv	MTV, VH1, Nickelodeon,...	~	37 959	80 432	111.9%
UPC ¹	3play, sat-tv	Kabel TV, Müholas TV, UPC Direct	63 805	60 928	62 547	2.7%
Invitel Tavközlési Zrt. ¹	3play	InviTV	58 973	54 049	53 126	-1.7%
Digi Tavozlesi Kft ¹	3play, sat-tv	KabelTV, DigiTV	29 621	36 543	39 558	8.3%
GEM Entertainment Kft	Rights	Fintage	32 881	36 638	26 905	-26.6%
Magyar RTL Televízió Rt.	adtv	RTL	29 413	30 505	26 222	-14.0%

¹ Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>400	>400	Fibernet, UPC Hungary, Magyar Telekom (T-Kabel), Vidanet,...
Satellite packagers	5	5	Digi TV, HD Platform Kft, Magyar Telekom, UPC
IPTV packagers	3	3	Invitel, IP-Park, Magyar Telekom
DTT multiplex operators and packagers	1	1	Antenna Hungaria (1 free platform and 1 pay package)
Mobile TV packagers	2	2	Magyar Telekom, Vodafone
SmartTV stores providing AV applications		3	Samsung, Panasonic, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), OVI (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share ¹	2011	2012
1	RTL Group (LU)	Private	15	28.9%	27.8%	
2	ProSiebenSat.1 Media (DE)	Private	7	19.1%	16.1%	
3	MTVA	Public	4	11.6%	14.0%	
4	Liberty Global (US) ¹	Private	15	4.9%	5.1%	
5	MTG (SE)	Private	7	4.2%	4.2%	

¹ Liberty Global sold all its TV assets to AMC Networks in October 2013.

➔ European Audiovisual Observatory

HU4

Financing of the public audiovisual media sector

2009-2012 Data 2011 and 2012 not comparable with 2010.

Income	HUF million				In %				
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	50 089.7	41 468.8	59 918.8	68 972.9	87.8	84.8	66.7	75.1	15.1%
- Aid/Grants	21 392.9	29 790.7	59 918.8	68 972.9	37.5	60.9	66.7	75.1	15.1%
- Licence fee	17 517.5	9 907.6	-	-	30.7	20.3	-	-	-
- Other public income	11 179.3	1 770.5	-	-	19.6	3.6	-	-	-
Total commercial income	6 281.7	5 658.2	7 020.7	8 450.8	11.0	11.6	7.8	9.2	20.4%
- Advertising	3 894.6	3 633.3	2 964.0	4 583.1	6.8	7.4	3.3	5.0	54.6%
- Sponsoring	82.1	183.2	207.6	915.4	0.1	0.4	0.2	1.0	341.0%
- Programme sales			214.4	366.3	0.0	0.0	0.2	0.4	70.9%
- Merchandising	431.1		245.8	311.0	0.8	0.0	0.3	0.3	26.5%
- Other commercial revenues	1 874.0	1 841.7	3 389.0	2 274.9	3.3	3.8	3.8	2.5	-32.9%
Other income	690.6	1 787.7	22 850.8	14 452.1	1.2	3.7	25.4	15.7	-36.8%
TOTAL	57 062.0	48 914.7	89 790.2	91 875.8	100.0	100.0	100.0	100.0	2.3%

Companies included (2007-2010): MTV, MR and Duna televizio. All the assets and most of the staff of the three public service media organisations (MTV, Duna TV, MR) and of the National News Agency (MTI), were transferred to the Media Support and Asset Management Fund (MTVA) as of 01/01/2011.

➔ European Audiovisual Observatory on the basis of data provided by MTV, MTVA, Duna Televizio and EBU-M.I.S..

HU5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	8	8	16
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		31	31
Regional/Local	104	409	513
Regional/Local windows	6		6
Channels targeting foreign markets		3	3
Total	118	451	569
Foreign TV channels targeting the country	2	105	107

→ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	12	~
Catch-up TV services	52	78
VoD Generalist/ Film / Fiction		6
VoD Music / Music events		2
VoD Film	6	12
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation	1	5
Film/TV Archives and Trailers	1	3
Sport		
Other	6	~
Total (consolidated)	78	~

→ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

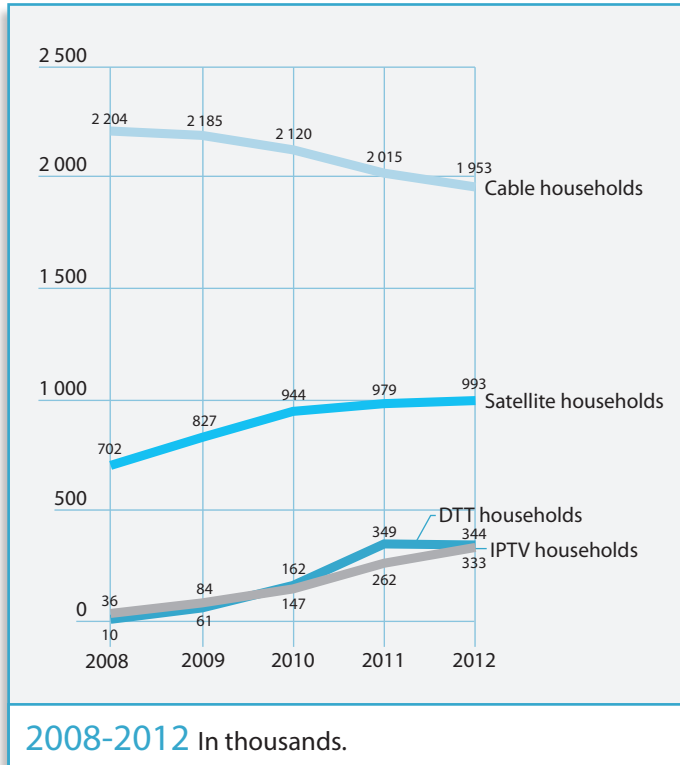
	Digital Terrestrial		Cable		Satellite	IPTV
	(free) Antenna Hungary	(pay) Antenna Hungary	UPC Hungary	Magyar Telekom (T-Kabel)	Digi TV (Hungary)	Magyar Telekom
TV Channels						
Generalist - national	4	1	6	6	6	6
Generalist - foreign			6	6		6
Adult		2	3	5	2	5
Children		3	7	9	8	9
Culture/ education/ documentary	1	3	16	17	17	17
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		9	22	20	23	20
Film		1	12	12	5	12
Home shopping						
HD simulcast of an existing channel	3		20	14	6	14
International linguistic and cultural			6	3	1	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	6	9	6
Music		1	4	10	8	10
News/ business	4	1	13	7	4	7
Parliament/ government/ administration			1	1		1
Regional/ local (many only analogue)			19	8		
Religion			1	1	1	1
Sports		3	7	10	15	10
Various			1			
Total (of which HD)	12 (3)	24	150 (21)	135 (16)	105 (6)	127 (16)
On-demand audiovisual services						
VoD			4	2		2
Catch-up			3			
Other services						
Total			7	2		2

→ European Audiovisual Observatory

HU6

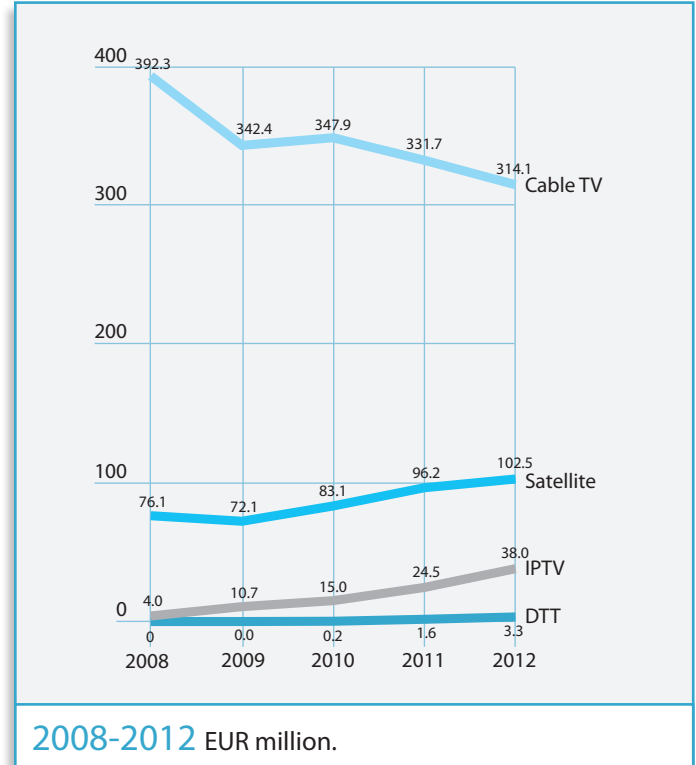
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



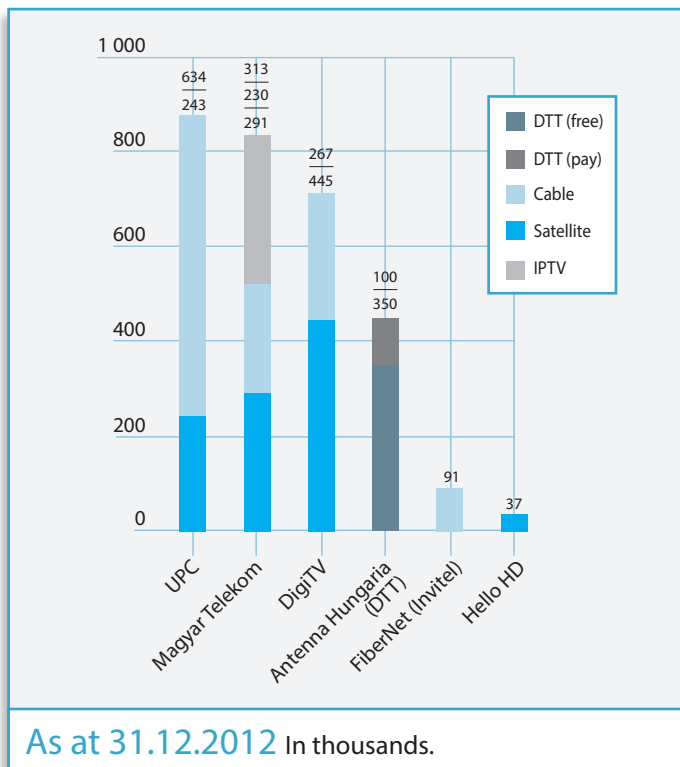
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



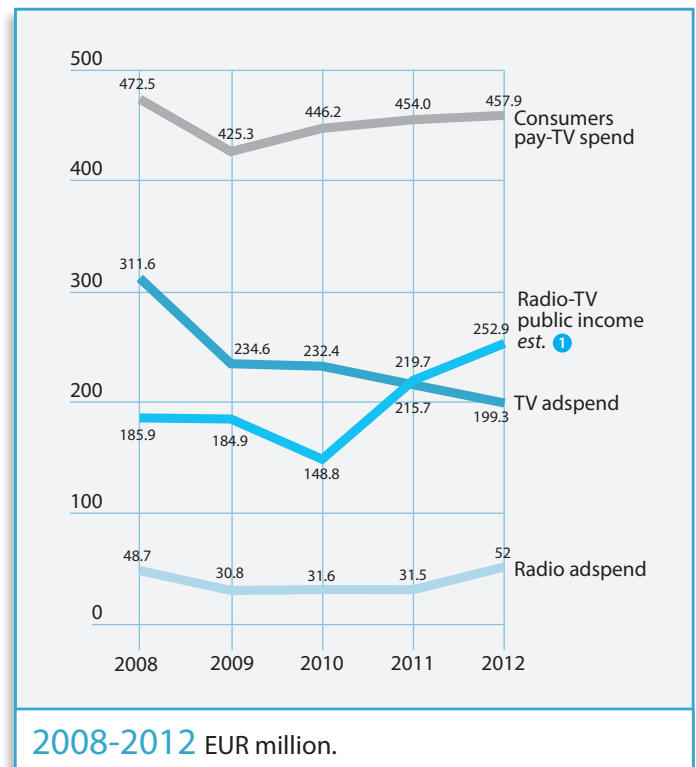
IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms



European Audiovisual Observatory/ Websites and annual reports of operators/ Data from NMHH

Gross revenues of radio-television



Data 2011-2012 not comparable with 2010.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC and Magyar Televizio, Magyar Radio, Duna Televizio, MTVA and EBU-M.I.S.

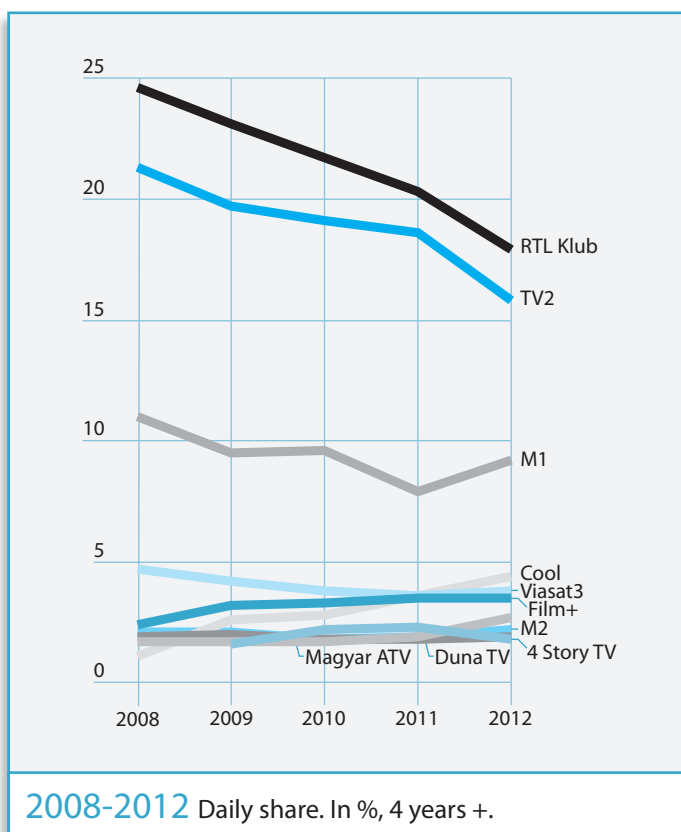
HU7

TV audience market share in Hungary

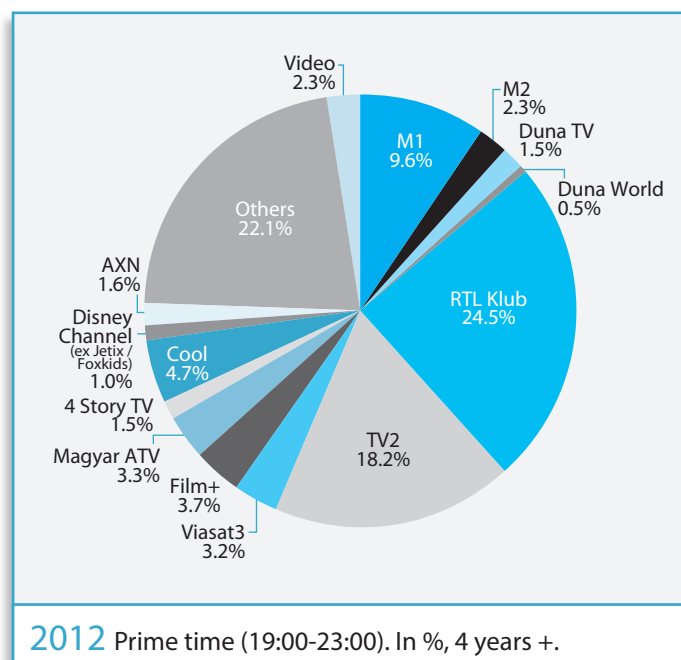
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
M1	11.0	9.5	9.6	7.9	9.2	11.9	10.2	10.6	8.4	9.6
M2	2.1	2.1	1.8	1.9	2.2	1.6	2.0	1.7	1.7	2.3
Duna TV	1.9	2.0	1.8	1.8	1.9	1.0	1.2	1.2	1.2	1.5
Duna World					0.7					0.5
Public Hungarian channels	15.0	13.6	13.2	11.6	14.0	14.5	13.4	13.5	11.3	13.9
RTL Klub	24.6	23.1	21.7	20.3	17.9	30.8	29.3	27.5	27.9	24.5
TV2	21.3	19.7	19.1	18.6	15.8	23.7	20.8	21.5	19.5	18.2
Viasat3	4.7	4.2	3.8	3.6	3.8	4.2	3.8	3.4	3.3	3.2
Film+	2.4	3.2	3.3	3.5	3.5	2.4	3.3	3.2	3.5	3.7
Magyar ATV	1.7	1.7	1.7	1.9	2.7	2.6	2.5	2.5	2.7	3.3
4 Story TV	-	1.6	2.2	2.3	1.8	-	1.1	1.8	1.7	1.5
Comedy Central	~	0.4	0.7	1.0	1.0	~	0.4	0.6	0.6	0.6
Private Hungarian channels	66.8	59.2	57.3	57.2	52.5	73.3	65.9	64.5	64.3	60.0
Cool	1.1	2.6	2.8	3.6	4.4	1.2	3.2	3.2	4.1	4.7
Disney Channel (ex Jetix / Foxkids)	1.4	1.6	1.9	1.9	1.6	0.8	1.1	1.3	1.1	1.0
AXN	0.8	0.9	1.0	1.2	1.6	0.6	0.9	0.9	1.2	1.6
Minimax	1.4	1.3	1.4	1.3	1.3	0.6	0.7	0.6	0.4	0.3
Discovery Channel	1.2	1.0	1.0	1.1	1.1	0.9	0.7	0.7	0.7	0.7
Nota TV			0.3	1.0	1.1			0.1	0.6	0.7
Foreign channels	14.6	11.1	13.0	16.5	18.9	9.7	8.8	9.6	13.1	15.2
Others	0.0	12.9	13.4	11.8	11.6	0.0	9.6	10.1	9.0	8.9
Video	3.6	3.2	3.1	2.9	3.0	2.5	2.3	2.3	2.3	2.3

Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

HU8

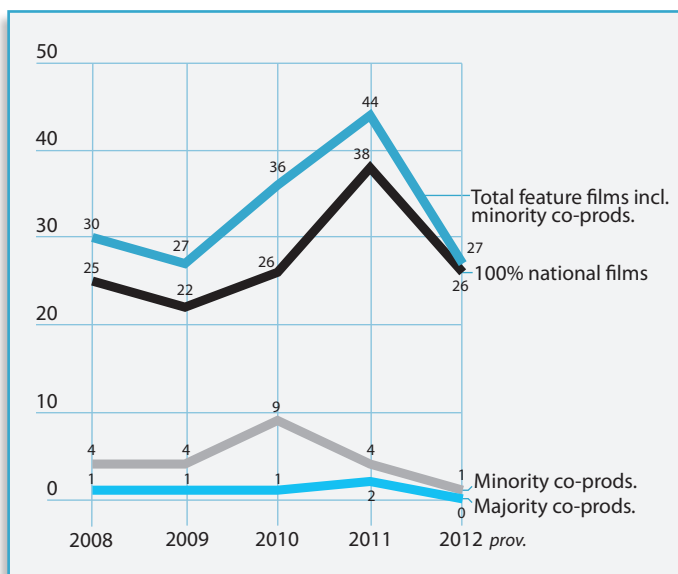
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	24 646	24 015	25 280	25 220	24 905	OBS
Screens	407	417	395	395	400	NFO
Cinema sites	178	180	173	173	170	NFO
Digital screens	7	31	56	159	250	MS
Digital cinema sites	4	17	26	37	50	MS
Digital screen penetration	2%	7%	14%	40%	63%	MS
Digital site penetration	2%	9%	15%	21%	29%	MS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / NFO (National Film Office)

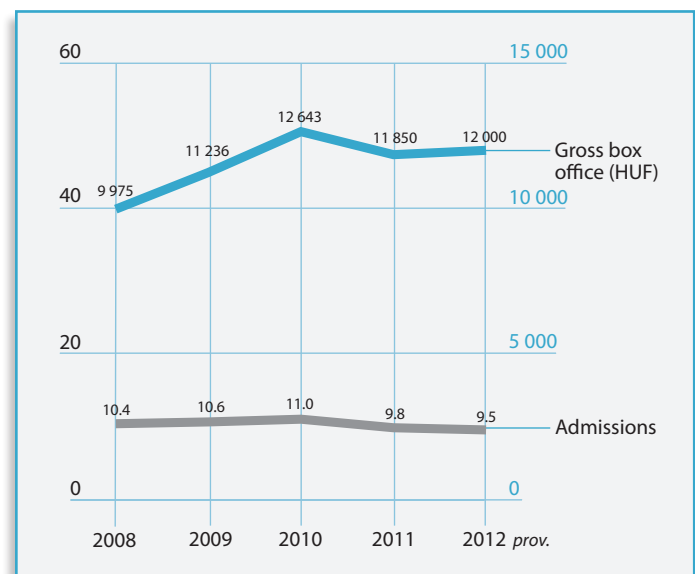
Number of theatrical feature films produced

2008-2012¹ In units.

¹ Year of release for the period 2007-2010. Year of production for years 2011 and 2012. Fiction films only.

↳ NFO

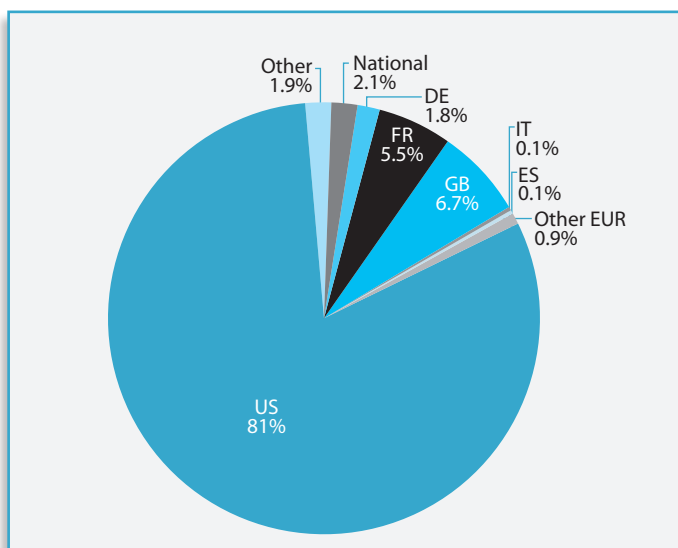
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ NFO

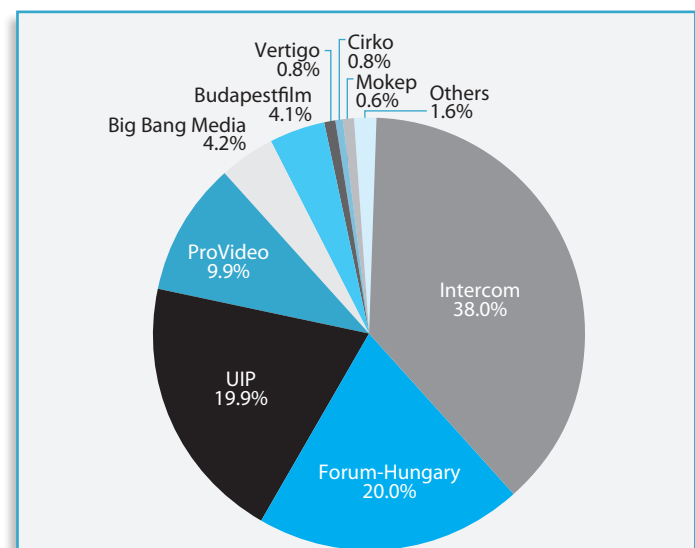
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

↳ OBS / LUMIERE database

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

↳ NFO

HU9

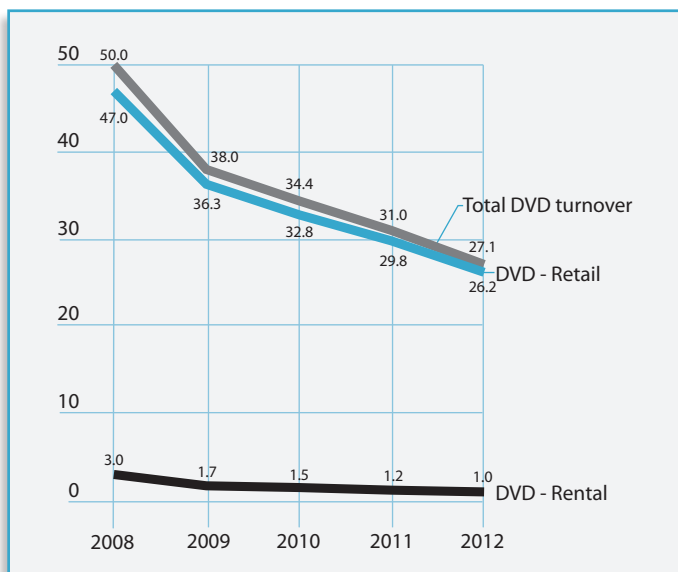
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	2.21	2.44	2.46	2.47	2.51
DVD player penetration of TV households	60.00%	66.00%	66.04%	65.92%	66.78%
Blu-ray disc player households	0.00	0.02	0.09	0.15	0.23
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.01%	0.59%	2.52%	3.95%	6.09%

IHS Screen Digest

DVD turnover

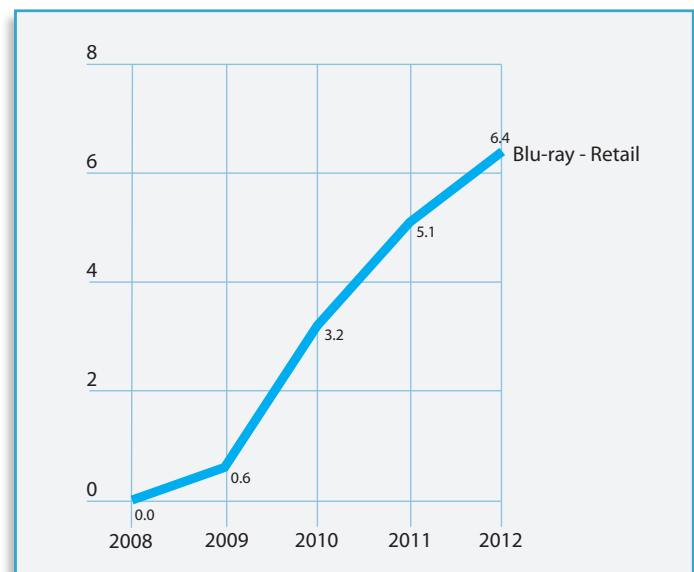


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

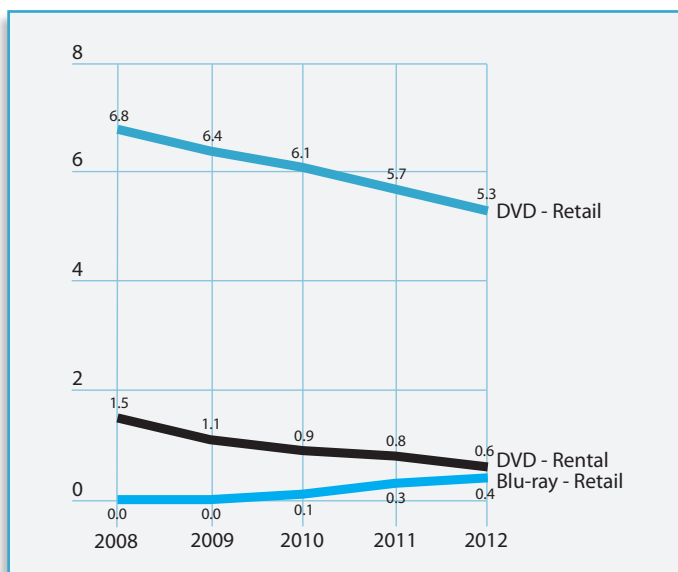


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

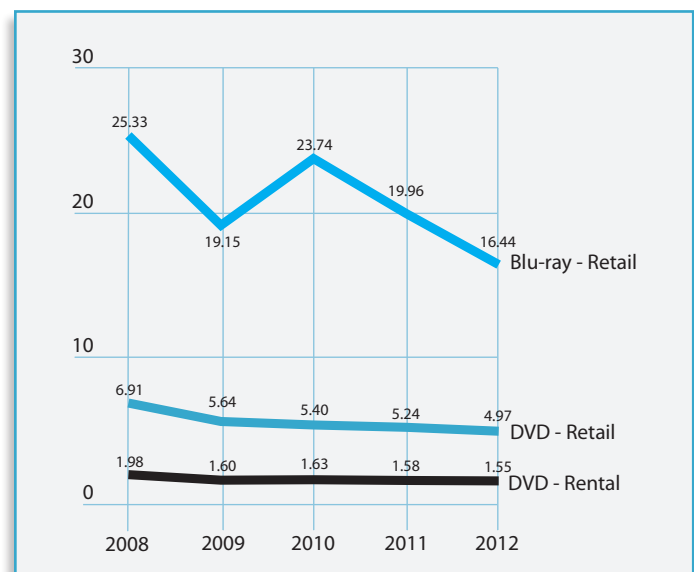
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

Blu-ray rental not available.

OBS after IHS Screen Digest

In Ireland the national public service broadcaster continues to have a very important role in the market and RTÉ1 and RTÉ2, had a combined market share of 29.6% in 2012 (a 10% change from 2004). The private channel, TV3 had an 11,1% market share, and is now the second most popular channel. The other two national Irish broadcasters are the public service Irish language channel TG4, and the entertainment channel 3e (owned by TV3). British channels are still an important part of the media landscape and the five most popular are ranked in the following order: BBC1, UTV, BBC 2, Channel 4, and Sky 1 (with a combined share of 12.9% in 2012). One of the more notable effects of the financial crisis has been the closure of several local channels, in particular the City network which closed its channels in March 2012.

Digital Terrestrial Television was finally introduced in 2011 and switch-off completed in October 2012, following years of delay and set-backs (three different groups had handed back or refused to take the licence). The multiplexes of the PSB RTÉ with the service "Saorview" was launched in May 2011. The public service broadcaster has also launched additional digital channels. The total offer now includes the channels RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, RTÉ News Now and new services RTÉjr (children), RTÉ One +1, RTÉ Aertel Digital (teletext), and a trial HD service. In addition to "Saorview", a complementary satellite service "Saorsat" was launched in May 2012 in order to ensure full coverage of the population with the basic DTT channels. In August 2013, news reports suggested that there may be plans to revive the idea of having a commercial multiplex in Ireland.

According to data from ComReg in May 2013, 97.7% of Irish TV households received digital television (an increase from 76.8% one year before based on the switch-off of analogue terrestrial television in October 2012). By May 2013 almost 12% of TV households were receiving DTT services. Pay-TV households had reached 71% divided between satellite and cable/MMDS. Of this the UK satellite packager BSkyB has approximately 600 000 Irish subscribers. The success of this package owes much to the lack of a DTT service before 2011 with no alternative for reception of digital television (and/or pay-TV) outside of the main cities and towns. The cable market is controlled by one operator, UPC Ireland (Liberty Global). Liberty Global's quarterly report claimed a total of 410 400 cable customers in June 2013. More than 86% are digital cable customers. UPC Ireland launched an on-demand service in May 2012 and by January 2013 they claimed to have had 12.5 million video views. The video on

En Irlande, le radiodiffuseur de service public national continue de jouer un rôle très important sur le marché et, en 2012, RTÉ1 et RTÉ2, ont une part de marché cumulée de 9,6 % (variation de 10 % par rapport à 2004). La chaîne privée TV3 est désormais la deuxième chaîne la plus populaire avec une part de marché de 11,1 %. Les deux autres radiodiffuseurs nationaux irlandais sont la chaîne publique de langue irlandaise TG4 et la chaîne de divertissement 3e (appartenant à TV3). Les chaînes britanniques représentent toujours une part importante du paysage médiatique et les cinq plus populaires sont, dans l'ordre : BBC1, UTV, BBC 2, Channel 4 et Sky 1 (part cumulée de 12,9 % en 2012). L'un des effets les plus notables de la crise financière a été la fermeture de plusieurs chaînes locales, notamment le réseau City dont les chaînes ont cessé d'émettre en mars 2012.

La télévision numérique terrestre a finalement été introduite en 2011 et l'analogique abandonné en octobre 2012, après des années de retard et de revers (trois groupes ayant restitué leur licence ou refusé d'en prendre une). Le multiplex du radiodiffuseur de service public RTÉ avec le service « Saorview » a été lancé en mai 2011. Le radiodiffuseur de service public a également lancé des chaînes numériques. L'offre totale inclut désormais les chaînes RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, RTÉ News Now et les nouveaux services RTÉjr (enfants), RTÉ One +1, RTÉ Aertel Digital (télétexte), et un service HD à l'essai. En plus de « Saorview », un service par satellite complémentaire « Saorsat » a été lancé en mai 2012 afin d'assurer l'accès de l'ensemble de la population aux chaînes de base de la TNT.

En mai 2013, selon les données de ComReg, 97,7 % des foyers irlandais équipés d'un téléviseur recevaient la télévision numérique (contre 76,8 % un an auparavant en conséquence de l'abandon de la télévision analogique terrestre en octobre 2012). En mai 2013, près de 12 % des foyers TV avaient accès aux services TNT. 71 % des foyers étaient abonnés à la télévision payante, répartis entre le satellite et le câble/SDMM. Parmi ces derniers, l'ensemblier satellitaire britannique BSkyB compte environ 600 000 abonnés irlandais. Le succès de ce bouquet doit beaucoup à l'absence d'un service TNT avant 2011 et à l'absence d'autre solution pour recevoir la télévision numérique (et/ou la télévision payante) en dehors des principales villes. Le marché du câble est contrôlé par un opérateur, UPC Ireland (Liberty Global). Le rapport trimestriel de Liberty Global affiche un total de 410 400 abonnés au câble en juin 2013 dont plus de 86 % bénéficient du câble numérique. UPC Ireland a lancé un service à la demande en mai 2012 et annoncé

In Irland spielt das nationale öffentlich-rechtliche Fernsehen nach wie vor eine wichtige Rolle auf dem Markt. Die Sender RTÉ1 und RTÉ2 hatten 2012 zusammen einen Marktanteil von 29,6 % (eine Veränderung von 10% gegenüber 2004). Der Privatsender TV3 kam auf 11,1 % und ist inzwischen der zweitbeliebteste Sender. Die beiden anderen irischen Sender sind der öffentlich-rechtliche irischsprachige Sender TG4 und der Unterhaltungssender 3e (ein Sender von TV3). Britische Sender spielen nach wie vor eine wichtige Rolle in der Medienlandschaft des Landes, und die fünf beliebtesten Sender sind in der Reihenfolge ihrer Marktanteile: BBC1, UTV, BBC 2, Channel 4 und Sky 1 (mit einem Marktanteil von insgesamt 12,9 % 2012). Die Finanzkrise hat sich auch auf den Fernsehsektor ausgewirkt: Mehrere lokale Sender mussten ihren Betrieb einstellen, vor allem das City Network, das im März 2012 vom Netz ging.

2011 wurde das digitale terrestrische Fernsehen eingeführt. Die Abstrahlung des analogen Signals war im Oktober 2012 abgeschlossen, nachdem es über Jahre hinweg immer wieder Verzögerungen und Rückschläge gegeben hatte (drei verschiedene Gruppen hatten ihre Lizenz entweder zurückgegeben oder abgelehnt). Im Mai 2011 gingen die Multiplexe von PSB RTÉ mit dem Dienst „Saorview“ in Betrieb. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen hat ebenfalls digitale Sender gestartet. Das Gesamtangebot umfasst inzwischen die Sender RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, RTÉ News Now und die neuen Dienste RTÉjr (Kindersender), RTÉ One +1, RTÉ Aertel Digital (Teletext) sowie einen HD-Testsender. Neben „Saorview“ wurde im Mai 2012 ein weiterer Satellitendienst mit dem Namen „Saorsat“ gestartet. Damit soll die Versorgung der gesamten Bevölkerung in Irland mit Basis-DVB-T-Diensten gewährleistet werden.

Laut Erhebung der ComReg vom Mai 2013 empfangen 97,7 % der Haushalte digitales Fernsehen (eine Zunahme von 76,8 % gegenüber 2012, die auf die Abschaltung des Analog-Signals im Oktober 2012 zurückzuführen ist). Im Mai 2013 lag der Anteil der Fernsehhaushalte mit DVB-T-Empfang jedoch lediglich bei 12 %. Der Anteil der Pay-TV-Haushalte (über Satellit oder Kabel/MMDS) liegt bei 71 %. Davon entfielen allein 600 000 Abonnenten auf den Pay-TV-Sender BSkyB. Der Erfolg dieses Senders dürfte vor allem auf die Tatsache zurückzuführen sein, dass es vor 2011 keine DVB-T-Dienste gab – damals gab es keine Alternative für den Empfang von digitalem Fernsehen (und/oder Pay-TV) außerhalb der großen Städte. Der Kabelmarkt wird von einem einzigen Anbieter – UPC Ireland (Liberty Global) – beherrscht. Laut Quartalsbericht von Liberty Global hatte das Unternehmen im Juni 2013 410 400 Kabelkunden, von denen 86 %

demand service Netflix also announced in August 2013 that it had a subscriber base of 150 000 in Ireland.

There are two operators providing IPTV services (Magnet Networks and Eircom) but take-up is only about 2% of households. Following DVB-H trials from 2007, regulator ComReg carried out a consultation in 2012 regarding the licensing of DVB-H. However, the project was abandoned as the industry did not express much interest in providing these services.

The Government announced plans in February 2012 to change the method for collection of the public service broadcasting fee in Ireland, and to move from a licence fee to a household fee. The rationale is the convergence in technology implying that public service broadcasting and content is available to everyone on a range of platforms and devices and is no longer dependent on the ownership of a television.

The Broadcasting Authority of Ireland (BAI) published a new Code of Fairness, Objectivity and Impartiality in News and Current Affairs. Among other issues, the code includes a new rule that requires broadcasters to put in place appropriate policies and procedures for handling contributions to news and current affairs programmes via social media. In June 2013, the regulator also published revised versions of its General and Children's Commercial Communications Codes.

A review of competition law in Ireland resulted in the passing of the Competition Amendment Act in 2012. There were some expectations that this review would include a reform of media ownership law but this did not happen.

The low corporate tax rates in Ireland have received global attention and criticism, as the system has become part of a strategy of major international media companies such as Apple, Google and Facebook in corporate tax avoidance.

plus de 1 million de visionages au cours du premier mois. Le service de vidéo à la demande Netflix a également annoncé en août 2013 une base de 150 000 abonnés en Irlande.

Deux opérateurs proposent des services IPTV (Magnet Networks et Eircom), mais seuls 2 % des foyers y sont abonnés. Après les essais DVB-H lancés en 2007, le régulateur ComReg a mené une consultation en 2012 au sujet de l'octroi des licences DVB-H. Cependant, le projet a été abandonné car l'industrie ne s'est pas montrée très intéressée par la fourniture de ces services.

En février 2012, le gouvernement a annoncé vouloir modifier le mode de perception de la redevance de radiodiffusion de service public en Irlande, et passer d'une redevance par licence à une redevance par foyer. L'argument avancé est que la convergence de la technologie signifie que le contenu et la radiodiffusion de service public sont accessibles à tous sur divers dispositifs et plates-formes et ne dépendent plus de la possession d'un téléviseur.

La Broadcasting Authority of Ireland (autorité irlandaise de la radiodiffusion - BAI) a publié un nouveau code sur l'équité, l'objectivité et l'impartialité dans les programmes d'information et les actualités. Ce code prévoit notamment une nouvelle règle qui oblige les radiodiffuseurs à mettre en place des politiques et des procédures appropriées pour le traitement des contributions aux programmes d'information et aux magazines d'actualité par l'intermédiaire des médias sociaux. En juin 2013, le régulateur a également publié une version révisée de son code général applicable aux communications commerciales et de son code applicable aux communications commerciales destinées aux enfants.

Une révision du droit de la concurrence en Irlande a abouti à l'adoption de la loi modifiant la loi relative à la concurrence en 2012. Certains espéraient que cette révision s'accompagne d'une réforme du droit de la propriété des médias, mais ce ne fut pas le cas.

Les faibles taux d'imposition des sociétés en Irlande ont suscité l'intérêt et les critiques du monde entier car le système est devenu partie intégrante de la stratégie des grandes entreprises médiatiques internationales, telles que Apple, Google et Facebook, pour échapper à l'impôt sur les sociétés.

ein digitales Angebot nutzen. Seit Mai 2012 bietet UPC Ireland einen Video-on-Demand-Dienst an. Nach eigenen Angaben haben im ersten Monat bereits mehr als 1 Mio. Kunden auf das Angebot zugegriffen. Der Video-on-Demand-Dienst Netflix hatte im August 2013 eigenen Angaben zufolge 150 000 Abonnenten in Irland.

Es gibt in Irland zwei Anbieter von IPTV-Diensten (Magnet Networks und Eircom), die jedoch nur von etwa 2 % der Haushalte genutzt werden. Nach DVB-H-Tests ab 2007 hat die Regulierungsbehörde ComReg 2012 eine Befragung zur Lizenzvergabe von DVB-H durchgeführt. Das Projekt wurde jedoch ad acta gelegt, da das Interesse der Industrie zu gering war.

Im Februar 2012 hat die Regierung Pläne zur Änderung der Rundfunk- und Fernsehgebühren für den öffentlichen Rundfunk in Irland angekündigt. Anstelle einer Lizenzgebühr für einzelne Geräte soll der Rundfunkbeitrag in Zukunft als Pauschale pro Haushalt erhoben werden. Mit dieser Änderung soll den geänderten technologischen Möglichkeiten Rechnung getragen werden. Denn heute stehen öffentlich-rechtliches Fernsehen und Inhalte jedem Nutzer auf einer Vielzahl von Plattformen und Geräten zur Verfügung und sind nicht mehr an den Besitz eines Fernsehgerätes gebunden.

2013 hat die Broadcasting Authority of Ireland (BAI – irische Rundfunkbehörde) einen neuen „Kodex für Fairness, Objektivität und Unparteilichkeit in Nachrichten und aktuellen Berichten“ („Code of Fairness, Objectivity and Impartiality in News and Current Affairs“) veröffentlicht. Dieser Kodex enthält unter anderem eine neue Bestimmung, die Rundfunkveranstalter dazu verpflichtet, angemessene Regelungen und Verfahren für den Umgang mit Beiträgen zu Nachrichten und Programmen zum aktuellen Geschehen einzuführen, die über soziale Netzwerke erfolgen. Im Juni 2013 hat die Regulierungsbehörde auch eine überarbeitete Fassung der „Kodizes für allgemeine kommerzielle Kommunikationen und kommerzielle Kommunikationen für Kinder“ (General and Children's Commercial Communications Codes“) bekannt gegeben.

Mit der Verabschiedung des Wettbewerbsrechts-Änderungsgesetzes 2012 (Competition Amendment Act) hat es in Irland auch Änderungen im Wettbewerbsrecht gegeben. Erwartungen, dass damit auch eine Reform des Gesetzes über Medienbesitz verbunden sein würde, erfüllten sich jedoch nicht.

Die niedrigen Unternehmenssteuersätze in Irland sind weltweit auf Kritik gestoßen, da bedeutende internationale Medienkonzerne wie Apple, Google und Facebook dieses System systematisch zur Steuervermeidung nutzen.

► Broadcasting Authority of Ireland (BAI), <http://www.bai.ie>
Commission for Communications Regulation (ComReg), <http://www.comreg.ie>
Department of Communications Energy and Natural Resources: <http://www.dcenr.gov.ie>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

IE1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	4 598
Households	1 703

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			1 509
Cable TV subscriptions	26.2%	446	
Digital cable TV households	22.4%		382
Digital DTH/SMATV households	50.7%		864
Pay DTH/SMATV subscriptions	38.2%	650	
IPTV households	1.6%		28
Pay IPTV subscriptions	1.7%	29	
DTT households	11.5%		196
Pay DTT subscriptions	~	~	~
Total digital TV households	86.3%		1 470
Total pay TV subscriptions	66.1%	1 125	
Households with DVD player	85.6%		1 458
Households with Blu-ray disc player	7.6%		130
Households with PC	78.4%		1 336
Households with broadband connections	57.7%		982
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	11.4%		195

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

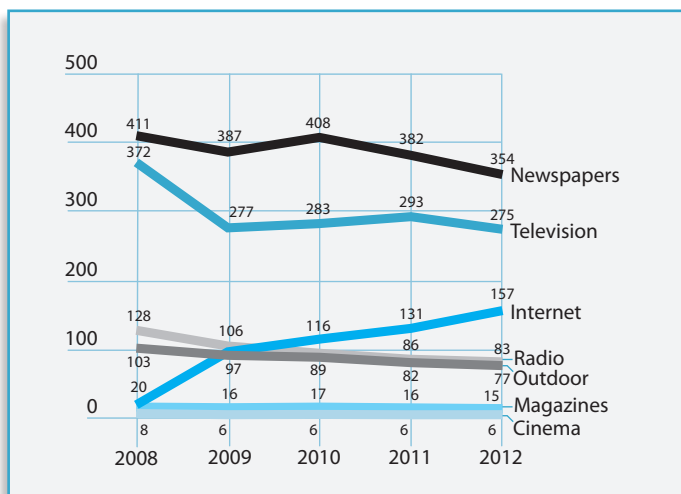
		Total in thousands
Active smartphones	61.7%	2 838
Active tablets	8.7%	400
Advanced game consoles	30.7%	1 410

IHS Screen Digest

IE2

Advertising
2008-2012

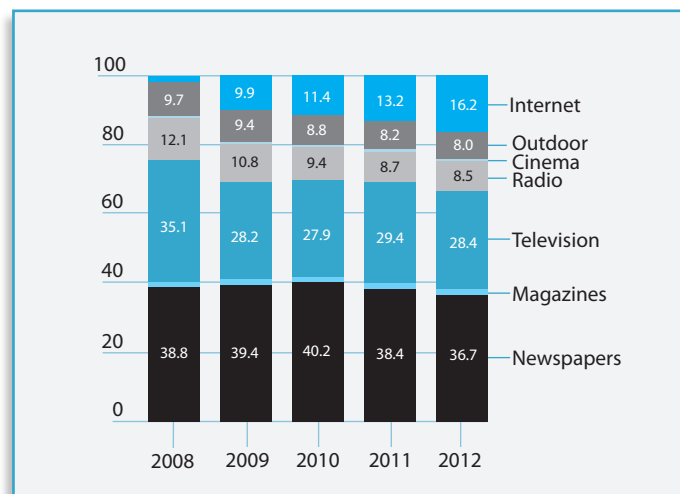
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

IE3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Google Ireland Ltd	Adv. sales	Google, YouTube	10 098	12 457	15 524	24.6%
Facebook Ireland Limited	Adv. sales	Facebook	229	1 052	1 789	70.1%
Eircom Ltd ¹	3Play	eVision	1 831	1 689	1 515	-10.3%
Vodafone Ireland Ltd ¹	3GTV	Mobile TV	1 059	1 032	~	~
Telefonica O2 Ireland Ltd ¹	3GTV	O2TV	815	703	~	~
RTÉ (cons.)	sptv	RTE 1, RTE 2, radios	372	351	337	-3.9%
UPC Communication Ireland ¹	3Play	Chorus / NTLTV	278	308	331	7.3%
Cineflix International Media Ltd	rights	Cineflix	31	45	67	51.0%
Nelvana International	rights	Nelvana	25	47	65	38.2%
Communicationcorp Group Ltd	rad	98FM, Newtalk 106, Today FM, ...	68	64	58	-9.1%
TV3 Television Networks Ltd	adtv	TV3, 3e	53	54	54	-0.7%

¹ Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	2	2	Casey Cablevision (Cablesurf), UPC Broadband Ireland
Satellite packagers	0	2	BSkyB sell and target an Irish version of Sky UK in Ireland. Freesat is also available.
IPTV packagers	2	2	Magnet Networks, Eircom
DTT multiplex operators and packagers	1	1	RTÉ - Saorview
Mobile TV packagers	1	1	Telefonica O2 Ireland
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB), Xbox Live (LU)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	RTE	Public	8	31.7%	29.8%
2	TV3	Private	2	13.9%	12.9%
3	BBC Group (GB)	Public	29	>6.9%	>7%
4	News Corp (US/GB)	Private	62	>4.9%	>5.1%
5	Channel 4 (GB)	Public	11	>3.5%	>3.6%

➔ European Audiovisual Observatory

IE4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	200.9	200.2	196.0	183.6	180.9	45.6	53.4	52.7	52.3	53.6	-1.5%
- Licence fee	200.9	200.2	196.0	183.6	180.9	45.6	53.4	52.7	52.3	53.6	-1.5%
Total commercial income	239.9	174.7	175.7	167.3	156.3	54.4	46.6	47.3	47.7	46.4	-6.6%
- Advertising	195.6	131.7	132.6	123.8	111.0	44.4	35.1	35.7	35.3	32.9	-10.4%
- Sponsorship	9.4	9.0	8.9	8.2	9.4	2.1	2.4	2.4	2.3	2.8	14.6%
- Merchandising	10.3	10.4	10.6	10.7	11	2.3	2.8	2.9	3.0	3.3	2.8%
- Other commercial income	24.6	23.7	23.5	24.6	34.3	5.6	6.3	6.3	7.0	10.2	39.6%
TOTAL	440.8	374.9	371.7	350.9	337.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-3.9%

Company included: RTE.

➔ RTE

IE5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	8	2	10
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	4	4	8
TV Regional/Local		3	3
TV Regional/Local Windows			
TV channels targeting foreign markets			
Pure TV online services (Web TV)			
Total	12	9	21
Foreign channels targeting the country	7	21	28

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	10	~
Catch-up TV services	7	28
VoD Generalist/ Film / Fiction	2	11
VoD Music / Music events	2	7
VoD Film	2	50
VoD Documentary		3
VoD Children/ Animation	1	7
Film/TV Archives and Trailers		4
Sport		5
Other	1	~
Total (estimated)	25	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign services.

	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	
	(free) Saorview	UPC Broadband	Sky (Full offer, IE)	Homevision	Magnet
Generalist - national	4	4	4	4	4
Generalist - foreign		5	5	4	5
Adult		3	28		2
Children	1	14	21	2	8
Culture/ education/ documentary		12	17	4	12
Minority interest groups			15		
Entertainment/ TV fiction/ games	1	21	51	9	14
Film		15	24	12	12
HD Simulcast of an existing channel		1	22		1
Home shopping		31	45		1
International linguistic and cultural		1	3		
Lifestyle/ specific leisure/ travel		5	11	1	7
Music		15	29		3
News/ business	1	13	26	1	5
Parliament/ government/ administration		1	1		
Regional/ local/ windows		4	3	1	1
Religion		2	30		
Sports		14	25	4	6
Various	2	10	51	1	1
Total (of which HD)	9 (1)	171 (32)	411 (49)	43	82
On-demand audiovisual services					
VoD		1		1	
Catch-up		3	1 ¹		
Other services			1 ²		
Total	0	4	2	1	

¹ Sky Anytime+ requires broadband.

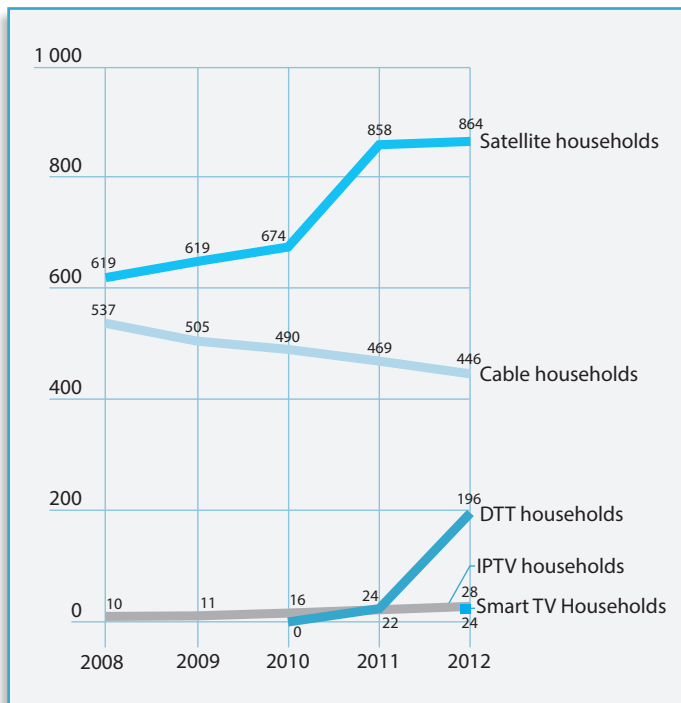
² Sky Anytime push VoD.

 European Audiovisual Observatory

IE6

Market trends
2008-2012

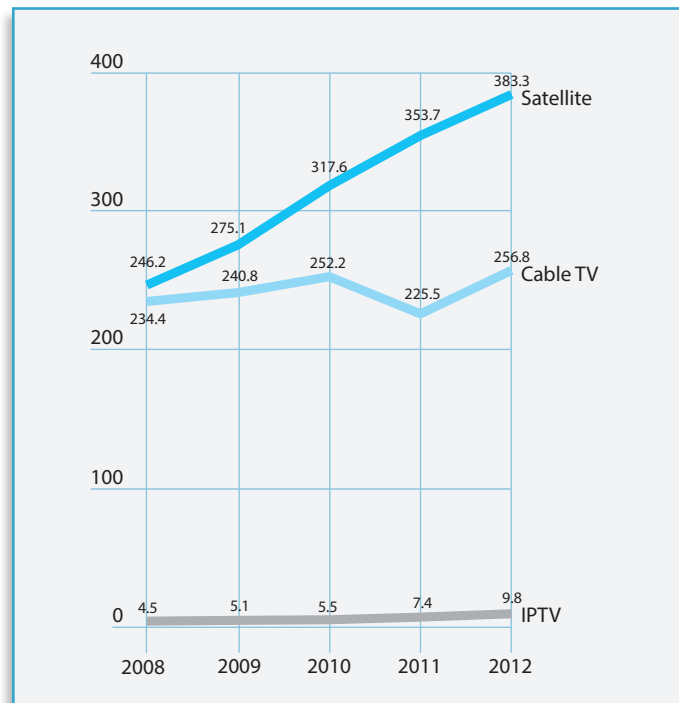
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

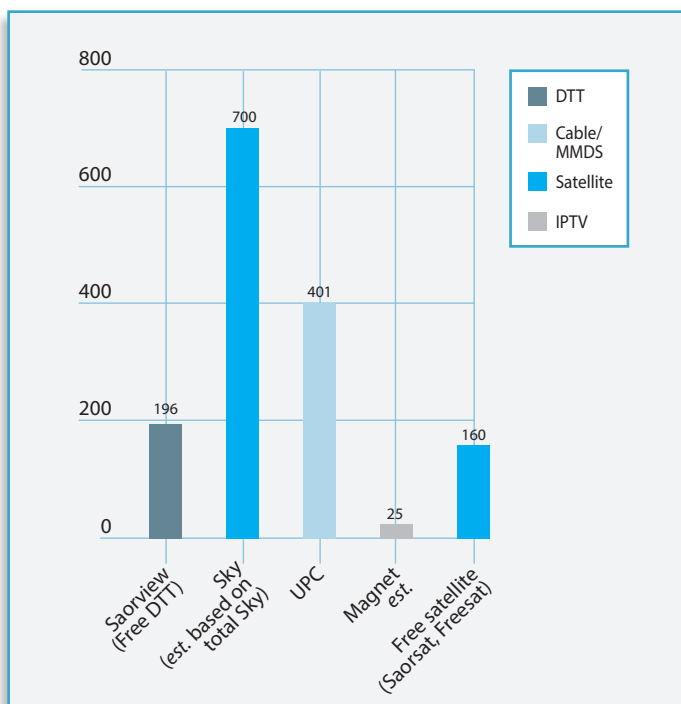
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

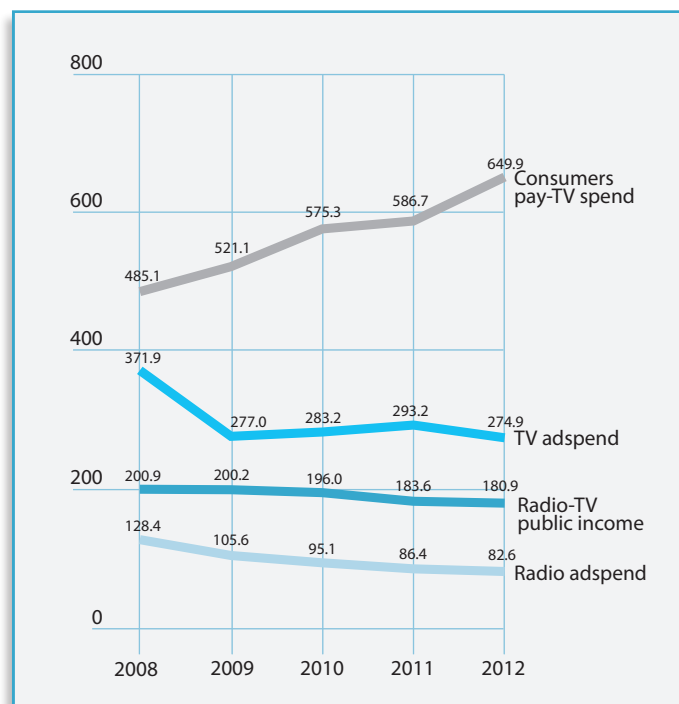
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and RTE

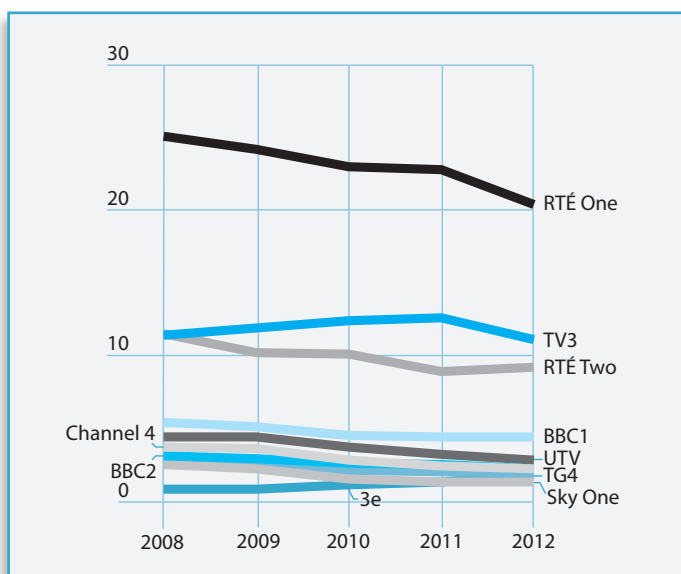
IE7

TV audience market share in Ireland

2008-2012 In %, 4 years +.

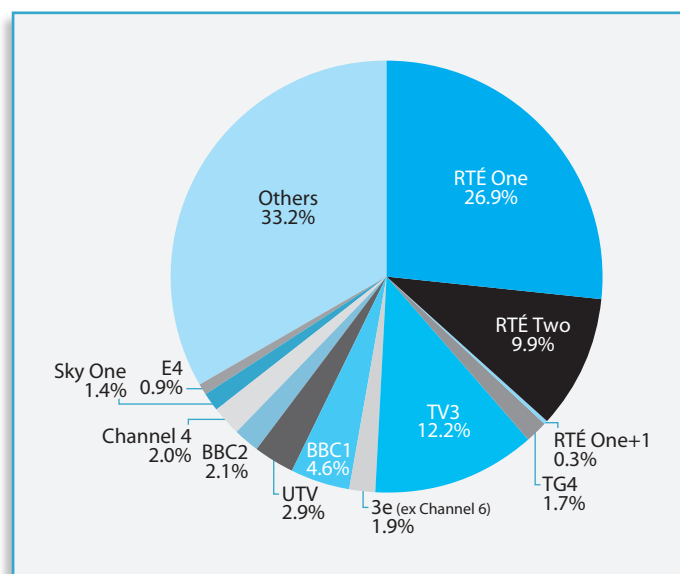
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:29)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
RTÉ One	25.1	24.2	23.0	22.8	20.4	31.0	30.5	29.9	29.7	26.9
RTÉ Two	11.5	10.2	10.1	8.9	9.2	12.1	10.7	10.5	9.3	9.9
RTÉ One+1					0.2					0.3
TG4	2.5	2.6	2.1	2.0	1.9	2.2	2.3	2.0	1.8	1.7
Public Irish channels	39.1	37.0	35.2	33.7	31.7	45.3	43.5	42.4	40.8	38.8
TV3	11.4	11.9	12.4	12.6	11.1	12.4	12.8	13.5	13.5	12.2
3e (ex Channel 6)	0.8	0.8	1.1	1.3	1.8	0.7	0.8	1.1	1.2	1.9
Setanta Ireland	0.8	0.9	0.4	0.4	0.3	0.7	0.8	0.4	0.3	0.3
Private Irish channels	13.0	13.6	13.9	14.3	13.2	13.8	14.4	15.0	15.0	14.4
BBC1	5.4	5.1	4.5	4.4	4.4	5.0	4.8	4.3	4.2	4.6
UTV	4.4	4.4	3.7	3.2	2.8	4.5	4.3	3.8	3.2	2.9
BBC2	3.1	2.9	2.6	2.5	2.2	3.0	3.0	2.3	2.4	2.1
Channel 4	3.7	3.6	2.8	2.4	2.2	3.5	3.3	2.6	2.2	2.0
Sky One	2.5	2.2	1.5	1.3	1.3	2.6	2.0	1.5	1.5	1.4
E4	1.3	1.2	1.0	0.8	0.9	1.2	1.0	0.9	0.7	0.9
Living TV	1.4	1.2	1.0	0.9	0.8	1.2	1.0	0.8	0.8	0.7
Sky Sports 1	1.1	0.9	0.8	0.7	0.8	0.7	0.6	0.6	0.6	0.7
Sky News	1.2	1.1	0.8	0.9	0.7	0.8	0.7	0.5	0.5	0.4
Sky Sports News	-	0.5	0.6	0.7	0.7	-	0.4	0.4	0.5	0.4
Comedy Central (ex Paramount Comedy)	1.0	1.0	0.7	0.6	0.7	0.9	0.9	0.6	0.5	0.6
Nick Jr	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3
Nickelodeon	1.0	0.8	0.7	0.5	0.5	0.5	0.4	0.2	0.2	0.3
Discovery Ireland			0.5	0.5	0.5			0.4	0.4	0.5
MTV	1.0	0.8	0.3	0.4	0.5	0.7	0.6	0.3	0.4	0.5
Universal Channel Ireland				0.4	0.4				0.4	0.3
Comedy Central +1	-	0.5	0.3	0.3	0.4	-	0.3	0.2	0.2	0.3
At the Races					0.4					0.2
Main foreign channels	28.4	27.7	23.3	22.4	23.3	25.5	24.5	20.6	20.4	21.7
Others	19.5	21.7	27.6	29.6	31.8	15.4	17.6	22.0	23.8	25.1

Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



2008-2012 Daily share. In %, 4 years +.

Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



2012 Prime time (18:00-23:29). In %, 4 years +.

Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

IE8

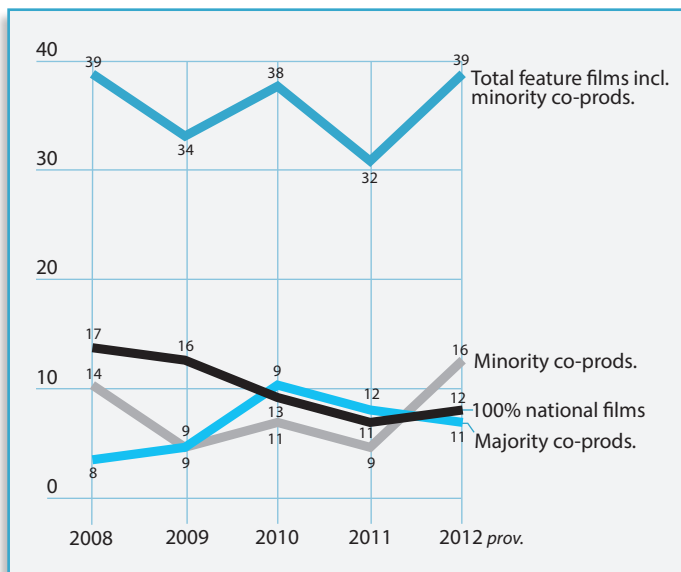
Feature film data 2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	10 137	9 929	9 980	9 365	10 436	OBS
Screens	439	450	449	480	438	IFB
Cinema sites	70	71	71	78	70	IFB/ MS
Digital screens	38	112	142	192	289	MS
Digital cinema sites	9	45	53	51	53	MS
Digital screen penetration	9%	25%	32%	40%	66%	OBS
Digital site penetration	13%	63%	75%	65%	76%	OBS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles), CSA (Carlton Screen Advertising)

Number of theatrical feature films produced

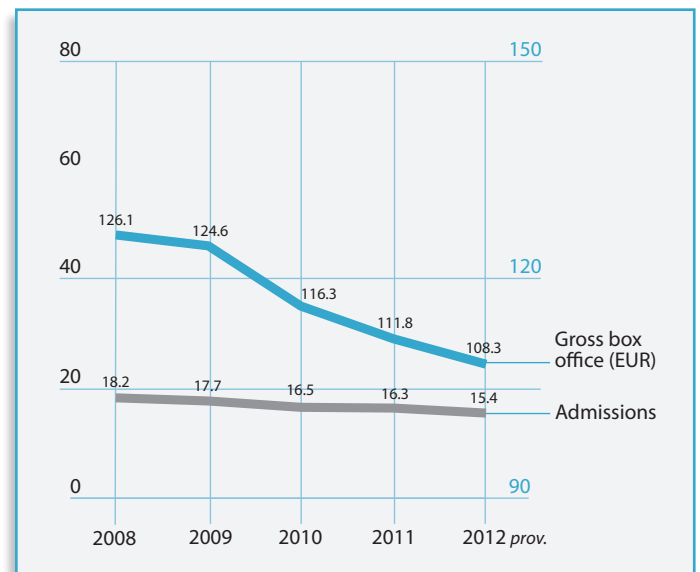


2008-2012 In units. ¹

¹ Year of principal photography. Includes feature documentaries.

➔ IFB (Irish Film Board)

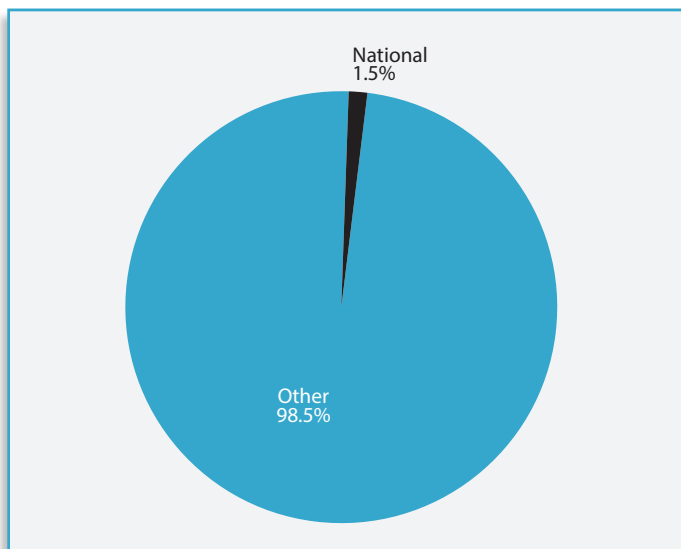
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ CSA / IFB

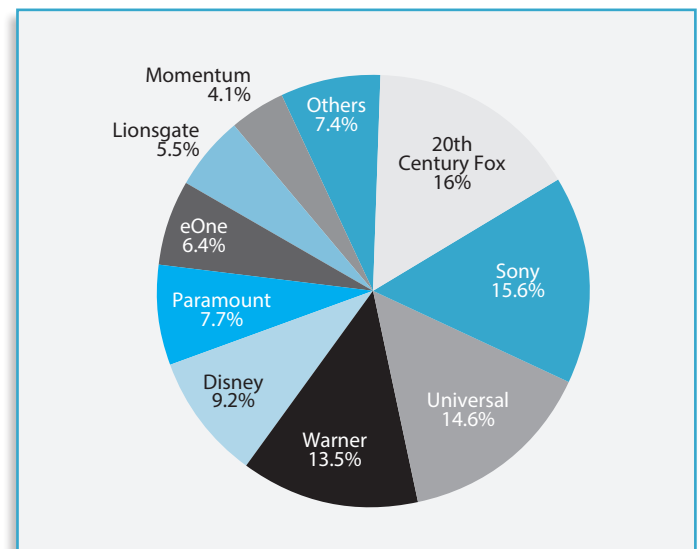
Market share according to the origin of films



2012 In % of GBO.

➔ IFB

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ IFB

IE9

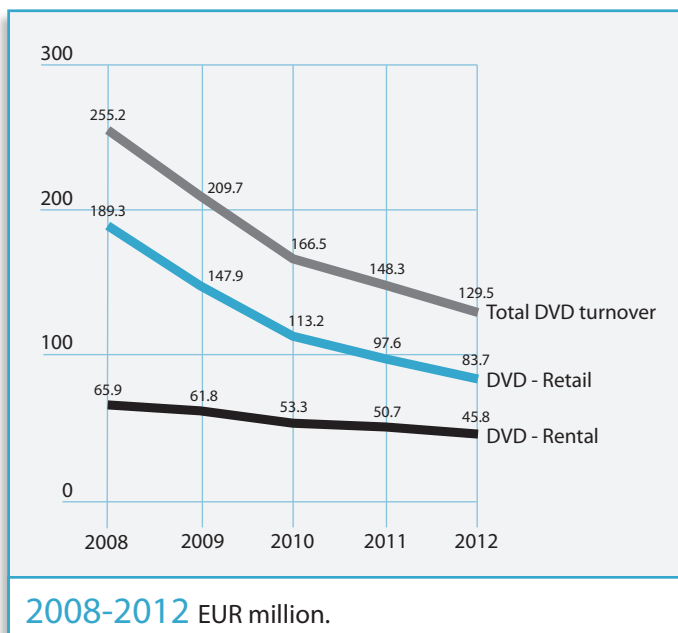
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	1.28	1.39	1.42	1.45	1.46
DVD player penetration of TV households	89.49%	95.19%	95.85%	95.81%	95.07%
Blu-ray disc player households	0.00	0.03	0.05	0.11	0.13
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.28%	1.78%	3.15%	7.27%	8.47%

IHS Screen Digest

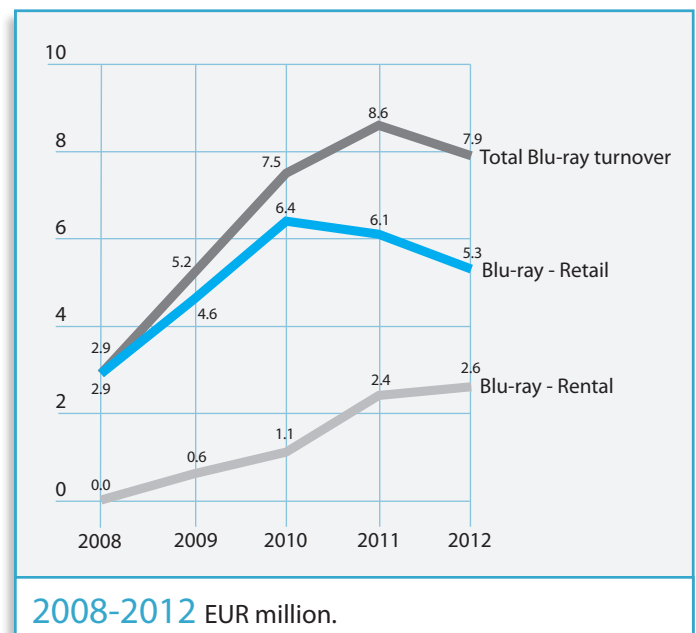
DVD turnover



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

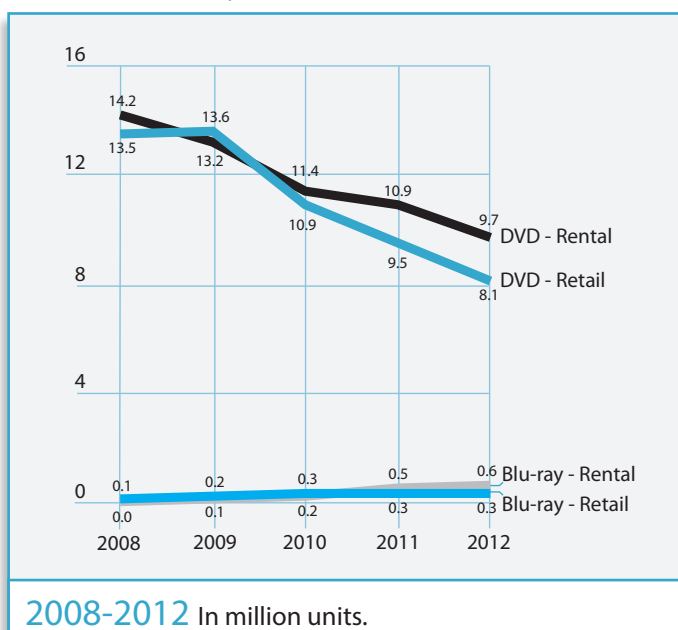
Blu-ray disc turnover



Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

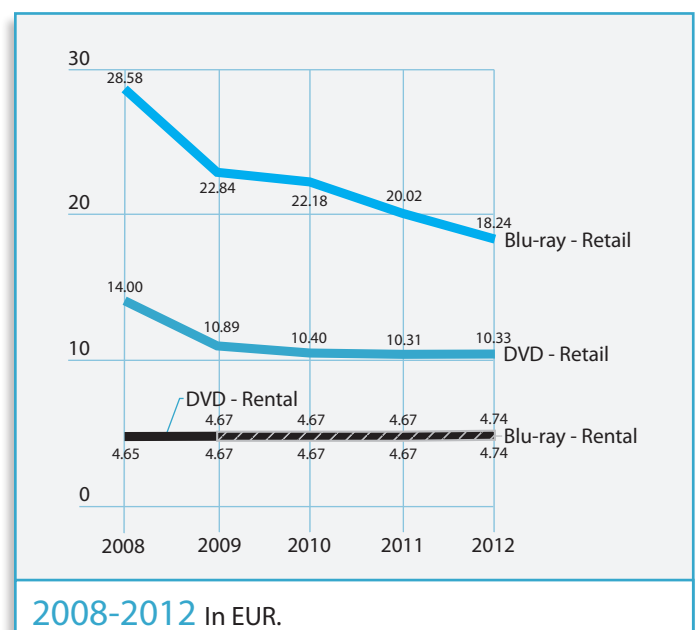
DVD and Blu-ray disc transactions



Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



OBS after IHS Screen Digest

The Icelandic TV market is dominated by three channels, which had a combined daily audience share of 94.6% in 2012: the public channel Sjónvarpið (RÚV-TV) had in 2012 a share of 56.3%, while the two major private channels, Stöð 2 (a pay-TV channel) and Skjár 1, had respectively shares of 29.1% and 9.1%.

The Icelandic market has thirty channels, four of which broadcast nationally: the pay-TV channels Stöð 2 and Stöð 2 Sport and the free-to-air channels Sjónvarpið (public) and Skjár 1. They can be received by more than 90% of the population. Others, such as Althingi (the parliament channel), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra and the pay-TV channel Stöð 2 Bio reach between 50 and 90% of the population. In October 2013 Stöð 3, a new pay channel targeting the 20-35 age group, started broadcasting. After the launch of three new channels in August 2012 (Stöð 2 Krakkar, Stöð 2 Gull, Stöð 2 Popptívi) by 365 ljósvakamiðlar ehf., a subsidiary of Dagsbrún hf, the company's total number of channels has increased to eleven (others include Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Bíó, Stöð 2 Extra and their time-shifted versions). Skjár 1 is controlled by Síminn hf, the former national telecommunications operator Landssími Íslands hf, which was privatised in 2005.

Dagsbrún and Síminn, who own the main private Icelandic channels, are also the most important players on the pay-TV distribution market. Dagsbrún controls the digital terrestrial television platform and the IPTV service launched by Vodafone in 2007. Síminn operates the IPTV platform Sjonvarp Simans, which was launched in 2004.

On 15 April 2011 the Icelandic Parliament adopted a new media act, to implement the Audiovisual Media Services Directive and replace the 2000 broadcasting act, and the 1956 press act. It introduces an obligation for all media in Iceland to be registered with a new media authority, the Media Committee. In November 2012 the Minister of Education, Science and Culture appointed a Committee to propose amendments to the media law, with a focus on media coverage of elections. On February 2013 the Committee, taking into consideration some comments suggested by the OCSE in 2009, issued a report proposing several amendments regarding mostly political advertisement on opinion polls on the elections. The report and proposals were presented to the Minister of Education, Science and Culture and the Parliament, but no amendments had been approved by end 2013.

Trois chaînes dominent le marché islandais de la TV. Leur part d'audience quotidienne cumulée, de 94,6 % en 2012, se répartit comme suit : 56,3 % pour la chaîne publique Sjónvarpið (RÚV-TV) et respectivement 29,1 % et 9,1 % pour les deux principales chaînes privées, Stöð 2 (payante) et Skjár 1.

Le marché islandais compte trente chaînes, dont quatre d'envergure nationale : les chaînes payantes Stöð 2, Stöð 2 Sport et les chaînes gratuites Sjónvarpið (publique) et Skjár 1. Elles sont disponibles pour plus de 90 % de la population. D'autres, comme Althingi (la chaîne parlementaire), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra et Stöð 2 Bio, qui est payante, touchent entre 50 et 90 % de la population. Stöð 3, nouvelle chaîne payante ciblant les 20-35 ans, a commencé à émettre en octobre 2013. Enfin, Aksjon est une chaîne locale disponible dans environ 5 % des foyers. Avec le lancement de trois nouvelles chaînes (Stöð 2 Krakkar, Stöð 2 Gull, Stöð 2 Popptívi) en août 2012 par 365 ljósvakamiðlar ehf., la filiale de Dagsbrún hf, l'entreprise compte désormais 11 chaînes à son actif (parmi lesquelles Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Bíó, Stöð 2 Extra et leurs versions décalées). La chaîne Skjár 1 est contrôlée par Síminn hf, l'ancien opérateur national de télécommunications Landssími Íslands hf, privatisé en 2005.

Dagsbrún et Síminn, propriétaires des principales chaînes privées islandaises, sont aussi les opérateurs les plus importants sur le marché de la distribution de chaînes de télévision payantes. Dagsbrún contrôle la plate-forme de télévision numérique terrestre ainsi que le service IPTV lancé par Vodafone en 2007. Síminn quant à elle opère la plate-forme IPTV Sjonvarp Simans, lancée en 2004.

Le 15 avril 2011, le Parlement islandais a adopté une nouvelle loi, qui transpose la Directive Services de médias audiovisuels et remplace à la fois la loi relative à la radiodiffusion de 2000 et la loi relative à la presse de 1956. Il impose à l'ensemble des médias islandais une obligation d'enregistrement auprès de la nouvelle autorité des médias, la Commission des médias.

En novembre 2012, le ministre de l'Éducation, de la Science et de la Culture a chargé une commission de proposer des modifications de la loi sur les médias, centrées sur la couverture médiatique des élections. En février 2013, cette commission a publié un rapport tenant compte des observations formulées par l'OSCE en 2009 et proposant plusieurs modifications concernant, principalement, la publicité politique lors des sondages d'opinion effectués pour les élections. Le rapport et les propositions ont été présentés au ministre de l'Éducation, de la Science et de la Culture et au Parlement, mais aucune modification n'était encore approuvée fin 2013.

Der isländische Fernsehmarkt wird von drei Sendern dominiert, die 2012 zusammen einen Zuschauermarktanteil von 94,6 % hatten: dem öffentlich-rechtlichen Sender Sjónvarpið (RÚV-TV) mit 56,3 % und den beiden größten Privatsendern Stöð 2 (ein Pay-TV-Sender) mit 29,1 % und Skjár 1 mit 9,1 %.

Auf dem isländischen Markt gibt es 30 Sender, davon vier landesweite: die Pay-TV-Sender Stöð 2 und Stöð 2 Sport sowie die frei empfangbaren Sender Sjónvarpið (öffentlich-rechtlich) und Skjár 1. Diese Sender können von über 90 % der Bevölkerung empfangen werden. Sender wie Althingi (Parlamentskanal), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra und Stöð 2 Bio (Pay-TV) erreichen zwischen 50 % und 90 % der Bevölkerung. Im Oktober 2013 ging Stöð 3, ein neuer Pay-TV-Sender in Betrieb. Seine Zielgruppe ist die Altersgruppe zwischen 20 und 35 Jahren. Nach dem Start von drei neuen Sendern im August 2012 (Stöð 2 Krakkar, Stöð 2 Gull, Stöð 2 Popptívi) durch 365 ljósvakamiðlar ehf., eine Tochter von Dagsbrún hf, ist die Zahl der Sender des Unternehmens auf insgesamt elf gestiegen (dazu zählen auch Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Bíó, Stöð 2 Extra sowie ihre zeitversetzten Versionen). Der Sender Skjár 1 wird von Síminn hf kontrolliert, dem früheren nationalen Telekommunikationsbetreiber Landssími Íslands hf, der 2005 privatisiert wurde.

Dagsbrún und Síminn, die Eigentümer der größten isländischen Privatsender, sind auch die größten Betreiber auf dem Markt für die Übertragung von Pay-TV-Programmen. Dagsbrún kontrolliert die DVB-T-Plattform sowie den von Vodafone 2007 gestarteten IPTV-Dienst, während Síminn die seit 2004 bestehende IPTV-Plattform Sjonvarp Simans betreibt.

Am 15. April 2011 hat das isländische Parlament ein neues Mediengesetz verabschiedet, das die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umsetzt. Es ersetzt das Rundfunkgesetz aus dem Jahr 2000 sowie das Pressegesetz von 1956 und führt die verbindliche Registrierung aller Medien in Island bei einer neuen Medienbehörde, dem Medienkomitee, ein.

Im November 2012 hat der Minister für Bildung, Wissenschaft und Kultur einen Ausschuss eingesetzt, der Änderungen zum Mediengesetz vorschlagen sollte, mit Schwerpunkt auf der Medienberichterstattung über Wahlen. Im Februar 2013 legte der Ausschuss einen Bericht mit mehreren Änderungsvorschlägen vor, die sich in erster Linie auf Wahlwerbung im Zusammenhang mit Meinungsumfragen bezogen. Damit berücksichtigte der Ausschuss einige der Empfehlungen der OSZE aus dem Jahr 2009. Der Bericht und die Vorschläge wurden dem Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur und dem Parlament vorgelegt, doch bis Ende 2013 war noch keine Änderung verabschiedet worden.

➤ Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>

EPRA: www.epra.org

Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

IS1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	322
Households	122

➔ Statistics Iceland

Household equipment as at 31.12.12 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	17.2%	21	
Digital cable TV households	~	~	
Digital DTH/SMATV households	8.2%	10	
Pay DTH/SMATV subscriptions	20.5%	25	
IPTV households	30.3%		37
Pay IPTV subscriptions	~	~	
DTT households	~	~	157
Pay DTT subscriptions			
Total digital TV households			
Total pay TV subscriptions	45.9%	56	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	96.7%		118
Households with broadband connections	92.8%		113
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	~	~	~

➔ Statistics Iceland / Eurostat - Community survey on ICT usage in Households

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

➔ No data source identified

IS2

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 ISK million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Skipti hf. ¹	3play	Siminn Television	34 090	27572	~	~
<i>p.m.</i> Siminn hf. ²	3play	Siminn	23 691	24890	25 851	3.9%
<i>p.m.</i> Skjarrinn ehf. ³	adtv	Skjar 1, Skjarr Golf, VoD	1 544	1898	2 137	12.6%
Vodafone	3play	Vodafone	~	12953	13 345	3.0%
365 miðlar ehf. ⁴	invest, adtv, thtv	Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Sport 2, 3, 4, 5, 6, Stöð 2 Extra, Stöð 2 Bio, NOVA TV	8 550	~	8 816	~
RUV - Ríkisutvarpid	sptv	RUV Radio and TV	4 970	4983	5 325	6.9%
Nova ehf. ¹	3GTV	Nova TV	3 165	3750	4 398	17.3%
Sena hf	discin, exh, vg	Sena	2 607	2699	2 722	0.8%
Gagnaveita Reykjavkur ehf	3play	Gagnaveita	1 000	1170	1 385	18.4%

¹ Includes telecommunication activities.² In March 2007 the following proposals of Siminn's board were approved: A new parent company called Skipti hf. was introduced and Siminn was split into three companies: Siminn hf. the main operating company; Fasteignafélagið

Jörfi ehf, a real estate company, and Míla ehf which owns and operates the national trunk and access networks in Iceland.

³ Skjarrinn was acquired by Skipti in 2004.⁴ Includes revenues from other activities (publishing).

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	3	3	Siminn etc.
Satellite packagers	-	-	-
IPTV packagers	2	2	Siminn, Vodafone (Dagsbrún group)
DTT multiplex operators and packagers	2	2	RÚV, Vodafone (Dagsbrún group)
Mobile TV packagers	1	1	Vodafone (Dagsbrún group)
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry APP World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	RUV	Public	1	51.1%	56.3%
2	365 miðlar ehf	Privé	13	39.2%	34.5%
3	Skjarrinn	Privé	2	9.6%	9.2%

➔ European Audiovisual Observatory

IS3

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	ISK million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	2 974.0	3 532.0	3 126.0	3 025.0	3 100.6	64.9	70.0	62.8	59.9	58.1	2.5%
- Licence fee	2 974.0					64.9	0.0	0.0	0.0	0.0	-
- Other public income		3 532.0	3 126.0	3 025.0	3 100.6	0.0	70.0	62.8	59.9	58.1	2.5%
Total commercial income	1 564.0	1 424.0	1 729.0	1 968.0	2 161.5	34.1	28.2	34.7	39.0	13.8	9.8%
- Advertising	1 308.0	1 160.0	1 477.0	1 654.0	1 815.2	28.6	23.0	29.7	32.7	34.0	9.7%
- Sponsoring	105.0	107.0	152.0	198.0	222.9	2.3	2.1	3.1	3.9	4.2	12.6%
- Programme sales	7.0	6.0	2.0			0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	-
- Other commercial income	144.0	151.0	98.0	116.0	123.4	3.1	3.0	2.0	2.3	2.3	6.4%
Other income	43.0	87.0	121.0	58.0	76.1	0.9	1.7	2.4	1.1	1.4	31.2%
TOTAL	4 581.0	5 043.0	4 976.0	5 051.0	5 338.2	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	5.7%

Company included: RUV.

➔ RUV / EBU-M.I.S.

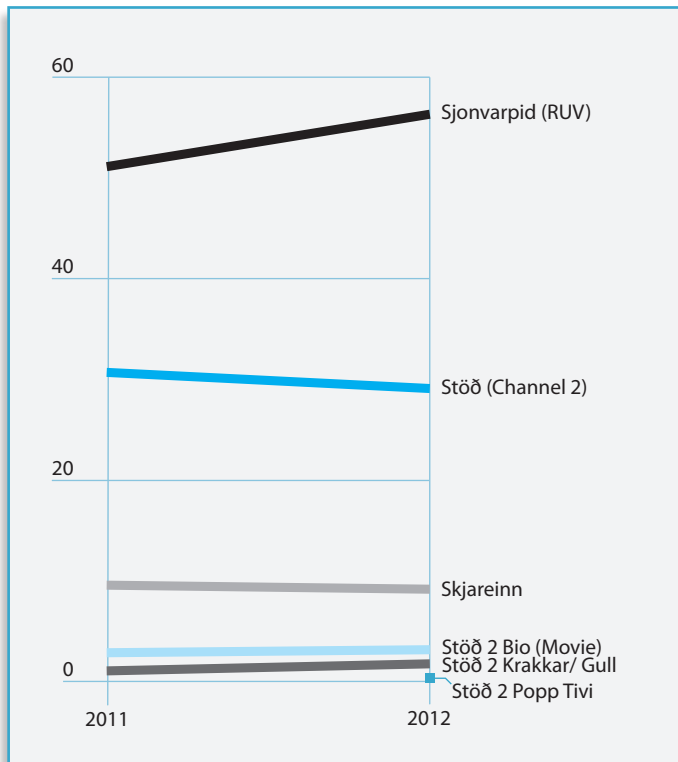
IS4

TV audience market share in Iceland

2011-2012 In %, 4 years +.

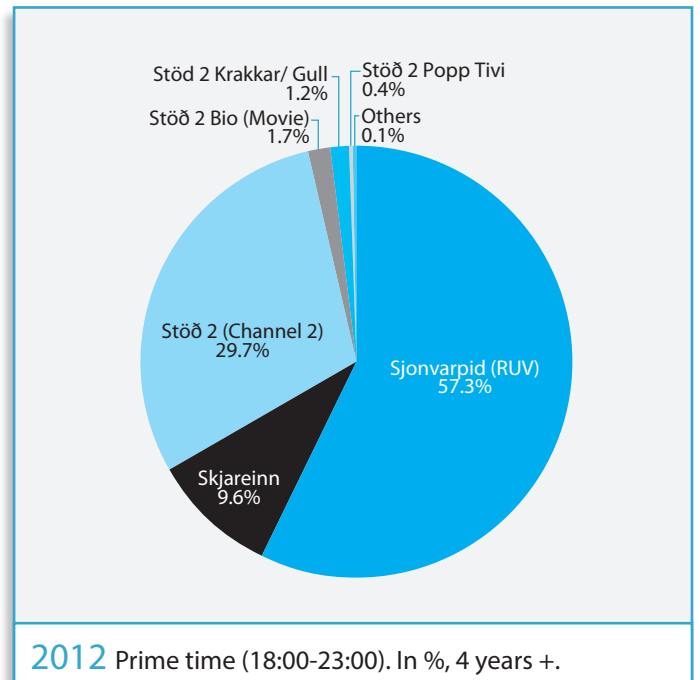
Channels	Daily share		Prime time (18:00-23:00)	
	2011	2012	2011	2012
Sjonvarpid (RUV)	51.1	56.3	54.2	57.3
Total public channels	51.1	56.3	54.2	57.3
Skjareinn	9.6	9.2	9.4	9.6
Stöð 2 (Channel 2)	30.7	29.1	30.9	29.7
Stöð 2 Bio (Movie)	2.9	3.2	1.5	1.7
Stöð 2 Krakkar/Gull (former Stöð 2 Extra)	1.1	1.8	0.8	1.2
Stöð 2 Popp Tivi		0.4		0.4
Stöð 2 Sport	3.2	~	2.8	~
Stöð 2 Sport 2	1.3	~	0.4	~
Main private channels	48.8	43.7	45.8	42.6

Eurodata TV Worldwide / Capacent Iceland



2011-2012 Daily share. In %, 4 years +.

Eurodata TV Worldwide / Capacent Iceland



2012 Prime time (18:00-23:00). In %, 4 years +.

Eurodata TV Worldwide / Capacent Iceland

IS5

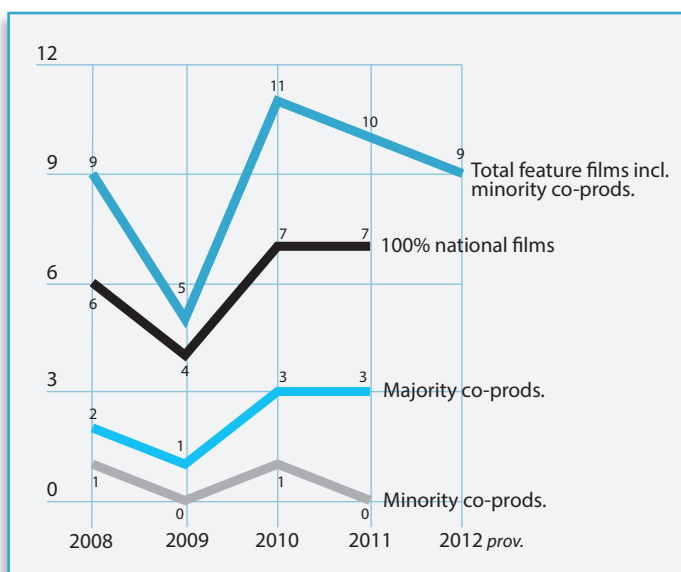
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	7 604	7 747	7 406	7 432	8 024	OBS
Screens	41	40	38	41	41	HI
Cinema sites	18	17	16	15	15	HI
Digital screens	7	12	17	30	33	HI
Digital cinema sites	4	4	7	8	11	MS
Digital screen penetration	17%	30%	45%	73%	80%	OBS
Digital site penetration	22%	24%	44%	53%	73%	OBS

European Audiovisual Observatory after MEDIA Salles / HI (Statistics Iceland)

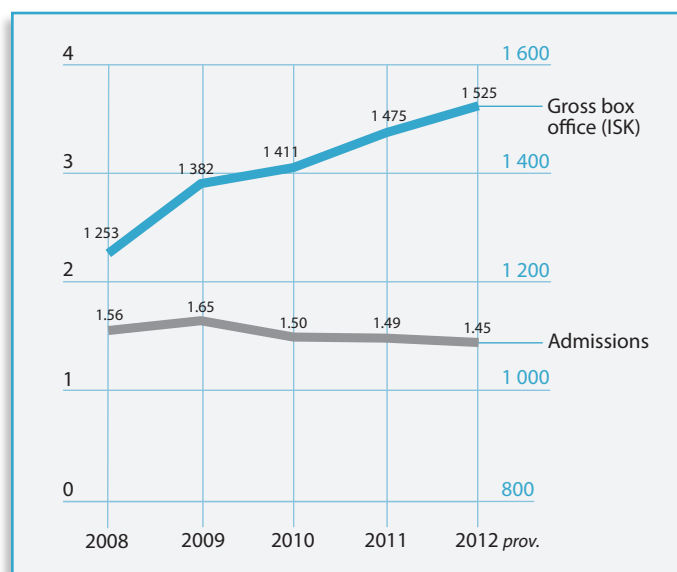
Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹

¹ Year of release. Fiction films only.

HI

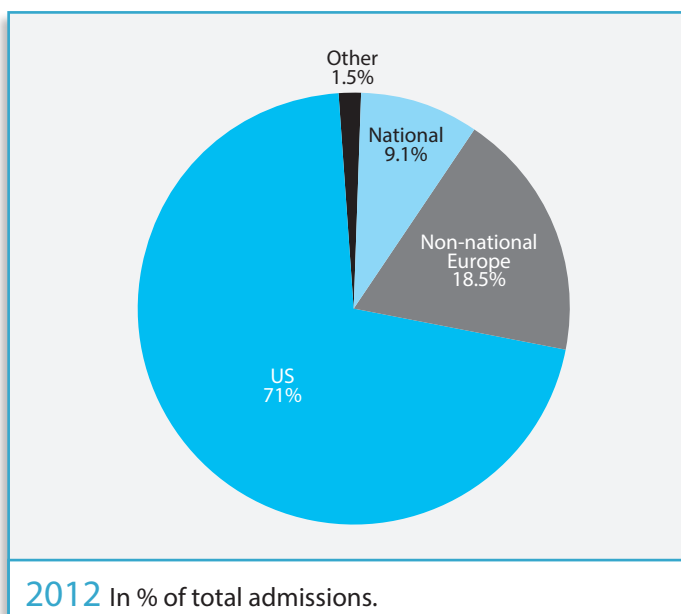
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

HI/ NFTVF (Nordisk Film & TV Fund)

Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

HI

Top 10 films 2012

Rank	Title	Distributor	GBO (ISK)
1	Skyfall	Mydform	85 329 662
2	Black's Game	Sena	83 370 322
3	The Dark Knight Rises	Samfilm	70 294 882
4	The Deep	Sena	68 455 705
5	Intouchables	Sena	67 307 784
6	The Avengers	Samfilm	63 025 279
7	The Hobbit: An Unexpected Journey	Myndform	44 678 610
8	The Hunger Games	Mydform	35 335 949
9	The Amazing Spider-Man	Sena	32 368 255
10	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	Samfilm	31 263 351

Distributor market shares not available.

NFTVF/ SMAIS (Icelandic Association of Film Rights Holders)

IS6

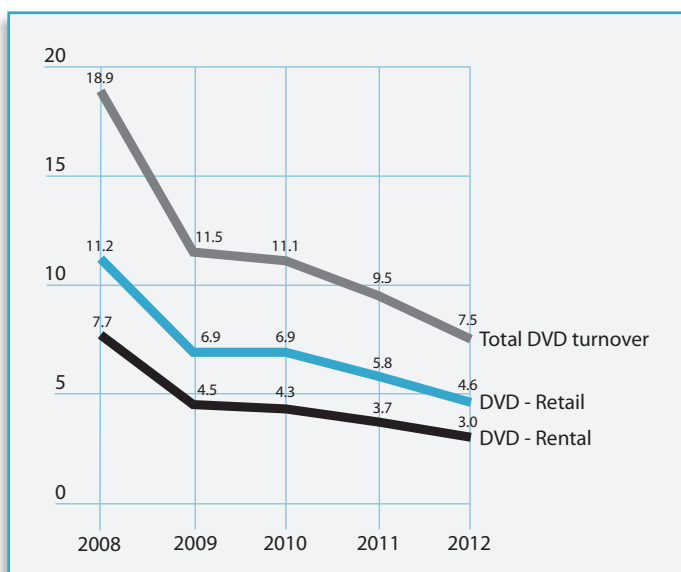
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	0.09	0.09	0.10	0.11	0.10
DVD player penetration of TV households	81.38%	80.43%	80.53%	87.80%	85.96%
Blu-ray disc player households	0.00	0.00	0.00	0.03	0.05
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.05%	2.10%	2.54%	27.98%	43.14%

IHS Screen Digest

DVD turnover

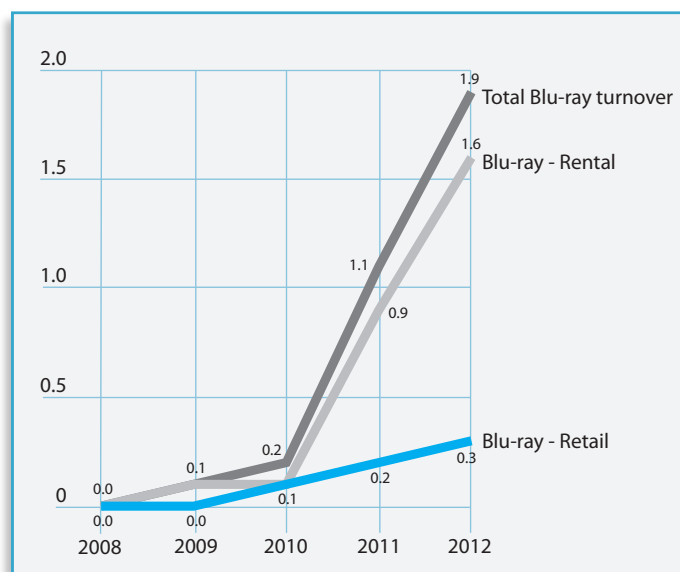


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

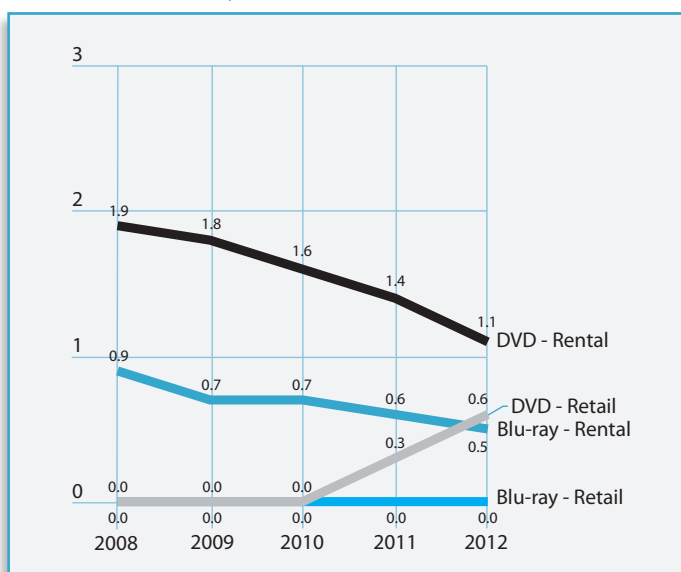


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

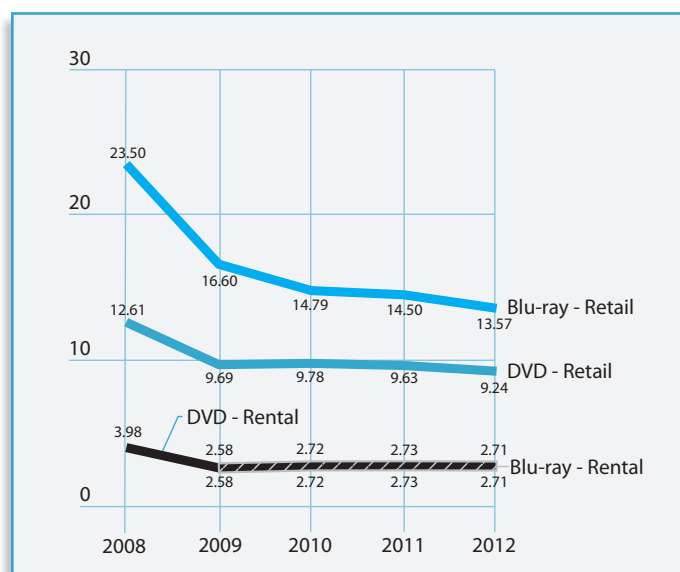
IHS Screen Digest

DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc
retail and rental prices

2008-2012 In EUR.

OBS after IHS Screen Digest

Part from the generally confirmed trend of audience shares decrease, the Italian market is still highly concentrated between the two main operators: the public service broadcaster RAI and the private group Mediaset, which hold together 87.2% of the market share of free to air television, which represents a unique situation in Europe. The sum of the audience shares of these two operators in 2012 reached 72.6%, while the channels operated by Sky Italia obtained a 5.4% share and those run by Telecom Italia Media reached 3.9%. This company, during the first months of 2013, decided to sell the two channels La7 and La7D to the Cairo Communication Group, which then created a new company, "La7 s.r.l.", in order to run them.

The Mediaset group controls 44 Italian channels. It also has assets in Spain: in addition to the channel Telecinco, it took control of Cuatro in 2010 and acquired a 22% stake in the satellite operator Digital+. In Tunisia, it has a stake in the channel Nessma TV. 21st Century Fox, through its subsidiaries Sky Italia and Fox Italia, operates more than 90 channels in Italy, 25 of which target other countries. The subsidiary Fox International also broadcasts channels to Germany, the Benelux countries and the Baltic countries.

Regarding distribution, Italy is a country historically characterised by the predominance of the reception of terrestrial transmissions. The analogue switch-off throughout the country was completed on 4 July 2012, the last regions being Abruzzo, Molise, Apulia, Basilicata and Sicily. According to the national regulator AGCOM, the digital terrestrial platform has 84.4% of the audience share. The DTT network is currently made up of fifteen multiplexes offering a large number of free and paid channels, including over forty free-to-air channels and some fifty paid channels. These are higher figures than those of other European markets. In addition to the national channels, more than 200 stations were available free of charge on local DTT in the first semester of 2013.

Two national payTV platforms and several other regional platforms coexist in Italy. The market leader is the Mediaset Premium platform (Mediaset group), which provides pay-per-view football channels, film channels and children's channels. Mediaset claimed to have 2.9 million subscribers as at 30 September 2011 (compared with 3.9 million at 31 December 2010). In addition to the thirty or so channels that it transmits, Mediaset Premium has offered the on-demand television service Premium on Demand since November 2009 (rebranded as Premium Play in 2011) and offers 2000 programmes on demand, some of them in HD or 3D, as well as catchup television services. The

Outre la confirmation de la tendance générale à la baisse des parts d'audience, le marché italien reste très concentré entre les mains des deux principaux opérateurs : le radiodiffuseur de service public RAI et le groupe privé Mediaset. Situation unique en Europe, ils détiennent ensemble 87,2 % du marché de la télévision à accès libre. En 2012, la somme des parts d'audience de ces deux opérateurs atteint 72,6 %, contre 5,4 % pour les chaînes exploitées par Sky Italia et 3,9 % pour celles dirigées par Telecom Italia Media. Cette dernière société a décidé de vendre, début 2013, ses deux chaînes La7 et La7D au groupe Cairo Communication, qui a ensuite créé une nouvelle société, La7 s.r.l., afin de les gérer.

Le groupe Mediaset contrôle 44 chaînes italiennes. Il possède aussi des actifs en Espagne : en plus de la chaîne Telecinco, le groupe a pris le contrôle en 2010 de Cuatro et a acquis 22 % de l'opérateur satellite Digital+. En Tunisie, il est un actionnaire de la chaîne Nessma TV. 21st Century Fox, édite, via ses filiales Sky Italia et Fox Italia, plus de 90 chaînes en Italie (dont 25 ciblant d'autres pays que l'Italie). La filiale Fox International émet également des chaînes à destination de l'Allemagne, du Benelux ou encore des pays baltes.

Concernant la distribution de chaînes de télévision, l'Italie est un pays historiquement caractérisé par l'importance des transmissions terrestres. L'extinction du signal analogique sur l'ensemble du territoire a été finalisée le 4 juillet 2012. Les dernières régions où l'extinction a eu lieu étaient les Abruzzes, Molise, les Pouilles, la Basilicate et la Sicile. Selon le régulateur national, l'AGCOM, la plate-forme numérique terrestre réalise 84,4 % de part d'audience. Le réseau TNT se compose actuellement de quinze multiplex proposant un nombre élevé de chaînes gratuites et payantes, y compris plus d'une quarantaine de chaînes gratuites et une cinquantaine de chaînes payantes. Ces chiffres sont supérieurs à ceux rencontrés sur les autres marchés européens. En plus des chaînes nationales, plus de 200 chaînes étaient proposées gratuitement sur la TNT locale au premier semestre 2013.

Deux plates-formes payantes nationales, et plusieurs autres régionales, coexistent en Italie. La plus importante est Mediaset Premium (groupe Mediaset), qui fournit des chaînes de football en pay-per-view, des chaînes cinéma et des chaînes pour enfants. Mediaset revendique 2,9 millions d'abonnés au 31 septembre 2011 (contre 3,9 millions d'abonnés au 31 décembre 2010). En plus de la trentaine de chaînes transmises, Mediaset Premium propose depuis novembre 2009 un service de télévision à la demande (rebaptisé Premium Play en 2011). Il inclut plus

Auch wenn die Zuschauermarktanteile in Italien entsprechend dem allgemeinen Trend zurückgegangen sind - an der Marktkonzentration hat sich nichts geändert. Der italienische Fernsehmarkt befindet sich nach wie vor überwiegend in den Händen von zwei Betreibern: dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen RAI und dem privaten Medienkonzern Mediaset. Beide haben beim frei empfangbaren Fernsehen zusammen einen Marktanteil von 87,2 %, eine einmalige Situation in Europa. Insgesamt hatten diese beiden Betreiber 2012 zusammen einen Marktanteil von 72,6 %, die Anteile von Sky Italia lagen bei 5,4 % und die der Telecom Italia Media bei 3,9 %. Letztere hat Anfang 2013 beschlossen, die beiden Sender La7 und La7D an die Cairo Communication-Gruppe zu verkaufen, die anschließend ein neues Unternehmen gegründet hat, „La7 s.r.l.“.

Die Mediaset-Gruppe kontrollierte ihrerseits 44 italienische Sender. Neben Telecinco hat der Konzern 2010 den Sender Cuatro übernommen und 22 % des Satellitenbetreibers Digital+ erworben. In Tunesien ist er Anteilseigner am Sender Nessma TV. 21st Century Fox betreibt über ihre Tochterunternehmen Sky Italia und Fox Italia über 90 Sender in Italien (von denen 25 auf andere Länder ausgerichtet sind). Auch die Tochter Fox International strahlt Sender aus, die für Deutschland, Benelux oder aber auch die baltischen Republiken bestimmt sind.

Was die Plattformen für die Verbreitung des Fernsehprogramms betrifft, so ist Italien ein traditionell von der terrestrischen Übertragung geprägtes Land. Die landesweite Abschaltung des analogen Signals wurde am 4. Juli 2012 abgeschlossen. Die letzten noch verbliebenen Regionen waren die Abruzzern, Molise, Apulien, Basilicata und Sizilien. Der nationalen Regulierungsbehörde AGCOM zufolge hat die digitale terrestrische Plattform einen Marktanteil von 84,4 %. Das DVB-T-Netz umfasst z.Zt. 15 Multiplexe, über die eine Fülle von kostenlosen und kostenpflichtigen Sendern ausgestrahlt wird, einschließlich 40 Free-TV- und ca. 50 Pay-TV-Sender, mehr als in jedem anderen Land Europas. Neben den landesweiten Sendern wurden im ersten Semester 2013 mehr als 200 kostenlose Sender über lokale DVB-T-Netze ausgestrahlt.

Es gibt zwei landesweite sowie mehrere regionale Pay-DVB-T-Plattformen in Italien. Die größte ist Mediaset Premium (Mediaset-Konzern), die neben Pay-per-View-Fußball Kino und Kinderkanäle anbietet. Mediaset hatte zum 30. September 2011 nach eigenen Angaben 2,9 Mio. Abonnenten (gegenüber 3,9 Mio. am 31. Dezember 2010). Mediaset Premium bietet neben den ca. 30 ausgestrahlten Sendern seit November 2009 einen

second platform is operated by Centro Europa 7, which in October 2010 launched a package of a dozen channels transmitted in the DVB-T2 standard under the name Europa 7 HD.

As for the allocation of the frequencies that the switchoff has released, AGCOM, after a public consultation and based on the results of discussions with the European Commission, deliberated on April 2013 the final regulation on the auction procedure for three multiplexes. This has been sent to the Ministry of Economic Development who is in charge of the call for tender and the allocation procedure.

Three-quarters of Italian homes still depended on the terrestrial reception of television services at the end of 2011. The non-terrestrial multichannel platform market is not very competitive in Italy. In the absence of a cable network, the country relies on satellite television and IPTV.

At the end of May 2013, AGCOM's register of satellite licences contained 259 channels. The satellite TV market is mainly controlled by Sky Italia (21st Century Fox), whose number of subscribers has nonetheless declined from the 5 million of 2011 since to reach 4.57 million at the end of April 2013. Modelled on the Freesat package in the UK, TivùSat, run by the company Tivù S.r.l. – which is owned 48% by RAI, 48% by Mediaset and 4% by Telecom Italia – offers free access to the Italian free-to-air DTT channels. The package had gained over 1.5 million subscribers by April 2013.

The already limited broadband TV market (IPTV) collapsed in 2012. Fastweb, which had pioneered this form of distribution in Europe, closed its service in November 2012, after announcing in September 2011 that it had 240 000 subscribers. Wind also closed its Infostrada TV service in June 2012, so the only provider still operating in this segment is Telecom Italia.

The four judgements of the Consiglio di Stato (Italian High Administrative Court) of August 2012, declaring void the logical channel numbering plan (LCN) for digital terrestrial television, led to the adoption of a new plan in March 2013, after a public consultation and a survey conducted on the habits and preferences of the viewers. The positions currently in use will be kept until the allocation of new numbers, decided from the Ministry of Economic Development, and eventually be maintained if coherent with the new plan. To avoid problems for the users, the automatic re-tuning will take place during one single day all over the country. The Plan will be re-examined every two years in order to evaluate its compatibility with the technological and market development and with the users' habits. According to law no. 44/2012, starting from 2015 every set-top box and TV will need to be

de 2 000 programmes à la demande, parfois en format HD ou 3D, ainsi que des services de télévision de rattrapage. La deuxième plate-forme, Centro Europa 7, a inauguré en octobre 2010 un bouquet de douze chaînes, transmises en norme DVB-T2, sous le nom Europa 7 HD.

En ce qui concerne l'attribution des fréquences libérées par l'abandon de l'analogique, l'AGCOM a publié en avril 2013, après une consultation publique et sur la base des résultats de la discussion avec la Commission européenne, le règlement définitif applicable à la procédure d'enchère pour trois multiplex. Ce document a été envoyé au ministère du Développement économique qui est en charge de l'appel d'offres et de la procédure d'attribution.

Les trois quarts des foyers italiens reposent encore à la fin de l'année 2011 sur la réception terrestre des services de télévision. Le marché des plates-formes multi-chaînes non terrestres n'est pas très concurrentiel en Italie. En l'absence de réseau câblé, le pays repose sur la télévision par satellite et l'IPTV.

Fin mai 2013, le registre des licences satellite de l'AGCOM compte 259 chaînes. Le marché de la télévision par satellite est principalement contrôlé par Sky Italia (21st Century Fox), dont le nombre d'abonnés a néanmoins diminué, passant de 5 millions en 2011 à 4,57 millions fin avril 2013. Calqué sur le bouquet Freesat du Royaume-Uni, TivùSat, géré par la société Tivù S.r.l., détenue à 48 % par la RAI, à 48 % par Mediaset et à 4 % par Telecom Italia, offre un accès gratuit aux chaînes de la TNT à accès libre. En avril 2013, ce bouquet compte plus de 1,5 million d'abonnés.

Par ailleurs, le marché de la télévision par ADSL (IPTV), déjà très limité, s'est effondré en 2012. Fastweb, qui avait été le pionnier de cette forme de distribution en Europe a clôturé son service en novembre 2012, après avoir annoncé 240 000 abonnés en septembre 2011. Wind a également fermé son service Infostrada TV en juin 2012. Il ne reste donc en lice sur ce segment que Telecom Italia.

Les quatre arrêts de la Consiglio di Stato (Haute Cour administrative italienne) d'août 2012, annulant le plan de numérotation logique des chaînes pour la télévision numérique terrestre, ont conduit à l'adoption d'un nouveau plan en mars 2013, après une consultation publique et une enquête menée sur les habitudes et les préférences des téléspectateurs. Les positions actuellement utilisées seront conservées jusqu'à l'attribution de nouveaux numéros, décidée par le ministère du Développement économique, et pourront être maintenues si elles sont cohérentes avec le nouveau plan. Pour éviter les problèmes pour les utilisateurs, le

TV-Abrufdienst, Premium on Demand (Premium Play umbenannt) an, mit über 2 000 Abrufprogrammen, teilweise in HD oder 3D, sowie Catch-up-TV-Diensten. Die zweite Plattform gehört dem Medienkonzern Centro Europa 7, der im Oktober 2010 unter dem Namen „Europa 7 HD“ mit einem Bouquet aus 12 im DVB-T2-Standard ausgestrahlten Kanälen gestartet wurde.

Was die Vergabe der Frequenzen betrifft, die durch die Analogabschaltung frei geworden sind, so hat die AGCOM im April 2013 nach einer öffentlichen Befragung und nach Zustimmung der Europäischen Kommission das Verfahren für die Vergabe der drei DVB-T-Multiplexe festgelegt. Das Verfahren wurde dem Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung vorgelegt, das für die Durchführung der Ausschreibung und des Vergabeverfahrens zuständig ist.

Ende 2011 waren noch drei Viertel der Haushalte in Italien auf das terrestrische Fernsehen angewiesen. Der Markt für nicht-terrestrische Mehrkanal-Plattformen ist in Italien nur schwach entwickelt. In Ermangelung eines Kabelnetzes kommen in diesem Bereich nur Satellitenfernsehen und IPTV zum Einsatz.

Ende Mai 2013 enthielt das Lizenzregister der AGCOM für Satellitenfernsehen 259 Sender. Der Satellitenfernsehmarkt wird überwiegend von Sky Italia (21st Century Fox) kontrolliert, allerdings ist die Zahl der Sky-Abonnenten von 5 Mio. 2011 auf 4,57 Mio. Ende April 2013 zurückgegangen. TivùSat, eine in Anlehnung an die Freesat-Plattform im Vereinigten Königreich aufgebaute Satellitenplattform der Tivù S.r.l. (zu jeweils 48 % im Besitz der RAI und Mediaset und zu 4 % im Besitz der Telecom Italia), bietet freien Zugang zu den frei empfangbaren italienischen DVB-T-Sendern. Im April 2013 hatte das Paket bereits mehr 1,5 Mio. Kunden.

Der ohnehin nur sehr kleine Markt für DSL-Fernsehen brach 2012 ein. Der Pionier dieser Verbreitungsform in Europa, Fastweb, hat seinen Dienst im November 2012 beendet, nachdem im September 2011 noch 240 000 Abonnenten gemeldet worden waren. Wind hat seinen Sender Infostrada TV ebenfalls im Juni 2012 geschlossen. In diesem Segment bleibt daher nur noch die Telecom Italia im Rennen.

Nachdem der Consiglio di Stato (das oberste italienische Verwaltungsgericht) in vier Entscheidungen vom August 2012 den Plan der logischen Nummerierung der Sender (LNC) für das digitale terrestrische Fernsehen für nichtig erklärt hatte, wurde im März 2013 nach einer öffentlichen Konsultation und einer Umfrage über die Fernsehgewohnheiten und Präferenzen der Zuschauer ein neuer

compatible with DVB-T2 standard. In order to ease this transition, AGCOM set up a technical board in which all the interested stakeholders will participate with the aim of seeking shared solutions.

On 18 July 2013 the Court of Justice of the European Union decided on a case deriving from a plea filed by Sky against an AGCOM decision, regarding the hourly television advertising limits under Italian Law. This lays down lower hourly television advertising limits for pay-TV broadcasters than those laid down for free-to-air TV broadcasters. The Court deemed that Member States have the option to lay down more detailed or stricter rules and, in certain cases, different conditions, provided they comply with European Union law. The directive on audiovisual media services (2010/13/EU) recommends that television advertising spots are to be limited to no more than 20%, but it does not preclude the Member States from imposing different limits within that maximum amount, as long as the national rules are observing the principle of equal treatment, leaving this aspect to the decision of the Italian Administrative Court.

On 22 February 2013, the Ministry of Economic Development and the Ministry of Cultural Heritage and Activities adopted a decree defining the notion of "cinematographic work of original Italian expression" and specifying the transmission time and investment sub-quotas that broadcasters under Italian jurisdiction have to reserve to them.

re-réglage automatique aura lieu au cours d'une seule journée dans tout le pays. Le plan sera réexaminé tous les deux ans afin d'évaluer sa compatibilité avec le développement technologique, l'évolution du marché et les habitudes des utilisateurs. Selon la loi n° 44/2012, à partir de 2015 tous les décodeurs et téléviseurs devront être compatibles avec la norme DVB-T2. Pour faciliter cette transition, l'AGCOM a créé un conseil technique auquel participeront toutes les parties prenantes intéressées afin de chercher des solutions communes.

Le 18 juillet 2013, la Cour de justice de l'Union européenne s'est prononcée sur une affaire découlant d'une demande en annulation déposée par Sky contre une décision de l'AGCOM concernant les limites horaires de diffusion de la publicité télévisée en vertu du droit italien. Ce dernier établit des limites horaires plus basses pour les télévisions payantes que pour celles à accès libre. La Cour a jugé que les Etats membres ont la faculté de prévoir des règles plus détaillées ou plus strictes et, dans certains cas, des conditions différentes, sous réserve qu'elles soient conformes au droit de l'Union. Lorsque la Directive SMA prévoit que le pourcentage de spots de publicité télévisée ne dépasse pas 20 %, elle n'exclut pas que les Etats membres puissent imposer différentes limites, au-dessous dudit seuil. Les règles nationales doivent, néanmoins, respecter le principe d'égalité de traitement, aspect laissé à la décision de la Cour administrative italienne.

Le 22 février 2013, le ministère du Développement économique et le ministère des Activités et du Patrimoine culturels ont adopté un décret définissant la notion d'« œuvre cinématographique d'expression italienne originale » et spécifiant le temps de transmission et les sous-quotas d'investissement que les radiodiffuseurs relevant de la juridiction italienne doivent leur réserver.

Plan vorgelegt. Die derzeitigen Positionen sollen solange gelten, bis das Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung eine neue Nummerierung festgelegt hat, oder auch beibehalten werden, falls sie mit dem neuen Plan übereinstimmen. Um Probleme für die Nutzer zu verhindern, wird die automatische Umstellung an einem einzigen Tag für das gesamte Land stattfinden. Der Plan wird alle zwei Jahre überprüft werden, um zu sehen, ob er noch der technologischen Entwicklung und der Marktentwicklung entspricht und den Gewohnheiten der Nutzer gerecht wird. Gesetz Nr. 44/2012 schreibt vor, dass ab 2015 jede Set-top-Box und jedes Fernsehgerät mit dem DVB-T2-Standard kompatibel sein müssen. Um den Übergang zu erleichtern, hat die AGCOM einen technischen Ausschuss eingesetzt, an dem alle Interessengruppen teilnehmen werden, um gemeinsam eine Lösung zu finden.

Am 18. Juli 2013 hat der Gerichtshof der Europäischen Union in einer Rechtssache Sky Italia gegen AGCOM entschieden. Dabei ging es um eine Klage der Sky gegen die AGCOM wegen der Sendezeitbeschränkung für Fernsehwerbung nach italienischem Recht. Dieses sieht vor, dass Pay-TV-Sender weniger Werbung pro Stunde senden dürfen als frei empfangbare Sender. Der Gerichtshof befand, dass Mitgliedstaaten befugt sind, strengere oder ausführlichere Bestimmungen und in bestimmten Fällen unterschiedliche Bedingungen vorzusehen, sofern sie im Einklang mit dem Unionsrecht stehen. Die AVMD-Richtlinie empfiehlt, dass der Anteil der Fernsehwerbespots 20 % nicht überschreiten darf, sie schließt jedoch nicht aus, dass die Mitgliedstaaten unterschiedliche Grenzen innerhalb dieser Schwelle vorschreiben können, solange die nationalen Vorschriften nicht gegen das Prinzip der Gleichbehandlung verstoßen. Die Entscheidung über diesen Aspekt wird dem italienischen Verwaltungsgericht überlassen.

Am 22. Februar 2013 haben das Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung und das Kulturministerium ein Dekret erlassen, in dem der Begriff „Filmwerk in italienischer Originalsprache“ definiert und die Sendezeiten und Investitionsquoten festgelegt werden, an die sich in Italien ansässige Rundfunkveranstalter zu halten haben.

➤ AGCOM: <http://www.agcom.it>

News about DTT: DGTvi, <http://www.dgtvi.it>

Audience data: Auditel / AGB Nielsen Media Research Italy

Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Film Industry

Italian sequel *Benvenuti al Nord* (Welcome to the North) was the biggest success of the year with more than 4 million admissions, far ahead from the American blockbusters completing the top 5 list. However, that is just about all the good news on Italian screens compared with the successes of the last two years.

Digitisation progressed at a slow pace, with a 55% penetration rate. Italian theatres lost around 8 million admissions on 2011, recording the lowest attendance since 2005 and marking a 17% drop from 2010. The industry reacted to the poor figures by shifting the release day from Friday to Thursday in the second half of the year. Although the admissions trend picked up in September, figures for the start of 2013 follow a similar pattern to the year before. In turn, the average ticket price grew below the inflation rate, by just 2.3%.

Local productions also experienced a downturn in fortunes, with the national market share by admissions 30% down on 2011, to 26.5%, just slightly below average for the last five years. American films secured more than 51% of the cake, whereas non-national European productions improved their performance by one third on the previous year with a remarkable 18.3% of admissions.

Local production grew by 11 films on 2011, to 166 features. Italy has witnessed a significant increase in international co-production; 37 films were shot in partnership with producers from 20 countries, mainly France, Belgium and Spain, compared to only 27 and 23 respectively in 2010 and 2011. Fiscal mechanisms have progressively bridged the gap left by sharp cuts in public subsidies in recent years (EUR 24.8 million in 2012). Overall public support reached an 8-year peak this year, with EUR 81 million available for film production.

In order to reinforce protection of local production, the Government approved a decree increasing the level of mandatory investment by broadcasters, as well as the quota for local films on Italian television. This new legislation came into force at the beginning of 2013. At a regional level, Lazio established a new cinema centre and a regional fund endowed with EUR 45 million for the period 2012-2014. The former will comprise a film commission and a research department.

Industrie cinématographique

La suite italienne *Benvenuti al Nord* (Bienvenue dans le Nord) est le succès de l'année avec plus de 4 millions d'entrées, loin devant les superproductions américaines qui complètent la liste des 5 films ayant réalisé le plus d'entrées. Mais par rapport aux succès des deux dernières années, il s'agit de la seule bonne nouvelle des écrans italiens.

Avec un taux de pénétration de 55 %, la numérisation a progressé lentement. En 2011, la fréquentation a perdu environ 8 millions d'entrées. En recul de 17 % par rapport à 2010, elle est la plus faible depuis 2005. L'industrie a réagi en déplaçant le jour de sortie du vendredi au jeudi au second semestre. Bien que la tendance de la fréquentation soit repartie à la hausse en septembre, les chiffres pour le début 2013 suivent le même schéma que l'année précédente. L'augmentation du prix moyen du billet (2,3 %) est inférieure à l'inflation.

Les productions locales ont également connu un ralentissement, la part de marché des films nationaux a reculé de 30 % (entrées) par rapport à 2011, et s'établit à 26,5 %, tout juste sous la moyenne des cinq dernières années. Les films américains ont pris plus de 51 % du gâteau, et les productions européennes non nationales, avec 18,3 % des entrées, ont amélioré leurs résultats d'un tiers par rapport à l'année précédente.

En 2011, la production nationale est de 166 films, soit 11 films de plus. L'Italie a connu une augmentation significative des coproductions internationales : 37 films ont été tournés en partenariat avec les producteurs de 20 pays, principalement la France, la Belgique et l'Espagne, contre seulement 27 et 23 respectivement en 2010 et 2011. Les mécanismes fiscaux ont progressivement comblé le vide laissé par les coupes sombres dans les subventions publiques des dernières années (24,8 millions EUR en 2012). Globalement, les aides publiques sont les plus élevées des 8 dernières années, avec 81 millions EUR consacrés à la production cinématographique.

Pour renforcer la protection de la production locale, le gouvernement a approuvé un décret augmentant le niveau d'investissement obligatoire des radiodiffuseurs et le quota de films nationaux diffusés à la télévision. Cette nouvelle loi est entrée en vigueur début 2013. Au niveau régional, le Latium a créé un centre du cinéma et un fonds régional doté de 45 millions EUR pour la période 2012-2014. Le premier comprendra une commission du film et un département de recherche.

Filmindustrie

Der größte Erfolg des Jahres 2012 war der italienische Fortsetzungsfilm *Benvenuti al Nord* (Willkommen im Norden) mit mehr als 4 Mio. Besuchern, mit großem Abstand gefolgt von den amerikanischen Blockbustern, die es ebenfalls in die Liste der Top 5 schafften. Das sind allerdings auch schon die einzigen positiven Nachrichten über das italienische Kino im Vergleich zu den Erfolgen der letzten beiden Jahre.

Die Kinodigitalisierung ging 2012 nur schleppend voran, mit einer Penetrationsrate von gerade einmal 55 %. Gegenüber 2011 ist die Zahl der Besucher in italienischen Kinos um rund 8 Mio zurückgegangen. Dies war die geringste Besucherzahl seit 2005. Gegenüber 2010 haben italienische Kinos sogar 17 % ihrer Besucher verloren. Die Kinoindustrie reagierte auf diese schlechten Ergebnisse, indem sie in der zweiten Hälfte des Jahres den Kinostart von Freitag auf Donnerstag vorverlegte. Obwohl die Besucherzahlen sich ab September wieder etwas erholt haben, folgen die Zahlen von Anfang 2013 einem ähnlichen Muster wie im Jahr zuvor. Positive Nachrichten gibt es dagegen bei den Kinokarten. Der Preisanstieg blieb mit 2,3 % unterhalb der Inflationsrate.

Verluste gab es auch bei den Einspielergebnissen für einheimische Produktionen. Der Marktanteil des italienischen Kinos (nach Besucherzahlen) ging gegenüber 2011 um 30 % auf 26,5 % zurück, das ist knapp unter dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre. Amerikanische Filme konnten sich mehr als 51 % des Kuchens sichern, bei europäischen Produktionen stieg der Anteil um ein Drittel gegenüber dem Vorjahr auf immerhin 18,3 %.

2012 wurden 11 einheimische Filme mehr produziert als 2011, insgesamt waren es 166. Gestiegen ist auch die Zahl der internationalen Koproduktionen: 2012 wurden 37 Filme in Partnerschaft mit Produzenten aus 20 Ländern gedreht, in erster Linie aus Frankreich, Belgien und Spanien. 2010 waren es nur 27 und 2011 23. Steuersparmodelle („Tax Credit“) haben die Lücke ausgefüllt, die nach den starken Einschnitten bei der staatlichen Filmförderung in den letzten Jahren entstanden war (24,8 Mio. EUR 2012). 2012 stieg die öffentliche Unterstützung insgesamt auf einen Acht-Jahres-Höchstwert: 81 Mio. EUR standen für die Filmproduktion zur Verfügung.

Um den Schutz der einheimischen Filmproduktion zu verbessern, hat die Regierung ein Dekret erlassen, mit dem sie die Höhe der verbindlichen Investitionen von Rundfunksendern in italienische Filme heraufgesetzt hat, ebenso die Quoten für einheimische Filme im italienischen Fernsehen. Dieses neue Gesetz ist Anfang 2013 in Kraft getreten. Auf regionaler Ebene hat die Region Latium ein neues Filmzentrum errichtet und einen Regionalfonds mit 45 Mio. EUR für den Zeitraum 2012-2014 geschaffen. Das Filmzentrum wird einen Filmausschuss und eine Filmforschungsabteilung enthalten.

IT1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	59 394
Households	25 336

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	0.0%		
Digital cable TV households	0.0%		
Digital DTH/SMATV households	26.7%		6 770
Pay DTH/SMATV subscriptions	19.1%	4 830	
IPTV households	0.9%		235
Pay IPTV subscriptions	1.0%	244	
DTT households	65.4%		16 565
Pay DTT subscriptions	13.0%	3 290	
Total digital TV households	93.0%		23 570
Total pay TV subscriptions	33.0%	8 364	
Households with DVD player	87.3%		22 114
Households with Blu-ray disc player	10.4%		2 623
Households with PC	60.1%		15 237
Households with broadband connections	47.6%		12 070
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	7.2%		1 832

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

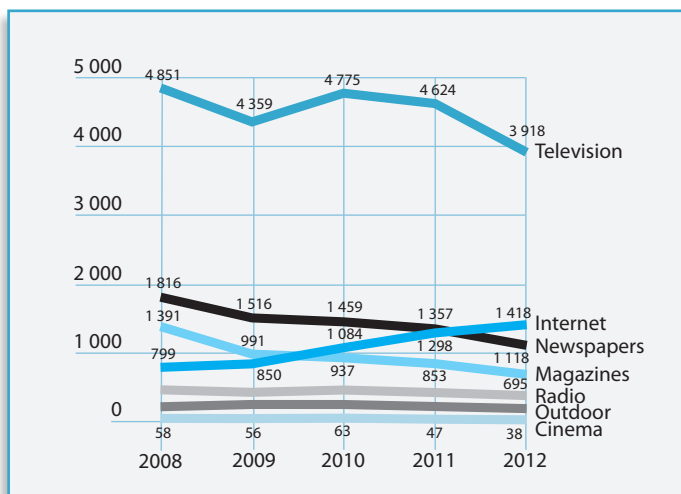
		Total in thousands
Active smartphones	60.8%	36 118
Active tablets	5.1%	3 057
Advanced game consoles	11.5%	6 835

IHS Screen Digest

IT2

Advertising
2008-2012

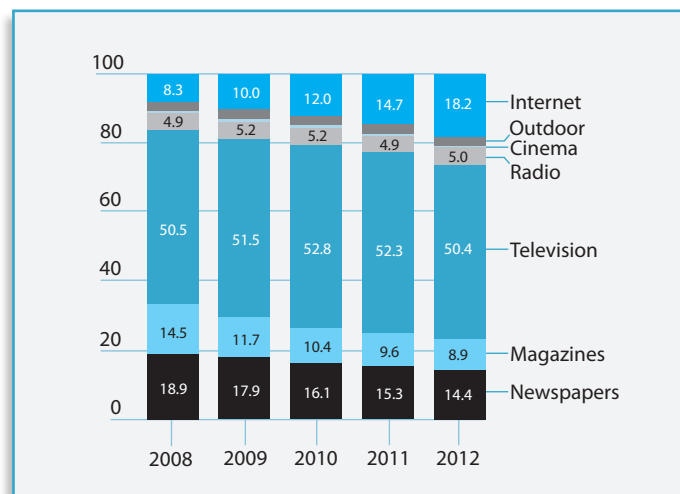
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

IT3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telecom Italia (cons.) ① ②	3Play, 3G TV, DTT	Cubovision, MTV Italia	28 373	30 825	30 382	-1.4%
Vodafone Omnitel ①	3G TV, DVB-H	Live!, Sky	8 751	9 230	8 367	-9.3%
Mediaset (cons.)	adtv, thtv, DTT, prodcin	Canale 5, Rete4, Italia1, ...	4 296	5 852	4 552	-22.2%
Sky Italia	Sat-TV	Sky Italia	3 032	2 876	2 898	0.8%
RAI Grupo (cons.)	sptv, rad, prodcin	RAI	3 101	2 998	2 787	-7.1%
H3G S.P.A. ①	3G TV, DVB-H	La TV di App&Store	2 392	2 271	2 611	15.0%
The Walt Disney Company Italia	thtv, vid, discin	Disney	348	367	388	5.7%
Infront Italy SRL	rights	Infront	166	189	207	9.6%
Fox International Channels Italy	thtv	Fox TV	185	178	177	-0.6%
Warner Bros. Entertainment Italia	discin	Warner Bros.	92	113	117	3.6%

① Includes telecommunication activities. ② Alice Home TV replaced by Cubovision. La 7 sold to Cairo Communications in March 2013

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Satellite packagers	① 3	2	Orbit, Sky Italia (News Corporation), Tivù (RAI, Mediaset, Telecom Italia)
IPTV packagers	0	0	②
DTT multiplex operators and packagers	③ 8	8	Multiplex operators: Centro Europa 7, Elettronica Industriale (Mediaset), Prima TV, Rai Way (RAI), Rete A (L'Espresso), Telecom Italia
Mobile TV packagers	2	2	H3G (Hutchison Whampoa), Telecom Italia "TIM"
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		7	Amazon App-Shop (LU), Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (DE), Xbox live (LU)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

① Orbit is established in Italy but targets the Arabic countries.

➔ European Audiovisual Observatory

② Fastweb and Infostrada TV cancelled their services in 2012. Telecom Italia has replaced Alice TV by Cubovision, which provides only on-demand audiovisual services.

③ In addition, there are numerous regional multiplex operators and/or packagers (for instance Profit Group or Conto TV).

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	RAI	Public	21	40.2%	39.9%
2	Mediaset	Private	40	>36.7%	>32.8%
3	21st Century Fox (US)	Private	100	>5.2%	>5.5%
4	Telecom Italia ①	Private	6	4.1%	3.9%
5	Discovery Communication (US)	Private	9	>1.2%	>1.7%

① Telecom Italia has sold La7 to Cairo Communications in March 2013.

➔ European Audiovisual Observatory

IT4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	1 676	1 731	1 772	1 772	1 789	50.6	53.9	58.3	59.1	64.8	1.0%
- Grants	4					0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-
- Licence fee	1 603	1 645	1 685	1 708	1 748	48.4	51.3	55.4	57.0	63.3	2.3%
- Other public revenues	69	85	86	63	41	2.1	2.7	2.8	2.1	1.5	-35.1%
Total commercial income	1 468	1 447	1 259	1 202	973	44.3	45.1	41.4	40.1	35.2	-19.1%
- Advertising / Sponsorship	1 188	989	1 029	965	745	35.8	30.8	33.8	32.2	27.0	-22.8%
- Programme sales	51	294	104	158	143	1.5	9.2	3.4	5.3	5.2	-9.7%
- Pay-TV	133	33	0	0	0	4.0	1.0	0.0	0.0	0.0	-
- Other commercial income	96	132	126	79	84	2.9	4.1	4.1	2.6	3.1	6.6%
Other income	171	30	9	24	0	5.2	0.9	0.3	0.8	0.0	-100.0%
TOTAL	3 315	3 208	3 040	2 998	2 761	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-7.9%

Company included: Gruppo RAI.

➔ RAI / European Audiovisual Observatory

IT5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national) ①	15	97	112
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile ①	10	313	323
TV Regional/Local	0	>700 ①	>700
TV Regional/Local Windows	20	~	>20
TV channels targeting foreign markets	5	58	63
Pure TV online services (Web TV)			
Total	50	>1 000	>1 100
Foreign TV channels targeting the country	4	38	28

① Estimate by European Audiovisual Observatory. No comprehensive official census available as at 15/11/2013.

➔ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	62	~
Catch-up TV services	38	44
VoD Generalist/ Film / Fiction	7	22
VoD Music / Music events	1	8
VoD Film	10	34
VoD Documentary	3	4
VoD Children/ Animation	2	5
Film/TV Archives and Trailers	6	10
Sport	2	5
Other	20	~
Total	151	~

➔ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign services.

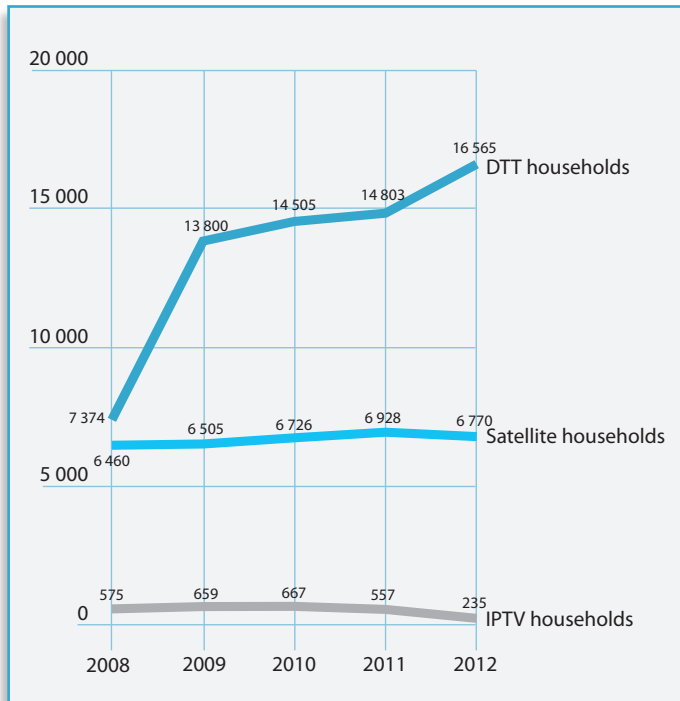
	Pay digital terrestrial Mediaset Premium	Satellite Sky Italia	IPTV Telecom Italia Cubovision
TV Channels			
Generalist - national		15	–
Generalist - foreign		7	–
Adult		9	–
Children	3	21	7
Culture / education / documentary	2	16	6
Entertainment / TV fiction / games	4	28	6
Film	5	18	7
HD simulcast of an existing channel		51	–
Home shopping		11	–
International linguistic and cultural		15	–
Lifestyle / specific leisure / travel		19	–
Minority interest groups		2	–
Music		11	1
News / business		41	–
Parliament/ government/ administration		2	–
Regional / local/ windows		10	–
Religion		9	–
Sports	4	39	–
Various		43	–
Total (of which HD)	18	367	27
On-demand audiovisual services			
VoD			29
Catch-up			4
Other services	2	1	
Total	2	1	33

➔ European Audiovisual Observatory

IT6

Market trends
2008-2012

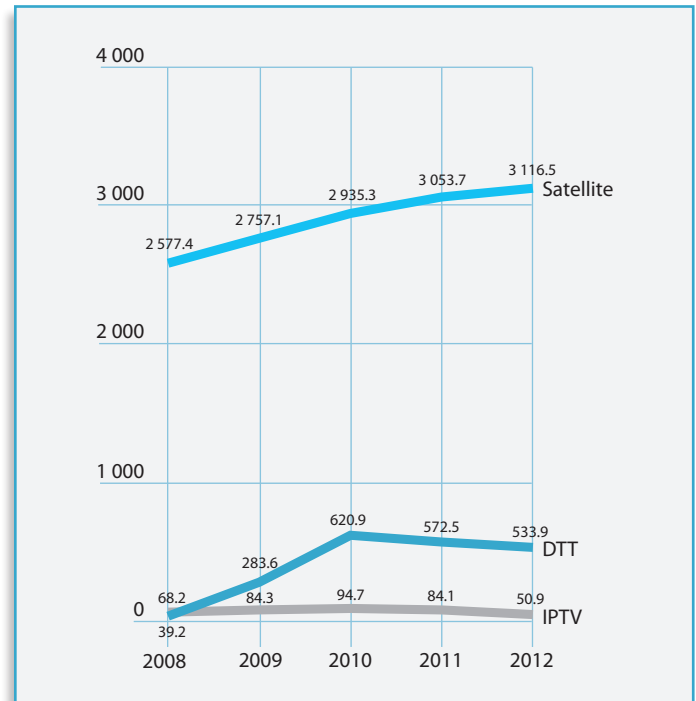
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➤ IHS Screen Digest

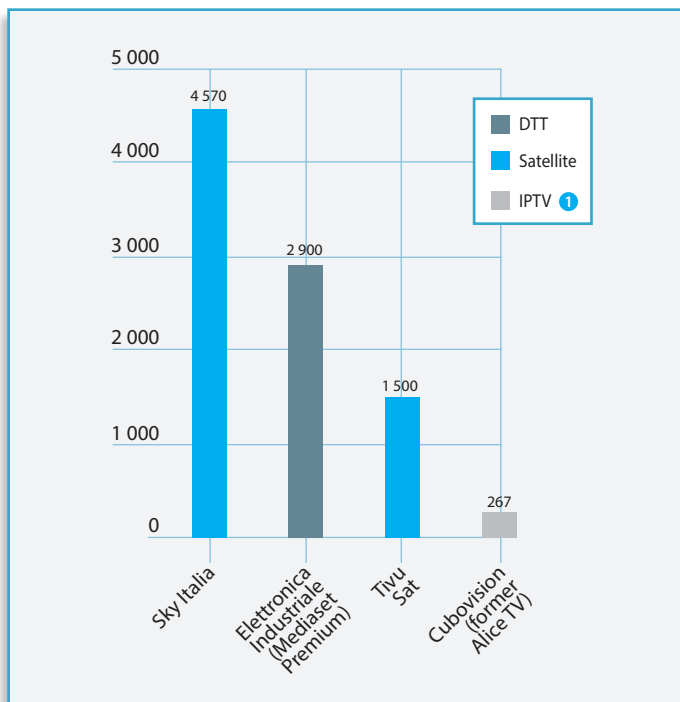
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➤ IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms

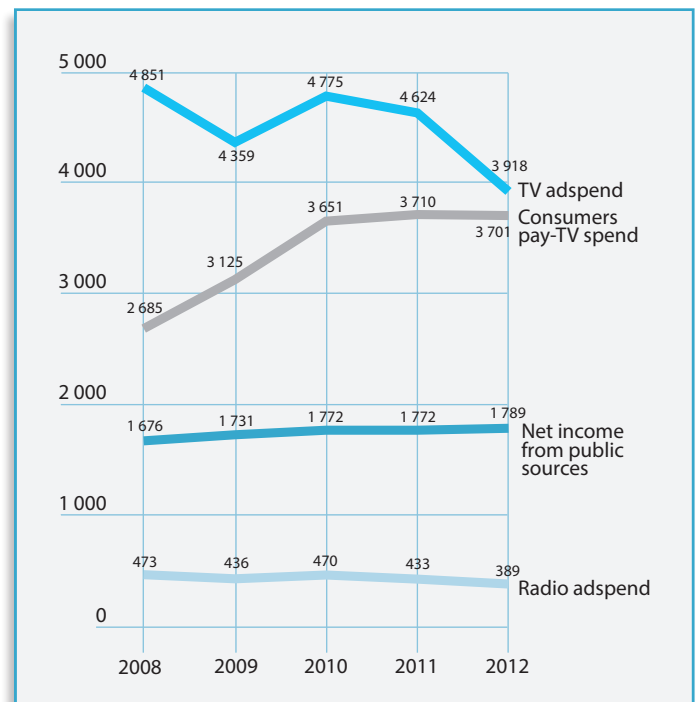


As at 31.12.2012 In thousands.

➤ European Audiovisual Observatory

1 The IPTV services fastweb and Infostrada closed in 2012.

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➤ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC and RAI

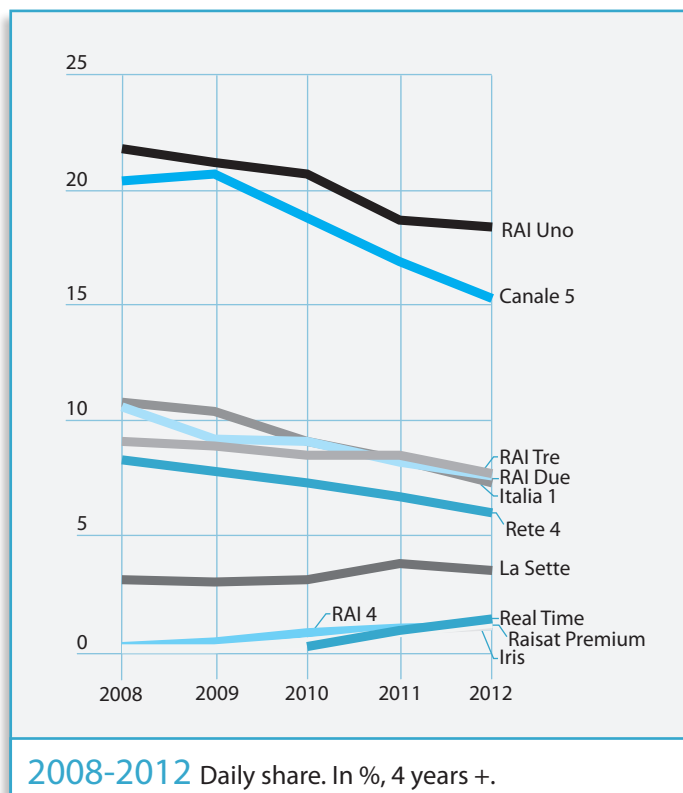
IT7

TV audience market share

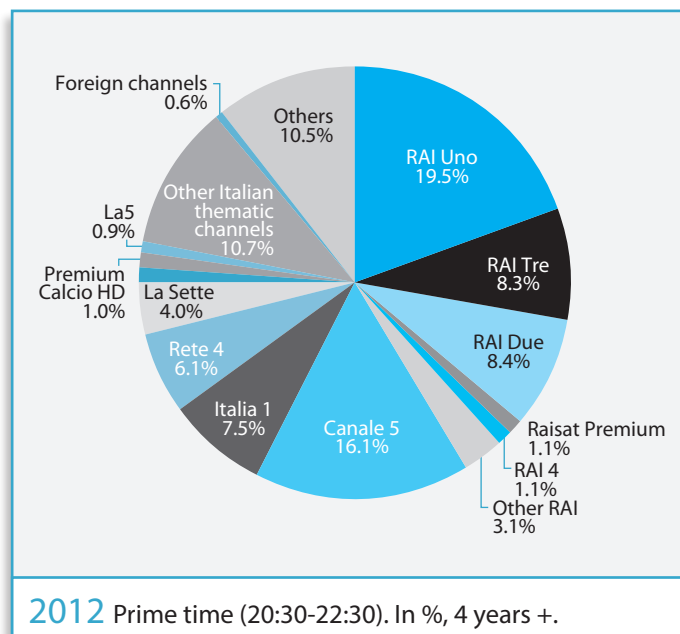
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (20:30-22:30)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
RAI Uno	21.8	21.2	20.7	18.7	18.4	22.5	22.4	22.4	18.9	19.5
RAI Tre	9.1	8.9	8.5	8.5	7.7	10.1	9.4	9.1	9.0	8.3
RAI Due	10.6	9.2	9.1	8.2	7.6	10.7	10.0	9.9	9.5	8.4
Raisat Premium	0.1	0.1	0.4	0.8	1.2	0.1	0.1	0.3	0.7	1.1
RAI 4	0.2	0.4	0.8	1.0	1.1	0.2	0.3	0.4	1.0	1.1
Raisat Yoyo	0.1	0.1	0.4	0.7	0.9	0.1	0.1	0.2	0.4	0.6
Raisat Movie	0.1	0.1	0.3	0.6	0.9	0.1	0.1	0.3	0.6	0.9
Rainews 24	~	0.1	0.2	0.6	0.6	~	0.1	0.1	0.3	0.2
RAI Sport Più/RAI Sport 1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.4	0.1	0.1	0.2	0.2	0.5
Others RAI	0.2	0.4	0.7	0.8	1.1	0.2	0.3	0.6	0.8	0.9
Italian main public channels	42.3	40.7	41.3	40.2	39.9	44.1	42.9	43.5	41.4	41.5
Canale 5	20.4	20.7	18.8	16.9	15.3	20.6	21.1	18.7	17.0	16.1
Italia 1	10.8	10.4	9.1	8.3	7.3	10.5	9.8	8.8	8.2	7.5
Rete 4	8.3	7.8	7.3	6.7	6.0	8.6	7.8	7.3	6.9	6.1
La Sette	3.1	3.0	3.1	3.8	3.5	2.8	2.6	3.0	4.6	4.0
La 7D			0.2	0.3	0.4			0.1	0.3	0.4
Italian main private channels	42.6	41.9	38.5	36.0	32.5	42.5	41.3	37.9	37.0	34.1
Real Time			0.2	0.9	1.4			0.1	0.6	0.8
Iris				0.9	1.1				0.9	1.1
Boing TV	~	0.7	1.1	1.2	1.0	~	0.5	0.9	0.8	0.8
La5			0.7	0.8	0.8			1.0	0.8	0.9
Mediaset Extra				0.7	0.7				0.6	0.5
K2			0.5	0.7	0.6			0.6	0.5	0.3
Cielo				0.4	0.6				0.4	0.6
Premium Calcio HD				0.5	0.5				1.0	1.0
Foreign channels	0.6	1.4	1.4	1.7	1.2	0.3	0.8	0.9	0.7	0.6
Others	11.3	11.1	11.1	7.9	12.3	9.6	10.2	9.0	6.1	10.1

Eurodata TV Worldwide / Auditel / Nielsen Television Audience Measurement



Eurodata TV Worldwide / Auditel / Nielsen Television Audience Measurement

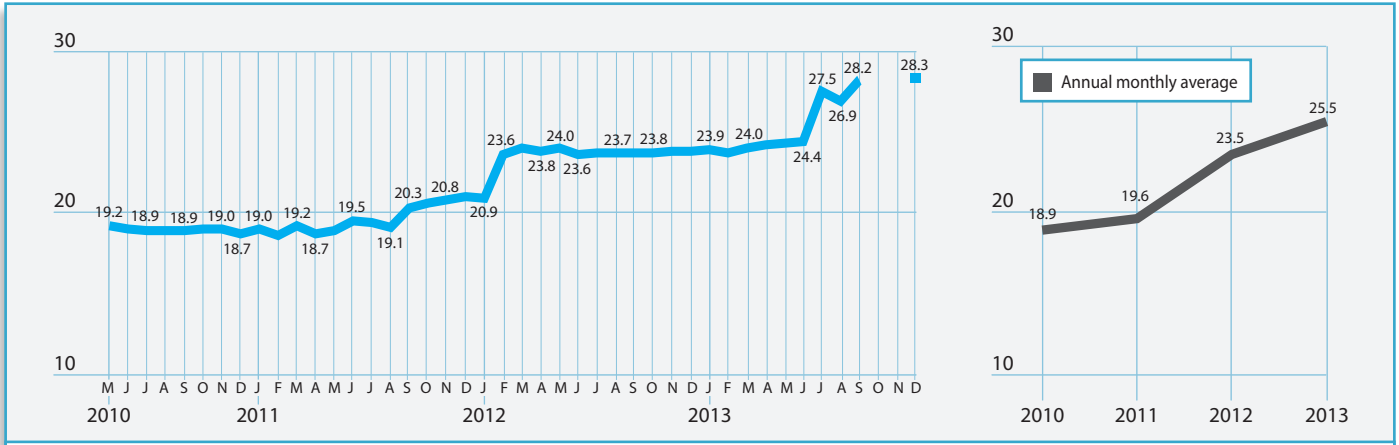


Eurodata TV Worldwide / Auditel / Nielsen Television Audience Measurement

IT8

Online video viewing
2010-2013 Fixed Internet only.

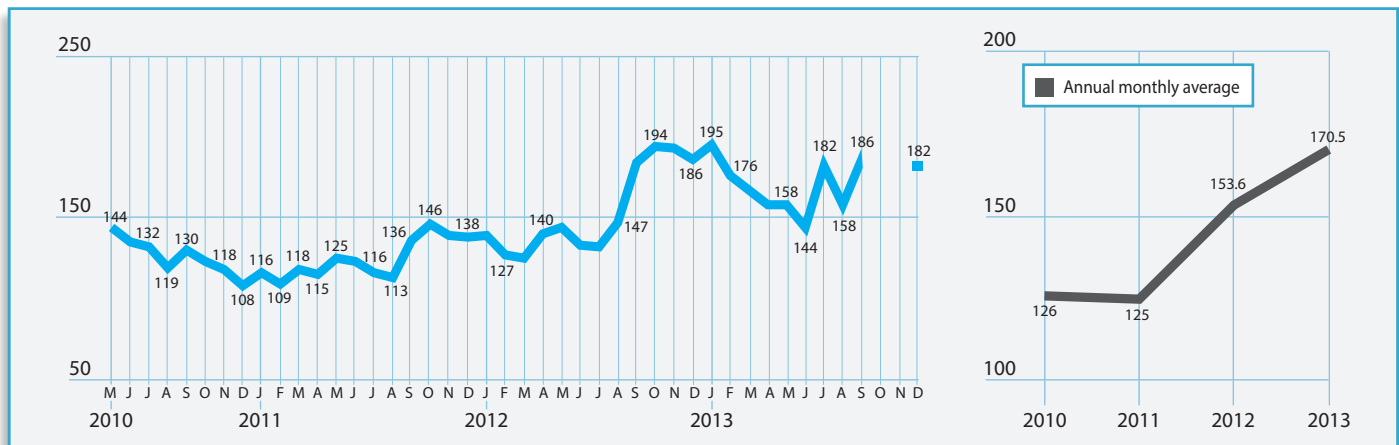
Unique viewers



May 2010-December 2013 In millions.

ComScore

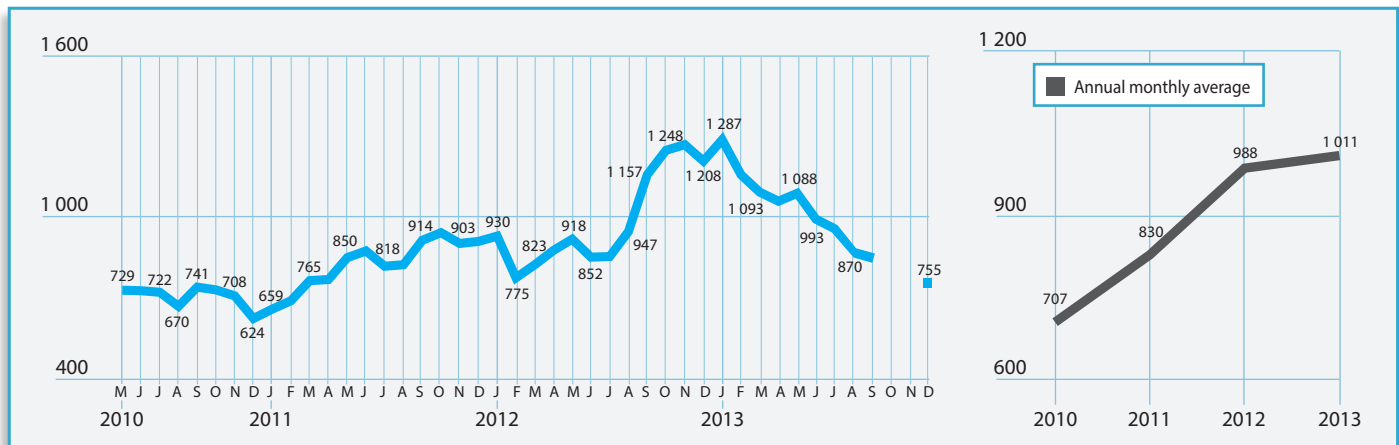
Videos per viewer



May 2010-December 2013 In units.

ComScore

Time per viewer



May 2010-December 2013 In minutes.

ComScore

IT9

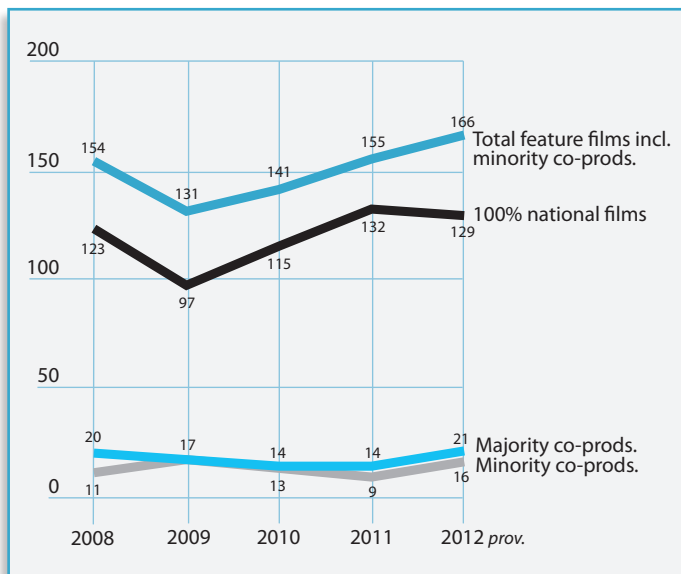
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	15 608	15 556	15 942	15 900	15 992	OBS
Screens	3 847	3 879	3 803	3 813	3 808	SIAE/MS
Cinema sites	1 835	1 794	1 689	1 621	1 631	SIAE/MS
Digital screens	80	434	912	1 519	2 112	MS
Digital cinema sites	46	290	474	570	756	MS
Digital screen penetration	2%	11%	24%	40%	55%	OBS
Digital site penetration	3%	16%	28%	35%	46%	OBS

European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / SIAE (Italian Society of Authors and Publishers)

Number of theatrical feature films produced

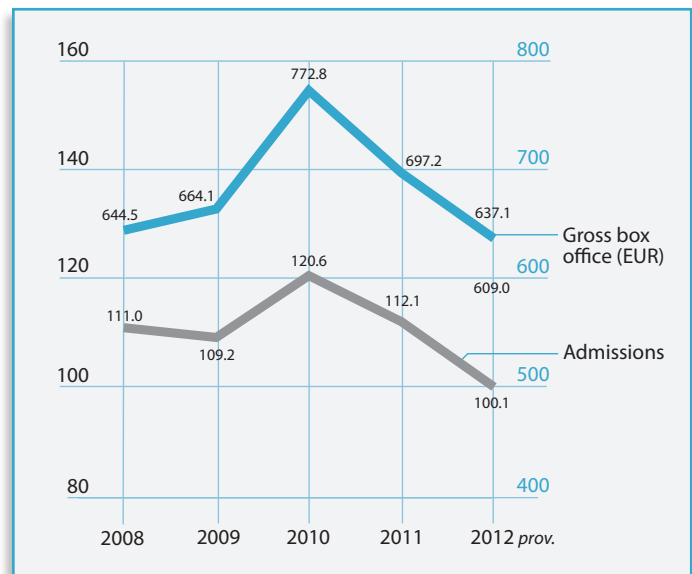


2008-2012 In units.

1 Year of classification.

DGC - MiBAC (Directorate General for Culture - Ministry of Culture) / ANICA (National Association for Cinema, Audiovisual and Multimedia Industries)

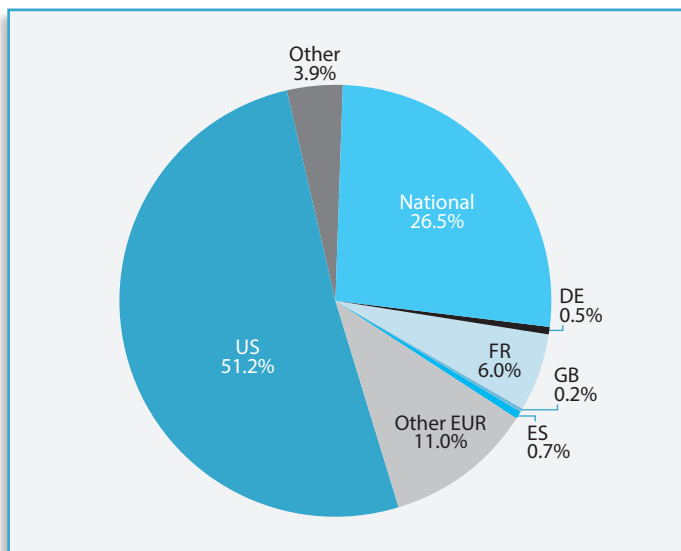
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

SIAE

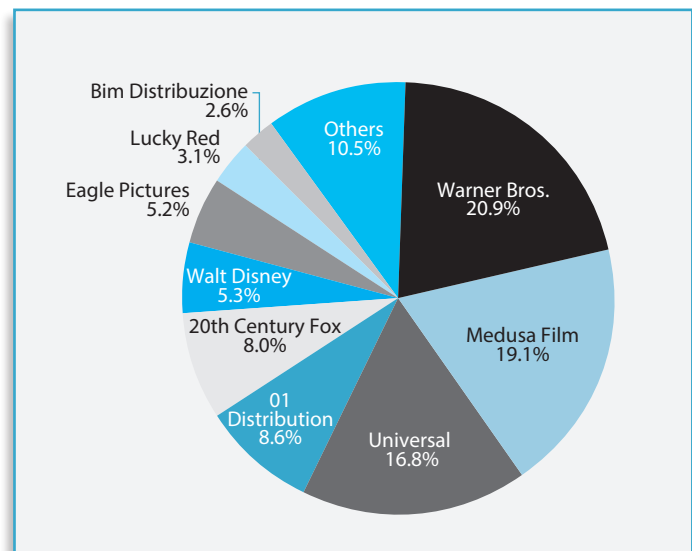
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

ANICA/Cinetel

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

ANICA/Cinetel

IT10

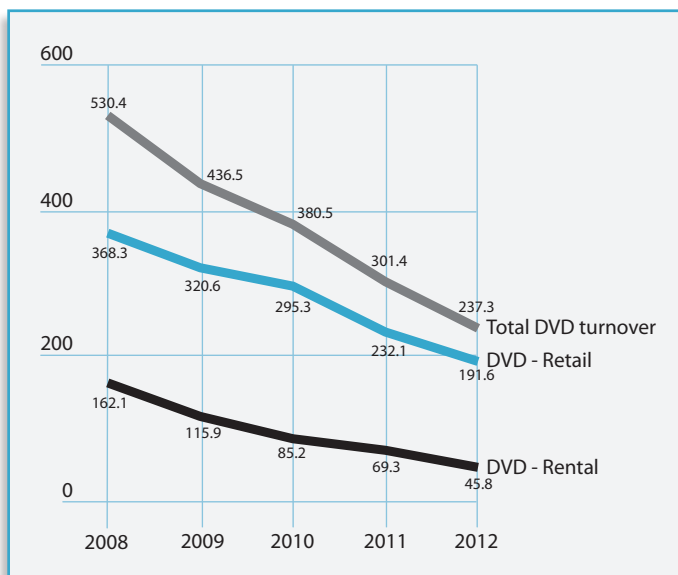
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	21.49	21.69	22.20	22.18	22.11
DVD player penetration of TV households	93.61%	93.80%	95.34%	94.63%	93.82%
Blu-ray disc player households	0.03	0.11	0.40	1.38	2.62
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.13%	0.48%	1.72%	5.88%	11.13%

IHS Screen Digest

DVD turnover

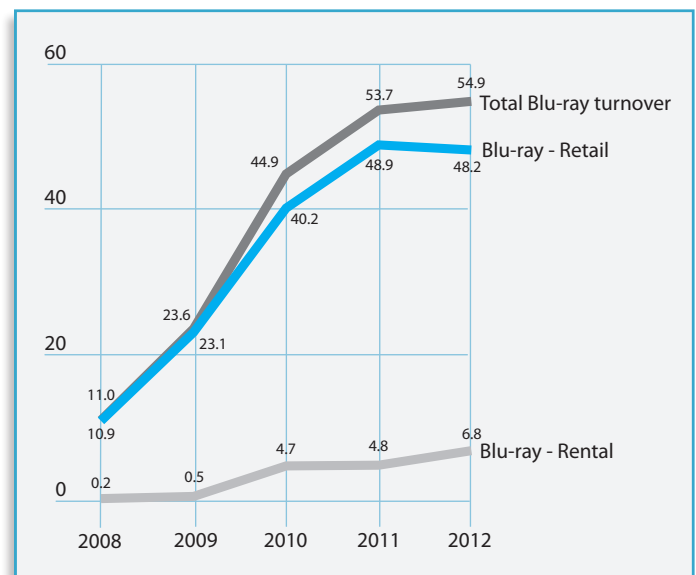


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

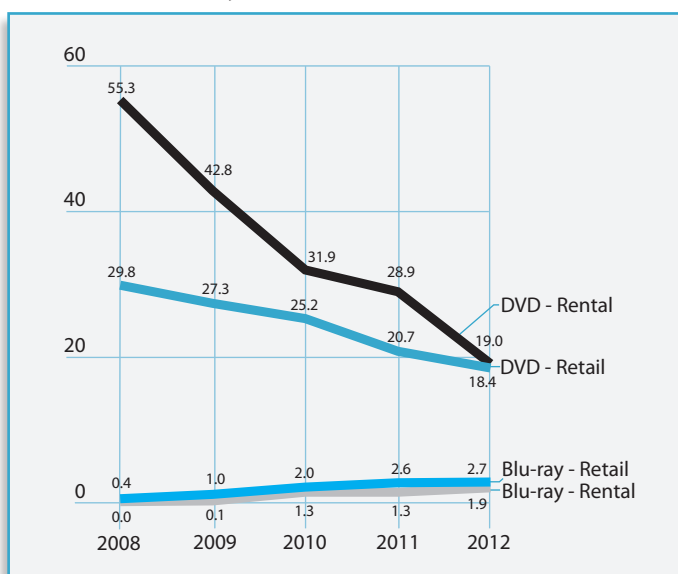


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

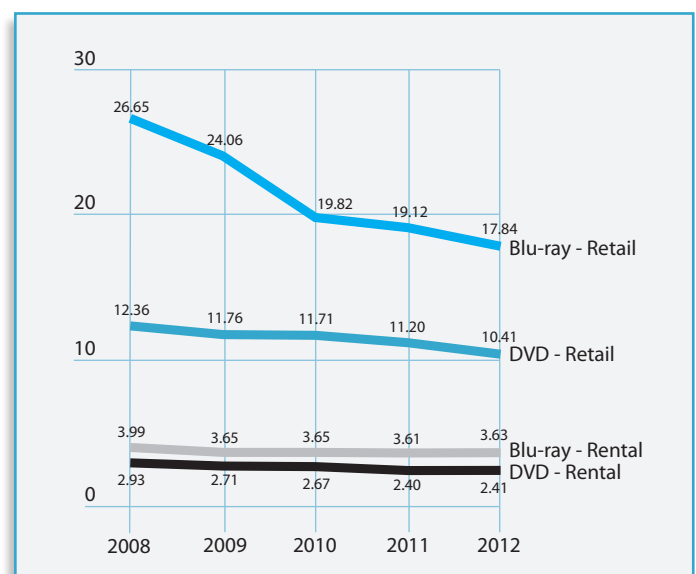
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray Disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

OBS after IHS Screen Digest

The Principality of Liechtenstein had 35 900 inhabitants in 2010. The country has been a member of the Council of Europe since 1978, the European Audiovisual Observatory since 1992 and the European Economic Area (EEA) since 1995.

Two laws govern the regulatory framework for broadcasting: the Broadcasting Act (Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk) of 23 October 2003 and the Media Act (Mediengesetz) of 19 October 2005. In 2010, the government proposed a revision of the Broadcasting Act to Parliament in order to bring it into line with the Media Act, transpose the Audiovisual Media Services Directive, strengthen the powers of the Audience Council (Publikumsrat) and review the funding mechanism. The proposal envisaged the reintroduction of the licence fee, which had been abolished in the year 2000. A Media Commission (Medienkommission) attached to the Press and Information Office and made up of five members, is responsible for overseeing broadcasting matters.

The Principality launched a public radio service in 2004, although the station had existed as a private radio service since 1995. A television news channel that broadcasts information on the Liechtenstein institutions (Landeskanal) was also set up in 1992. A private television channel, 1 FL LI, has been broadcasting terrestrially since 15 August 2008. There are also two satellite teleshopping channels, which target Germany, Austria and German speaking Switzerland, an on-demand web channel (FL TV), 12 community television channels (Gemeindekanäle) and an internet radio station (IG Schweizer Internetradio ISI).

The national telecommunications operator, Telecom Liechtenstein, has a cable network with an analogue service (33 television channels and 36 radio channels), a digital service (137 television channels, of which 15 are HD, and 60 radio channels). The digital offer TVision includes a catch-up television service and a service for recording on a PVR. A second operator, TV-COM AG, covers the localities of Eschen/Nendeln and Mauren/Schaanwald.

Liechtenstein has signed various multilateral treaties with Germany, Austria and Switzerland governing the allocation of terrestrial frequencies, most recently in November 2010.

La Principauté de Liechtenstein comptait en 2010 35 900 habitants. Le Liechtenstein est membre du Conseil de l'Europe depuis 1978, de l'Observatoire européen de l'audiovisuel depuis 1992 et de l'Espace économique européen (EEE) depuis 1995.

Deux lois organisent le cadre réglementaire de la radiodiffusion : la loi sur la radiodiffusion du 23 octobre 2003 et la loi sur les médias (Mediengesetz) du 19 octobre 2005. En 2010, le gouvernement a proposé au parlement une révision de la loi sur la radiodiffusion, en vue de la rapprocher de la loi sur les médias, de transposer la Directive sur les services de médias audiovisuels, de renforcer les pouvoirs du Conseil des auditeurs (Publikumsrat) et de revoir le mécanisme de financement. La proposition envisage le rétablissement de la redevance, qui avait été supprimée en 2000. Une Commission des médias (Medienkommission), rattachée au Bureau de la presse et de l'information et composée de cinq membres, est chargée de superviser les questions relatives à la radiodiffusion.

La Principauté s'est dotée d'une radio de service public en 2004, qui existait depuis 1995 en tant que radio privée. Une chaîne de télévision d'information sur les institutions (Landeskanal) a également été créée en 1992. Une télévision privée 1 FL LI émet depuis le 15 août 2008 par voie terrestre. Il existe également deux chaînes de téléachat diffusées par satellite, qui ciblent l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse germanophone, une chaîne web à la demande (FL TV), 12 chaînes de télévision communautaire (Gemeindekanäle) et une radio diffusée par Internet, (IG Schweizer Internetradio ISI).

L'opérateur national de télécommunication, Telecom Liechtenstein, dispose d'un réseau câblé, proposant une offre analogique (33 chaînes de télévision et 36 chaînes de radio), une offre numérique (137 chaînes de télévision, dont 15 en HD et 60 chaînes de radio). L'offre numérique TVision inclut un service de télévision de rattrapage et d'enregistrement sur PVR. Un deuxième opérateur, TV-COM AG couvre les localités de Eschen/Nendeln et Mauren/Schaanwald.

Le Liechtenstein a signé avec l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse différents traités multilatéraux régissant les allocations de fréquences hertziennes, dont les plus récents en novembre 2010.

Das Fürstentum Liechtenstein hatte 2010 35 900 Einwohner. Das Land ist seit 1978 Mitglied im Europarat, seit 1992 in der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle und seit 1995 im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR).

Zwei Gesetze regeln den ordnungspolitischen Rahmen für den Rundfunk: Das Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk vom 23. Oktober 2003 und das Mediengesetz vom 19. Oktober 2005. Die Regierung hat dem Parlament 2010 eine Novellierung des Rundfunkgesetzes vorgeschlagen, um es dem Mediengesetz anzunähern, die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umzusetzen, die Befugnisse des Publikumsrats zu stärken und die Finanzierungsmechanismen zu überprüfen. Der Vorschlag plant die Wiedereinführung der im Jahr 2000 abgeschafften Rundfunkgebühr. Eine dem Presse- und Informationsamt beigeordnete Medienkommission aus fünf Mitgliedern ist für die Aufsicht in rundfunkrelevanten Fragen zuständig.

Ein seit 1995 im Fürstentum bestehender Privatradiosender wurde 2004 zum öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramm. 1992 nahm ein Nachrichtensender den Betrieb auf, der offizielle Informationen des Landes übermittelt (Landeskanal). Ein privater Fernsehsender, 1 FL LI, strahlt seit dem 15. August 2008 seine Programme terrestrisch aus. Außerdem gibt es zwei per Satellit verbreitete Homeshoppingkanäle mit Zielpublikum in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz, einen Web-TV-Abrufdienst (FL TV), 12 lokale Fernsehsender, so genannte „Gemeindekanäle“, und ein per Internet verbreitetes Hörfunkprogramm (IG Schweizer Internetradio ISI).

Der nationale Telekommunikationsbetreiber Telecom Liechtenstein verfügt über ein Kabelnetz mit einem Analogangebot (33 Fernseh- und 36 Hörfunksender) und einem Digitalangebot (129 Fernsehsender, darunter 15 in HD, und 60 Hörfunksender). Das Digitalangebot TVision umfasst einen Dienst für Catch-up-TV und Programmaufzeichnungen auf einem PVR. Ein zweiter Anbieter, der Kabelnetzbetreiber TV-COM AG, versorgt die Gemeinden Eschen/Nendeln und Mauren/Schaanwald mit Informationen.

Liechtenstein hat mit Deutschland, Österreich und der Schweiz verschiedene multilaterale Abkommen über die Zuweisung terrestrischer Frequenzen unterzeichnet, zuletzt im November 2010.

Landesverwaltung Fürstentum Liechtenstein : http://www.llv.li/llv-rk-amts-geschaefte-vernehmlassungen-abgelaufene_2010.htm

<http://www.llv.li/amtsstellen/llv-ak-home.htm>

1 FL LI : <http://www.1fl.li>

FLTV : <http://www.fltv.li>

Telecom Liechtenstein : <http://www.telecom.li>

Audience market shares of private channels have been falling again in 2012 (59% in 2008 compared to 49% in 2012). Despite a drop of more than 4%, the private channel TV3 (Swedish group MTG) continued to lead the Lithuanian market in 2012 with a daily audience market share of 16.6%, ahead of LNK (MG Baltic Group), at 16.6%. LRT, the main channel of public service broadcaster LRT, was in third position dropping below 10% for the first time (9.9%). After these, there is only one channel with a share above 5%: BTV (Achemos Group).

The market is dominated by the cable operators (and MMDS providers), of which there were 41 at the end of 2012 according to figures from the communications regulatory authority RRT. There were 3 operators less than in 2011 which is due to a consolidation process in the cable market. The takeover of C Gates (which belonged to the Swedish group Tele2) by the cable operator Viginta (VDNET) was authorised by the competition authority in February 2011. The merger created the country's second largest cable operator under the brand name CGates. In September 2011 CGates also signed a deal to acquire Mikrovisatos TV. In May 2012 telecommunications group Init announced a merger of its pay-TV operators Init, Vinita, Palsatas and Teletronika to a single Init company.

However, the cable networks, which still have a low digitisation rate, are facing competition from other digital platforms. These include the Viasat satellite package and various IPTV services. The IPTV market is particularly dynamic in terms of subscription numbers with an increase of 22.7% in 2012. Despite the growth in the number of operators to a total of 9 in 2012 (2 more than in 2011), the IPTV sector is dominated by Teo LT (68% owned by Sweden's TeliaSonera group). Its Interactive GALA package recorded 103 000 subscribers in October 2013.

Teo LT also operates Digital GALA, the country's main pay-DTT platform (with 68 000 subscribers in October 2013). Nine years after the introduction of free-to-air DTT channels, analogue terrestrial transmissions were switched off on 29 October 2012.

On 1 January 2013 the Amendment of Article 47 of the Act on Provision of Information to the public came into force. The new provisions change the principles of the formation of the Radio and Television Commission LRTK, define the requirements for the members, the rules for their designation and recall, and determine the LRTK's financing.

La part d'audience des chaînes privées a encore baissé en 2012 (59 % en 2008 contre 49 % en 2012). Malgré un recul de plus de 4 %, la chaîne privée TV3 (groupe suédois MTG) conserve la tête du marché lituanien en 2012 avec une part d'audience quotidienne de 16,6 %, devant LNK (MG Baltic Group), à 16 %. LRT, la principale chaîne du radiodiffuseur public, se trouvait en troisième position, passant pour la première fois sous le seuil des 10 % (9,9 %). Derrière, seule une chaîne dépasse les 5 % : BTV (Achemos Grupė).

Les câblo-opérateurs (et fournisseurs de MMDS) dominent le marché : à la fin 2012 ils sont 41 selon les chiffres de l'autorité de régulation des communications, la RRT, soit trois opérateurs de moins qu'en 2011, à cause du processus de consolidation en cours sur ce marché. Le rachat de CGates (qui appartenait au groupe suédois Tele2) par le câblo-opérateur Viginta (VDNET) a été autorisé par l'autorité de la concurrence en février 2011. La fusion a créé le deuxième plus grand câblo-opérateur du pays sous la marque CGates. En septembre 2011, CGates a également signé un accord pour acquérir Mikrovisatos TV. En mai 2012, le groupe de télécommunications Init a annoncé la fusion de ses opérateurs de télévision payante Init, Vinita, Palsatas et Teletronika en une seule société, Init.

Mais les réseaux câblés, encore faiblement numérisés, affrontent la concurrence des autres plates-formes numériques. Il s'agit notamment du bouquet satellite Viasat et de divers services IPTV. Le marché IPTV est particulièrement dynamique en matière de nombre d'abonnés, et enregistre une augmentation de 22,7 % en 2012. Malgré la croissance du nombre d'opérateurs à un total de 9 en 2012 (2 de plus qu'en 2011), le secteur de l'IPTV est dominé par Teo LT (possédé à 68 % par le groupe suédois TeliaSonera). Son bouquet Interactive GALA affiche 103 000 abonnés en octobre 2013.

Teo LT opère par ailleurs Digital GALA, la principale plate-forme de TNT payante du pays (avec 68 000 abonnés en octobre 2013). Neuf ans après l'introduction des chaînes de TNT gratuite, les transmissions terrestres analogiques ont été arrêtées le 29 octobre 2012.

La modification de l'article 47 de la loi sur la diffusion d'informations au public est entrée en vigueur le 1er janvier 2013. Les nouvelles dispositions modifient les principes de la constitution de la Commission de la radio et de la télévision, la LRTK, définissent les exigences applicables à ses membres et les règles relatives à leur désignation et révocation, et déterminent le financement de la LRTK.

Auch 2012 sind die Zuschauermarktanteile der privaten Sender erneut zurückgegangen (von 59 % 2008 auf 49 % 2012). Trotz eines Rückgangs von mehr als 4 % behauptete der Privatsender TV3 (der schwedischen Gruppe MTG) 2012 mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 16,6 % seinen Platz als Marktführer, vor LNK (MG Baltic Group) mit 16 %. LRT, der Hauptfernsehdienst des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters LRT, belegte den dritten Platz und fiel 2012 erstmals unter 10 % (9,9 %). Von den übrigen Sendern kam nur einer auf über 5 %: BTV (Achemos-Gruppe).

Dominiert wird der Fernsehmarkt in Litauen von den Kabelnetzbetreibern (und MMDS-Anbietern): Ende 2012 waren es nach Angaben der Regulierungsbehörde RRT 41. Damit ist die Zahl der Betreiber gegenüber 2011 um drei zurückgegangen, eine Folge des Konsolidierungsprozesses auf dem Kabelfernsehmarkt. Im Februar 2011 gab die Wettbewerbsbehörde grünes Licht für die Übernahme von CGates (gehörte zur schwedischen Gruppe Tele2) durch den Kabelnetzbetreiber Viginta (VDNET). Aus der Fusion ist der zweitgrößte Kabelnetzbetreiber unter dem Namen CGates hervorgegangen. Im September 2011 übernahm CGates auch Mikrovisatos TV. Im Mai 2012 kündigte die Telekommunikationsgruppe Init eine Fusion ihrer Pay-TV-Anbieter Init, Vinita, Palsatas und Teletroni zu einer einzigen Gesellschaft Init an.

Allerdings stehen die (noch kaum digitalisierten) Kabelnetze in Konkurrenz mit den anderen digitalen Plattformen, zum Beispiel dem Satellitenbouquet Viasat und einigen IPTV-Diensten. Der IPTV-Markt ist besonders dynamisch in Litauen: Die Zahl der Abonnenten ist allein 2012 um 22,7 % gestiegen. Obwohl die Zahl der Anbieter wächst – 2012 waren es insgesamt neun (zwei mehr als 2011) – wird der Sektor von Teo LT dominiert (zu 68 % im Besitz der schwedischen TeliaSonera-Gruppe). Sein Bouquet Interactive GALA hatte im Oktober 2013 rund 103 000 Abonnenten.

Teo LT betreibt außerdem Digital GALA, die wichtigste kostenpflichtige DVB-T-Plattform des Landes (mit 68 000 Abonnenten im Oktober 2013). Neun Jahre nach der Einführung von frei empfangbarem DVB-T wurde das analoge Signal am 29. Oktober 2012 abgeschaltet.

Am 1. Januar 2013 ist eine Änderung von Artikel 47 des Gesetzes über die Bereitstellung öffentlicher Informationen in Kraft getreten. Die neuen Bestimmungen ändern die Grundsätze für die Zusammensetzung der Hörfunk- und Fernsehkommission LRTK, legen die Anforderungen an die Mitglieder und die Vorschriften für ihre Ernennung fest und regeln die Finanzierung der LRTK.

➤ LRTK – Lietuvos radijo ir televizijos komisija (Radio and Television Commission of Lithuania): <http://www.rtk.lt>

RRT – Ryšių reguliavimo tarnyba (Communications Regulatory Authority): <http://www.rtt.lt>

Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

LT1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	3 004
Households	1 324

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			1 300
Cable TV subscriptions	32.5%	430	
Digital cable TV households	9.1%		120
Digital DTH/SMATV households	9.7%		128
Pay DTH/SMATV subscriptions	7.6%	101	
IPTV households	7.7%		103
Pay IPTV subscriptions	7.7%	103	
DTT households	48.3%		639
Pay DTT subscriptions	5.7%	76	
Total digital TV households	74.7%		989
Total pay TV subscriptions	53.6%	710	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	61.3%		811
Households with broadband connections	53.6%		709
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	9.2%		121

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

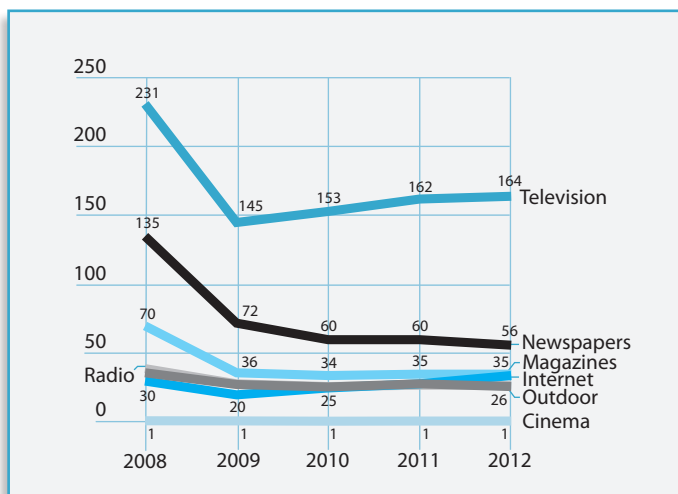
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

LT2

Advertising
2008-2012

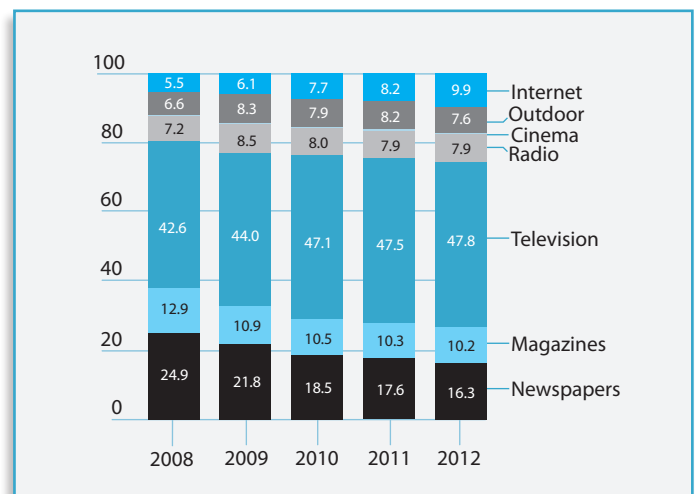
Total display adspend



2008-2012 LTL million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

LT3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 LTL million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Teo LT, AB ①	3play	Gala TV	743.7	702.7	704.3	0.2%
UAB Omnitel ①	3GTV	Mobili TV	602.7	555.7	507.9	-8.6%
UAB Bité Lietuva ①	3GTV	Bité TV (3)	514.3	482.6	468.9	-2.8%
UAB Tele3	adtv	TV3, TV6	72.8	77.2	~	~
AB Lietuvos Radijo IR Televizijos Centras	trans		68.5	74.4	74.6	0.3%
Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija	sptv, rad	LTV1, LTV2	59.8	65.8	71.6	8.8%
UAB Laisvas ir Nepriklausomas Kanalas	adtv	LNK, Info TV	60.0	63.2	62.8	-0.6%
UAB Forum Cinemas	discin, exh	Forum Cinemas	32.6	41.9	40.4	-3.6%
UAB Balticum TV ①	3play	Balticum TV	29.6	29.8	~	~
CGates	3play	CGates	11.1	19.4	~	~

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	41	41	Balticum TV, Init, Kava, Mikrovisatos TV, Sugardas, Vinita, Viginta...
Satellite packagers		1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	9	9	Teo LT (TeliaSonera), Dokeda, Penkiu Kontinentu, Transteleservas...
DTT multiplex operators and packagers	3	3	Transmission company: Lietuvos radijo ir televizijos centras & Teo LT (Telia-Sonera) / Pay DTT packagers: Teo LT (TeliaSonera), Balticum TV (in Vilnius only)
Mobile TV packagers	-	-	
SmartTV stores providing AV applications		3	Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	MTG (SE)	Private	32	>24.4%	>20.5%
2	MG Baltic	Private	1	17.7%	16.0%
3	LNRT	Public	2	11.3%	10.6%
4	UAB Koncernas Achemos Grupe	Private	4	8.4%	10.2%
5	Gazprom	Private	1	~	4.4%

➔ European Audiovisual Observatory

LT4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	LTL million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Public income	53.7	43.8	36.4	42.1	46.7	59.0	65.4	60.8	63.9	65.1	10.9%
Aids / Grants	53.1	43.0	35.2	40.1	45.3	58.3	64.3	58.8	60.9	63.2	12.9%
Other public incomes	0.7	0.8	1.2	2.0	1.4	0.7	1.2	2.0	3.0	1.9	-30.1%
Commercial income	35.5	20.8	21.1	20.3	22.2	39.0	31.0	35.2	30.8	30.9	9.1%
Advertising	29.5	14.4	13.2	14.4	17.8	32.4	21.5	22.1	21.9	24.9	23.8%
Sponsoring	1.8	2.1	2.7	1.5	0.7	1.9	3.1	4.5	2.3	1.0	-50.7%
Merchandising	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.3	0.5	0.4	0.3	0.3	0.0%
Other	4.0	3.9	4.9	4.2	3.4	4.4	5.8	8.2	6.4	4.7	-19.3%
Other income	1.8	2.4	2.4	3.5	2.8	2.0	3.6	4.0	5.2	4.0	-18.0%
Total revenues	91.0	66.9	59.8	65.8	71.6	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	8.8%

Companies included: Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija (LNRT).

➔ LRT / EBU -M.I.S.

LT5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	2	12	14
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	3	4
TV Regional/Local/ Windows		43	43
TV channels targeting foreign markets	1		1
Total	4	58	62
Foreign channels targeting the country	2	9	11

➔ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	6	~
Catch-up TV services	5	11
VOD Generalist/ Film / Fiction		2
VOD Music / Music events		
VOD Film	4	11
VOD Documentary		
VOD Children/ Animation		
Film/TV Archives and Trailers		2
Sport		1
Other		~
Total (consolidated)	15	~

➔ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital terrestrial			Cable		Satellite	IPTV
	(free)	Balticum TV ①	TEO ①	Balticum TV	Vinita	Viasat	TEO
TV Channels							
Generalist - national	3	4	4	4	4	3	4
Generalist - foreign			4	13	14	1	5
Adult			1	2	1	1	2
Children		2	5	14	20	6	33
Culture/ education/ documentary		5	12	27	38	6	16
Entertainment/ TV fiction/ games	4	5	9	19	24	8	19
Film		4	2	13	16	6	11
HD simulcast of an existing channel			4	14	19	6	8
International linguistic and cultural	1	3	2	8	8	5	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	17	22		10
Minority interest groups							
Music	1	1	3	12	16	3	8
News/ business	2	2	7	14	18	6	14
Parliament/ government/ administration				1	1		1
Regional/ local	1	1		6	3		3
Religion					3		1
Sports		2	6	20	22	3	22
Various				5			1
Total (of which HD)	12 (0)	29	63 (6)	189 (18)	229 (21)	54 (6)	163 (10)
On-demand audiovisual services							
VoD							1
Catch-up							1
Other services							
Total	0	0	0	0	0	0	2

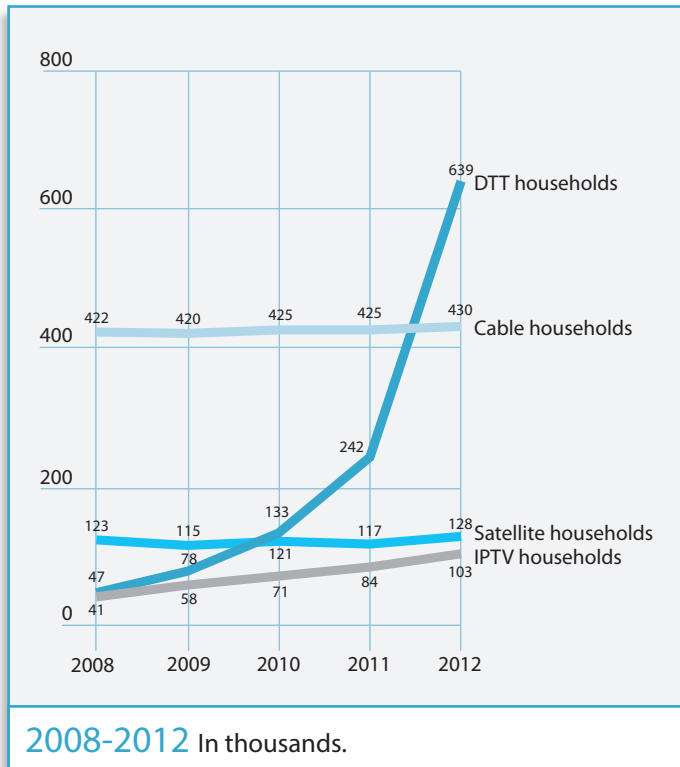
① Includes free DTT.

➔ European Audiovisual Observatory

LT6

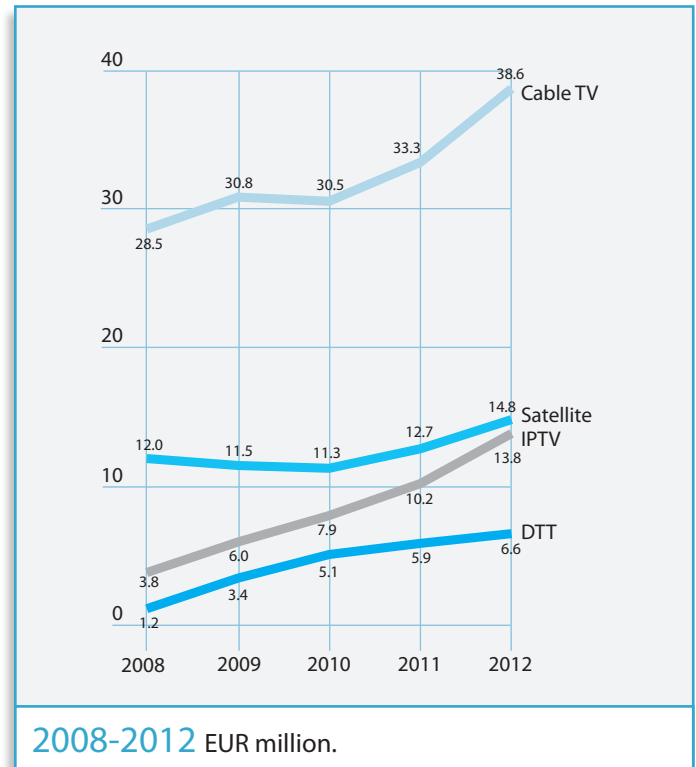
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



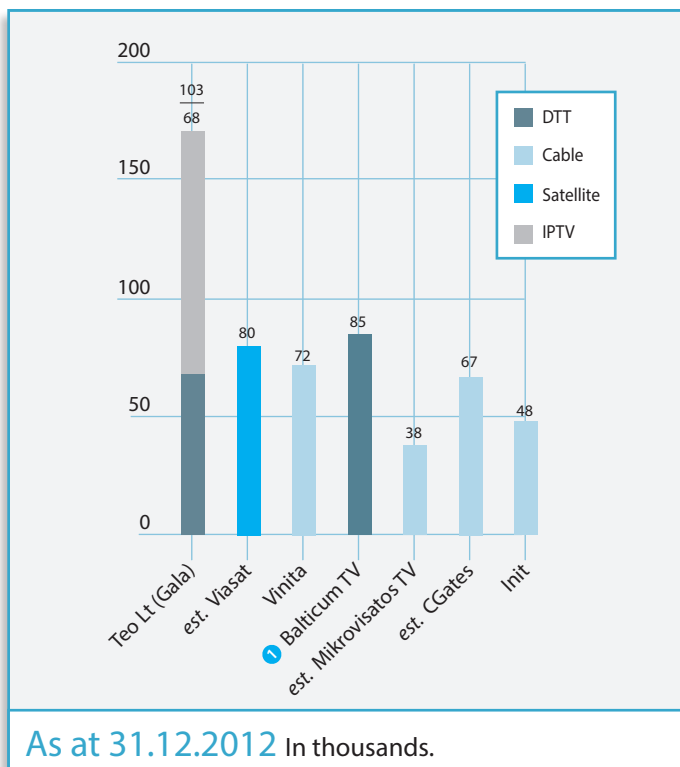
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



IHS Screen Digest

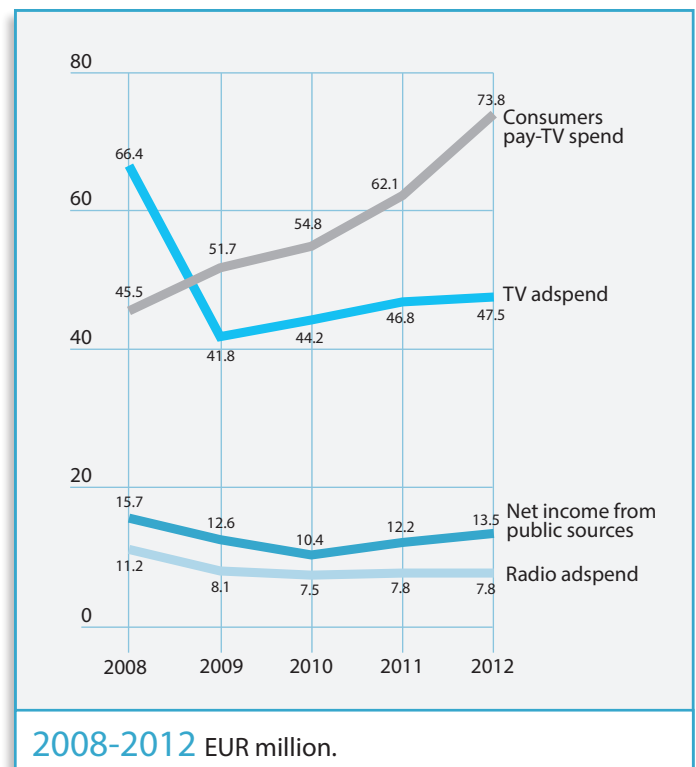
Number of households accessing multichannel platforms



Includes DTT data.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and AMADEUS data

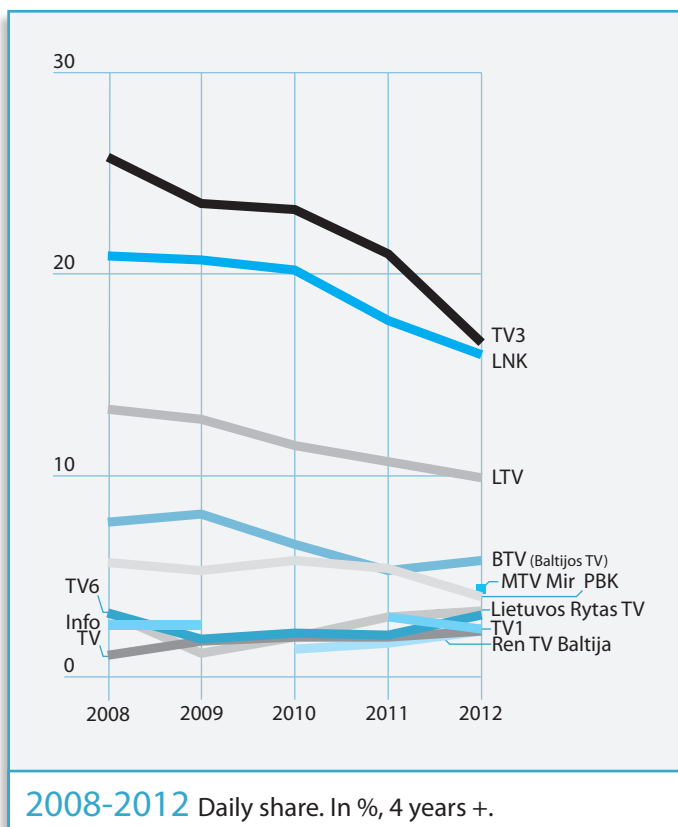
LT7

TV audience market share in Lithuania

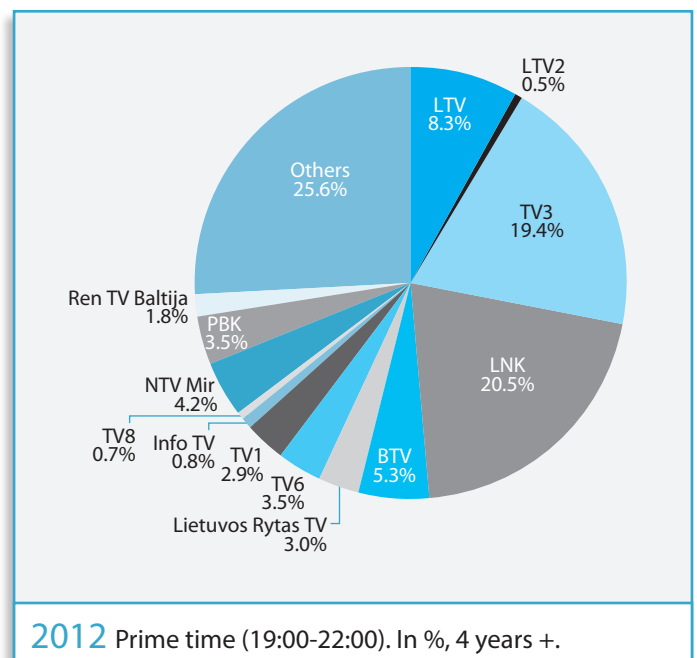
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
LTV	13.3	12.8	11.5	10.7	9.9	13.1	13.7	10.5	9.3	8.3
LTV2	1.0	0.9	0.6	0.6	0.7	1.1	1.0	0.4	0.5	0.5
Lithuanian public channels	14.3	13.7	12.1	11.3	10.6	14.2	14.7	10.9	9.8	8.8
TV3	25.8	23.5	23.2	21.0	16.6	26.3	26.3	26.5	24.0	19.4
LNK	20.9	20.7	20.2	17.7	16.0	27.2	24.9	25.6	22.5	20.5
BTV (Baltijos TV)	7.7	8.1	6.6	5.3	5.8	7.3	7.4	6.6	5.2	5.3
Lietuvos Rytas TV (ex 5 Kanalas)	1.2	2.0	3.0	3.3	3.2	1.1	2.0	2.9	3.0	3.0
TV6 (ex Tango TV)	1.9	2.2	2.1	3.1	3.2	1.6	1.9	1.7	2.9	3.5
TV1	1.8	2.0	2.0	2.3	2.6	1.3	1.5	1.8	2.4	2.9
Info TV			0.2	0.4	1.1			0.1	0.2	0.8
Liuks!			0.3	0.4	0.7			0.2	0.2	0.5
TV8					0.5					0.7
Sport 1			0.3	0.3	-			0.3	0.3	-
Lithuanian private channels	59.3	58.5	57.9	53.8	49.7	64.8	64.0	65.7	60.7	56.6
NTV Mir					4.4					4.2
PBK	5.7	5.3	5.8	5.4	4.0	5.7	4.6	4.6	4.4	3.5
Ren TV Baltija			1.4	1.7	2.3			0.9	1.2	1.8
Viasat Sport Baltic			0.3	0.3	0.2			0.4	0.3	0.2
RTR Planeta			3.0	2.4	-			2.8	2.2	-
MTV Lithuania	-	0.3	0.2	0.2	-	-	0.2	0.1	0.1	-
Main foreign channels	5.7	5.6	10.7	10.0	10.9	5.7	4.8	8.8	8.2	9.7
Others	18.2	20.1	18.0	24.9	28.8	13.3	14.8	13.5	21.3	24.9
Video	2.5	2.1	1.3	~	0.0	2.0	1.7	1.1	~	0.0

Eurodata TV Worldwide / TNS LT



Eurodata TV Worldwide / TNS LT



Eurodata TV Worldwide / TNS LT

LT8

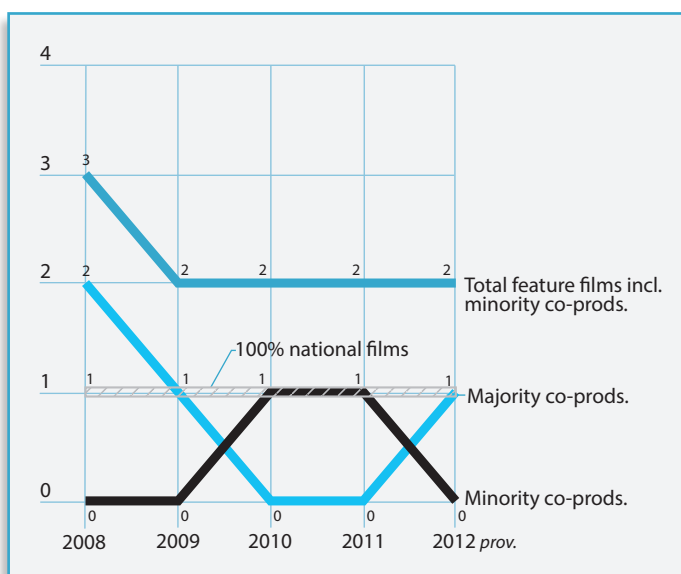
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	41 873	39 631	40 057	38 093	35 807	OBS/IMF
Screens	80	84	81	84	84	LKC after LS
Cinema sites	43	42	32	33	32	LKC after LS
Digital screens	0	5	13	18	21	MS
Digital cinema sites	0	4	7	8	12	MS
Digital screen penetration	0%	6%	16%	21%	25%	MSt
Digital site penetration	0%	10%	22%	24%	38%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / LKC (Lithuanian Film Centre)/ LS (Statistics Lithuania)

Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹¹ Fiction films only.

➔ LKC

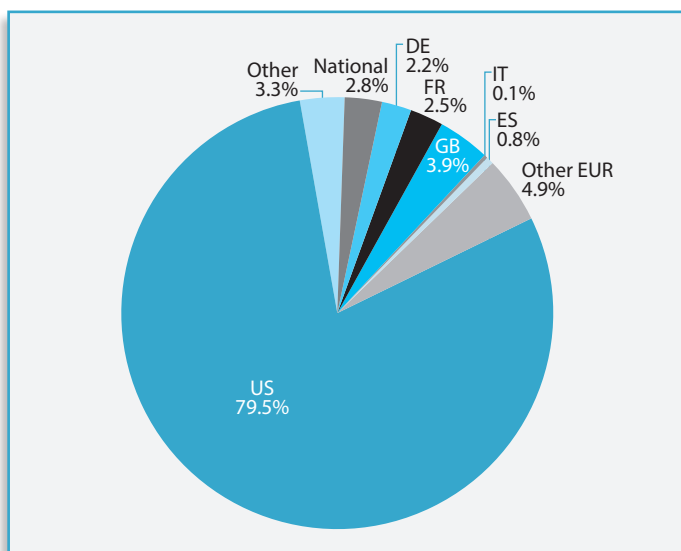
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ LKC

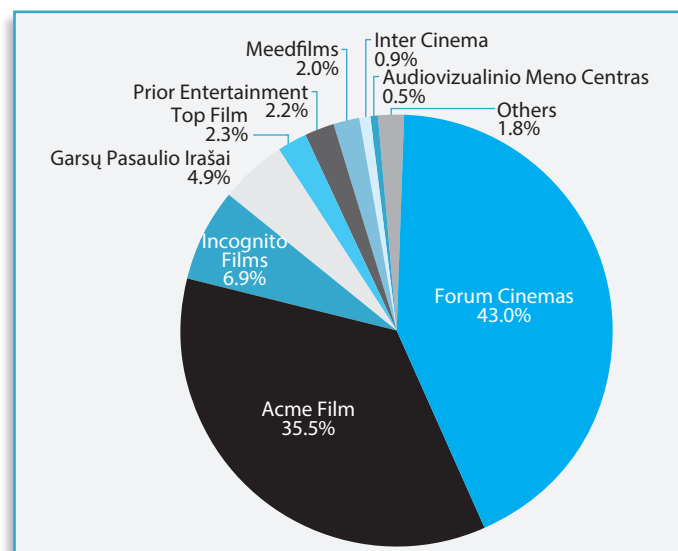
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ LKC

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ OBS / LUMIERE database

Luxembourg has long had an official policy of welcoming pan-European companies. It is home, for example, to SES Global – the world's leading satellite operator thanks to its Astra system, the RTL Group, Europe's leading audiovisual group, and M7, the satellite platform that distributes channel packages. In the field of on-demand audiovisual services, Luxembourg acts as a host country for services targeting other European countries: the iTunes Store (Apple) and Netflix. Microsoft's Xbox Live is also based in Luxembourg but is considered a distribution platform by the authorities and not an on-demand audiovisual service.

The law on the creation of the public-service body *Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel* (Luxembourg Independent Audiovisual Authority – ALIA) was formally adopted on 27 August 2013 and entered into force on 1 December 2013. It reforms Luxembourg's regulatory bodies by replacing most of the former authorities by a single competent authority.

The audience share of RTL Lëtzebuerg in 2012 was 35.4% between 7 and 8 pm but continued to decline during the daytime. According to the 2012 Plurimedia Survey conducted by TNS Ilres, RTL Tele Lëtzebuerg reached 114 800 viewers (or 26.1% of the population), while the channel Den 2.ten RTL, which targets young people, reached 9000 (2%). CLT-UFA operates Luxembourg's digital terrestrial platform, which provides access to 13 channels, eleven of which are controlled by the RTL Group. The two independent channels are Luxe TV and Air TV, a new general entertainment channel launched in February 2011.

Cable, which supplies nearly two-thirds of households, dominates in Luxembourg. Most of the fifty or so operators identified in the country are local authorities or non-profit associations. In 2013, only three companies were still operating in this sector. Eltrona dominates the market with the Imagin package, which had 115 000 subscribers at the end of 2010. Its main competitors are Sogel and Numericable, which was taken over in July 2011 by the Luxembourg based companies Deficom (60%) and Apax (40%). The telecommunications operator Entreprise des P&T, renamed Post Telecom, is a significant competitor in the pay-TV market, with its package, PostTV, which had signed up 22 000 subscribers by the end of 2011. The Belgian operator Belgacom has also gained a foothold on the market by setting up a subsidiary, Tango SA.

Le Luxembourg a depuis longtemps une politique officielle d'accueil d'entreprises à vocation paneuropéenne. Il abrite ainsi le siège social de SES Global, principal opérateur satellite mondial avec son système Astra ainsi que celui du groupe RTL, premier groupe audiovisuel européen et de M7, la plateforme de distribution satellitaire. Dans le domaine des services audiovisuels à la demande, le Luxembourg sert de pays d'accueil pour les services visant les autres pays européens : iTunes Store (Apple) et Netflix. Xbox Live de Microsoft est également établi au Luxembourg mais considéré par les autorités comme une plate-forme de distribution et non un SMAD.

Le 27 août 2013, la loi portant création de l'établissement public « Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel », (ALIA) a été formellement adoptée. Elle est entrée en vigueur le 1er décembre 2013. Elle réforme les structures réglementaires luxembourgeoises en remplaçant la plupart des organes antérieurs par une seule autorité compétente.

L'audience de RTL Lëtzebuerg, qui affichait en 2012 une part d'audience de 35,4 % entre 19 et 20 heures, continue néanmoins de reculer sur l'ensemble de la journée. Selon l'enquête plurimedia 2012 de TNS Ilres, RTL Tele Lëtzebuerg touchait 114 800 spectateurs (soit 26,1 % de la population) tandis que la chaîne Den 2.ten RTL ciblant le public jeune en touchait 9000 (2 %). La CLT-UFA opère aussi la plate-forme numérique terrestre luxembourgeoise. Celle-ci propose l'accès à 13 chaînes, dont onze dépendent du RTL Group. Les deux chaînes indépendantes sont Luxe TV et Air TV, une nouvelle chaîne généraliste lancée en février 2011.

Le câble est prédominant au Luxembourg, équipant près de deux tiers des foyers. Parmi les cinquantaine d'opérateurs répertoriés dans le pays, la plupart sont des administrations communales ou des associations sans but lucratif. En 2013, on ne compte plus que trois sociétés actives sur le secteur. Avec le bouquet Imagin (115 000 abonnés à la fin de l'année 2010), Eltrona domine le marché. Ses principaux concurrents sont Sogel et Numericable, qui a été racheté en juillet 2011 par les sociétés luxembourgeoises Deficom (60 %) et Apax (40 %). L'opérateur de télécommunications Entreprise des P&T, rebaptisé Post Telecom, représente un concurrent significatif sur le marché de la télévision payante, avec son bouquet PostTV, qui comptait environ 22 000 abonnés fin 2011. L'opérateur belge Belgacom s'est également positionné sur le marché en créant une filiale, Tango SA.

Luxembourg verfolgt seit langem eine offizielle Standortpolitik, die Unternehmen mit gesamteuropäischem Anspruch anzieht. So befindet sich hier der Gesellschaftssitz von SES Global, dem weltweit wichtigsten Satellitenbetreiber mit seinem Satellitensystem Astra, sowie der von RTL, Europas führendem Unterhaltungskonzern, und von M7, der Satellitenplattform. Im Bereich der audiovisuellen Abrufdienste beherbergt Luxembourg die Unternehmen, deren Zielmarkt in den anderen europäischen Ländern liegt: iTunes Store (Apple) und Netflix. Auch XBoX Live von Microsoft hat seinen Sitz in Luxembourg, wird jedoch von Luxembourg als eine Vertriebsplattform angesehen und nicht als ein audiovisueller Abrufdienst.

Am 27. August 2013 wurde das Gesetz zur Gründung der „Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel“ (ALIA) (unabhängige luxemburgische audiovisuelle Behörde) angenommen. In Kraft getreten ist das Gesetz am 1. Dezember 2013. Mit diesem Gesetz werden die luxemburgischen Regulierungsstrukturen neu geordnet und ein Großteil der bisherigen Behörden durch eine einzige zuständige Behörde ersetzt.

RTL Lëtzebuerg erzielte 2012 zwar weiterhin einen Marktanteil von 35,4 % zwischen 19 und 20 Uhr, auf den ganzen Tag gerechnet sank die Einschaltquote aber erneut. Laut der Plurimedia-Studie 2012 von TNS Ilres erreichte RTL Tele Lëtzebuerg 114 800 Zuschauer (das sind 26,1 % der Bevölkerung), während der auf ein junges Publikum ausgerichtete Sender Den 2.ten RTL auf 9 000 Zuschauer kam (2 %). Die CLT-UFA betreibt auch die terrestrische Digitalplattform des Landes. Diese bietet Zugang zu 13 Sendern, von denen elf zur RTL Group gehören. Die beiden unabhängigen Sender sind Luxe TV sowie das neue Vollprogramm Air TV, das im Februar 2011 auf Sendung ging.

Das Kabel erreicht fast zwei Drittel aller Haushalte und prägt die Fernsehverbreitung in Luxembourg. Bei den rund fünfzig erfassten Betreibern handelt es sich mehrheitlich um kommunale Verwaltungen oder nicht gewinnorientierte Vereine. 2012 gab es nur noch drei in diesem Bereich tätige Unternehmen. Mit dem Bouquet Imagin (115 000 Abonnenten Ende 2010) dominierte Eltrona den Markt. Die wichtigsten Konkurrenten waren Sogel sowie Numericable, ein Unternehmen, das im Juli 2011 von den Luxemburger Gesellschaften Deficom (zu 60 %) und Apax (40 %) übernommen wurde. Der Telekommunikationsbetreiber Entreprise des P&T, seit Ende September 2013 unter dem neuen Namen Post Telecom, ist beim Bezahlfernsehen mit seinem Bouquet „PostTV“ und 22 000 Abonnenten Ende 2011 ein bedeutsamer Konkurrent. Die belgische Belgacom ist inzwischen ebenfalls mit einer Tochtergesellschaft auf dem luxemburgischen Markt präsent, der Tango SA.

➤ Portail Médias et communication du gouvernement luxembourgeois: <http://www.mediacom.public.lu>
ALIA : <http://www.alia.lu>
Chiffres d'audience : IP Network : <http://www.ip-network.com>
Legal aspects, Iris Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

LU1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	537
Households	217

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	61.4%	133	
Digital cable TV households	56.3%		122
Digital DTH/SMATV households	17.5%		38
Pay DTH/SMATV subscriptions	0.0%		
IPTV households	11.1%		24
Pay IPTV subscriptions	11.1%	24	
DTT households	6.0%		13
Pay DTT subscriptions	0.0%		
Total digital TV households	91.0%		197
Total pay TV subscriptions	72.5%	157	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	90.5%		196
Households with broadband connections	81.3%		176
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	26.3%		57

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

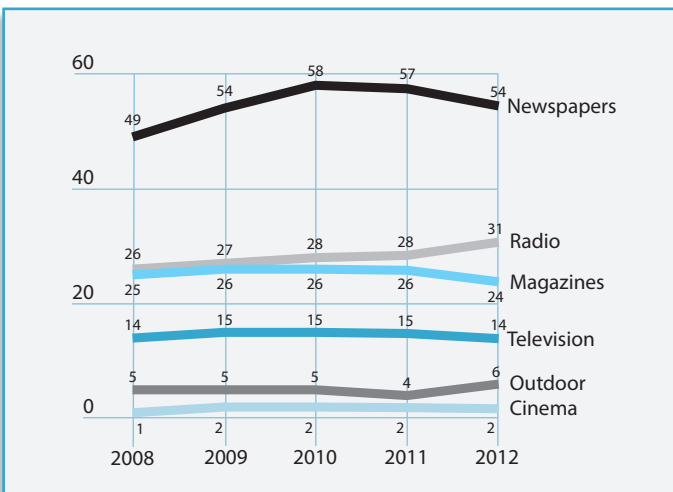
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

LU2

Advertising
2008-2012

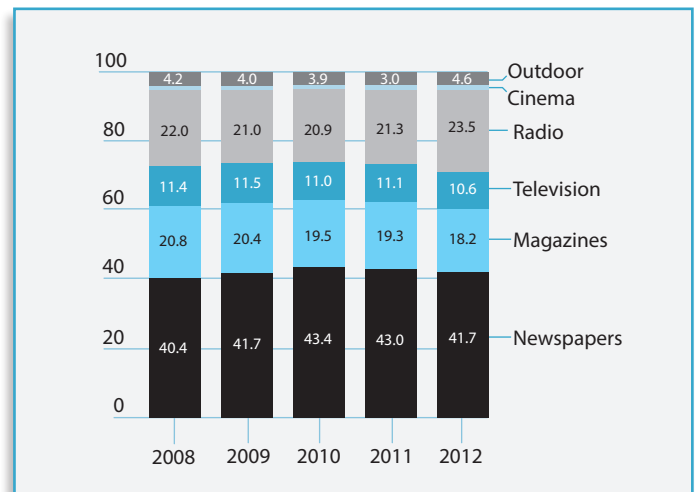
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Mediatrix / IP Key Facts

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Mediatrix / IP Key Facts

LU3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2009-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2009	2010	2011	2012	2012/11
RTL Group	adtv, thtv, prod, rad	RTL, M6,...	5 455	5 643	5 805	6 043	4.1%
SES ①	trans	Astra	1 620	1 736	1 733	1 828	5.5%
iTunes SARL ②	smaod	iPhone App Store	515	737	1 038	1 534	47.8%
Post Group ①	3play, 3GTV	La Télé des P&T, Mobile TV		-	737	725	-1.6%
Entreprise des P&T ①	3play, 3GTV	La Télé des P&T, Mobile TV	564	593	603	-	-
Microsoft Luxembourg ③	smaod	Xbox Live, MSN	170	246	337	387	14.8%
M7 Group SA	sattv	CanalDigitaal, TéléSat, TV Vlaanderen, ...	~	131	146	~	~
Orange Luxembourg ①	3GTV	Orange Mobile TV	50	64	67	77	14.2%
Osmose Media	adtv	EuroD	30	62	62	~	~
Tango ①	3play, 3GTV	Tango	~	~	41	~	~
RTL9 SA and Cie SECS	thtv	RTL9	34	31	35	~	~

Not available : Netflix.

② All activities of iTunes Stores in Europe.

➔ European Audiovisual Observatory

① Includes telecommunications activities.

③ All activities of the Xbox Live services in Europe.

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	55	55	3 companies (Eltrona, Numericable, Sogel), 20 municipal administrations and 32 associative collective antennas (ASBL)
Satellite packagers	① 1	1	M7Group ("TéléSat Luxembourg")
IPTV packagers	1	1	Post Group
DTT multiplex operators and packagers	1	1	CLT-UFA (RTL group)
Mobile TV packagers	2	2	Post Group, Orange Luxembourg (France Telecom)
SmartTV stores providing AV applications		4	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.	4	5	Amazon App-Shop (LU) ②, Blackberry App Store (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung-Apps (GB), Xbox Live (LU) ②
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

① And six other packages targeting the Netherlands, Belgium, Austria, Czech Republic and Slovak Republic.

➔ European Audiovisual Observatory

② Established in the country but not accessible in the country.

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share Oct-dec. 2011	TV daily market share Oct-dec. 2012
1	RTL Group ①	Private	26	>27.5%	>25.3%
2	ProSiebenSat.1 Media AG (DE)	Private	5	>12.3%	>12.1%
3	TF1 (FR)	Private	12	>8.9%	>9.1%
4	ZDF (DE)	Public	8	>6.4%	>6.6%
5	ARD (DE)	Public	16	>6.4%	>5.5%

① The TV audience market share of RTL-TV1 (1.5 % in 2010-2011) is not included in 2011-2012.

➔ European Audiovisual Observatory

LU4

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	0	4	4
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	10	11
TV Regional/Local	4	5	9
TV Regional/Local Windows			0
TV channels targeting foreign markets		24	24
Pure TV online services (Web TV)			
Total	5	43	48

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters branded channels on open platforms	9	~
Catch-up TV services	5	8
VoD Generalist/Film/Fiction	4	11
VoD Music / Music Events	0	8
VoD Film	81	13
VoD Documentary	0	0
VoD Children / Animation	3	3
Film/TV Archives and Trailers	0	6
Sport		
Other	18	~
Total	120	~

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital terrestrial	Cable	Satellite	IPTV
		Numericable	M7 Group (TéléSat) ¹	Post Telecom
TV Channels				
Generalist - national	4	1	1	6
Generalist - foreign	1	26	12	30
Adult		4	4	7
Children		28	14	20
Culture/ education/ documentary		27	10	21
Entertainment/ TV fiction/ games	4	30	11	24
Film		12	4	10
HD simulcast of an existing channel	1	16		17
Home shopping		3	1	1
International linguistic and cultural		6		5
Lifestyle/ specific leisure/ travel	1	17	9	11
Music		16	9	11
News/ business		24	1	18
Parliament/ government/ administration		1		1
Regional/ local		4		5
Religion				1
Sports		25	3	23
Various		11		4
Total	11	251	79	215
On-demand audiovisual services (Dec. 2013)				
VoD		1		1
Catch-up				
Total	0	1	0	1

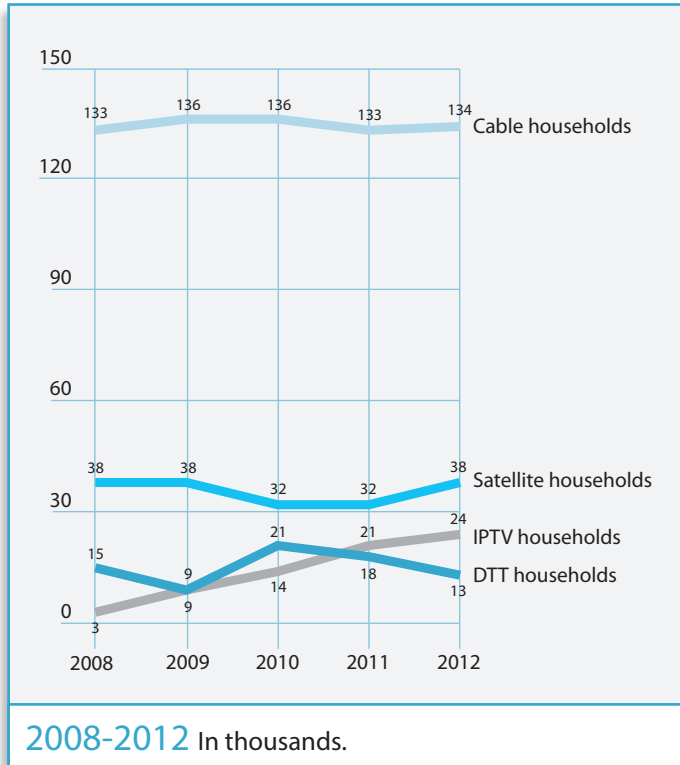
¹ TéléSat also gives access to more than 400 free to air satellite channels.

European Audiovisual Observatory

LU5

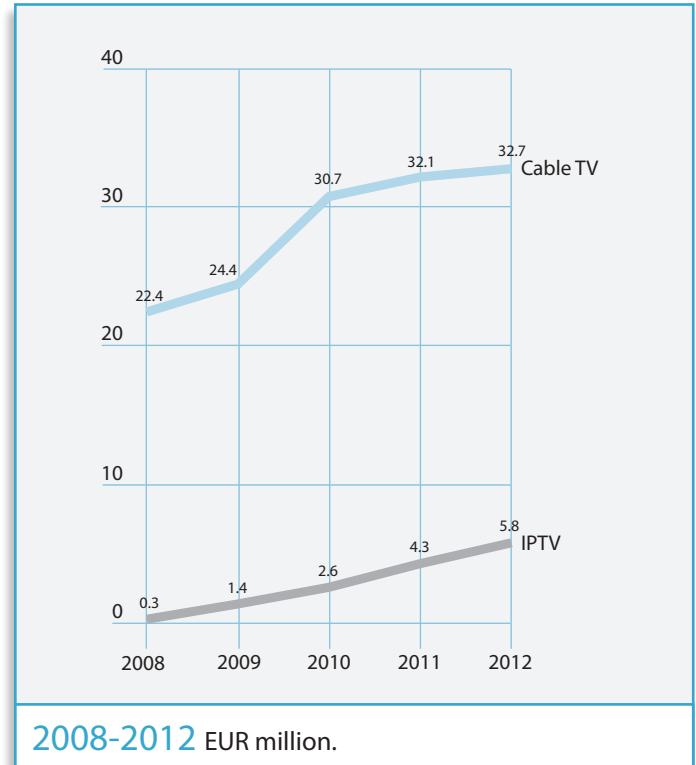
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



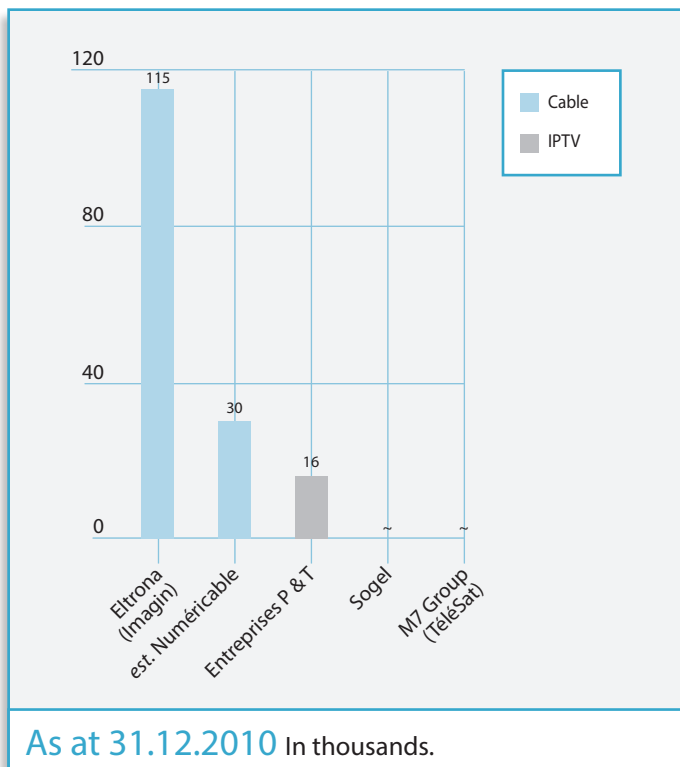
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



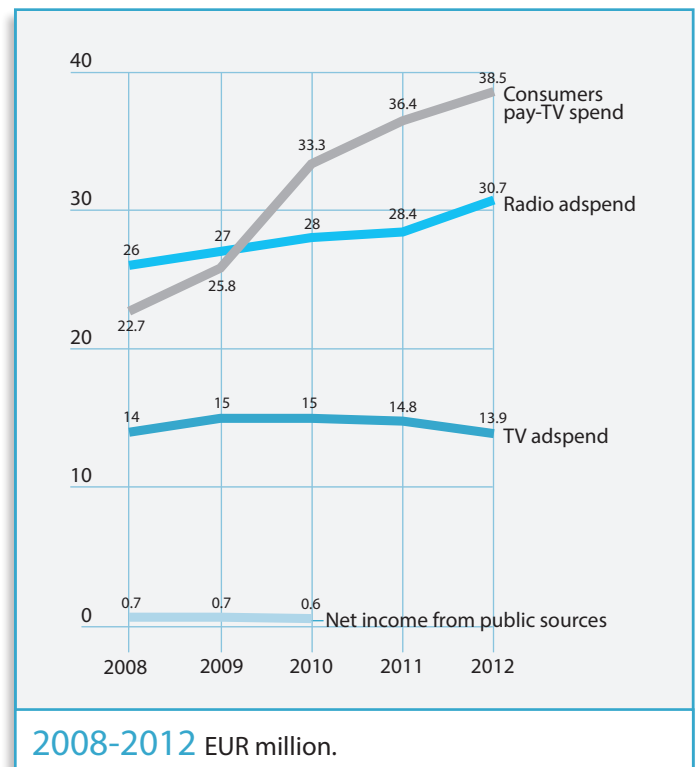
IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms



European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



European Audiovisual Observatory on IP Key Facts and IHS SScreen Digest data

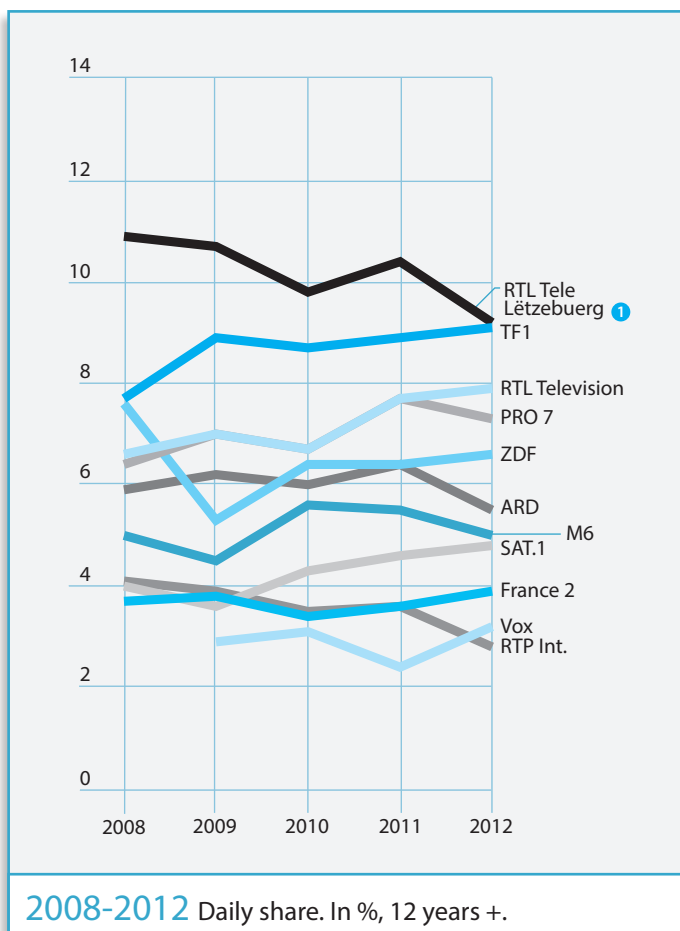
LU6

TV audience market share in Luxembourg 2008-2012 In %, 12 years +.

Channels	Daily share					Timeslot 19:00-20:00				
	2007 /2008	2008 /2009	2009 /2010	2010 /2011	2011 /2012	2007 /2008	2008 /2009	2009 /2010	2010 /2011	2011 /2012
RTL Tele Lëtzebuerg ①	10.9	10.7	9.8	10.4	9.2	41.9	39	37.3	34.7	35.4
TF1	7.7	8.9	8.7	8.9	9.1	4.9	7	8.3	7.1	7.6
RTL Television	6.6	7.0	6.7	7.7	7.9	6.1	6.9	6.1	7.3	6.5
PRO 7	6.4	7.0	6.7	7.7	7.3	4.3	5.2	4.8	6.7	6.6
ZDF	7.6	5.3	6.4	6.4	6.6	3.7	2.8	6.8	4.1	4.8
ARD	5.9	6.2	6.0	6.4	5.5	2.7	2.6	6	2.7	2
M6	5.0	4.5	5.6	5.5	5.0	3.2	3.4	5.2	4	2.8
SAT.1	4.0	3.6	4.3	4.6	4.8	1.7	1.7	3.8	3.3	2.2
France 2	3.7	3.8	3.4	3.6	3.9	1.7	1.9	3	2.2	2.9
Vox	~	2.9	3.1	2.4	3.2	~	~	3.4	~	2.8
RTP Int.	4.1	3.9	3.5	3.6	2.8	4.1	2.7	3	2.3	2.1
RTL-TVi	~	1.2	2.1	1.5	~	~	~	2.4	2.3	~
Others	38.1	35.0	33.7	31.3	34.7	25.7	26.8	9.9	23.2	24.2

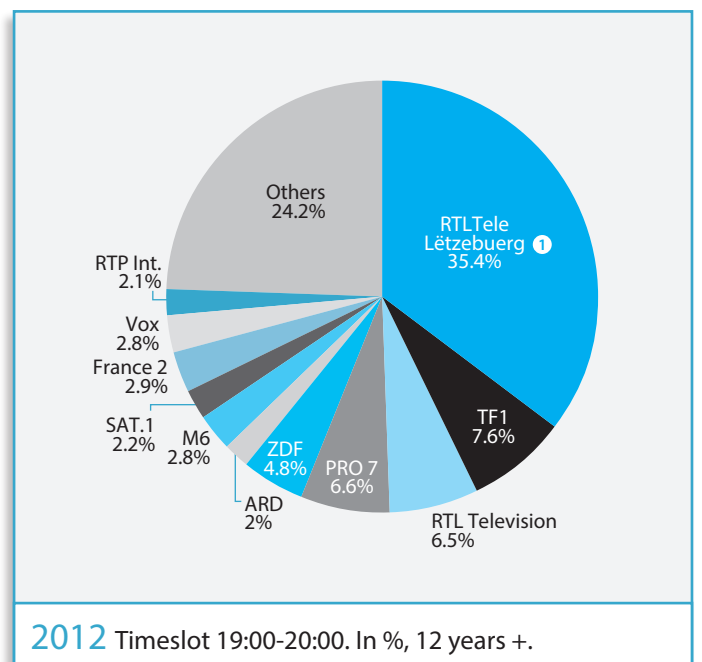
① Including DEN 2 RTL in 2010/2011 and 2011/2012.

➔ TNS-ILRes Plurimedia / IP Key Facts



① Including DEN 2 RTL in 2010/2011 and 2011/2012.

➔ IP International Key Facts



① Including DEN 2 RTL.

➔ IP International Key Facts

LU7

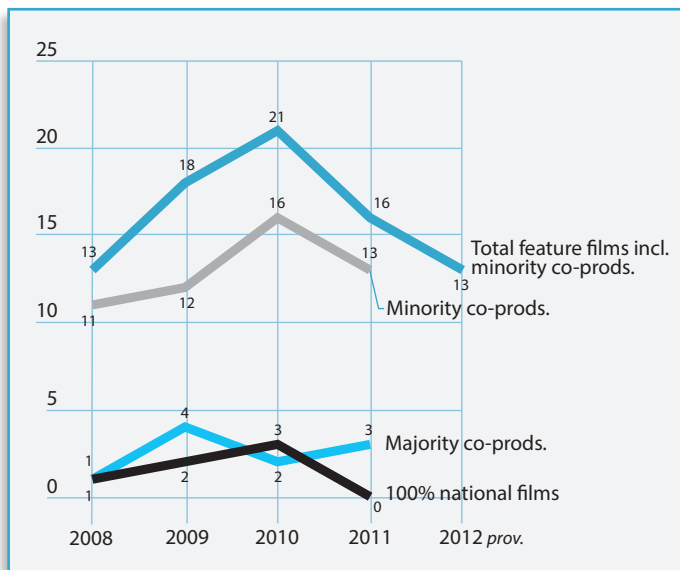
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	14 955	15 214	15 510	15 905	15 382	OBS
Screens	33	33	33	33	34	MS
Cinema sites	13	13	13	13	14	MS
Digital screens	21	22	24	33	34	MS
Digital cinema sites	4	5	5	13	14	MS
Digital screen penetration	64%	67%	73%	100%	100%	MS
Digital site penetration	31%	38%	38%	100%	100%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles)

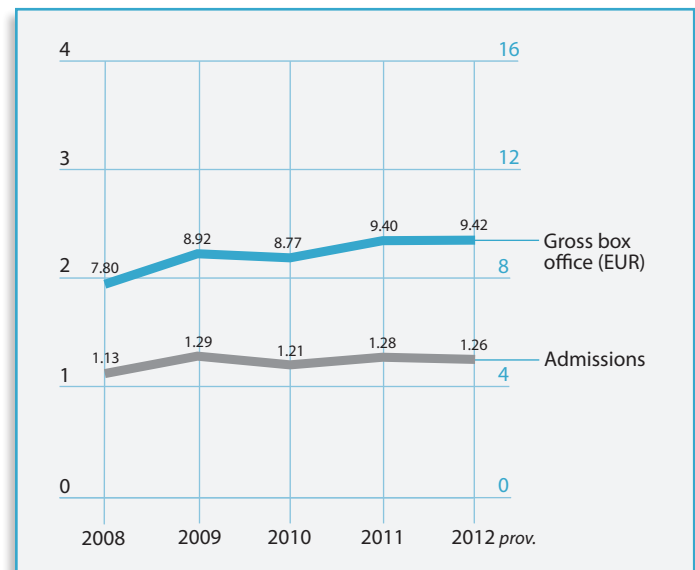
Number of theatrical feature films produced

2008-2012 In units. ¹

¹ The year refers to the issuing date of the Certificate of Audiovisual Investment. Includes feature-length documentaries.

➔ LFF (Luxembourg Film Fund)

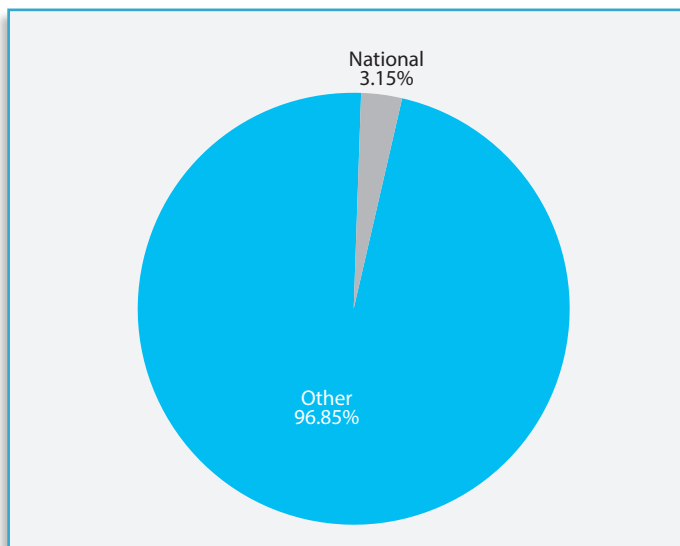
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ MS

Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ FLEC (Luxemburgian Federation of Film Distributors)

Top 10 films 2012 In units.

Rank	Title	Country of origin	Admissions
1	Skyfall	Gb inc/US	77 000
2	Ice Age 4: Continental Drift	US	42 500
3	Ted	US	33 900
4	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	US	33 700
5	The Dark knight Rises	US/GB	31 600
6	The Twilight Saga: Breaking Down Part 2	US	28 500
7	The Hobbit: An Unexpected Journey	US/NZ	25 500
8	Intouchables	FR	24 800
9	The Avengers	US	21 300
10	The Hunger Games	US	20 700

Distributor market shares not available.

➔ FLEC

In 2012 a merger took place between the main commercial private broadcasters when the Swedish group MTG (Modern Times Group), owners of TV3 Latvia, took over the LNT group companies. The audience share data show that the market is still dominated by the two private channels LNT and TV3, the former now has an 11.1 % market share down from 20% in 2006. TV3 is the new market leader with 13.8% and the Russian-language channel PBK is third with 10.3%. The Latvian public service broadcaster LTV has a weaker position, with 9.2% for LTV1 and 4.1% for LTV7.

The distribution of television services is dominated by the cable operators, which supply about 40% of households. The two main providers are Baltcom and Izzi, who merged during September 2013, when AXA Private Equity, the company owning Baltcom, acquired the control of Izzi. They claimed that the two companies will keep operating as separate legal entities. The incumbent operator Latttelecom, 51% owned by the Latvian state and, indirectly, 49% owned by Sweden's TeliaSonera group, is present in the other distribution market segments. The company markets the country's main IPTV platform and operates the only digital terrestrial television platform (230 000 subscribers at the end of 2011). DTT was launched in Latvia in 2009 and, after a brief transition period, analogue terrestrial transmissions were switched off in June 2010. The investigation opened by the Latvian competition authority against Latttelecom in March 2010 for abuse of its dominant position on the pay-TV market was discontinued in September 2011.

In February 2013 the Electronic Media Act was amended by the Parliament. The public service broadcaster will distribute both the public service channels and the commercial national and regional channels by concluding contracts with the relevant broadcasters. The NEPLP, National Electronic Media Council, is in charge of approving the list of the channels that will be distributed free of charge, and the broadcasters will have to pay a contribution to the LVR for the distribution of these channels. In October 2013 the NEPLP made several proposals, still to be discussed by the Parliament, to amend the Electronic Media Act. This involves giving the media authority new powers and competences including monitoring and authorising the mergers between media providers and entitling the authority to collect information on media ownership. There are also proposals to increase the enforcement powers of the authority allowing it to suspend or withdraw broadcasting licences.

En 2012, les principaux radiodiffuseurs privés commerciaux ont fusionné : le groupe suédois MTG (Modern Times Group), propriétaire de TV3 Latvia, a repris les sociétés du groupe LNT. Le marché reste dominé par les deux chaînes privées LNT et TV3, la part de marché de la première étant désormais de 11,1 %, contre 20 % en 2006. TV3 domine le marché (13,8 %) et la chaîne russophone PBK occupe la troisième place (10,3 %). Le radiodiffuseur de service public letton LTV a une position plus faible, avec 9,2 % pour LTV1 et 4,1 % pour LTV7.

La distribution de services de télévision est dominée par les câblo-opérateurs qui équipent environ 40 % des foyers. Les deux principaux sont Baltcom et Izzi. Ils ont fusionné en septembre 2013, AXA Private Equity, la société possédant Baltcom, ayant pris le contrôle d'Izzi. Les deux sociétés devraient continuer à fonctionner comme des entités juridiques distinctes.

L'opérateur historique Latttelecom, possédé à 51 % par l'Etat letton et à 49 %, indirectement, par le suédois TeliaSonera, est présent sur les autres segments du marché de la distribution. La société commercialise la principale plate-forme IPTV du pays et opère l'unique plate-forme de télévision numérique terrestre (230 000 abonnés fin 2011). La TNT a été lancée en 2009 en Lettonie, et, après une courte transition, les transmissions analogiques terrestres ont été éteintes en juin 2010. L'enquête ouverte contre Latttelecom en mars 2010 par l'autorité de la concurrence lettonne pour abus de position dominante sur le marché de la télévision payante a été fermée en septembre 2011.

En février 2013, le Parlement a modifié la loi sur les médias électroniques. Le radiodiffuseur de service public distribuera les chaînes du service public et les chaînes nationales et régionales commerciales en concluant des contrats avec les diffuseurs concernés. Le NEPLP, Conseil national des médias électroniques, est chargé d'approuver la liste des chaînes qui seront distribuées gratuitement, et les diffuseurs devront payer une contribution au LVRTC (Centre national letton de la radio et de la télévision) pour la distribution de ces chaînes. En octobre 2013, le NEPLP a formulé plusieurs propositions, toujours en attente d'examen par le Parlement, visant à modifier la loi sur les médias électroniques. L'autorité des médias devrait avoir de nouveaux pouvoirs et compétences, concernant notamment la surveillance et l'autorisation des fusions entre fournisseurs de médias ainsi que la collecte d'informations sur la propriété des médias. D'autres propositions visent à accroître les pouvoirs d'exécution de l'autorité afin qu'elle puisse suspendre ou retirer les licences de radiodiffusion.

2012 kam es zu einem Zusammenschluss zwischen den beiden größten Privatsendern, als die schwedische MTG (Modern Times Group), zu der TV3 Latvia gehört, alle Sender der LNT-Gruppe übernahm. Die Zuschauermarktanteile zeigen, dass der Markt nach wie vor von den beiden Privatsendern LNT und TV3 dominiert wird. Der Anteil von LNT ist inzwischen auf 11,1 % gesunken (von 20 % 2006). Neuer Marktführer ist nun TV3 mit 13,8 %; an dritter Stelle folgt der russischsprachige Sender PBK mit 10,3 %. Der Marktanteil des öffentlich-rechtlichen Senders LTV liegt nur bei 9,2 %, der von LTV7 bei 4,1 %.

Die Verbreitung von Fernsehdiensten ist fest in der Hand der Kabelnetzbetreiber, die etwa 40 % der Haushalte versorgen. Die beiden wichtigsten sind Baltcom und Izzi. Im September 2013 kam es zu einem Zusammenschluss der beiden Anbieter, als AXA Private Equity, der Eigentümer von Baltcom, die Kontrolle von Izzi übernahm. Die beiden Unternehmen sollen, so der neue Eigentümer, als getrennte rechtliche Einheiten erhalten bleiben. Der etablierte Betreiber Latttelecom, zu 51 % im Besitz des lettischen Staates und zu 49 % indirekt im Besitz des schwedischen Konzerns Telia-Sonera, ist in den anderen Segmenten des Verbreitungsmarktes präsent. Das Unternehmen vermarktet die wichtigste IPTV-Plattform des Landes und betreibt die einzige Plattform für digitales terrestrisches Fernsehen (230 000 Abonnenten Ende 2011). DVB-T wurde in Lettland 2009 gestartet, und die Abschaltung der analogen terrestrischen Übertragung erfolgte nach einer kurzen Übergangszeit im Juni 2010. Die gegen Latttelecom im März 2010 von der lettischen Wettbewerbsbehörde eingeleitete Untersuchung wegen Missbrauchs der marktbeherrschenden Position im Bereich des Bezahlfernsehens wurde im September 2011 eingestellt.

Im Februar 2013 wurde das Gesetz über elektronische Medien vom Parlament geändert. Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt wird sowohl die öffentlich-rechtlichen Sender als auch die kommerziellen landesweiten und regionalen Sender übertragen, und zwar über Verträge mit den betreffenden Betreibern. Der NEPLP, der Nationale Rat für elektronische Medien, ist zuständig für die Zulassung der frei empfangbaren Sender, und die Fernsehveranstalter müssen für die Übertragung einen Beitrag an die LVRTC zahlen. Im Oktober 2013 legte der NEPLP mehrere Vorschläge zur Änderung des Mediengesetzes vor, die noch vom Parlament diskutiert werden müssen. So soll die Medienbehörde neue Befugnisse und Kompetenzen erhalten, u.a. die Überwachung und Genehmigung von Medienzusammenschlüssen und das Recht, Informationen über Medienbeteiligungen zu sammeln. Außerdem sollen ihre Durchsetzungskompetenzen verstärkt werden. So soll sie u.a. Rundfunklizenzen aussetzen oder annullieren dürfen.

LV1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	2 042
Households	837

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			837
Cable TV subscriptions	36.1%	302	
Digital cable TV households	13.6%		114
Digital DTH/SMATV households	13.0%		109
Pay DTH/SMATV subscriptions	9.1%	77	
IPTV households	16.9%		141
Pay IPTV subscriptions	16.9%	141	
DTT households	34.0%		285
Pay DTT subscriptions	14.1%	118	
Total digital TV households	77.5%		649
Total pay TV subscriptions	76.2%	638	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	81.1%		679
Households with broadband connections	64.9%		543
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	7.0%		58

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

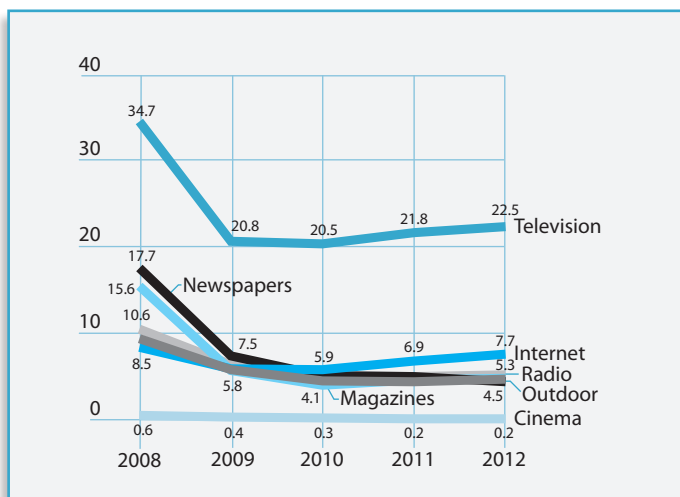
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

LV2

Advertising
2008-2012

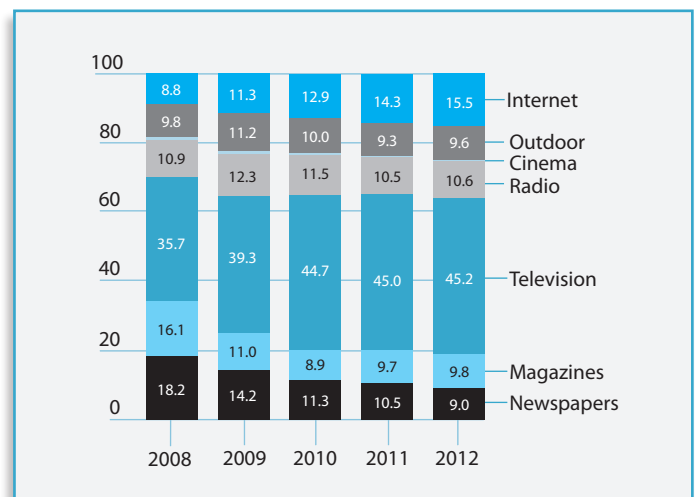
Total display adspend



2008-2012 LVL million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

LV3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 LVL million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Lattecom SIA ¹	3Play, DTT	Interaktiva TV	131.6	126.4	134.7	6.6%
Latvijas Mobilais Telefons ¹	3G TV	Mobila TV	126.4	126.3	123.2	-2.5%
TV 3 Latvia SIA	adtv	TV3	8.8	10.4	12.9	24.0%
BaltkomTV SIA	3Play, thtv	Baltkom Digital TV	12.1	11	12.0	9.1%
Latvijas Televizija	sptv	LTV 1, LTV 7	11.1	10.7	11.4	6.5%
Latvijas Valsts Radio UN Televizijas Centrs	trans		7.4	8.1	8.8	8.6%
Latvijas Neatkarīga Televizija As	adtv	LNT	8.0	7.6	7.1	-6.6%
Izzi SIA	3Play	Izzi	6.9	6.7	6.0	-10.4%
Forum Cinemas	discin, exh	Kino Citadele	5.8	5.2	5.8	11.5%
Latvijas Radio	sprad	LR1, LR2, LR3, LR4	4.9	5.0	5.1	2.6%

¹ Includes telecommunication activities.

European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	57	57	Balticom, Baltkom TV, Dautkom, Elektronis & K SIA, Izzi, Livas Telecommunications, Ostkom, etc.
Satellite packagers		1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	1	1	Lattecom (TeliaSonera)
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Transmission company: Digitalais Latvijas Run TV Centrs / Pay DTT packager: Lattecom (TeliaSonera)
Mobile TV packagers	1	1	Latvijas Mobilais Telefons (TeliaSonera)
SmartTV stores providing AV applications		2	Phillips net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	MTG (SE)	Private	37	>16.1%	20.6%
2	NNM (Neatkarīgie Nacionālie Mediji)	Private	3	>16.6%	16.8%
3	Latvijas Televizija	Public	2	12.90%	13.3%
4	Baltic Media Alliance (GB)	Private	2	11.30%	11.0%
5	Gasprom Media (RU)	Private	1	5.10%	6.2%

European Audiovisual Observatory

LV4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	LVL million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	10 837	13 667	11 150	11 113	12 130	59.1	75.0	69.6	71.2	77.3	9.2%
- Aid/Grants	10 087	13 157	10 930	10 913	11 830	55.0	72.2	68.3	69.9	75.4	8.4%
- Others	750	510	220	200	300	4.1	2.8	1.4	1.3	1.9	50.0%
Total commercial income	6 337	3 649	4 020	3 769	3 557	34.5	20.0	25.1	24.1	22.7	-5.6%
- Advertising	4 309	2 528	2 802	2 426	2 629	23.5	13.9	17.5	15.5	16.8	8.4%
- Sponsoring	651	240	155	170	529	3.5	1.3	1.0	1.1	3.4	211.2%
- Programme sales	506	219	365	456	210	2.8	1.2	2.3	2.9	1.3	-53.9%
- Merchandising	462	383	310	323	0	2.5	2.1	1.9	2.1	0.0	-100.0%
- Other commercial revenues	409	279	388	394	189	2.2	1.5	2.4	2.5	1.2	-52.0%
Other revenues	1 175	900	840	735	0	6.4	4.9	5.2	4.7	0.0	-100.0%
TOTAL	18 349	18 216	16 010	15 617	15 687	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.4%

Companies included: Latvijas Televizija SIA and Latvijas Radio SIA.

European Audiovisual Observatory from LR and LTV data / EBU M.I.S.

LV5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	2	9	11
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile		22	22
TV Regional/Local/Windows		24	24
TV channels targeting foreign markets		3	3
Total	2	58	60
Foreign channels targeting the country	2	8	10

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	14	30
VOD Generalist/ Film / Fiction		2
VOD Music / Music events		
VOD Film	3	10
VOD Documentary		
VOD Children/ Animation		
Film/TV Archives and Trailers		2
Sport		1
Other		~
Total (consolidated)	20	~

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign services.

	Digital Terrestrial		Cable		Satellite	IPTV
	(free)	Ø (pay) Lattelecom	Baltkom	Izzi	Viasat	Lattelecom
TV Channels						
Generalist - national	3	5	5	5	4	5
Generalist - foreign		1	12	12	1	8
Adult		1	4	7	4	3
Children		12	14	10	6	19
Culture/ education/ documentary		10	22	25	11	21
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games	2	22	30	28	9	28
Film		2	15	11	9	13
HD simulcast of an existing channel		5	13	28	8	13
International linguistic and cultural		2	7	5	3	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel		4	7	6		6
Music		6	13	14	3	13
News/ business		7	15	17	6	12
Regional/ local		1				1
Religion			1	1		
Sports		11	16	15	6	22
Various			2	4		2
Total (of which HD)	5 (0)	89 (5)	176 (18)	188 (34)	70 (9)	169 (13)
On-demand audiovisual services						
VoD				1		1
Catch-up				2		1
Other services						
Total	0	0	0	3	0	2

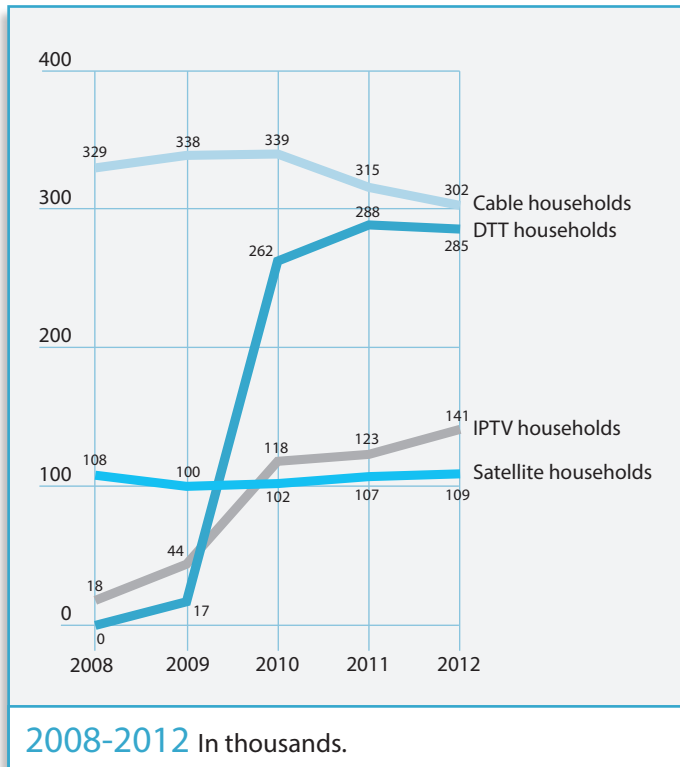
1 Includes free DTT.

European Audiovisual Observatory

LV6

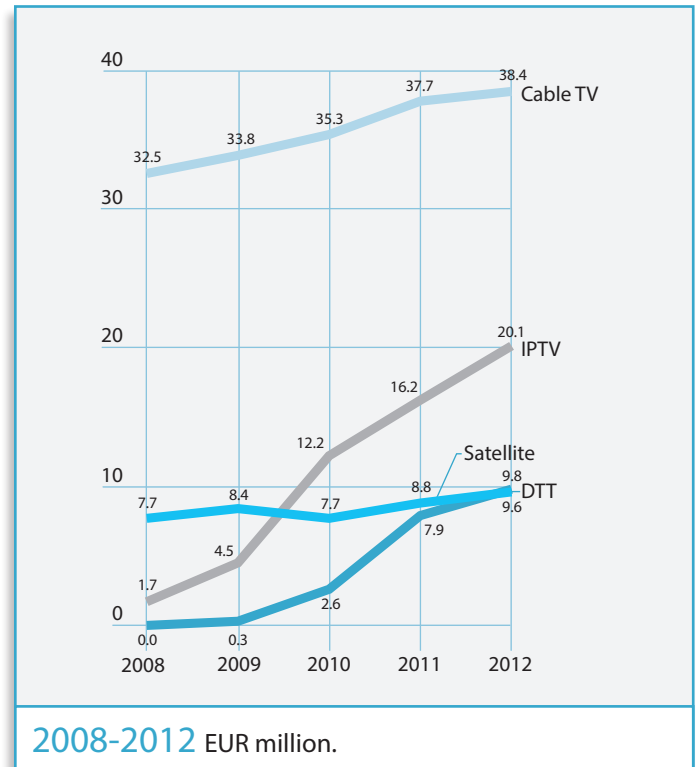
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



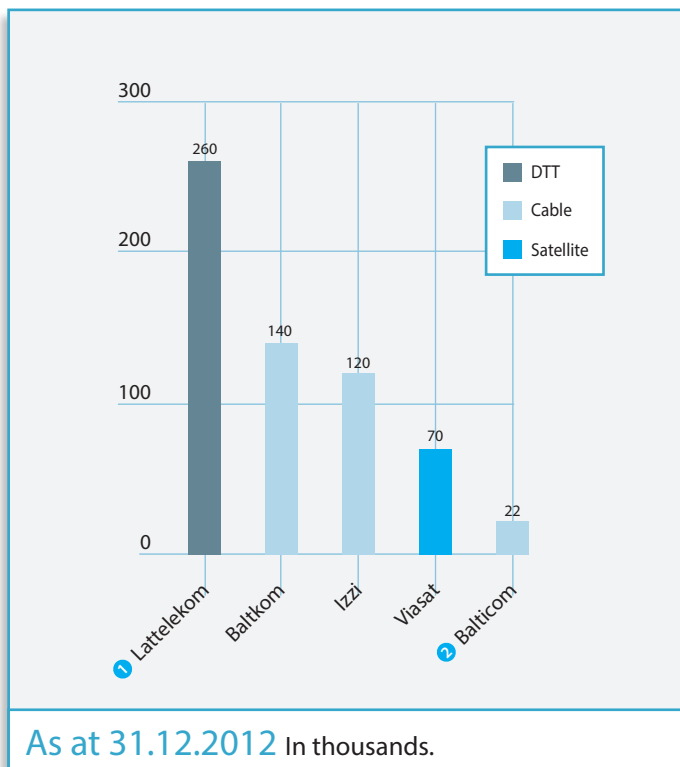
➔ IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



➔ IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms

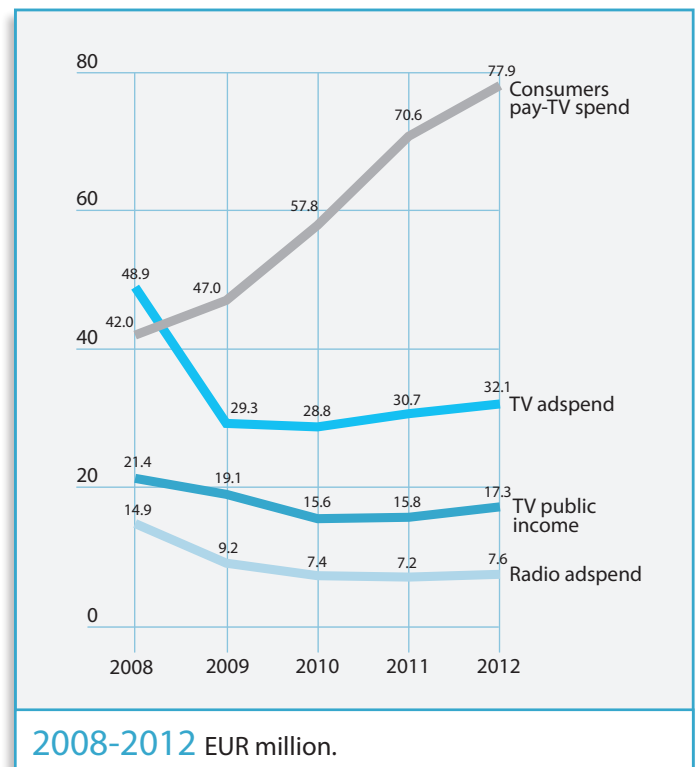


1 Data includes terrestrial TV, interactive TV and internet television services.

2 Balticom data for 2009.

➔ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



➔ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc, Latvijas Televizija, Latvijas Radio / EBU-M.I.S.

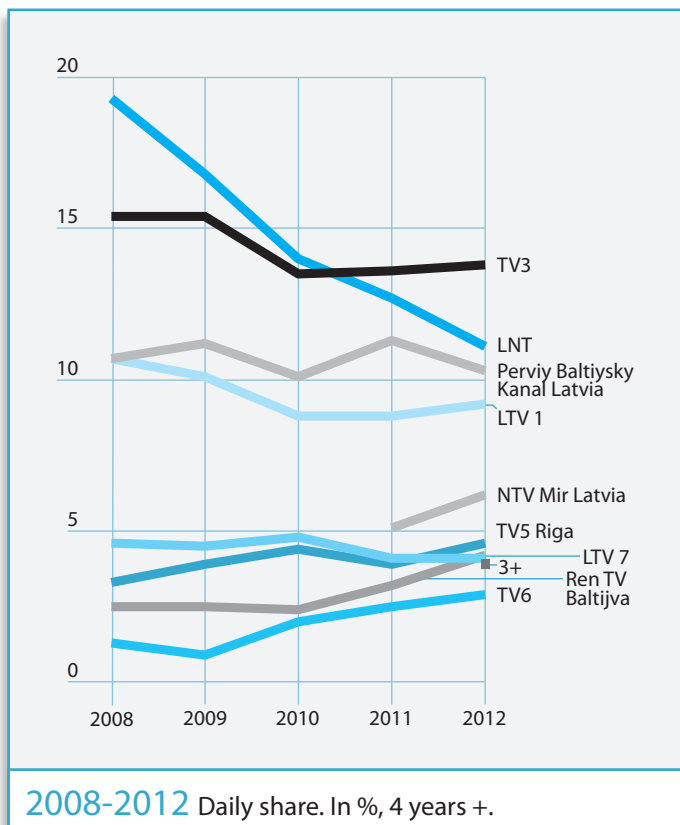
LV7

TV audience market share in Latvia

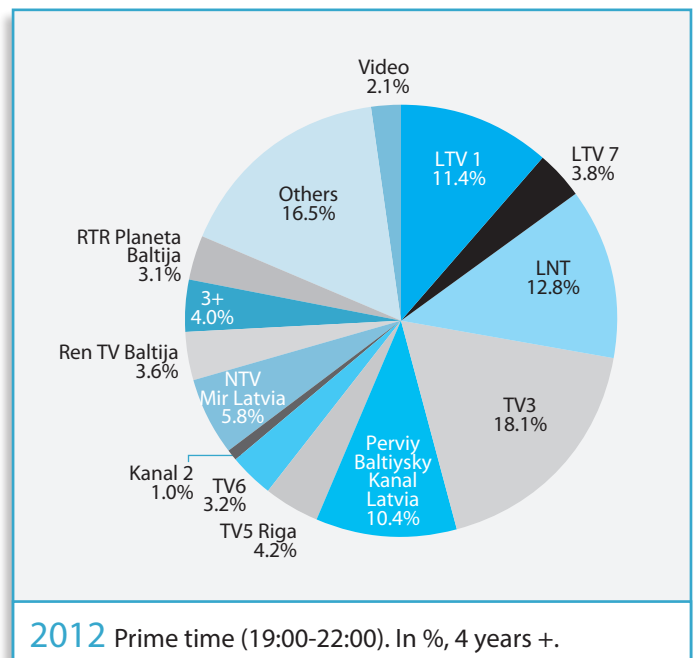
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
LTV 1	10.7	10.1	8.8	8.8	9.2	14.6	12.2	10.3	10.7	11.4
LTV 7	4.6	4.5	4.8	4.1	4.1	4.3	4.9	5.1	4.8	3.8
Latvian public channels	15.3	14.6	13.6	12.9	13.3	18.9	17.1	15.4	15.5	15.2
LNT	19.3	16.8	14.0	12.7	11.1	19.8	18.8	16.1	14.6	12.8
TV3	15.4	15.4	13.5	13.6	13.8	16.3	17.5	17.2	17.7	18.1
Perviy Baltiysky Kanal Latvia	10.7	11.2	10.1	11.3	10.3	11.5	11.7	9.7	10.8	10.4
TV5 Riga	3.3	3.9	4.4	3.9	4.6	3.6	4.3	4.2	3.7	4.2
TV6	1.3	0.9	2.0	2.5	2.9	1.4	0.9	2.4	2.8	3.2
Kanal 2					1.1					1.0
Main Latvian private channels	50.0	48.2	44.0	44.0	43.8	52.6	53.2	49.6	49.6	49.7
NTV Mir Latvia				5.1	6.2				4.7	5.8
Ren TV Baltija	2.5	2.5	2.4	3.2	4.2	2.2	2.2	2.1	2.7	3.6
3+ (version in Latvian)					3.9					4.0
RTR Planeta Baltija	0.4	3.3	4.7	4.5	2.8	0.3	3.2	5.0	4.4	3.1
PBMK	0.4	0.5	0.5	~	0.7	0.2	0.2	0.2	~	0.4
National Geographic				0.6	0.6				0.3	0.3
Fox Crime				0.5	0.5				0.3	0.3
CTC					0.3					0.2
Fox Life				0.1	0.2				0.1	0.1
MTV Latvija	0.2	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-
Main foreign channels	3.3	6.3	7.6	13.9	19.4	2.7	5.6	7.3	12.4	17.8
Others	28.9	28.8	32.2	29.2	20.9	23.8	22.4	25.7	20.7	15.1
Video	2.5	2.1	2.6	~	2.7	2.0	1.7	2.0	1.8	2.1

↳ Eurodata TV Worldwide / TNS Latvia / Kantar Media (TV Meters Survey)



↳ Eurodata TV Worldwide / TNS Latvia / Kantar Media (TV Meters Survey)



↳ Eurodata TV Worldwide / TNS Latvia / Kantar Media (TV Meters Survey)

LV8

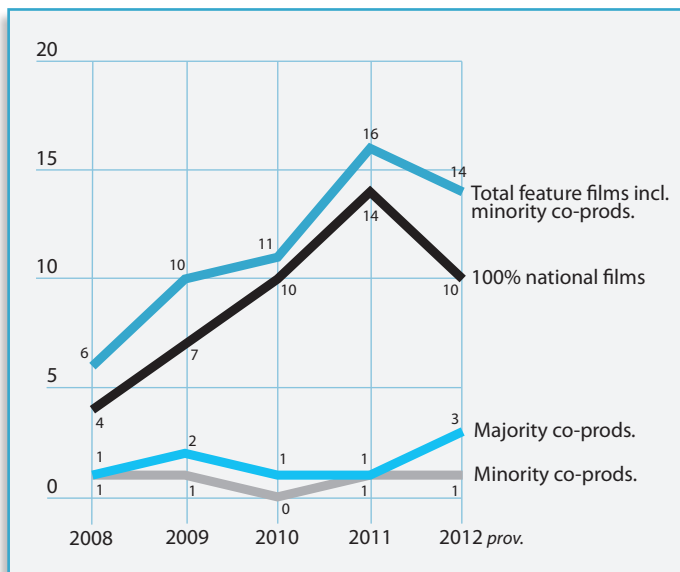
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	45 226	40 880	32 930	32 419	32 935	OBS
Screens	50	55	63	63	62	NFC
Cinema sites	15	17	17	17	17	NFC
Digital screens	2	3	11	16	28	MS
Digital cinema sites	1	2	3	6	6	MS
Digital screen penetration	4%	5%	17%	25%	45%	MS
Digital site penetration	7%	12%	18%	35%	35%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / NFC (National Film Centre)

Number of theatrical feature films produced

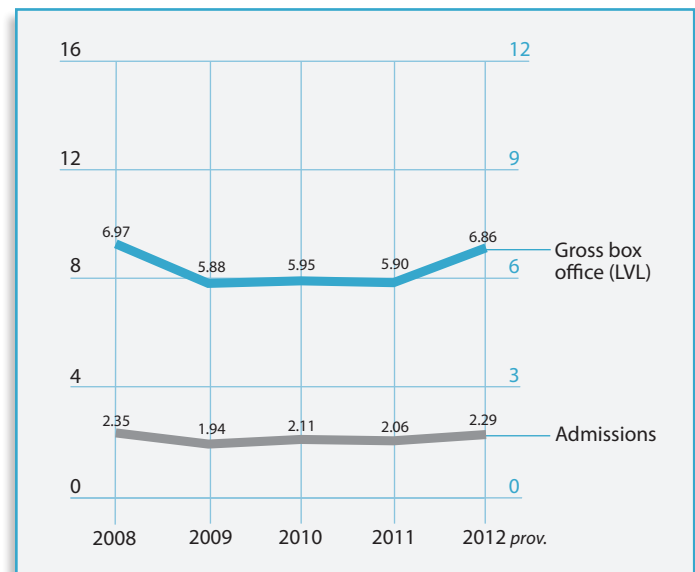


2008-2012¹ In units.

¹ Year of release. Includes feature documentaries.

➔ NFC

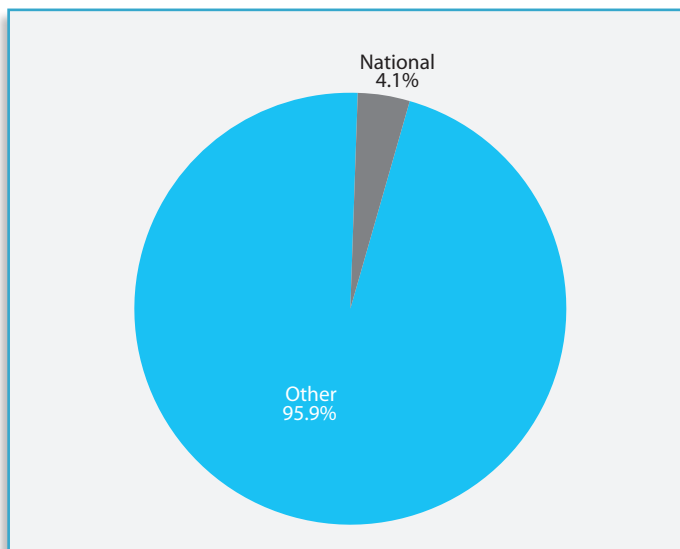
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ NFC

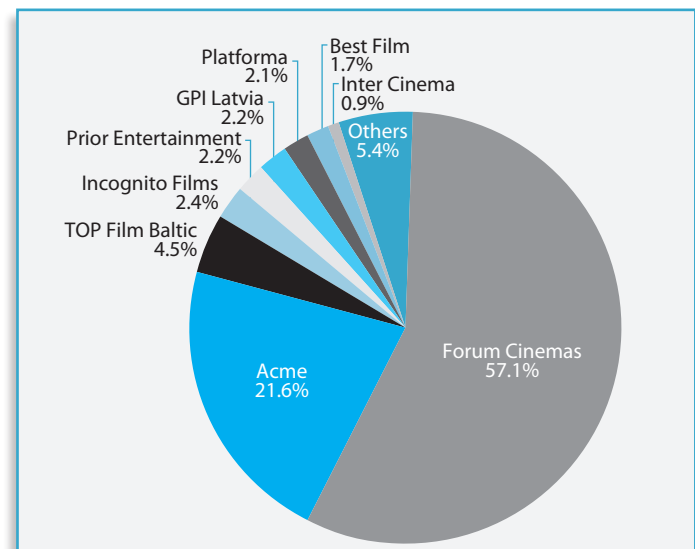
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ NFC

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ OBS / LUMIERE database

In Montenegro there are three public service channels (TVCG1, TVCG2, and TVCG Sat), approximately 10 national private channels and thirteen local and regional channels. Audience data is very difficult to access, but market experts claim that TV Pink Montenegro is the most popular channel followed by TVCG1 and TV Vijesti.

By mid-2013, according to data from the Agency for Electronic Media, IPTV was the most important mode of TV reception in Montenegro serving more than 30% of homes. The percentage relying on analogue terrestrial has dropped to 25%. Cable/MMDS and satellite each have a share of about 20% of the market.

The main IPTV operator is Crnogorski Telekom (a subsidiary of Deutsche Telekom). There are four cable operators and one MMDS operator. The only satellite package is that of Total TV Montenegro launched in 2007 (and also available in Serbia, "the Former Yugoslav Republic of Macedonia", Croatia, Slovenia, Bulgaria and Bosnia and Herzegovina).

In 2010, the Montenegrin Parliament adopted the new Law on Electronic Media. Among other things the aim of the law was to clarify the roles and the remit of the regulatory bodies. It also allowed for the implementation of the AVMS Directive.

The Digital Broadcasting Law was finally passed in July 2011 and established a framework for the implementation of digital terrestrial broadcasting. The strategy for digital terrestrial implementation has been delayed due to confusion and inconsistencies in the laws. The national broadcaster, the Broadcasting Centre of Montenegro, became the operator of the first multiplex. Switch-off was originally planned for December 2012, but a further amendment to the law in May 2012 has moved switch-off to June 2015. It is anticipated that DTT will launch by early 2014.

Montenegro became a member of the European Audiovisual Observatory in June 2012.

Le Monténégro compte trois chaînes de service public (TVCG1, TVCG2 et TVCG Sat), environ 10 chaînes privées nationales et treize chaînes locales et régionales. Il est très difficile d'obtenir des données d'audience, mais les experts du marché affirment que Pink TV Montenegro est la chaîne la plus populaire, suivie par TVCG1 et TV Vijesti.

A la mi-2013, selon les données de l'Agence pour les médias électroniques, l'IPTV est le principal mode de réception dans le pays et couvre plus de 30 % des foyers. La part de l'analogique terrestre a chuté à 25 %. Quant au câble/SDMM et au satellite, ils ont chacun une part de marché d'environ 20 %.

Le principal opérateur IPTV est Crnogorski Telekom (une filiale de Deutsche Telekom). Le pays compte quatre câblo-opérateurs et un opérateur SDMM. L'unique bouquet satellite est celui de Total TV Montenegro lancé en 2007 (également disponible en Serbie, dans l'ex-« République yougoslave de Macédoine », en Croatie, en Slovénie, en Bulgarie et en Bosnie-Herzégovine).

En 2010, le Parlement monténégrin a adopté une nouvelle loi relative aux médias électroniques. Cette loi vise, entre autres, à clarifier les rôles et les attributions des organismes de réglementation. Elle a également permis la mise en œuvre de la Directive SMA.

La loi relative à la radiodiffusion numérique, finalement adoptée en juillet 2011, crée un cadre pour la mise en œuvre de la télévision numérique terrestre. La stratégie pour la mise en œuvre de la TNT a été retardée en raison de la confusion et des incohérences de la législation. Le radiodiffuseur national, le Centre de la radiodiffusion du Monténégro, est devenu l'opérateur du premier multiplex. L'abandon de l'analogique était initialement prévu pour décembre 2012, mais une nouvelle modification de la loi adoptée en mai 2012 l'a repoussé en mai 2015. Le lancement de la TNT est prévu début 2014.

Le Monténégro a adhéré à l'Observatoire européen de l'audiovisuel en juin 2012.

In Montenegro gibt es drei öffentlich-rechtliche Sender (TVCG1, TVCG2 und TVCG Sat) und rund 10 nationale Privat- und Regionalsender. Die Erfassung der Zuschauermarktdaten ist schwierig, aber Marktexperten zufolge ist TV Pink Montenegro der beliebteste Sender, gefolgt von TVCG1 und TV Vijesti.

Mit mehr als 30 % aller Haushalte war Mitte 2013 laut der Agentur für elektronische Medien IPTV die häufigste Art des Fernsehempfangs in Montenegro. Die Zahl der Haushalte mit analogem terrestrischem Empfang ist auf 25 % zurückgegangen. Kabel-/MMDS- und Satellitenfernsehen haben jeweils einen Marktanteil von 20 %.

Größter IPTV-Anbieter ist Crnogorski Telekom (eine Tochter der Deutschen Telekom). Den Markt für Kabel- und MMDS-Fernsehen teilen sich vier Anbieter. Das einzige Satellitenpaket wird von Total TV Montenegro angeboten, einer Pay-TV-Plattform, die 2007 ans Netz ging (das Paket ist auch in Serbien, der "ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien", Kroatien, Slowenien, Bulgarien und Bosnien und Herzegowina erhältlich).

2010 hat das montenegrinische Parlament ein neues Gesetz über elektronische Medien verabschiedet. Ziel des Gesetzes war unter anderem, Rolle und Aufgaben der Regulierungsbehörden zu klären. Das Gesetz ermöglicht auch die Umsetzung der AVMD-Richtlinie.

Im Juli 2011 wurde das Gesetz über digitales Fernsehen verabschiedet. Damit sollte ein Rechtsrahmen für die Umstellung auf digitales terrestrisches Fernsehen geschaffen werden. Wegen der teils widersprüchlichen und unklaren Bestimmungen des Gesetzes verzögerte sich die Umstellung jedoch. Der erste Multiplex, der in Montenegro vergeben wurde, ging an die staatliche Telekommunikationsgesellschaft Broadcasting Centre of Montenegro. Die Abschaltung des Analogsignals war ursprünglich für Dezember 2012 vorgesehen, musste aber wegen einer weiteren Änderung des Gesetzes im Mai 2012 auf Mai 2015 verschoben werden. Nun soll DVB-T voraussichtlich Anfang 2014 starten.

Montenegro wurde im Juni 2012 der 38. Mitgliedsstaat der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle.

ME1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	621
Households	198

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			193
Cable TV/ MMDS subscriptions	22.2%	44	~
Digital cable TV households	~	~	~
Digital DTH/SMATV households	~	~	~
Pay DTH/SMATV subscriptions	21.8%	43	~
IPTV households	30.4%	60	~
Pay IPTV subscriptions	~	~	~
Terrestrial (Analogue/ Digital)	25.6%	51	~
Total digital TV households	~	~	~
Total pay TV subscriptions	74.2%	147	~
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	51.0%		~
Households with broadband connections	49.0%	97	
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	~	~	~

↳ Agency for Electronic Media of Montenegro, Market Reports 2012 - 2013 / MONSTAT ICT in Household survey 2012

ME2

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Cronogorski Telekom A.D.	3play	Extra TV	118.9	117.3	114.3	-2.6%
RTCG Radio Televizije Crne Gore	sptv. rad	TV Crne Gore	~	10.2	9.9	-2.5%
Broadband Montenegro A.D.	3play	Media Net	4	4.3	~	~

↳ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	5	5	Cabling, Eltamont, M-kabl, „Media Net“, (Broadband Montenegro d.o.o.)
Satellite packagers	1	1	Total TV Montenegro
IPTV packagers	1	1	Crnogorski Telekom - "Extra TV" (Subsidiary of Deutsche Telekom)
DTT packagers	1	1	Broadcasting Center of Montenegro (Radiodifuzni centar Crne Gore, RDC)
Mobile phone TV packagers	~	~	~
UGC platforms open to branded video catalogues	~	~	~

↳ European Audiovisual Observatory

ME3

Financing of the public audiovisual media sector 2011-2012

Income	EUR million		In %		
	2011	2012	2011	2012	2012/11
Total public income	8.579	7.752	84.3	78.1	-9.6%
- Aids/Grants	8.579	7.752	84.3	78.1	-9.6%
Total commercial revenues	0.984	1.516	9.7	15.3	54.1%
- Advertising	0.825	1.405	8.1	14.2	70.3%
- Sponsorship	0.095	0.079	0.9	0.8	-16.8%
- Others commercial revenues	0.064	0.032	0.6	0.3	-50.0%
Other revenues	0.615	0.656	6.0	6.6	6.7%
TOTAL	10.179	9.925	100.0	100.0	-2.5%

Company included : RTCG Radio i Televizija Crne Gore.

RTCG / EBU - M.I.S.

ME4

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	8	9
Regional / Local	3	5	8
Regional / Local windows			
Channels targeting foreign markets			
Total	6	15	21
Foreign channels targeting the country		50	50

European Audiovisual Observatory

The television market in “the former Yugoslav Republic of Macedonia” consists of 52 private and 4 public channels, the latter operated by the public service broadcaster MRT. Four of the private channels have national coverage (TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel and TV Telma), 10 are regional and 37 are local. The first public channel, MTV1, is a generalist channel, the second, MTV2, is a cultural channel aimed at various ethnic minority communities in the country, the third channel is the Assembly channel and the 4th channel is an international satellite channel. The Broadcasting Act was amended in 2010 with the aim of ensuring the independence and financial stability of the Macedonian public service broadcaster, MRTV. The public channels had a combined average daily market share of 8.4% in 2012.

A dramatic development in the Macedonian television market was the closure of the most popular channel A1 TV in July 2011, which in 2010 had a 25% share of the market. The broadcasting company went into bankruptcy in the summer of 2011 and then the frequency was withdrawn by the Electronic Communications Agency. There has been some international criticism as media outlets have been closing due to government investigations regarding tax fraud and it has been suggested that the outlets are targeted as they are critical of the government. It is clear that following the closure of A1 TV, Sitel TV has had a massive increase in audience share (from 8% in 2010 to almost 29% in 2012).

The cable industry (serving 50% of homes) has been subject to several consolidation processes. The most important cable operator is the Bulgarian company Blizoo. Makedonski Telekom (controlled by Deutsche Telekom) launched MaxTV, the first Macedonian IPTV package, in November 2008. It had 80 000 subscribers in June 2013. Cosmofon (a subsidiary of Telekom Slovenije) launched a four-channel 3G package for its mobile telephone network in the summer of 2009 (Boom TV). Under the Telekom Slovenia Group, three telecommunications companies (Cosmofon, Germanos and On.Net) merged in 2010 under the name One. In September 2009, Cosmofon also launched a DTT network (Boom TV) and by the end of 2012 it had almost 60 000 subscribers. The Free DTT system was launched in 2012, and switch-off was completed in the “Former Yugoslav Republic of Macedonia” in June 2013.

Le marché de la télévision dans «l'ex-République yougoslave de Macédoine» comprend 52 chaînes privées et 4 chaînes publiques, ces dernières étant gérées par le radiodiffuseur de service public MRT. Quatre chaînes privées assurent une couverture nationale (TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel et TV Telma), 10 sont régionales et 37 locales. La première chaîne publique, MTV1, est une chaîne généraliste, la deuxième, MTV2, est une chaîne culturelle ciblant différentes minorités ethniques du pays, la troisième est la chaîne parlementaire et la quatrième est une chaîne par satellite internationale. La loi relative à la radiodiffusion a été modifiée en 2010 afin d'assurer l'indépendance et la stabilité financière du radiodiffuseur de service public macédonien, MRT. La part de marché moyenne quotidienne cumulée des chaînes publiques en 2012 est de 8,4 %.

Un événement spectaculaire pour le marché de la télévision macédonienne s'est produit avec l'arrêt de la chaîne la plus populaire, A1 TV, en juillet 2011. Sa part de marché était de 25 % en 2010. La société de radiodiffusion a fait faillite au cours de l'été 2011 ; la fréquence a été retirée par l'Agence des communications électroniques. Cet événement et d'autres ont été critiqués au niveau international, des médias ayant dû fermer en raison d'enquêtes pour fraude fiscale menées par le gouvernement. Il a été suggéré que ces médias avaient été visés pour avoir critiqué le gouvernement. Il apparaît clairement que, à la suite de la fermeture de A1 TV, Sitel TV a vu sa part d'audience nettement augmenter (de 8 % en 2010 à près de 29 % en 2012).

Les câblo-opérateurs, qui équipent environ la moitié des foyers, ont connu plusieurs mouvements de consolidation. Le principal câblo-opérateur est la société bulgare Blizoo. Makedonski Telekom (contrôlé par Deutsche Telekom) a lancé MaxTV en novembre 2008, le premier bouquet IPTV macédonien. Celui-ci enregistré 80 000 abonnés en juin 2013. Cosmofon, une filiale de Telekom Slovenije, a lancé un bouquet 3G composé de 4 chaînes pour son réseau de téléphonie portable à l'été 2009 (Boom TV). Trois entreprises de télécommunications du groupe Telekom Slovenia (Cosmofon, Germanos et On.Net) ont fusionné en 2010 sous le nom de One. En septembre 2009, Cosmofon a également lancé un réseau TNT (Boom TV) qui, fin 2012, comptait près de 60 000 abonnés. Le système de TNT gratuite a été lancé en 2012, et l'abandon de l'analogique a été achevé en « ex-République yougoslave de Macédoine » en juin 2013.

Den Fernsehmarkt in der „ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien“ teilen sich 52 private und 4 öffentlich-rechtliche Sender, letztere werden vom öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter MRT betrieben. Vier der Privatsender sind landesweit empfangbar (TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel und TV Telma), 10 sind Regional- und 37 Lokalsender. Der erste öffentlich-rechtliche Kanal MTV1 ist ein Sender mit Vollprogramm, der zweite, MTV2, ist ein Kulturkanal für die verschiedenen ethnischen Minderheiten in der Land der dritte ist der Parlamentssender, und bei dem vierten handelt es sich um einen internationalen Satellitensender. Das Rundfunkgesetz wurde 2010 geändert mit dem Ziel, die Unabhängigkeit und die finanzielle Stabilität des öffentlich-rechtlichen Fernsehens MRT sicherzustellen. Die öffentlich-rechtlichen Sender hatten 2012 zusammen einen täglichen Zuschauermarktanteil von 8,4 %.

Eine dramatische Entwicklung auf dem mazedonischen Fernsehmarkt erfolgte im Juli 2011 mit der Schließung des beliebtesten Senders A1 TV, der 2010 einen Marktanteil von 25 % hatte. Das Unternehmen musste im Sommer 2011 Konkurs anmelden, woraufhin die Frequenz von der Agentur für elektronische Kommunikation zurückgezogen wurde. Diese Vorgänge stießen international auf erhebliche Kritik, da auch verschiedene andere Medien in Folge von Ermittlungen wegen Steuerhinterziehung ihren Betrieb eingestellt haben. Es gibt Vermutungen, die Medien seien wegen regierungskritischer Äußerungen Ziel der Ermittlungen gewesen. Nach der Schließung von A1 TV konnte Sitel TV seine Zuschauermarktanteile mehr als verdreifachen (von 8 % 2010 auf fast 29 % 2012).

Die Kabelnetzbetreiber, die rund die Hälfte der Haushalte versorgen, haben deutliche Veränderungen erlebt. Wichtigster Kabelnetzbetreiber ist das bulgarische Unternehmen Blizoo. Makedonski Telekom (eine Tochter der Deutschen Telekom) hat im November 2008 das erste mazedonische IPTV-Paket (MaxTV) auf den Markt gebracht. Im Juni 2013 zählte es 80 000 Abonnenten. Cosmofon (eine Tochter der Telekom Slovenije) ging im Sommer 2009 mit einem aus vier Sendern bestehenden 3G-Bouquet (Boom TV) auf Sendung. Unter dem Dach der Gruppe Telekom Slovenia schlossen sich 2010 drei Telekommunikationsunternehmen unter dem Namen One zusammen: Cosmofon, Germanos und On.Net. Im September 2009 startete Cosmofon auch ein DVB-T-Netz (Boom TV), und Ende 2012 zählte das Netz beinahe 60 000 Abonnenten. Das Free-DVB-T-System startete 2012, und die Analogabschaltung war im Juni 2013 in der ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien abgeschlossen.

Agency for Audio and Audiovisual Media Services: <http://avmu.mk>
 Agency for Electronic Communications: <http://www.aec.mk>
 Legal aspects, Iris Merlin: <http://merlin.obs.coe.int> and EPRA: <http://www.epra.org>

MK1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	2 062
Households	553

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	31.3%	173	
Digital cable TV households	2.2%		12
Digital DTH/SMATV households	0.9%		5
Pay DTH/SMATV subscriptions	0.3%	1	
IPTV households	12.1%		67
Pay IPTV subscriptions	12.1%	67	
DTT households	24.8%		137
Pay DTT subscriptions	9.6%	53	
Total digital TV households	40.0%		221
Total pay TV subscriptions	53.2%	294	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	61.2%	~	338
Households with broadband connections	42.1%		233
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	~	~	~

↳ IHS Screen Digest. For Broadband and PC Households, 2011 data from the State Statistical Office

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

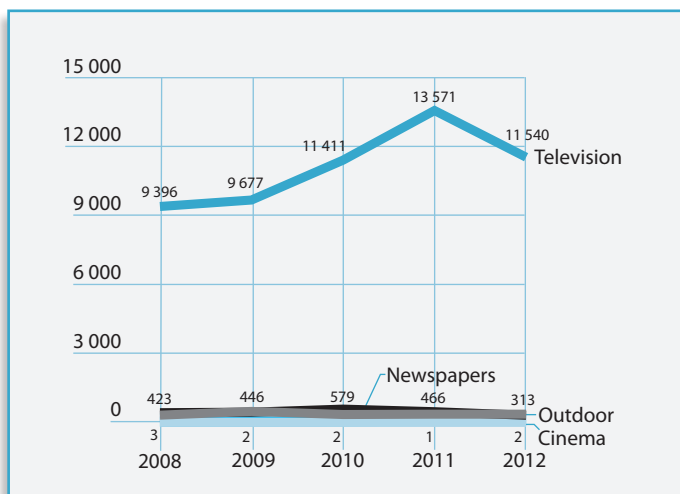
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

MK2

Advertising 2008-2012

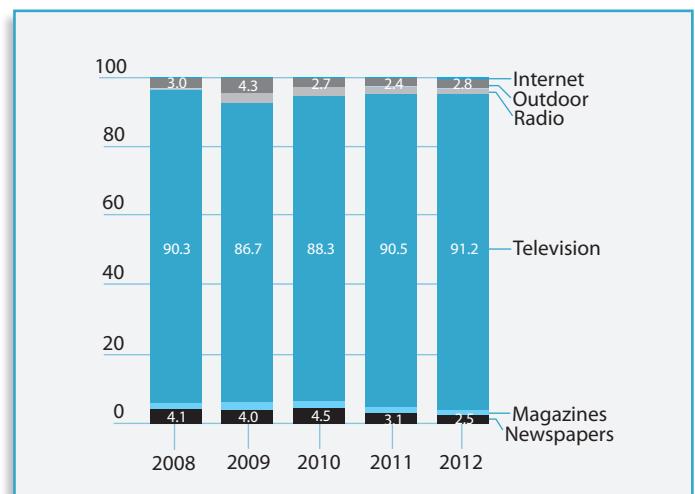
Total display adspend



2008-2012 MKD million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

MK3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2009-2011 MKD million.

Main AV companies	Activities	Brands	2009	2010	2011	2011/10
Makedonski Telekom AD ①	3Play	MaxTV	13 596	~	~	~
Cosmofon ①	3GTV	LiveTV	~	~	~	~
One Ad	DTT, 3G TV	Boom TV	3 637	~	~	~
MKRT	sptv, sprad	MKTV1, 2, 3	486	731	1 271	73.9%
A1 Televizija d.o.o.e.l.	adv	A1	~	~	~	~
Televizija Sitel	adv	Sitel	~	~	~	~
Kanal 5 d.o.o.e.l.	adv	Kanal 5	~	~	~	~
Kanal21 d.o.o.e.l.	rtv	TV21 Veles	~	~	~	~
Robi d.o.o.e.l.	CATV	Telekabel	~	~	~	~
Makedonska Radiodifuzija - Skopje J.P. C.O. ①	trans		~	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	53	53	Blizoo (Macedonia)
Satellite packagers		1	Total TV
IPTV packagers	1	1	Makedonski Telekom (a subsidiary of Deutsche Telekom) with the package "MaxTV"
DTT multiplex operators and packagers	1	1	One (Boom TV) - (Telekom Slovenije)
Mobile TV packagers	1	1	One (Boom TV) - (Telekom Slovenije)
SmartTV stores providing AV applications		1	Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-12 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	Sitel Television Broadcasting	Private	3	22.2%	29.8%
2	Kanal5 D.o.o.e.l.	Private	2	9.7%	17.7%
3	MKRT	Public	3	8.3%	8.5%
4	Alsat	Private	1	7.0%	6%
5	Makpetrol	Private	1	3.3%	3.2%

➔ European Audiovisual Observatory

MK4

Financing of the public audiovisual media sector 2007-2011

Income	MKD million					In %					
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011	2011/10
Total public income	544.6	744.5	416.8	612.1	937.9	77.8	82.1	85.8	83.7	73.8	53.2%
- Aids / Grants	535.6	732.0	360.0	417.7	305.3	76.5	80.8	74.1	57.1	24.0	-26.9%
- Licence fee	9.0	12.5	56.8	194.5	632.6	1.3	1.4	11.7	26.6	49.8	225.3%
Total commercial income	155.7	161.9	69.0	119.0	333.4	22.2	17.9	14.2	16.3	26.2	180.3%
- Advertising	18.1	64.9	29.5	52.7	15.1	2.6	7.2	6.1	7.2	1.2	-71.4%
- Other commercial income	137.6	97.1	39.5	66.2	318.4	19.6	10.7	8.1	9.1	25.0	380.7%
Total income	700.3	906.5	485.7	731.1	1271.3	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	73.9%

Company included: MKRT.

➔ MKRT

MK5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission **September 2013**

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	3	7	10
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	16	17
TV Regional/Local		57	57
TV Regional/Local Windows			
TV channels targeting foreign markets	1		
Pure TV online services (Web TV)			
Total	5	80	84
Foreign channels targeting the country		10	10

➔ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country **September 2013**

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	~	~
Catch-up TV services	1	3
VoD Generalist/ Film / Fiction	1	2
VoD Music / Music events		
VoD Film		
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		
Film/TV Archives and Trailers		
Sport		
Other		
Total (consolidated)	~	~

➔ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform **September 2013** Including foreign channels.

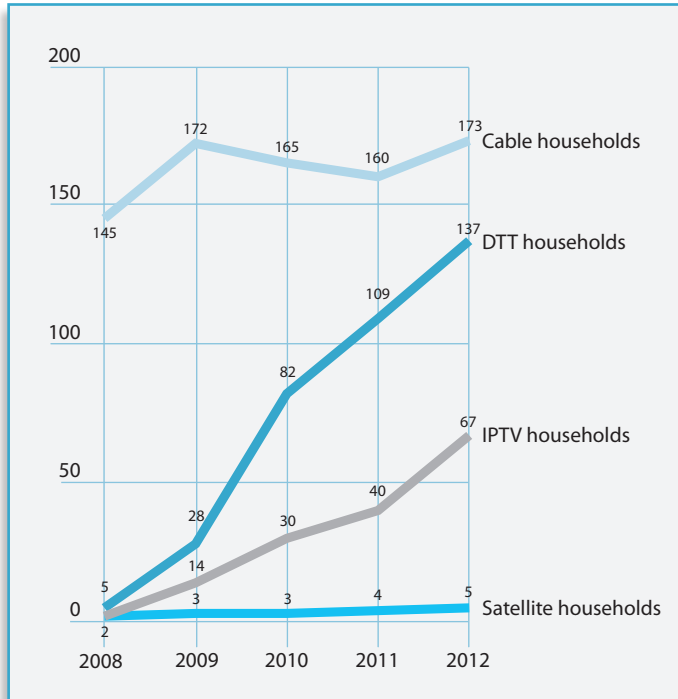
	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	Free DTT	Boom Free and Pay	Blizoo	Total TV	Makedonski telecom Max TV
TV Channels					
Generalist - national	1	3	6	1	4
Generalist - foreign		2	9	24	6
Adult		3	10	4	5
Children		4	10	4	7
Culture / education / documentary	1	8	13	12	18
Entertainment / TV fiction / games		13	18	26	21
Film		2	6	6	5
HD simulcast of an existing channel			5	25	9
International linguistic and cultural			3	7	
Lifestyle / specific leisure / travel		2	4	4	6
Minority interest groups				1	
Music		3	13	8	9
News / business		2	9	17	9
Parliament/ government/ administration	1	1	1	1	1
Regional / local/ windows	23	19	18	4	19
Religion					
Sports		4	10	14	13
Various				1	
Total (of which HD)	26	66	135 (8)	159 (26)	132 (10)
On-demand audiovisual services					
VoD				1	
Catch-up					
Other services					
Total				1	

➔ European Audiovisual Observatory

MK6

Market trends
2008-2012

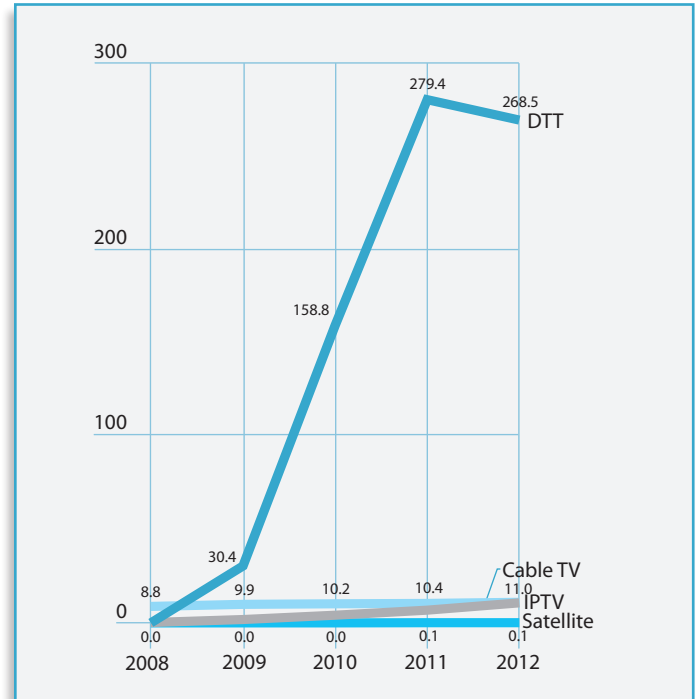
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➔ IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

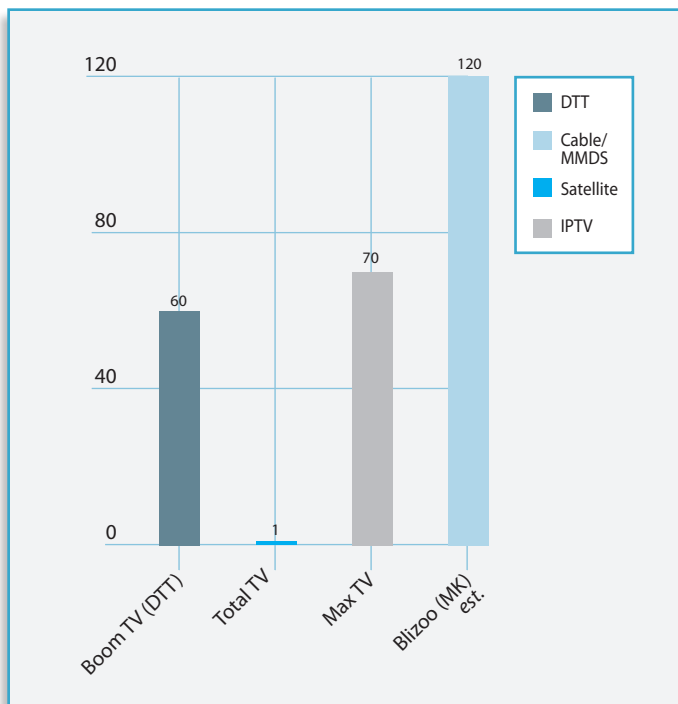
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➔ IHS Screen Digest

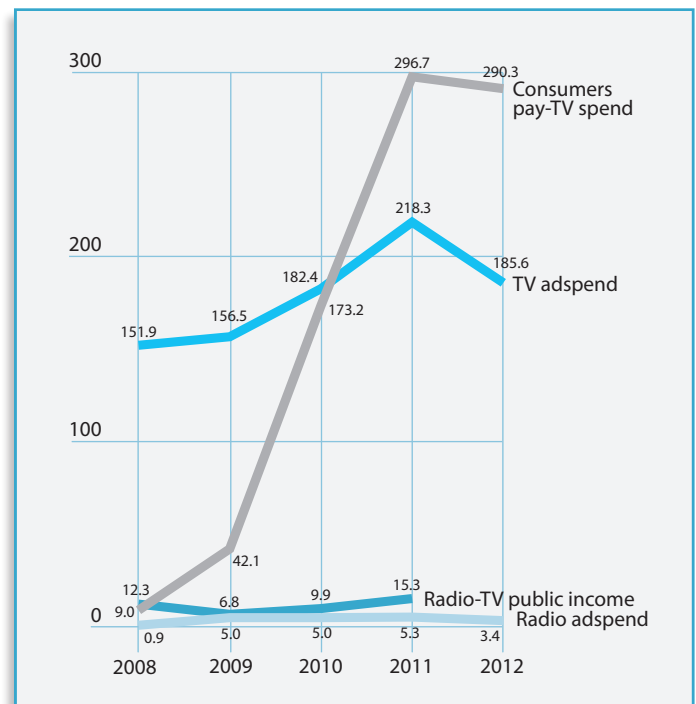
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

➔ European Audiovisual Observatory/
FYROM Agency for Electronic Communications

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➔ European Audiovisual Observatory on the basis
of data from IHS Screen Digest, Warc and MKRT

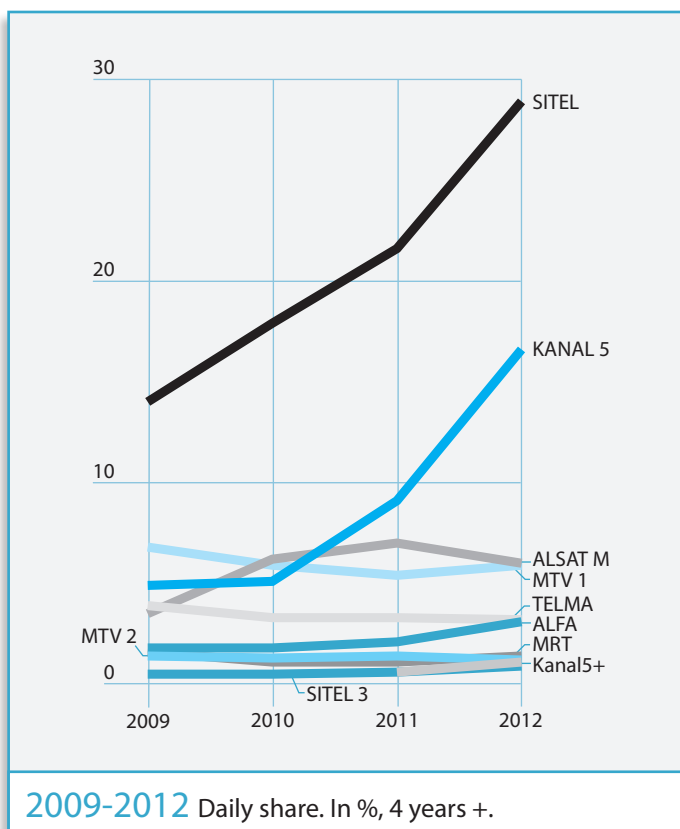
MK7

TV audience market share in "The Former Yugoslav Republic of Macedonia" 2009-2012 In %, 4 years +.

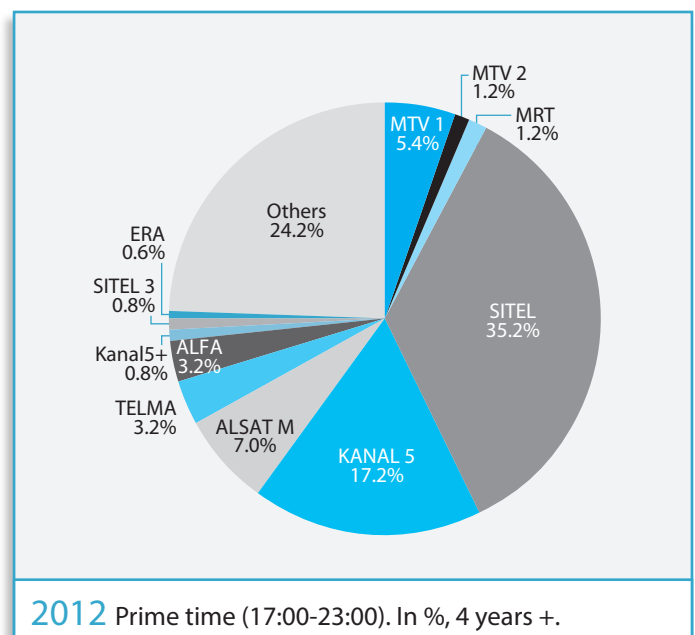
Channels	Daily share				Prime time (17:00-23:00)			
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012
MTV 1	6.8	5.9	5.4	5.9	5.8	5.0	4.5	5.4
MTV 2	1.4	1.3	1.4	1.2	1.5	1.2	1.3	1.2
MRT (former MTV 3)	1.6	1.1	1.1	1.4	1.4	0.8	1.0	1.2
Public channels	9.8	8.3	7.9	8.5	8.7	7.0	6.8	7.8
SITEL	14.0	17.9	21.6	28.9	15.7	20.5	24.9	35.2
KANAL 5	4.9	5.1	9.1	16.6	5.0	4.8	9.0	17.2
ALSAT M	3.5	6.2	7.0	6.0	4.0	7.4	8.5	7.0
TELMA	3.9	3.3	3.3	3.2	3.6	2.8	3.2	3.2
ALFA	1.8	1.8	2.1	3.1	1.5	1.6	2.2	3.2
Kanal5+			0.6	1.1			~	0.8
SITEL 3	0.5	0.5	0.6	0.9	0.3	0.3	0.6	0.8
ERA	1.6	1.6	1.0	0.7	1.8	1.5	0.8	0.6
Pink 15 (former K-15)	0.3	0.1	~	0.7	0.2	0.1	~	0.5
SKY NET	0.4	0.3	0.2	0.2	0.3	0.2	0.1	0.1
MTM	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1
A2	1.4	0.9	0.7	0.1	1.2	0.7	0.6	0.1
A1	21.0	24.7	14.8	~	26.0	31.2	18.8	~
Main private channels	53.6	62.6	61.2	61.7	59.8	71.2	68.9	68.8
Others	36.6	29.1	30.9	29.8	31.5	21.8	24.3	23.4

1 A1 ceased broadcasting on 31/07/2011.

➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

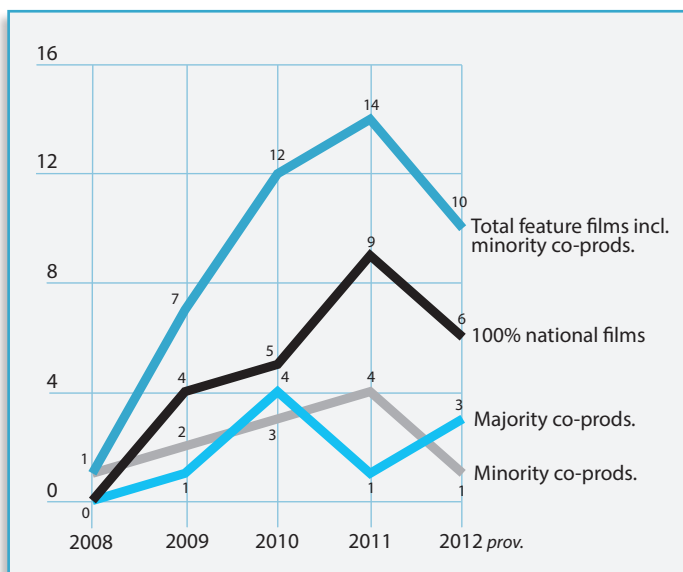
MK8 Feature film data 2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	79 038	114 000	102 800	89 522		OBS
Screens	26	18	20	23		SSO / OBS
Cinema sites	14	10	11	13	14	SSO
Digital screens	~	~	~	~	~	
Digital cinema sites	~	~	~	~	~	
Digital screen penetration	~	~	~	~	~	
Digital site penetration	~	~	~	~	~	

➔ European Audiovisual Observatory after SSO (State Statistical Office)

Number of theatrical feature films produced

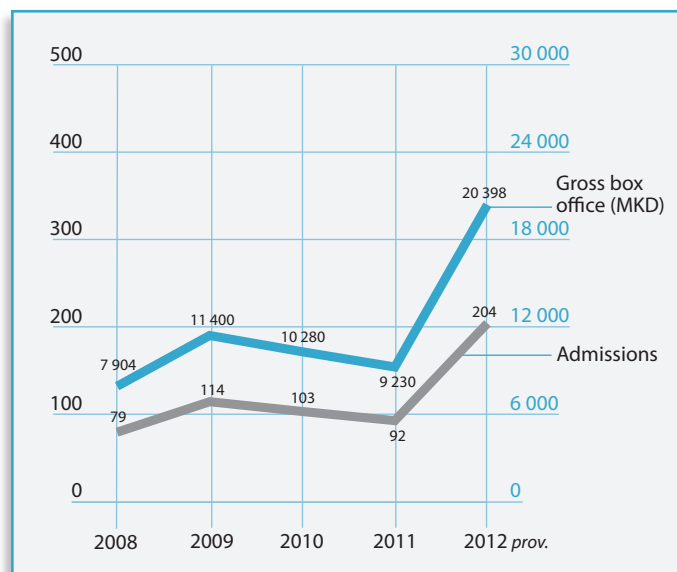


2008-2012 In units. ¹

¹ Year of production. Includes feature documentaries.

➔ MFF (Macedonian Film Fund)

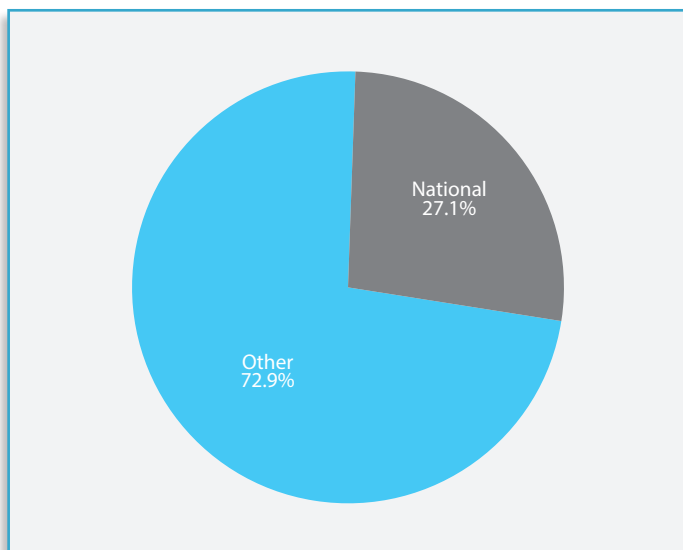
Admissions



2008-2012 In millions.

➔ MFF

Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions. ¹

¹ Does not include co-productions.

➔ SSO

Top 10 films 2012 In units.

Rank	Title	Distributor	Admissions
1	The Avengers	MCF	12 892
2	Treto poluvreme	Kino Oko	12 623
3	Parada	Sector Film	9 581
4	Star Wars: Episode I - The Phantom Menace	MCF	7 517
5	The Darkest Hour	MCF	6 659
6	The Dark Knight Rises	Blitz film	5 940
7	Ice Age: Continental Drift	MCF	5 446
8	Prometheus	MCF	5 235
9	Mirror Mirror		4 701
10	The Amazing Spider-Man	MCF	4 076

Distributor market shares not available.

➔ OBS / LUMIERE database

The historical development of broadcasting in Malta has led to political ownership of the media. The Nationalist Party owns Net TV and the Malta Labour Party owns One TV (formerly Super One TV).

According to the audience surveys carried out by the broadcasting regulator between January and March 2012, the public channel TVM continues to dominate the market with 34.5% of the average daily audience. The audience shares of the private channels are as follows: One TV had 22.4% and Net TV had 7.9%. Foreign channels play an important role in the Maltese broadcasting landscape, in particular Italian channels which have a combined market share of almost 18%. Malta is also becoming a base for channels targeting other countries. In 2012 the Maltese Broadcasting Authority licensed 17 Turkish language channels (from the same broadcaster), which target Turkish speaking communities in Central Asia and Central and Eastern Europe.

The rate of household pay-TV subscriptions is high in Malta despite the small number of distributors, with Melita and GO continuing to form a duopoly in this market. Melita is the country's only cable operator and, at the end of 2011, had approximately 83,000 subscribers. Melita offers more than 160 channels (including 17 HD channels) and also launched two video on demand services in July 2011. GO operates a subscription-based digital terrestrial television (DTT) platform and since June 2011 has also launched an IPTV service. The IPTV delivery has significantly boosted Melita's channel offer with the introduction of interactive packages (with more than 100 channels including 11 HD channels). GO had approximately 65 000 subscribers in December 2011.

The GO pay-TV platform was for many years the only way to receive digital terrestrial television in Malta. The multiplex operated by the public broadcaster and intended to offer free-to-air transmissions was not launched until February 2011. The first two channels transmitted on this multiplex were the public channels TVM and Education 22 (now TVM 2), and followed by four private channels in summer 2011: Favourite Channel, Net TV, One TV and Smash TV. These channels were granted licences by the regulatory authority on the basis of the consultation launched in 2010 on the eligibility criteria for channels meeting general interest objectives. The analogue switch-off took place at the end of October 2011.

En conséquence du développement historique de la radiodiffusion à Malte, les partis politiques sont propriétaires des médias. Le Parti nationaliste détient la chaîne Net TV et le Malta Labour Party la chaîne One TV (anciennement Super One TV).

Selon les études d'audience menées par l'autorité de régulation de la radiodiffusion entre janvier et mars 2012, la chaîne publique TVM continue de dominer le marché avec 34,5 % de part de marché d'audience quotidienne. Les parts d'audience des chaînes privées sont les suivantes : 22,4 % pour One TV et 7,9 % pour Net TV. Les chaînes étrangères jouent un rôle important dans le paysage maltais de la radiodiffusion, en particulier les chaînes italiennes dont la part de marché cumulée atteint presque 18 %. Malte sert également de base pour des chaînes ciblant d'autres pays. En 2012, l'Autorité de la radiodiffusion maltaise a accordé une licence à 17 chaînes en langue turque (du même radiodiffuseur) visant les communautés turcophones d'Asie centrale ainsi que d'Europe centrale et orientale.

Le taux d'abonnement des ménages à la télévision payante est élevé à Malte malgré le faible nombre de distributeurs, Melita et GO formant toujours un duopole sur ce marché. Melita est l'unique câble-opérateur du pays et enregistré à la fin de l'année 2011 environ 83 000 abonnés. Melita propose plus de 160 chaînes (dont 17 chaînes HD) et a lancé deux services de vidéo à la demande en juillet 2011. GO opère une plate-forme payante de télévision numérique terrestre (TNT) et a également lancé un service IPTV en juin 2011. L'IPTV a considérablement renforcé l'offre de chaînes de Melita avec le lancement de forfaits interactifs (plus de 100 chaînes dont 11 chaînes HD). GO compte environ 65 000 abonnés en décembre 2011.

Pendant de nombreuses années, la plate-forme payante GO a représenté l'unique mode d'accès à la télévision numérique terrestre à Malte. Prévu pour 2009, le multiplex opéré par le radiodiffuseur public et destiné aux transmissions gratuites n'a été inauguré qu'en février 2011. Les deux premières chaînes transmises sur ce multiplex ont été les chaînes publiques TVM et Education 22 (désormais TVM 2). Quatre chaînes privées les ont rejointes à la fin de l'été 2011 : Favourite Channel, Net TV, One TV et Smash TV. Ces chaînes se sont vu attribuer des licences par l'autorité de régulation sur la base de la consultation sur les critères d'éligibilité des chaînes à objectifs d'intérêt général (OIG) lancée en 2010. L'abandon de l'analogique a finalement eu lieu fin octobre 2011.

Die historische Entwicklung des Fernsehens in Malta hat dazu geführt, dass sich die Medien traditionell im Besitz der politischen Parteien befinden. Die Nationalistische Partei besitzt Net TV, während der Malta Labour Party One TV (früher Super One TV) gehört.

Nach Zuschauermessungen der Rundfunkregulierungsbehörde von Januar bis April 2012 dominierte der öffentlich-rechtliche Sender TVM mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 34,5 % weiterhin den Markt. Die Zuschaueranteile der privaten Sender verteilen sich wie folgt: Auf One TV entfallen 22,4 % und auf Net TV 7,9 %. Ausländische Sender spielen eine wichtige Rolle in der maltesischen Fernsehlandschaft, vor allem italienische, die zusammen einen Anteil von fast 18 % haben. Von Malta aus werden auch zunehmend Programme in andere Länder ausgestrahlt. So hat die maltesische Rundfunkregulierungsbehörde 2012 eine Lizenz für 17 türkischsprachige Programme (für denselben Sender) erteilt. Diese Programme wenden sich an türkischsprachige Gemeinden in Zentralasien und in Mittel- und Osteuropa.

Viele maltesische Haushalte haben sich für ein Bezahlfernsehabonnement entschieden, obwohl es nur wenige Verbreitungsunternehmen gibt: Melita und GO bilden weiterhin ein Duopol in diesem Markt. Melita ist der einzige Kabelnetzbetreiber des Landes und hatte Ende 2011 etwa 83 000 Abonnenten. Melita bietet mehr als 160 Programme (darunter auch 17 HD-Programme) und brachte im Juli 2011 zwei Video-on-Demand-Angebote auf den Markt. GO betreibt eine Bezahlplattform für digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) und ist seit Juni 2011 auch mit einem IPTV-Angebot auf dem Markt. Seit dem Start von IPTV ist das Programmangebot von Melita erheblich gestiegen: Der Kabelnetzbetreiber bietet inzwischen interaktive Programmpakete mit mehr als 100 Programmen an, einschließlich 11 HD-Programmen. Die Zahl der Abonnenten des Konkurrenten GO lag im Dezember 2011 bei rund 65 000.

Die Bezahlplattform GO bot in Malta über viele Jahre hinweg den einzigen Zugang zum digitalen terrestrischen Fernsehen. Der für 2009 geplante und vom öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter betriebene Multiplex für ein frei empfangbares Programm wurde erst im Februar 2011 in Betrieb genommen. Die beiden ersten über diesen Multiplex ausgestrahlten Sender waren die öffentlich-rechtlichen Sender TVM und Education 22 (jetzt TVM 2). In 2011 kamen vier Privatsender dazu: Favourite Channel, Net TV, One TV und Smash TV. Diesen vier Sendern wurden von der Regulierungsbehörde auf der Grundlage eines 2010 durchgeführten Konsultationsverfahrens zu den Kriterien für die Anerkennung von Sendern mit Programm von allgemeinem Interesse die Sendelizenzen erteilt. Die Abschaltung des Analog-Fernsehens erfolgte Ende Oktober 2011.

MT1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	418
Households	146.2

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			138
Cable TV subscriptions	55.3%	81	
Digital cable TV households	39.9%		58
Digital DTH/SMATV households	2.5%		4
Pay DTH/SMATV subscriptions	~	~	~
IPTV households	2.62%	-	4
Pay IPTV subscriptions	2.62%	4	-
DTT households	44.5%		65
Pay DTT subscriptions	42.6%	62	
Total digital TV households	89.5%		131
Total pay TV subscriptions	100.5%	147	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	77.6%		113
Households with broadband connections	74.7%		109
Households with Smart TV	14.4%	~	21
Connectable TV households			

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

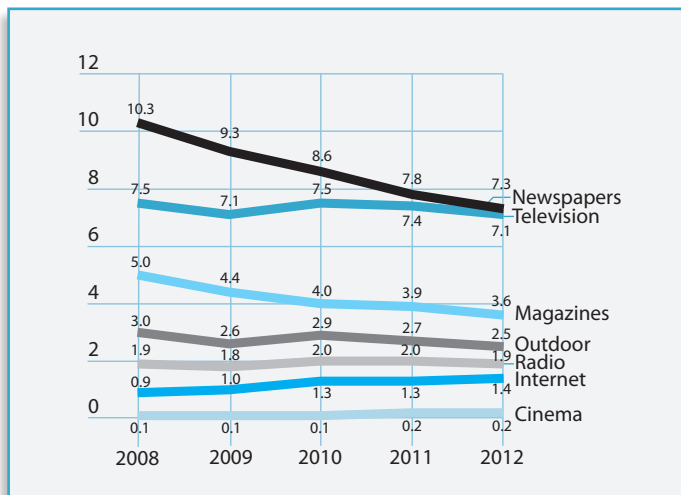
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

MT2

Advertising 2008-2012

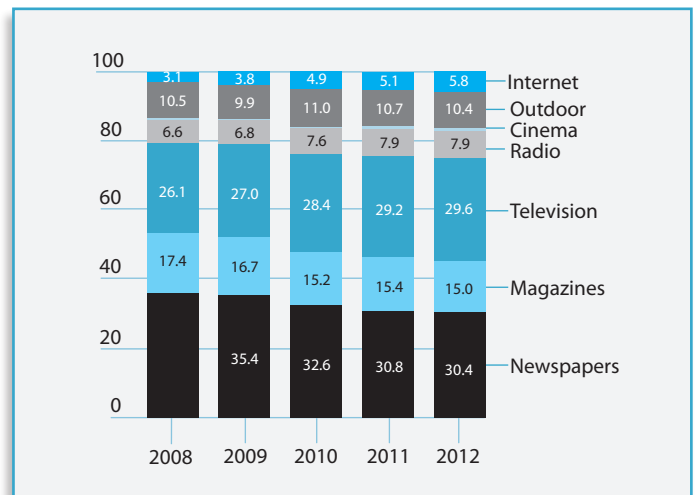
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

MT3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Go PLC (cons.) ①	4Play, 3G TV	Go TV	133.5	132.7	128.6	-3.1%
Melita PLC ①	4Play	Melita TV	39.2	36.1	37.6	4.2%
Public Broadcasting Services Ltd	sptv	TVM	8.2	9.4	10.3	9.6%
Eden Entertainment Ltd	exh	Eden Cinema	5.8	4.5	~	~
One Productions Ltd	adv	One TV	2.5	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	1	1	Melita (GMT Communications Partners)
Satellite packagers	0		
IPTV packagers	1	1	GO P.L.C. (since 2011): Go Interactive
DTT multiplex operators and packagers	2	2	GO P.L.C., Public Broadcasting Services Limited
Mobile TV packagers	1	1	GO P.L.C. edits two packages "Go Mobile" & "MTV Mobile"
SmartTV stores providing AV applications		1	Panasonic
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-12 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share Oct-Dec. 2011	TV daily market share Oct-Dec. 2012
1	Public Broadcasting Services Ltd	Public	2	39.4%	36.0%
2	One TV	Private	1	16.1%	17.7%
3	Mediaset (IT)	Private	8	11.5%	10.5%
4	RAI (IT)	Public	6	5.9%	6.6%
5	Discovery Communications (US)	Private	8	4.6%	1.9%

➔ European Audiovisual Observatory

MT4

Financing of the public audiovisual media sector 2007-2011

Income	EUR thousand					In %					2011/10
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011	
Public income	1 165	1 165	1 164	2 206	2 511	19.8	19.2	20.0	26.9	27.7	13.8%
Grants	1 165	1 165	1 164	2 206	2 511	19.8	19.2	20.0	26.9	27.7	13.8%
Commercial income	4 519	4 903	4 668	6 009	6 548	76.8	80.8	80.0	73.1	72.2	9.0%
Advertising	4 020	4 390	4 172	5 433	5 836	68.3	72.3	71.5	66.1	64.3	7.4%
Other commercial	499	513	496	576	712	8.5	8.5	8.5	7.0	7.8	23.6%
Others	1	7	7	12	12	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0%
Total	5 884	6 068	5 832	8 215	9 071	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	10.4%

Company included: Public Broadcasting System Ltd.

➔ PBS

MT5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	2	12	14
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	20	21
TV Regional/Local			0
TV Regional/Local Windows			0
TV channels targeting foreign markets		10	10
Pure TV online services (Web TV)			
Total	3	42	45
<i>Foreign channels targeting the country</i>	2	2	4

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	3	3
VoD Generalist/Film/Fiction	1	9
VoD Music / Music Events		3
VoD Film	1	8
VoD Documentary		
VoD Children / Animation		2
Film/TV Archives and Trailers		1
Sport		
Other		~
Total	8	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2012 Including foreign services.

	Digital Terrestrial		Cable Melita	IPTV Go
	(free)	(pay) Go ¹		
TV Channels				
Generalist - national	5	5	6	5
Generalist - foreign		7	15	7
Children		8	13	13
Culture/ education/ documentary	1	10	12	11
Entertainment/ TV fiction/ games		6	9	8
Film		2	5	4
HD Simulcast of an existing channel			9	8
International linguistic and cultural			2	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			7	1
Music		6	19	6
News/ business		6	14	17
Parliament/ government/ administration		6	16	12
Regional/ local/ windows				
Religion		1	4	3
Sports		2	25	11
Various		1	6	
Total	6	60	162 (16)	107 (13)
On-demand audiovisual services				
VoD			2	
Catch-up				
Other services				
Total	0	0	2	

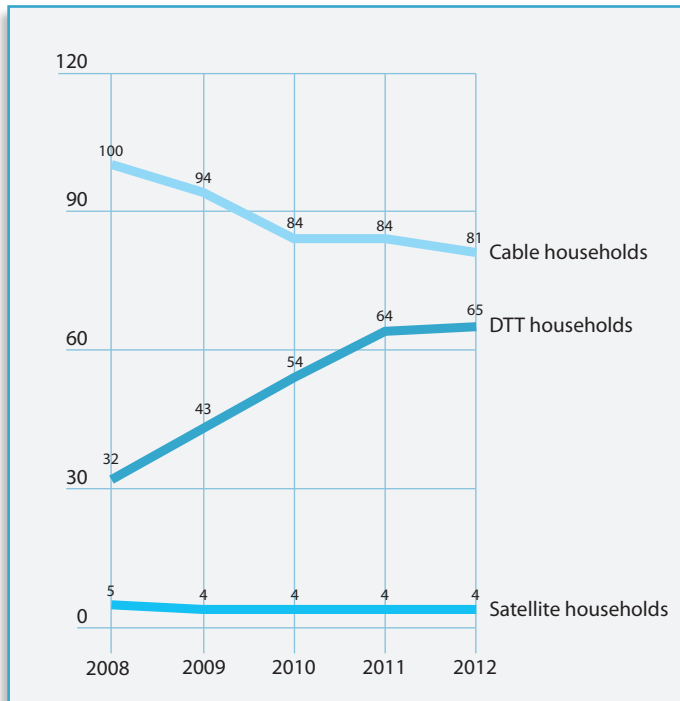
¹ Includes free DTT.

 European Audiovisual Observatory

MT6

Market trends
2008-2012

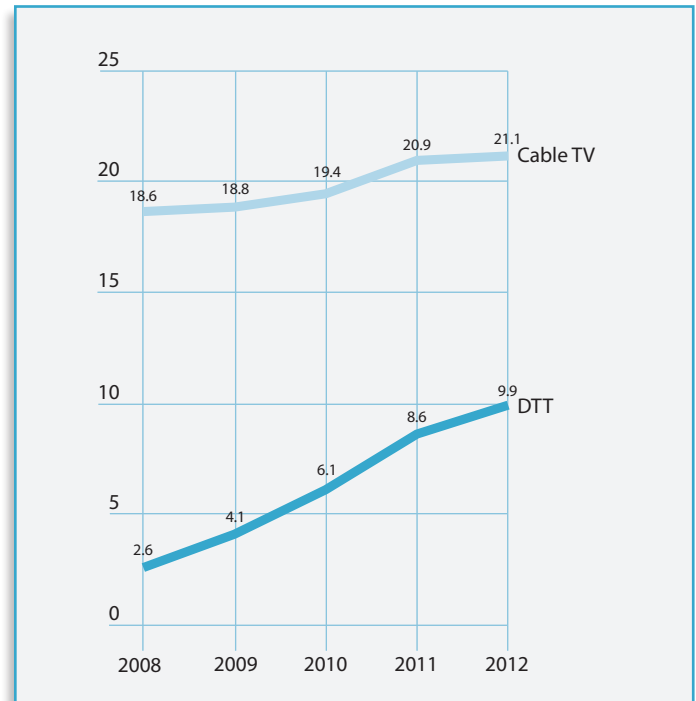
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

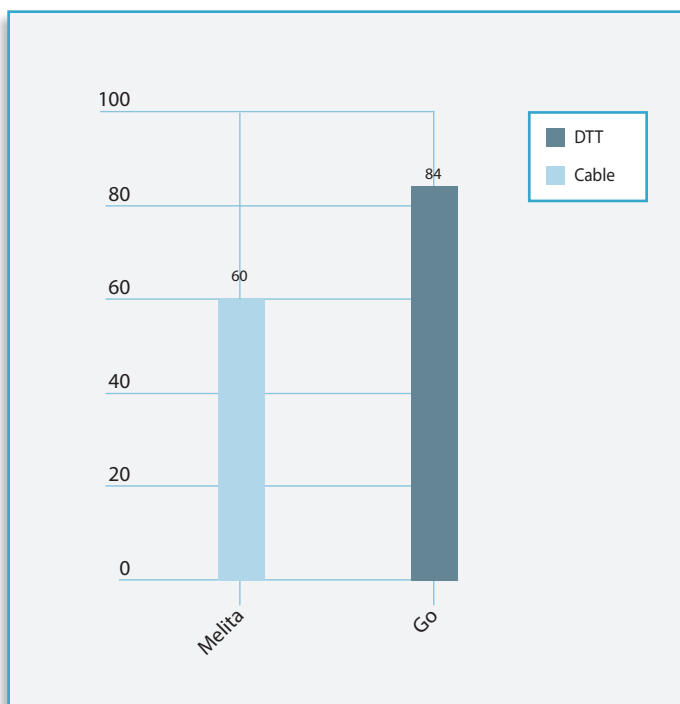
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

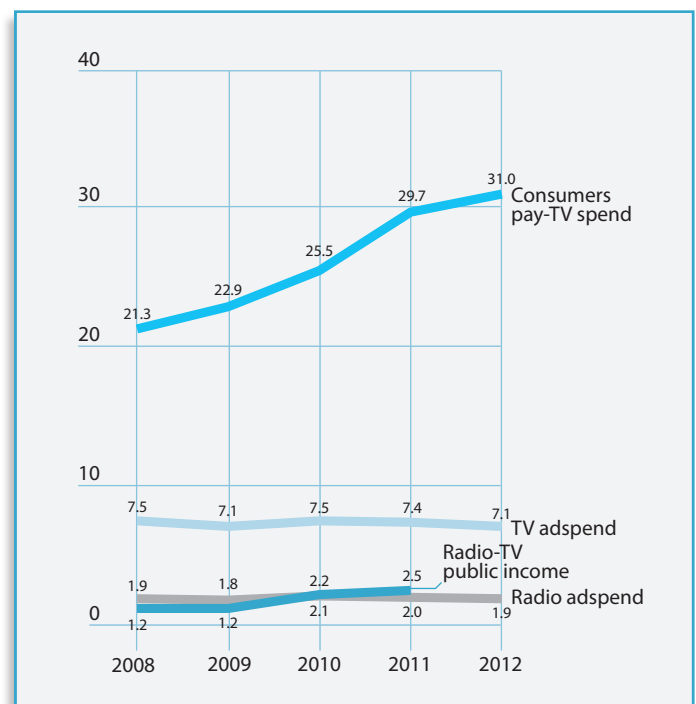
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2011 In thousands.

Malta Communications Authority / European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, WARC, PBS

MT7

Reach by TV channel by quarter in Malta

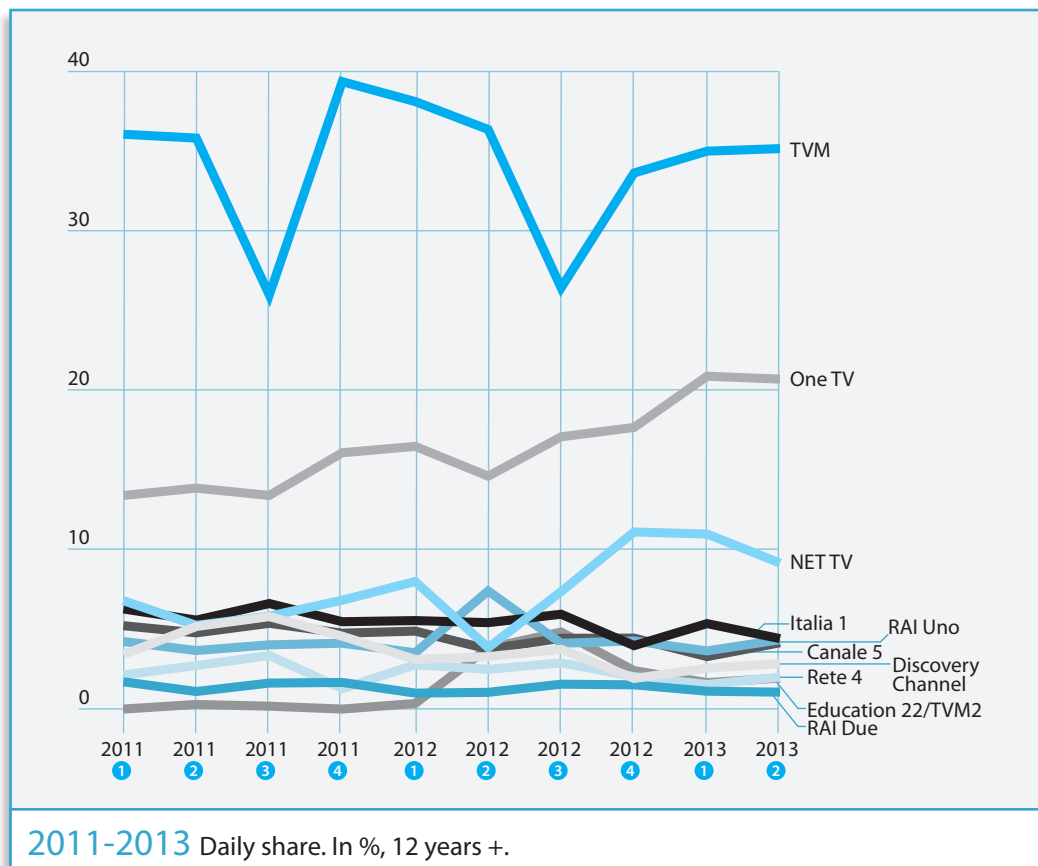
2011-2013 Daily share. In %, 12 years +.

Channels	Daily share									
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013	2013
TVM	36.1%	35.8%	26.0%	39.4%	38.1%	36.4%	26.4%	33.6%	35.0%	35.2%
One TV	13.4%	13.9%	13.4%	16.1%	16.5%	14.6%	17.1%	17.7%	20.9%	20.7%
NET TV	6.8%	5.3%	5.8%	6.8%	8.0%	3.9%	7.4%	11.1%	11.0%	9.2%
Smash TV	0.3%	0.2%	0.8%	0.0%	0.0%	0.1%	0.4%	0.8%	0.5%	0.6%
Education 22/TVM2	0.0%	0.3%	0.2%	0.0%	0.4%	3.8%	4.8%	2.4%	1.7%	1.9%
Favourite Channel	0.2%	0.3%	0.9%	0.8%	0.1%	0.4%	0.4%	0.6%	0.2%	0.1%
Calypso Music TV	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%		0.3%	0.3%	0.5%
ITV	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.2%
Prime TV				0.1%	0.0%	0.2%		0.1%		0.1%
Maltese private channels	20.7%	20.1%	21.2%	23.9%	25.1%	23.2%	30.2%	33.1%	34.6%	33.3%
RAI Uno	4.2%	3.7%	4.0%	4.1%	3.5%	7.4%	4.1%	4.3%	3.7%	4.4%
RAI Due	1.7%	1.1%	1.6%	1.7%	1.0%	1.1%	1.6%	1.5%	1.1%	1.1%
RAI Tre	0.4%	0.4%	0.1%	0.1%	0.1%	0.4%	0.6%	0.8%	0.3%	0.4%
Rete 4	2.1%	2.7%	3.4%	1.3%	2.8%	2.5%	2.9%	2.0%	1.5%	2.0%
Canale 5	5.2%	4.8%	5.4%	4.8%	4.9%	3.8%	4.4%	4.5%	3.3%	4.2%
Italia 1	6.3%	5.6%	6.6%	5.5%	5.6%	5.4%	6.0%	4.0%	5.4%	4.4%
Discovery Channel	3.4%	5.2%	5.8%	4.6%	3.1%	3.3%	3.8%	1.9%	2.6%	2.9%
MTV	0.9%	1.3%	1.7%	0.6%	0.4%	0.9%	0.6%	0.9%	0.6%	0.4%
BBC Prime/ World/ Entertainment	2.1%	2.5%	3.1%	1.6%	1.2%	1.8%	1.3%	1.1%	1.2%	1.0%
Others	16.9%	16.9%	21.1%	12.9%	14.1%	14.0%	18.2%	12.2%	10.7%	10.9%
Foreign channels	43.3%	44.1%	52.8%	37.0%	36.8%	40.5%	43.4%	33.2%	30.4%	31.5%

1 January-March.
2 April-June.

3 July-September.
4 October-December.

Independent Broadcasting Authority



Independent Broadcasting Authority

The most important channel providers in the Dutch market are the public broadcasters, with the national channels Ned 1, Ned 2, Ned 3, and all the digital channels grouped together under the Ned 24 banner. There is also the RTL Group, whose channels RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8, RTL Lounge, Crime and Telekids are licensed under Luxembourg law. The third provider, SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 and Veronica), was sold by ProSiebenSat.1 Media AG in May 2011 to Joop de Mol's Talpa Media group, which is associated with the Finnish group Sanoma.

The Dutch audience market shares seem less concentrated than in other European countries, which can be partly explained by the cable network penetration and the IPTV networks. Digital television reached 80.1% of Dutch homes at the end of 2012. CAIW switched off its analogue cable transmissions in October 2010, the first cable operator to do so. The digitisation of the cable networks is a challenge for the traditional cable operators in the Netherlands, who are threatened by the new forms of competition in the multi-channel television market. Although the cable subscription rate is still high, it has been decreasing for several years. The market is dominated by four companies. The leaders are Zesko (with its Ziggo package), with 2.9 million subscribers in December 2012, and UPC Nederland (Liberty Global), with 1.7 million. With more than a million subscribers to its IPTV service and over 700 000 to its Digtienne pay-DTT service, KPN has become the country's second biggest operator.

On 4 June 2013, the Dutch House of Representatives discussed a legislative proposal to amend the Media Act 2008. State Secretary Dekker proposed several changes to the Media Act in reaction to the growing digitisation of media and the increased level of competition within the media sector. The proposal contains provisions relating to television as well as radio channels. An example of this digitisation is the vast rise of digital television and radio subscriptions as opposed to analogue subscriptions. An example of increased competition in the media sector is the introduction of services comparable to television or radio that are provided on the Internet. The core element of the legislative proposal is the introduction of a minimum amount of television channels that must be offered by digital television providers in their standard packages. This requirement can be found in Article 6.13 of the legislative proposal. Several requirements are set with regard to the minimum of 30 channels that have to be offered. For example, the package must contain three general channels of the regional public broadcaster. Also, the package must contain three channels of

Les éditeurs de chaînes les plus importants sur le marché néerlandais sont les radiodiffuseurs publics, avec les chaînes nationales Ned 1, Ned 2, Ned 3 et l'ensemble de chaînes numériques regroupées sous la bannière de Ned 24, mais aussi le RTL Group, dont les chaînes RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 et RTL Lounge, Crime et Telekids émettent sous juridiction luxembourgeoise. Le troisième pôle SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 et Veronica) a été revendu en mai 2011 par ProSiebenSat.1 Media AG au groupe Talpa Media de Joop de Mol, associé au groupe finlandais Sanoma.

Les parts de marché d'audience aux Pays-Bas apparaissent moins concentrées que dans d'autres pays européens, ce qui s'explique en partie par le taux de raccordement des foyers aux réseaux câblés ou aux réseaux IPTV. Fin 2012, 80,1 % des foyers néerlandais reçoivent la télévision numérique. CAIW a été le premier à procéder à l'extinction des transmissions analogiques par câble en octobre 2010. La numérisation des réseaux câblés constitue un défi pour les câblo-opérateurs traditionnels aux Pays-Bas, menacés par les nouvelles formes de concurrence sur le marché de la télévision multichaines. Le taux d'abonnement au câble, s'il demeure élevé, n'en est pas moins en baisse depuis plusieurs années. Le marché est dominé par quatre entreprises. Les leaders sont Zesko (avec son bouquet Ziggo) avec 2,9 millions d'abonnés en décembre 2010 et UPC Nederland (Liberty Global) avec 1,7 million de clients TV. Avec plus d'un million d'abonnés à son service IPTV et plus de 700 000 abonnés à son service Digtienne de TNT payante, KPN est devenu le deuxième opérateur du pays.

Le 4 juin 2013, la Chambre des représentants néerlandaise a examiné une proposition législative visant à modifier la loi relative aux médias de 2008. Le Secrétaire d'Etat à l'Education, à la Culture et à la Science, M. Sander Dekker, a proposé d'apporter plusieurs modifications à la loi relative aux médias en réponse à la numérisation croissante et à l'augmentation du niveau de concurrence dans le secteur des médias. Cette proposition comporte des dispositions qui s'appliquent aussi bien aux chaînes de télévision qu'aux stations de radio. La forte augmentation du nombre des abonnements à la télévision et à la radio numériques, par opposition aux abonnements analogiques, illustre parfaitement cette numérisation, tout comme l'accroissement de la concurrence dans le secteur des médias à la suite de la mise en place de services proposés sur internet, qui sont comparables à ceux des chaînes de télévision et de stations de radio. L'introduction d'un nombre minimum de chaînes de télévision que les fournisseurs de services de télévision numérique devront proposer dans leurs offres classiques constitue l'élément essentiel de cette proposition législative.

Die wichtigsten Rundfunkanbieter auf dem niederländischen Markt waren die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit den nationalen Sendern Ned 1, Ned 2, Ned 3 und den unter Ned 24 zusammengefassten Digitalsendern, aber auch die RTL Group, deren Sender RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8, RTL Lounge, Crime und Telekids luxemburgischem Recht unterliegen. Das dritte Schwergewicht, SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 und Veronica), wurde im Mai 2011 von der ProSiebenSat.1 Media AG an die Talpa Media Group von Joop de Mol verkauft, der an der finnischen Gruppe Sanoma beteiligt ist.

Das Fernsehpublikum in den Niederlanden verteilt sich – mehr als in anderen europäischen Ländern – auf viele Sender, was zum Teil auf die hohe Verfügbarkeit des Kabelfernsehens oder der IPTV-Netze zurückzuführen ist. Ende 2012 konnten 80,1 % aller holländischen Haushalte digitales Fernsehen empfangen. CAIW war der erste Betreiber, der im Oktober 2010 das analoge Kabelfernsehen abgeschaltet hat. Die Digitalisierung der Kabelnetze stellt für die traditionellen Kabelnetzbetreiber in den Niederlanden eine große Herausforderung dar, da sie mit dem Multikanalfernsehen neuen Formen des Wettbewerbs gegenüberstehen. So ist die Zahl der Kabelhaushalte zwar nach wie vor hoch, aber seit einigen Jahren beständig rückläufig. Der Markt wird von vier Betreibern beherrscht. Marktführer sind Zesko (Bouquet Ziggo) mit 2,9 Mio. Abonnenten im Dezember 2012 und UPC Nederland (Liberty Global) mit 1,7 Mio. TV-Kunden. Mit mehr als einer Mio. Abonnenten für seinen IPTV-Dienst und mehr als 700 000 Abonnenten für seine Pay-DVB-T-Plattform Digtienne ist das Telekommunikationsunternehmen KPN inzwischen die Nummer zwei in den Niederlanden.

Am 4. Juni 2013 hat die zweite Kammer des niederländischen Parlaments einen Gesetzesvorschlag zur Änderung des Mediengesetzes von 2008 behandelt. Der Staatssekretär für Bildung, Kultur und Wissenschaft, Sander Dekker, will mit mehreren Änderungsvorschlägen im Bereich Fernsehen und Hörfunk auf die fortschreitende Digitalisierung der Medien und den zunehmenden Wettbewerb im Medienbereich reagieren. Ein Beleg für die voranschreitende Digitalisierung ist die starke Zunahme digitaler TV- oder Radio-Abonnements im Vergleich zu Analog-Abonnements, während sich der verschärfte Wettbewerb im Medienbereich beispielsweise im Aufkommen fernseh- oder radioähnlicher Dienste im Internet widerspiegelt. Wichtigstes Anliegen der Novelle ist die Einführung einer Mindestzahl von Programmen, die Digital-TV-Provider in ihren Standardpaketen anbieten müssen. Eine entsprechende Vorschrift ist in Artikel 6.13 des Gesetzesvorschlags enthalten. Dieses

the Belgian public broadcaster that are in the Dutch language. The goal of the minimum amount of 30 channels that have to be offered is to maintain a sufficiently varied media offer in the standard television packages. The Dutch Commissariat for Media will supervise adherence to the new provisions.

The Dutch public service system (NPO) is complex and made up of three public bodies (NOS, NTR and STER), twelve principal associations and 11 associations with reduced transmission time. There are also an international broadcaster (BVN) and 13 regional and some 300 local broadcasters. NPO provides three general-interest channels, eight special-interest channels and various on-demand services.

On 14 February 2013, the Secretary of Education, Culture and Science, S. Dekker, introduced a bill to amend the *Mediawet 2008* (Media Act 2008) in order to “modernise the system of national public broadcasting”. The system should become more compact in the future: in 2016 the public broadcasting service will consist of up to 8 broadcasters, instead of the current 21. The public broadcasting service will be composed of three cooperative broadcasters (AVRO/TROS, VARA/BNN and KRO/NCRV), two task organisations (NOS and NTR) and three independent broadcasters (EO, MAX, VPRO). New aspiring broadcasters can become part of the public broadcasting service as from 2016. Before the start of this new accreditation period, the current aspiring broadcasters, PowNed and WNL, should enter into cooperation with one of the three cooperative broadcasters or one of the three independent broadcasters.

By means of the bill, the Government aims at modernising the public broadcasting service and cutting the budget. Broadcasters will receive in the future a basic budget of 50% to provide a minimum number of hours broadcast. Public broadcasters voluntarily merging, such as AVRO/TROS, VARA/BNN and KRO/NCRV, will be granted twice the basic budget and a merging bonus. Furthermore, the programme budget, which is provided by the Board of Directors of the Dutch Public Broadcasting Foundation, will be 50% of the total budget that is available for authorised broadcasters, instead of the current 30%.

Cette exigence figure à l'article 6.13 de la proposition. Un certain nombre d'exigences prévoient que 30 chaînes doivent au minimum être proposées. Une offre doit par exemple comporter trois chaînes généralistes du radiodiffuseur régional de service public, ainsi que trois chaînes néerlandophones du radiodiffuseur public belge. Ce seuil minimal de 30 chaînes vise à garantir une offre médiatique de référence suffisamment variée. L'Autorité néerlandaise des médias veillera au respect de ces nouvelles dispositions.

Le système néerlandais de service public (NPO) est complexe et se compose de trois organismes publics (NOS, NTR et STER), de 12 associations principales, et de 11 associations disposant d'un temps de diffusion réduit. Par ailleurs existent un organisme de diffusion à vocation internationale (BVN), 13 diffuseurs régionaux et environ 300 diffuseurs locaux. NPO propose trois chaînes généralistes et huit chaînes thématiques et divers services à la demande.

Le 14 février 2013, le Secrétaire d'Etat M. Sander Dekker, a présenté un projet de loi portant modification de la *Mediawet 2008* (loi relative aux médias de 2008) qui vise à « moderniser le système national de radiodiffusion de service public ». Ce système, destiné à se resserrer, ne devrait plus compter en 2016 que huit radiodiffuseurs, contre 21 à l'heure actuelle. La radiodiffusion de service public se composera ainsi de trois radiodiffuseurs qui collaborent ensemble (AVRO/TROS, VARA/BNN et KRO/NCRV), de deux organismes de coordination (NOS et NTR) et de trois radiodiffuseurs indépendants (EO, MAX, VPRO). A compter de 2016, de nouveaux radiodiffuseurs pourront intégrer le service de radiodiffusion publique. Les deux actuels radiodiffuseurs potentiels, PowNed et WNL, devraient avant le lancement de cette nouvelle phase d'accréditation, s'engager dans une coopération avec l'un des trois radiodiffuseurs qui collaborent ensemble ou avec l'un des trois radiodiffuseurs indépendants. Le Gouvernement vise par ce projet de loi à moderniser la radiodiffusion de service public et à réduire le budget qui lui est consacré. Les radiodiffuseurs percevront à l'avenir un budget de base de 50 % pour assurer un nombre minimum d'heures de diffusion. Ce budget de base sera doublé pour les radiodiffuseurs publics qui souhaitent participer à cette fusion, comme AVRO/TROS, VARA/BNN et KRO/NCRV, qui bénéficieront par ailleurs d'une prime de fusion. En outre, le budget de ce programme, assuré par le Conseil d'administration de la Fondation néerlandaise de radiodiffusion publique, représentera 50 %, contre 30 % à l'heure actuelle, du budget total alloué aux radiodiffuseurs autorisés.

Basisangebot von mindestens 30 Programmkanälen ist zudem an verschiedene Auflagen gebunden. So muss das Programmpaket drei Vollprogramme des regionalen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters sowie drei flämischsprachige Kanäle des belgischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters enthalten. Mit der vorgeschriebenen Mindestzahl von 30 Kanälen soll eine ausreichende Vielfalt im Angebot der Standard-TV-Pakete sichergestellt werden. Das niederländische *Commissariaat voor de Media* (Medienbehörde) wird die Einhaltung dieser neuen Bestimmungen überwachen.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in den Niederlanden (NPO) ist komplex und besteht aus drei öffentlich-rechtlichen Anstalten (NOS, NTR und STER), zwölf Haupt-Rundfunkgesellschaften und elf Gesellschaften mit begrenzter Sendezeit. Außerdem gibt es noch einen Auslandsender (BVN), 13 regionale und rund 300 lokale Rundfunkanstalten. Der NPO verfügt über drei Vollprogrammsender und acht Themensender sowie mehrere Abrufdienste.

Am 14. Februar 2013 hat der Staatssekretär Sander Dekker ein Gesetz zur Novellierung des Mediengesetzes aus dem Jahr 2008 (*Mediawet 2008*) vorgelegt, um „das System des staatlichen Rundfunks zu modernisieren.“ Das Rundfunkwesen soll in Zukunft kompakter werden: Im Jahr 2016 wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk anstelle von derzeit 21 nur noch 8 Sendeanstalten umfassen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird aus drei kooperierenden Anstalten (AVRO/TROS, VARA/BNN und KRO/NCRV), zwei Organisationen mit spezifischen Aufgaben (NOS und NTR) und drei unabhängigen Sendern (EO, MAX, VPRO) bestehen. Ab 2016 können neue Sender auf Antrag in den öffentlich-rechtlichen Verbund aufgenommen werden. Vor Beginn dieser neuen Akkreditierungsperiode sollten die Sender, die bereits einen entsprechenden Antrag gestellt haben, PowNed und WNL, mit einer der drei kooperierenden Anstalten oder mit einem der drei unabhängigen Sender eine Zusammenarbeit aufnehmen. Mit dieser Novellierung zielt die Regierung auf eine Modernisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und auf Budgetkürzungen. Die Sendeanstalten erhalten in Zukunft ein Grundbudget von 50 %, um eine Mindestzahl von Programmstunden zu sichern. Öffentlich-rechtliche Anstalten, die - wie AVRO/TROS, VARA/BNN und KRO/NCRV - freiwillig fusionieren, erhalten die doppelte finanzielle Grundausstattung und einen Fusionsbonus. Darüber hinaus wird sich das Programmbudget, das der Vorstand der öffentlich-rechtlichen Rundfunkstiftung bereitstellt, auf 50 % der für zugelassene Sender insgesamt verfügbaren Budgetmittel belaufen; derzeit beträgt er 30 %.

► Commissariaat voor de Media: <http://www.cvdm.nl>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Mediamonitor: <http://www.mediamonitor.nl>

NL1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	16 780
Households	7 452

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			7 298
Cable TV subscriptions	66.6%	4 960	
Digital cable TV households	48.1%		3 584
Digital DTH/SMATV households	6.6%		494
Pay DTH/SMATV subscriptions	10.3%	764	
IPTV households	15.0%		1 121
Pay IPTV subscriptions	15.2%	1 132	
DTT households	10.4%		773
Pay DTT subscriptions	9.5%	705	
Total digital TV households	80.1%		5 972
Total pay TV subscriptions	101.5%	7 561	
Households with DVD player	76.1%		5 670
Households with Blu-ray disc player	9.7%		720
Households with PC	93.5%		6 967
Households with broadband connections	78.7%		5 866
Households with Smart TV	22.1%		1 643
Connectable TV households			

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

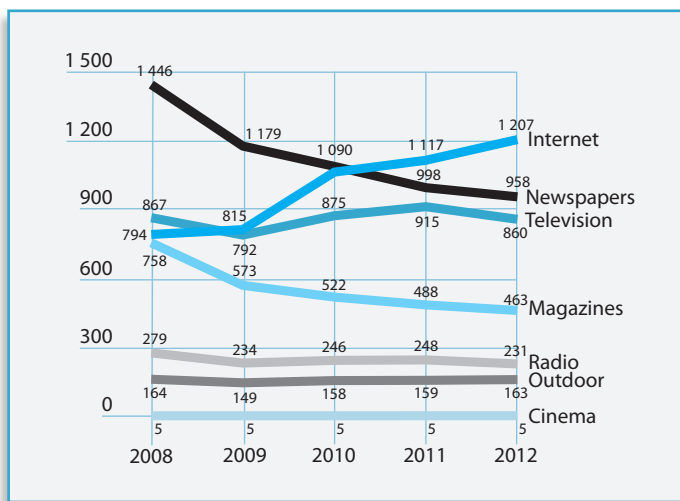
		Total in thousands
Active smartphones	70.7%	11 865
Active tablets	4.0%	670
Advanced game consoles	17.8%	2 984

↳ IHS Screen Digest

NL2

Advertising
2008-2012

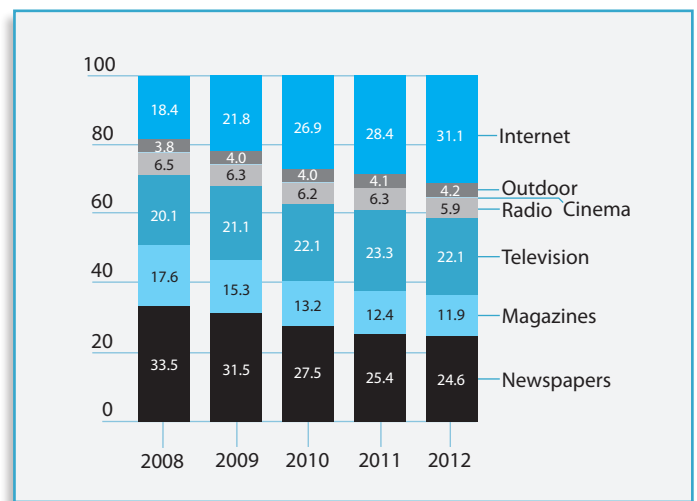
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

NL3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
KPN ¹	3Play, DTT, DVB-H	Interactive TV, Digitenne, Mobile TV	13 398	13 156	12 821	-2.5%
UPC Holding B.V. ¹	3Play	UPC Televisie	3 788	4 013	4 459	11.1%
Delta N.V. ¹	3Play	Delta Kabel	2 105	2 218	2 205	-0.6%
Vodafone Libertel B.V. ¹	ISP, IPTV, 3G	Thuis TV	2 044	~	~	~
Viacom Global (Netherlands) B.V.	thtv. rights	MTV, Nickelodeon	1 043	1 617	~	~
Ziggo Bond Company ¹	CATV	Ziggo	1 376	1 478	1 537	4.0%
Universal Studios International	rights, discin	Universal	1 374	1 385	~	~
Edam Acquisition Holdings 4	prodt	Endemol	1 246	1 362	1 279	-6.1%
NPO - Nederlandse Publiek Omroep	sptv sprad	NPO	857	856	865	1.0%
Tele2 Netherlands Holding N.V. ¹	3Play	Tele2 TV	620	649	607	-6.5%
RTL Nederland	prodt	RTL	267	290	289	-0.1%
Cinema City International	exh	Cinema City	326	268	281	4.9%

¹ Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	21	21	CAIW, Delta, UPC Nederland (Liberty Global), Zesko « Ziggo », Glashart Media (FTTH) etc.
Satellite packagers	0	1	Canal Digitaal (M7 Group, LU)
IPTV packagers	7 ¹	7	KPN, Lijbrandt, Euronet Communications (Online.nl), Tele2, Glashart Media (FTTH), Vodafone, XMS ²
DTT multiplex operators and packagers	7	7	Transmitter: KPN + Packagers : KPN, CAIW, EDPnet, Scarlet, Tele2, Technos, T-Mobile
Mobile TV packagers	1	1	Vodafone Libertel (Vodafone)
SmartTV stores providing AV applications	1	3	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Xbox live (LU), Samsung Apps (DE)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

¹ In addition, Telefonía Bonairiano provides IPTV services in the Bonaire Island.

➔ European Audiovisual Observatory

² Lijbrandt, Glashart Media and XMS are owned by KPN; Euronet Communications B.V. is owned by T-Mobile Netherlands (Group Deutsche Telekom).

Main broadcasting groups 2011-12 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	TV daily market share 2012
1	NPO	Public	9 ¹	32%	34.6%
2	RTL Group (LU)	Private	9	>25.9%	>24.3%
3	Sanoma (FI)	Private	6	15.8%	14%
4	Viacom (US)	Private	18	>4.4%	>4.3%
5	Discovery Communications (US)	Private	6	>2.1%	>2%

¹ Not including the thematic channels operated by some of the broadcasting associations affiliated with NPO.

➔ European Audiovisual Observatory

NL4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public revenues	507.2	556.5	557.2	565.7	571.3	62.2	67.1	65.0	66.1	66.1	1.0%
- Aids/Grants	507.2	556.5	557.2	565.7	571.3	62.2	67.1	65.0	66.1	66.1	1.0%
Total commercial income	274.7	225.1	246.5	245.2	244.36	33.7	27.1	28.8	28.6	28.3	-0.3%
- Advertising	225.6	189.7	214.1	208.7	210.16	27.7	22.9	25.0	24.4	24.3	0.7%
- Sponsoring	2.9	1.5	3.7	1.5	2.61	0.4	0.2	0.4	0.2	0.3	77.6%
- Merchandising	40.0	25.7	24.0	26.9	25.22	4.9	3.1	2.8	3.1	2.9	-6.4%
- Other commercial revenues	6.3	8.2	4.7	8.0	6.37	0.8	1.0	0.6	0.9	0.7	-20.5%
Other income	33.1	47.6	53.5	45.1	48.89	4.1	5.7	6.2	5.3	5.7	8.4%
Total operating revenues	815.1	829.2	857.2	855.9	864.5	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	1.0%

Company included: NPO.

¹ Restated in the NPO 2011 report and not comparable with previous year.

➔ NPO

NL5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	3	12	15
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	20	98	118
TV Regional/Local	221	17	238
TV Regional/Local Windows		23	23
TV channels targeting foreign markets		94	94
Pure TV online services (Web TV)	~	~	~
Total	244	244	488
Foreign TV channels targeting the country	2	59	61

→ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters branded channels on open platforms	44	~
Catch-up TV services	34	37
VoD Generalist/Film/Fiction	5	11
VoD Music / Music Events	2	5
VoD Film	26	50
VoD Documentary	0	1
VoD Children / Animation	2	2
Film/TV Archives and Trailers	5	5
Sport	2	4
Other	1	3
Total	121	~

→ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	(free)	(pay) Digitenne ①	Zesko Ziggo	UPC	CanalDigitaal KPN
TV Channels					
Generalist - national	3	4	4	6	4
Generalist - foreign		5	15	15	13
Adult		1	7	8	6
Children		3	18	17	10
Culture/ education/ documentary		3	11	12	14
Entertainment/ TV fiction/ games		6	27	26	25
Film			8	7	7
HD simulcast of an existing channel			22	36	26
Home shopping					1
International linguistic and cultural			6	6	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	4	4	5
Minority interest groups			4	4	4
Music		1	16	13	12
News/ business		1	8	13	7
Parliament/ government/ administration					5
Regional/ local/ window	13	13	14	13	16
Religion			1	1	2
Sports		1	13	15	14
Various			4	10	2
Total	3 (0) ②	27	182	206	241
On-demand audiovisual services					
VoD			4	2	4
Catch-up			10	11	6
Other services			1		
Total	0	0	15	13	10

① Includes free DTT.

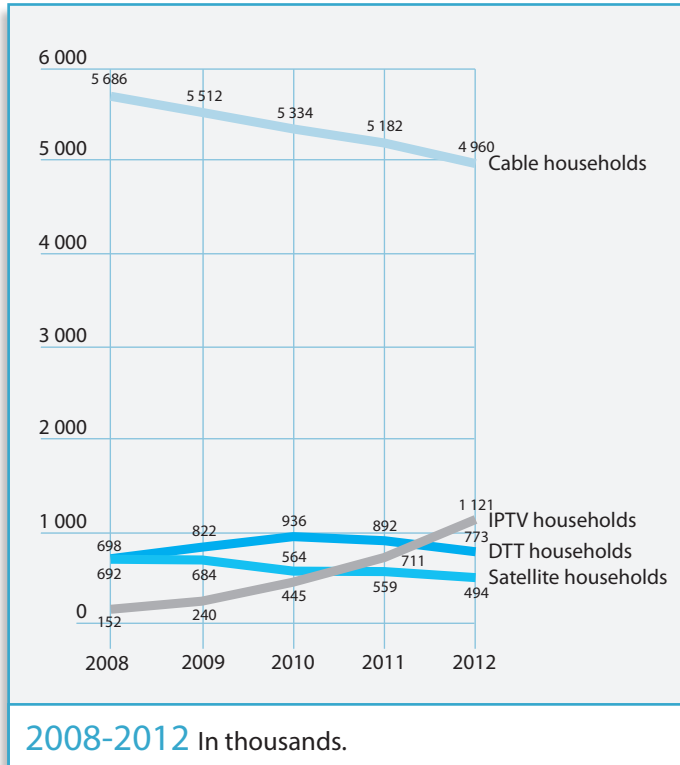
② In addition, 13 regional channels are available in their respective area.

→ European Audiovisual Observatory

NL6

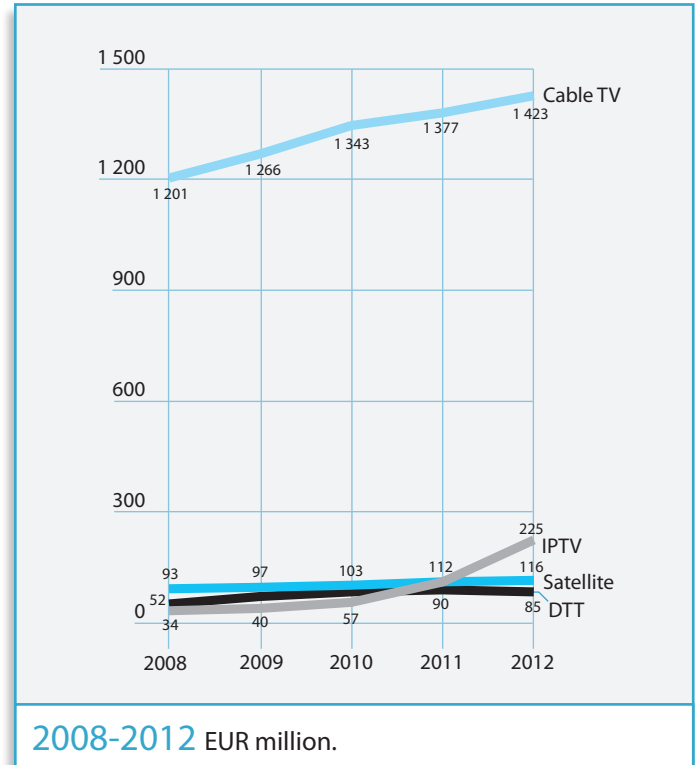
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



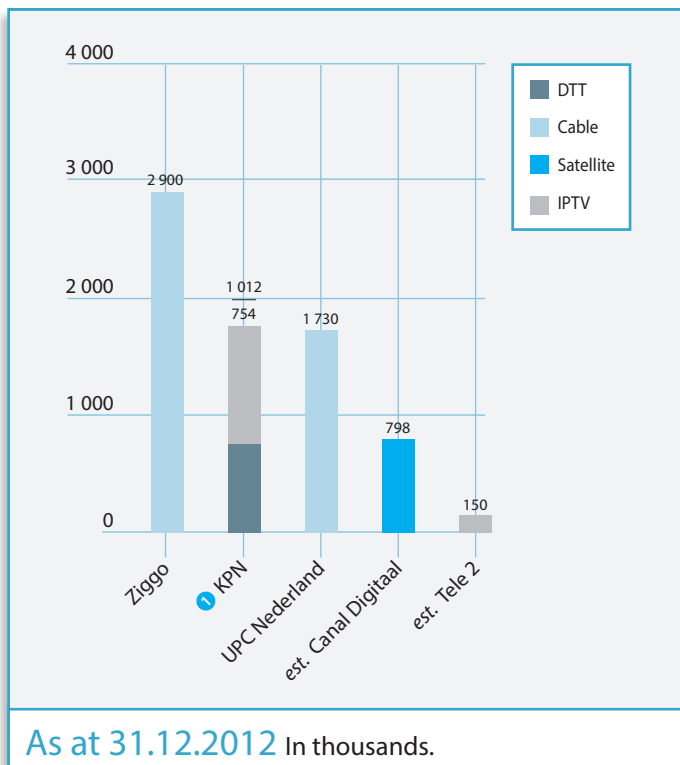
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



IHS Screen Digest

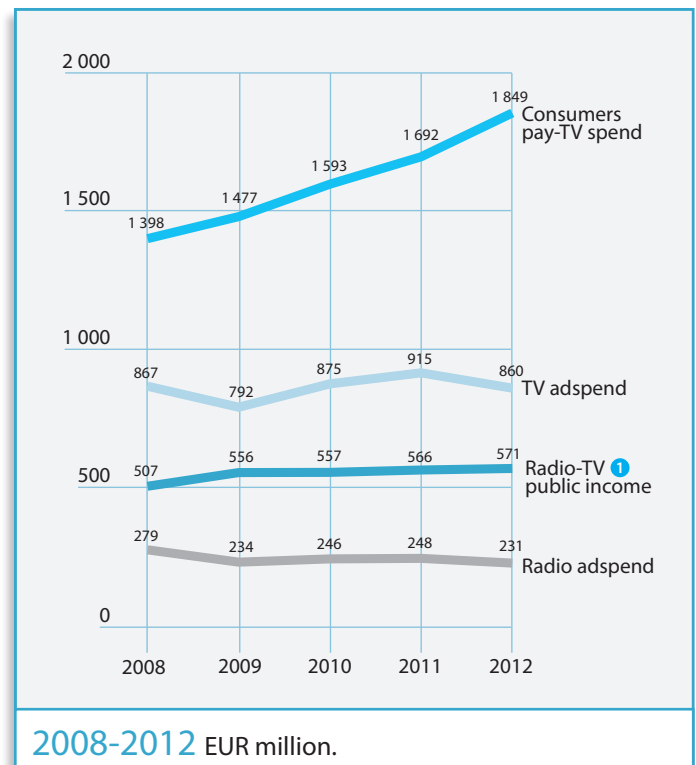
Number of households accessing multichannel platforms



1 Analogue subscribers to KPN services are included under DTT.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



1 NPO only. RWN and regional organisations not included.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and NPO / EBU-M.I.S.

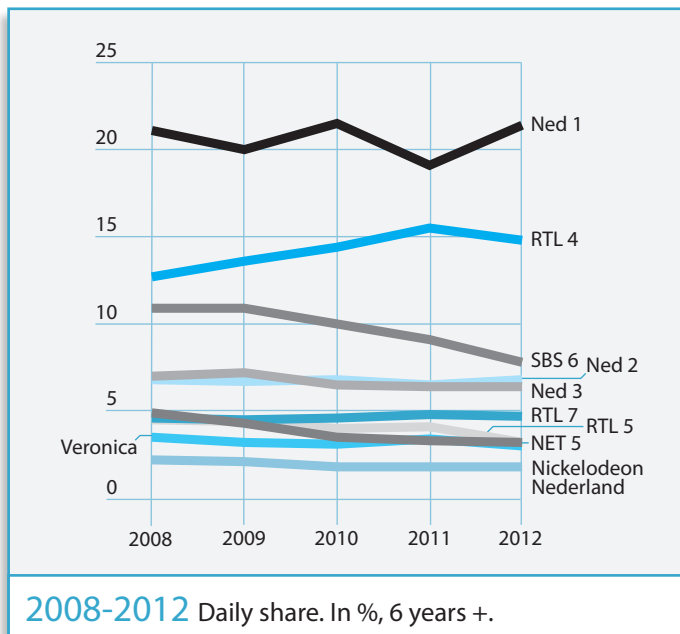
NL7

TV audience market share in the Netherlands

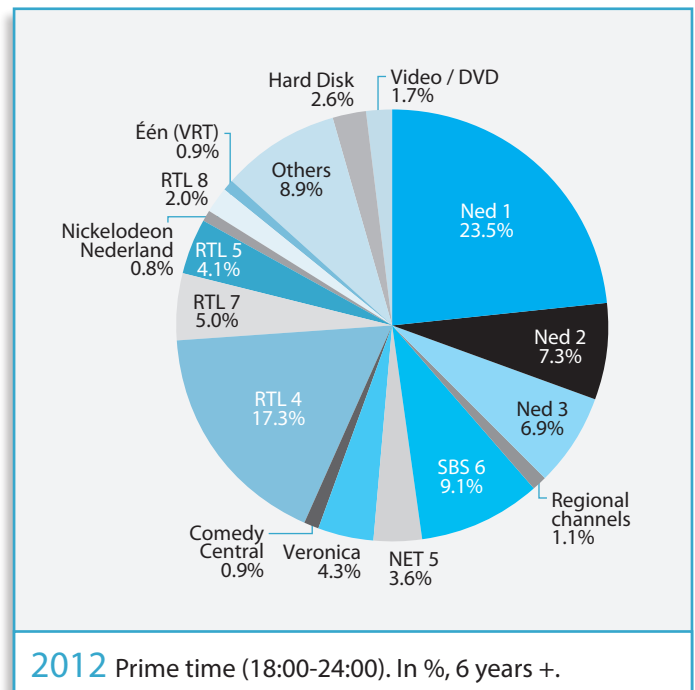
2008-2012 In %, 6 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-24:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Ned 1	21.1	20.0	21.5	19.1	21.4	22.5	21.9	23.3	20.8	23.5
Ned 2	6.8	6.7	6.8	6.5	6.8	7.1	6.9	7.3	6.7	7.3
Ned 3	7.0	7.2	6.5	6.4	6.4	7.7	8.0	7.0	6.9	6.9
Regional channels	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3	1.2	1.1
Main Dutch public channels	36.8	35.7	36.5	33.7	36.2	38.8	38.2	38.9	35.6	38.8
SBS 6	10.9	10.9	10.0	9.1	7.8	12.5	12.6	11.3	10.6	9.1
NET 5	4.9	4.3	3.5	3.3	3.2	5.2	4.7	4.0	3.9	3.6
Veronica (ex V8/FOX8)	3.5	3.2	3.1	3.4	3.0	4.7	4.3	4.4	4.8	4.3
Comedy Central (ex The Box)	0.9	1.0	1.0	1.2	1.4	0.7	0.9	0.8	0.9	0.9
Main Dutch private channels	20.2	21.1	19.0	18.9	17.8	23.1	23.4	21.3	21.1	19.1
RTL 4	12.7	13.6	14.4	15.5	14.8	14.2	15.1	16.2	17.6	17.3
RTL 7	4.6	4.5	4.6	4.8	4.7	4.7	4.6	4.9	5.1	5.0
RTL 5	4.5	4.4	4.0	4.1	3.2	5.7	5.5	5.0	5.2	4.1
Nickelodeon Nederland	2.2	2.1	1.8	1.8	1.8	0.8	0.8	0.7	0.7	0.8
RTL 8	1.8	1.7	1.7	1.8	1.7	2.3	2.2	2.2	2.3	2.0
Discovery	1.8	1.8	1.5	1.5	1.6	1.0	1.0	0.7	0.8	0.8
Jetix / Disney XD	1.7	1.6	1.6	1.4	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Één (VRT)	1.1	1.3	1.1	1.3	1.2	0.7	0.8	0.8	1.0	0.9
National Geographic Channel Nederland	0.8	0.8	1.1	1.2	1.1	0.6	0.5	0.6	0.7	0.6
Main foreign channels	33.9	34.6	34.4	36.1	35.6	31.7	32.3	32.8	35.3	34.6
Hard Disk				2.7	3.4				2.1	2.6
Video / DVD				2.3	2.1				1.8	1.7
Video / Others	9.1	8.6	10.1	11.3	10.4	6.4	6.1	7.0	8.0	7.5

➤ Eurodata TV Worldwide / Stichting Kijkonderzoek



➤ Eurodata TV Worldwide / Stichting Kijkonderzoek



➤ Eurodata TV Worldwide / Stichting Kijkonderzoek

NL8

Feature film data
2008-2012

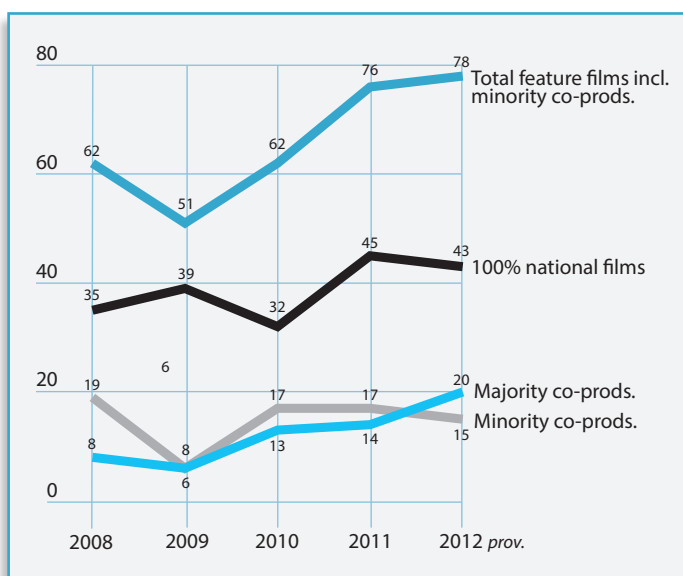
Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	22 993	22 071	21 436	21 204	20 757	OBS
Screens	717	751	777	789	806	NVB/NFC/NFF
Cinema sites	235	225	237	239	256	NVB/NFC/NFF
Digital screens	56	105	252	540	806	MS
Digital cinema sites	33	55	99	127	256	MS/NFF(12)
Digital screen penetration	8%	14%	32%	68%	100%	MS
Digital site penetration	14%	24%	42%	53%	100%	MS

Site and screen data include small municipal cinemas without weekly programming. The 2012 figures include open-air cinemas (4 sites).

➔ OBS after MS (Media Salles)/ NVB (Dutch Union of Film Exhibitors)/ NFC (Dutch Federation for Cinematography)/ NFF (Netherlands Film Fund)

Number of theatrical feature films produced

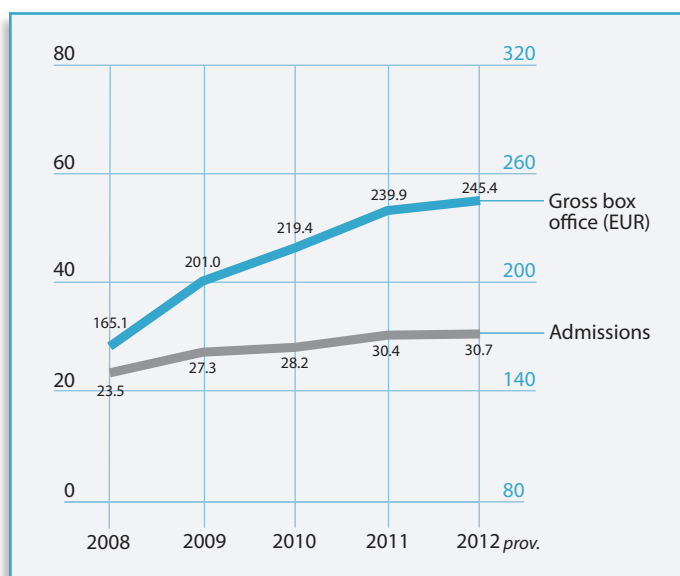


2008-2012 In units. ①

① Year of shooting (fiction); year of release (documentaries).

➔ NFF

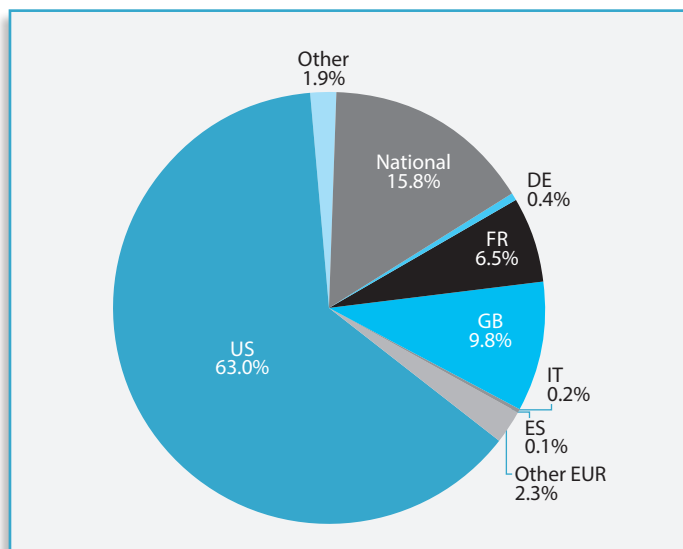
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ MaccsBox/ NVB & NVF (Dutch Film Distributors' Association)

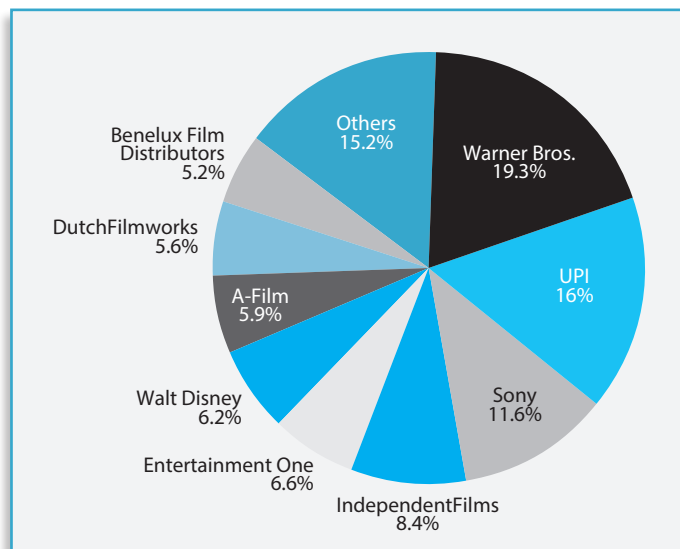
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ NFF

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ NFF

NL9

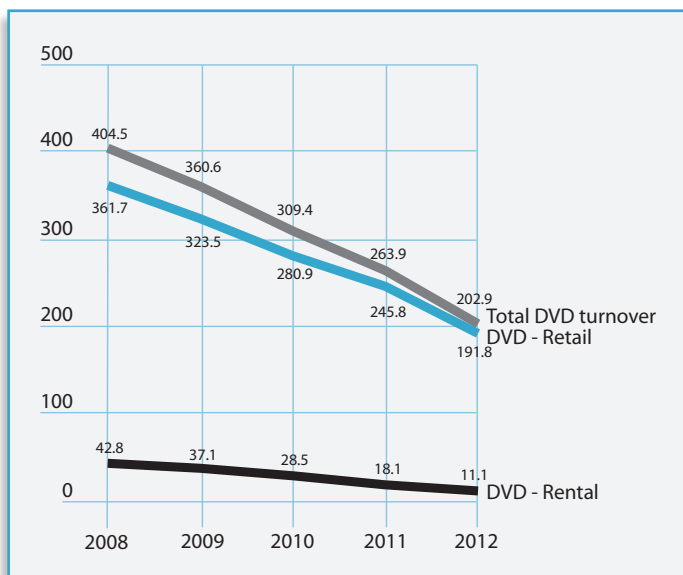
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	6.22	6.20	6.21	6.25	5.67
DVD player penetration of TV households	86.72%	86.07%	85.83%	86.01%	77.69%
Blu-ray disc player households	0.03	0.15	0.33	0.54	0.72
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.48%	2.04%	4.56%	7.39%	9.87%

IHS Screen Digest

DVD turnover

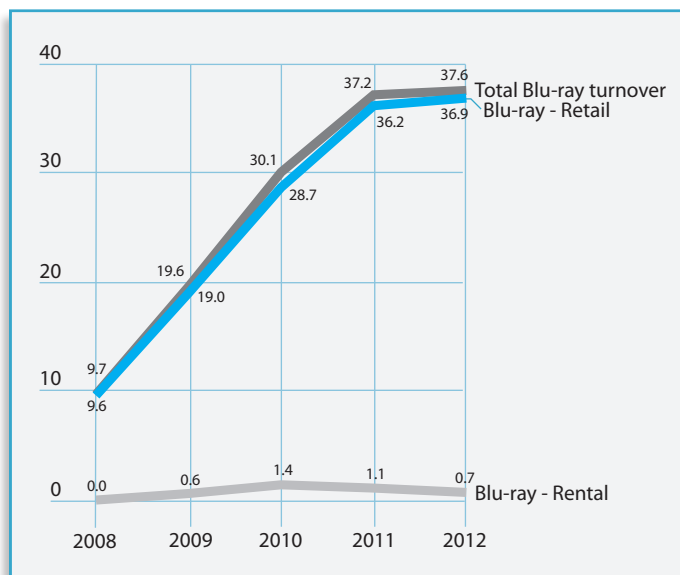


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

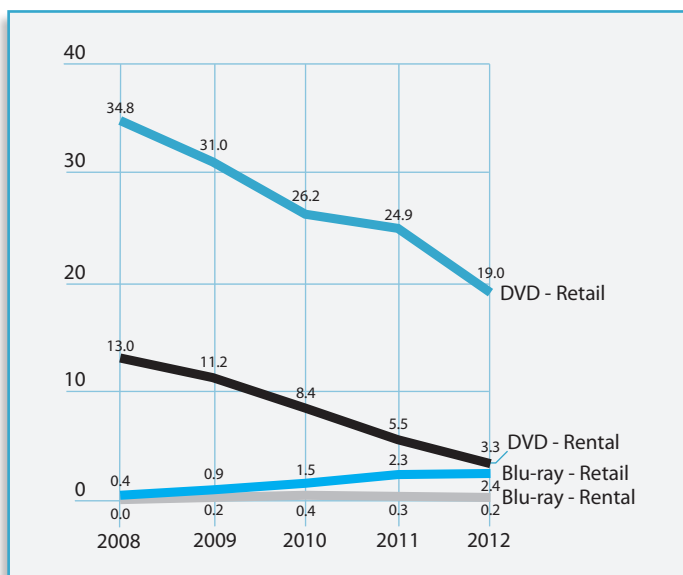


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

IHS Screen Digest

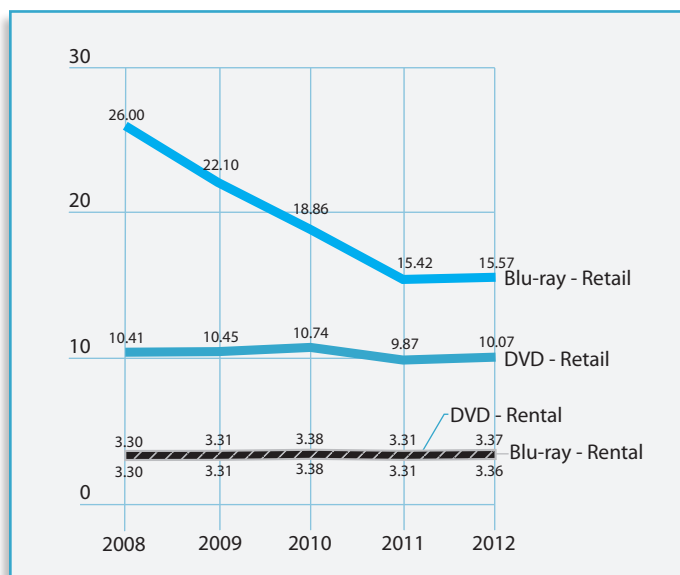
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

OBS after IHS Screen Digest

The audience of the three public channels of the group NRK during 2012 remained with a daily market share of 41%, and the first channel NRK1, with 30.2%, is still the most watched. The group TV 2 and its five channels had a combined market share of 24.8%, with TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) trailing behind with 7.4% and TV3 (Modern Times Group) with 4.2%, losing 1 percentage point compared to 2011.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) and The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) are established in the United Kingdom, requiring them to comply with the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) but not with specific provisions under Norwegian legislation, particularly in respect of programming and advertising.

Several new channels have emerged in the Norwegian market since 2008. For example, the satellite TV distributor Viasat (MTG) has restructured its sports channels package, closing down Viasat SportN but launching Viasat Sport and Viasat Motor on the Norwegian market. The two main private channels TVNorge and TV 2 launched HD versions in October 2008 and June 2009 respectively. Frikanalen, which was launched in October 2008, started broadcasting on the national digital terrestrial television network in 2009. This is an open, non-commercial channel and is owned by around sixty non-governmental organisations. The latest addition is Trace Sport Stars, a celebrity sports entertainment channel, launched in November 2013, which will be a part of the packages of the cable operator Get.

Pay-TV has a very high penetration rate in the Norwegian market. The Norwegian group Telenor is present in every sector. In addition to its cable and satellite operations (via Canal Digital), the company's assets now include an IPTV platform. It also holds a one-third stake in the Norges Television consortium, which is responsible for developing DTT.

Norwegian cable television networks are among the most modern in Europe. Just under half of all households subscribe to a cable television service. Norway's two main cable operators are Canal Digital (Telenor) and Get. About a third of households prefer to subscribe to a satellite TV service. As in the other Nordic countries, there are two platforms competing in this market: Canal Digital (Telenor) and Viasat (MTG). Finally, a growing number of homes have chosen to subscribe to an IP protocol TV (IPTV) service. In a country where around 80% of homes have broadband Internet access, the sector is developing apace and includes several competing services: Altibox, Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel or Telenor.

In June 2006, the licence to build and operate the digital terrestrial television

L'audience des trois chaînes publiques du groupe NRK en 2012 est restée stable avec une part de marché quotidienne de 41 %, et la chaîne NRK1 demeure en tête des audiences (30,2 %). Avec cinq chaînes, le groupe TV 2 réunit 24,8 % de part de marché, suivie de loin par TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) avec 7,4 % et TV3 (Modern Times Group) avec 4,2 %, perdant 1 point par rapport à 2011.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) et The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) sont établies au Royaume-Uni, ce qui signifie qu'elles doivent se conformer à la Directive sur les Services de médias audiovisuels mais pas aux dispositions particulières de la législation norvégienne, notamment en matière de programmation et de publicité.

Plusieurs nouvelles chaînes sont apparues sur le marché norvégien depuis 2008. Ainsi, le distributeur de télévision par satellite Viasat (MTG) a restructuré son offre de chaînes sportives, fermant la chaîne Viasat SportN, mais lançant Viasat Sport et Viasat Motor sur le marché norvégien. Les deux principales chaînes privées TVNorge et TV 2 ont lancé des versions HD, respectivement en octobre 2008 et juin 2009. Enfin, la chaîne Frikanalen, créée en octobre 2008, a démarré sa diffusion sur le réseau numérique terrestre national en 2009. Cette chaîne de type « open channel » est non commerciale et détenue par une soixantaine d'organisations non gouvernementales (ONG). La dernière venue est Trace Sport Stars, chaîne de divertissement centrée sur les célébrités sportives, lancée en novembre 2013, qui fera partie des bouquets du câblo-opérateur Get.

Le marché norvégien est caractérisé par une forte pénétration de la télévision payante. Le groupe norvégien Telenor est présent sur tous les fronts. Opérateur du câble et du satellite (via Canal Digital), l'entreprise a ajouté à son actif une plateforme IPTV. Elle détient enfin un tiers des parts du consortium Norges Television, en charge du développement de la TNT.

Les réseaux de télévision par câble norvégiens sont parmi les plus modernes d'Europe. Plus de 40 % des ménages sont abonnés à une offre de télévision par câble. Les deux principaux câblo-opérateurs norvégiens sont Canal Digital (Telenor) et Get. Environ un tiers des ménages souscrivent plutôt à un service de télévision par satellite. Sur ce marché, deux plateformes sont en concurrence, comme dans les autres pays nordiques : Canal Digital (Telenor) et Viasat (MTG). Enfin, un nombre croissant de foyers choisissent de s'abonner à un service de télévision par protocole IP (IPTV). Dans un pays où près de 80 % des foyers ont un accès à Internet à large bande, le secteur se

Der Zuschauermarktanteil der drei öffentlich-rechtlichen Sender der NRK-Gruppe ist 2012 mit 41 % relativ stabil geblieben. Der Sender NRK1 lag bei den Zuschauerzahlen erneut auf Platz eins (30,2 %). TV 2 erreichte dank seiner fünf Sender einen Marktanteil von 24,8 %, mit großem Abstand gefolgt von TV Norge (ProSiebenSat.1 Media AG) mit 7,4 % und TV3 (Modern Times Group) mit 4,2 %, der gegenüber 2011 1 % seiner Marktanteile verlor.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) und The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) haben ihren Sitz im Vereinigten Königreich, was bedeutet, dass sie die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste einhalten müssen, nicht aber die einzelnen Bestimmungen des norwegischen Rechts, insbesondere im Hinblick auf Programmgestaltung und Werbung.

Seit 2008 sind mehrere neue Sender auf dem norwegischen Markt aufgetaucht. So hat der Sat-TV-Betreiber Viasat (MTG) sein Angebot an Sportkanälen umstrukturiert und in diesem Zusammenhang den Kanal Viasat SportN eingestellt, dafür aber Viasat Sport und Viasat Motor auf dem norwegischen Markt eingeführt. Die beiden größten Privatsender (TVNorge und TV 2) bieten seit Oktober 2008 bzw. Juni 2009 eine HD-Version ihres Programms an. Der im Oktober 2008 gegründete Sender Frikanalen hat 2009 den Sendebetrieb im nationalen DVB-T-Netz aufgenommen. Dieser „offene Kanal“ ist ein nicht-kommerzieller Sender im Besitz von ca. 60 Nichtregierungsorganisationen. Der jüngste Neuzugang ist Trace Sport Stars, ein Unterhaltungssender über den Lifestyle berühmter Sportler, der im November 2013 in Betrieb ging und vom Kabelanbieter Get als Teil seines Pakets angeboten wird.

Der norwegische Markt ist durch eine starke Penetrationsrate des Bezahlfernsehens geprägt. Telenor ist in allen Bereichen präsent. Das norwegische Unternehmen ist bereits Kabel- und Satellitenbetreiber (über Canal Digital) und hat sein Angebot nun auch um eine IPTV-Plattform ergänzt. Es hält auch ein Drittel der Anteile von Norges Television, des mit der Entwicklung von DVB-T beauftragten Konsortiums.

Die norwegischen Kabelnetze zählen zu den modernsten in Europa. Über 40 % der Haushalte sind an das Kabelfernsehen angeschlossen. Die beiden größten Kabelnetzbetreiber in Norwegen sind Canal Digital (Telenor) und Get. Etwa ein Drittel der Haushalte hat einen Satellitenfernsehdienst abonniert. In diesem Markt konkurrieren, wie auch in den anderen nordischen Ländern, zwei Plattformen miteinander: Canal Digital (Telenor) und Viasat (MTG). Immer mehr Haushalte nutzen das Internet als Fernsehplattform (IPTV). In einem Land, in dem fast 80 % der Haushalte über einen

network was awarded to the sole applicant: Norges Television (NTV). NTV is jointly owned by NRK, TV2 and Telenor Broadcast Holding AS (a subsidiary of the Norwegian telecoms operator). The licence has been awarded for a fifteen-year period. NTV operates three multiplexes, the first offering free-to-air channels and the two others reserved for the pay-TV service marketed by Riks TV.

Regarding legal and regulatory development, on January 2013 the amendments to the Norwegian broadcasting Act adopted in order to harmonise its provisions with the AVMS Directive entered into force. Consequently, the scope of the Act has been extended to on-demand services in competition with the traditional broadcasting players. The amendments to the Act also introduce some modifications with regard to the previous ban on product placement, which is now allowed with the only exception being children programmes and the productions of the national public service broadcaster. Moreover, to comply with the AVMS Directive provisions related to short news reports of events of high interest, whose rights have been acquired by other broadcasters, the Norwegian Copyright Act has been consequently amended.

With regard to access for hearing or visually impaired persons, a new provision has been added to the Broadcasting Act, requiring all nation-wide TV channels with a market share of more than 5% to add subtitles to all pre-produced programmes broadcast between 6pm and 11pm and, if possible, even during live transmissions.

During 2012 proposals for amendments to the Competition Law, with particular reference to the mergers authorizations, were put forward and in January 2013 the Ministry of Culture launched a public consultation on a proposal of a Media Protection Act, intended to regulate all communication to the public on cinema and/or audiovisual media services, incorporating as well the provisions of the AVMS directive regarding the protection of minors.

développe et propose plusieurs services concurrents : Altibox, Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel ou Telenor.

En juin 2006, la licence pour la construction et l'exploitation du réseau de télévision numérique terrestre a été attribuée à l'unique candidat : la société Norges Television (NTV). NTV est détenue conjointement par NRK, TV2 et Telenor Broadcast Holding AS (filiale de l'opérateur télécoms norvégien). Elle a été attribuée pour une durée de quinze ans. Le processus de numérisation de l'ancien réseau de télévision analogique terrestre a débuté en 2007. NTV opère trois multiplex, le premier proposant les chaînes en clair et les deux autres étant réservés pour l'offre payante commercialisée par Riks TV.

En ce qui concerne les évolutions juridiques et réglementaires, il convient de noter que les modifications de la loi norvégienne sur la radiodiffusion adoptées en vue d'harmoniser ses dispositions avec la Directive SMA sont entrées en vigueur en janvier 2013. Par conséquent, le champ d'application de la loi a été étendu aux services à la demande en concurrence avec les acteurs traditionnels de la radiodiffusion. Les modifications de la loi affectent également l'interdiction préalable du placement de produit, désormais autorisé à la seule exception des émissions pour enfants et des productions du radiodiffuseur de service public national. En outre, pour se conformer aux dispositions de la Directive SMA relatives aux brefs reportages d'actualité concernant des événements présentant un grand intérêt dont les droits ont été acquis par d'autres radiodiffuseurs, la loi norvégienne sur le droit d'auteur a été modifiée en conséquence.

En ce qui concerne l'accès des malentendants et des malvoyants, une nouvelle disposition ajoutée à la loi sur la radiodiffusion impose à toutes les chaînes de télévision nationales ayant une part de marché de plus de 5% d'ajouter des sous-titres à tous les programmes pré-produits diffusés entre 18 heures et 23 heures et, si possible, même pendant les transmissions en direct.

En 2012, des propositions de modification de la loi sur la concurrence, concernant plus particulièrement les autorisations de fusion, ont été présentées et, en janvier 2013, le ministère de la Culture a lancé une consultation publique sur une proposition de loi sur la protection des médias, visant à réglementer toute communication au public sur des services de cinéma et/ou de médias audiovisuels, intégrant également les dispositions de la Directive SMA concernant la protection des mineurs.

Breitbandzugang zum Internet verfügen, ist dieses Marktsegment deutlich auf dem Vormarsch. Es umfasst mehrere konkurrierende Dienste: Altibox, Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel oder Telenor.

Im Juni 2006 wurde die Lizenz für Bau und Betrieb des digitalen terrestrischen Fernsehens an den einzigen Bewerber vergeben: die Gesellschaft Norges Television (NTV). NTV befindet sich im gemeinsamen Besitz von NRK, TV 2 und Telenor Broadcast Holding AS (Tochter des norwegischen Telekom-Betreibers). Sie wurde für eine Dauer von fünfzehn Jahren gewährt. Der Umstellungsprozess des terrestrischen Analognetzes auf Digitaltechnik hat 2007 begonnen. NTV betreibt drei Multiplexe, davon einen für unverschlüsselte Programme und die beiden anderen ausschließlich für Pay-TV-Angebote der Plattform Riks TV.

Was die Entwicklung im Bereich des Medienrechts und der Medienregulierung anbelangt, so traten im Januar 2013 die Änderungen des norwegischen Rundfunkgesetzes in Kraft. Mit diesen Änderungen sollten die norwegischen Bestimmungen an die AVMD-Richtlinie angepasst werden. Der Geltungsbereich des Gesetzes wurde auch auf Abrufdienste ausgedehnt, die im Wettbewerb zum traditionellen Fernsehen stehen. Geändert wurden ebenfalls einige der Bestimmungen in Bezug auf das Verbot von Produktplatzierung. Produktplatzierung ist nun zulässig, mit Ausnahme von Kindersendungen und der Programme, die vom norwegischen öffentlich-rechtlichen Fernsehen produziert werden. Darüber hinaus wurde das norwegische Urheberrecht geändert, um es mit den Bestimmungen der AVMD-Richtlinie über die Kurzberichterstattung zu Veranstaltungen von großem allgemeinem Interesse in Einklang zu bringen, an denen andere Sendeanstalten exklusive Ausstrahlungsrechte haben.

Für hör- oder sehbehinderte Personen wurden neue Vorschriften eingeführt. In Zukunft müssen alle landesweiten Fernsehsender mit einem Marktanteil von mehr als 5% bei allen vorproduzierten Sendungen, die zwischen 6.00 und 23.00 Uhr ausgestrahlt werden, Untertitel einfügen, nach Möglichkeit auch bei Liveübertragungen.

2012 hat die Regierung Vorschläge für eine Änderung des Wettbewerbsgesetzes vorgelegt, die sich vor allem auf die Genehmigung von Medienzusammenschlüssen beziehen, und im Januar 2013 startete das Kulturministerium eine öffentliche Konsultation zu einem Vorschlag für ein Medienschutzgesetz, das für alle öffentliche Kommunikationen über Kino und/oder audiovisuelle Mediendienste gelten soll. Der Vorschlag berücksichtigt auch die Bestimmungen der AVMD-Richtlinie zum Schutz von Minderjährigen.

➤ Medietilsynet, Norwegian Media Authority: <http://www.medietilsynet.no>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>
EPRA: www.epra.org

NO1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	4 986
Households	2 226

↳ Eurostat/ Statistics Norway

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			2 197
Cable TV subscriptions	42.5%	947	
Digital cable TV households	24.8%		553
Digital DTH/SMATV households	35.2%		784
Pay DTH/SMATV subscriptions	28.6%	636	
IPTV households	12.1%		270
Pay IPTV subscriptions	13.2%	294	
DTT households	14.1%		315
Pay DTT subscriptions	12.9%	287	
Total digital TV households	86.3%		1 921
Total pay TV subscriptions	97.2%	2 164	
Households with DVD player	84.8%		1 888
Households with Blu-ray disc player	31.4%		700
Households with PC	91.0%		2 027
Households with broadband connections	81.9%		1 822
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	24.9%		554

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

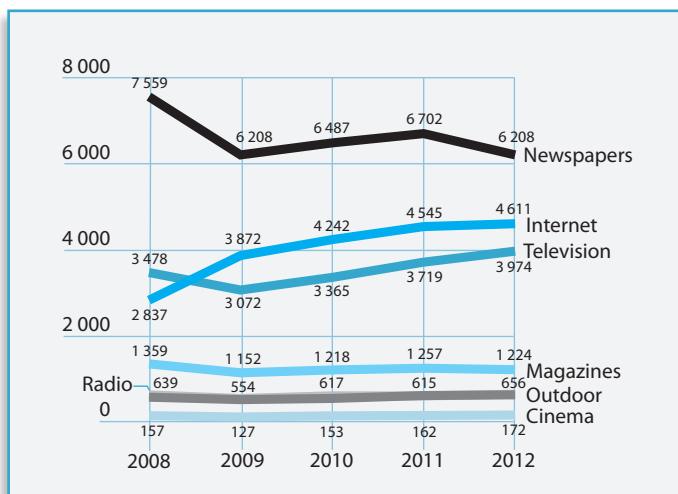
		Total in thousands
Active smartphones	58.3%	2 906
Active tablets	5.9%	295
Advanced game consoles	20.8%	1 039

↳ IHS Screen Digest

NO2

Advertising
2008-2012

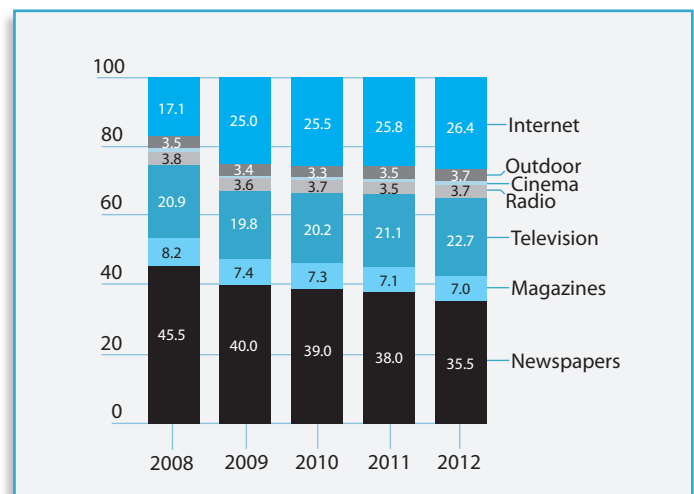
Total display adspend



2008-2012 NOK million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

NO3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 NOK million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telenor AS (cons.) ①	4play, packTV	Telenor TV	94 843	98 516	101 718	3.3%
<i>p.m.</i> Canal Digital Kabel TV AS ①	3play	Canal Digital Kabel-TV	2 102	2 196	2 299	4.7%
<i>p.m.</i> Canal Digital Norge AS	sat-tv	Canal Digital	2 067	2 131	2 252	5.7%
Teliasonera Norge AS ①	3GTV	NetCom Mobil TV	7 051	7 188	6 563	-8.7%
Norsk Rikskringkasting AS (NRK)	sptv	NRK1, NRK2	4 862	4 950	5 123	3.5%
TV 2 AS	adtv	TV2	2 396	2 834	3 230	14.0%
GET AS ①	3play	Get Digital TV	1 645	1 806	2 021	11.9%
SBS Discovery AS (formerly TVNorge AS) ②	adtv	TV Norge	754	1 024	1 205	17.7%
Rikstv AS	DTT	Rikstv	897	1 008	1 088	7.9%
NextGenTel AS ①	3play	NextGenTelL Digital-TV	971	917	918	0.1%
Viasat AS	packtv	Viasat	826	881	878	-0.4%
Norkring AS ①	trans	Norkring	750	790	792	0.2%

① Includes telecommunication activities.

② TVNorge AS, part of the SBS group, was taken over from ProSiebenSat.1 Media AG by Discovery Inc. in April 2013.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	950	950	Canal Digital (Telenor), Get etc.
Satellite packagers	2	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (Modern Times Group MTG)
IPTV packagers	5	5	Homebase, Lyse Energi "Altibox" (FTTH), NextGen Tel, Opennet, Telenor ASA
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Norges Televisjon - NTV (multiplex operator), Riks TV (pay DTT packager)
Mobile TV packagers	1	1	For DVB-H: Norwegian Mobile TV Corporation - NMTV (joint venture NRK, TV 2 and MTG)
SmartTV stores providing AV applications		4	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV and Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB), Xbox Live (LU)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	NRK	Public	9	>41.1%	>41%
2	Egmont (DK)/A-pressen ①	Privé	16	>25.7%	>24.9%
3	ProSiebensat.1 Media AG (DE) ②	Privé	5	12,4%	13,2%
4	MTG AB (SE)	Privé	24	8,5%	7,4%
5	Walt Disney (US)	Privé	3	3,1%	3,7%

① In January 2012, Egmont took over 100% of TV2 shares.

② In April 2013 ProSiebenSat.1 Media AG has sold its Nordic assets to Discovery Inc. In 2012, the Discovery's audience market share in Norway was 2.9%.

➔ European Audiovisual Observatory

NO4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	NOK million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	4 077.9	4 325.0	4 573.3	4 714.2	4 950.3	93.7	94.7	94.1	95.2	95.8	5.0%
- Licence fee	4 077.9	4 325.0	4 573.3	4 714.2	4 950.3	93.7	94.7	94.1	95.2	95.8	5.0%
Total commercial income	205.3	176.5	240.6	160.0	173.4	4.7	3.9	4.9	3.2	3.4	8.4%
Other income	67.6	66.7	47.9	75.4	44.0	1.6	1.5	1.0	1.5	0.9	-41.6%
TOTAL	4 350.9	4 568.2	4 861.9	4 949.7	5 167.7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	4.4%

Company included: NRK.

➔ NRK / EBU - M.I.S.

NO5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	4	18	22
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	5	7	12
TV Regional/Local		26	26
TV Regional/Local Windows	16		16
TV channels targeting foreign markets		15	15
Pure TV online services (Web TV)	~	~	~
Total	25	66	91
Foreign channels targeting the country		63	63

→ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	5	~
Catch-up TV services	40	79
VoD Generalist/ Film / Fiction	3	7
VoD Music / Music events		1
VoD Film	5	37
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		2
Film/TV Archives and Trailers	1	1
Sport		1
Other	43	~
Total (consolidated)	97	~

→ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	(free)	(pay) Riks TV Telekabel 1	GET	Canal Digital	Altibox Full offer
TV Channels					
Generalist - national	3	3			4
Generalist - foreign		1	9	1	13
Adult				2	1
Children	1	4	8	9	8
Culture/ education/ documentary		2	11	8	8
Entertainment/ TV fiction/ games		9	13	10	14
Film		2	12	8	14
HD simulcast of an existing channel	4	10	22	19	35
International linguistic and cultural			6	1	6
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	5	4	4
Minority interest groups		1	3		1
Music		2	10	3	3
News/ business		2	12	7	8
Regional/ local / windows		12			11
Religion		1	2		2
Sports		9	17	14	29
Various		1	2	1	2
Total (of which HD)	4 (4)	61 (10)	132 (25)	87 (21)	163 (36)
On-demand audiovisual services					
VoD		2	2	1	1
Catch-up		12	13		63
Other services		1			
Total	0	15	15	1	64

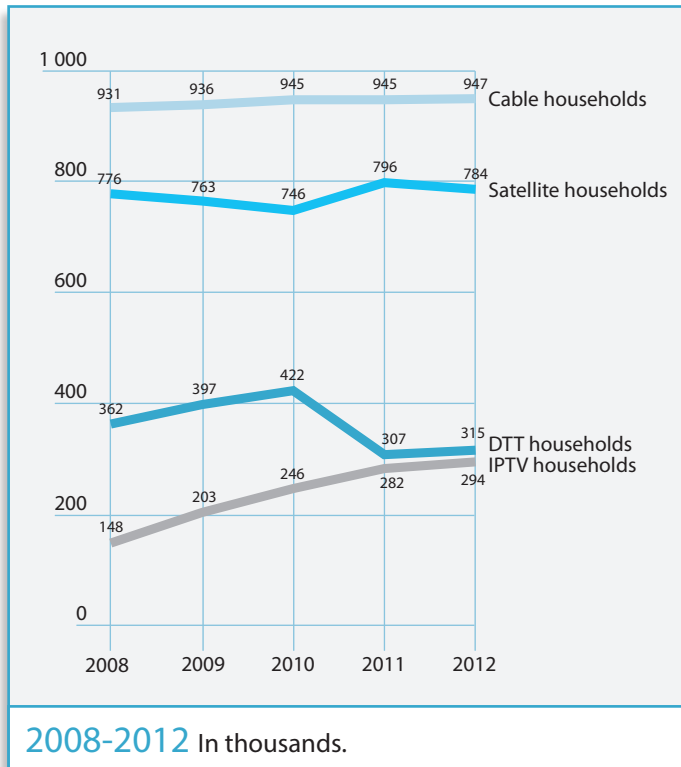
1 In addition 10 regional NRK windows are available.

→ European Audiovisual Observatory

NO6

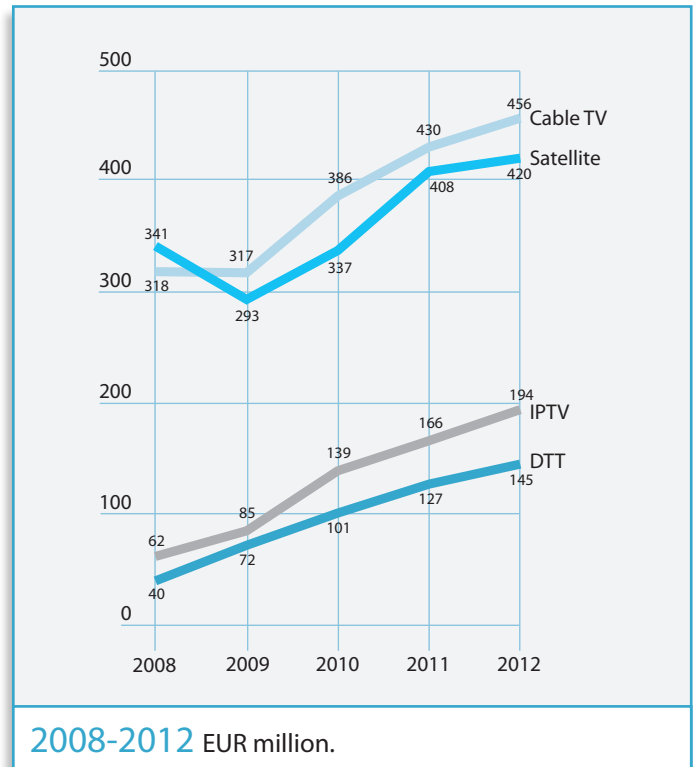
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



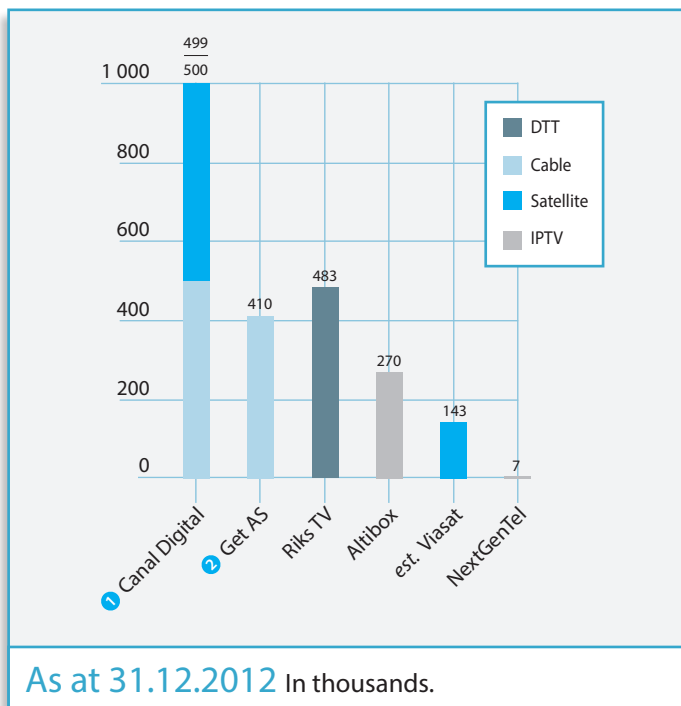
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



IHS Screen Digest

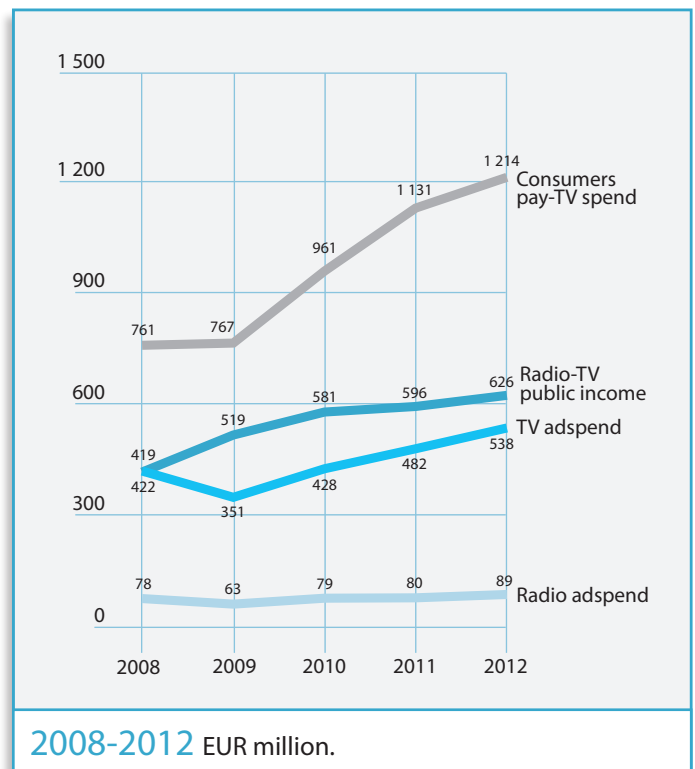
Number of households accessing multichannel platforms



1 As of 01/01/2011, Canal Digital Kabel TV AS was moved from Broadcast to Telenor Norway.
2 Data from June 2010.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television

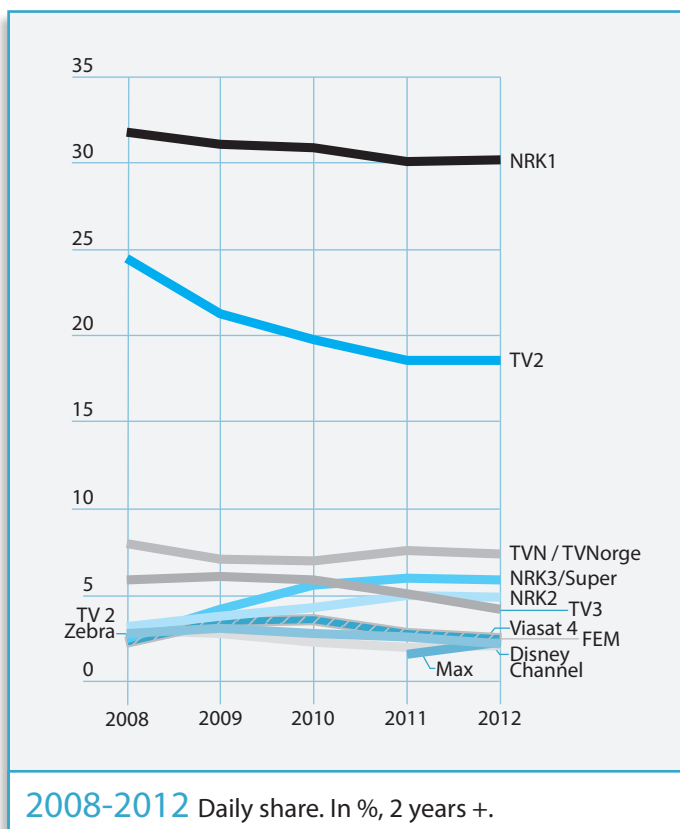


European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and NRK / EBU-M.I.S.

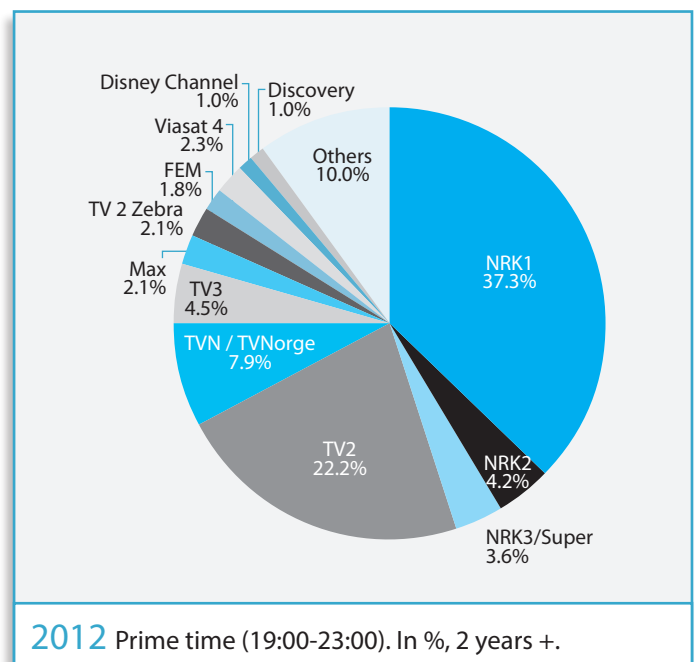
NO7 TV audience market share in Norway
2008-2012 In %, 2 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
NRK1	31.8	31.1	30.9	30.1	30.2	37.5	38.2	38.0	36.4	37.3
NRK2	3.2	3.8	4.3	5.0	4.9	2.6	3.4	4.1	4.4	4.2
NRK3/Super	2.5	4.2	5.6	6.0	5.9	1.9	2.9	3.8	3.8	3.6
Norwegian public channels	37.5	39.1	40.8	41.1	41.0	42.0	44.5	45.9	44.6	45.1
TV2	24.5	21.3	19.8	18.6	18.6	26.6	23.6	22.7	22.3	22.2
TVN / TVNorge	8.0	7.1	7.0	7.6	7.4	8.7	7.7	7.7	8.5	7.9
TV3	5.9	6.1	5.9	5.1	4.2	5.6	6.0	5.7	5.1	4.5
Max				1.6	2.3				1.5	2.1
TV 2 Zebra	2.8	3.1	2.8	2.6	2.2	3.2	3.2	2.4	2.2	2.1
FEM	2.3	3.5	3.6	2.8	2.5			2.0	1.7	1.8
TV2 Nyhetskanalen	1.0	1.6	1.9	2.1	1.9	0.5	0.8	0.9	1.0	0.8
TV2 Bliss			0.2	1.3	1.2			0.2	1.1	0.8
Norwegian private channels	41.9	39.7	41.8	42.8	41.2	45.2	41.9	42.1	44.1	42.8
Viasat 4	2.3	3.5	3.6	2.8	2.5	2.2	3.0	3.3	2.6	2.3
Disney Channel	3.0	2.8	2.3	2.0	2.1	1.4	1.3	1.0	0.9	1.0
Discovery	1.8	1.7	1.5	1.3	1.5	1.2	1.1	1.0	1.0	1.0
TLC Norge			0.5	0.9	1.0			0.3	0.7	0.7
VOX (former Voice TV)			0.4	0.4	1.0			0.2	0.2	0.8
Main foreign channels	11.7	12.6	13.6	15.4	17.7	7.6	8.1	8.5	10.3	11.3
Others	8.9	8.6	3.8	0.7	0.1	5.2	5.5	3.5	1.0	0.8

➔ Eurodata TV Worldwide / TNS Gallup



➔ Eurodata TV Worldwide / TNS Gallup



➔ Eurodata TV Worldwide / TNS Gallup

NO8

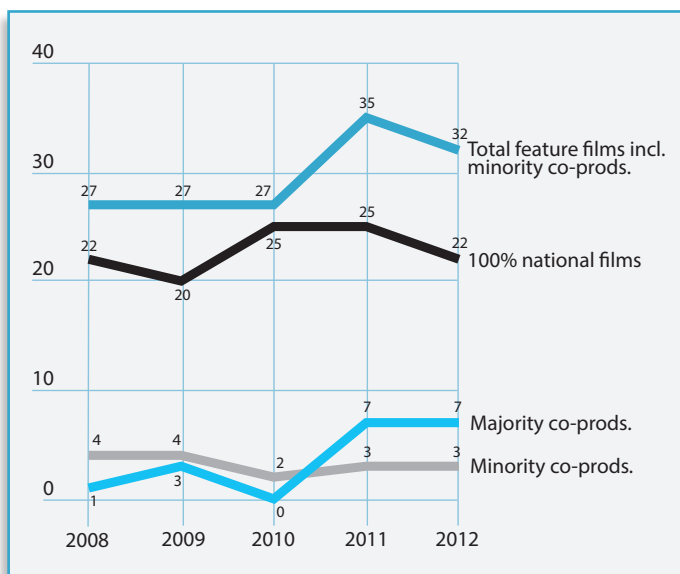
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	11 319	11 512	11 469	11 815	12 128	OBS
Screens	424	422	429	422	415	F&K
Cinema sites	218	212	209	198	196	F&K
Digital screens	48	61	268	422	415	MS
Digital cinema sites	26	34	103	198	196	MS
Digital screen penetration	11%	14%	62%	100%	100%	MS
Digital site penetration	12%	16%	49%	100%	100%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / F&K (Film & Kino)

Number of theatrical feature films produced

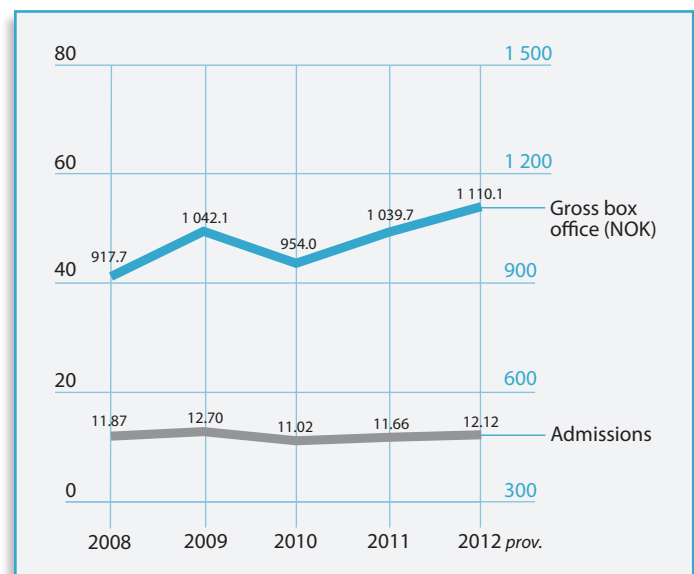


2008-2012 In units.

① Year of master print. Includes feature documentaries.

➔ NFI (Norwegian Film Institute)

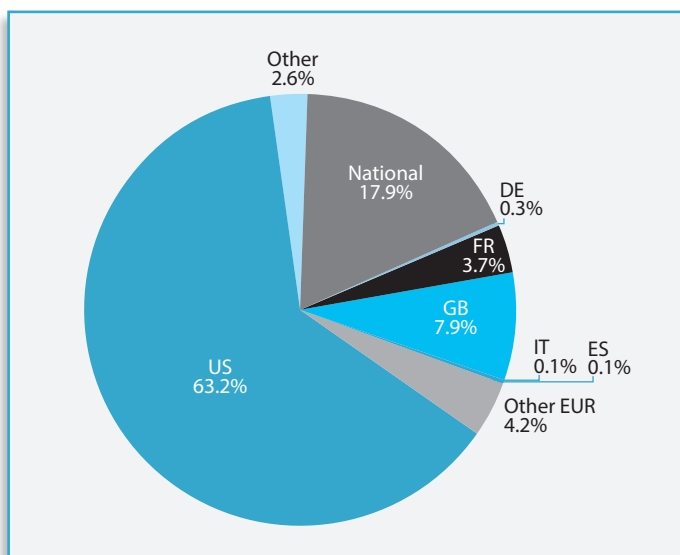
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ F&K

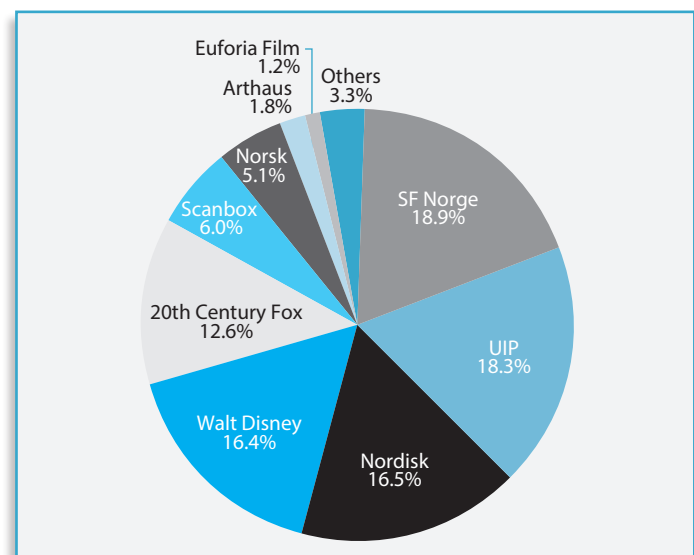
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ NFI

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ NFI

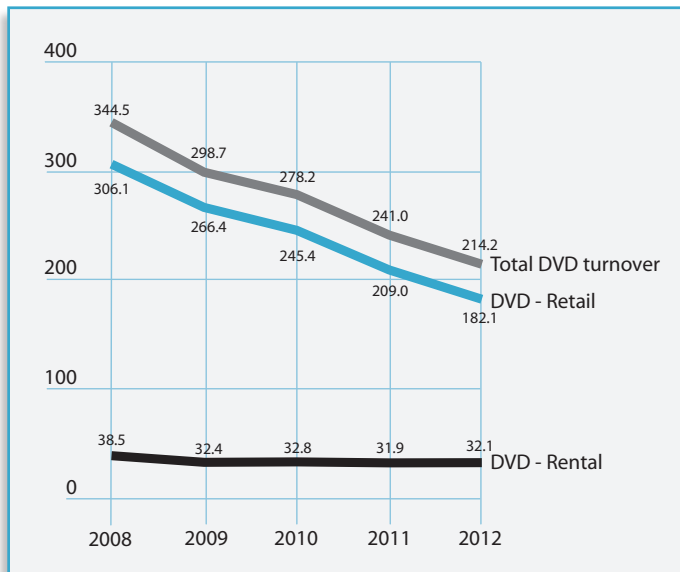
NO9 Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	1.85	1.89	1.96	2.02	1.89
DVD player penetration of TV households	88.30%	88.78%	90.86%	92.94%	85.91%
Blu-ray disc player households	0.04	0.12	0.25	0.44	0.70
Blu-ray disc player penetration of TV households	1.91%	5.69%	11.57%	20.17%	31.86%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

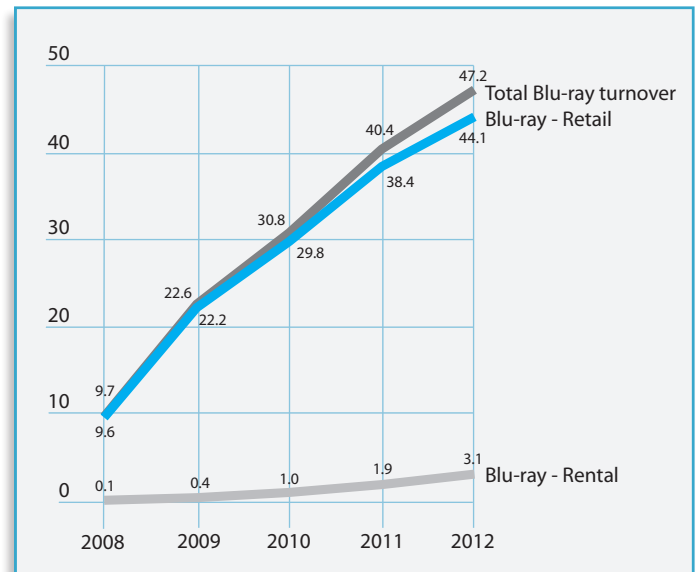


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

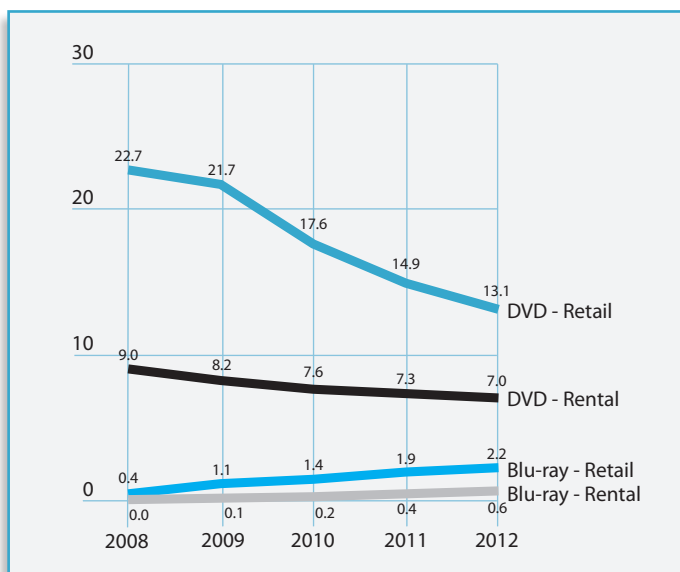


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

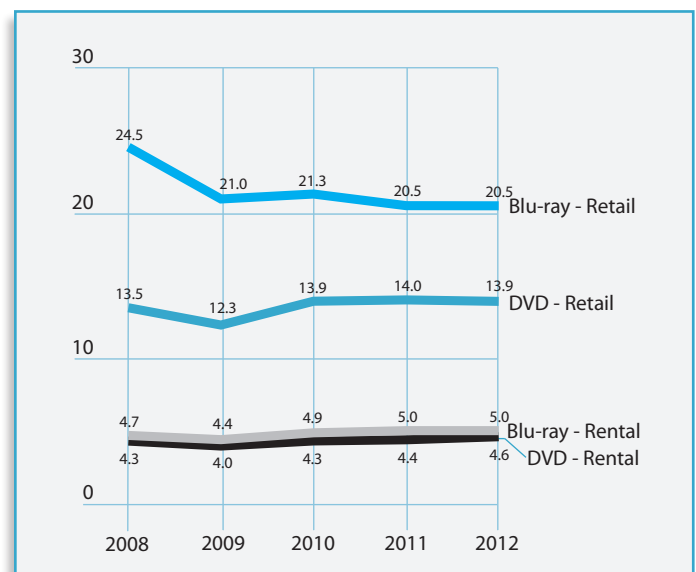
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

In Poland, the public service broadcaster TVP continues to have a very strong position in the market with a combined daily audience share for all the channels of 32.4% in 2012. The main channel TVP1 is the most popular with a share of 15.4% (a share that is slowly decreasing from year to year). The other major players are the private broadcasters TVN (13.9% share for the main channel) and Polsat (14% for its main channel).

All of these broadcasters also provide a range of niche channels. In 2013, TVP had 14 national channels (including three HD channels) and 16 regional services, following the launch of entertainment channel TVP Rozrywka in April 2013, and the relaunch of TVP Regionalna in September 2013. TVN directly provides 12 channels (including 5 HD channels, and the ITI group controls a total of 18). Following the merger of the satellite platforms n and Canal+ (see more below), the nPremium channels were closed down and the rights moved to the Canal+ channels. The group Polsat Cyfrowy has 18 (including 4 HD channels) with the most recent being Polsat Romans (targeting women) launched in September 2013. The Canal+ Cyfrowy group (a subsidiary of the French group Vivendi) has 25 channels (of which 13 are HD).

An act amending the Broadcasting and Licence Fees was passed in August 2010. It changed the provisions on the operation of the public service broadcaster governing bodies and the procedures for monitoring the fulfilment of the public service remit. It did not abolish the licence fee, a long considered possibility. TVP, which is already very much dependent on commercial revenues, has, however, anticipated a drop in income. Despite this, in 2010, TVP obtained licences for two new channels, TVP Seriale and TVP Parlament. 2013 saw the launch of entertainment channel TVP Rozrywka and the relaunch of TVP Regionalna, while the public service broadcaster also won a DTT licence for a children's channel expected to be launched in 2014. Press reports suggest there will be amendments in the coming months to the way in which the licence fee is collected.

Data from TNS Polska (November 2013) claims that 23% of homes are receiving DTT (due to a large boost to reception as switch-off took place), 41% receive satellite and 30% receive cable. According to the KRRiT (National Broadcasting Council), 694 cable operators were registered in 2013. Four operators dominate the market: UPC, a subsidiary of the Liberty Global group, remains the market leader with 1 250 800 subscribers in September 2013, ahead of Multimedia Polska and Vectra (both with more than 800 000 homes). In 2011, UPC Polska

En Pologne, le radiodiffuseur de service public TVP conserve une position très forte sur le marché avec une part d'audience quotidienne cumulée pour l'ensemble de ses chaînes de 32,4 % en 2012. La chaîne principale TVP1 est la plus populaire avec une part de 15,4 % (en lente diminution année après année). Les autres principaux acteurs sont les radiodiffuseurs privés TVN (13,9 % pour sa chaîne principale) et Polsat (14 % pour sa chaîne principale).

Tous ces radiodiffuseurs proposent également plusieurs chaînes thématiques. En 2013, TVP compte 14 chaînes nationales (dont trois chaînes HD) et 16 services régionaux à la suite du lancement de la chaîne de divertissement TVP Rozrywka en avril, et du retour de TVP Regionalna en septembre. TVN fournit directement 12 chaînes (dont 5 chaînes HD) et le groupe ITI en contrôle 18. La fusion des plates-formes satellitaires n et Canal+ (voir ci-dessous) a entraîné l'arrêt des chaînes nPremium et le transfert des droits aux chaînes Canal+. Le groupe Polsat Cyfrowy compte 18 chaînes (dont 4 HD). La plus récente, Polsat Romans, cible les femmes et a été lancée en septembre 2013. Le groupe Canal+ Cyfrowy (filiale du groupe français Vivendi) en a 25 (dont 13 HD).

Une loi amendant la loi sur la radiodiffusion et sur la redevance a été adoptée en août 2010. Le texte a modifié le fonctionnement des organes de direction du radiodiffuseur public et les procédures de contrôle de la réalisation de ses missions de service public, mais n'a pas supprimé la redevance. La TVP, qui est déjà très largement tributaire des recettes commerciales, a toutefois anticipé une baisse de ses recettes. Malgré cela, la TVP a obtenu en 2010 des licences pour deux nouvelles chaînes, TVP Seriale et TVP Parlament. 2013 a vu le lancement de la chaîne de divertissement TVP Rozrywka et le retour de TVP Regionalna, tandis que le radiodiffuseur de service public a remporté une licence TNT pour une chaîne jeunesse prévue en 2014. Selon la presse, la collecte de la redevance devrait être modifiée ces prochains mois.

D'après TNS Polska (novembre 2013), 23 % des foyers reçoivent la TNT (pourcentage largement favorisé par l'arrêt de l'analogique), 41 % le satellite et 30 % le câble. Selon le KRRiT, le Conseil national de la radiotélévision, 694 câblo-opérateurs sont enregistrés en 2013. Quatre opérateurs dominent le marché : UPC, la filiale du groupe Liberty Global, demeure le leader avec 1 250 800 abonnés en septembre 2013, devant Multimedia Polska et Vectra (avec plus de 800 000 foyers chacun). En 2011, UPC Polska (Liberty Global) a repris Aster City Cable mais les autorités de la concurrence l'ont obligée à vendre à des tiers certains actifs d'Aster.

In Polen hat das öffentlich-rechtliche Fernsehen TVP nach wie vor eine sehr starke Position auf dem Fernsehmarkt. 2012 hatten alle TVP-Sender zusammen einen Marktanteil von 32,4 %. Der beliebteste Sender ist TVP1 mit 15,4 % (ein Anteil, der allerdings von Jahr zu Jahr leicht zurückgeht). Die anderen großen Akteure sind die Privatsender TVN (13,9 % für den Hauptsender) und Polsat (14 % für seinen Hauptsender).

Alle diese Sender haben auch eine Reihe von Nischensendern. TVP hatte 2013 14 nationale Sender (darunter auch HD-Sender) und 16 Regionalsender, nach dem Start des Unterhaltungssenders TVP Rozrywka im April 2013 und dem Neustart von TVP Regionalna im September 2013. Das Angebot von TVN umfasst 12 Kanäle (darunter 5 HD-Kanäle, und die ITI-Gruppe kontrolliert insgesamt 18). Nach der Fusion der Satellitenplattformen n und Canal+ (dazu mehr weiter unten) wurden die n-Premium-Sender abgeschaltet, ihre Rechte gingen an die Canal+-Sender. Die Gruppe Polsat Cyfrowy hat 18 Sender (darunter auch 4 HD-Sender). Im September 2013 ging ein neuer Sender mit Namen Polsat Romans (Zielgruppe Frauen) in Betrieb. Die Canal+ Cyfrowy-Gruppe (eine Tochter der französischen Gruppe Vivendi) hat 24 Sender (davon 13 HD).

Das polnische Parlament hat im August 2010 schließlich das Gesetz zur Änderung des Rundfunk- und Rundfunkgebührengesetzes verabschiedet. Das Gesetz verändert die Funktionsweise der Führungsgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters und die Mechanismen zur Kontrolle, ob der öffentlich-rechtliche Auftrag erfüllt wurde. Es schafft aber die Fernsehgebühr nicht ab. TVP ist in großem Maße von kommerziellen Einkünften abhängig, hat mit Blick auf sinkende Einnahmen allerdings bereits Maßnahmen ergriffen. 2010 erhielt der Sender die Lizenz für zwei neue Sender, TVP Seriale und TVP Parlament. 2013 wurde der Unterhaltungssender TVP Rozrywka gestartet, außerdem ging TVP Regionalna wieder auf Sendung. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk erhielt eine DVB-T-Lizenz für einen Kinderkanal (wahrscheinlicher Sendestart 2014). Presseberichten zufolge wird es in den kommenden Monaten Änderungen beim Einzug der Lizenzgebühren geben.

Angaben von TNS Polska (November 2013) zufolge können 23 % aller Haushalte DVB-T empfangen (nach der Analogabschaltung stieg die Nachfrage nach digitalem terrestrischem Fernsehen rasant). 41 % sehen Fernsehen über Satellit und 30 % über Kabel. Nach Angaben der Rundfunkbehörde KRRiT waren 2013 in Polen 694 Kabelnetzbetreiber zugelassen. Vier Betreiber beherrschten den Markt: Von ihnen blieb die Liberty-Global-Tochter UPC Spitzenreiter mit

(Liberty Global) took over Aster City Cable but was obliged by competition authorities to sell some of Aster's assets to third parties.

There was speculation in the press in 2012 regarding the possible sale of Multimedia Polska, with UPC being most likely to take over the company. However, Multimedia Polska management withdrew the sale bid and focused instead on acquiring other small cable players.

The satellite television market has begun to consolidate. In 2011 five packages were offered by four operators but by 2012 this had changed with two major players dominating the market. In November 2011, the ITI Holding group, which owns the TVN group, announced the imminent tie-up between the satellite packages N – Telewizja Nowej Generacji and Cyfra+. The new venture would then have 2.5 million subscribers and expect to achieve rapid economies of scale and develop synergies. Canal+ is also likely to benefit from the transaction and acquire a share (initially only a minority stake) in N-Vision B.V., the Dutch intermediary that owns TVN. Canal+ could ultimately acquire all the shares of ITI Holdings in TVN. Poland's Office of Consumer and Competition Protection (UOKiK) finally approved the merger of the DTH platforms Cyfra+ and n in September 2012. The new platform is owned by Canal+ (51%), TVN (32%) and Liberty Global (17%) and was relaunched as a company (and platform) called nc+ in March 2013. Regarding subscribers, Cyfrowy Polsat is still the most popular with 3.5 million subscribers, ahead of Cyfra+, N, TNK (a combined total of 2.5 million) and Orange Polska (TP, the incumbent telecommunications operator controlled by France Télécom).

Five IPTV services are available in Poland. Orange Polska (formerly TP) with its Neostrada service (part of the France Telecom Group) had 119 000 subscribers end 2012, ahead of Dialog (35 000) and Multimedia Polska (9 000). The regional operator Wist launched its IPTV platform in January 2010 and the IAP Netia launched its own in November 2011. A licence for operating a mobile television service was granted to Info TV-FM in March 2009. The licence covers 31 cities until 2015, followed by national coverage until 2023. The service should have been operational by the end of 2009 but Info TV-FM was unable to launch it because it had not reached an agreement with the telecommunications operators. Info TV-FM was taken over in October 2011 by Cyfrowy Polsat. The service TV MOBILNA was finally launched on the 4th DTT Multiplex in June 2012, offering eight TV channels and 12 radio stations. Although the competition authorities fined the

En 2012, la presse a fait état de la possible vente de Multimedia Polska, très probablement à UPC. Cependant, la direction de Multimedia Polska a retiré son offre de vente, préférant se concentrer sur l'acquisition de petits câblo-opérateurs.

Le marché de la télévision par satellite a commencé à se consolider. En 2011, cinq bouquets étaient proposés par quatre opérateurs, mais en 2012 seuls deux grands acteurs dominent le marché. En novembre 2011, le groupe ITI Holding, propriétaire du groupe TVN, a annoncé qu'un rapprochement allait bientôt être opéré entre les bouquets satellite « N – Telewizja Nowej Generacji » et « Cyfra+ ». Le nouvel ensemble pèsera ainsi 2,5 millions d'abonnés et espère dégager rapidement des économies d'échelle et développer des synergies. Canal+ devrait également profiter de l'opération pour rentrer dans le capital (au départ de manière minoritaire) de Nvision B.V., la société néerlandaise intermédiaire qui détient TVN. A terme, Canal+ pourrait acquérir l'intégralité des parts de ITI Holdings dans TVN. Le Bureau polonais de la protection des consommateurs et de la concurrence (UOKiK) a finalement approuvé la fusion des plates-formes DTH Cyfra+ et n en septembre 2012. La nouvelle plate-forme appartient à Canal+ (51 %), TVN (32 %) et Liberty Global (17 %). Elle a fait son retour en mars 2013 sous le nom (de société et de plate-forme) nc+. En ce qui concerne les abonnés, Cyfrowy Polsat est toujours la chaîne la plus populaire avec 3,5 millions d'abonnés, devant Cyfra+, n, TNK (total cumulé de 2,5 millions) et Orange Polska (TP, l'opérateur de télécommunications historique contrôlé par France Télécom).

Cinq offres IPTV sont disponibles en Pologne. Orange Polska (anciennement TP) avec son service Neostrada (groupe France Télécom) compte 119 000 abonnés fin 2012 devant Dialog (35 000) et Multimedia Polska (9 000). L'opérateur régional Wist a inauguré sa plate-forme IPTV en janvier 2010 et le fournisseur d'accès Netia a lancé la sienne en novembre 2011. Une licence d'exploitation d'un service de télévision mobile a été accordée à Info TV-FM en mars 2009. Cette licence couvre 31 villes jusqu'en 2015, puis le pays jusqu'en 2023. Le service aurait dû être opérationnel fin 2009, mais Info TV-FM a été incapable de le lancer du fait de l'absence d'accord avec les opérateurs de télécommunications. Info TV-FM a été reprise en octobre 2011 par Cyfrowy Polsat. Le service TV MOBILNA a été finalement lancé sur le 4e multiplex TNT en juin 2012, proposant huit chaînes de télévision et 12 stations de radio. En 2013, les opérateurs n'ont toujours pas réglé l'amende à laquelle les autorités de la concurrence les avaient condamnés en 2011 pour avoir refusé de travailler avec l'opérateur DVB-H.

1 250 800 Abonnements im September 2013, vor Multimedia Polska und Vectra (beide mit mehr als 800 000 Kunden). 2011 hat UPC Polska (Liberty Global) Aster City Cable übernommen, musste sich jedoch nach einer Entscheidung der Wettbewerbsbehörde von einem Teil seiner Aster-Anteile trennen.

In der polnischen Presse gab es 2012 Gerüchte über einen möglichen Verkauf von Multimedia Polska an UPC. Multimedia Polska hat jedoch sein Verkaufsangebot zurückgezogen und sich stattdessen auf die Übernahme kleinerer Kabelfernsehanbieter konzentriert.

Auf dem Satellitenfernsehmarkt hat es eine gewisse Konsolidierung gegeben. 2011 gab es vier Anbieter mit fünf Paketen, 2012 dominierten nur noch zwei große Anbieter den Markt. Im November 2011 kündigte die Gruppe ITI Holding, Eigentümerin der TVN-Gruppe, die bevorstehende Annäherung zwischen den Satellitenbouquets „N – Telewizja Nowej Generacji“ und „Cyfra+“ an. Die neue Unternehmensgruppe wird 2,5 Mio. Abonnenten haben und hofft auf rasche Skalenerträge sowie Synergieeffekte. Canal+ dürfte davon auch insofern profitieren, als die Gruppe sich (zunächst als Minderheitsseigner) am Kapital von N-Vision B.V. beteiligt, der niederländischen zwischengeschalteten Gesellschaft, die im Besitz von TVN ist. Langfristig könnte Canal+ sämtliche Anteile von ITI Holdings an TVN erwerben. Die polnische Verbraucherschutz- und Wettbewerbsbehörde (UOKiK) hat im September 2012 die Fusion der DTH-Plattformen Cyfra+ und n genehmigt. Die neue Plattform ist im Besitz von Canal+ (51 %), TVN (32 %) und Liberty Global (17 %) und ging im März 2013 unter dem Namen nc+ in Betrieb. Die mit Abstand meisten Abonnenten hat immer noch Cyfrowy Polsat mit 3,4 Mio., vor Cyfra+, n, TNK (zusammen 2,5 Mio.) und Orange Polska (TP, der etablierte polnische Telekommunikationsbetreiber, der von France Télécom kontrolliert wird).

In Polen gibt es auch fünf IPTV-Angebote. Orange Polska (früher TP) mit seinem Neostrada-Dienst (im Besitz der France Telecom-Gruppe) hatte Ende 2012 119 000 Abonnenten, vor Dialog (35 000) und Multimedia Polska (9 000). Der regionale Betreiber Wist hat im Januar 2010 seine IPTV-Plattform gestartet, gefolgt vom Internetanbieter Netia im November 2011. Im März 2009 hat Info TV-FM eine Sendelizenz für einen mobilen Fernsehdienst erhalten. Die Lizenz gilt bis 2015 und für 31 Städte; bis 2023 soll sie auf ganz Polen ausgedehnt werden. Der Dienst sollte eigentlich bis Ende 2009 betriebsbereit sein, konnte jedoch nicht gestartet werden, da es Info TV-FM nicht gelungen war, ein Abkommen mit den Telekommunikationsbetreibern abzuschließen. Nach der Übernahme von Info TV-FM durch Cyfrowy Polsat im

operators in 2011 for the refusal to work with the DVB-H operator, they had still not paid any fine by 2013.

Poland completed the switch-off of analogue terrestrial television in July 2013. In November 2012 one fifth of Polish homes were receiving DTT services, while in November 2013 this had increased to almost 25%. The first multiplex, carrying the seven national terrestrial analogue channels, was launched in September 2009 and operated by Emitel, a subsidiary of the incumbent operator TP. In June 2011, TP sold the broadcasting subsidiary to Montagu Private Equity LLP for 1.7 billion zloty. There are three multiplexes operating DTT with a total of 22 TV channels (plus regional windows). Four new DTT channels will be launched in 2014. HbbTV tests were carried out in 2012 by the public service broadcaster TVP with specific services for the European football championships. A pay DTT service was launched by satellite operator Cyfrowy Polsat at the end of 2012 offering 8 channels. Plans for a new pay DTT multiplex moved ahead with a tender being launched in November 2013.

In June 2012, the European Commission announced its intention to refer Poland to the EU Court of Justice, for failing to fully implement the Audiovisual Media Services Directive. In particular, it claimed that Poland has not fully implemented the provisions regarding on-demand services, including the requirements that aim to protect viewers, especially children, from commercial communications in the form of hidden advertising or from content containing incitement to hatred are not met; and regarding rules on the promotion of European works by audiovisual media service providers of on-demand services. On 28 February 2013, the Act amending the Polish Broadcasting Act entered into force, which further implemented the AVMS Directive as regards VOD. There is no obligation of authorisation, registration or even notification for providers of VoD services. The Act provides only for a minimal reporting obligation requiring media service providers to submit an annual report to the regulatory authority (National Broadcasting Council - NBC) outlining the data of the provider; description of the types of technical security measures or other appropriate measures to prevent minors from the reception of seriously harmful content; and the description of the promotion of European works. The report must be submitted annually by 31 March for the previous year.

La télévision analogique terrestre est abandonnée en Pologne depuis juillet 2013. En novembre 2012, un cinquième des foyers polonais recevait des services TNT, ils sont près de 25 % en novembre 2013. Le premier multiplex, reprenant les sept chaînes analogiques terrestres nationales, a été inauguré en septembre 2009 et était opéré au départ par Emitel, une filiale de l'opérateur historique TP. En juin 2011, TP a vendu la filiale de diffusion à Montagu Private Equity LLP pour 1,7 milliard de zlotys. Trois multiplex sont affectés à la TNT, avec un total de 22 chaînes (plus les fenêtres régionales). Quatre nouvelles chaînes TNT seront lancées en 2014. Des tests HbbTV ont été effectués en 2012 par le radiodiffuseur de service public TVP avec des services spécifiques pour les championnats d'Europe de football. Un service de TNT payante, lancé par l'opérateur de satellite Cyfrowy Polsat fin 2012, compte huit chaînes. La mise en œuvre du nouveau multiplex de TNT payante a progressé, un appel d'offres ayant été lancé en novembre 2013.

En juin 2012, la Commission européenne a annoncé son intention de déférer la Pologne devant la Cour de justice européenne pour sa transposition incomplète de la Directive Services de médias audiovisuels. En particulier, elle affirme que la Pologne n'a pas procédé à la mise en œuvre complète des dispositions concernant les services à la demande. Les exigences visant à protéger les téléspectateurs, surtout les enfants, des communications commerciales sous forme de publicité cachée et des contenus d'incitation à la haine et les règles relatives à la promotion des œuvres européennes par les fournisseurs de services de médias audiovisuels proposant des services à la demande ne sont notamment pas respectées. Le 28 février 2013, la loi modifiant la loi polonaise sur la radiodiffusion est entrée en vigueur, renforçant la mise en œuvre de la Directive SMA eu égard à la VoD. Aucune obligation d'autorisation, d'enregistrement ou de notification n'est imposée aux fournisseurs de services de VoD. La loi ne prévoit qu'une obligation de déclaration minimale obligeant les fournisseurs de services de médias à présenter à l'autorité de régulation (Conseil national de la radiodiffusion - NBC) un rapport annuel portant sur les données du fournisseur, les types de mesures de sécurité techniques ou autres mesures appropriées visant à empêcher les mineurs de recevoir du contenu gravement préjudiciable, et la promotion des œuvres européennes. Ce rapport annuel doit être soumis le 31 mars au plus tard pour l'année précédente.

Oktober 2011 wurde dann im Juni 2012 endlich TV MOBILNA auf dem 4. DVB-T-Multiplex gestartet, mit acht TV- und 12 Radiosendern. Die Wettbewerbsbehörden hatten zwar bereits 2011 eine Geldstrafe verhängt, weil die Telekom-Betreiber nicht zu einer Zusammenarbeit mit dem DVB-H-Anbieter bereit waren. Bis Ende 2013 war jedoch noch keine Strafe entrichtet worden.

Die Analogabschaltung war in Polen im Juli 2013 abgeschlossen. Im November 2012 konnte ein Fünftel der polnischen Haushalte digitales Antennenfernsehen empfangen, im November 2013 waren es fast 25 %. Der erste Multiplex, über den die sieben landesweiten analogen terrestrischen Sender verbreitet werden, wurde im September 2009 von Emitel, einer Tochter des etablierten Betreibers TP, in Betrieb genommen. Im Juni 2011 hat TP sein Sendeunternehmen für 1,7 Mrd. PLN an Montagu Private Equity LLP veräußert. DVB-T wird auf drei Multiplexen mit insgesamt 22 Fernsehkanälen übertragen (plus Regionalfenster). 2014 werden vier neue DVB-T-Sender in Betrieb gehen. 2012 hat der öffentlich-rechtliche Sender TVP mit Blick auf die Fußball-Europameisterschaft Tests zu HbbTV mit speziellen Diensten durchgeführt. Ende 2012 wurde vom Satellitenbetreiber Cyfrowy Polsat ein Pay-DVB-T-Dienst mit acht Kanälen gestartet. Die Pläne für einen neuen Pay-DVB-T-Multiplex haben mit der Ausschreibung vom November 2013 konkrete Gestalt angenommen.

Im Juni 2012 kündigte die Europäische Kommission an, Polen wegen unvollständiger Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste vor den Europäischen Gerichtshof zu bringen. Polen, so die Kommission, habe die Bestimmungen für Abrufdienste nicht in vollem Umfang umgesetzt, vor allem nicht die Anforderungen zum Schutz der Zuschauer, insbesondere von Kindern, vor versteckter Werbung oder vor Inhalten, die zu Hass anstacheln, ebenso nicht die Vorschriften zur Förderung europäischer Werke in Abrufdiensten. Am 28. Februar 2013 trat das Gesetz zur Änderung des polnischen Rundfunkgesetzes in Kraft, das die letzte Stufe der Umsetzung der AVMD-Richtlinie zu VoD darstellen sollte. Nach wie vor gibt es jedoch keine Zulassungs-, Registrierungs- oder Anzeigepflicht für Anbieter von VoD-Diensten. Das Gesetz sieht lediglich eine geringe Berichtspflicht vor. Anbieter von Mediendiensten müssen der Regulierungsbehörde (Nationaler Rundfunkrat) jährlich einen Bericht vorlegen, der folgende Angaben enthält: die Daten des Anbieters, die technischen Sicherheitsmaßnahmen oder andere geeignete Mittel zum Schutz Minderjähriger vor dem Empfang sehr schädlicher Inhalte und die Beschreibung der Förderung europäischer Werke. Der Bericht muss jeweils bis zum 31. März des Folgejahres vorgelegt werden.

➤ KRRIT (Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – National Broadcasting Council) : <http://www.krrit.gov.pl>
Polish Chamber of Electronic Communication : <http://www.pike.org.pl>
Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Film Industry

2012 saw a slight fall in box office, down by 0.7% to PLN 711.3 million (USD 222.2 million) on 2011. The performance of Polish cinema was a long way off last year's, although it achieved a more than acceptable 19% market share (16% excluding minority co-productions). *Jestes Bogiem* and *In Darkness* were the only two local productions to make it into the BO top 10. The latter was nominated for the Best Foreign Language Film Oscar in 2012.

Poland has gone from 20 to 25 million admissions at the beginning of the century to almost 40 million in recent times. With three years of stable attendance (38.5 million admissions in 2012, just 0.5% down on the previous year) it might be assumed the country's exhibition market is heading towards full capacity. In actual fact, Poland has been one of the few countries in Europe opening new facilities while elsewhere theatres are struggling to survive or even shutting down. By the end of the year there were 1162 screens in the country, 3.5% more than the year before. In addition, a modest one admission per capita shows there is still scope for growth.

Average ticket price (USD 5.8 in 2012) has stagnated since 2010, after years of growing well above the inflation rate. This can be explained by both the economic situation and the maturity of the 3D market. Digital rollout was in line with European levels, with 71% penetration. Moreover, 73% of digital screens are 3D-capable to date.

Poland produced 47 feature films in 2012 (3 more than the year before), a third of which were international co-productions with 15 different countries, mainly Germany, Czech Republic and Slovakia. The Polish Film Institute (PISF) was endowed with EUR 31.1 million by the end of the year, earmarking EUR 22 million for film production to take place during 2013. Furthermore, an additional EUR 340 000 was made available by the 11 regional funds operating in the country. Efforts have been made to improve the position of Polish cinema in the world; in 2012, PISF and Film Commission Poland joined forces to launch *Polish Days*, running in parallel with the New Horizons Film Festival in Wroclaw. The event showcases local productions and projects mainly aimed at the festival's international participants.

Industrie cinématographique

En 2012, les recettes au guichet ont légèrement diminué, en recul de 0,7% par rapport à 2011 [711,3 millions PLN (222,2 millions USD)]. L'année dernière, le cinéma polonais est resté à la traîne, réalisant néanmoins une part de marché de 19% plus qu'acceptable (16% en excluant les coproductions minoritaires). Les deux seules productions locales à faire partie des 10 films ayant réalisé les meilleures recettes au guichet sont *Jestes Bogiem* et *In Darkness*, ce dernier ayant été nommé pour l'Oscar 2012 du meilleur film en langue étrangère.

La Pologne est passée de 20-25 millions d'entrées au début du siècle à près de 40 millions. Avec trois ans de fréquentation stable (38,5 millions d'entrées en 2012, en baisse d'à peine 0,5% par rapport à 2011), on pourrait penser que le marché de l'exploitation du pays a atteint sa pleine capacité. En réalité, la Pologne est l'un des rares pays en Europe à ouvrir de nouveaux cinémas alors qu'ailleurs les cinémas luttent pour survivre voire ferment. A la fin de l'année, le pays comptait 1 162 écrans, soit 3,5% de plus que l'année précédente. En outre, le modeste taux d'une entrée par habitant indique que la marge de croissance reste importante.

Le prix moyen du billet (5,8 USD en 2012) stagne depuis 2010, après des années d'augmentation nettement supérieure au taux d'inflation. Cela peut s'expliquer à la fois par la situation économique et la maturité du marché de la 3D. Avec un taux de pénétration de 71%, le déploiement du numérique est conforme aux niveaux européens. De plus, 73% des écrans numériques sont compatibles 3D à ce jour.

La Pologne a produit 47 longs métrages en 2012 (3 de plus que l'année précédente), dont un tiers était des coproductions internationales avec 15 pays, principalement l'Allemagne, la République tchèque et la Slovaquie. L'Institut polonais du cinéma (PISF) a été doté de 31,1 millions EUR à la fin de l'année, allouant 22 millions EUR à la production de films en 2013. En outre, les 11 fonds régionaux opérant dans le pays ont mis à disposition 340 000 EUR supplémentaires. Des efforts ont été faits pour améliorer la situation du cinéma polonais dans le monde; en 2012, le PISF et la Commission cinématographique polonaise ont uni leurs forces pour lancer *Polish Days*, en parallèle avec le Festival du film New Horizons de Wroclaw. L'événement présente des productions locales et des projets principalement destinés aux participants internationaux du festival.

Filmindustrie

2012 gingen die Einnahmen an den Kinokassen gegenüber 2011 leicht zurück, um 0,7% auf 711,3 Mio. PLN (222,2 Mio. USD). Der Marktanteil des polnischen Kinos lag erheblich unter dem des Vorjahres, obwohl mit 19% immerhin noch ein mehr als akzeptables Niveau erreicht wurde (16%, wenn man die Filme mit polnischer Minderheitsbeteiligung ausschließt). Die einzigen polnischen Filme, die es unter die Top 10 der Kinocharts schafften, waren *Jestes Bogiem* und *In Darkness*, der bei der Oskarverleihung 2012 in der Kategorie „bester fremdsprachiger Film“ nominiert war.

Die Zahl der Kinobesucher ist in Polen von 20 bis 25 Mio. zu Beginn des Jahrhunderts auf fast 40 Mio. gestiegen. Nach drei Jahren, in denen die Besucherzahlen in etwa gleich blieben (38,5 Mio. 2012, nur 0,5% weniger als 2011), kann man von einer Sättigung des polnischen Kinomarktes ausgehen. Polen ist eines der wenigen Länder in Europa, in denen neue Filmtheater eröffnet wurden, während anderswo die Kinos ums Überleben kämpfen oder schließen. Ende 2012 gab es 1162 Kinosäle in Polen, 3,5% mehr als 2011. Außerdem macht die Tatsache, dass die Zahl der Kinobesuche pro Kopf bei 1 liegt, deutlich, dass es hier durchaus noch Wachstumsmöglichkeiten gibt.

Der Durchschnittspreis der Eintrittskarten (5,8 USD 2012) ist seit 2010 in etwa gleichgeblieben, nachdem die Preissteigerungen jahrelang über der Inflationsrate gelegen hatten. Ein Grund dafür dürften die wirtschaftliche Situation in Polen und der Stand der Entwicklung des 3D-Marktes sein. Die Kinodigitalisierung entsprach dem europäischen Durchschnitt mit einer Penetrationsrate von 71%. 73% der digitalen Leinwände sind 3D-fähig.

In Polen wurden 2012 47 Kinofilme gedreht (3 mehr als 2011). Ein Drittel dieser Filme waren internationale Koproduktionen mit 15 Ländern, in erster Linie Deutschland, der Tschechischen Republik und der Slowakei. Das Polnische Filminstitut (PISF) war Ende 2012 mit 31,1 Mio. EUR ausgestattet, davon waren 22 Mio. EUR für Filmproduktionen 2013 zweckgebunden. Außerdem wurden weitere 340 000 EUR von den 11 regionalen Fonds zur Verfügung gestellt. Es gab eine Reihe von Anstrengungen, um die Position des polnischen Films in der Welt zu verbessern; 2012 veranstalteten der PISF und die polnische Filmkommission gemeinsam das Filmfestival *Polish Days*, das im Rahmen des jährlichen New Horizons Film Festival in Breslau stattfand. Gezeigt wurden einheimische Filme und Filmprojekte für ein internationales Publikum.

PL1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	38 538
Households	13 444

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			14 589
Cable TV subscriptions	33.3%	4 481	
Digital cable TV households	12.7%		1 704
Digital DTH/SMATV households	62.4%		8 396
Pay DTH/SMATV subscriptions	52.9%	7 112	
IPTV households	1.6%		219
Pay IPTV subscriptions	1.6%	219	
DTT households	8.2%		1 101
Pay DTT subscriptions	0.0%	1	
Total digital TV households	84.9%		11 419
Total pay TV subscriptions	87.9%	11 812	
Households with DVD player	55.3%		7 440
Households with Blu-ray disc player	3.3%		450
Households with PC	71.6%		9 621
Households with broadband connections	39.6%		5 323
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	10.5%		1 412

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

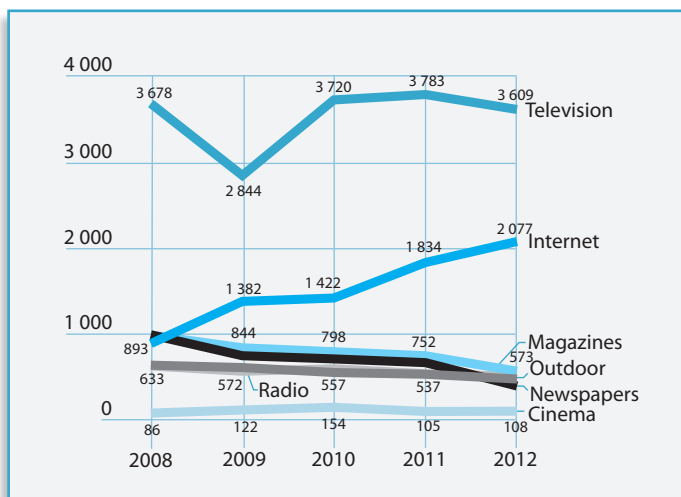
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

PL2

Advertising 2008-2012

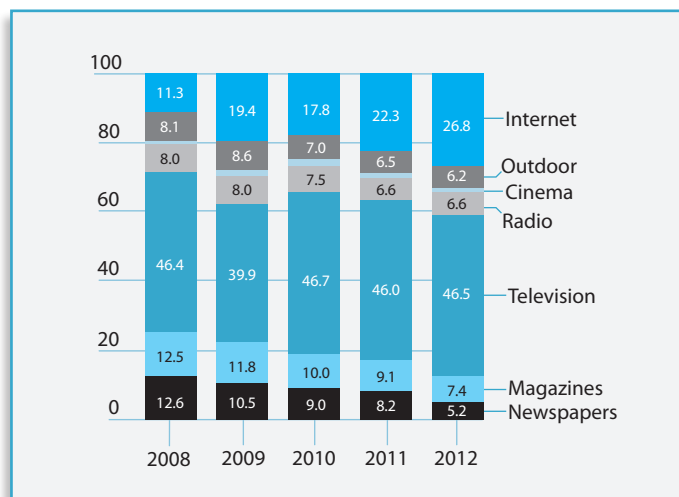
Total display adspend



2008-2012 PLN million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

PL3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 PLN million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telekomunikacja Polska SA (cons.) ①	3Play, sat-tv, vod	Videostada TV	15 715	14 922	14 147	-5.2%
Orange Polska ①	3play, 3G TV	Orange	7 807	7 915	7 680	-3.0%
Polkomtel ① ②	3Play, sat-tv, vod	Plus	8 044	7 894	7 380	-6.5%
T-Mobile Polska Z.O.O. ①	3G TV	T-Mobile Live TV	7 680	7 401	7 369	-0.4%
Cyfrowy Polsat S.A.	sat-tv	Polsat Cyfrowy	1 496	2 380	2 778	16.7%
Netia S.A. (cons.) ①	3Play	Netia Telewizja Kablowa	1 818	1 860	2 148	15.5%
Canal+ Cyfrowy Sp. Z.O.O.	sat-tv	Cyfra+ (Canal+, Ale Kino,...)	1 416	1 471	1 476	0.3%
TVN Sp. Z O.O.	adtv	TVN, TVN Siedem, TVN Style	1 668	3 797	1 443	-62.0%
Telewizja Polska SA	sptv, sat-tv	TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia	1 796	1 697	1 426	-16.0%
UPC Polska Sp. Z.O.O. ①	3Play	Telewizja UPC	958	1 178	~	~

① Includes telecommunications activities

② Since 2012 Polkomtel is offering a TV and VoD package with Cyfrowy Polsat services.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>400	>400	UPC Telewizja Kablowa, Vectra, Multimedia Polska, Toya etc...
Satellite packagers	4	4	Canal+ Cyfrowy "Cyfra+N" (Vivendi), "TNK" (ITI), Polsat Cyfrowy, TP SA "Orange Polska" (France Telecom), TVP
IPTV packagers	7	7	Multimedia Polska, Onet, Polkomtel ("Plus"), TP SA (France Télécom), Telefonía Dialog, Wist, Netia
DTT multiplex operators and packagers	1	1	TP Emitel
Mobile TV packagers	2	2	Centertel SP "Orange" (France Télécom), Polska Telefonía Cyfrowa "T-Mobile" (Deutsche Telekom)
SmartTV stores providing AV applications		3	Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video cat.		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	TVP	Public	12	36.5%	34.2%
2	I.T.I. Holdings (LU)	Private	18	23.3%	23.3%
3	Polsat	Private	15	19.1%	20.1%
4	Puls	Private	2	1.9%	2.4%
5	Vivendi (FR)	Private	15	1.4%	1.5%

➔ European Audiovisual Observatory

PL4

Financing of the public audiovisual media sector 2009-2012

Income	PLN million				In %				
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	484.2	401.5	366.4	439.7	24.0	19.6	18.7	27.1	20.0%
- Aids/Grants	8.5	8.7	15.2	7.4	0.4	0.4	0.8	0.5	-51.5%
- Licence fee	473.4	373.6	337.1	410.8	23.4	18.2	17.2	25.3	21.9%
- Taxes	2.2	19.2	14.1	21.6	0.1	0.9	0.7	1.3	53.2%
Total commercial income	1 409.2	1 492.6	1 422.2	1 225.8	69.8	72.7	72.5	75.6	-13.8%
- Advertising	1 146.0	1 160.6	1 080.7	870.6	56.8	56.5	55.1	53.7	-19.4%
- Sponsoring	109.9	142.5	131.2	138.9	5.4	6.9	6.7	8.6	5.8%
- Programme sales	42.6	44.4	64.3	76.2	2.1	2.2	3.3	4.7	18.5%
- Other commercial revenues	110.7	145.1	146.0	140.2	5.5	7.1	7.4	8.6	-4.0%
Other income	125.9	158.3	173.7	-44.1	6.2	7.7	8.9	-2.7	-125.4%
TOTAL	2 019.3	2 052.3	1 962.3	1 621.4	100.0	100.0	100.0	100.0	-17.4%

Companies included: Telewizja Polska S.A. and Polskie Radio S.A.

➔ Estimates by European Audiovisual Observatory on TVP and PR / EBU - M.I.S. data

PL5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	9	15	24
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	5	86	91
Regional/Local		211	211
Regional/Local windows	16		16
Channels targeting foreign markets	1	2	3
Total	31	314	345
Foreign TV channels targeting the country	9	100	109

→ European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	33	~
Catch-up TV services	36	58
VoD Generalist/ Film / Fiction	11	17
VoD Music / Music events	2	4
VoD Film	17	28
Film/TV Archives and Trailers	4	7
Sport	1	1
Other	8	~
Total	112	~

→ European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital terrestrial	Cable		Satellite	IPTV	
	Free and Pay ①	UPC Polska	Cable Vectra	Cyfrowy Polsat	Cyfrowy/ TVN nC+ ②	TP SA Videostada
TV Channels						
Generalist - national	5	7	6	5	6	6
Generalist - foreign		1	4	1	24	3
Adult		3	7	4	5	
Children	1	12	9	10	13	10
Culture/ education/ documentary	2	18	12	14	20	11
Entertainment/ TV fiction/ games	4	33	27	34	34	19
Film	3	13	14	12	12	4
HD simulcast of an existing channel	2	46	38	32	45	35
Home shopping		1	1	1	4	2
International linguistic and cultural	1	4	6	2	7	7
Lifestyle/ specific leisure/ travel		9	8	8	10	9
Minority interest groups			1		4	
Music	3	15	14	7	12	10
News/ business	3	23	14	9	33	15
Parliament/ government/ administration					3	
Regional/ local	1	3	2	1	4	1
Religion		2	3	1	27	2
Sports	3	16	14	11	15	9
Various		3	3	1	3	3
Windows	16	16	16			
Total (including HD channels)	39 (2)	225 (50)	199 (43)	153 (38)	281 (51)	146 (38)
On-demand audiovisual services						
VoD		6	3	3	4	3
Catch-up		15		1	2	7
Total		21	3	4	6	10

① Includes 8 pay channels from the Polsat Pay DTT service.

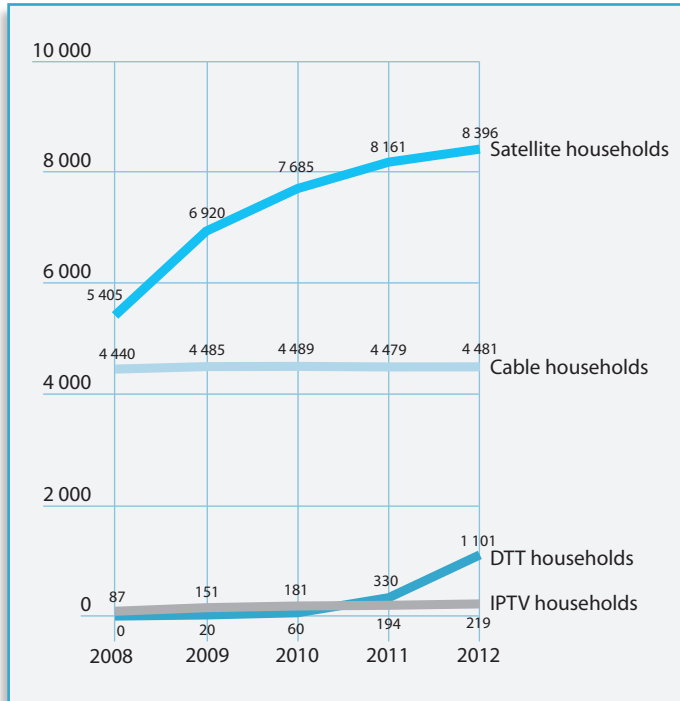
② nC+ was the result of the merger between the platforms N and Cyfra+ in March 2013. The new platform is owned by Canal+ (51%), TVN (32%) and Liberty Global (17%).

→ European Audiovisual Observatory

PL6

Market trends
2008-2012

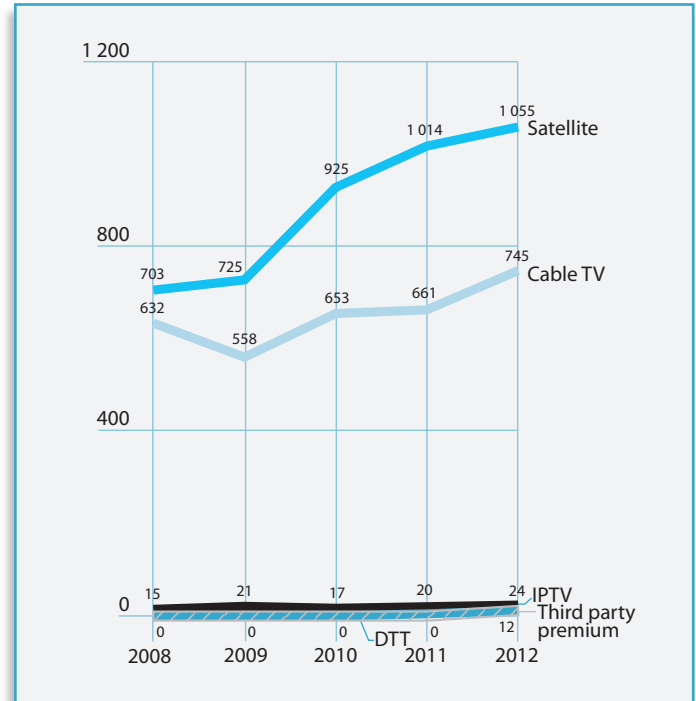
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest

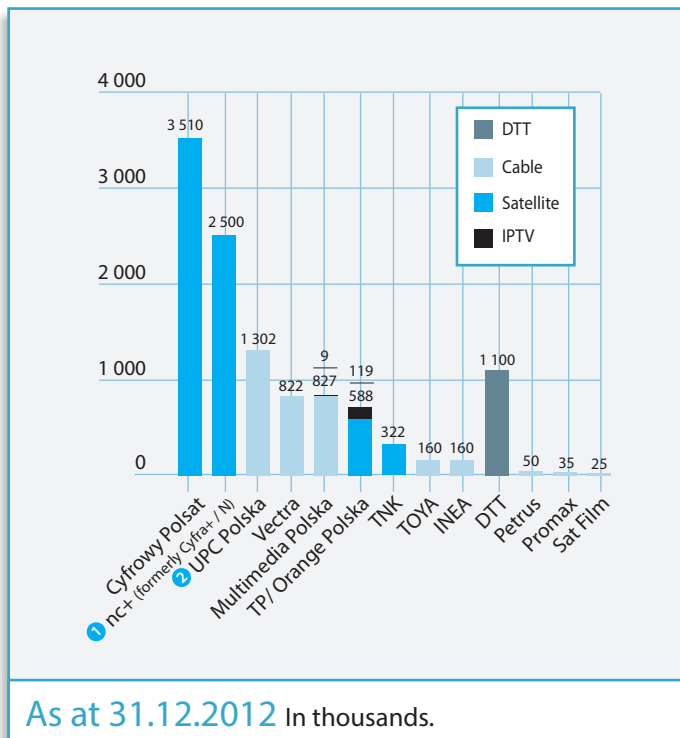
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms

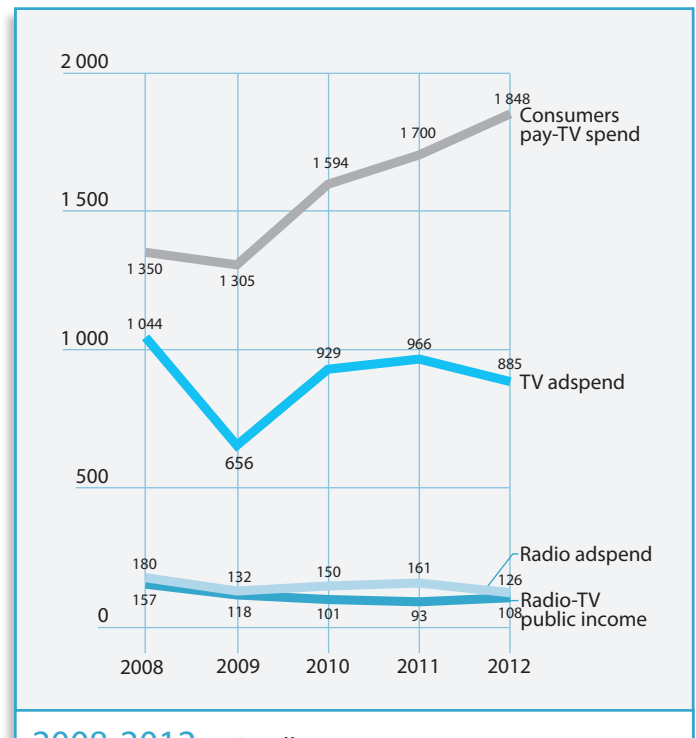


As at 31.12.2012 In thousands.

PIKE / European Audiovisual Observatory

1 Cyfra+ and the «N» platform are fully merged since March 2013, and the new brand is nC+.
2 UPC Polska also includes ASTER since January 2012.

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc, TVP and PR / EBU-M.I.S.

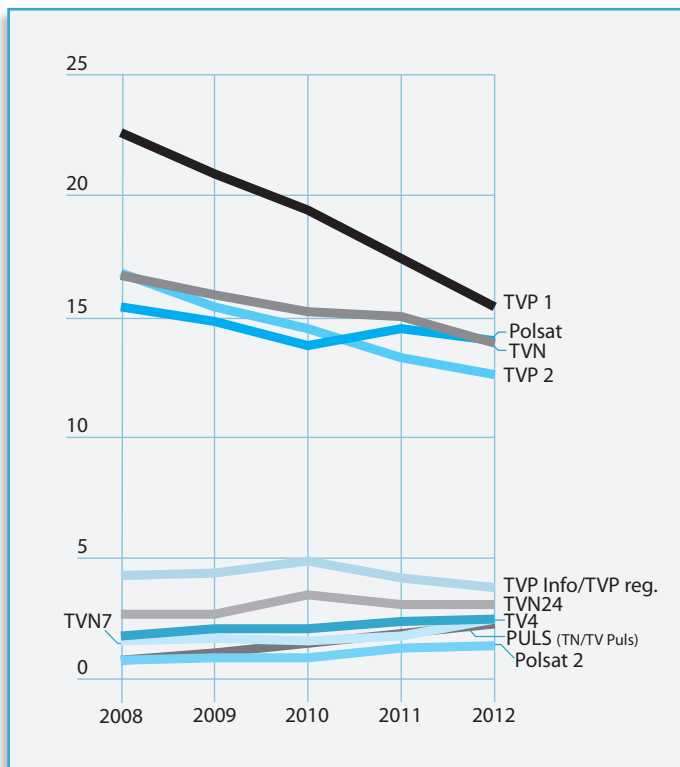
PL7

TV audience market share in Poland

2008-2012 In %, 4 years +.

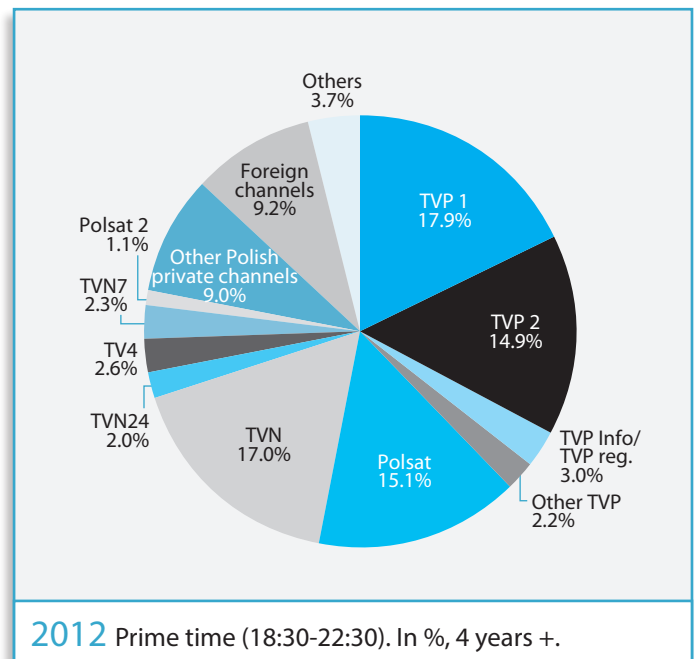
Channels	Daily share					Prime time (18:30-22:30)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
TVP 1	22.6	20.9	19.4	17.4	15.4	22.5	21.0	20.8	18.8	17.9
TVP 2	16.8	15.4	14.5	13.3	12.6	17.9	18.0	17.1	15.4	14.9
TVP Info/TVP reg.	4.3	4.4	4.9	4.2	3.8	3.1	3.3	3.4	3.4	3.0
TVP Polonia	0.7	0.7	0.6	0.7	0.6	0.5	0.6	0.5	0.6	0.4
TVP Seriale				0.3	0.6				0.3	0.6
TVP HD				0.1	0.4				0.1	0.4
TVP Kultura	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
TVP Sport			0.2	0.2	0.3			0.2	0.2	0.3
TVP Historia				0.1	0.2				0.1	0.2
Polish public channels	44.6	41.6	39.8	36.5	34.2	44.2	43.1	42.2	39.1	38.0
Polsat	15.4	14.8	13.8	14.5	14.0	17.4	16.0	14.6	15.1	15.1
TVN	16.7	15.9	15.2	15.0	13.9	20.9	19.7	19.1	18.6	17.0
TVN24	2.7	2.7	3.5	3.1	3.1	1.8	1.8	2.4	2.2	2.0
TV4	1.8	2.1	2.1	2.4	2.5	1.8	2.2	2.4	2.6	2.6
TVN7	1.6	1.7	1.6	1.8	2.5	1.6	1.6	1.6	1.9	2.3
PULS (TN/TV Puls)	0.8	1.1	1.5	1.9	2.3	0.8	1	1.27	1.8	~
Polsat 2	0.8	0.9	0.9	1.3	1.4	0.5	0.5	0.5	1.0	1.1
Polsat News			0.6	0.8	0.9			0.5	0.6	0.7
Polish private channels	41.4	40.8	40.4	47.9	50.5	45.8	44.1	43.3	49.6	49.1
Disney Channel Polska	0.8	1.1	1.2	1.0	0.8	0.4	0.6	0.8	0.6	0.5
AXN Polska	0.6	0.7	0.8	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8
Foreign channels	4.6	4.7	5.7	12.7	12.9	3.3	3.1	3.9	8.7	9.2
Others	9.4	12.9	14.1	2.9	2.4	6.7	9.7	10.6	2.6	3.7

➔ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



2008-2012 Daily share. In %, 4 years +.

➔ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



2012 Prime time (18:30-22:30). In %, 4 years +.

➔ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

PL8

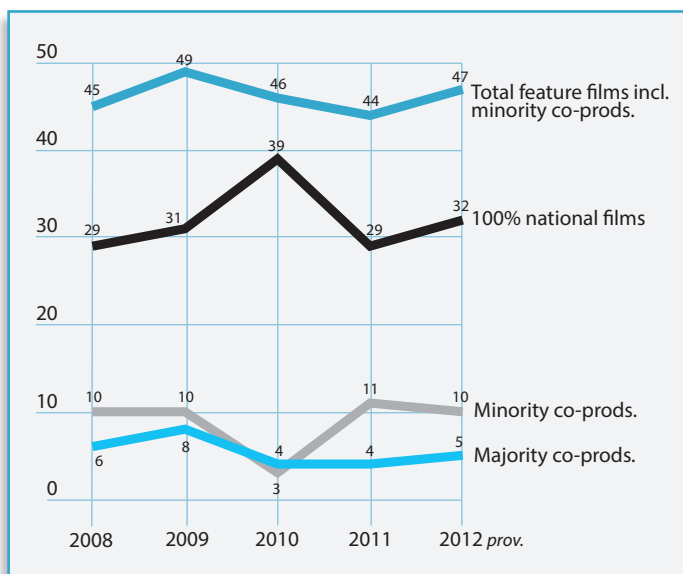
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	36 564	35 973	35 502	34 054	32 874	OBS
Screens	1 043	1 061	1 076	1 122	1 162	CSO
Cinema sites	483	455	443	455	453	CSO
Digital screens	53	177	324	592	827	MS
Digital cinema sites	42	80	106	171	206	MS
Digital screen penetration	5%	17%	30%	53%	71%	MS
Digital site penetration	9%	18%	24%	38%	45%	MS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / CSO (Central Statistical Office)

Number of theatrical feature films produced

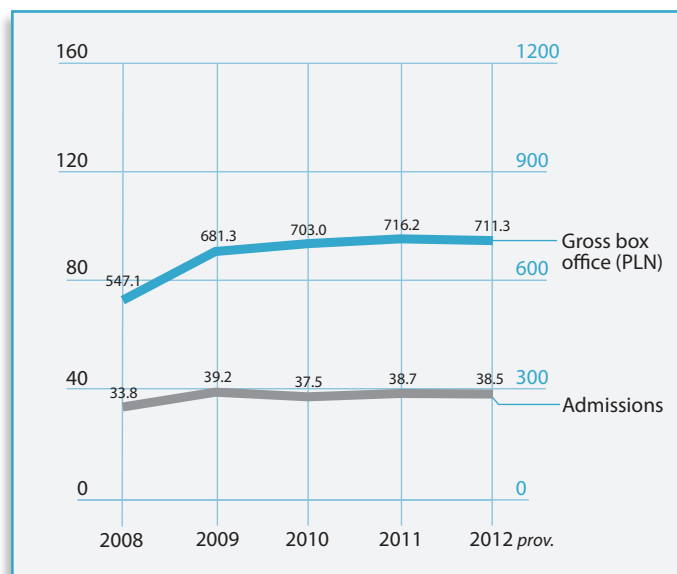


2008-2012¹ In units.

¹ Copyright year. Only films with a budget above PLN 1 million. Includes feature-length documentaries.

↳ PISF (Polish Film Institute)

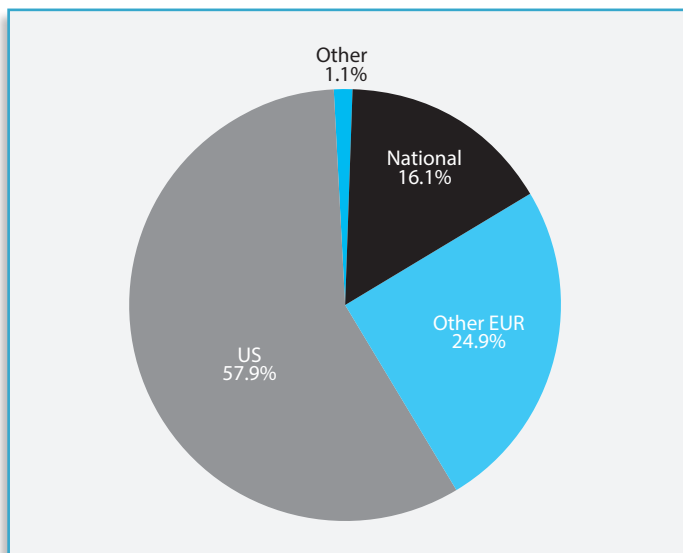
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ boxoffice.pl / PISF

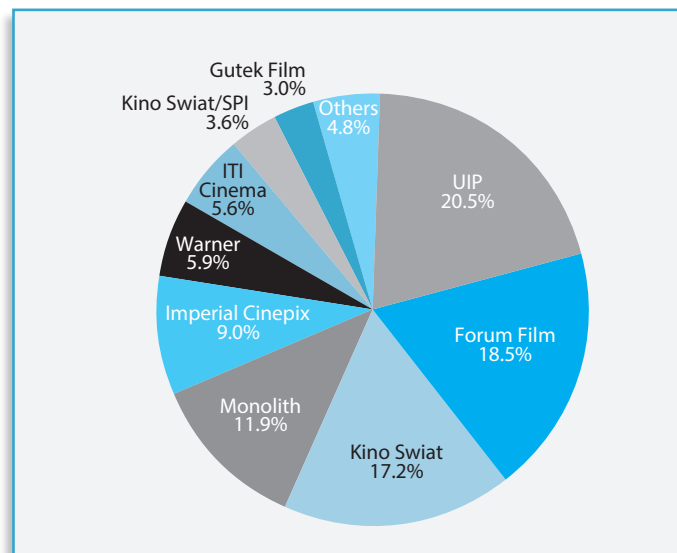
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

↳ PISF

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

↳ PISF

PL9

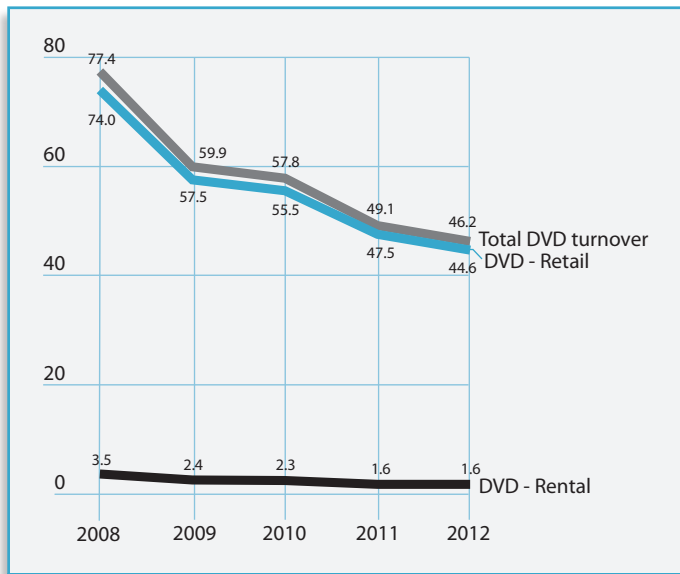
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	6.70	7.33	7.77	7.49	7.44
DVD player penetration of TV households	47.70%	51.70%	54.20%	51.70%	51.00%
Blu-ray disc player households	0.05	0.09	0.15	0.35	0.45
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.36%	0.65%	1.05%	2.42%	3.08%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

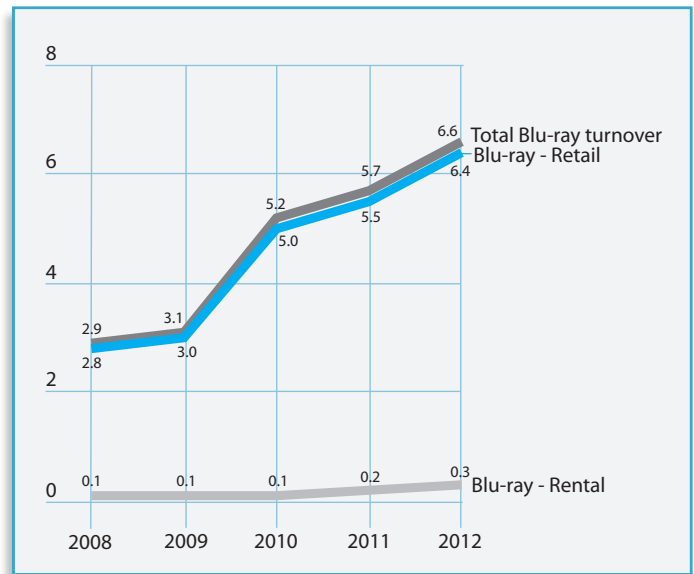


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

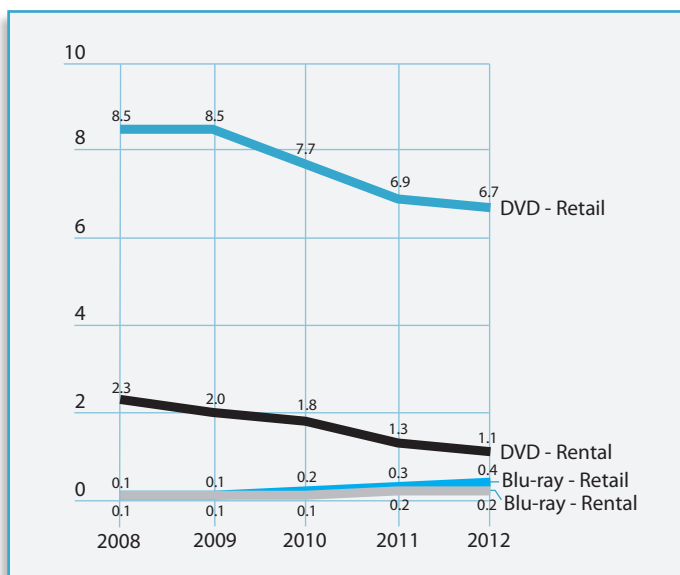


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.
Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

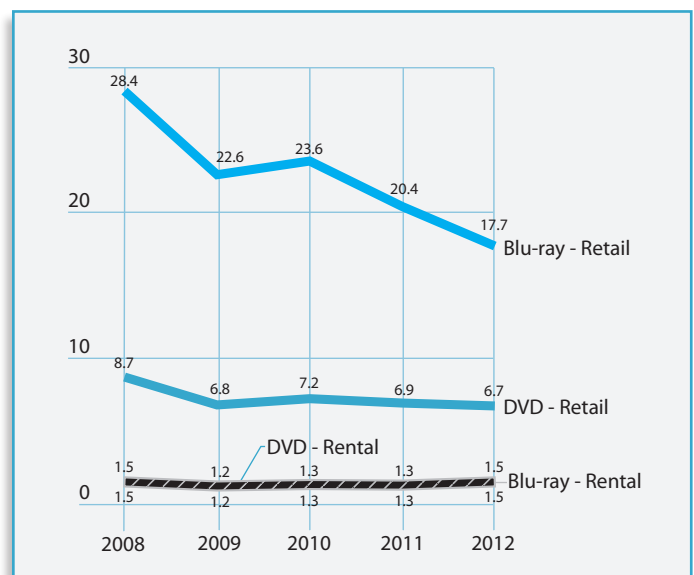
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

The Portuguese television market is dominated by three channels, which had a combined audience share of 59.8% in 2012. Due to a change of methodology and panel introduced in March 2012, the comparison of data between 2012 and former years should be done with care. TVI (Grupa Media Capital) still had the best market share (24.2%). With 21.7% in 2012, SIC regained the second place it had lost in 2009, benefiting from a huge drop in the audience of RTP1 (24.2% in 2010, 21.6% in 2011, 13.9% in 2012). The audience share of the second public service channel RTP2 also fell from 4.5% to 3.4%.

According to ANACOM (National Communications Authority), in the second quarter of 2013 about 1433 million households were able to receive TV by cable, which was a decrease of 2.6% compared to the same period of 2012, while 633 000 subscribe to satellite packages, registering a loss of 2.1% compared to the previous quarter of 2013, and 35 000 fewer than the same period in 2012 (-5.3%). The number of subscribers to a fibre optic pay-TV service has been increasing during recent years, rising from 307 000 in 2012 to 434 000 for the same period of 2013, with an increase of 27%. IPTV (DSL/ IP) has become the second most important technology (after cable) in terms of number of subscribers in Portugal, (644 000 in the second quarter of 2013, with an increase of 3.4% if compared to the beginning of the year).

Several pay-TV operators offer services on different platforms. According to ANACOM data, Zon Multimedia is still the main pay-TV player in Portugal, controlling 49% of the pay-TV market through its cable and satellite broadcasting subsidiary Zon TV Cabo. Portugal Telecom, which offers the Meo TV service (satellite and IPTV), has 40.4% of subscribers, while the company Cabovisao (sold in March 2012 by the Canadian company Cogeco Cable to the European group Altice, the operation receiving a green light by national competition authority) is the third player in the pay-TV market with a share of subscriptions of 7.4%. Apart from Meo TV, there are two other IPTV services available in Portugal: Sonaecom (a subsidiary of Sonae and France Télécom) which offers the triple-play service (Clix TV); and Vodafone which offers "Vodafone TV" as part of double and triple play services.

The introduction of DTT was initiated in early 2008 with one tender for a free-to-air Multiplex (A) and a second tender for five Multiplexes providing pay-TV services (two with national coverage B and C, and a further three on partial territorial coverage, D, E and F). PT Comunicações (Portugal Telecom) was awarded the license for the free-to-air Multiplex,

Le marché télévisuel portugais est dominé par trois chaînes, dont la part d'audience cumulée atteint 59,8 % en 2012. Compte tenu du changement de méthodologie et de groupe d'étude survenu en mars 2012, les données de 2012 et des années précédentes doivent être comparées avec prudence. TVI (Grupa Media Capital) réalise toujours la meilleure part de marché (24,2 %). Avec 21,7 % en 2012, la SIC a repris la deuxième place qu'elle avait perdue en 2009, profitant d'une dégringolade de l'audience de la RTP 1 (24,1 % en 2010, 21,6 % en 2011, 13,9 % en 2012). La part de la deuxième chaîne de service public RTP2 est également tombée de 4,5 % à 3,4 %.

Selon l'ANACOM (autorité de régulation des communications), la diffusion par câble concerne environ 1,433 million de foyers au 2e trimestre 2013, soit une baisse de 2,6 % par rapport à la même période de 2012, tandis que 633 000 foyers sont abonnés à des bouquets satellite, soit un recul de 2,1 % par rapport au précédent trimestre de 2013, et 35 000 de moins qu'à la même période en 2012 (-5,3 %). Le nombre de foyers abonnés à un service de télévision à péage par fibre optique a augmenté ces dernières années, passant de 307 000 en 2012 à 434 000 pour la même période de 2013, soit une hausse de 27 %. IPTV (DSL/IP) est devenue la deuxième technologie la plus importante (après le câble) en nombre d'abonnés au Portugal (644 000 au deuxième trimestre 2013, soit une hausse de 3,4 % par rapport au début de l'année).

Plusieurs opérateurs de la télévision à péage proposent leurs services sur différentes plates-formes. Selon des données de ANACOM, Zon Multimedia est toujours le principal acteur de la télévision payante au Portugal, contrôlant 49 % de ce marché à travers sa filiale de diffusion par câble et satellite Zon TV Cabo. Portugal Telecom propose l'offre Meo TV (satellite et IPTV). Portugal Telecom, qui propose l'offre Meo TV (satellite et IPTV) représente 40,4 % des abonnés, tandis que la société Cabovisao (cédée en mars 2012 par l'entreprise canadienne Cogeco Cable au groupe européen Altice, l'autorité nationale de la concurrence ayant donné son feu vert), est le troisième acteur du marché de la télévision à péage avec 7,4 % des abonnés. Outre Meo TV, deux autres services IPTV existent au Portugal : Sonaecom (filiale de Sonae et de France Télécom) qui propose un service triple-play (Clix TV) et Vodafone qui propose son service "Vodafone TV" dans le cadre de ses offres double et triple play.

Les débuts de la TNT remontent à début 2008 avec la publication d'un appel d'offres pour un multiplex (A) gratuit et d'un autre pour cinq multiplex fournissant des services de télévision payante (deux

Der portugiesische Fernsehmarkt wird von drei Sendern beherrscht, die im Jahr 2012 zusammen einen Zuschauermarktanteil von 59,8 % erreichen. Wegen der im März 2012 eingeführten Änderungen der Methodik und des Panels sollte ein Vergleich der Daten zwischen 2012 und früheren Jahren mit Vorsicht erfolgen. TVI (Grupa Media Capital) erzielte erneut den größten Marktanteil (24,2 %). Mit 21,7 % im Jahr 2012 kam SIC – nach 2009 – aufgrund des Absturzes der Einschaltquoten von RTP 1 wieder auf den zweiten Platz (24,2 % 2010, 21,6 % 2011 und 13,9 % 2012). Der Anteil des zweiten öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders RTP 2 fiel ebenfalls von 4,5 % auf 3,4 %.

Nach Angaben der Regulierungsbehörde für Kommunikation – Anacom – hatten im zweiten Quartal 2013 rund 1,433 Mio. Haushalte Zugang zu Pay-TV-Sendern über Kabel. Das waren 2,6 % weniger als im selben Zeitraum 2012. Die Zahl der Haushalte mit einem Abonnement für ein Satellitenpaket lag bei 633 000, das ist ein Rückgang von 2,1 % gegenüber dem ersten Quartal 2013 und 35 000 weniger als im selben Zeitraum 2012 (-5,3 %). Die Zahl der Haushalte mit einem Abonnement bei einem Glasfaser-Bezahlfernsehdienst ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen, von 307 000 im Jahr 2012 auf 434 000 im Jahr 2013. Das ist eine Zunahme von 27 %. IPTV (DSL/ IP) ist die zweitwichtigste Technologie (nach dem Kabel), gemessen an der Zahl der Abonnenten in Portugal (644 000 im zweiten Quartal 2013, das ist eine Zunahme von 3,4 % gegenüber Anfang des Jahres).

Pay-TV-Dienste werden von mehreren Betreibern über verschiedene Plattformen angeboten. Laut ANACOM-Daten ist das Unternehmen Zon Multimedia immer noch der größte Pay-TV-Akteur in Portugal. Es kontrolliert 49 % des Pay-TV-Markts mit seinem Tochterunternehmen für Kabel- und Satellitenfernsehen Zon TV Cabo. 40,4 % der Abonnenten entfallen auf Portugal Telecom, das Meo TV anbietet (Satellit und IPTV). Der drittgrößte Akteur auf dem Pay-TV-Markt ist Cabovisao mit 7,4 % der Abonnenten. Der portugiesische Kabelnetzbetreiber Cabovisao war im März 2012 vom kanadischen Konzern Cogeco Cable an die europäische Gruppe Altice verkauft worden, nachdem die nationale Wettbewerbsbehörde grünes Licht für den Verkauf gegeben hatte. Neben Meo TV gibt es noch zwei weitere IPTV-Dienste in Portugal: Sonaecom (eine Tochtergesellschaft von Sonae und France Télécom), die einen Triple-Play-Dienst anbietet (Clix TV), und Vodafone, ebenfalls mit einem Dienst (Vodafone TV) als Teil eines Double- oder Triple-Play-Pakets.

and the service was officially launched in April 2009. It carries the four national terrestrial channels (RTP1 and 2, TVI and SIC) and two autonomous regional channels. The total switch-off of the analogue signal took place in April 2012. The fact that digital terrestrial television only offers four general-interest channels is also the subject of discussion. During a Parliamentary hearing, Portugal's Minister of State and Regional Development, Miguel Póiares Maduro, stated that the Government believes that the current supply of DTT in Portugal is "insufficient" and should be increased, and that during 2014 two new free-to-air channels should be added.

On 6 July 2012, the *Assembleia da República* (Portuguese Parliament) adopted the Act on Cinema and Audiovisual Media, which defines a set of State principles for the development and protection of the art of cinema and of audiovisual activities, amending the Portuguese framework for the cinema and audiovisual sector, as established by Law no. 42/2004, of 18 August 2004. The main amendment introduced by this Act relates to the financing model of the sector, with consistent implementation to be dealt with in an additional regulation. This has been adopted in January 2013 with five different acts, concerning mostly the terms and condition on which public funding tenders are to be conducted in supporting audiovisual productions, funding and/or participation in festivals.

avec couverture nationale, B et C, et trois autres avec une couverture partielle, D, E et F). La licence pour le multiplex gratuit a été attribuée à PT Comunicações (Portugal Telecom) qui a lancé officiellement son service en avril 2009. Il transmet les quatre chaînes terrestres nationales (RTP1 et 2, TVI et SIC) et deux chaînes régionales autonomes. L'extinction totale du signal analogique a eu lieu en avril 2012. Le fait que la télévision numérique terrestre ne propose que les quatre chaînes généralistes fait également l'objet de débats. Lors d'une audition parlementaire, le ministre portugais du Développement national et régional, Miguel Póiares Maduro, a déclaré que le gouvernement estime que l'offre actuelle de la TNT au Portugal est « insuffisante » et doit être augmentée, et que courant 2014 deux nouvelles chaînes gratuites verront le jour.

Le 6 juillet 2012, l'Assemblée da República (le Parlement portugais) a adopté la nouvelle loi relative au cinéma et aux médias audiovisuels, qui définit un ensemble de principes pour le développement et la protection de l'art cinématographique et des activités audiovisuelles, modifiant le cadre portugais pour le secteur du cinéma et de l'audiovisuel, tel qu'établi par la loi n° 42/2004, du 18 août 2004. La principale modification introduite par cette loi concerne le modèle de financement du secteur, son application devant être prévue dans un règlement supplémentaire. Ce dernier a été adopté en janvier 2013 avec cinq textes législatifs, concernant principalement les conditions selon lesquelles les appels d'offres relatifs aux aides publiques doivent être menés pour soutenir les productions audiovisuelles, le financement et/ou la participation à des festivals.

Die Einführung von DVB-T wurde Anfang 2008 mit einer Ausschreibung für eine Multiplex-Plattform für frei empfangbare Sender (A) und einer weiteren Ausschreibung für fünf Multiplex-Plattformen für Pay-TV-Dienste (B und C landesweit und D bis F regional) auf den Weg gebracht. Die Lizenz für die Free-TV-Plattform wurde PT Comunicações (Portugal Telecom) zugesprochen, die offizielle Inbetriebnahme erfolgte im April 2009. Über diesen Multiplex wird das Programm der vier landesweiten terrestrischen Sender (RTP 1 und 2, TVI und SIC) und zweier autonomer Regionalsender ausgestrahlt. Die komplette Abschaltung des analogen Signals erfolgte im April 2012. Die Tatsache, dass das digitale terrestrische Fernsehen nur diese vier Vollprogramme anbietet, ist Gegenstand von Diskussionen. In einer Anhörung im Parlament stellte der portugiesische Minister für Regionalentwicklung, Miguel Póiares Maduro, fest, dass die Regierung die derzeitige Versorgung mit DVB-T in Portugal für „unzureichend“ hält. Sie sollte daher ausgebaut werden. Für 2014 wurden zwei weitere frei empfangbare Kanäle in Aussicht gestellt.

Am 6. Juli 2012 hat die *Assembleia da República* (portugiesisches Parlament) das Gesetz über Kinofilme und audiovisuelle Medien angenommen, das staatliche Grundsätze für die Entwicklung und den Schutz von Filmkunst und audiovisuellen Aktivitäten definiert. Dieses Gesetz hat den portugiesischen Rechtsrahmen für die Filmwirtschaft und den audiovisuellen Sektor verändert, der im Gesetz Nr. 42/2004 vom 18. August 2004 verankert ist. Die wichtigste Änderung im Gesetz betrifft das Finanzierungsmodell des Sektors. Die Durchführung des Gesetzes wird in einer eigenen Verordnung geregelt, die im Januar 2013 mit fünf verschiedenen Rechtsakten angenommen wurde. Darin werden in erster Linie die Bedingungen festgelegt, unter denen Ausschreibungen für eine öffentliche Finanzierung von audiovisuellen Produktionen, für die Finanzierung und/oder Teilnahme an Filmfestivals durchgeführt werden sollen.

► ERC, Entidade Reguladora para a Comunicação Social: <http://www.erc.pt>

Anacom, Autoridade Nacional de Comunicações: www.anacom.pt

Office for Media and Communications, Gabinete para os Meios de Comunicação Social: <http://www.gmcs.pt>

Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

PT1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	10 542
Households	4 018

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	36.8%	1 478	
Digital cable TV households	32.3%		1 298
Digital DTH/SMATV households	18.9%		758
Pay DTH/SMATV subscriptions	16.4%	660	
IPTV households	22.5%		905
Pay IPTV subscriptions	23.2%	932	
DTT households	17.6%		709
Pay DTT subscriptions	0.0%		
Total digital TV households	91.3%		3 670
Total pay TV subscriptions	76.4%	3 070	
Households with DVD player	80.6%		3 240
Households with Blu-ray disc player	9.5%		380
Households with PC	74.6%		2 997
Households with broadband connections	54.6%		2 194
Households with Smart TV			
Connectable TV households	8.0%		321

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

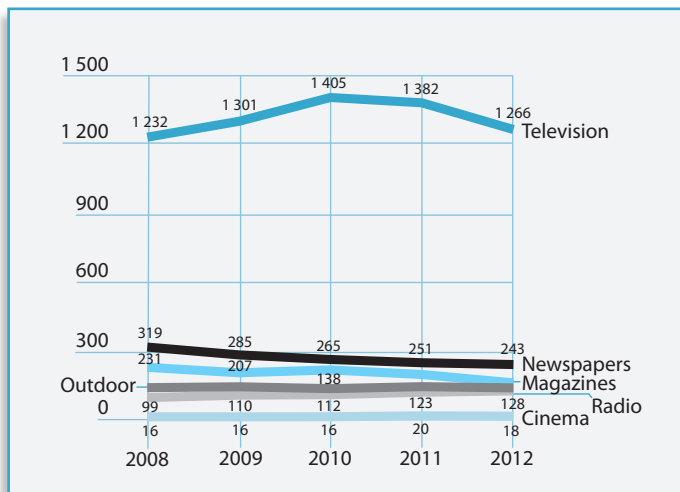
		Total in thousands
Active smartphones	47.0%	4 952
Active tablets	3.3%	348
Advanced game consoles	9.0%	949

↳ IHS Screen Digest

PT2

Advertising
2008-2012

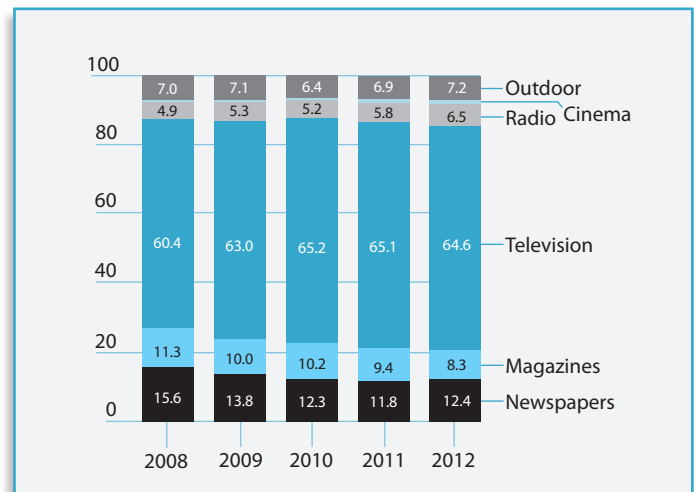
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

PT3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Portugal Telecom S.A. (cons.) ¹	4Play, Sat-TV, 3GTV	Meo TV, Meo, Satellite TV, TMN	3 883	6 356	6 808	7.1%
Vodafone Portugal S.A. ¹	3GTV	Vodafone Mobile TV	1 326	1 276	1 211	-5.1%
Zon Multimedia S.A. (cons.) ^{1 2}	4Play, thtv, exh	Zon, Lusomundo	860	855	857	0.2%
Soanecom - Serviços de Comunicações S.A. ^{1 2}	3Play	Clix TV Optimus	796	772	825	7.0%
Radio e Televisao de Portugal S.A. (cons.)	sptv	RTP1, LaDos	309	317	257	-18.9%
SIC (cons.)	adtv	SIC, SIC Mulher, SIC K, SIC Radical	172	164	158	-3.6%
Sport TV Portugal	thtv	Sport TV	158	148	138	-6.6%
Cabovisão ^{1 3}	3Play	Cabovisão	126	~	~	~
TVI	adtv	TVI	159	122	95	-22.3%
Plural Entertainment	prodt, fac	Plural	36	40	35	-12.2%

¹ Includes telecommunication activities.² In 2013, Zon Multimedia merged with the telecommunication group Optimus, owner of Soanecom, to form Zon Optimus.³ On 29/02/2012 it was announced that Cogeco sold Cabovisão to ALTICE.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	6	6	Cabovisão, Zon TV Cabo, ...
Satellite packagers	2	2	Portugal Telecom (Meo), Zon Multimedia (TV Cabo)
IPTV packagers	3	3	Portugal Telecom/TMN (Meo), Optimus (Soneacom), Vodafone
DTT multiplex operators and packagers	1	1	Portugal Telecom
Mobile TV packagers	1	1	Vodafone ("Mobile TV")
SmartTV stores providing AV applications		5	LG, Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	Prisa (ES)	Private	6	26.7%	25.5%
2	SIC	Private	6	26.8%	24.9%
3	RTP	Public	6	27.2%	18.8%
4	Liberty Global (US)	Private	12	3.2%	3.7%
5	Walt Disney (US)	Private	3	1.1%	2.3%

➔ European Audiovisual Observatory

PT4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	EUR million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Publics funds	227.5	234.6	230.7	240.1	211.0	76.2	76.8	74.7	75.5	81.5	-12.1%
- Compensatory allowances	117.5	119.3	121.1	89.0	73.2	39.4	39.0	39.2	28.0	28.3	-17.8%
- Contribuição do Audiovisual	110.0	115.3	109.6	151.1	137.8	36.9	37.7	35.5	47.5	53.2	-8.8%
Commercial revenues	71	71	78	78	48.0	23.8	23.2	25.3	24.5	18.5	-38.5%
- Advertising	44	45	46	38	24.6	14.7	14.7	14.9	11.9	9.5	-35.3%
- Sponsoring	3	3	4	3	1.8	1.0	1.0	1.3	0.9	0.7	-39.7%
- Programme sales	1	3	8	3	0.2	0.3	1.0	2.6	0.9	0.1	-93.0%
- Distribution Cable	10	11	14	14	14.7	3.4	3.6	4.5	4.4	5.7	4.8%
- Other commercial	13	9	6	20	6.7	4.4	2.9	1.9	6.3	2.6	-66.3%
TOTAL	298.5	305.6	308.7	318.1	259.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-18.6%

Company included: RTP.

➔ European Audiovisual Observatory on RTP / EBU - M.I.S. data

PT5

Audiovisual services


TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	2	2	4
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	8	67	75
TV Regional/Local	2	1	3
TV Regional/Local Windows	2		0
TV channels targeting foreign markets	4	7	11
Pure TV online services (Web TV)			
Total	18	77	93
<i>Foreign TV channels targeting the country</i>	3	68	

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	8	~
Catch-up TV services	18	28
VoD Generalist/ Film / Fiction	3	13
VoD Music / Music events	1	5
VoD Film	3	11
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation	2	3
Film/TV Archives and Trailers		3
Sport		
Other		~
Total	35	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

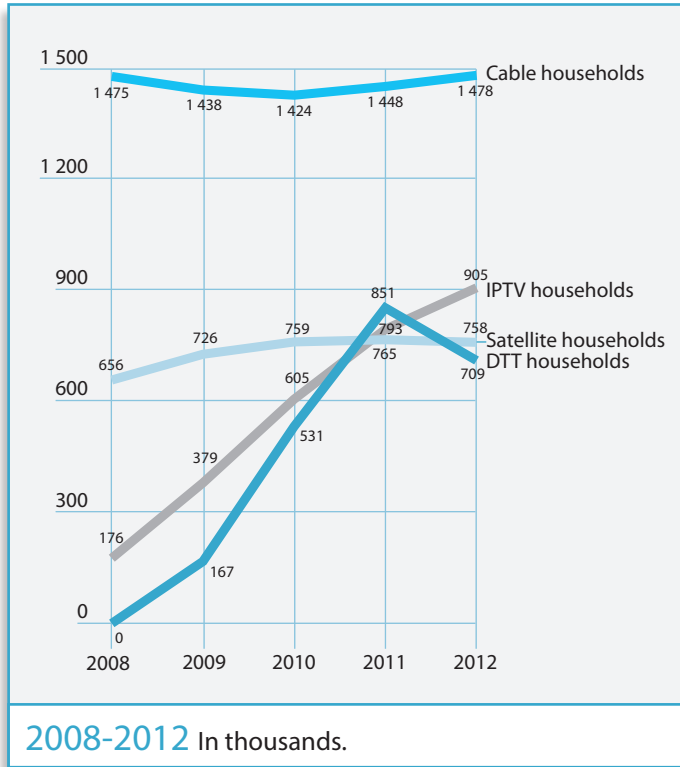
	Digital terrestrial	Cable		Satellite	IPTV
		Zon Multimedia	Cabovisao	Zon Multimedia	MEO Portugal Telecom
TV Channels					
Generalist - national	4	8	9	5	12
Generalist - foreign		18	13	3	17
Adult			1		6
Children		9	12	7	8
Culture/ education/ documentary		11	13	8	10
Minority interest groups		3			2
Entertainment/ TV fiction/ games		26	18	16	32
Film		12	8	8	13
HD simulcast of an existing channel		17	11	1	37
International linguistic and cultural		21	11	3	19
Lifestyle/ specific leisure/ travel		7	13	3	16
Music		10	11	7	25
News/ business		20	14	14	22
Parliament/ government/ administration		1	1	1	1
Regional/ local	2	3	3	3	4
Religion		2	2	1	
Sports		11	22	8	31
Various		6	3	3	4
Total (of which HD)	6	185 (22)	165 (24)	91 (17)	259 (46)
On-demand audiovisual services (Nov. 2013)					
VoD		4	1		1
Catch-up					
Total		4	1		1

 European Audiovisual Observatory

PT6

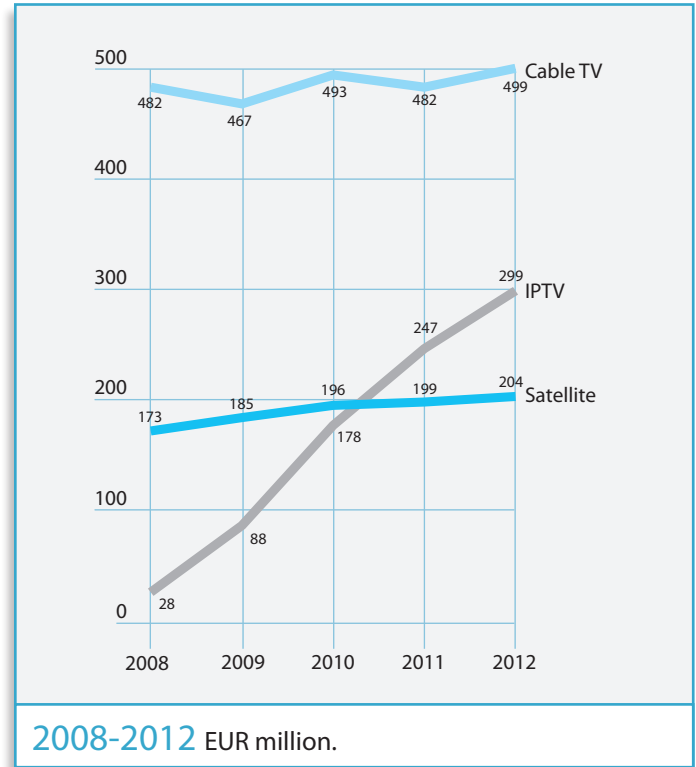
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



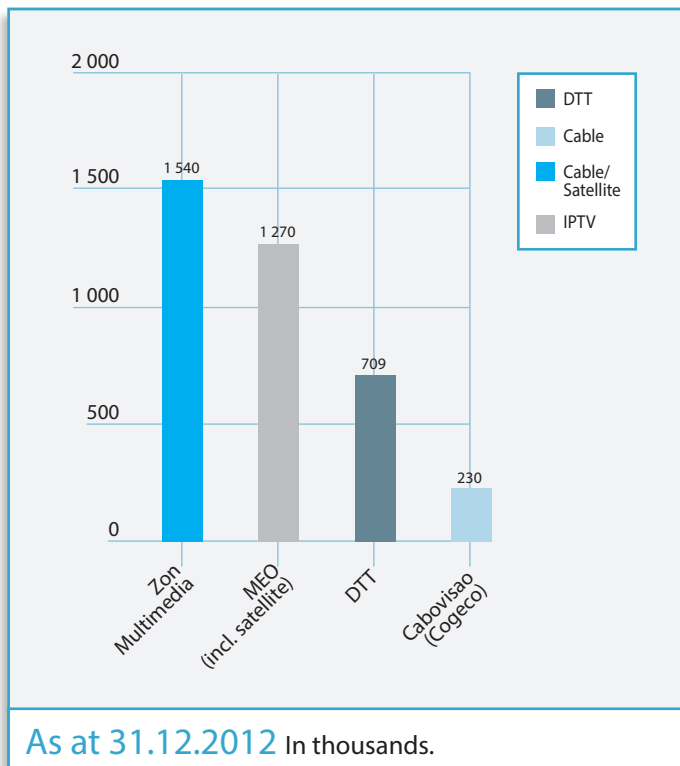
IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend



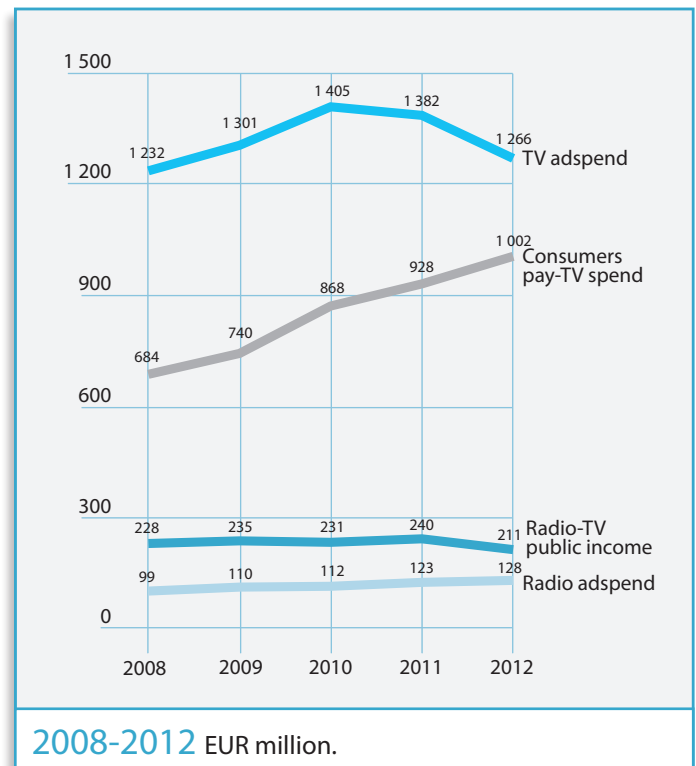
IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms



European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc, RTP.

PT7

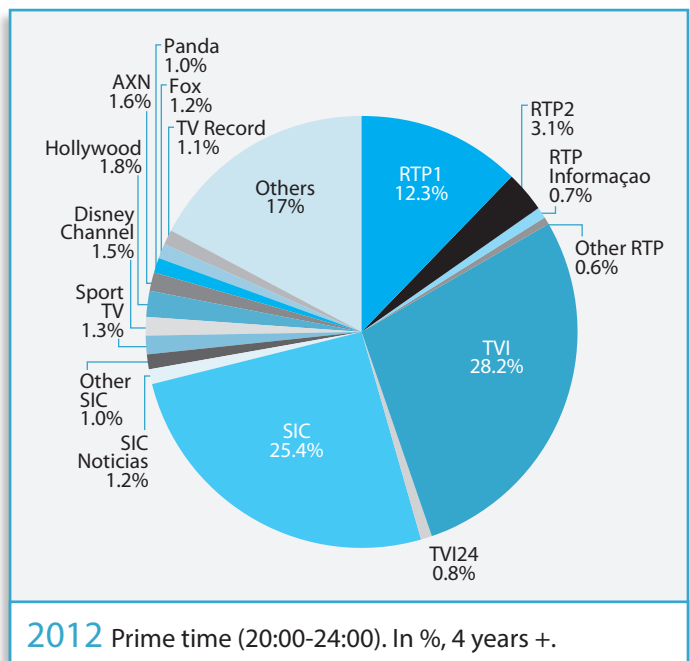
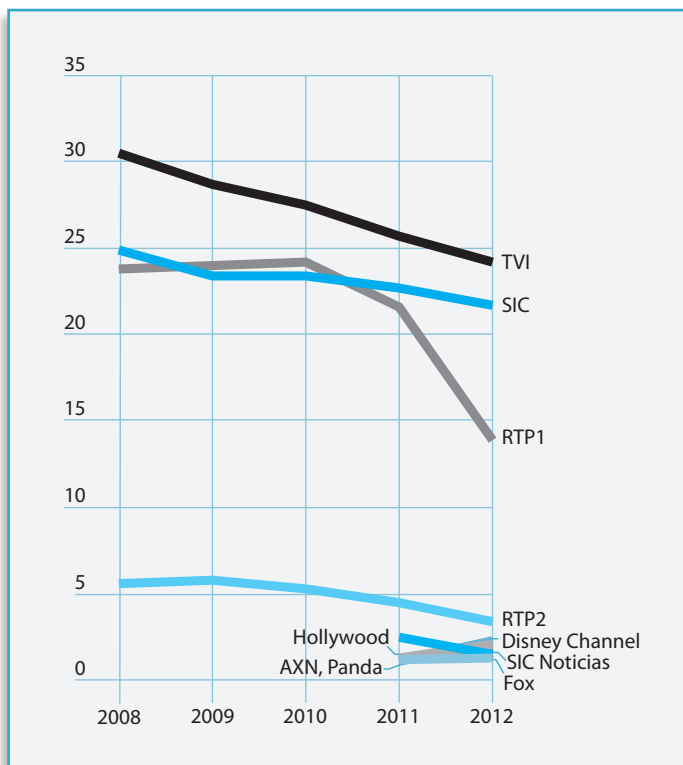
TV audience market share in Portugal

2008-2012 All households. In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (20:00-24:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
RTP1	23.8	24.0	24.2	21.6	13.9	21.8	22.2	21.9	19.7	12.3
RTP2	5.6	5.8	5.3	4.5	3.4	4.9	4.7	4.5	3.8	3.1
RTP Informação	~	~	~	0.9	0.9	~	~	~	0.7	0.7
RTP MEMÓRIA					0.3					0.3
RTP África	~	~	~	0.2	0.2	~	~	~	0.2	0.2
RTP OLIMPICOS HD*					0.1					0.1
Total main Portuguese public channels	29.4	29.8	29.5	27.0	18.8	26.7	26.9	26.4	24.2	16.7
TVI	30.5	28.7	27.5	25.7	24.2	35.8	34.2	32.4	29.6	28.2
SIC	24.9	23.4	23.4	22.7	21.7	24.2	23.7	23.8	24.7	25.4
SIC Noticias	~	~	~	2.5	1.5	~	~	~	2.0	1.2
TVI24	~	~	~	0.7	0.9	~	~	~	0.7	0.8
Total main Portuguese private channels	55.4	52.1	50.9	56.2	52.5	60.0	57.9	56.2	61.7	59.5
Disney Channel	~	~	~	1.1	2.3	~	~	~	0.7	1.5
Hollywood	~	~	~	1.3	2.1	~	~	~	1.1	1.8
AXN	~	~	~	1.3	1.7	~	~	~	1.4	1.6
Panda	~	~	~	1.2	1.6	~	~	~	0.8	1.0
Fox	~	~	~	1.2	1.3	~	~	~	1.1	1.2
TV Record	~	~	~	0.4	0.9	~	~	~	0.4	1.1
Fox Life	~	~	~	0.6	0.6	~	~	~	0.5	0.5
Total foreign channels	~	~	~	11.1	16.3	~	~	~	9.0	13.4
Others	14.0	17.0	18.5	5.7	12.4	12.3	14.3	16.3	5.1	10.4
Video	1.2	1.1	1.1	~	~	1.0	0.9	1.1	~	~

1 In March 2013 CAEM has introduced changes to methodology and panel (in particular as for the representation of regions and social classes). RTP has expressed some doubts about this new panel and has requested an audit.

➔ Eurodata TV Worldwide / CAEM



➔ Eurodata TV Worldwide / CAEM

PT8

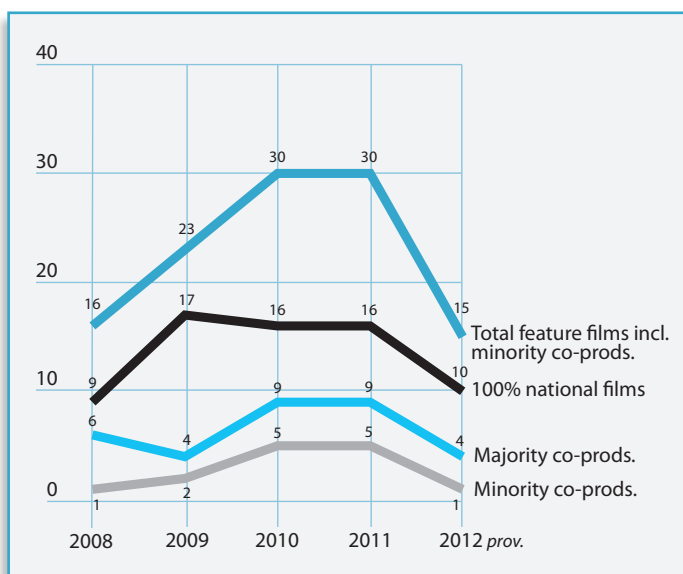
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	18 579	18 436	18 745	18 892	19 305	OBS
Screens	572	577	564	558	551	ICA
Cinema sites	182	174	167	165	160	ICA
Digital screens	46	180	314	387	392	MS
Digital cinema sites	36	54	66	72	76	MS
Digital screen penetration	8%	31%	56%	69%	71%	OBS
Digital site penetration	20%	31%	40%	44%	48%	OBS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / ICA (Cinema and Audiovisual Institute)

Number of theatrical feature films produced

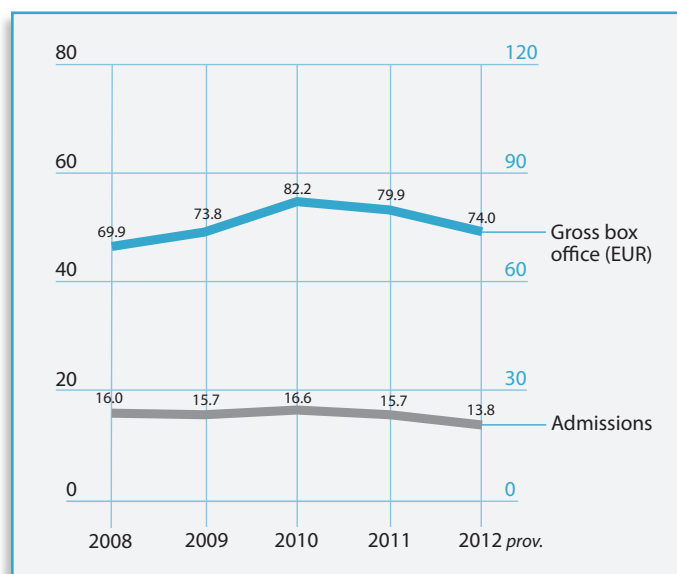


2008-2012 In units.

① Year of print delivery. Covers only films receiving support from ICA. Includes feature documentaries.

↳ ICA

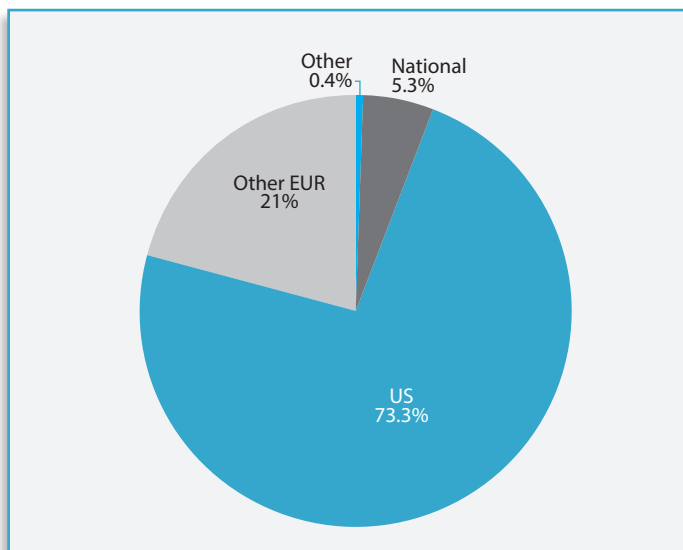
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ ICA

Market share according to the origin of films

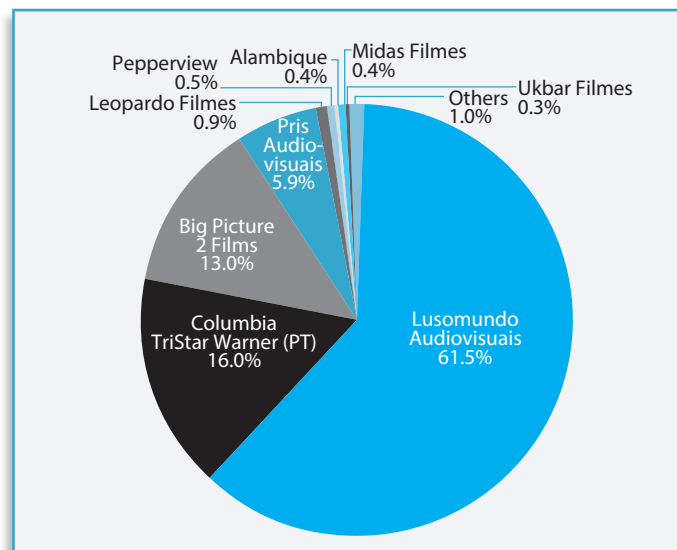


2012 In % of total admissions.

Other EUR includes EU-US coproductions.

↳ ICA

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

↳ ICA

PT9

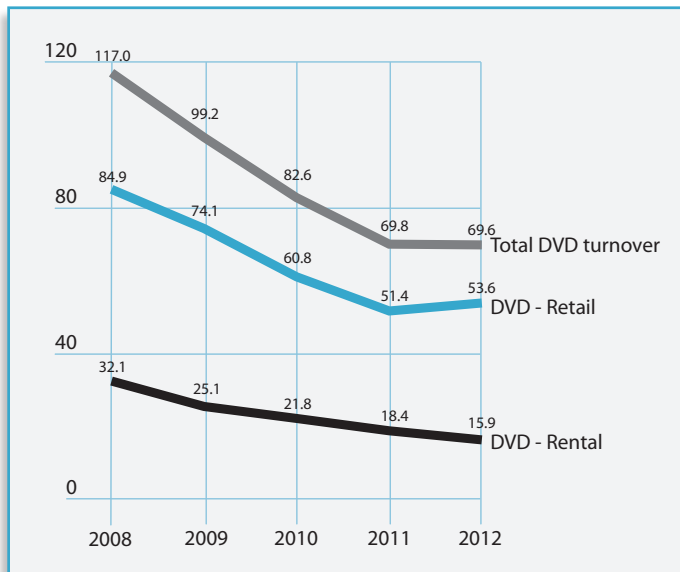
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	3.11	3.18	3.25	3.23	3.24
DVD player penetration of TV households	83.34%	84.67%	85.73%	84.64%	84.29%
Blu-ray disc player households	0.01	0.06	0.12	0.23	0.38
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.21%	1.53%	3.23%	5.98%	9.83%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

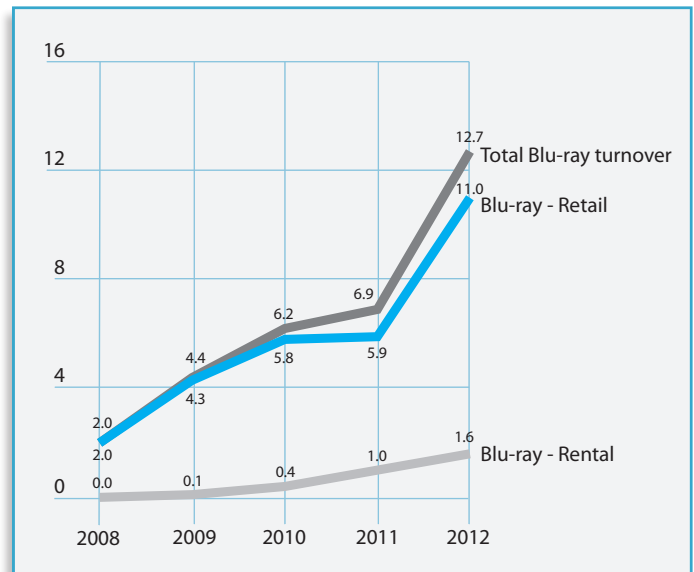


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

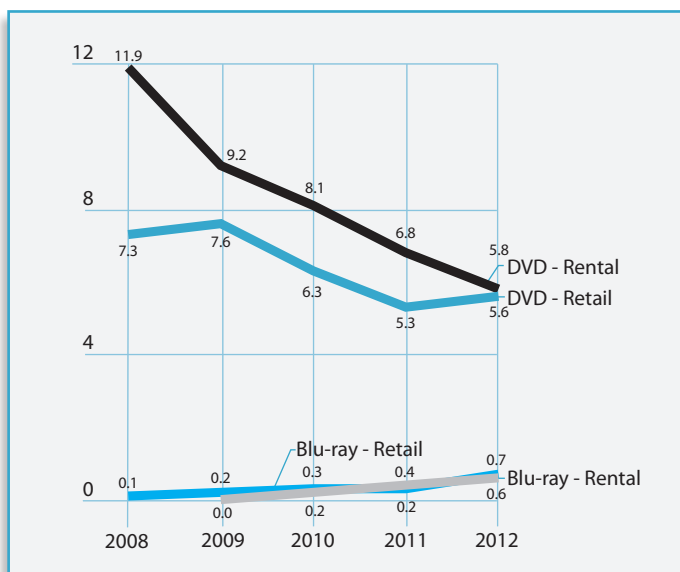


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.
Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

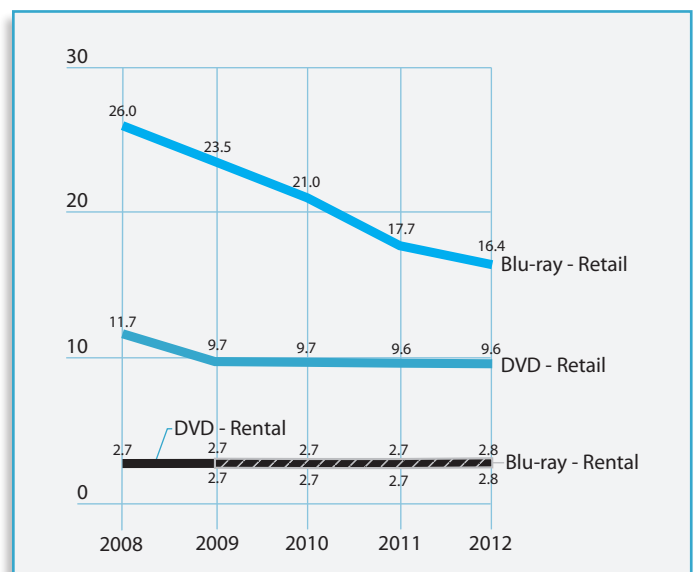
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

In Romania, the main players in the television market are Central European Media Enterprises (CME) and the Intact Media Group. In 2012, the audience share of Pro TV (CME) was 14.7% and that of Antena 1 (Intact Media Group) was 11%. CME has a total market share of about 20% (including Pro Cinema, Sport.ro, Acasa and Acasa Gold), and Intact Media Group about 19%. The public service channels had a combined daily audience share of 7% in 2012 (down from 24.1% in 2006). The public service broadcaster has had major financial problems which led to the closure of TVR Info and the merger of TVR Cultural and TVR2 in the Summer of 2012. TVR Info relaunched as TVR News in co-operation with Euronews in 2012. The German media group ProSiebenSat1 AG left the Romanian market after selling its main channel to the Greek Antenna Media Group at the end of 2013. Romania is an important centre for thematic television channels that target other countries. These include the Sport Klub Channels (Bosnia and Herzegovina, Croatia, Hungary, Poland, Romania, Slovenia), and the Film+ channels (Czech and Slovak Republics, Hungary, Romania) all of which are part of the RTL Group. Approximately 40 new national channels were licensed in Romania in the years 2012 and 2013, including channels from the operator RCS & RDS (lifestyle, documentary, news, sport etc.).

On the pay-TV market, three companies are competing in practically all communications sectors: RCS & RDS, UPC Romania and Romtelecom, with interests in cable, satellite, broadband and in some cases also telecommunications and IPTV. There is an ongoing investigation by the Competition Council in Romania looking at the degree of concentration of the market. According to the regulator Ancom, cable was the most important platform in Romania (50% of households) at the end of 2012. RCS & RDS is considered the main player in the market with 1.6 million subscribers end 2012. In September 2013, UPC Romania had 837 500 subscribers of which about 44% had digital services. The other important player is Romtelecom (who recently took over AKTA and Nextgen).

Approximately 30% of households were subscribing to satellite services at the end of 2012. The satellite sector experienced consolidation in 2012 resulting in three major players. This changed again in 2013 as two new services were launched. Orange Romania launched a satellite package and Eutelsat launched a satellite package called Freesat. The most important operators are DigiTV (RCS & RDS) with more than 1 million subscribers in Romania and Romtelecom also has more than 1 million subscribers.

En Roumanie, les principaux acteurs du marché de la télévision sont Central European Media Enterprises (CME) et Intact Media Group. En 2012, la part d'audience de Pro TV (CME) est de 14,7 % et celle d'Antena 1 (Intact Media Group) de 11 %. CME a une part de marché totale d'environ 20 % (y compris Pro Cinema, Sport.ro, Acasa et Acasa Gold) et Intact Media Group d'environ 19 %. Les chaînes de service public ont une part d'audience cumulée de 7 % en 2012 (contre 24,1 % en 2006). Le radiodiffuseur de service public a eu de graves problèmes financiers qui ont conduit à la fermeture de TVR Info et à la fusion de TVR Cultural et de TVR2 à l'été 2012. En 2012, TVR Info était relancée sous le nom TVR News en coopération avec Euronews. Le groupe de médias allemand ProSiebenSat.1 AG a quitté le marché roumain après la vente de sa chaîne principale à Antenna Media Group, groupe grec, fin 2013. La Roumanie est un centre important pour les chaînes de télévision thématiques qui ciblent d'autres pays. Il s'agit notamment des chaînes Sport Klub (Bosnie-Herzégovine, Croatie, Hongrie, Pologne, Roumanie, Slovaquie) et des chaînes Film+ (Républiques tchèque et slovaque, Hongrie, Roumanie) qui font toutes partie du Groupe RTL. Environ 40 nouvelles chaînes nationales ont reçu une licence en Roumanie en 2012 et 2013, y compris les chaînes de l'opérateur RCS & RDS (mode de vie, documentaires, actualités, sports, etc.).

Sur le marché de la télévision payante, trois sociétés sont en concurrence dans pratiquement tous les secteurs de la communication : RCS & RDS, UPC Romania et Romtelecom. Elles ont des intérêts dans le câble, le satellite, les réseaux large bande, voire dans les télécommunications et l'IPTV. Une enquête en cours du Conseil de la concurrence en Roumanie examine le degré de concentration du marché. Selon le régulateur Ancom, le câble est la principale plate-forme en Roumanie (50 % des foyers) fin 2012. RCS & RDS est considéré comme le principal acteur du marché avec 1,6 million d'abonnés fin 2012. En septembre 2013, UPC Romania compte 837 500 abonnés, dont environ 44 % à des services numériques. L'autre acteur important est Romtelecom (qui a récemment racheté AKTA et Nextgen).

Environ 30 % des ménages sont abonnés au satellite fin 2012. Le marché du satellite a connu une consolidation importante en 2012, à la suite de laquelle trois principaux acteurs ont émergé. La situation a de nouveau changé en 2013 avec le lancement de deux nouveaux services. Orange Romania et Eutelsat ont chacune lancé un bouquet satellite (Freesat pour la deuxième). Le principal opérateur est DigiTV (RCS & RDS) avec plus de 1 million d'abonnés

In Rumänien sind die wichtigsten Anbieter auf dem Fernsehmarkt die Central European Media Enterprises (CME) und die Intact Media Group. 2012 lag der Zuschauermarktanteil von Pro TV (CME) bei 14,7 % und der von Antena 1 (Intact Media Group) bei 11 %. CME hat einen Gesamtmarktanteil von rund 20 % (einschließlich der Nischensender Pro Cinema, Sport.ro, Acasa und Acasa Gold) und Intact Media Group von rund 19 %. Die Zuschauermarktanteile der öffentlich-rechtlichen Sender sind von 24,1 % 2006 auf 7 % 2012 zurückgegangen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hatte große finanzielle Probleme, die im Sommer 2012 zur Abschaltung von TVR Info und zur Fusion von TVR Cultural und TVR2 geführt haben. 2012 ging TVR Info unter dem Namen TVR News wieder auf Sendung, in Zusammenarbeit mit Euronews. Die deutsche Mediengruppe ProSiebenSat.1 AG hat sich aus dem rumänischen Markt zurückgezogen, nachdem sie ihren wichtigsten Sender Ende 2013 an die griechische Antenna Media Group verkauft hatte. Von Rumänien aus senden zahlreiche Themensender in andere Länder. Dazu zählen die Sport Klub-Sender (Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Ungarn, Polen, Rumänien, Slowenien) und die Film+-Sender (Tschechische und Slowakische Republik, Ungarn, Rumänien), alle Teil der RTL-Gruppe. In den Jahren 2012 und 2013 erhielten rund 40 neue landesweite Sender in Rumänien eine Lizenz, u.a. auch Sender der Mediengruppe RCS & RDS (Lifestyle, Dokumentarfilme, Nachrichten, Sport usw.).

Auf dem Pay-TV-Markt konkurrieren mit RCS & RDS, UPC Romania und Romtelecom drei Anbieter in nahezu allen Kommunikationsbranchen. Alle drei sind in den Bereichen Kabel, Satellit und Breitband und zum Teil auch als Telekommunikations- und IPTV-Anbieter aktiv. Der rumänische Wettbewerbsrat prüft derzeit den Grad der Marktkonzentration in diesem Bereich. Der Regulierungsbehörde ANCOM zufolge war Kabelfernsehen Ende 2012 die häufigste Art des Fernsehempfangs in Rumänien (50 % der Haushalte). Als größter Anbieter auf dem Kabelfernsehmarkt gilt RCS & RDS mit 1,6 Mio. Abonnenten Ende 2012. Im September 2013 hatte UPC Romania 837 500 Abonnenten, von denen etwa 44 % digitale Dienste nutzen konnten. Der andere wichtige Player ist Romtelecom (er hat vor kurzem AKTA und Nextgen übernommen).

Rund 30 % der Haushalte empfangen Fernsehen über Satellit. Auf dem Satellitenmarkt hat es eine erhebliche Konsolidierungswelle gegeben, und Ende 2012 gab es nur noch drei größere Anbieter. Das änderte sich 2013 wieder mit dem Markteintritt von zwei neuen Anbietern. Orange Romania startete ein Satellitenpaket, und der Satellitenbetreiber Eutelsat startete mit „Freesat“ eine neue Digital-TV-Plattform für den rumänischen

In 2011 Romtelecom bought and merged both Boom TV and Akta TV into its own satellite package Dolce. The other main player is UPC with 317 000 subscribers in September 2013. There are five IPTV services available in Romania: InesTV, Romtelecom, Massive Telecom, Gemini Networks and nTouchTV.

Following several years of delay in the launch of DTT, the strategy on digital switch-over was adopted in May 2013. Four national multiplexes shall be granted for UHF bands and one for VHF. The state owned radiocommunications provider *Societatea Națională de Radiocomunicații* (National Radiocommunications Society – SNR) will automatically have one multiplex. The SNR will be obliged to air the two main channels of the public television (TVR1 and TVR2), along with several commercial TV stations currently broadcasting via analogue terrestrial. The remaining four national multiplexes will be awarded by the national telecommunications regulating authority (National Authority for Administration and Regulation in Communications - ANCOM) in a selection procedure to be completed by April 2014. Switch-off will have to be implemented no later than 17 June 2015. In the meantime, two multiplex operators are carrying out tests: SNR (Radiocom) (10 channels broadcast in November 2011, one in HD) and MediaSat (two channels of the MediaPro group, broadcast in HD).

Regarding legal developments, towards the end of 2013 two proposed amendments to the Draft Law on the modification and completion of the Law No. 41/1994 on the organisation and operation of the Romanian Radio Broadcasting Corporation and of the Romanian Television Corporation were blocked. In October, the President of Romania sent back to the Parliament the Draft Law arguing that two of the three possibilities provided by the Draft Law for the economic development and extension of the public radio and TV activities in Romania and abroad are vague. The Law does not stipulate clear association criteria, neither for the acquisition of shares in order to set up private legal persons nor for the acquisition of shares of existing companies. In November, the Romanian Senate rejected another Draft Law on the modification of the Law No. 41/1994, which intended to cut the licence fee for the Romanian public media services.

en Roumanie et Romtelecom a également plus de 1 million d'abonnés. En 2011, Romtelecom a acheté et fusionné Boom TV et Akta TV dans son propre bouquet satellite Dolce. L'autre acteur principal est UPC avec 317 000 abonnés en septembre 2013. Cinq offres IPTV sont disponibles en Roumanie : InesTV, Romtelecom, Massive Telecom, Gemini Networks et nTouchTV.

Après plusieurs années de retard dans le lancement de la TNT, la stratégie sur le passage au numérique a été adoptée en mai 2013. Quatre multiplex nationaux seront accordés pour les bandes UHF et un pour la VHF. Le radiodiffuseur national *Societatea Națională de Radiocomunicații* (Société nationale de radiocommunication - SNR) aura automatiquement un multiplex. La SNR sera tenue de diffuser les deux principales chaînes de la télévision publique (TVR1 et TVR2), ainsi que plusieurs chaînes de télévision commerciales actuellement diffusées en mode analogique terrestre. Les quatre multiplex nationaux restants seront attribués par l'Autorité nationale pour l'administration et la régulation des communications (ANCOM) dans le cadre d'une procédure de sélection devant être terminée d'ici avril 2014. L'abandon de l'analogique devra être terminé au plus tard le 17 juin 2015. Dans le même temps, deux opérateurs de multiplex effectuent des tests : SNR (Radiocom) (10 chaînes diffusées en novembre 2011, l'une en HD) et MEDIASAT (deux chaînes du groupe MediaPro, diffusées en HD).

En ce qui concerne l'évolution juridique, vers la fin 2013, deux propositions d'amendements au projet de loi visant à modifier et à compléter la loi n° 41/1994 relative à l'organisation et au fonctionnement de la Société roumaine de radiodiffusion et de la Société roumaine de télévision ont été bloqués. En octobre, le Président roumain a renvoyé au parlement le projet de loi en faisant valoir que deux des trois possibilités offertes par le projet de loi pour le développement économique et l'extension des activités de la radio et de la télévision publiques en Roumanie et à l'étranger étaient trop vagues. La loi n'établit aucun critère d'association claire, ni pour l'acquisition de parts dans le but de créer des personnes morales privées, ni pour l'acquisition de parts de sociétés existantes. En novembre, le Sénat roumain a rejeté un autre projet de loi sur la modification de la loi n° 41/1994, visant à réduire les frais de licence pour les services publics de médias roumains.

Markt. Der bedeutendste Anbieter ist DigiTV (RCS & RDS) mit über 1 Mio. Abonnenten in Rumänien, Nummer 2 ist das Telekom-Unternehmen Romtelecom, das ebenfalls mehr als 1 Mio. Kunden hatte. 2011 übernahm Romtelecom Boom TV und Akta TV und integrierte sie in sein eigenes Satellitenpaket Dolce. Der andere große Anbieter ist UPC mit 317 000 Kunden im September 2013. Rumänien zählt fünf IPTV-Angebote (InesTV, Romtelecom, Massive Telecom, Gemini Networks und nTouchTV).

Nachdem der Start von DVB-T mehrmals verschoben werden musste, wurde im Mai 2013 die Strategie für die digitale Umrüstung verabschiedet. Vier nationale Multiplexe sollen im UHF-(Ultra High Frequency)Band senden und einer im VHF-(Very High Frequency)Band. Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt *Societatea Națională de Radiocomunicații* (SNR) wird automatisch einen Multiplex erhalten. Der SNR ist verpflichtet, die beiden wichtigsten Programme des öffentlich-rechtlichen Fernsehens (TVR1 und TVR2) sowie verschiedene kommerzielle Fernsehsender zu übertragen, die derzeit noch analog ausgestrahlt werden. Die verbleibenden vier nationalen Multiplexe werden von der nationalen Telekom-Regulierungsbehörde (ANCOM) in einem Auswahlverfahren vergeben, das im April 2014 abgeschlossen sein soll. Die Abschaltung des Analogsignals soll spätestens am 17. Juni 2015 abgeschlossen sein. In der Zwischenzeit führen zwei Multiplexbetreiber entsprechende Tests durch: SNR (Radiocom) (Übertragung von 10 Programmen im November 2011, eines in HD) und MediaSat (zwei Programme der MediaPro-Gruppe, beide in HD).

Was die Entwicklung im Bereich Medienrecht betrifft, so wurden Ende 2013 zwei Änderungsvorschläge zum Gesetz über die Änderung und Ergänzung des Gesetzes Nr. 41/1994 über die Organisation und Funktionsweise der Rumänischen Rundfunk- und Fernsehgesellschaft blockiert. Im Oktober hat der rumänische Staatspräsident den Gesetzentwurf an das Parlament zurückverwiesen mit der Begründung, dass zwei der drei in dem Gesetzentwurf vorgesehenen Möglichkeiten für die wirtschaftliche Entwicklung und die Ausweitung der Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Hörfunks und Fernsehens in Rumänien und im Ausland zu vage seien. Das Gesetz lege keine eindeutigen Assoziierungskriterien fest, weder für den Erwerb von Anteilen zur Gründung privatrechtlicher juristischer Personen, noch für den Erwerb von Anteilen an bestehenden Gesellschaften. Im November lehnte der rumänische Senat einen weiteren Gesetzentwurf zur Änderung des Gesetzes Nr. 41/1994 ab, mit dem die Rundfunkgebühren für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Rumänien gesenkt werden sollten.

► Consiliul Național al Audiovizualului (Romanian Broadcasting Regulatory Authority -CNA): www.cna.ro
Legal aspects: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

RO1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	21 305	
Households	7 433	↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			7 061
Cable TV subscriptions	51.1%	3 800	
Digital cable TV households	16.6%		1 237
Digital DTH/SMATV households	32.5%		2 419
Pay DTH/SMATV subscriptions	29.5%	2 193	
IPTV households	0.6%		44
Pay IPTV subscriptions	0.6%	44	
DTT households			
Pay DTT subscriptions			
Total digital TV households	49.8%		3 700
Total pay TV subscriptions	81.2%	6 037	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	49.3%		3 665
Households with broadband connections	44.7%		3 321
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	5.3%		394

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

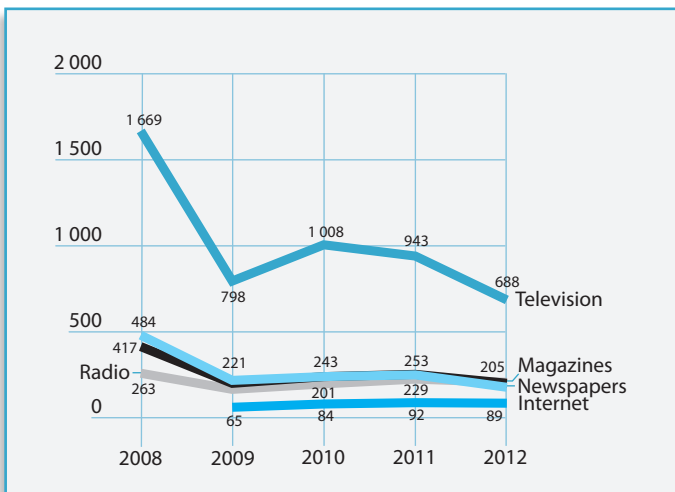
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

RO2

Advertising
2008-2012

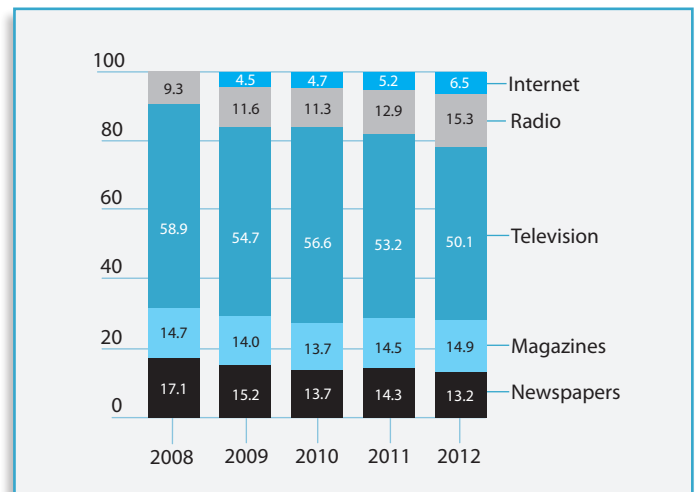
Total display adspend



2008-2012 RON million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

RO3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 RON million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Orange Romania SA ①	sattv, 3G TV	Orange TV	4 185	4 005	4 139	3.4%
Vodafone Romania SA ①	webtv	Vodafone TV (through the web)	3 599	3 480	3 550	2.0%
Romtelecom S.A. ①	3play, Sat-TV	Dolce	3 145	~	2 848	~
RCS & RDS SA ①	3Play, Sat-TV	Digi TV, Digi TV cable	1 957	2 241	2 303	2.8%
TVR	sptv	TVR1, TVR2, TVR Cultural, TVRi	560	571	~	~
UPC Romania SRL ①	CATV, Sat-TV	UPC Romania	569	542	561	3.5%
Pro TV S.A.	adtv	Pro TV, Acasa, Pro Cinema	510	498	477	-4.2%
Radio Romania	sprad	Radio Romania	400	405	419	3.3%
Antena TV Group SA	adtv	Antena1	222	235	231	-1.5%
Digital Cable System SA ①	3Play, Sat-TV	Akta TV	128	155	164	6.3%

① Includes telecommunication activities.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	>600	>600	Digital Cable Systems, RCS & RDS, Romtelecom (NetGen), UPC Romania, ...
Satellite packagers	4	4	Focus Sat (UPC), Orange Romania, RCS & RDS (Digi TV), Romtelecom (with three packages: Dolce, AKTA, Boom)
IPTV packagers	4	4	Ines Group, Gemenii Network, Romtelecom (Dolce), Massive Telecom
DTT multiplex operators and packagers	2	2	SNR, Mediasat
Mobile TV packagers	2	2	Orange Romania, Vodafone Romania
SmartTV stores providing AV applications		2	Samsung, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video cat.		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	TV daily market share 2012
1	Central European Media (BM/US) ①	Private	10	21.5%	19.6%
2	Intact Media Group	Private	8	18.5%	18.8%
3	Dogan Media (TR)	Private	1	6.3%	6.8%
4	TVR	Public	3	7.6%	6.2%
5	ProSiebenSat.1 Media AG (DE)	Private	4	5.6%	4.6%

① A majority of CME shares were acquired by Time Warner in 2013. The Time Warner's market share in Romania in 2012 was 2.8%.

➔ European Audiovisual Observatory

RO4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	RON million					In %					
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	821.1	883.7	874.3	899.9	~	90.7	94.8	93.9	94.7	~	~
- Aids/Grants	321.3	364.9	371.8	380.3	~	35.5	39.1	39.9	40.0	~	~
- Licence fee	499.7	518.4	499.0	515.1	~	55.2	55.6	53.6	54.2	~	~
- Others	0.1	0.4	3.5	4.6	~	0.0	0.0	0.4	0.5	~	~
Total commercial income	81.7	45.0	44.7	37.3	~	9.0	4.8	4.8	3.9	~	~
- Advertising	78.9	40.5	40.9	33.6	~	8.7	4.3	4.4	3.5	~	~
- Other commercial revenues	2.8	4.5	3.8	3.8	~	0.3	0.5	0.4	0.4	~	~
Others	2.6	3.7	12.1	13.2	~	0.3	0.4	1.3	1.4	~	~
TOTAL	905.5	932.4	931.1	950.5	~	100.0	100.0	100.0	100.0	~	~

Companies included: TVR and Radio Romania.

➔ European Audiovisual Observatory on data TVR and ROR/EBU-M.I.S.

RO5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	5	8	13
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	126	127
TV Regional/Local		344	344
TV Regional/Local Windows	5	15	20
TV channels targeting foreign markets	1	85	86
Pure TV online services (Web TV)			
Total	12	578	590
Foreign channels targeting the country	2	56	58

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	16	~
Catch-up TV services	24	30
VoD Generalist/ Film / Fiction	7	4
VoD Music / Music events		
VoD Film	3	5
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		2
Film/TV Archives and Trailers		2
Sport	1	1
Other		
Total (consolidated)	51	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

	Digital Terrestrial	Cable		Satellite		IPTV
	①	RCS & RDS	UPC Romania	Dolce	Digi TV RO	Ines
TV Channels						
Generalist - national	4	7	9	9	5	10
Generalist - foreign		8	10	3	5	13
Adult		1	5	5	1	8
Children		8	9	7	8	11
Culture/ education/ documentary		11	15	16	10	18
Minority interest groups			1	1		
Entertainment/ TV fiction/ games		13	25	18	14	20
Film		5	17	8	6	11
HD Simulcast of an existing channel		14	15	7	1	18
Home shopping			1			1
International linguistic and cultural		1	2	2	1	4
Lifestyle/ specific leisure/ travel		7	9	7	5	12
Music		12	18	11	12	16
News/ business		9	18	8	6	19
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local/ windows	5	10	2	1	2	6
Religion		2	2	1	2	4
Sports		8	10	7	7	11
Various			2	2		1
Total (of which HD)	9	116 (15)	170 (19)	113 (8)	85 (1)	183 (23)
On-demand audiovisual services						
VoD		1	1			1
Catch-up		1	1			
Other services						
Total		2	2			1

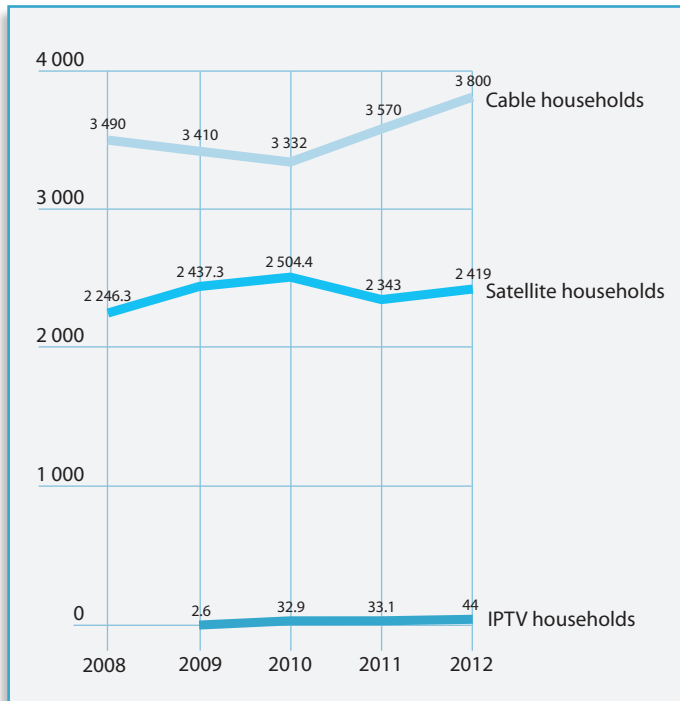
① DTT service is just in Bucharest and Sibiu.

 European Audiovisual Observatory

RO6

Market trends
2008-2012

Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➔ IHS Screen Digest

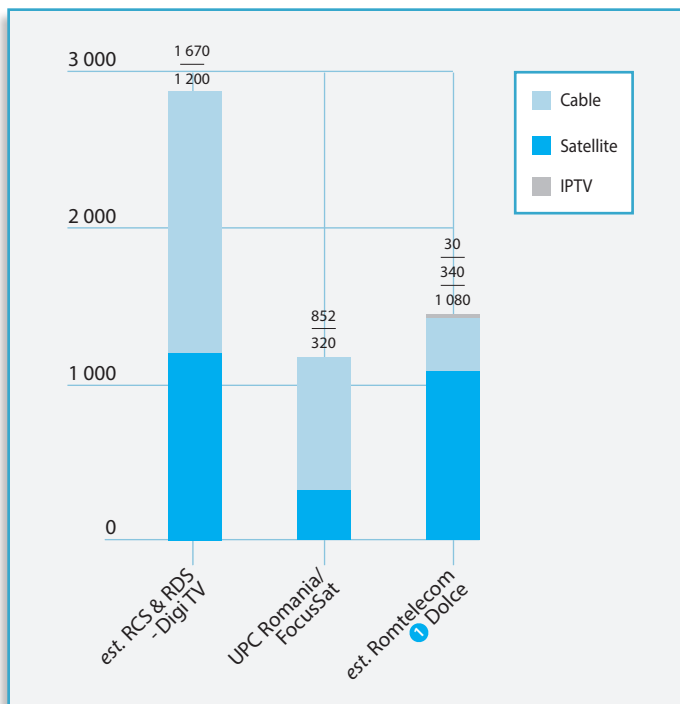
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➔ IHS Screen Digest

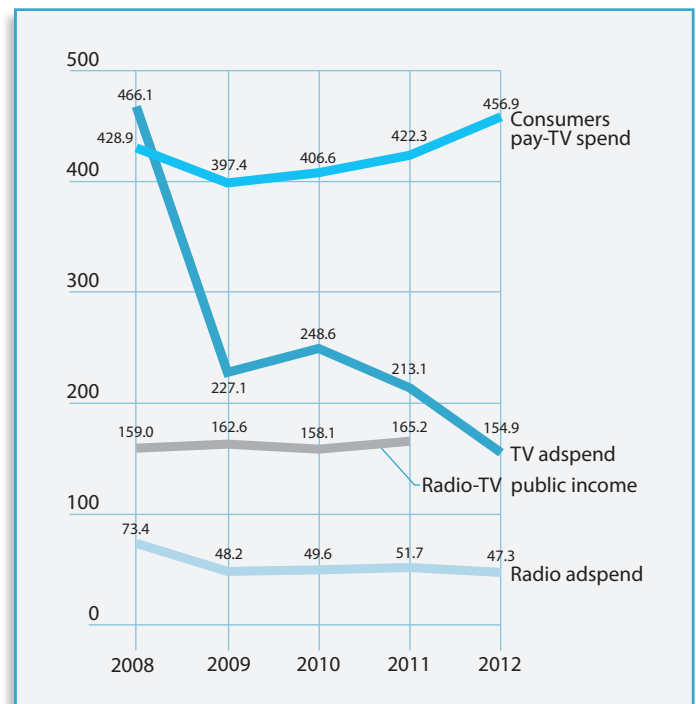
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2012 In thousands.

➔ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➔ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Waec, TVR, RR and EBU-M.I.S.

1 Cable includes Nextgen and Akta; Satellite services now include Boom TV and Akta since 2011.

RO7

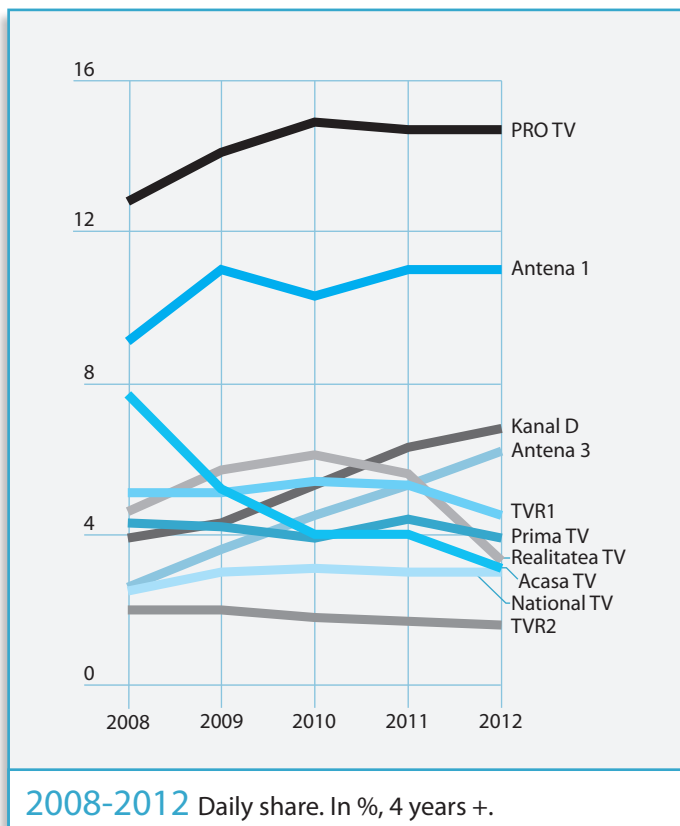
TV audience market share in Romania

2008-2012 In %, 4 years +.

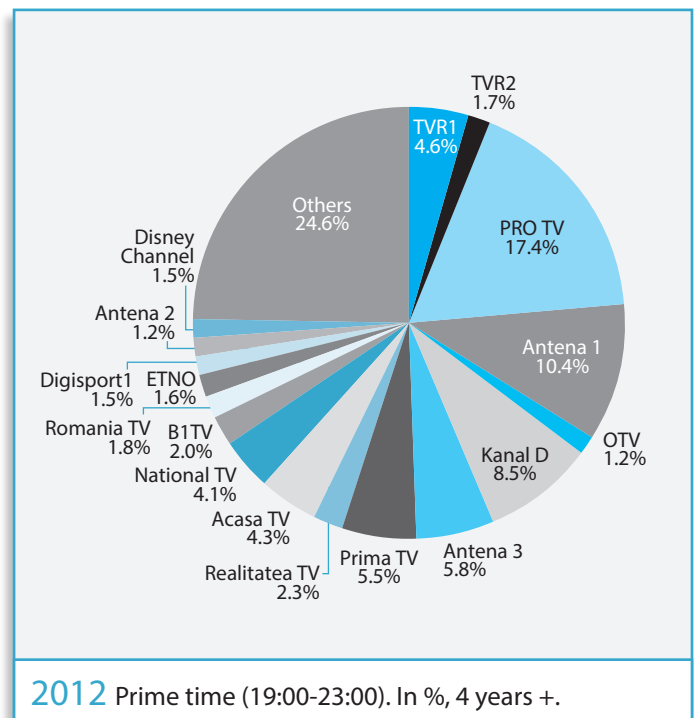
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
TVR1	5.1	5.1	5.4	5.3	4.5	6.0	5.7	6.8	6.4	4.6
TVR2	2.0	2.0	1.8	1.7	1.6	1.8	1.9	1.7	1.8	1.7
TVR Info	~	~	~	0.2	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Romanian public channels	7.1	7.1	7.6	8.0	6.2	7.8	7.6	8.9	8.7	6.4
PRO TV	12.8	14.1	14.9	14.7	14.7	14.9	16.4	17.5	16.8	17.4
Antena 1	9.1	11.0	10.3	11.0	11.0	11.7	12.4	10.8	11.0	10.4
Kanal D	3.9	4.3	5.3	6.3	6.8	4.5	4.6	5.2	6.8	8.5
Antena 3	2.6	3.6	4.5	5.3	6.2	2.1	3.0	4.2	5.0	5.8
Prima TV	4.3	4.2	3.9	4.4	3.9	5.0	5.3	5.0	5.8	5.5
Realitatea TV	4.6	5.7	6.1	5.6	3.3	3.3	4.3	4.6	4.2	2.3
Acasa TV	7.7	5.2	4.0	4.0	3.1	9.2	7.4	4.4	4.8	4.3
National TV	2.5	3.0	3.1	3.0	3.0	2.6	3.1	3.8	4.2	4.1
B1TV	1.3	1.4	1.3	1.2	2.2	1.4	1.7	1.4	1.1	2.0
Romania TV					2.1					1.8
ETNO	1.8	1.5	2.3	2.3	2.0	1.4	1.2	2.1	2.2	1.6
OTV	4.0	3.1	2.5	2.3	1.1	4.0	3.2	2.6	2.3	1.2
Digisport1				0.7	1.0				0.6	1.5
Romanian private channels	60.7	62.3	64.0	72.0	68.0	65.2	67.0	67.5	75.2	73.6
Disney Channel (former Jetix)	1.8	1.8	2.7	2.5	2.4	1.2	1.2	1.8	1.6	1.5
Cartoon Network	2.4	2.3	2.2	2.1	1.5	1.5	1.4	1.4	1.3	0.9
Minimax	2.0	1.8	1.7	1.8	1.5	0.7	0.5	0.5	0.6	0.3
Foreign channels	7.6	7.3	8.7	17.5	12.2	3.4	3.1	3.7	13.2	8.8
Others	24.6	23.3	19.7	2.5	13.6	23.6	22.3	19.9	2.9	11.2

Due to a switch from GfK to Kantar Media, the new measurement process is via audiomatching which explains why less channels are reported in 2012 as compared to 2011. The formula used to calculate Romanian public channels and takes into account the market shares of the previous year.

➔ Eurodata TV Worldwide / ARMA



➔ Eurodata TV Worldwide / ARMA



➔ Eurodata TV Worldwide / ARMA

RO8

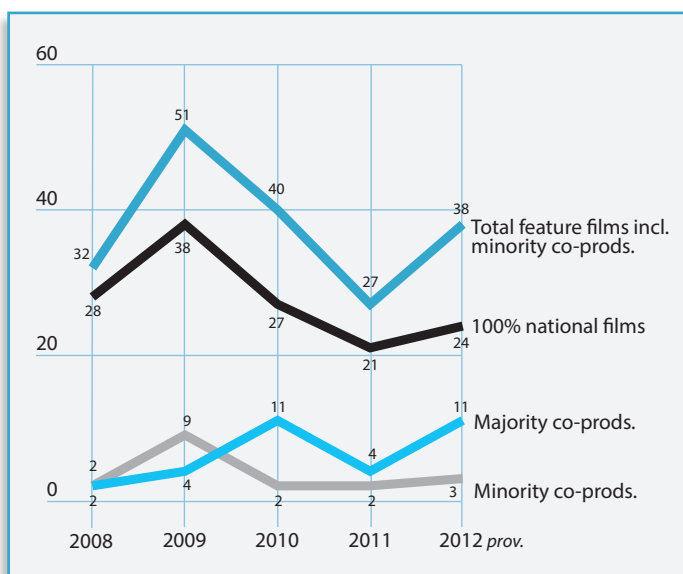
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	158 078	117 924	110 380	88 613	80 864	OBS
Screens	136	182	194	241	264	CNC
Cinema sites	75	74	68	75	81	CNC
Digital screens	14	40	61	111	136	MS
Digital cinema sites	3	13	17	28	34	MS
Digital screen penetration	10%	22%	31%	46%	52%	MS
Digital site penetration	4%	18%	25%	37%	42%	MS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / CNC (National Cinema Centre)

Number of theatrical feature films produced

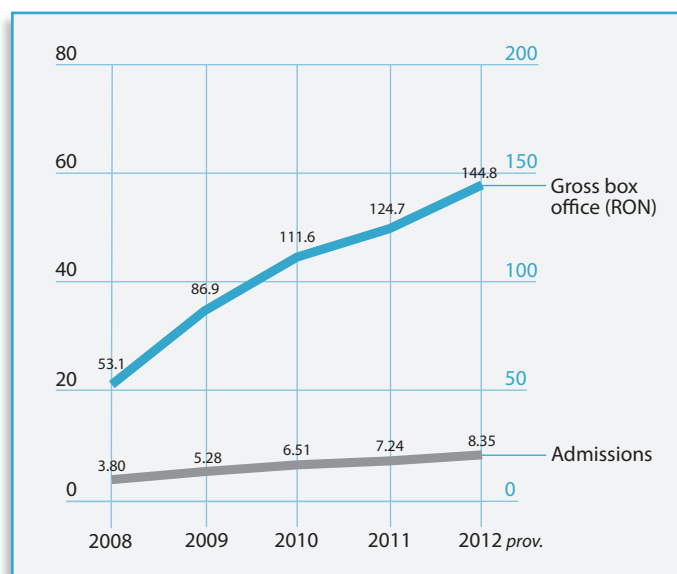


2008-2012 In units.

① Year of principal photography. Includes feature documentaries. In addition, Romania reported 33 incoming films in 2009, 21 in 2010 and 15 in 2011.

↳ CNC

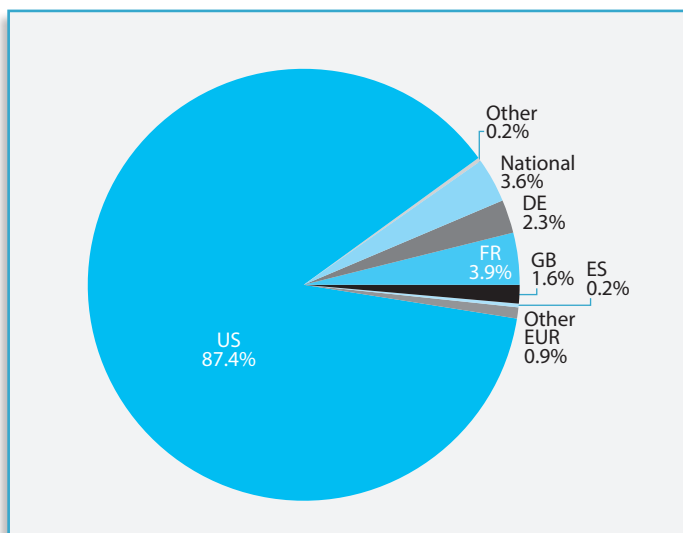
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ CNC

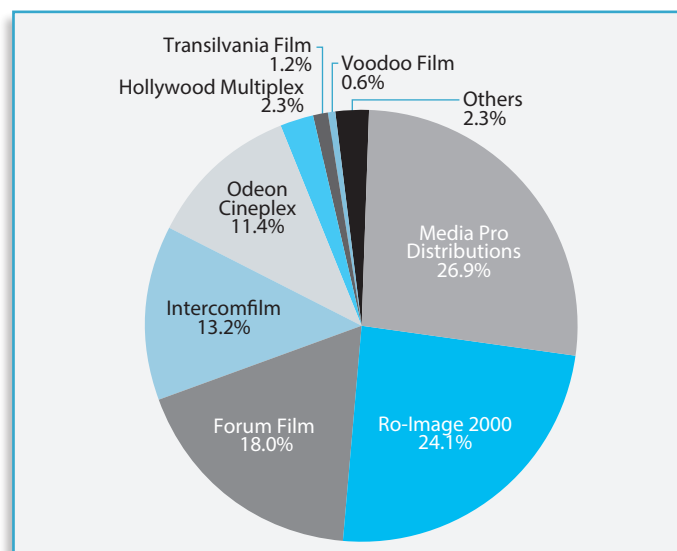
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

↳ CNC

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

↳ CNC

Regarding terrestrial television there are 21 central channels that claim to have national coverage. The level of their actual technical penetration varies significantly, from 99% to 36%. The industry has adopted a division of these channels into three groups:

- Russian universal channels (Channel One, Russia 1, NTV, Channel 5);
- Federal network channels (TV-Center, CTC, TNT, REN TV), one of which is universal "REN TV";
- Terrestrial channels, most of which are specialised (Russia 2, Russia K, Domashniy, MUZ TV, MTV, TV3, DTV, Russia 24, Euronews, 2x2, Zvezda, Semerka). Almost all terrestrial channels belong to large media holdings. The exceptions are TVCenter and Zvezda.

Channel One, Russia 1 and NTV, which inherited the USSR Central Television programme distribution network, have the greatest coverage. "Old" TV networks such as CTC, REN TV and TNT (the first Russian TV channels with network style broadcasting) are catching up with them as regards coverage.

The system of organisation of the TV networks broadcasting in Russia is similar to the USA. Television networks have a limited amount of their own stations and a large number of affiliated stations that provide airtime for the TV programmes for a particular fee and revenue from regional advertising. The difference is that in the U.S. the amount of stations that a TV network can own (the so-called Owned-and-operated stations) is legally limited: the total coverage of stations must not exceed 39% of all U.S. households. In Russia there are no legal restrictions, and the number of stations depends on the plans of a network's development, its financial capacity and the presence of stations that are available for purchase.

As of 1st January 2010, Russia had granted 12 957 television and radio broadcasting licences, and 19 772 electronic media outlets are registered. Radio and television broadcasting activities are carried out by more than 4 500 companies, including – 2 254 TV-and-radio stations and television-only stations and 2 246 radio stations. As of January 1, 2010, there were more than 93 500 registered outlets in the all-Russian Media Register. According to Roskomnadzor, the total number of control and supervision subjects entitled to pursue activities in the field of television and radio broadcasting in Russia, was 3 221. 29% of licenses were issued for terrestrial TV broadcasting, and 22% for cable transmissions.

On 8 December 2011 the Government of the Russian Federation adopted an ordinance that approved new rules on licensing television and radio broadcasting. This

La télévision terrestre compte 21 grandes chaînes qui revendiquent une couverture nationale. En fait, leur niveau de pénétration varie de 99 à 36 %. L'industrie classe ces chaînes en trois groupes :

- chaînes universelles russes (Channel One, Russia 1, NTV, Channel 5),
- chaînes de réseau fédéral (TV-Center, CTC, TNT, REN TV), REN TV étant universelle,
- chaînes terrestres, principalement thématiques (Russia 2, Russia K, Domashniy, MUZ TV, MTV, TV3, DTV, Russia 24, Euronews, 2x2, Zvezda, Semerka). A l'exception de TV-Center et Zvezda, elles appartiennent toutes à de grands groupes de médias.

Channel One, Russia 1 et NTV, héritières du réseau de distribution de la Télévision centrale de l'URSS, ont la plus grande couverture. Les « anciens » réseaux, comme CTC, REN TV et TNT (premières chaînes TV russes diffusées comme un réseau), les rattrapent dans ce domaine.

Les réseaux de télévision russes sont organisés comme ceux des Etats-Unis : ils possèdent un nombre limité de chaînes propres mais ont beaucoup de chaînes affiliées qui donnent du temps d'antenne contre une redevance et des recettes générées par la publicité régionale. La différence est que, aux Etats-Unis, la loi limite le nombre de chaînes qu'un réseau de télévision peut posséder (les chaînes détenues et exploitées) : les chaînes ne peuvent couvrir plus de 39 % des foyers américains. Aucune restriction légale ne s'applique en Russie : le nombre de chaînes dépend des objectifs de développement du réseau, de sa capacité financière et des chaînes disponibles à l'achat.

Au 1^{er} janvier 2010, la Russie avait accordé 12 957 licences de radio-télévision, et 19 772 médias électroniques étaient enregistrés. Ces activités sont entreprises par plus de 4 500 sociétés, dont 2 254 chaînes de TV et chaînes de TV/stations de radio et 2 246 stations de radio. Au 1^{er} janvier 2010, le registre russe des médias comptait 93 500 entrées. Selon Roskomnadzor, le nombre total de sujets de contrôle et de surveillance habilités à exercer des activités dans ce domaine en Russie était de 3 221. 29 % des licences concernaient la télévision hertzienne, 22 % le câble.

Le 8 décembre 2011, le Gouvernement de la Fédération de Russie a pris un décret qui approuvait les dispositions applicables à la radiodiffusion télévisuelle et radiophonique. Cette décision faisait suite à l'entrée en vigueur le 10 novembre 2011 de la loi « portant modification de certains textes de loi de la Fédération de Russie en vue d'améliorer la législation applicable au secteur de l'information de masse ». En vertu de ces dispositions, le Service fédéral de contrôle

Im Marktsegment des terrestrischen Fernsehens gibt es 21 zentrale Sender, die ihr Programm nach eigenen Angaben landesweit ausstrahlen. Die tatsächliche Haushaltsdurchdringung schwankt allerdings deutlich und reicht von 99 % bis 36 %. In der Industrie wird zwischen drei Arten von Sendern unterschieden:

- russische Universalsender (Channel One, Russia 1, NTV, Channel 5),
- föderale Sender (TV-Center, CTC, TNT, REN TV), darunter einen Universalkanal (REN TV),
- terrestrische Sender, von denen die meisten Spartenkanäle sind (Russia 2, Russia K, Domashniy, MUZ TV, MTV, TV3, DTV, Russia 24, Euronews, 2x2, Zvezda, Semerka). Nahezu alle terrestrischen Sender sind im Besitz großer Medienkonzerne. Einzige Ausnahmen sind TV-Center und Zvezda.

Channel One, Russia 1 und NTV, die das zentrale Verbreitungsnetz des Staatsfernsehens der UdSSR geerbt haben, verfügen über die größte geographische Reichweite. Die „alten“ Netzwerke wie CTC, REN TV und TNT (die ersten russischen TV-Sender mit einer netzwerkartigen Struktur) haben sie aber in dieser Hinsicht bald eingeholt.

Die Organisation der Fernsehnetzwerke in Russland ähnelt der in den USA. Die Netzwerke verfügen über eine begrenzte Anzahl an eigenen Sendern und über zahlreiche assoziierte Sender, die ihr Programm gegen eine Gebühr und Einnahmen aus der Regionalwerbung über das Netzwerk ausstrahlen. Ein Unterschied besteht darin, dass die Anzahl der Sender, die ein Fernsehnetzwerk besitzen darf (die so genannten *owned-and-operated* Sender), in den USA gesetzlich begrenzt ist. So dürfen die Sender eines amerikanischen Networks nur maximal 39 % aller amerikanischen Haushalte erreichen. In Russland hingegen gibt es keinerlei rechtliche Einschränkungen und die Anzahl der Sender hängt nur von der Planung des Fernsehnetzwerks, seiner finanziellen Möglichkeiten und der Verfügbarkeit von Sendern ab.

Zum 1. Januar 2010 gab es in Russland 12 957 genutzte Fernseh- und Hörfunklizenzen sowie 19 772 eingetragene elektronische Medien. Über 4 500 Unternehmen strahlen Hörfunk- bzw. Fernsehprogramme aus, davon mindestens 2 254 TV und Radio- oder reine TV-Sender und mindestens 2 246 reine Radiosender. Ebenfalls Stand 1. Januar 2010 gab es über 93 500 im landesweiten Medienregister eingetragene Medien. Laut Angaben der Telekommunikationsbehörde Roskomnadzor lag die Gesamtzahl der Rechtssubjekte mit der Berechtigung zur Ausübung von Rundfunk Tätigkeiten in Russland bei 3 221. 29 % der Lizenzen

follows the entering into force on 10 November 2011 of the Statute "On amending some legal acts of the Russian Federation in order to improve legal regulation in the sphere of mass information". The rules set down that the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecommunications, Information Technologies and Mass Communications remains the licensing body. This Service, under the Ministry of Communications and Mass Communications, is part of the Government. A necessary condition of issuing a licence to an applicant is the establishment of an editorial board with its statute and registration carried out in accordance with the Statute "On the Mass Media". In case of rebroadcasting there should be a contract with an editorial board of the TV or radio channel, established in accordance with this statute. Under the realm of broadcasting, Russian law now understands any form or platform of dissemination of TV and radio channels as a conglomerate of programmes formed in accordance with the relevant listings.

The Federal Target Programme (FTP) for the development of broadcasting for 2009-2015 was adopted in November 2009, defining the goals and objectives of the transition to digital technology, programme indicators and metrics, dates and stages of its implementation, the amount and sources of its funding.

The second stage of the Programme (2010-2015) includes implementation of planned broadcasting development activities, widespread transition to digital broadcasting, creation of conditions for sequential shut-down of analogue broadcasting in the country, and complete establishment of a common information area in the Russian Federation, including modernisation and expansion of existing TV and radio broadcasting infrastructure (upgrading, retooling of antenna mast structures and engineering utilities, replacement of emergency facilities and structures); construction of digital terrestrial broadcasting networks for delivery of "must-carry" TV and radio channels and other free access channels; construction and launch of communications and broadcasting satellites; construction of digital and VHF-FM radio networks; awareness raising activities to ensure successful and smooth introduction of digital broadcasting in the Russian Federation; creation of an archival digitalisation system.

The construction of the first multiplex broadcasting network began in 2009 and is likely to continue until 2013. According to J'Son and Partners, 12 million urban and 5 million rural households were able to receive DTT at the beginning of 2012. The penetration in mid-2012 was estimated at 11%, the rates being higher in cities with over 100 000 inhabitants,

des télécommunications, des technologies de l'information et des communications de masse reste l'organisme compétent pour l'octroi des licences de radiodiffusion. Ce service, placé sous la tutelle du ministère des Communications et des Communications de Masse, fait partie intégrante du gouvernement. La création d'un comité de rédaction dont les statuts et l'enregistrement sont conformes à la loi relative aux médias de masse est une condition préalable essentielle à l'octroi d'une licence. En vertu de cette loi, il importe que, dans le cadre d'une rediffusion, un contrat spécifique soit conclu avec le comité de rédaction de la chaîne de télévision ou la station de radio concernée. En matière de radiodiffusion, la législation russe assimile à présent toute forme ou plate-forme de diffusion des chaînes de télévision et des stations de radio à un ensemble de programmes regroupés en fonction de la pertinence de leurs contenus.

Le programme fédéral cible (FTP) pour le développement de la radiodiffusion pour 2009-2015 a été adopté en novembre 2009. Il définit les objectifs du passage au numérique, les indicateurs et mesures du programme, les dates et étapes de sa mise en œuvre, les montants et sources de son financement.

La 2^e phase du programme (2010-2015) comprend : la mise en œuvre des activités de développement de la radiodiffusion prévues ; le passage généralisé à la radiodiffusion numérique ; la création des conditions pour l'arrêt séquentiel de la radiodiffusion analogique dans le pays et la création totale d'une zone d'information commune en Fédération de Russie, y compris la modernisation et l'expansion de l'infrastructure de radiodiffusion existante (mise à niveau, modernisation des installations techniques et structures des mâts d'antenne, remplacement des installations et structures d'urgence) ; la construction de réseaux de radiodiffusion numérique terrestre pour la diffusion des chaînes TV et radio obligatoires et autres chaînes gratuites ; la construction et le lancement de satellites de communication et de radiodiffusion ; la construction de réseaux de radio numérique et VHF-FM ; les activités de sensibilisation pour assurer l'introduction en douceur réussie de la radiodiffusion numérique en Fédération de Russie ; et la création d'un système de numérisation des archives.

La construction du 1^{er} réseau de radiodiffusion multiplex a commencé en 2009 et devrait se prolonger jusqu'en 2013. Selon J'Son and Partners, 12 millions de foyers urbains et 5 millions de foyers ruraux étaient en mesure de recevoir la TNT au début de 2012. Le niveau de pénétration à la mi-2012 était estimé à 11 %, avec des taux plus élevés dans les villes de plus de 100 000 habitants, où

wurden für terrestrisches Fernsehen, 22 % für Kabelfernsehen vergeben.

Am 8. Dezember 2011 hat die Regierung der Russischen Föderation einen Erlass über neue Regelungen zur Lizenzvergabe für die Fernseh- und Radioübertragung verabschiedet. Zuvor war am 10. November 2011 das Gesetz zur Änderung einiger Rechtsakte der Russischen Föderation zur Verbesserung der rechtlichen Regulierung der Massenmedien in Kraft getreten. Nach den Regelungen bleibt der Bundesdienst zur Überwachung im Bereich Telekommunikation, Informationstechnologien und Massenkommunikation die Lizenzbehörde. Der Dienst untersteht dem Ministerium für Kommunikation und Massenkommunikation und ist Teil der Regierung. Eine notwendige Voraussetzung für die Vergabe einer Lizenz an einen Antragsteller ist die Einrichtung einer Redaktion mit Statuten und Registrierung gemäß dem Gesetz zur Regulierung der Massenmedien. Im Fall der Weiterverbreitung muss ein Vertrag mit einer Redaktion des gemäß diesem Gesetz gegründeten Fernseh- oder Hörfunksenders vorliegen. Rundfunk umfasst nach russischem Recht nun jede Form oder Plattform zur Verbreitung von Fernsehoder Hörfunkangeboten als ein Konglomerat von Programmen, die entsprechend den relevanten Listen gebildet wurden.

Im November 2009 wurde das Föderale Zielprogramm (FZP) für die Entwicklung des Rundfunks im Zeitraum 2009-2015 verabschiedet. Darin werden die Ziele bei der Umstellung auf Digitaltechnik, verschiedene Programmindikatoren und Kennzahlen, die Termine und Phasen für die Umsetzung des Programms sowie das Budget und die Quellen für seine Finanzierung festgelegt.

Die zweite Phase des Programms (2010-2015) umfasst die Umsetzung der geplanten Rundfunkentwicklungsaktivitäten, eine weitgehende flächendeckende Umstellung auf Digitalfernsehen, die Schaffung der Voraussetzungen für eine schrittweise Abschaltung des analogen Rundfunks sowie die vollständige Einrichtung eines gemeinsamen Informationsraums in der Russischen Föderation, einschließlich Modernisierung und Ausbau der vorhandenen Rundfunkinfrastruktur (Auf- und Umrüstung der Antennenmasten und technischen Anlagen, Ersetzung der Notfalleinrichtungen). Hinzu kommt der Aufbau digitaler Fernsehnetzwerke für die Bereitstellung der Pflichtsender und anderer frei empfangbarer Kanäle; die Konstruktion und der Start von Kommunikations- und Rundfunksatelliten; der Aufbau von digitalen und UKW-Radionetzen; bewusstseinsbildende Maßnahmen zur Sicherstellung einer reibungslosen Einführung des Digitalfernsehens in der Russischen Föderation; der Aufbau eines digitalen Archivs.

where DTT reception rose by 19.8% in the first six months of 2012. Under the government's plans, 31% of households should have been able to receive DTT from 2011. According to the Federal Broadcasting Agency, a third of the population could receive the DVB-T signals when the DVB-T2 standard was introduced (early 2012). According to a field study conducted by J'Son & Partners, over 57% of the population were aware of the availability of free-to-air DTT. However, again according to J'Son & Partners, the actual use of DTT is limited to less than half of all households able to receive it. Only 11% of the population use the DTT services, while the other 19% with access do not use them. In mid-2012, 76% of subscribers to the DTT services received them via built-in receivers and only 24% of households used the set-top boxes supplied free by the providers. The 2nd and 3rd multiplexes will be built from 2013 to 2015. The construction of centres for the creation and delivery of multiplexes is planned for 2010-2013. Cable and satellite are still the means of distribution favoured by Russian households.

On 20 April 2013 the Russian president Vladimir Putin signed a decree effectively changing the composition of the country's first DTT multiplex. (see IRIS 2011-7/41, IRIS 2009-10/25 and IRIS plus 2013-1). This multiplex will now no longer carry a regional channel and will be entirely federal, with the 10th slot being allocated to the TV company "TV Tsentr" (TV Center). TV Center is an open stock company with over 99 percent of the stock in the hands of the City Government of Moscow (which is legally not a municipality, but rather a subject of the Russian Federation, or a province), the chair of the board of the company is the Mayor. In December 2012 the company won a slot on the second multiplex; the fate of this free space is now unclear.

According to research by the Russian Association of Communication Agencies in 2012 advertising revenues of channels increased by 9% to RUB 143.2BN (VAT not included). As much as RUB 139.9 BN was earned by terrestrial broadcasters and the other RUB 3.31BN by production companies and distributors of thematic channels broadcast via cable networks and satellite. In total, TV as a segment dominated in terms of the whole advertising market. For the six most significant players (Channel One, Russia 1, NTV, CTC, TNT and REN TV), their advertising volume share on the terrestrial TV amounted to 70% in 2012. Moreover, the most significant purchases of premiere TV and cinema content in Russia was also attributed to these channels.

la réception de la TNT a augmenté de 19,8 % pendant le premier semestre 2012. Suivant la planification du gouvernement, 31 % des foyers devaient recevoir la TNT dès 2011. Selon l'Agence fédérale de radio-télévision un tiers de la population était déjà en mesure de recevoir les signaux DVB-T lorsque la norme DVB-T2 a été introduite (au début de 2012). Selon une étude de terrain conduite par J'Son & Partners, plus de 57 % de la population était consciente de l'accessibilité gratuite à la TNT. Cependant, toujours selon J'Son & Partners, l'usage réel de la TNT se limite à moins de la moitié des foyers qui peuvent s'y connecter. Seulement 11 % de la population s'abonne à des services payants en TNT, alors que 19 % n'ont pas regardé des services gratuits. A la mi-2012, 76 % des abonnés à des services TNT les recevaient via des récepteurs intégrés et seulement 24 % des foyers utilisaient les boîtiers sponsorisés par les fournisseurs. Les 2^e et 3^e multiplex seront construits de 2013 à 2015. La construction de centres de création et livraison de multiplex est prévue pour 2010-2013. Le câble et le satellite restent les modalités de distribution préférées des foyers russes.

Le Président russe, Vladimir Poutine, a signé le 20 avril 2013 un décret modifiant la composition du premier multiplex TNT du pays. Ce multiplex ne comprendra plus de chaîne régionale comme initialement prévu, mais uniquement des chaînes nationales. La 10^e place libre sera attribuée à la chaîne de télévision TV Tsentr (TV Centre). TV Centre est une société par actions ouverte détenue à plus de 99 % par le gouvernement de la ville de Moscou (qui, du point de vue juridique, n'est pas une municipalité mais plutôt un sujet ou une province de la Fédération de Russie) ; son maire préside le conseil d'administration de la société. En décembre 2012, la société s'était vu attribuer une place sur le second multiplex ; l'avenir de cet espace libre n'est pas encore connu.

Une étude menée par l'Association russe des agences de communication montre que les recettes publicitaires des chaînes ont augmenté de 9 % en 2012 pour atteindre 143,2 milliards de RUB (hors TVA). Les radiodiffuseurs terrestres en ont encaissé pas moins de 139,9 milliards, les 3,31 milliards restants se répartissant entre les sociétés de production et les distributeurs de chaînes thématiques sur les réseaux câblés et le satellite. Globalement, le segment télévisuel dominait le marché de la publicité. Les six principaux acteurs (Channel One, Russia 1, NTV, CTC, TNT et REN TV) ont concentré 70 % du volume publicitaire diffusé sur la télévision terrestre en 2012. Ces chaînes ont également effectué les achats les plus importants de contenus télévisés et cinématographiques en première diffusion en Russie.

Der Aufbau des ersten Multiplex-Rundfunknetzes wurde 2009 begonnen und dürfte bis 2013 dauern. Anfang 2012 konnten nach Daten von J'Son & Partners 12 Mio. Haushalte in den Städten und 5 Mio. auf dem Land DVB-T empfangen. Die Penetrationsrate wurde Mitte 2012 auf 11 % geschätzt, mit höheren Werten in Städten mit über 100 000 Einwohnern, wo der DVB-T-Empfang im ersten Halbjahr 2012 um 19,8 % anstieg. Nach Regierungsplänen sollten bereits 2011 31 % der Haushalte DVB-T empfangen können. Laut Angaben der Rundfunkbehörde konnte schon ein Drittel der Bevölkerung die DVB-T-Signale empfangen, als (Anfang 2012) die Norm DVB-T2 eingeführt wurde. Eine von J'Son & Partners durchgeführte Feldstudie ergab, dass über 57 % der Bevölkerung über den kostenlosen Zugang zu DVB-T informiert war. Allerdings sei die Nutzung von DVB-T geringer, da nur weniger als die Hälfte der Haushalte tatsächlich über einen Anschluss verfügten. Lediglich 11 % der Bevölkerung nutzen DVB-T-Dienste, während 19 %, die Empfang haben, diese Dienste nicht in Anspruch nehmen. Mitte 2012 empfingen 76 % der Abonnenten DVB-T-Dienste über eingebaute Empfangsgeräte und nur 24 % der Haushalte verwendeten die von den Herstellern gesponserte Set-Top-Box. Das zweite und dritte Multiplexnetz sind für 2013 bis 2015 geplant. Der Bau von Zentren für die Einrichtung und Bereitstellung von Multiplexnetzen soll zwischen 2010 und 2013 erfolgen. Kabel und Satellit sind die bei den russischen Haushalten nach wie vor beliebtesten Verbreitungsarten.

Am 20. April 2013 hat der russische Präsident Wladimir Putin eine Verordnung unterzeichnet, die die Zusammensetzung des ersten DVB-T-Multiplex des Landes effektiv ändert. Dieser Multiplex wird keinen regionalen Kanal mehr übertragen und vollständig an nationale Sender vergeben; den zehnten Platz erhält die Fernsehgesellschaft TV Zentr. TV Zentr ist eine offene Aktiengesellschaft, die zu über 99 Prozent der Stadt Moskau gehört. Moskau ist rechtlich gesehen keine Kommune, sondern ein Subjekt der Russischen Föderation und damit eine Provinz. Vorsitzender des Verwaltungsrats ist der Bürgermeister. Im Dezember 2012 gewann das Unternehmen einen Platz auf dem zweiten Multiplex; was mit dieser Kapazität geschieht, ist derzeit unklar.

Untersuchungen des Russischen Verbands der Kommunikationsagenturen AKAR zufolge stiegen die Werbeeinnahmen der Fernsehsender 2012 um 9 % auf den Rekordwert von 143,2 Mrd. RUB (ohne MwSt.). Davon entfielen allein 139,9 Mrd. RUB auf die terrestrischen Sender und gerade einmal 3,31 Mrd. RUB auf Produktionsgesellschaften und

Analysis of the origin of the content broadcast by the federal channels

As for the breakdown of national domestic and foreign content broadcast by the leading channels compared to the total broadcasting time, it should be mentioned that this aspect has remained constant for the last 2 years in terms of both the total volume and individual channels. In 2012, according to the data of KVG Research, the national content broadcast by the TV channels which were analysed corresponded to 77% of the total content broadcast whereas the foreign content was 23%. In absolute terms, in 2012 the volume of foreign content corresponded to over 10 000 hours or about 12 000 titles. Only 11% of the foreign broadcasts consisted of premiere content. To put this in perspective, in 2012 the volume of premiere content for the national content corresponded to 43%.

Two TV channels, CTC (45%) and TNT (41%), aired a variety of foreign content most actively. These TV channels still keep offering foreign full-length films, TV series and animation projects to their audiences. The share of foreign projects aired by NTV equaled 5% and contained mainly films and TV series which were as a rule broadcast at night. As for share of the national content on air, Russia 1 ranks 2nd with 90%, followed by Channel One (81%), which is ahead of REN TV by 1% (REN TV obtained 80%).

Russian production companies cannot currently compete with foreign players in two areas: full-length films, of which 83% are foreign projects; and animated films and series, of which 83.4% are foreign products.

Origine des contenus diffusés par les chaînes fédérales

Il convient de noter que la répartition entre les contenus nationaux et étrangers diffusés par les grandes chaînes rapportée au temps de radiodiffusion total est constante depuis deux ans, tant du point de vue du volume total que des chaînes individuelles. En 2012, selon les chiffres fournis par KVG Research, 77 % des contenus diffusés par les chaînes analysées étaient d'origine nationale et 23 % d'origine étrangère. En termes absolus, le volume de contenus étrangers diffusés en 2012 représentait plus de 10 000 heures, soit environ 12 000 titres. Seuls 11 % d'entre eux étaient proposés en première diffusion, contre 43 % des programmes nationaux, à titre de comparaison.

Les chaînes CTC (45 %) et TNT (41 %) ont été les plus actives dans ce domaine, diffusant des contenus étrangers de nature variée, puisqu'elles continuent d'offrir des longs métrages, séries télévisées et programmes d'animation étrangers. NTV proposait pour sa part 5 % de programmes étrangers, principalement des films et des séries diffusés en règle générale de nuit. Du point de vue de la proportion de contenus nationaux diffusés, Russia 1 occupe la deuxième place (90 %), suivie par Channel One (81 %) et REN TV (80 %).

Il est deux domaines dans lesquels les sociétés de production russes ne parviennent pas actuellement à concurrencer les acteurs étrangers : les longs métrages (qui sont à 83 % des produits étrangers), ainsi que les films et séries d'animation (à 83,4 % étrangers).

En 2012, 71 % des programmes étrangers diffusés par les grandes chaînes terrestres

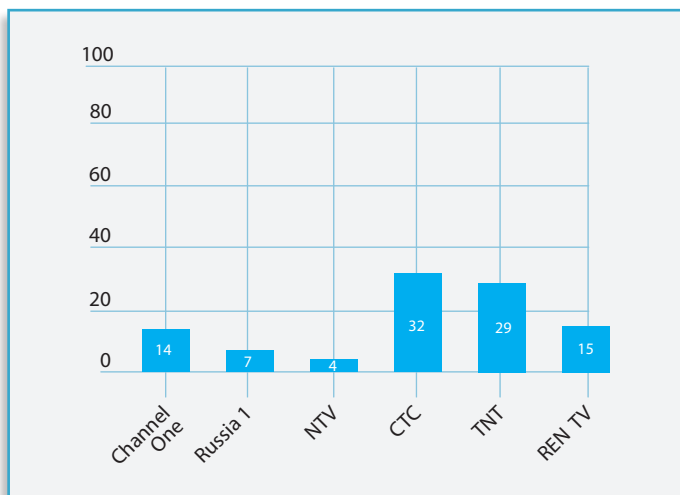
Themensender, die über Kabel und Satellit ausgestrahlt werden. Das Fernsehen ist mit Abstand die Nummer eins auf dem russischen Werbemarkt. Der Anteil der sechs bedeutendsten Sender (Erster Kanal, Russland 1, NTV, CTC, TNT und REN TV) an den Werbeeinnahmen im terrestrischen Fernsehen betrug 2012 70 %. Diese Sender zählten auch zu den Kunden, die die meisten Premium-Inhalte für das Fernsehen in Russland kauften.

Analyse der Herkunft der Inhalte, die von den landesweiten Sendern ausgestrahlt werden

Vergleicht man die Aufschlüsselung der nationalen und ausländischen Inhalte von Fernsehprogrammen, die von den führenden Kanälen gesendet werden, mit der Gesamtsumme, so lässt sich feststellen, dass dieser Aspekt in den letzten beiden Jahren konstant geblieben ist, und zwar sowohl im Hinblick auf den Gesamtumfang, als auch was die einzelnen Sender anbetrifft. Den Angaben von KVG Research zufolge waren 2012 77 % aller Inhalte, die von den untersuchten Fernsehsendern ausgestrahlt wurden, nationaler Provenienz – ausländische Inhalte kamen gerade einmal auf 23 %. In absoluten Zahlen entsprach der Umfang ausländischer Inhalte 2012 mehr als 10.000 Stunden Sendezeit oder 12.000 Titeln. Bei lediglich 11 % der ausländischen Programme handelte es sich um Premium-Inhalte. Bei den nationalen Inhalten lag dieser Anteil 2012 dagegen bei 43 %.

Besonders hoch war der Anteil ausländischer Inhalte bei zwei Fernsehsendern: bei CTC (45 %) und bei TNT (41 %). Diese Sender bieten ihren Zuschauern nach wie vor ausländische Filme in voller

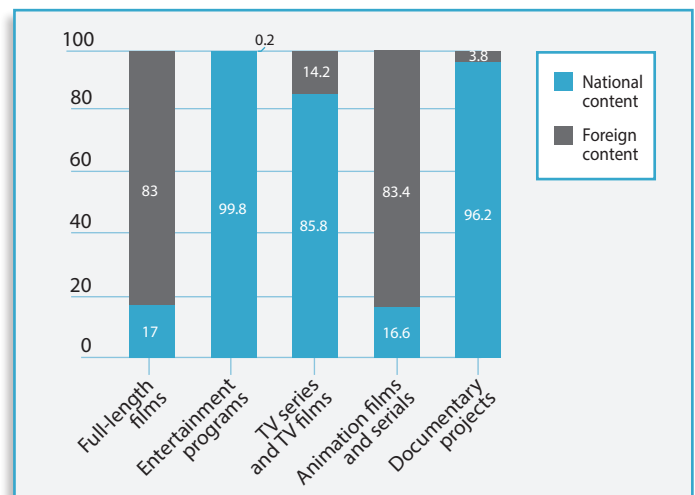
Distribution of premiere foreign content



2012 In %, by the total air time

TV Channels: Channel One, Russia 1, NTV, CTC, TNT, REN TV. KVG Research, TVRETE

Breakdown of national and foreign content



2012 In %, by the total air time of content type

TV Channels: Channel One, Russia 1, NTV, CTC, TNT, REN TV. KVG Research, TVRETE

In 2012 71% of all foreign TV projects broadcast by the leading Russian terrestrial TV channels came from the USA. Great Britain ranked 2nd, having achieved 6% of all unique project titles, followed by France with 5%. Other countries accounted for between 1-3% out of the whole of terrestrial broadcasts in terms of the period analysed. Over 40 other countries were listed among the remaining 5% (which appears as 'others'), containing, in particular, Spain, Belgium, Sweden, Denmark, Czech Republic and Hungary.

Additional broadcasting platforms for TV and cinema content which are actively developed in Russia enable foreign companies to profit using other sales channels. In summer 2013 there existed about 60 online VOD resources which contained licensed content. According to the data of KVG Research, 52% of all resources have both national and foreign content in their libraries. 45% of all resources deal only with national content, 88% of which contain video platforms affiliated with TV channels. iTunes by Apple appeared in Russia at the end of 2012. Smart TV turned out to be a real breakthrough in recent years in Russia. Over 50% of all applications offered by the stores are Russian speaking. The most significant Russian online video platforms are: tvigle.ru, ivi.ru, megogo.ru, now.ru, videomore.ru, zoomby.ru, play.ru and others, as well as applications of Russian TV channels (Channel One, CTC, Domashniy, Peretz, Dozhd and RBC). 35% of all resources are English speaking and are dominated by information, music and educational content.

russes provenaient des Etats-Unis. Le Royaume-Uni arrivait deuxième et totalisait 6% des titres, suivi par la France (5%). Plusieurs pays représentaient entre 1 et 3% des contenus diffusés par la télévision terrestre sur la période analysée. Enfin, les 5% restants, réunis sous l'appellation « others » (autres), regroupaient plus de 40 pays dont, notamment, l'Espagne, la Belgique, la Suède, le Danemark, la République tchèque et la Hongrie.

Grâce aux autres plates-formes de diffusion de contenus télévisuels et cinématographiques, qui connaissent un développement actif en Russie, les entreprises étrangères peuvent tirer parti d'autres canaux de vente. A l'été 2013, il existait quelque 60 services en ligne de vidéo à la demande proposant des contenus sous licence. Selon l'étude de KVG Research, 52% d'entre eux disposent dans leur vidéothèque de contenus tant nationaux qu'étrangers. Parmi les 45% proposant exclusivement des contenus nationaux, 88% comportent des plates-formes vidéo affiliées à des chaînes de télévision. L'offre iTunes d'Apple a fait son apparition en Russie fin 2012. La télévision connectée a connu une poussée notable ces dernières années dans le pays. Plus de la moitié des applications commercialisées sont en langue russe. Les principales plates-formes russes de vidéo en ligne sont tvigle.ru, ivi.ru, megogo.ru, now.ru, videomore.ru, zoomby.ru, play.ru et quelques autres, auxquelles s'ajoutent les applications des chaînes de télévision russes (Channel One, CTC, Domashniy, Peretz, Dozhd et RBC). Les ressources proposées sont à 35% en langue anglaise – principalement des contenus d'information, musicaux et éducationnels.

Spielfilmlänge an, außerdem Fernsehserien und Animationsfilme. Am niedrigsten war der Anteil ausländischer Programme bei NTV: gerade einmal 5%. Hier handelte es sich in erster Linie um Filme und Fernsehserien, die in der Regel nur nachts ausgestrahlt wurden. Bei den Anteilen nationaler Inhalte liegt der Sender Russland 1 an zweiter Stelle mit 90%, gefolgt von Erster Kanal (81%) und REN TV mit 80%.

Es gibt vor allem zwei Bereiche, in denen russische Produktionsgesellschaften nicht mit ausländischen Gesellschaften mithalten können: abendfüllende Filme, von denen 83% ausländische Filme sind; und Trickfilme und Serien, die zu 83,4% aus dem Ausland kommen.

2012 kamen 71% aller ausländischen Fernsehsendungen, die von den führenden terrestrischen Sendern in Russland ausgestrahlt wurden, aus den USA. Weit abgeschlagen folgten Großbritannien mit 6% und Frankreich mit 5%. Andere Länder kamen auf 1-3% aller terrestrischen Sendungen in dem analysierten Zeitraum. Unter den restlichen 5% wurden mehr als 40 andere Länder aufgeführt (die „anderen“, u.a. Spanien, Belgien, Schweden, Dänemark, die Tschechische Republik und Ungarn).

Es gibt in Russland noch eine Reihe weiterer Plattformen, über die ausländische Fernsehgesellschaften ihre Produkte anbieten können, nämlich Video-Abrufdienste. Im Sommer 2013 gab es in Russland rund 60 solcher Online-VoD-Dienste, die lizenzierte Inhalte anbieten. Den Daten von KVG Research zufolge hatten 52% dieser Dienste sowohl nationale als auch ausländische Inhalte in ihrem Angebot. 45% aller Dienste bieten nur nationale Inhalte an, 88% davon sind Videoplattformen, die von Fernsehsendern betrieben werden. iTunes von Apple gibt es in Russland seit Ende 2012. Smart TV hat sich in den letzten Jahren in Russland zu einem absoluten Renner entwickelt. Mehr als 50% aller Apps, die angeboten werden, sind in Russisch. Die bedeutendsten russischen Online-Videoplattformen sind: tvigle.ru, ivi.ru, megogo.ru, now.ru, videomore.ru, zoomby.ru, play.ru und andere, sowie Apps zu russischen Fernsehsendern (Erster Kanal, CTC, Domashniy, Peretz, Dozhd und RBC). 35% aller Inhalte sind in englischer Sprache und bieten hauptsächlich Informationen, Musik und Bildungsinhalte.

Legal information : IRIS Merlin : <http://merlin.obs.coe.int>

TV audience data : TNS Gallup Media : <http://www.tns-global.ru/eng/>

Federal Communications Agency : <http://government.ru/en/departments/55>

J'Son & Partners Consulting : <http://www.json.ru/en/>

KVG Research : www.kvgresearch.ru/en/

The new report *TV Market and Video on Demand in the Russian Federation* prepared by KVG for the Observatory is available at <http://www.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+TV+and+VoD+2013+KVG+Research+EN.pdf>

Film Industry

The meteoric rise of cinema attendance ¹ in the CIS ² in recent years has ended. After admissions reached a peak in 2010, attendance has fallen to 157 million in 2012. Nevertheless, the box office kept growing during this period, making RUB 37.4 million (USD 1.2 billion) in 2012 compared with RUB 34 million the year before. This was due to the high rise in ticket prices, which have doubled in just 6 years, resulting in an average ticket price of RUB 239 (USD 7.7). Unsurprisingly, almost all digital screens (67% penetration rate) are 3D-equipped, with 3D screenings representing more than a third of the box office in 2012. The best performing local production, animation film *Ivan Tsarevich and the Gray Wolf*, was the only one to make it into the top 10.

In 2012 the Russian Cinema Fund held *Red Square Screenings* in Moscow for the first time. The event, aimed at international buyers and festival programmers, showcased 50 local productions and more than 30 ongoing projects. In turn, state-backed international film promotion body Roskino launched the *Russian Film Commission* in Los Angeles, to promote Russia as a film location and co-producer as well as to build ties with local distributors.

In line with previous years, 109 local productions were shot in 2012, whereas just 75 Russian films were released in the country. In late November the Ministry of Culture decided, out of the blue, to take over the Russian Cinema Fund, citing the institution's failure to attract audiences to see local productions and the need to optimize resources. Despite public support for local films doubling over the last three years, the national market share has dropped from a consolidated figure well above 20% before 2010 to 16.1% in 2012. Furthermore, the Government announced its intention to impose quotas for local production (at least 20% of screenings) and it also plans to lift the GST (18%) waiver for the exhibition of foreign films. Detractors of these measures see in them veiled intentions to use cinema as a propaganda tool, as they believe the new status quo to result from the reforms will benefit big local productions over international co-production. Exhibitors also complain that quotas will have an impact on foreign indie titles rather than on Hollywood blockbusters.

Industrie cinématographique

La montée en flèche de la fréquentation des salles ¹ dans la CEI ² des dernières années a pris fin. Après le record de 2010, elle a chuté à 157 millions d'entrées en 2012. Néanmoins, avec 37,4 millions RUB (1,2 milliard USD) en 2012 contre 34 millions RUB en 2011, les recettes au guichet ont continué de progresser. Cela est dû à la forte hausse du prix des billets, qui a doublé en seulement six ans, soit un prix moyen du billet de 239 RUB (7,7 USD). Sans surprise, presque tous les écrans numériques (taux de pénétration de 67 %) sont compatibles 3D, les projections 3D représentant plus d'un tiers des recettes au guichet en 2012. Le classement des 10 films ayant réalisé le plus d'entrées ne compte qu'une seule production locale, le film d'animation *Ivan Tsarevich and the Gray Wolf*.

En 2012, le Fonds du cinéma russe a organisé pour la première fois *Red Square Screenings* à Moscou. Cet événement, ciblant les acheteurs et programmeurs de festivals internationaux, a présenté 50 productions locales et plus de 30 projets en cours. Roskino, agence de promotion à l'international du cinéma russe soutenue par l'Etat, a également lancé la *Russian Film Commission* à Los Angeles, pour promouvoir la Russie en tant que co-producteur et lieu de tournage et tisser des liens avec des distributeurs locaux.

Comme lors des années précédentes, 109 productions locales ont été tournées en 2012, alors que seuls 75 films russes sont sortis dans le pays. Fin novembre, le ministère de la Culture a décidé, à l'improviste, de reprendre le Fonds du cinéma russe aux motifs de l'incapacité de l'institution à inciter le public à voir les productions locales et de la nécessité d'optimiser les ressources. Bien que le soutien du public aux films locaux ait doublé ces trois dernières années, la part de marché des films nationaux est passée d'un chiffre stable nettement supérieur à 20 % avant 2010 à 16,1 % en 2012. De plus, le gouvernement a annoncé son intention d'imposer des quotas pour la production locale (au moins 20 % des séances) et prévoit de lever l'exonération de la TPS (18 %) pour l'exploitation des films étrangers. Les détracteurs de ces mesures les considèrent comme des intentions voilées d'utiliser le cinéma comme outil de propagande ; ils estiment que le nouveau statu quo qui résultera des réformes bénéficiera aux grosses productions locales au détriment de la coproduction internationale. Les exploitants craignent également que les quotas affectent davantage les films étrangers indépendants que les superproductions hollywoodiennes.

Filmindustrie

Der rasante Anstieg der Kinobesucherzahlen ¹ der letzten Jahre in der GUS ² ist zum Stillstand gekommen. Nach Rekordwerten 2010 gingen die Besucherzahlen 2012 auf 157 Mio. zurück. Trotzdem sind die Einspielergebnisse in diesem Zeitraum gestiegen, und zwar auf 37,4 Mio. RUB (1,2 Mrd. USD) 2012 gegenüber 34 Mio. RUB 2011, in erster Linie wegen der gestiegenen Kinokarten-Preise, die sich in sechs Jahren verdoppelt haben und 2012 im Schnitt bei 239 RUB (7,7 USD) lagen. Fast alle digitalen Kinos (Penetrationsrate 67 %) sind mit 3D-Technik ausgerüstet. 2012 entfiel bereits über ein Drittel des Box Office auf 3D-Vorführungen. In die Liste der Top 10 schaffte es nur ein einziger russischer Film, der Animationsfilm *Iwan Zarewitsch und der graue Wolf*.

2012 veranstaltete der Russische Kinofonds erstmals in Moskau *Filmvorführungen auf dem Roten Platz*, um internationale Käufer und Festivalveranstalter anzulocken. Es wurden 50 einheimische Filme und mehr als 30 laufende Projekte vorgestellt. In Los Angeles organisierte die staatliche russische Filmförderinstitution Roskino die *Russian Film Commission*, um für russische Drehorte zu werben und Russland als Koproduzenten vorzustellen sowie Kontakte zu US-Filmverleihern zu knüpfen.

Wie schon in den Jahren zuvor wurden 2012 109 einheimische Filme gedreht, allerdings hatten lediglich 75 russische Filme ihren Kinostart im Land. Im November 2012 beschloss das Kulturministerium völlig unerwartet, den Russischen Filmfonds zu übernehmen. Der Fonds, so die Begründung, habe es nicht geschafft, mehr Zuschauer für einheimische Filme zu gewinnen. Außerdem müssten die Ressourcen optimiert werden. Obwohl die staatliche Unterstützung für russische Filme in den letzten drei Jahren verdoppelt wurde, ist der Marktanteil russischer Filme (vor 2010 weit über 20 %) 2012 auf 16,1 % gesunken. Außerdem hat die Regierung ihre Absicht angekündigt, eine Quote für einheimische Filme festzulegen (mindestens 20 %), und sie plant auch, die Befreiung von der Umsatzsteuer (18 %) für ausländische Filme aufzuheben. Kritiker sehen darin einen Versuch, das Kino als Propagandainstrument zu nutzen. Die Änderungen würden vor allem russische Großproduktionen begünstigen und internationale Koproduktionen benachteiligen. Kinobesitzer kritisieren auch, dass Quoten eher dazu beitragen würden, Indie-Titel zu blockieren und weniger Hollywood-Blockbusters.

¹ Playing year from Dec. 1 to Nov. 30.

² Commonwealth of Independent States (excluding Ukraine).

➤ Nevafilm, Variety, Russian Film Business Today, The Hollywood Reporter, OBS

RU1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	142 905
Households	68 050

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			
Cable TV subscriptions	26.4%	17 990	
Digital cable TV households	2.8%		1 915
Digital DTH/SMATV households	21.7%		14 745
Pay DTH/SMATV subscriptions	16.2%	11 010	
IPTV households	3.9%		2 621
Pay IPTV subscriptions	3.9%	2 621	
DTT households	1.6%		1 083
Pay DTT subscriptions	0.1%	83	
Total digital TV households	29.9%		20 364
Total pay TV subscriptions	46.6%	31 704	
Households with DVD player	54.3%		36 970
Households with Blu-ray disc player	4.4%		3 010
Households with PC	41.7%		28 376
Households with broadband connections	27.8%		18 904
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	0.0%		

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

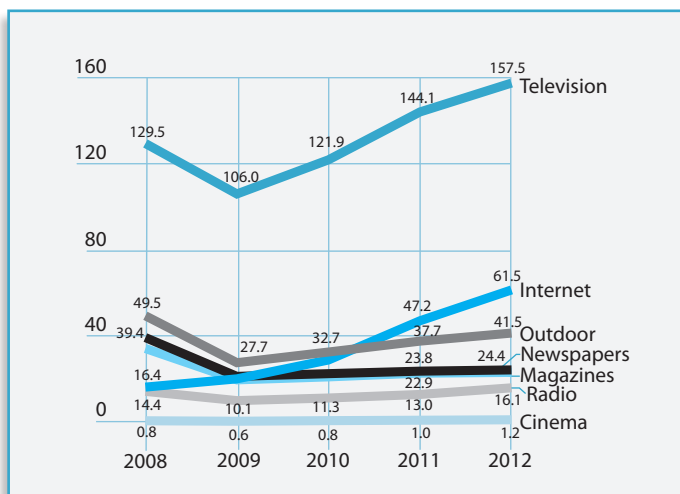
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

RU2

Advertising 2008-2012

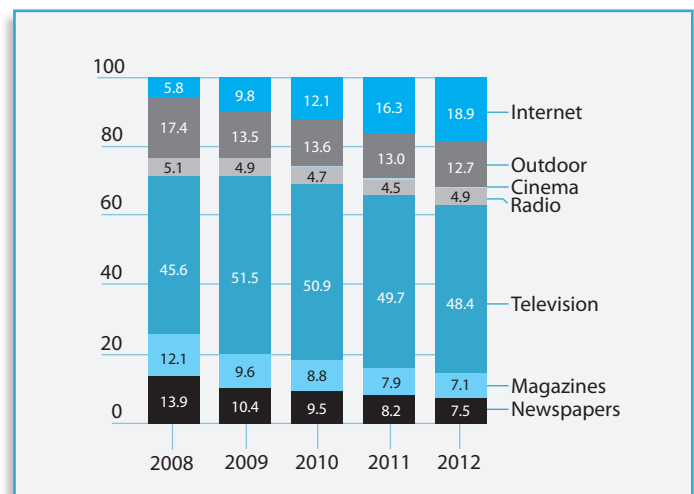
Total display adspend



2008-2012 RUB billion.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

RU3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 RUB million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
JSC Vimpel-Communications ①	3Play, 3G TV	Beeline TV	291 677	344 772	332 509	-3.6%
Rostelecom ① (cons.)	3Play	Rostelecom	277 500	301 500	321 300	6.6%
JSC Megafon ① (cons.)	3G TV	Megafon	215 515	242 608	272 637	12.4%
Mobilnye Telesystemy (MTS) ①	3Play, 3G TV	MTS TV, Komstar, StreamTV, Multinex, TVT	216 130	246 965	270 829	9.7%
<i>p.m.</i> Komstar-Obyedinnye-Telesistemy ①	3Play	Stream TV, Komstar	12 034	-	-	-
JSC Moscow City Telephone Network ①	3play	MGTS	30 576	32 114	34 976	8.9%
Pervyi Kanal	sptv	Pervyi Kanal (Channel One)	24 482	28 881	29 082	0.7%
RTR ("VGTRK")	sptv	RTR	20 174	24 402	25 849	5.9%
Transtelecom ①	3Play	TTK	23 170	22 388	23 079	3.1%
Telekompaniya NTV	adtv	NTV	16 195	20 350	22 135	8.8%
National Media Group	adtv	Saint-Petersbourg TV, Ren TV	~	~	20 134	~

① Includes telecommunication activities.

➔ Creditreform / BVDEP (Amadeus) / OBS

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	1 500	1 500	MTS (including Comstar-UTS and Multiregion), Divan-TV (ER-Telecom), Rostelecom (incl. macroregional branches), AKADO, UfaNet
Satellite packagers	7	7	NTV-Plus, Tricolor TV, Orion Express, Raduga TV, Kosmos TV (March 2010), Telekarta (September 2010), Active TV (Ricor LTD)
IPTV packagers	>17	>17	MTS (including Comstar-UTS and Multiregion), Rostelecom (incl. macroregional branches), Beeline TV, Stream Television, NTV-Plus, Central Telegraph, Smail,...
DTT packagers	9	9	First Multiplex (free of charge): Channel One (Pervyi Kanal), Russia 1, Russia 2, Russia K, Russia 24, 5 channel, NTV, Carusel, regional channel
Mobile phone TV packagers	3	3	Megafon, Beeline (Vimpel), MTS
Online stores with VoD EST or AV apps.	~	5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues	~	2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

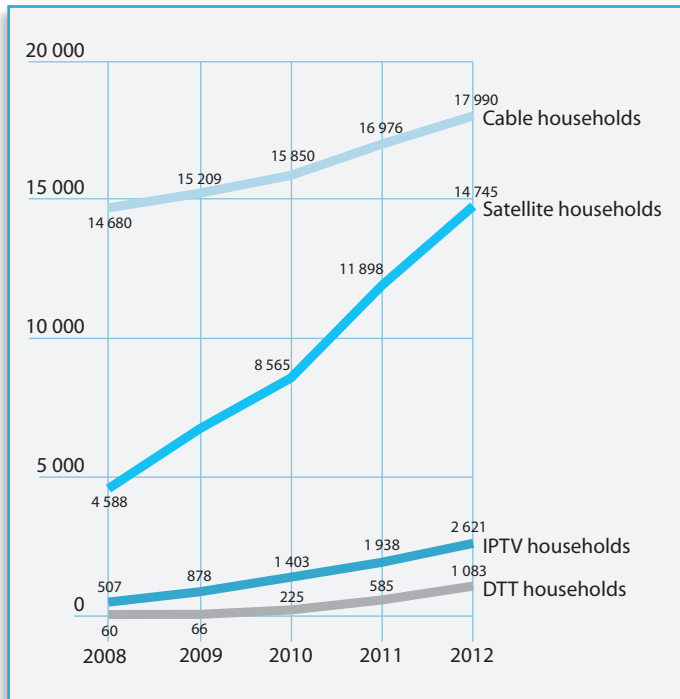
Rank	Name	TV daily market share 2011	2012
1	Gazprom Media	21.9%	21.0%
2	RTR	19.9%	17.6%
3	Pervij	16.8%	13.3%
4	STS Media	11.5%	11.0%
5	National Media Group	7.5%	10.1%

➔ European Audiovisual Observatory

RU4

Market trends 2008-2012

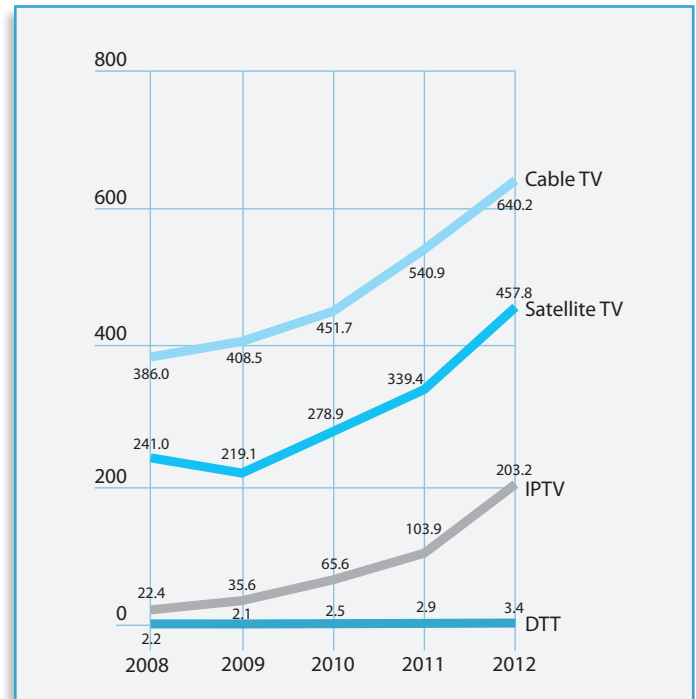
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

IHS Screen Digest / European Audiovisual Observatory

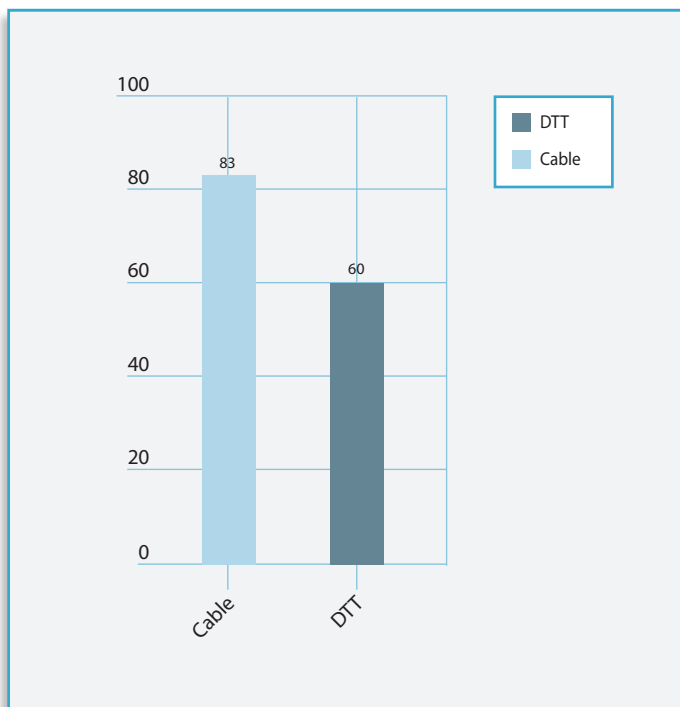
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

IHS Screen Digest

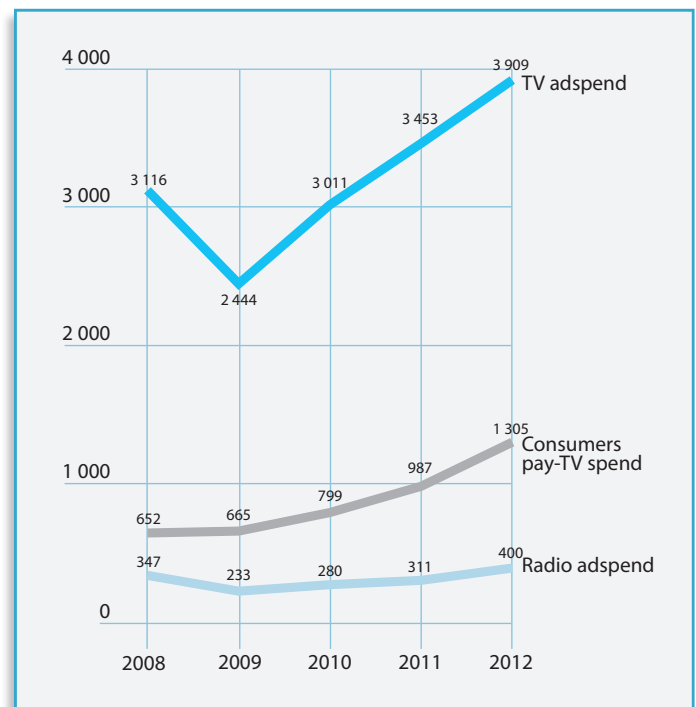
Number of households accessing multichannel platforms



As at 31.12.2011 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest and Warc

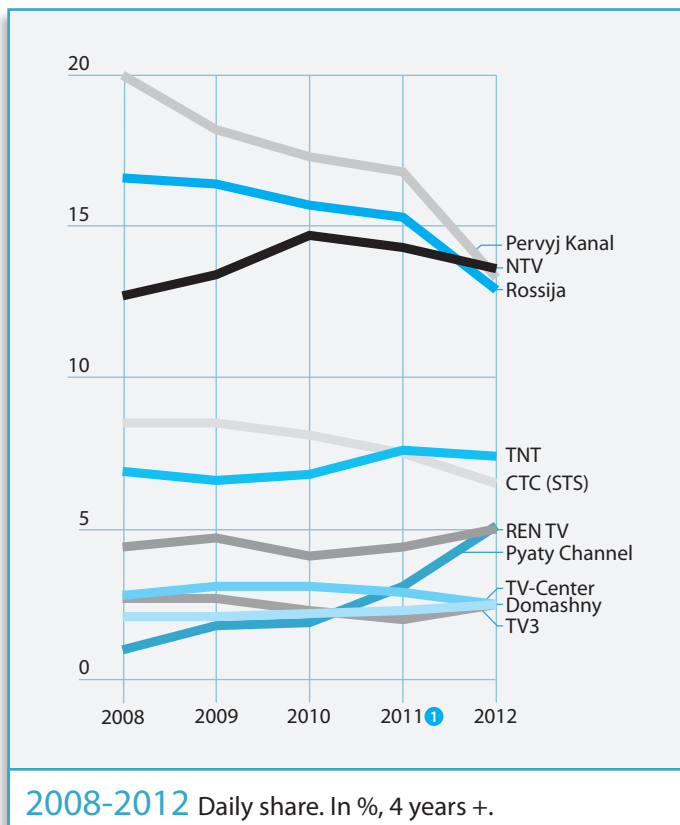
RU5

TV audience market share in urban population of the Russian Federation 2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Pervyj Kanal	20.0	18.2	17.3	16.8	13.3	21.1	17.6	17.9	18.8	16.2
Rossija	16.6	16.4	15.7	15.3	12.9	18.2	18.8	17.0	16.2	13.8
Rossija 2	2.1	1.6	1.8	1.9	2.2	1.8	1.5	1.6	1.8	2.1
Rossija K	2.0	1.9	1.7	1.7	1.6	2.1	1.9	1.8	1.9	1.9
Rossija 24	0.8	0.9	0.8	0.9	0.9	0.5	0.6	0.5	0.6	0.6
NTV	12.7	13.4	14.7	14.3	13.6	13.8	14.9	17.3	16.1	15.2
TNT	6.9	6.6	6.8	7.6	7.4	7.2	7.1	6.7	7.6	7.9
CTC (STS)	8.5	8.5	8.1	7.5	6.5	8.7	9.1	8.5	8.0	7.5
Pyaty Channel (formerly Petersburg-5 Channel)	1.0	1.8	1.9	3.1	5.1	0.9	1.5	1.6	2.8	5.5
REN TV	4.4	4.7	4.1	4.4	5.0	3.9	4.1	3.5	4.1	4.8
TV-Center	2.8	3.1	3.1	2.9	2.5	2.4	2.6	2.7	2.5	2.1
Domashny	2.1	2.1	2.2	2.3	2.5	1.9	1.8	1.9	2.0	2.6
TV3	2.7	2.7	2.3	2.0	2.5	2.3	2.6	2.2	2.0	2.4
Semyorka (Disney Channel)	0.3	0.3	1.0	1.7	2.2	0.2	0.2	0.9	1.7	1.3
Peretz (formerly DTV Viasat)	1.7	1.9	1.8	1.7	2.0	1.4	1.7	1.5	1.4	1.8
ZVEZDA	1.1	1.3	1.6	1.6	1.8	0.9	1.1	1.4	1.4	1.6
You (former Muz TV)	1.0	0.7	0.9	1.1	1.0	0.7	0.5	0.8	1.0	0.9
2X2				0.8	0.8				0.9	0.9
Friday (former MTV Russia)	1.0	1.0	0.9	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.5	0.8
Euronews	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
RU.TV					0.2					0.1
Rambler	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others	12.1	12.7	13.1	11.5	15.1	11.2	11.6	11.3	8.6	10.0

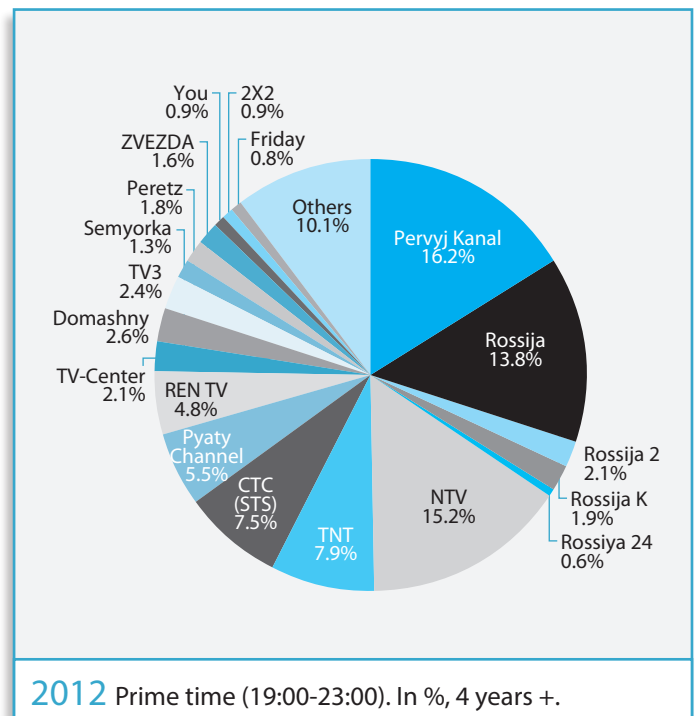
① Based on non-normalised market shares.

➔ Eurodata TV Worldwide / TNS Russia



① Based on non-normalised market shares.

➔ Eurodata-TV Worldwide / TNS Russia



➔ Eurodata-TV Worldwide / TNS Russia

RU6

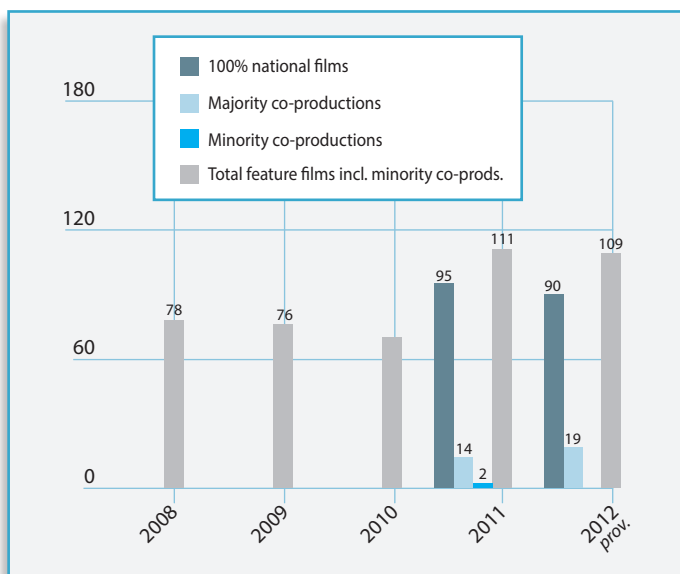
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	74 895	67 326	58 952	52 242	45 170	OBS
Screens	1 896	2 124	2 424	2 726	3 142	Nevafilm
Cinema sites	755	793	855	925	1 060	Nevafilm
Digital screens	90	351	941	1 485	2 098	MS
Digital cinema sites	71	273	530	706	875	MS
Digital screen penetration	5%	17%	39%	54%	67%	MS
Digital site penetration	9%	34%	62%	76%	83%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / Nevafilm

Number of theatrical feature films produced

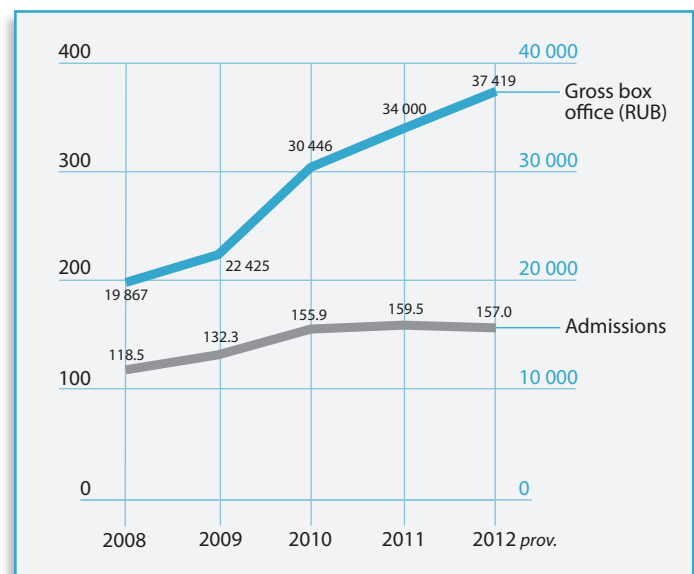


2008-2012 In units. ①

① Year of completion. Includes feature documentaries.

➔ Nevafilm

Admissions & gross box office

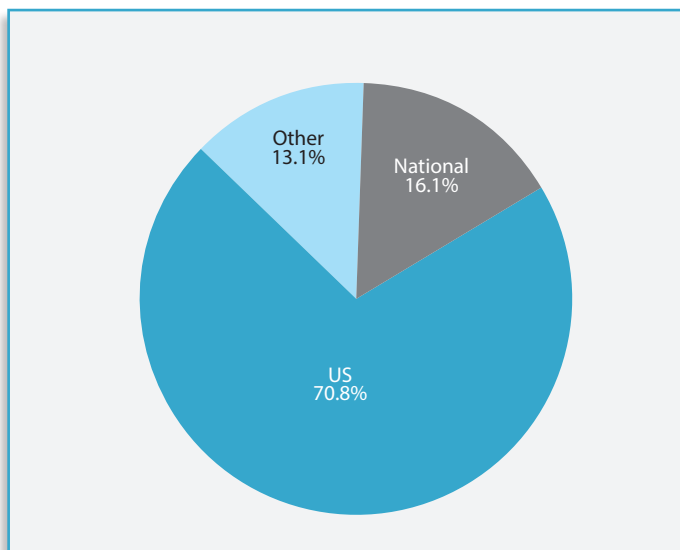


2008-2012 In millions.

Up until 2010, the figures refer to the period between December (of the precedent year) and November. From 2011 on they are based on the calendar year.

➔ Nevafilm

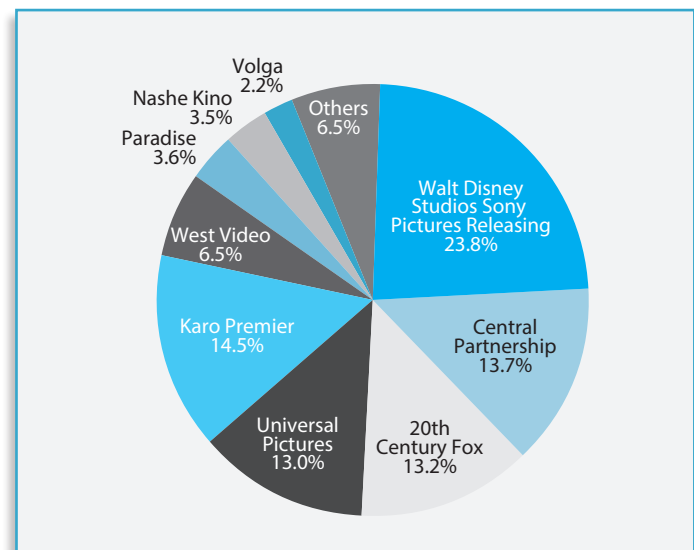
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ Nevafilm

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ Nevafilm

RU7

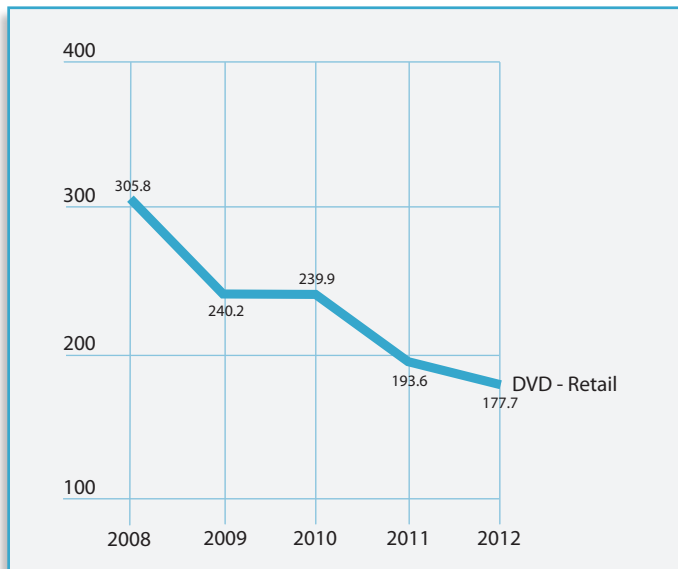
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	28.31	30.89	33.30	35.40	36.97
DVD player penetration of TV households	58.09%	62.76%	67.00%	70.54%	72.95%
Blu-ray disc player households	0.02	0.03	0.35	1.28	3.01
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.03%	0.06%	0.70%	2.55%	5.95%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

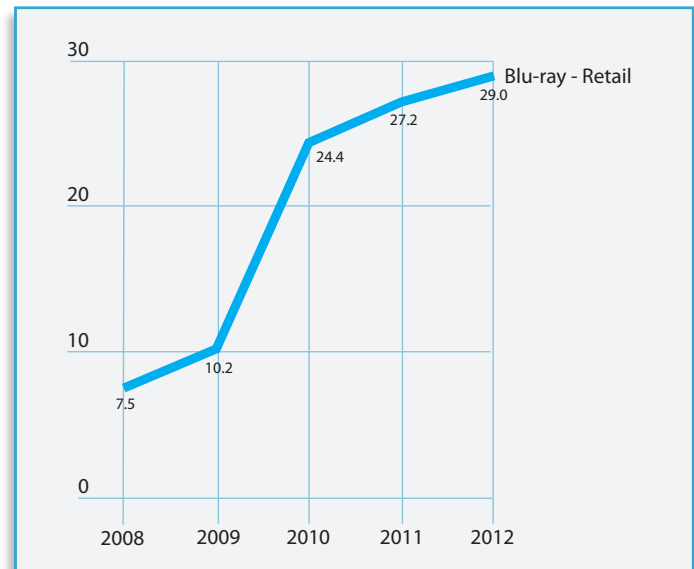


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets. Rental data not available.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

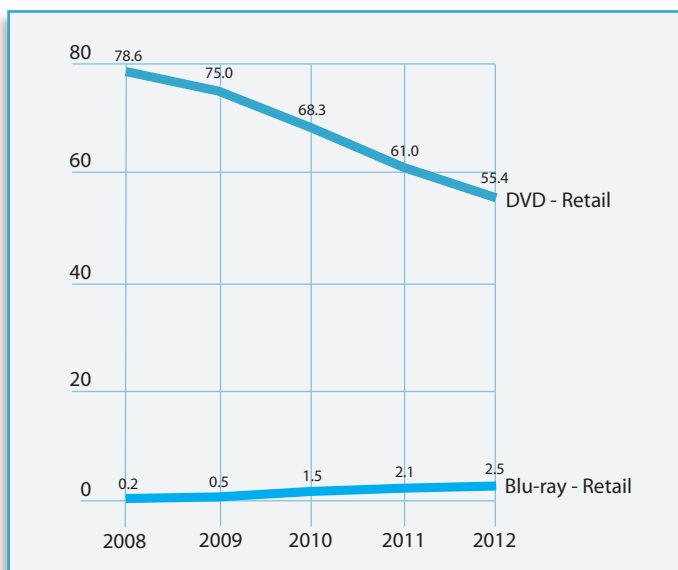


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets. Rental data not available.

➔ IHS Screen Digest

DVD and Blu-ray disc transactions

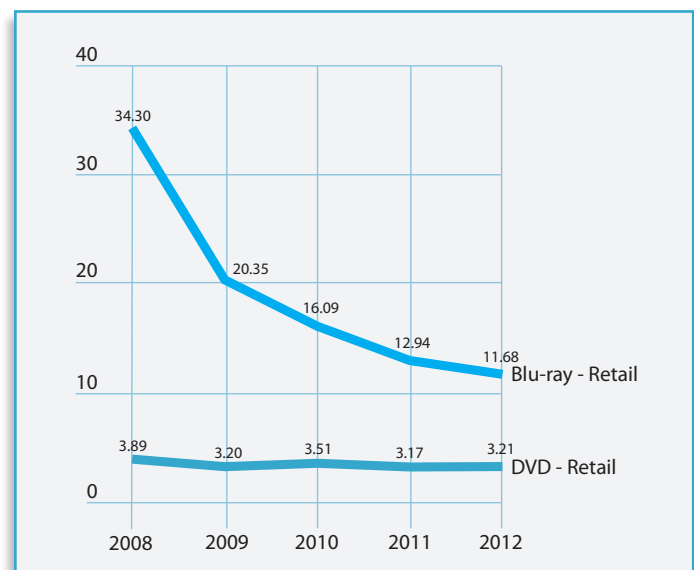


2008-2012 In million units.

Rental data not available.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail prices



2008-2012 In EUR.

Rental data not available.

➔ OBS after IHS Screen Digest

The main players in the Swedish broadcasting market are public broadcaster SVT, private Swedish groups Bonnier (TV4 and C MORE channels) and Modern Times Group – MTG (TV3, TV6, TV8, TV1000 and Viasat channels, some of which are broadcast from the United Kingdom), and the German group ProSiebenSat.1 Media AG, whose channels Kanal 5 and Kanal 9 are also transmitted from the United Kingdom.

After a few years in which the audience share was declining, in 2009, the public channel SVT1 regained its position as the most watched channel in Sweden. In 2012 it had a daily audience share of 24.3% and remained ahead of TV4 (Bonnier), which stayed below the 20% mark (18.9%). SVT2, Sweden's second public channel, had an audience share of 6.7% regaining the third place and overtaking TV3 (MTG), with a share of 6.4%. It is followed by Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) and TV6 (MTG), two channels established and like TV3 broadcast from the UK. Due to increasing audience fragmentation, the broadcasting groups have increased their range of specialist channels.

Regarding distribution, the main players in the market remain the Swedish groups MTG, TeliaSonera and Teracom, as well as cable operator Com Hem and the Norwegian Telenor group. Com Hem dominates the cable television market with 1 789 000 homes connected as of September 2013, showing an increase of 41 000 homes if compared to 2012.

As in the other Nordic countries, two satellite packages are in competition in the market: Canal Digital (Telenor) and Viasat (MTG), who each have more than 300 000 subscribers in Sweden.

Finally, the Telia platform (TeliaSonera) continues to dominate the IPTV market, having reached 560 000 subscribers for its IPTV service by the end of 2012, 13% more than one year earlier. Thanks to its rapidly growing number of subscribers, Telia is now the third largest pay-TV operator behind Com Hem (cable) and Boxer (DTT). Although Boxer (Teracom) dropped out of the IPTV market in November 2010 in order to concentrate on digital terrestrial television, numerous other operators are active in the IPTV market, such as Fast TV or B2 bredband (Telenor).

Since its launch in 1997, the DTT platform has been operated by the company Boxer, a subsidiary of Teracom, which controls the digital terrestrial network. Long a symbol of the dynamism of the digital transition in Sweden (the analogue switch-off began in 2007), Boxer faced a drop in subscriber numbers, passing from the 617 000 subscribers at the end of 2011 to the 586 000 subscribers registered in mid-2013.

Les principaux acteurs du marché de la radiodiffusion suédois sont le radiodiffuseur public SVT, les groupes privés suédois Bonnier (chaînes TV4 et chaînes nordiques Canal+) et Modern Times Group – MTG (chaînes TV3, TV6, TV8, TV1000 et Viasat, en partie diffusées depuis le Royaume-Uni), ainsi que le groupe allemand ProSiebenSat.1 Media AG, dont les chaînes Kanal 5 et Kanal 9 sont aussi émises depuis le Royaume-Uni.

Après quelques années de recul de sa part d'audience, la chaîne publique SVT1 est redevenue la chaîne la plus regardée en Suède en 2009. En 2012, sa part d'audience quotidienne de 24,3 % lui permet de devancer TV4 (Bonnier), restée en dessous de la barre des 20 % (18,9 %). SVT2, deuxième chaîne publique suédoise, a une part d'audience de 6,7 %, qui lui permet de regagner la troisième place, devant TV3 (MTG), avec une part de 6,4 %. Derrière se trouvent Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) et TV6 (MTG), deux chaînes établies, comme TV3, au Royaume-Uni. En raison d'une fragmentation accrue des audiences, les groupes de radiodiffusion ont multiplié leurs chaînes thématiques.

En ce qui concerne la distribution de chaînes, les principaux acteurs du marché demeurent les groupes suédois MTG, TeliaSonera et Teracom, ainsi que le câble-opérateur Com Hem et le groupe norvégien Telenor. Com Hem domine le marché de la télévision par câble avec 1 789 000 foyers abonnés en septembre 2013, soit une augmentation de 41 000 foyers par rapport à 2012.

Comme dans les autres pays nordiques, deux bouquets satellites sont en concurrence : Canal Digital (Telenor) et Viasat (MTG), qui rassemblent chacun plus de 300 000 abonnés en Suède. Enfin, c'est toujours la plate-forme Telia (TeliaSonera) qui domine le marché de l'IPTV, avec 560 000 abonnés à son service de télévision sur IP fin 2012, soit 13 % de plus qu'un an plus tôt.

Grâce à son nombre d'abonnés en nette progression, Telia s'affirme comme le troisième opérateur de la télévision payante derrière Com Hem (câble) et Boxer (TNT). Même si Boxer (Teracom) a annoncé sa sortie en 2010 du marché de l'IPTV pour se consacrer à la télévision numérique terrestre, de nombreux autres opérateurs sont présents sur le marché de l'IPTV, comme Fast TV ou encore B2 bredband (Telenor).

La plate-forme TNT est opérée depuis son lancement en 1997 par la société Boxer, filiale de Teracom, qui contrôle le réseau numérique terrestre. Longtemps symbole du dynamisme de la transition vers le numérique en Suède (l'extinction des transmissions analogiques terrestres a été opérée dès 2007), Boxer voit son nombre d'abonnés en Suède régresser,

Die wichtigsten Akteure des schwedischen Rundfunkmarktes sind das öffentlich-rechtliche Unternehmen SVT, die schwedischen Privatkonzerne Bonnier (TV4-Dienste und die nordischen Programme von C MORE), die Modern Times Group, MTG (mit den – teilweise aus dem Vereinigten Königreich ausgestrahlten – Kanälen TV3, TV6, TV8, TV1000 sowie Viasat), und die deutsche ProSiebenSat.1 Media AG, die Kanal 5 und Kanal 9 ebenfalls aus dem Vereinigten Königreich ausstrahlt.

Nach mehreren Jahren mit zurückgehenden Zuschauerzahlen hat der öffentlich-rechtliche Sender SVT1 2009 seine marktführende Position wiedererlangt. 2012 lag sein täglicher Zuschauermarktanteil bei 24,3 % und damit vor dem des Privatsenders TV4 (Bonnier), der unter der 20 %-Marke blieb (18,9 %). SVT2, Schwedens zweitgrößter öffentlich-rechtlicher Sender, hatte eine Zuschauermarktanteil von 6,7 % und lag wieder auf Platz drei vor TV3 (MTG) mit einem Anteil von 6,4 %. Auf den weiteren Plätzen finden sich Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) und TV6 (MTG), die beide – wie TV3 – ihren Sitz im Vereinigten Königreich haben. Aufgrund der zunehmenden Aufspaltung der Zuschauer bieten die Rundfunkunternehmen vermehrt Spartenkanäle an.

Hinsichtlich der Verbreitung der Dienste sind die wichtigsten Akteure des Marktes nach wie vor die schwedischen Konzerne MTG, TeliaSonera und Teracom, sowie der Kabelnetzbetreiber Com Hem und die norwegische Telenor-Gruppe. Com Hem dominiert den Kabelfernsehmarkt mit 1,79 Mio. Haushalten im September 2013. Damit stieg die Zahl der Haushalte gegenüber 2012 um 41 000. Wie in den anderen nordischen Ländern konkurrierten zwei Satellitenbouquets: Canal Digital (Telenor) und Viasat (MTG), von denen jedes mehr als 300 000 Abonnenten in Schweden hatte.

Die Plattform Telia (TeliaSonera) dominierte weiterhin den IPTV-Markt. Ende 2012 hatte sie 560 000 Abonnenten für ihren IPTV-Dienst, 13 % mehr als 2011.

Dank der deutlich steigenden Abonnentenzahl behauptete sich Telia als drittgrößter Pay-TV-Betreiber, hinter Com Hem (Kabel) und Boxer (DVB-T). Auch nachdem sich Boxer (Teracom) 2010 zugunsten des digitalen terrestrischen Fernsehens aus dem IPTV-Markt zurückgezogen hat, gibt es noch zahlreiche andere IPTV-Betreiber, wie etwa Fast TV oder B2 bredband (Telenor).

Die DVB-T-Plattform wird seit dem Start 1997 von Boxer betrieben, einer Tochter von Teracom, die das digitale terrestrische Netz kontrolliert. Dieses Unternehmen stand lange Zeit stellvertretend für die Dynamik der Umstellung auf Digital-

Regarding legal developments, the new Radio and Television Act entered into force on 1 August 2010, transposing the Audiovisual Media Services Directive (2007). The Act defines and regulates sponsorship, advertising and product placement. It also creates a new audiovisual regulatory body, *Myndigheten för radio och TV* (Swedish Broadcasting Authority), which replaces the radio and television authority (Radio-och TV-Verket, RTVV) and the Swedish audiovisual commission (*Granskningsnämnden för radio och TV*, GRN). At the end of 2012, the regulatory authority issued four decisions regarding the application of the aforementioned Act to web TV on the websites of newspapers: these are considered to fall within the scope of the Act and consequently have to respect the Act's provisions, even those regarding commercial communications and advertising.

In June 2013 the Swedish Parliament approved some amendments to the Act on Copyright in Literary and Artistic Works, which entered into force on 1 November 2013, introducing provisions enhancing the application of extended collective licensing, with particular regard to cases of large amounts of copyrighted material used by the same user and when a direct agreement with the right holder is impossible. Nonetheless, it is possible for a right-holder to refuse this kind of exploitation.

In October 2013 the Government presented the Bill "Culture and Accessibility – Public Radio and Television 2014-2019", containing the guidelines of media policy for public service broadcasting for this period. Particular requirements are imposed as regards the accessibility to the services by people with disabilities: subtitling, sign language interpretation, audio description, and text read aloud.

passant de 617 000 abonnés fin 2011 à 586 000 abonnés à la mi-2013.

En matière juridique, la nouvelle loi sur la radio et la télévision est entrée en vigueur le 1^{er} août 2010, transposant ainsi la Directive Services de médias audiovisuels (2007). Le texte définit et réglemente les messages de parrainage et de publicité ainsi que le placement de produits. Il crée une nouvelle instance de régulation de l'audiovisuel, *Myndigheten för radio och TV* (autorité suédoise de l'audiovisuel), qui remplace l'autorité pour la radio et la télévision (Radiooch TV Verket, RTVV) et la commission suédoise de l'audiovisuel (*Granskningsnämnden för radio och TV*, GRN). Fin 2012, l'autorité de régulation a publié quatre décisions concernant l'application de la loi précitée à la télévision sur Internet sur les sites de journaux : ceux-ci sont considérés comme relevant du champ d'application de la loi et, par conséquent, tenus de respecter les dispositions de la loi, même celles concernant les communications commerciales et la publicité.

En juin 2013, le Parlement suédois a approuvé certaines modifications apportées à la loi sur le droit d'auteur sur les œuvres littéraires et artistiques, qui sont entrées en vigueur le 1^{er} novembre 2013 et introduisent des dispositions renforçant l'application de l'octroi de licences collectives étendues, une attention particulière étant portée aux cas dans lesquels de grandes quantités de matériel protégé par copyright sont utilisées par un même utilisateur et lorsqu'un accord direct avec le titulaire du droit est impossible. Néanmoins, il est possible pour un ayant droit de refuser ce genre d'exploitation.

En octobre 2013, le gouvernement a présenté le projet de loi « Culture et accessibilité – Radio et télévision publiques 2014-2019 », contenant les lignes directrices de la politique des médias pour la radiodiffusion de service public pour cette période. Des exigences particulières sont imposées en ce qui concerne l'accessibilité aux services par les personnes handicapées : sous-titrage, interprétation en langue des signes, description audio et texte lu à haute voix.

technik in Schweden (die Abschaltung der analogen terrestrischen Signale erfolgte bereits 2007), verzeichnete aber 2009 sinkende Abonentenzahlen, die Zahl ihrer Abonnenten sank von 617 000 Ende 2011 auf 586 000 Mitte 2013.

Auf rechtlicher Ebene ist am 1. August 2010 das neue Hörfunk- und Fernsehgesetz in Kraft getreten, womit die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2007) umgesetzt wird. Das Gesetz definiert und regelt Sponsoring, Werbung und Produktplatzierung. Es schafft auch eine neue Regulierungsbehörde für Hörfunk und Fernsehen, *Myndigheten för radio och TV*, die an die Stelle der Radio- und Fernsehbehörde (Radio-och TV-Verket, RTVV) sowie der Rundfunkkommission (*Granskningsnämnden för radio och TV*, GRN) tritt. Ende 2012 veröffentlichte die Regulierungsbehörde vier Entscheidungen zur Anwendung des Rundfunkgesetzes auf Internetfernsehen auf den Webseiten von Zeitungen: Diese fallen nun unter den Geltungsbereich des Gesetzes und müssen sich daher auch an die Bestimmungen des Rundfunkgesetzes halten, auch an die Bestimmungen zu kommerzieller Kommunikation und Werbung.

Im Juni 2013 hat das schwedische Parlament eine Reihe von Änderungen des Urheberrechts für literarische und künstlerische Werke verabschiedet. Die Änderungen sind am 1. November 2013 in Kraft getreten und verbessern die Möglichkeiten für eine „erweiterte Sammellicenzierung“. Diese Möglichkeit gilt vor allem, wenn große Mengen an urheberrechtlich geschütztem Material von einem Nutzer verwendet werden und wenn es keine Möglichkeit gibt, einen Vertrag direkt mit dem Rechteinhaber abzuschließen. Allerdings kann der Rechteinhaber gegen diese Art der Verwertung Einspruch einlegen.

Im Oktober 2013 stellte die Regierung den Gesetzentwurf „Bildung und Zugänglichkeit - öffentlich-rechtliches Radio und Fernsehen 2014-2019“ vor, der die medienpolitischen Richtlinien für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk für diesen Zeitraum enthält. Besondere Anforderungen gelten nun für den Zugang zu den Diensten für Menschen mit Behinderungen: Untertitelung, Zeichensprache, Audiobeschreibung während der Wiedergabe und Text, der laut gelesen wird.

SE1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	9 483
Households	4 595

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			4 617
Cable TV subscriptions	50.8%	2 333	
Digital cable TV households	19.7%		907
Digital DTH/SMATV households	17.5%		804
Pay DTH/SMATV subscriptions	14.0%	642	
IPTV households	13.7%		631
Pay IPTV subscriptions	15.3%	701	
DTT households	21.0%		965
Pay DTT subscriptions	12.9%	594	
Total digital TV households	72.0%		3 307
Total pay TV subscriptions	92.9%	4 271	
Households with DVD player	87.5%		4 022
Households with Blu-ray disc player	18.7%		858
Households with PC	87.8%		4 034
Households with broadband connections	62.1%		2 853
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	17.5%		803

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

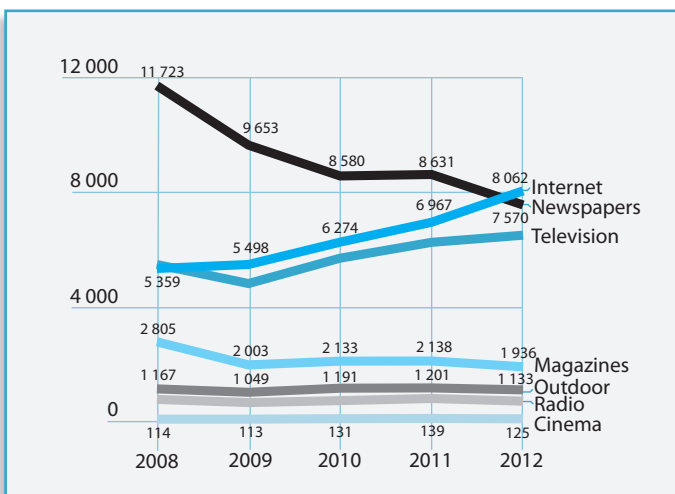
		Total in thousands
Active smartphones	46.4%	4 402
Active tablets	7.6%	718
Advanced game consoles	14.0%	1 329

IHS Screen Digest

SE2

Advertising
2008-2012

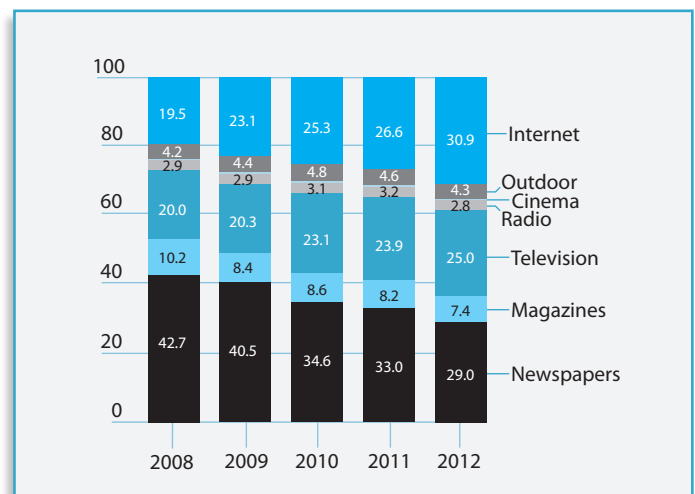
Total display adspend



2008-2012 SEK million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

SE3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 SEK million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
TeliaSonera AB (cons.) ¹	3Play, 3GTV	Telia TV, Start	116 475	113 049	119 773	5.9%
Tele2 Sverige AB ¹	3Play	Tele2TV	13 218	13 604	13 540	-0.5%
Modern Times Group MTG AB (cons.)	sat-tv, thtv, rad, prod	Viasat, Styx, CTC Media	13 101	14 089	13 833	-1.8%
Telenor Sverige AB	4Play, 3GTV	Telenor TV, Mobiel TV, Bredtbandt Botlaget, Canal Digital Kabel TV	10 690	11 414	12 459	9.2%
Hi3G Access AB ¹	3GTV	3Mobil-TV	4 438	6 129	6 558	7.0%
TV4 AB (cons.)	adtv	TV4, TV4 Film, ...	6 176	5 555	5 885	5.9%
Com Hem AB ¹	3Play	Com Hem TV	4 327	4 529	4 553	0.5%
Sveriges Television AB	sptv	STV1, SVT2, 24, ...	4 156	4 169	4 397	5.5%
Sveriges Radio	sprad	SR	2 413	2 513	2 533	0.8%
C More Entertainment	thtv	Canal+, ...	2 491	2 188	2 323	6.2%

¹ Includes telecommunication activities.

European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	ca 90	ca 90	Com Hem, Canal Digital (Telenor), Tele 2, etc.
Satellite packagers	2	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	14	14	B2 Bredband "Bredbands Bolaget" (Telenor), Bahnhof AB, Bredband 2, Canal Digital (Telenor), IP Sweden, Quadacom, Telia (TeliaSonera), Serverado, Söderhamn NÄRA AB, Tele 2, Zon TV
DTT multiplex operators and packagers	2	2	Multiplex operator: Teracom. Pay-DTT packager: Boxer TV-Access (owned by Teracom)
Mobile TV packagers	3	3	Hi3G Access (Hutchison Whampoa), Tele 2, TeliaSonera
SmartTV stores providing AV applications		4	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		6	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB), Xbox (LU)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	2012
1	SVT	Public	7	34.8%	36.50%
2	Bonnier	Private	11	28.9%	28%
3	MTG	Private	42	17.6%	16.60%
4	ProSiebenSat1 Media (DE) ¹	Private	4	8.7%	8.20%
5	Discovery Inc. (US)	Private	10	2.2%	2.2%

¹ ProSiebenSat.1 Media AG has sold its Nordic TV operations to Discovery Inc. in May 2013.

European Audiovisual Observatory

SE4

Financing of the public audiovisual media sector 2008-2012

Income	SEK million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	6 176.3	6 033.5	6 563.7	6 655.0	6 937.2	94.2	94.3	94.8	95.4	95.6	4.2%
- Licence fee	6 176.3	6 033.5	6 563.7	6 655.0	6 937.2	94.2	94.3	94.8	95.4	95.6	4.2%
Commercial revenues	230.3	245.9	247.2	223.9	220.0	3.5	3.8	3.6	3.2	3.0	-1.7%
- Sponsoring	35.2	16.2	37.9	24.9	38.6	0.5	0.3	0.5	0.4	0.5	55.0%
- Programme sales	96.9	137.4	110.6	105.2	91.4	1.5	2.1	1.6	1.5	1.3	-13.1%
- Other commercial revenues	98.2	92.3	98.7	93.8	90.3	1.5	1.4	1.4	1.3	1.2	-3.7%
Other revenues	154.2	109.7	115.4	86.6	95.2	2.4	1.7	1.7	1.2	1.3	9.9%
TOTAL	6 559.9	6 396.6	6 926.4	6 975.6	7 252.8	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	4.0%

Companies included: Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB Sveriges Utbildningsradio AB.

European Audiovisual Observatory on SR, SVT, UR annual reports and EBU-M.I.S. data

SE5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	7	39	46
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile		53	53
TV Regional/Local		81	81
TV Regional/Local Windows	13	16	29
TV channels targeting foreign markets	1	109	110
Pure TV online services (Web TV)			
Total	21	298	319
Foreign TV channels targeting the country	2	70	72

European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open Platforms	3	~
Catch-up TV services	99	95
VoD Generalist/ Film / Fiction	8	7
VoD Music / Music events		1
VoD Film	29	40
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation		2
Film/TV Archives and Trailers	1	4
Sport	6	5
Other	7	~
Total	153	~

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign services.

	Digital Terrestrial		Cable	Satellite	IPTV
	Boxer ①		Comhem	Canal Digital	TeliaSonera
TV Channels					
Generalist - national	3	3	3	3	3
Generalist - foreign		2	15	3	15
Adult			2	3	
Children	1	6	9	9	9
Culture/ education/ documentary	1	6	19	10	16
Entertainment/ TV fiction/ games	1	9	13	11	17
Film		7	15	8	16
HD simulcast of an existing channel	2	9	19	19	16
International linguistic and cultural	1	1	8	1	11
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	4	2	1
Minority interest groups		1	1	1	1
Music		3	4	2	2
News/ business		3	8	8	9
Regional/ local/ windows					7 ④
Religion			1		
Sports		8	22	15	23
Various	1	1	2	2	4
Total (of which HD)	10 (2)	61 (10)	145 (21)	97 (21)	150 (17)
On-demand audiovisual services					
VoD		1	1	1	2
Catch-up		14	27	1	50
Other services		1 ②	1 ③	1 ③	1 ③
Total	0	16	28	3	53

① Includes free DTT.

③ Pay-per-view.

② Appar i din TV.

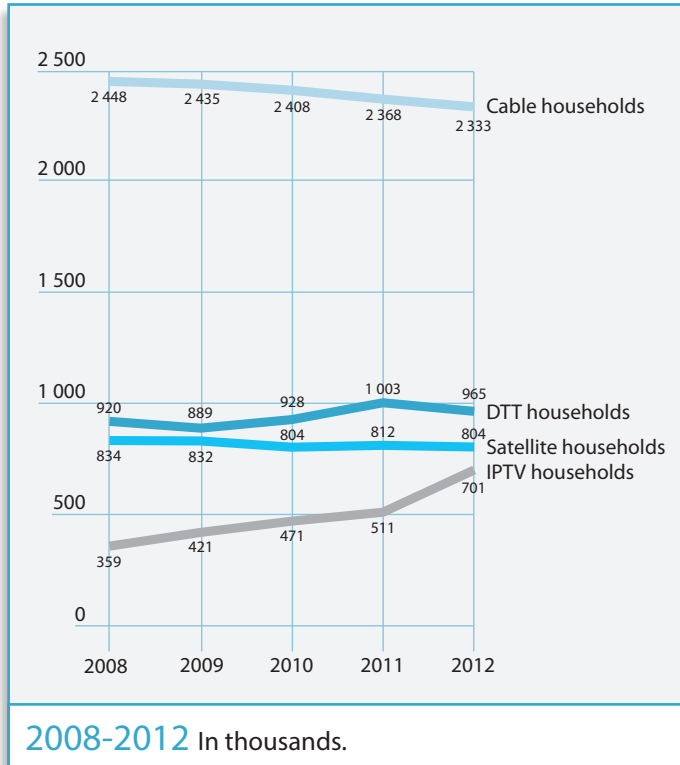
④ In addition 13 SVT and 16 TV4 local windows are available.

European Audiovisual Observatory

SE6

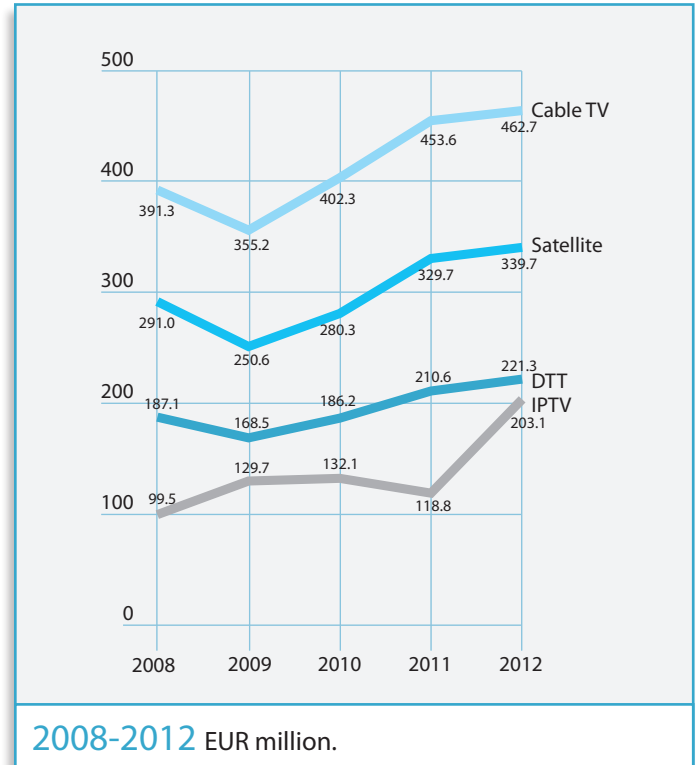
Market trends
2008-2012

Household TV equipment



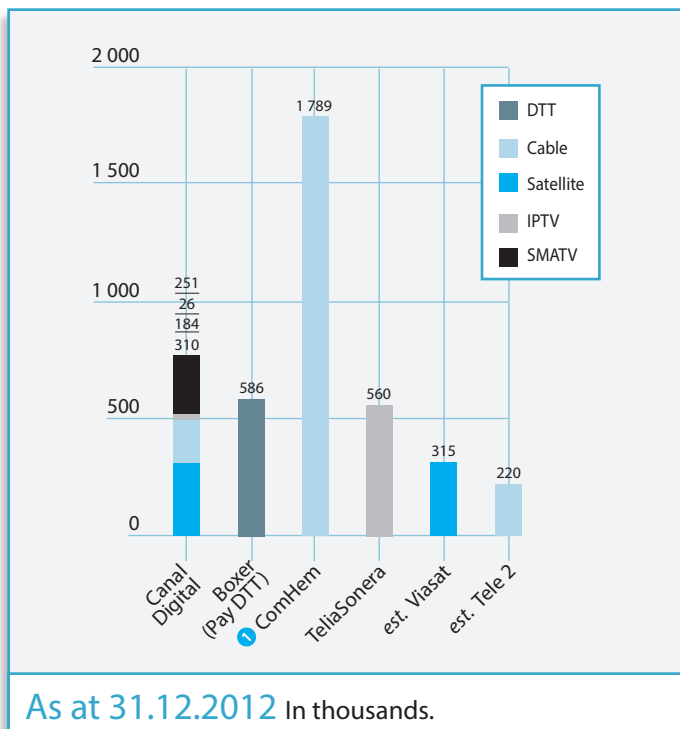
➤ IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



➤ IHS Screen Digest

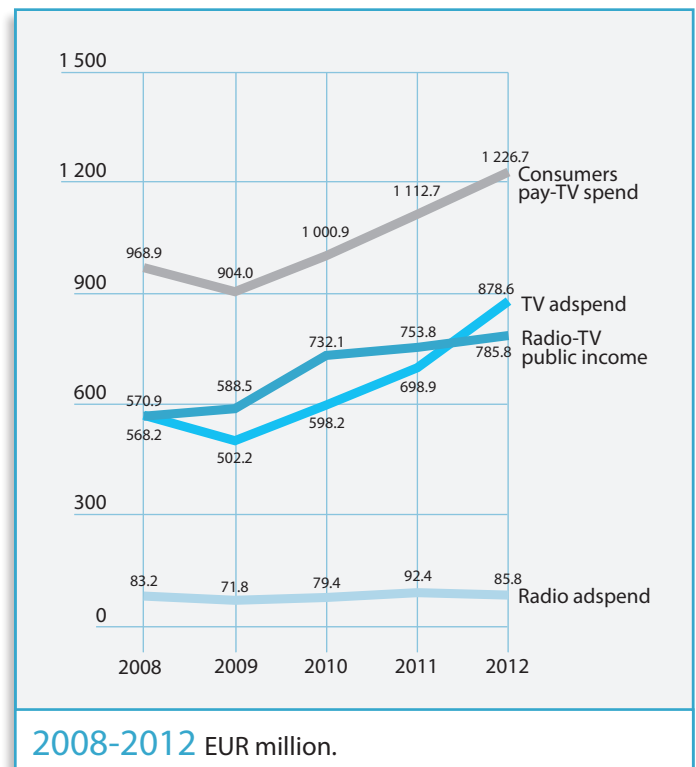
Number of households accessing multichannel platforms



1 Com Hem also has almost 1.2 million subscribers through 'landlord contracts'. Those contracts are signed, on behalf of the end-users, between cable operators and landlords, who include a basic cable TV package in the rent.

➤ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



➤ European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc, SR, SVT and UR / EBU-M.I.S.

SE7

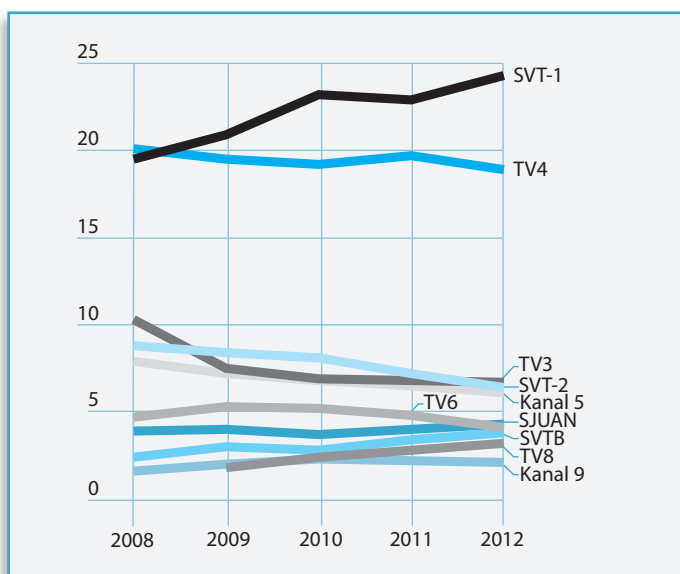
TV audience market share in Sweden

2008-2012 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
SVT-1	19.5	20.9	23.2	22.9	24.3	24.6	25.6	27.6	27.7	29.5
SVT-2	10.3	7.5	6.9	6.8	6.7	11.2	9.5	9.3	8.8	9.3
SVTB (Barnkanalen)	2.4	3.0	2.8	3.4	3.8	1.3	1.8	1.3	1.5	1.6
SVT24	2.0	1.5	1.0	0.8	0.7	1.8	1.6	1.3	1.2	1.0
Kunskapskanalen ①	-	-	1.0	0.9	1.0	-	-	1.0	0.9	1.0
SVT HD ②	-	-	0.3	-	-	-	-	0.4	-	-
Swedish public channels	34.2	32.9	35.2	34.8	36.5	38.9	38.5	40.9	40.1	42.4
TV4	20.1	19.5	19.2	19.7	18.9	21.8	20.9	21.2	22.3	20.9
SJUAN (formerly TV4 +)	3.9	4.0	3.7	4.0	4.3	3.8	3.6	3.4	3.7	4.1
TV4 Sport	1.1	1.4	1.3	1.4	1.4	1.1	1.4	1.2	1.3	1.2
TV11 (formerly TV400)	0.6	0.6	0.5	1.1	1.1	0.4	0.4	0.4	0.7	0.0
TV4 Fakta	0.7	1.1	1.2	1.1	0.9	0.5	0.7	0.7	0.6	0.6
TV4 Film	0.9	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7	0.8	0.6	0.6	0.5
TV4 Guld	0.3	0.4	0.4	0.5	0.4	0.2	0.2	0.2	0.5	0.3
TV4 Komedi	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1
Swedish private channels	27.8	28.2	27.5	32.5	31.4	28.6	28.2	28.1	32.2	30.2
TV3	8.8	8.4	8.1	7.2	6.4	8.7	8.5	7.4	6.6	5.9
Kanal 5	7.9	7.2	6.8	6.5	6.1	7.9	7.8	7.4	6.5	6.4
TV6	4.7	5.3	5.2	4.8	4.1	4.3	4.6	4.5	4.0	3.4
TV8	~	1.8	2.4	2.8	3.2	~	1.8	2.3	2.9	3.2
Kanal 9	1.6	2.0	2.3	2.2	2.1	1.7	2.1	2.3	2.2	2.0
Discovery	1.7	1.8	1.2	1.2	1.3	1.0	1.1	0.8	0.9	0.8
TV10				0.8	0.9				0.6	0.7
Disney Channel	1.1	1.0	0.8	0.8	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	0.5
Nickelodeon	0.9	0.9	0.9	0.7	0.7	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0
Eurosport	0.9	0.9	0.7	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3
Total foreign channels	28.7	30.2	29.2	33.4	31.6	25.7	27.6	26.0	27.0	26.0
Others	9.3	8.7	8.1	0.0	0.5	6.8	5.7	5.0	0.7	1.4

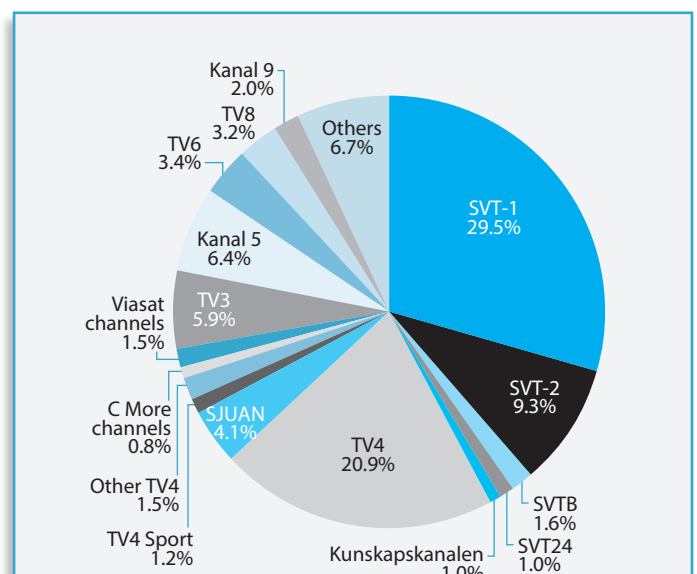
① Until 2009 Kunskapskanalen data were merged with Barnkanalen.
 ② Included in SVT1 and SVT2 in 2011.

➤ Eurodata TV Worldwide / MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB



2008-2012 Daily share. In %, 3 years +.

➤ Eurodata TV Worldwide / MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB



2012 Prime time (19:00-22:00). In %, 3 years +.

➤ Eurodata TV Worldwide / MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB

SE8

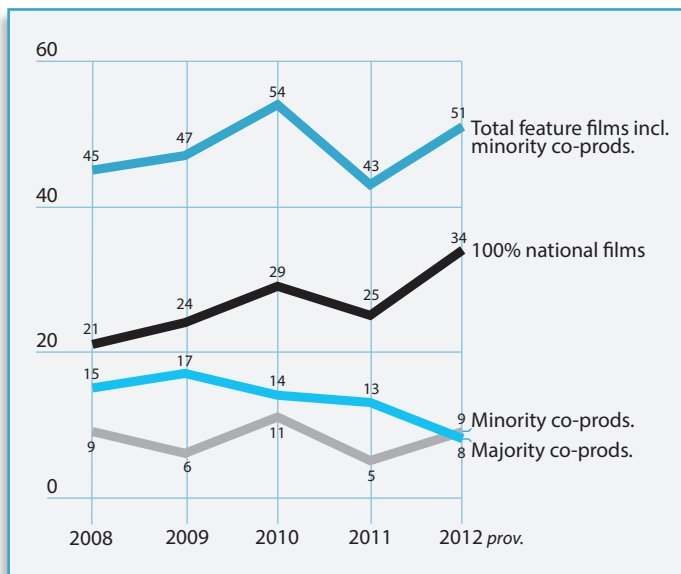
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	10 916	11 015	11 330	11 425	11 691	OBS
Screens	848	848	831	830	816	SFI
Cinema sites	514	502	488	478	463	SFI
Digital screens	8	38	155	272	640	MS
Digital cinema sites	8	32	110	188	308	MS
Digital screen penetration	1%	4%	19%	33%	78%	MS
Digital site penetration	2%	6%	23%	39%	67%	MS

➔ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / SFI (Swedish Film Institute)

Number of theatrical feature films produced

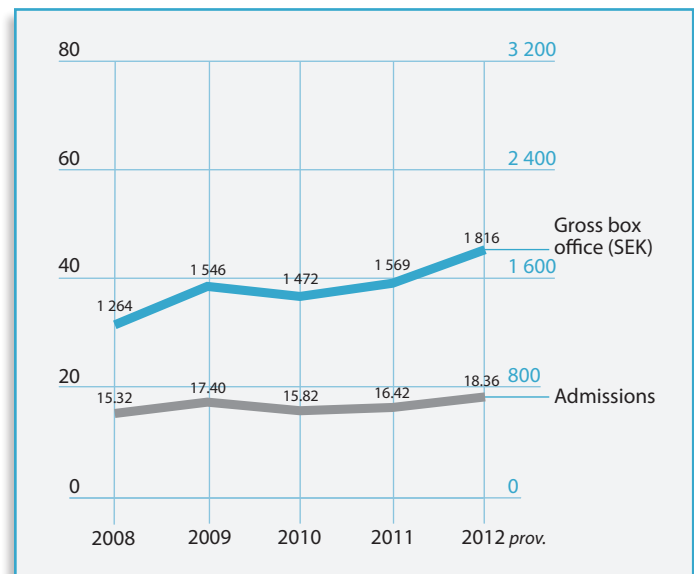


2008-2012 In units. ①

① Year of release. Includes feature documentaries.

➔ SFI

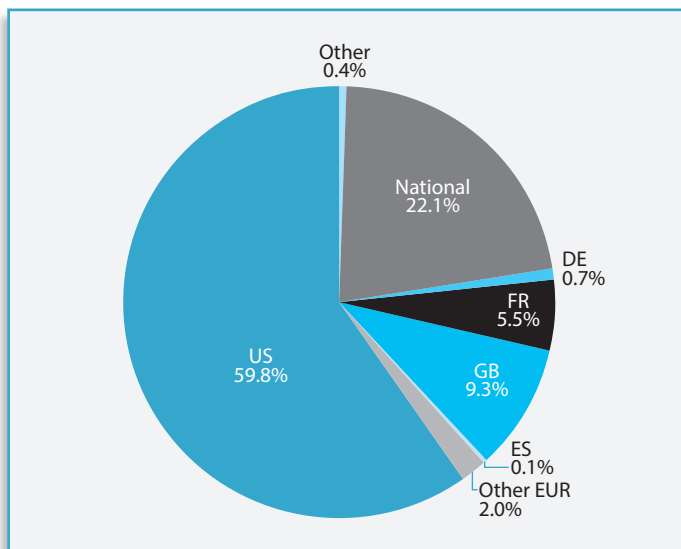
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➔ SFI

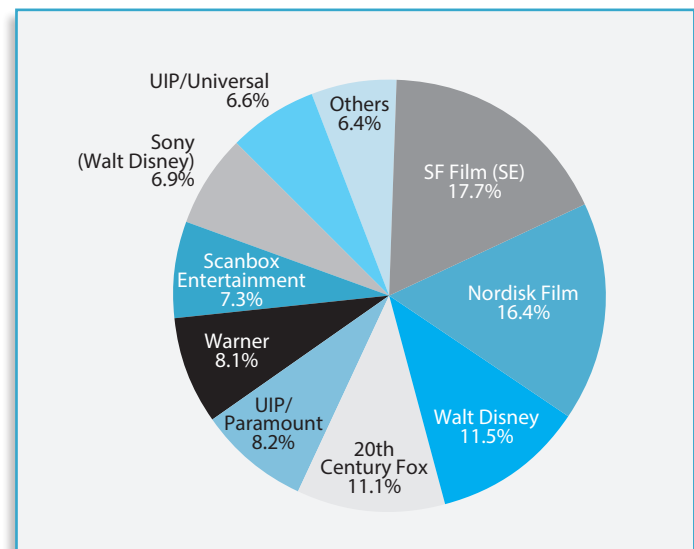
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

➔ SFI

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➔ SFI

SE9

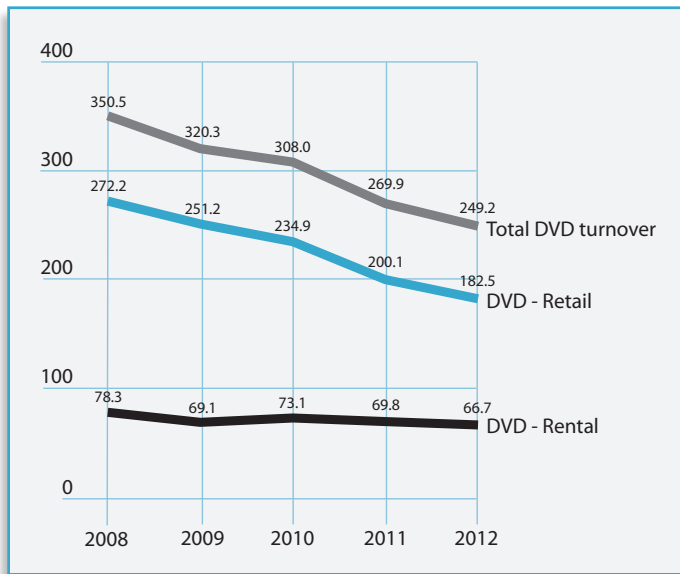
Home video
2008-2012

Household equipment 2008-2012 In millions.

	2008	2009	2010	2011	2012
DVD player households	3.82	4.03	4.13	4.17	4.02
DVD player penetration of TV households	86.11%	89.84%	91.16%	91.16%	87.12%
Blu-ray disc player households	0.03	0.10	0.23	0.31	0.86
Blu-ray disc player penetration of TV households	0.65%	2.27%	4.96%	6.77%	18.57%

➔ IHS Screen Digest

DVD turnover

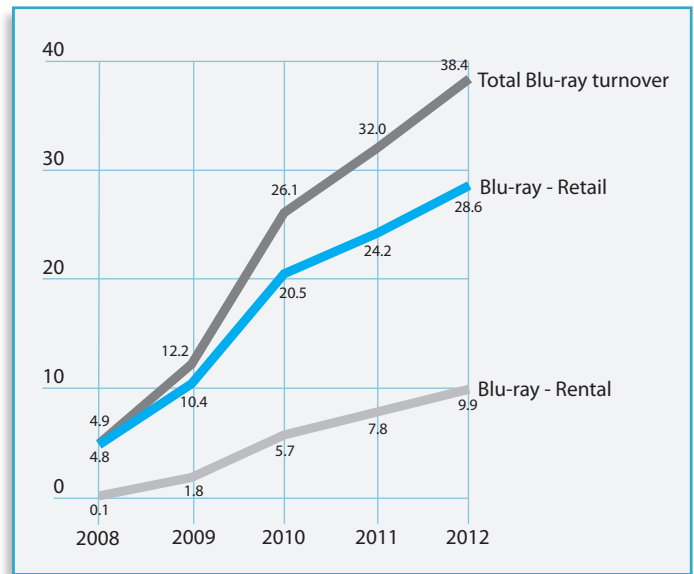


2008-2012 EUR million.

Includes sales tax in all markets.

➔ IHS Screen Digest

Blu-ray disc turnover

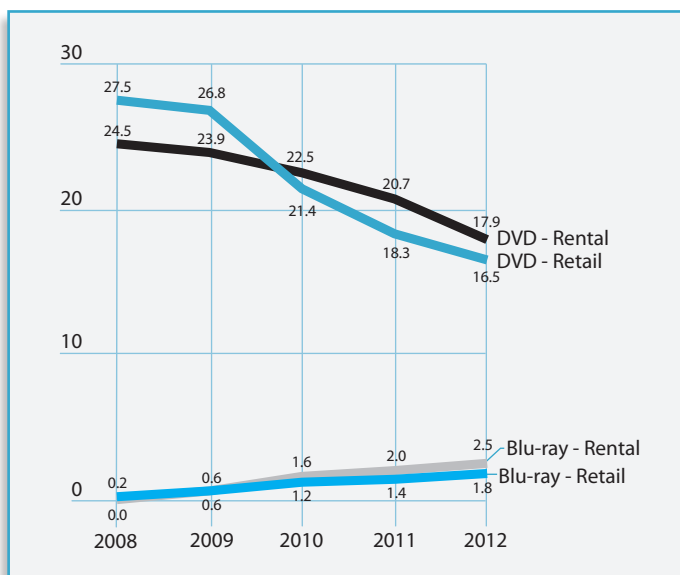


2008-2012 EUR million.

Consumer level (includes VAT).

➔ IHS Screen Digest

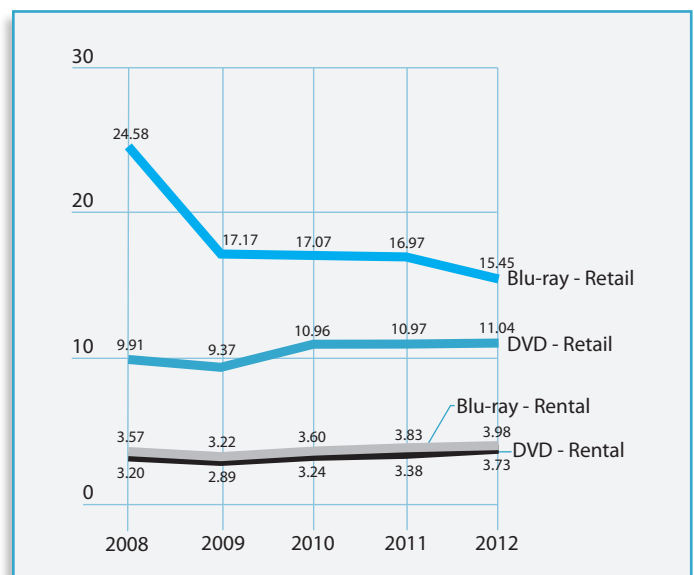
DVD and Blu-ray disc transactions



2008-2012 In million units.

➔ IHS Screen Digest

Average DVD and Blu-ray disc retail and rental prices



2008-2012 In EUR.

➔ OBS after IHS Screen Digest

In Slovenia, the television market is dominated by the channels of the Central European Media Enterprises (CME) Group (Pop TV, Kanal A and the Pro Plus family of channels). These had an audience share of 36.6% in 2012. The channels of public service broadcaster RTV Slovenija, including regional channels had a strong share of 27.7% during the same period. In February 2012, another significant player TV3 (part of the Modern Times Group - MTG), ceased operating and left the Slovenian market claiming an unfair domination of the CME Group in the advertising market. This case is still pending with the competition authorities.

Cable served more than 30% of homes at the end of 2012. The main operator is Telemach (Mid Europa Partners), with approximately 200 000 subscribers. Telemach has gradually been taking over smaller operators including Elektro Turnsek and Kabel TV in the summer of 2013. More than 26% of Slovenian homes use IPTV services and three different services are available. SiOL (Telekom Slovenije) had approximately 126 636 subscribers in March 2013 (56% of the market). Further data from 2012 (Post and Electronic Communications Agency of the Republic of Slovenia - AKOS) shows that T2 had 32% of the market. The only satellite package, Total TV (Mid Europa Partners), launched in 2007, has approximately 25 000 customers. The official DVB-T website reports reception problems in areas where there is interference from the Italian DTT transmissions. The main multiplex of RTV Slovenija has eight national and four regional channels. Six more local channels are provided on local multiplexes. Norkring (Multiplex B) left in February 2012 claiming that the public service broadcaster violated competition regulations by hosting commercial channels. Norkring dismantled the second Multiplex in Slovenia. A tender was launched for a third Multiplex (C) in October 2012, and this Multiplex was also granted to RTV Slovenija.

In June 2012, the Media Act was amended providing for the cost free transmission of TV channels of special importance on the DTT multiplex operated by RTV Slovenija. Also in June 2012, the Digital Broadcasting Act was amended to forbid the hosting of commercial TV channels on the public multiplex when other DTT multiplexes are available.

En Slovénie, le marché de la télévision est dominé par les chaînes du Groupe Central European Media Enterprises (CME) (Pop TV, Kanal A et la famille de chaînes Pro Plus). En 2012, leur part d'audience est de 36,6 % et celle des chaînes du radiodiffuseur de service public RTV Slovenija, chaînes régionales incluses, est également restée forte (27,7 %). En février 2012, un autre acteur important TV3 (faisant partie du Modern Times Group - MTG), a cessé de fonctionner et a quitté le marché slovène au motif d'une domination abusive du Groupe CME sur le marché de la publicité. Cette affaire est toujours en cours auprès des autorités de la concurrence.

Le câble couvre plus de 30 % des foyers fin 2012. L'opérateur principal est Telemach (Mid Europa Partners), avec environ 200 000 abonnés. Telemach a progressivement repris des opérateurs plus petits, dont Elektro Turnsek et TV Kabel à l'été 2013. Plus de 26 % des foyers slovènes utilisent les services IPTV, dont trois sont disponibles dans le pays. SiOL (Telekom Slovenije) compte environ 126 636 abonnés en mars 2013 (56 % du marché). D'autres données de 2012 (Agence de la poste et des communications électroniques de la République de Slovénie - AKOS) montrent que T2 représente 32 % du marché. L'unique bouquet satellite, Total TV (Mid Europa Partners), lancé en 2007, compte environ 25 000 clients. Le site web officiel DVB-T signale des problèmes de réception dans les zones où il y a des interférences dues aux transmissions TNT italiennes. Le principal multiplex de RTV Slovenija compte huit chaînes nationales et quatre chaînes régionales. Six autres chaînes locales sont prévues sur les multiplex locaux. Norkring (multiplex B) s'est retirée en février 2012 au motif que le radiodiffuseur de service public enfreignait la réglementation relative à la concurrence en hébergeant des chaînes commerciales. Norkring a démantelé le deuxième multiplex en Slovénie. Dans le cadre d'un appel d'offres lancé en octobre 2012, le troisième multiplex (C) a également été accordé à RTV Slovenija. En juin 2012, la loi sur les médias a été modifiée pour prévoir la transmission gratuite de chaînes de télévision d'importance particulière sur le multiplex TNT exploité par RTV Slovenija. Toujours en juin 2012, la loi sur la radiodiffusion numérique a été modifiée pour interdire l'hébergement de chaînes de télévision commerciales sur le multiplex public lorsque d'autres multiplex TNT sont disponibles.

Auf dem slowenischen Fernsehmarkt dominieren die Sender des Medienkonzerns Central European Media Enterprises (CME) (Pop TV, Kanal A und die Pro Plus-Senderfamilie). Diese hatten 2012 zusammen einen Zuschauermarktanteil von 36,6 %. Der Marktanteil des öffentlich-rechtlichen Fernsehens RTV Slovenija, einschließlich der regionalen Sender, lag im selben Zeitraum bei 27,7 %. Im Februar 2012 stellte ein weiterer wichtiger Sender, TV3 (Teil der Modern Times-Gruppe - MTG), den Betrieb ein und zog sich aus Slowenien zurück mit der Begründung, dass die CME-Gruppe den Werbemarkt beherrsche. Das Verfahren ist noch vor den Wettbewerbsbehörden anhängig.

Mehr als 30 % aller Haushalte hatten Ende 2012 einen Kabelanschluss. Größter Kabelbetreiber ist Telemach (Mid Europa Partners) mit fast 200 000 Abonnenten. Telemach hat nach und nach eine Reihe kleinerer Anbieter übernommen, unter anderem Elektro Turnsek und Kabel TV im Sommer 2013. IPTV-Dienste werden inzwischen von mehr als 26 % aller slowenischen Haushalte genutzt. In Slowenien gibt es drei verschiedene IPTV-Anbieter. Der größte Anbieter SiOL (Telekom Slovenije) hatte im März 2013 126 636 Abonnenten (56 % des Marktes). Aus Daten des Jahres 2012 (Agentur für Post und elektronische Kommunikation der Republik Slowenien - AKOS) geht hervor, dass das slowenische Telekom-Unternehmen T2 32 % des Marktes beherrscht. Es gibt nur ein einziges Satellitenpaket, Total TV (Mid Europa Partners), das seit 2007 angeboten wird und rund 25 000 Kunden hat. Die offizielle DVB-T-Website berichtet über Empfangsprobleme in Gebieten, wo es Störungen durch italienische DVB-T-Übertragungen gibt. Im größten Multiplex von RTV Slovenija werden acht nationale und vier regionale Sender ausgestrahlt. Sechs weitere lokale Sender werden über lokale Multiplexe übertragen. Norkring (Multiplex B) zog sich im Februar 2012 aus Slowenien zurück mit der Begründung, das öffentlich-rechtliche Fernsehen habe gegen die Wettbewerbsbestimmungen verstoßen, da es Privatsender in seinem Multiplex ausgestrahlt hat. Norkring hat Multiplex B abgeschaltet. Im Oktober 2012 wurde eine Ausschreibung für die Vergabe eines dritten Multiplex (C) durchgeführt, und dieser Multiplex wurde ebenfalls an RTV Slovenija vergeben.

Im Juni 2012 wurde das Mediengesetz geändert, um die Ausstrahlung frei empfangbarer Fernsehsender von besonderer Bedeutung auf dem von RTV Slovenija betriebenen DVB-T-Multiplex zu ermöglichen. Ebenfalls im Juni 2012 wurde das Gesetz über digitales Fernsehen geändert. In Zukunft dürfen kommerzielle Fernsehsender nicht mehr über den öffentlich-rechtlichen Multiplex ausgestrahlt werden, wenn andere DVB-T-Multiplexe verfügbar sind.

➤ Agency for Communication Networks and Services of the Republic of Slovenia - AKOS (Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije): <http://www.akos-rs.si>; <http://dvt.akos-rs.si>
Legal aspects, Iris Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>

SI1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	2 059
Households	842

Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			700
Cable TV subscriptions	30.6%	258	
Digital cable TV households	25.8%		217
Digital DTH/SMATV households	7.1%		60
Pay DTH/SMATV subscriptions	3.2%	27	
IPTV households	26.5%		223
Pay IPTV subscriptions	26.5%	223	
DTT households	19.1%		161
Pay DTT subscriptions			
Total digital TV households	78.5%		661
Total pay TV subscriptions	60.3%	508	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	63.3%		533
Households with broadband connections	53.8%		453
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	3.8%		32

IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

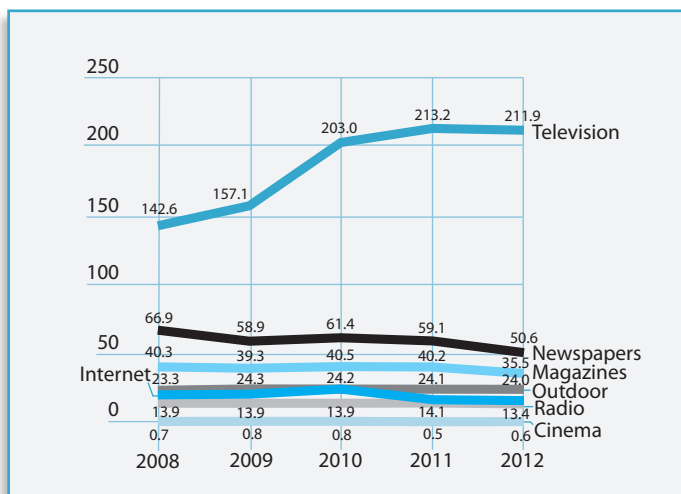
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

No data source identified

SI2

Advertising
2008-2012

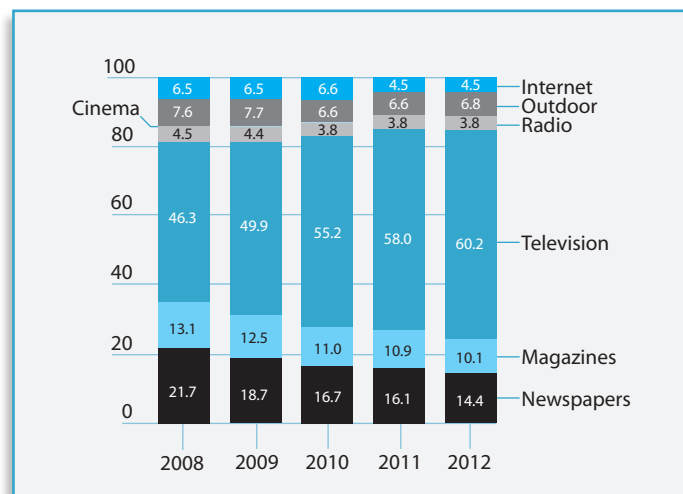
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

Warc

SI3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Telekom Slovenije D.D. (cons.) ①	3Play	Siol TV	850.0	828.3	797.8	-3.7%
<i>p.m.</i> Mobitel ① ②	3G TV	Mobilna TV	392.2	-	-	-
RTVSLO	sptv, sprad	TVS-1, TVS-2, Televizija Koper, Televizija Maribor	133.5	130.7	131.8	0.8%
Tusmobile D.O.O.	3Play, 3G TV	TUS TV	74.0	66.7	74.1	11.1%
T-2 D.O.O. ①	4Play	T2 Televizija	43.7	48.5	54.4	12.2%
Produkcija Plus (CME)	adtv	Pop TV, Kanal A, Pop Brio	53.7	56.2	54.2	-3.6%
Telemach d.o.o. ① ③	3Play	Telemach Televizija	-	-	~	~
<i>p.m.</i> UPC Telemach ①	3Play	Telemach Televizija	39.9	47.8	-	-
AMIS D.O.O. ①	3Play	Amis TV	25.3	28.4	31.8	12.0%
TS Media	thtv, odas	Planet TV	13.8	26.9	25.7	-4.5%
Kolosej Zabavni d.o.o.	exh	Kolosej	0.7	8.2	10	22.0%
Elektro Turnsek ①	3Play	Turnsek	7.6	8.8	8.6	-2.3%
EVJ Elektroprom Trgovina ①	3Play	Kabelska TV	9.9	9.2	8.2	-10.9%

① Includes telecommunication activities.
② Merged in Telekom Slovenije in 2011.

③ Private equity group Kohlberg Kravis Roberts has agreed to acquire Western Balkans cable operator SBB/Telemach from Mid Europa Partners in October 2013.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2013

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	73	73	Elektro Turnsek, Skyline, Telemach...
Satellite packagers	1	1	Total TV
IPTV packagers	6	6	Amis, Ansat, Ario, Planet Siol, T-2, Telekom Slovenia
DTT multiplex operators and packagers	① 1	1	RTVSLO
Mobile TV packagers	1	1	Mobitel
SmartTV stores providing AV applications		3	Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
Open platforms with branded channels		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

① Norkring left Slovenia in 2012.

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2011-2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share	Operating revenues (EUR million)
1	Central European Media Enterprises (BM/US)	Private	8	37.9%	37.2%
2	RTVSLO	Public	5	26.9%	27.7%
3	21st Century Fox	Private	5	2.2%	3.5%
4	Telekom Slovenje	Private	2	-	2.6%
5	Discovery Inc. (US)	Private	6	2.6%	2.6%

➔ European Audiovisual Observatory

SI4

Financing of the public audiovisual media sector 2009-2012

Income	EUR million				In %	2009	2010	2011	2012	2012/11
Total public income	96.68	95.22	89.07	99.35	75.0	71.3	68.1	75.4		11.5%
- Licence fee	84.86	86.61	81.41	91.94	65.9	64.9	62.3	69.8		12.9%
- Grants / Other public revenues	2.19	2.16	2.19	2.20	1.7	1.6	1.7	1.7		0.5%
- Other public revenues	9.63	6.45	5.47	5.21	7.5	4.8	4.2	4.0		-4.8%
Total commercial income	32.15	38.32	41.64	32.42	25.0	28.7	31.9	24.6		-22.1%
- Advertising / Sponsorship	10.64	11.66	15.07	13.67	8.3	8.7	11.5	10.4		-9.3%
- Sponsoring	6.18	8.13	0.24	0.15	4.8	6.1	0.2	0.1		-37.5%
- Programme sales	1.80	1.97	1.36	1.28	1.4	1.5	1.0	1.0		-5.9%
- Merchandising	0.75	0.72	0.60	0.49	0.6	0.5	0.5	0.4		-18.3%
- Other commercial income	12.78	15.84	24.37	16.83	9.9	11.9	18.6	12.8		-30.9%
Total	128.83	133.54	130.71	131.77	100.0	100.0	100.0	100.0		0.8%

Companies included: RTVSLO.

➔ RTVSLO / EBU -M.I.S.

SI5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission July 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	3	4	7
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	2	43	45
TV Regional/Local	3	33	36
TV Regional/Local Windows			
TV channels targeting foreign markets			
Pure TV online services (Web TV)			
Total	8	80	88
Foreign channels targeting the country	2	50	52

 European Audiovisual Observatory

On-demand audiovisual services in the country December 2013

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	5	9
VoD Generalist/ Film / Fiction	2	13
VoD Music / Music events		3
VoD Film	5	12
VoD Documentary	1	1
VoD Children/ Animation	1	2
Film/TV Archives and Trailers		3
Sport		
Other	3	~
Total (estimated)	20	~

 European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform July 2013 Including foreign services.

	Digital Terrestrial	Cable	Satellite	IPTV	
	RTVS and regional	Telemach	Total TV (SI)	SIOL	T2
TV Channels					
Generalist - national	4	5	4	4	5
Generalist - foreign		19	22	33	39
Adult		3	4	12	9
Children		12	6	15	12
Culture/ education/ documentary		17	13	14	18
Minority interest groups				1	1
Entertainment/ TV fiction/ games	3	31	29	31	38
Film		12	9	10	10
HD Simulcast of an existing channel		24	26	24	25
Home shopping					1
International linguistic and cultural		6	7	7	10
Lifestyle/ specific leisure/ travel		7	5	8	10
Music		15	11	18	22
News/ business		10	16	9	20
Parliament/ government/ administration	1	1		1	2
Regional/ local/ windows	10	8	4	26	29
Religion				1	3
Sports		18	16	16	12
Various		2	1	2	5
Total (of which HD)	18	190 (29)	173 (26)	232 (31)	271 (27)
On-demand audiovisual services					
VoD		4		5	2
Catch-up					
Other services		1		1	2
Total O		5 (1)		6 (1)	4 (1)

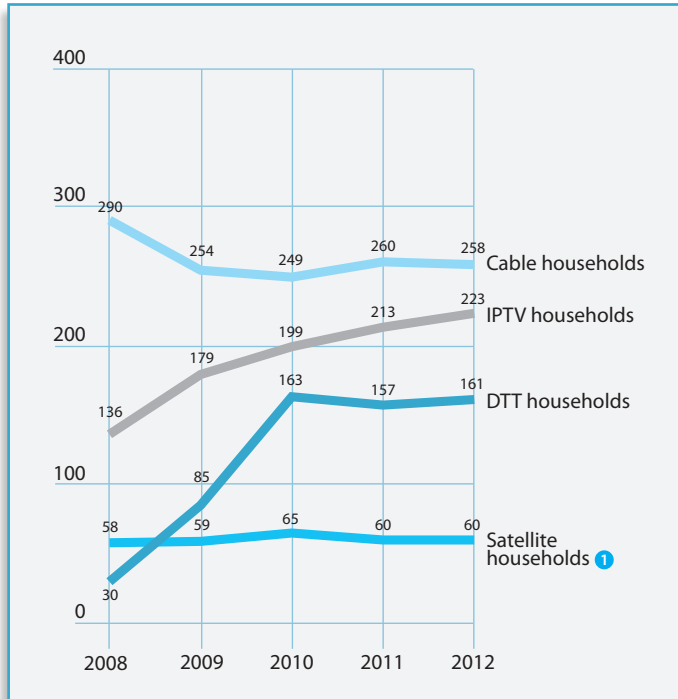
¹ Including Voyo, HBO on Demand, HBO GO.

 European Audiovisual Observatory

SI6

Market trends
2008-2012

Household TV equipment

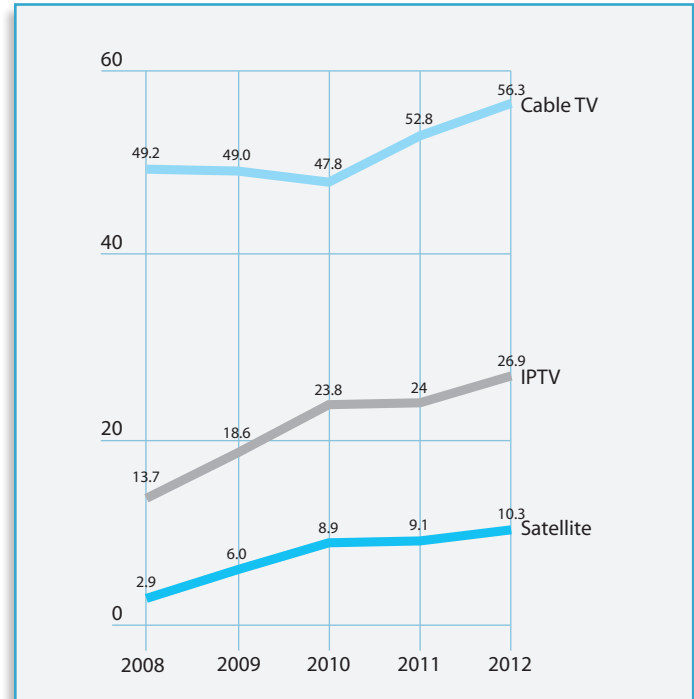


2008-2012 In thousands.

① Satellite data revised from previous years.

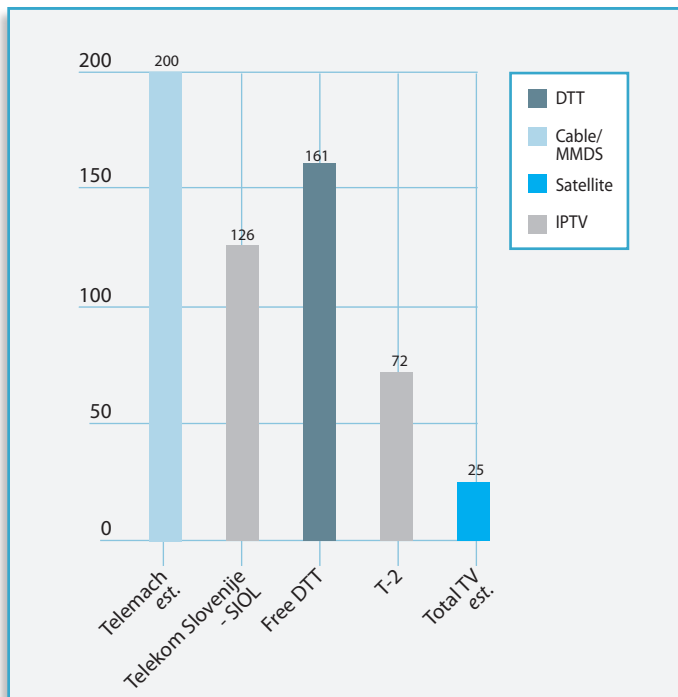
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

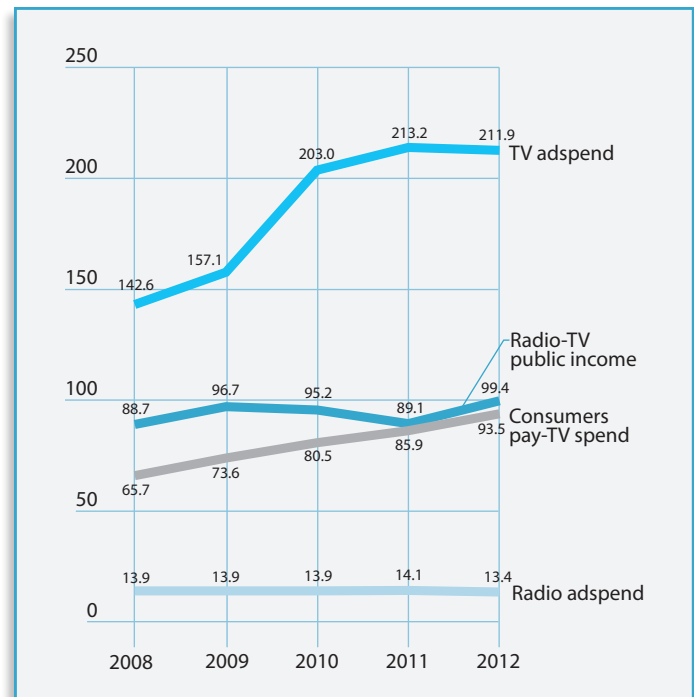
IHS Screen Digest

Number of households accessing
multichannel platforms

As at 31.12.2012 In thousands.

European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc and RTVSLO / EBU-M.I.S.

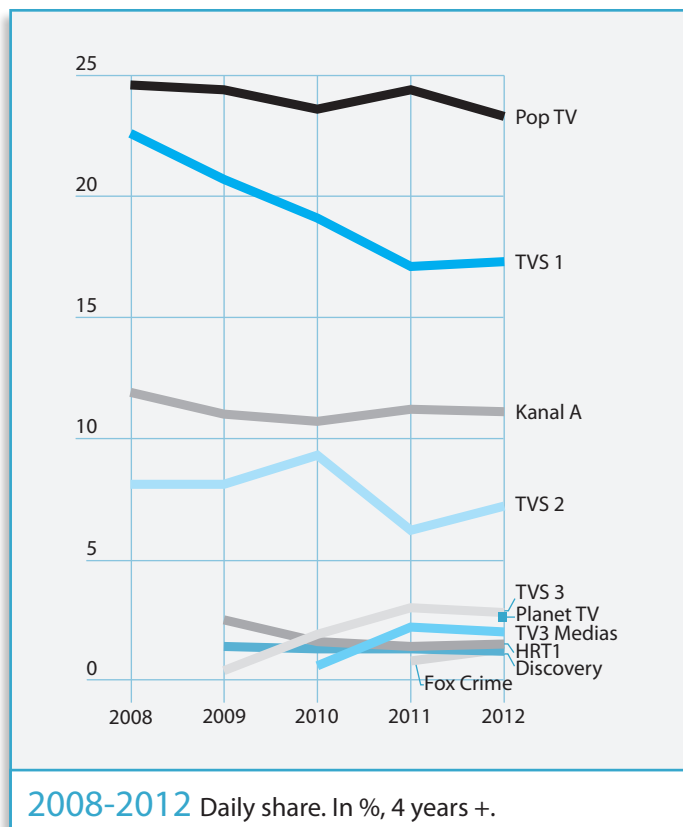
SI7

TV audience market share in Slovenia

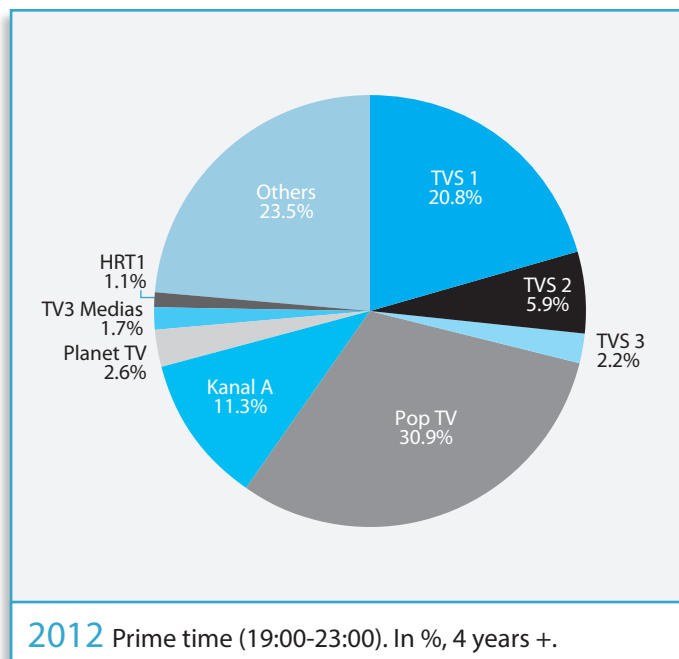
2008-2012 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
TVS 1	22.6	20.7	19.1	17.1	17.3	26.1	24.1	22.1	20.3	20.8
TVS 2	8.1	8.1	9.3	6.2	7.2	6.3	6.9	8.5	4.9	5.9
TVS 3		0.4	1.9	3.0	2.8	-	0.3	1.7	2.6	2.2
Tele Maribor	0.4	0.4	0.5	0.5	0.3	0.4	0.5	0.6	0.5	0.3
Koper	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
Slovenian public channels	31.3	29.8	30.9	26.9	27.7	32.9	31.9	33.0	28.4	29.2
Pop TV	24.6	24.4	23.6	24.4	23.3	31.4	32.3	30.9	32.1	30.9
Pop Brio	-	-	-	1.2	0.4	-	-	-	1.0	0.3
Pop Oto				0.3	0.8				0.2	0.4
Pop Kino				0.2	0.3				0.1	0.3
Pop Fani				0.1	0.4				0.1	0.2
Pop Kino2				0.1	0.3				0.1	0.2
Kanal A	11.9	11.0	10.7	11.2	11.1	11.5	10.4	10.6	11.1	11.3
Planet TV					2.6					2.6
TV3 Medias (former Pink Slovenia)	-	-	0.6	2.2	2.0			0.6	2.0	1.7
Golica	-	0.8	0.9	0.8	1.0	-	0.4	0.5	0.5	0.7
Slovenian private channels	37.0	37.1	39.3	40.8	42.6	42.9	43.6	46.1	46.3	48.7
HRT1	~	2.5	1.6	1.4	1.5	~	2.0	1.3	1.1	1.1
Fox Crime				0.8	1.3	~	~	~	0.5	0.8
Discovery	~	1.4	1.3	1.3	1.2	~	0.7	0.7	0.8	0.7
Universal				0.7	1.1	~	~	~	0.4	0.7
Fox Life				0.6	1.0	~	~	~	0.3	0.6
Total foreign channels	~	8.8	9.1	21.7	23.1	~	6.5	6.2	13.6	16.4
Others	31.7	24.3	20.7	10.6	6.6	24.2	18.0	14.7	11.7	5.7

Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

SI8

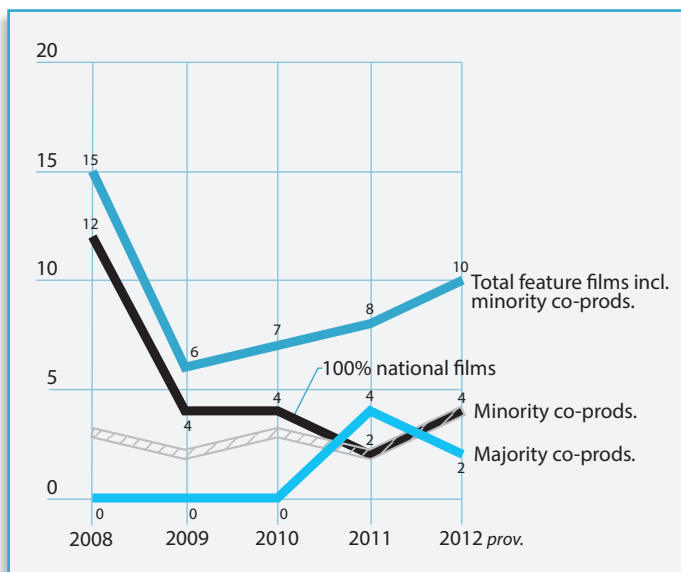
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	18 476	19 874	19 341	18 518	18 382	OBS
Screens	110	103	106	111	110	SFC
Cinema sites	57	48	49	52	54	SFC
Digital screens	9	9	16	17	18	MS
Digital cinema sites	9	9	11	11	11	MS
Digital screen penetration	8%	9%	15%	15%	16%	OBS
Digital site penetration	16%	19%	22%	21%	20%	OBS

↳ European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) and SFC (Slovenian Film Center)

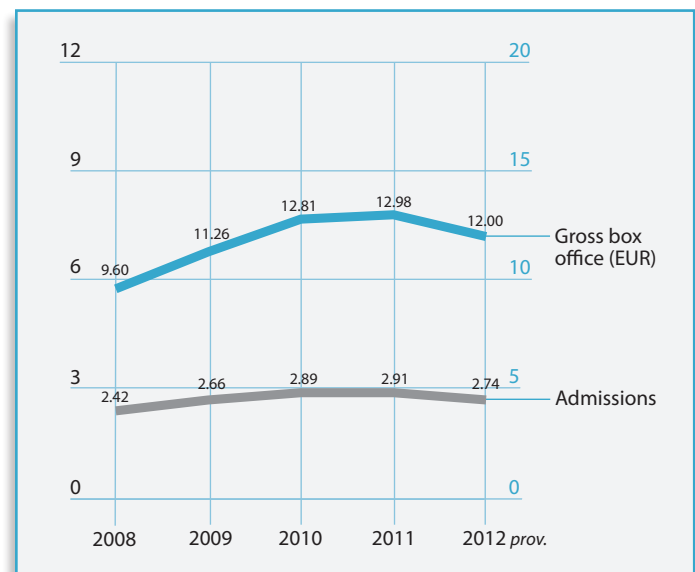
Number of theatrical feature films produced

2008-2012¹ In units.

¹ Year of release. Covers only films receiving national public support. Includes feature documentaries. In addition SFC reports 5-8 incoming feature films per year.

↳ SFC

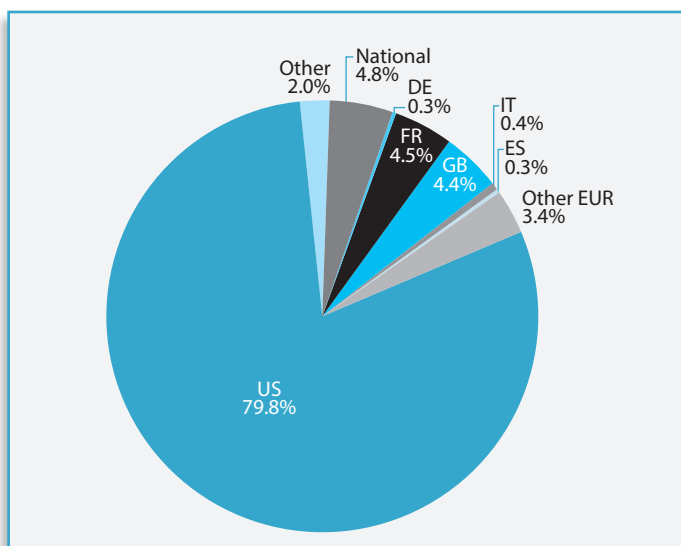
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

↳ SFC

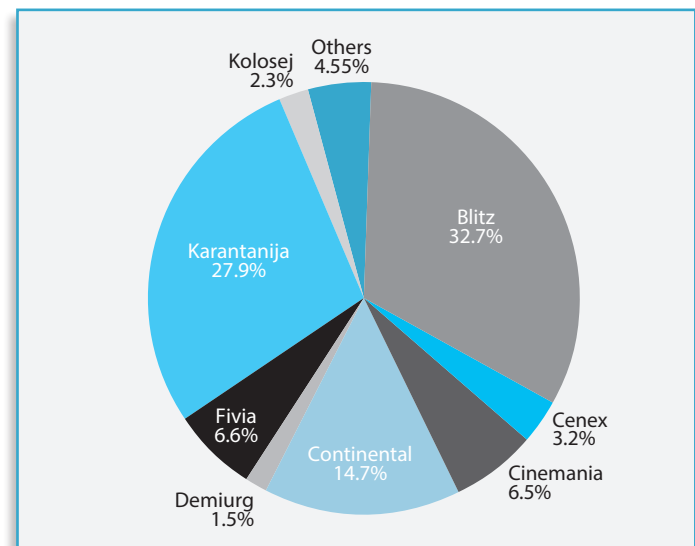
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

↳ SFC

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

↳ SFC

In the Slovak Republic, the commercial channels dominate the market. The channels of Central European Media Enterprises (TV Markiza, TV Doma and Dajto) had a combined market share of 31.9% in 2012. The public service channels of STV had a combined share of 11.7%. The second commercial operator Mac TV had an audience share of 24.9% in 2012 (TV Joj and Joj Plus). The commercial operators have launched a range of new channels in the Slovak Republic in 2012 and 2013: DajtoTV, Senzi TV, Foor TV and Wau TV, all of which are available over free DTT.

Cable and satellite each deliver television services to around 40% of homes. In September 2013, the main cable operator, UPC (Liberty Global) had 194 500 subscribers, which was almost one third of the cable market. There are five satellite packages offered by three companies. The two packages Skylink and CS Link are part of Luxembourg company M7. Skylink is being promoted as a pay package, while CS Link is free. They serve a combined total of approximately 1.6 million homes in the Slovak and Czech Republics. DIGI TV is another important player and was purchased in 2013 by Slovak Telecom from RCS & RDS. UPC Direct (Liberty Global) had 62 200 subscribers in September 2013. A fifth satellite service was launched in 2010 when T-Com (Slovak Telecom) made the IPTV Magio service available over satellite. Magio had over 190 000 subscribers in September 2013 (to the IPTV and satellite services combined). IPTV is also offered by three other companies: Orange, Slovanet, and Swan. Towercom operates four DTT Multiplexes. They carry three public service channels (including a PSB HD channel), and ten private channels. The Towercom subsidiary, Towerhome, launched pay DTT services in 2013 offering 12 additional channels.

In 2011 Slovak Television (STV) and Slovak Radio (SRo) merged into a single public institution under the Act on Slovak Television and Radio of 15 December 2010. The Act also established a new system for financing of the public service. The strategy was to switch to state budget contribution to the financing. However, this system was never implemented. New legislation in came into effect in January 2013 that re-instated the previous broadcasting fee for households.

En République slovaque, les chaînes commerciales dominent le marché. En 2012, les chaînes de Central European Media Enterprises (TV Markiza, TV Doma et Dajto) ont une part de marché cumulée de 31,9 % contre 11,7 % pour les chaînes du service public de STV. Le deuxième opérateur commercial, Mac TV, a une part d'audience de 24,9 % en 2012 (TV Joj et Joj Plus). Les opérateurs commerciaux ont lancé plusieurs nouvelles chaînes en République slovaque en 2012 et 2013 : DajtoTV, Senzi TV, Foor TV et Wau TV ; elles sont toutes disponibles sur la TNT gratuite.

Le câble et le satellite couvrent environ 40 % des foyers. En septembre 2013, le principal câble-opérateur, UPC (Liberty Global), compte 194 500 abonnés, soit environ un tiers du marché du câble. Trois sociétés proposent cinq bouquets satellites. Les deux bouquets Skylink et CS Link appartiennent à la société luxembourgeoise M7. Skylink est proposé comme un bouquet payant, tandis que CS Link est gratuit. Ensemble, ils couvrent environ 1,6 million de foyers dans les Républiques slovaque et tchèque. DIGI TV, autre acteur important, a été acheté en 2013 par Slovak Telecom à RCS & RDS. UPC Direct (Liberty Global) revendique 62 200 abonnés en septembre 2013. Un cinquième service par satellite a été lancé en 2010, T-Com (Slovak Telecom) ayant rendu le service IPTV Magio disponible sur satellite. Magio compte environ 190 000 abonnés en septembre 2013 (aux services IPTV et satellite). L'IPTV est également proposé par trois autres sociétés : Orange, Slovanet et Swan. Towercom exploite quatre multiplex TNT. Ils transportent trois chaînes de service public (y compris une chaîne HD du radiodiffuseur de service public) et dix chaînes privées. La filiale de Towercom, Towerhome, a lancé des services de TNT payants en 2013 offrant 12 chaînes supplémentaires.

En 2011, la Télévision slovaque (STV) et la Radio slovaque (SRo) ont fusionné en une seule institution publique en vertu de la loi relative à la télévision et à la radio slovaques du 15 décembre 2010. La loi a également mis en place un nouveau système de financement du service public. La stratégie consistait à assurer le financement sur le budget de l'Etat. Cependant, ce système n'a jamais été mis en œuvre. La nouvelle législation, entrée en vigueur en janvier 2013, rétablit le paiement de la redevance audiovisuelle par les foyers.

Auf dem slowakischen Fernsehmarkt dominieren die kommerziellen Sender. Den größten Zuschauermarktanteil hatten 2012 die Sender der Central European Media Enterprises (TV Markiza, TV Doma und Dajto) mit 31,9 %. Die öffentlich-rechtlichen Sender des STV (Slowakisches Fernsehen) kamen zusammen auf einen Zuschauermarktanteil von 11,7 %. Der zweite kommerzielle Sender Mac TV hatte 2012 einen Zuschauermarktanteil von 24,9 % (TV Joj und Joj Plus). 2012 und 2013 starteten die Privatsender eine Reihe neuer Kanäle: DajtoTV, Senzi TV, Foor TV und Wau TV, alle frei empfangbar über DVB-T.

In der Slowakei liegt der Anteil der Haushalte, die Fernsehen über Kabel und Satellit empfangen, bei jeweils 40 %. Im September 2013 hatte der größte Kabelfernsehanbieter UPC (Liberty Global) 194 500 Abonnenten – fast ein Drittel des gesamten Kabelfernsehmarktes. Die slowakischen Fernsehzuschauer können zwischen fünf Satellitenpaketen wählen, die von drei Unternehmen angeboten werden. Skylink und CS Link werden von der Luxemburger M7-Gruppe angeboten. Bei Skylink handelt es sich um ein kostenpflichtiges Paket, CS Link dagegen ist kostenlos. Sie werden von rund 1,6 Mio. Haushalten in der Slowakischen und der Tschechischen Republik genutzt. Ein weiterer wichtiger Anbieter ist DIGI TV, das 2013 von dem Telekommunikationskonzern Slovak Telecom übernommen wurde, nachdem der rumänische Eigentümer RCS & RDS dem Verkauf zugestimmt hatte. UPC Direct (Liberty Global) hatte im September 2013 62 200 Abonnenten. Seit die T-Com (Slovak Telecom) 2010 ihren IPTV Magio-Dienst auch über Satellit anbietet, gibt es in der Slowakei einen fünften Satellitendienst. Magio hatte im September 2013 über 190 000 Abonnenten (für IPTV und Satellit zusammen). IPTV wird auch von drei anderen Unternehmen angeboten: Orange, Slovanet und Swan. Towercom betreibt vier DVB-T-Multiplexe. Über sie werden drei öffentlich-rechtliche Sender (einschließlich einem PSB HD-Kanal) und zehn private ausgestrahlt. Die Towercom-Tochter Towerhome startete 2013 ein Pay-DVB-T-Angebot mit 12 weiteren Sendern.

Mit Inkrafttreten des Slowakischen Radio- und Fernsehgesetzes vom 15. Dezember 2010 wurden 2011 das Slowakische Fernsehen (STV) und das Slowakische Radio (SRo) in einer einzigen öffentlich-rechtlichen Einrichtung zusammengeschlossen. Mit dem Gesetz wurde auch ein neues System für die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus dem Staatshaushalt eingeführt. Dieses System wurde jedoch nie umgesetzt. Stattdessen trat im Januar 2013 ein neues Gesetz in Kraft, das die Fernsehgebühren für Haushalte wieder einführt.

SK1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	5 411
Households	1 811

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			2 238
Cable TV subscriptions	37.0%	670	
Digital cable TV households	11.6%		210
Digital DTH/SMATV households	45.5%		825
Pay DTH/SMATV subscriptions	24.6%	445	
IPTV households	8.8%		160
Pay IPTV subscriptions	8.8%	160	
DTT households	29.8%		540
Pay DTT subscriptions			
Total digital TV households	95.8%		1 735
Total pay TV subscriptions	70.4%	1 275	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	99.3%		1 798
Households with broadband connections	49.5%		897
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	15.1%		273

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

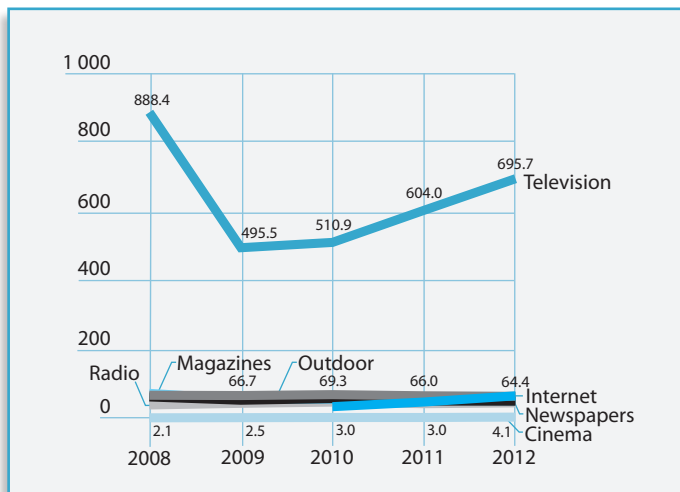
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

SK2

Advertising 2008-2012

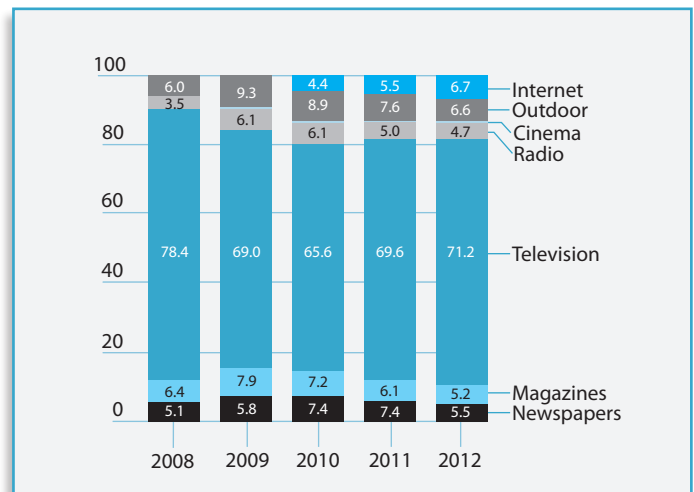
Total display adspend



2008-2012 EUR million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

SK3

Main players

Operating revenues of the main audiovisual companies 2010-2012 EUR million.

Main AV companies	Activities	Brands	2010	2011	2012	2012/11
Slovak Telekom A.S. ①	3 play	Magio TV	669.5	867.7	807.7	-6.9%
Orange Slovensko A.S. ①	3Play	Fiber TV	764.1	728.6	676	-7.2%
RTVS ②	sptv, sprad		-	114.1	97.4	-14.6%
<i>p.m.</i> Slovenská Televízia ②	sptv	Jednotka, Dvojka, Trojka	72.1	-	-	-
<i>p.m.</i> Rozhlas Slovenska ②	radtv		29.9	-	-	-
Slovenska produkna, a.s.	prod	Joj TV	65.6	68.2	72.4	6.2%
Markiza - Slovakia s.r.o.	adtv	Markiza TV	71.1	74.3	70.4	-5.2%
Towercom a.s. ①	trans		52.3	49.7	49.5	-0.4%
UPC Broadband ①	3Play, Sat-TV	UPC Televizia	48.3	46.7	47.0	0.6%
Swan a.s.	3play	Swan	32.7	36.0	~	~
Slovanet A.S. ①	3Play	Slovanet Televizia	31.1	28.9	33.6	16.3%
Digi Slovakia ①	Sat-TV, CATV, ISP	Digi TV	~	32.7	30.5	-6.7%

① Includes telecommunication activities.

② Slovenska Televizia and Rozhlas Slovenska were merged into a single company as at 01/01/2011.

➔ European Audiovisual Observatory

Distributors of audiovisual services 2012

	Established in the country	Available in the country	Companies
Cable operators	19	19	Satro, Slovicable, Trnavatel, UPC Broadband Slovakia, ...
Satellite packagers	3	4	Digi Slovakia, M7 Group (CS link and Skylink), UPC, T-Com
IPTV packagers	4	4	Orange Slovensko, Slovanet, Swan, T-Com A.S.
DTT multiplex operators and packagers	1	1	Towercom
Mobile TV packagers			
SmartTV stores providing AV applications		4	Samsung, Panasonic, Phillips Net TV, Sony Bravia
Online stores with VoD EST or AV apps.		5	Blackberry App World (LU), Google Play (US), iTunes Store (LU), Ovi (FI), Samsung Apps (GB)
UGC platforms open to branded video catalogues		2	Dailymotion (FR), YouTube (US)

➔ European Audiovisual Observatory

Main broadcasting groups 2012 by TV audience market share.

Rank	Name	Private/public	Number of TV channels available in the country	TV daily market share 2011	TV daily market share 2012
1	Central European Media Enterprises (BM/US)	Private	12	34.0%	31.9%
2	JOJ Media House	Private	7	23.8%	24.9%
3	RSTV	Public	4	12.2%	11.7%
4	C.E.N. s.r.o.	Private	2	1.9%	1.9%

➔ European Audiovisual Observatory

SK4

Financing of the public audiovisual media sector
2008-2012

Income	EUR million					In %					2012/11
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012	
Total public income	78.5	92.4	92.4	107.7	91.5	75.8	89.7	90.7	94.4	94.0	-15.1%
- Aids/Grants	3.9	15.0	16.3	33.8	19.1	3.7	14.6	16.0	29.6	19.6	-43.4%
- Licence fee	74.6	77.4	76.1	73.9	72.4	72.0	75.1	74.7	64.7	74.3	-2.1%
Total commercial income	22.5	10.5	9.2	5.8	5.4	21.7	10.2	9.0	5.1	5.5	-7.6%
- Advertising	18.0	6.8	6.1	4.0	3.5	17.3	6.6	5.9	3.5	3.5	-13.8%
- Sponsoring	2.0	1.0	1.1	0.5	0.7	1.9	1.0	1.1	0.4	0.7	42.0%
- Programme sales	1.0	1.0	0.5	0.0	0.0	1.0	1.0	0.5	0.0	0.0	-60.0%
- Merchandising	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-
- Other commercial revenues	1.5	1.6	1.5	1.3	1.2	1.5	1.6	1.5	1.1	1.3	-6.2%
Other income	2.6	0.2	0.3	0.6	0.5	2.5	0.2	0.3	0.5	0.5	-20.0%
TOTAL	103.6	103.0	101.9	114.1	97.4	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-14.7%

Companies included: Slovenska Televizia and Rozhlas Slovenska (2008-2010) - Rozhlas a Televizia Slovenska (2011-2012).

➔ European Audiovisual Observatory on SR, STV and RTS / EBU-M.I.S. data

SK5

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission **November 2013**

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	3	10	13
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	31	32
TV Regional/Local		140	140
TV Regional/Local Windows			
TV channels targeting foreign markets		2	2
Pure TV online services (Web TV)			
Total	4	183	187
<i>Foreign TV channels targeting the country</i>	<i>2</i>	<i>57</i>	<i>59</i>

 European Audiovisual Observatory
On-demand audiovisual services in the country **December 2013**

	Established in the country	Available in the country
Broadcasters' branded channels on open platforms	3	~
Catch-up TV services	32	38
VoD Generalist/ Film / Fiction	4	9
VoD Music / Music events		
VoD Film	2	7
VoD Documentary		
VoD Children/ Animation	1	1
Film/TV Archives and Trailers		2
Sport		1
Other	9	~
Total (consolidated)	51	~

 European Audiovisual Observatory
Supply of audiovisual services by genre and by platform **November 2013** Including foreign services.

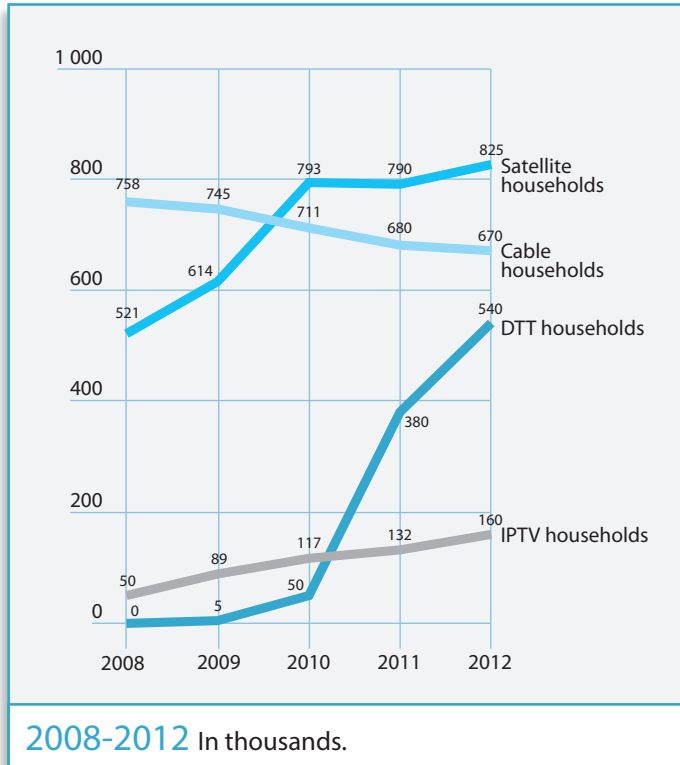
	DTT		Satellite		Cable	IPTV
	Free	Pay DTT	Digi TV (Slovakia)	Skylink	UPC Slovakia	MAGIO
TV Channels						
Generalist - national	4	4	4	4	5	4
Generalist - foreign		2	5	15	12	4
Adult		1	2	3	5	6
Children		1	2	7	6	7
Culture/ education/ documentary		3	10	15	15	21
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games	5	5	15	17	24	17
Film		1	1	8	13	13
HD Simulcast of an existing channel	1	1		18	25	38
Home shopping				1		
International linguistic and cultural			1	1	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			2	8	10	3
Music	1	2	2	12	8	10
News/ business	1	1	1	13	7	
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local/ windows				3	11	3
Religion		1		2	1	2
Sports	1	3	12	8	15	9
Various				1	3	
Total (of which HD)	13 (1)	25 (1)	57	136 (19)	161 (28)	137 (45)
On-demand audiovisual services						
VoD					2	
Catch-up						
Other services						
Total					2	

 European Audiovisual Observatory

SK6

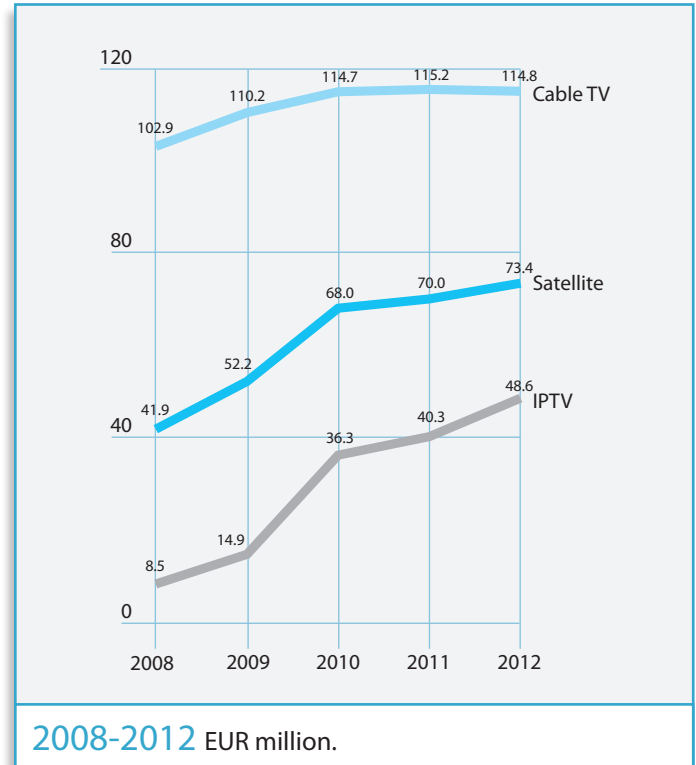
Market trends 2008-2012

Household TV equipment



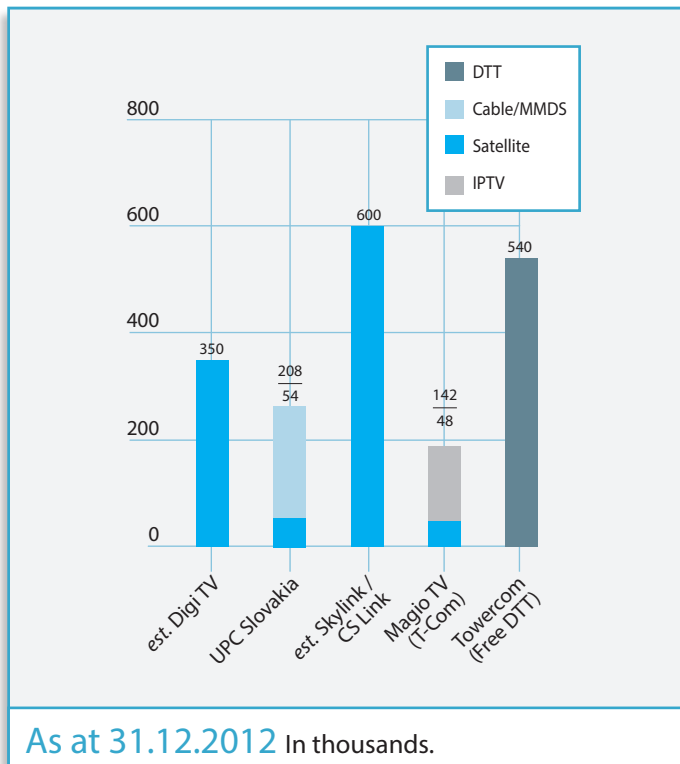
IHS Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend



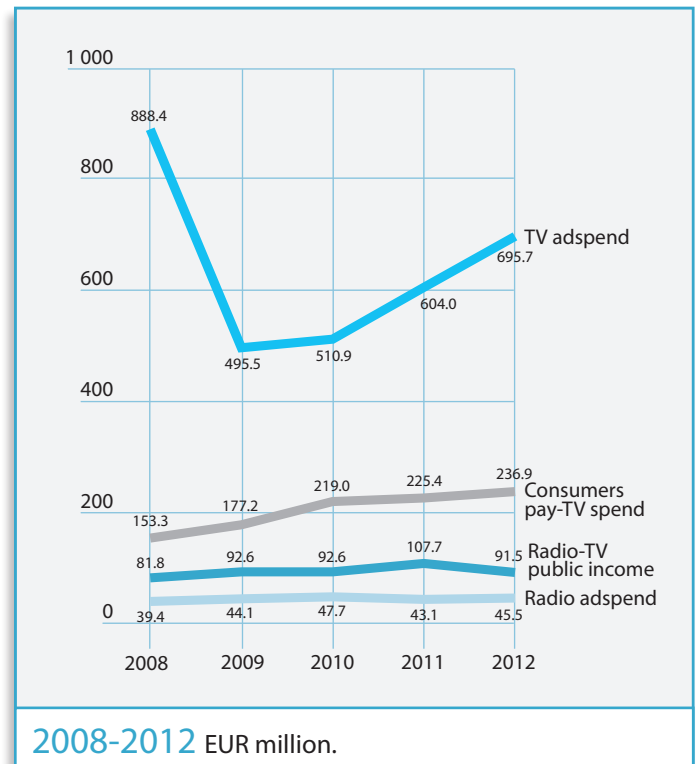
IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms



European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



European Audiovisual Observatory on the basis of data from IHS Screen Digest, Warc, SR, STB and EBU-M.I.S. data.

SK7

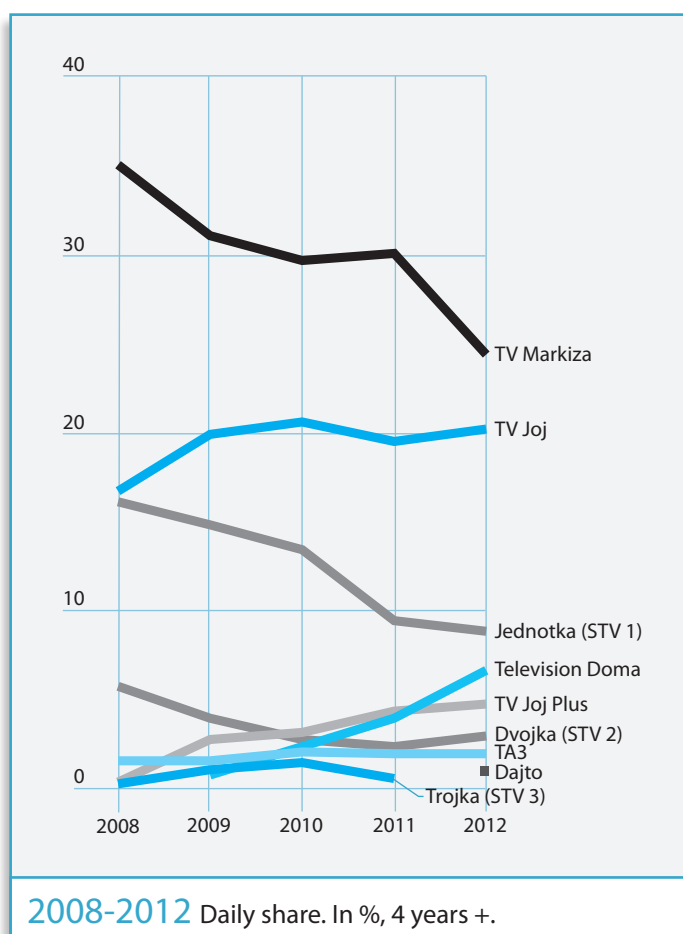
TV audience market share in Slovakia

2008-2012 In %, 4 years +.

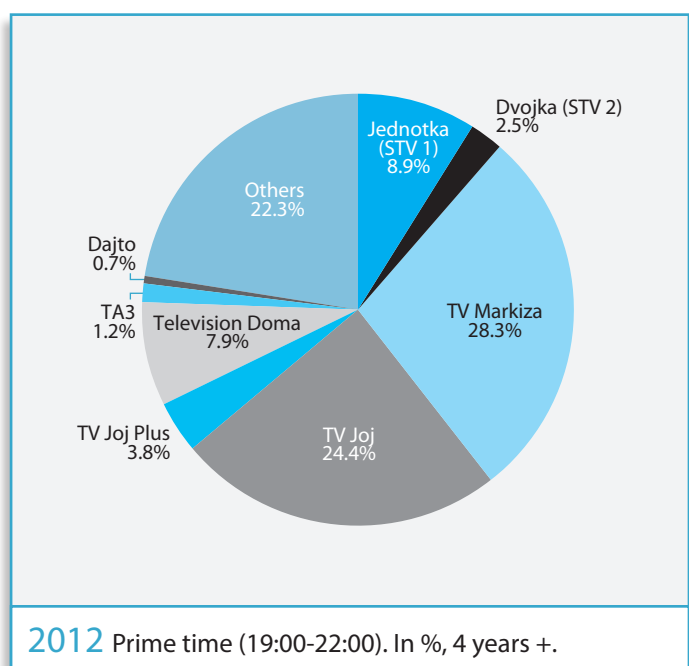
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Jednotka (STV 1)	16.1	14.8	13.4	9.4	8.8	17.5	16.5	13.6	9.6	8.9
Dvojka (STV 2)	5.7	3.9	2.7	2.3	2.9	4.9	3.4	2.4	2.1	2.5
Trojka (STV 3) ①	0.2	1.0	1.4	0.5	–	0.2	0.9	1.4	0.5	–
Total Slovak public channels	22.0	19.7	17.5	12.2	11.7	22.6	20.8	17.4	12.2	11.4
TV Markiza	35.1	31.1	29.7	30.1	24.4	37.7	34.4	33.4	36.4	28.3
TV Joj	16.7	19.9	20.6	19.5	20.2	19.5	22.6	24.2	21.8	24.4
TV Joj Plus	0.3	2.7	3.1	4.3	4.7	0.2	2.1	2.2	3.6	3.8
Television Doma	–	0.7	2.3	3.9	6.6	–	0.4	1.9	3.3	7.9
TA3	1.5	1.5	2.0	1.9	1.9	1.0	0.9	1.2	1.1	1.2
Dajto					0.9					0.7
Total Slovak private channels	52.1	54.4	55.7	57.8	58.7	58.4	60.4	62.9	66.2	66.3
Czech TV	8.7	7.3	~	~	~	7.2	6.5	~	~	~
Hungarian TV	5.7	4.7	~	~	~	5.7	4.8	~	~	~
Total main foreign channels	14.4	12.0	~	~	~	12.9	11.3	~	~	~
Others	11.5	13.9	26.8	30.0	29.6	6.1	7.5	19.7	21.6	21.6

① TROJKA ceased broadcasting on 30/06/2011.

Eurodata TV Worldwide / PMT



Eurodata TV Worldwide, PMT, TNS SK



Eurodata TV Worldwide, PMT, TNS SK

SK8

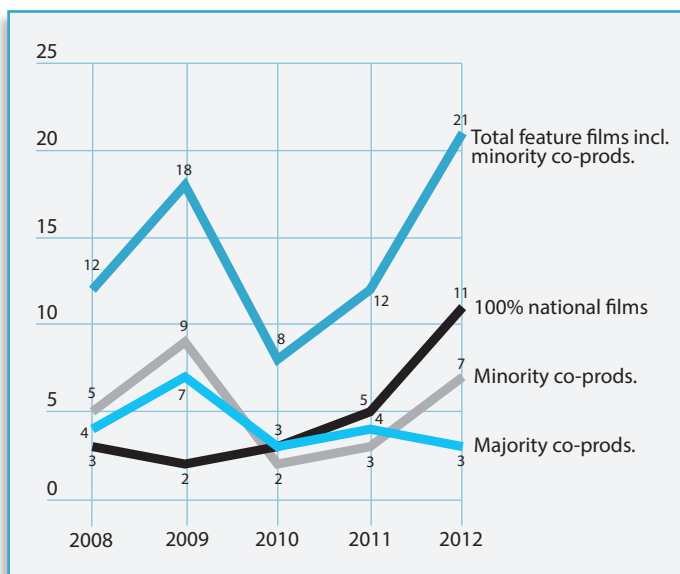
Feature film data
2008-2012

Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	22 962	22 727	23 885	26 005	26 403	OBS
Screens	235	238	227	209	206	SFU/ AIC
Cinema sites	181	181	162	143	133	SFU/ AIC
Digital screens	0	10	35	75	113	MS / SFU
Digital cinema sites	0	10	16	25	45	MS / SFU
Digital screen penetration	0%	4%	15%	36%	55%	MS / SFU
Digital site penetration	0%	6%	10%	17%	34%	MS / SFU

➤ European Audiovisual Observatory after MS (Media Salles)/ SFU (Slovak Film Institute)/ AIC (Audiovisual Information Centre)

Number of theatrical feature films produced

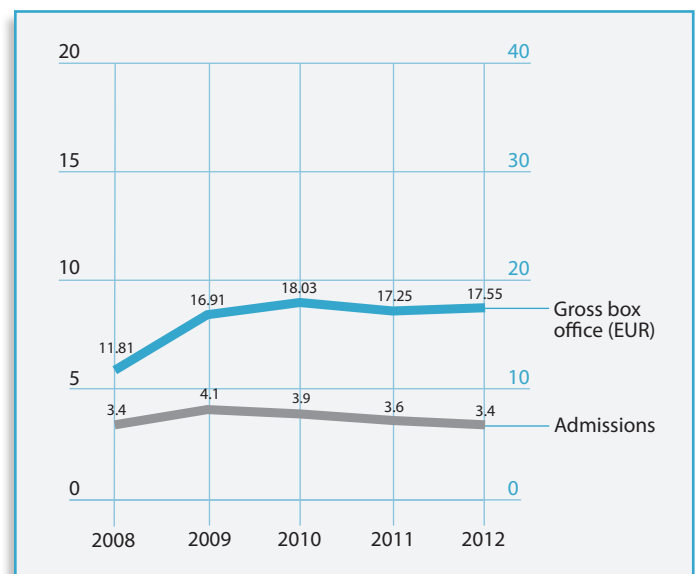


2008-2012 In units. ①

① Year of print copyright. Includes feature documentaries.

➤ SFU

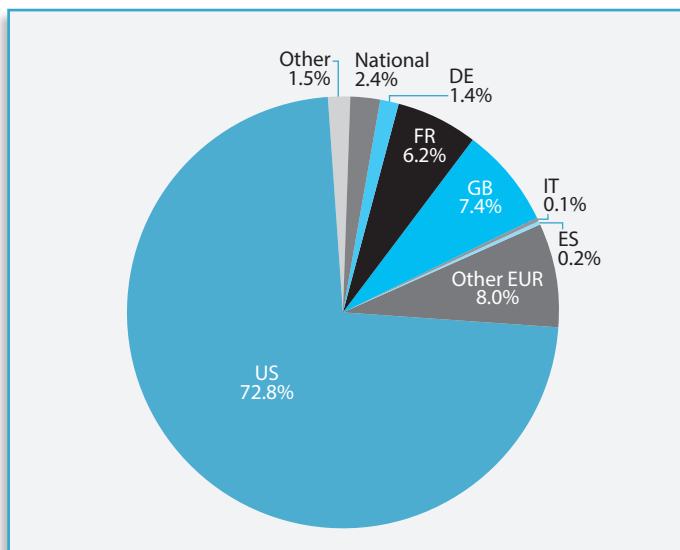
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

➤ SFU/ UFD (Union of Film Distributors)

Market share according to the origin of films

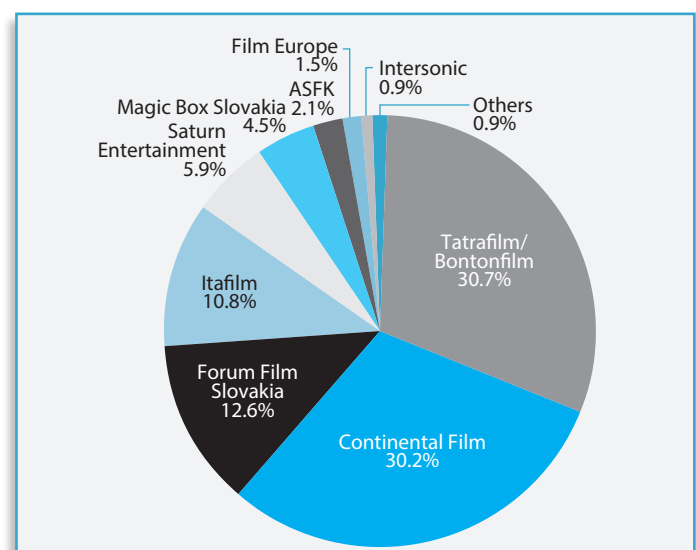


2012 In % of total admissions.

SK national market share is 10.1%. Including minority coproductions.

➤ SFU

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

➤ SFU

The Turkish audiovisual market is one of the largest in Europe with almost 18 million television households. The majority of audiences view private channels. The Doğan Group had the largest daily audience market share in 2012 with its channels Kanal D (11.7%) and Star TV (9.4%), ahead of ATV (Çalık Group, 11%), Fox Türk (News Corp group, 7.8%) and Show TV (Çukurova Group, 5.9%).

The most important reception platforms are terrestrial and satellite. Three services dominate the multi-channel market: the satellite platforms Digitürk (Çukurova group) and D-Smart (Doğan Group) and the cable TV service Türksat (national operator). Digitürk claimed to have 3 257 million subscribers at the end of 2012, followed by D-Smart with over 1.6 million and Türksat with 1.25 million customers in September 2012. Mobile TV services, operated by Avea, Türkcell, Türk Telekom or Vodoafone Turkey, are competing with one another in Turkey. Regarding IPTV, a first service called Tivibu Ev was launched in September 2010 by TTNET (a subsidiary of Türk Telekom) which had 119 000 subscribers in September 2012.

Following a decision by the RTÜK, the transition period for the digital terrestrial switchover started in 2013, with analogue and digital broadcasts continuing simultaneously. The analogue switch off is set for March 2015 with DVB-T2 being the standard for digital terrestrial broadcasts. Tenders for the capacities of 33 national, 28 regional and 567 local licences are currently under way.

The Doğan audiovisual group (which operates Kanal D, Star TV, CNN Türk and the D-Smart satellite platform), was accused of tax evasion and ordered to pay heavy fines in 2009. The amounts involved were higher than the total value of the group, which is reputedly hostile to the present government. This led to international disquiet with regard to media plurality and freedom of expression in the country. The company challenged the fines in court in August 2010 but lost their case and had to pay the approximate amount of EUR 476 million. In October 2012 the company announced that it had paid off all its restructured tax debts to the Finance Ministry.

The Doğan group is among the potential buyers of the leading satellite pay-TV operator Digitürk. Other bids include those by Türk Telekom or Qatar's Al Jazeera. Digitürk was seized by Turkey's Savings Deposit Insurance Fund (TMSF) in May 2012 due to the scale of debts the Çukurova group owes to the agency.

The Turkish Law on the Establishment of Radio and Television Enterprises and their Broadcasts has been repealed by a new law that was adopted by the Turkish Parlia-

La Turquie représente l'un des marchés les plus importants d'Europe avec près de 18 millions de foyers TV. Les chaînes privées se partagent la majeure partie de l'audience. Le groupe Doğan arrive en tête des audiences pour l'année 2012 avec ses chaînes Kanal D (11,7 %) et Star TV (9,4 %), devant ATV (groupe Çalık, 11 %), Fox Türk (groupe News Corp, 7,8 %) et Show TV (groupe Çukurova, 5,9 %).

Les principales plates-formes de réception sont terrestres et satellitaires. Parmi les services multi-chaînes, trois offres dominent : les plates-formes satellitaires Digitürk (groupe Çukurova) et D-Smart (groupe Doğan) et l'offre de télévision par câble Türksat (opérateur national). Digitürk revendique 3,257 millions d'abonnés fin 2012, suivie par D-Smart avec plus de 1,6 million et Türksat avec 1,25 million d'abonnés en septembre 2012. Quatre services de télévision sur téléphones portables sont en concurrence dans le pays, par les opérateurs Avea, Türkcell, Türk Telekom ou encore Vodafone Turkey. En ce qui concerne l'IPTV, un premier service appelé Tivibu Ev a été lancé en septembre 2010 par TTNET (filiale de Türk Telekom) et compte 119 000 abonnés en septembre 2012.

A la suite d'une décision du RTÜK, la période de transition pour le passage au numérique terrestre a débuté en 2013, avec la poursuite simultanée des diffusions analogiques et numériques. L'abandon de l'analogique est prévu pour mars 2015 ; DVB-T2 est la norme retenue pour la radiodiffusion numérique terrestre. Des appels d'offres pour 33 licences nationales, 28 régionales et 567 locales sont en cours.

En octobre 2008, le groupe audiovisuel Doğan (qui exploite Kanal D, Star TV, CNN Türk et la plate-forme satellitaire D-Smart) a été accusé de fraude fiscale et condamné à payer de lourdes amendes en 2009. Le montant des amendes était supérieur à la valeur totale du groupe, réputé hostile au gouvernement en place, ce qui a suscité des réactions internationales inquiètes par rapport à la pluralité des médias et à la liberté d'expression dans le pays. La société a contesté le montant des amendes devant les tribunaux en août 2010 mais n'a pas obtenu gain de cause ; elle a dû verser quelque 476 millions EUR. En octobre 2012, la société a annoncé avoir remboursé au ministère des Finances l'intégralité de sa dette fiscale restructurée.

Le groupe Doğan figure parmi les acheteurs potentiels du principal opérateur de télévision payante par satellite, Digitürk. Les autres offres incluent celles de Türk Telekom et de la chaîne qatarie Al-Jazira. Digitürk a été saisie par la Caisse des dépôts turque (TMSF) en mai 2012 en raison de l'ampleur des dettes du groupe Çukurova.

Mit knapp 18 Mio. Fernsehhaushalten gehört die Türkei zu den wichtigsten Märkten in Europa. Bei den Zuschauermarktanteilen liegen die privaten Sender vorn. Platz eins der Zuschauerzahlen erreichte 2012 die Doğan-Gruppe mit einem Zuschauermarktanteil von 11,7 % für Kanal D und 9,4 % für Star TV. Dahinter folgen ATV (Çalık, 11 %), Fox Türk (News Corp, 7,8 %) und Show TV (Çukurova, 5,9 %).

Wichtigste Empfangsplattformen sind Antenne und Satellit. Dieser Markt wird von drei Angeboten beherrscht: den Sat-TV-Plattformen Digitürk (Çukurova) und D-Smart (Doğan) sowie dem Kabel-TV-Paket Türksat (nationaler Betreiber). Digitürk hatte nach eigenen Angaben Ende 2012 3,257 Mio. Abonnenten, gefolgt von D-Smart mit mehr als 1,6 Mio. und Türksat mit 1,25 Mio. Kunden im September 2012. Auf dem Handy-TV-Markt konkurrieren Anbieter wie Avea, Türkcel, Türk Telekom oder Vodafone Turkey. Fernsehen über Breitband startete in der Türkei im September 2010. Seitdem bietet der Internet-Anbieter TTNET (eine Tochtergesellschaft von Türk Telekom) seinen TV-Dienst Tivibu Ev auch über IPTV an. Im September 2012 hatte Tivibu bereits 119 000 Abonnenten.

Nach einer Entscheidung der Medienaufsicht RTÜK hat die Übergangszeit für die Umstellung auf digitales terrestrisches Fernsehen 2013 begonnen. Analoges und digitales Signal werden noch eine Zeitlang parallel übertragen werden, da die endgültige Analogabschaltung erst für März 2015 vorgesehen ist. Die Übertragung von digitalem terrestrischem Fernsehen erfolgt im DVB-T2-Standard. Derzeit laufen Ausschreibungen für die Vergabe von 33 landesweiten, 28 regionalen und 567 lokalen Lizenzen.

Der Medienkonzern Doğan (dem die Sender Kanal D, Star TV, CNN Türk sowie die Satellitenplattform D-Smart gehören), wurde 2009 wegen Steuerhinterziehung zu hohen Geldstrafen verurteilt. Die Höhe der Geldstrafen überstieg den Gesamtwert des Unternehmens, das der aktuellen Regierung bekanntermaßen nicht positiv gegenübersteht. Dies hat international Besorgnis hinsichtlich der Medienvielfalt und der Meinungsfreiheit in der Türkei ausgelöst. Das Unternehmen hat im August 2010 vor Gericht Beschwerde gegen die Geldstrafen eingelegt, den Fall aber verloren und rund 476 Mio. EUR Strafe zahlen müssen. Im Oktober 2012 erklärte das Unternehmen, dass es alle seine umstrukturierten Steuerschulden an das Finanzministerium gezahlt habe.

Die Doğan-Gruppe zählt zu den aussichtsreichsten Interessenten für den Kauf des führenden Pay-TV-Anbieters Digitürk. Ein Angebot für die Übernahme haben auch die Türk Telekom oder Al Jazeera

ment on 15 February 2011 and entered into force on 3 March 2011.

The new law was prepared with the intention of solving current problems the Turkish media sector has been facing. It contains completely new provisions alongside articles that repeat related provisions of the repealed law. The most important changes may be summarised under the following four titles:

1. The Turkish Media Sector has been regulated in accordance with EU standards. For example, the Audiovisual Media Services Directive 2010/13/EU has been taken into consideration in terms of the responsibilities of cross-border media service providers. The scope of Art. 3, titled "Definitions", is enlarged to include the new concepts mentioned in the Directive. Namely, new items such as European works, media service provider, editorial responsibility and commercial communication have been added.
2. The articles relating to advertising have been revised and broadened. The time allowed for commercial breaks is limited to 20% per hour while the media service provider decides on the frequency of the breaks. Product placement is permitted in cinema and TV films, TV series, sports and entertainment programmes, provided that it does not infringe the editorial independence and responsibilities of the respective media service providers.
3. The period and date of the transition to digital terrestrial broadcasting have been clarified. The procedures relating to the frequency planning are regulated in detail in Art. 26. A provisional article declares that the transition to digital terrestrial broadcasting has to be completed in 2015. The term of the broadcasting license is extended from five years to ten.
4. The partnership structure of radio and television enterprises has been revised. One of the most important changes concerns the structure of media companies. However, with the new law, the ratio for the share of foreign capital has been raised to 50%.

La loi turque relative à la création des entreprises de radio et de télévision et à leurs émissions, datant de 1994, a été abrogée par une nouvelle loi adoptée le 15 février 2011 par le Parlement turc et est entrée en vigueur le 3 mars 2011.

Ce nouveau texte a été élaboré afin d'apporter des solutions aux problèmes rencontrés par le secteur des médias en Turquie. Il comporte des dispositions totalement nouvelles qui sont associées à des articles qui reprennent des dispositions de la loi abrogée. Les plus importantes de ces modifications peuvent être résumées selon les quatre points suivants :

1. le secteur turc des médias a été réglementé conformément aux normes de l'Union européenne. La Directive Services de médias audiovisuels (2010/13/UE) a par exemple été prise en compte à propos de la responsabilité des fournisseurs de services de médias transfrontières. La portée de l'article 3, intitulé « Définitions », a été élargie aux nouvelles notions mentionnées par la directive. De nouveaux points ont ainsi été ajoutés, à savoir les œuvres européennes, les fournisseurs de services de médias, la responsabilité éditoriale et la communication commerciale ;
2. les articles portant sur la publicité ont été révisés et élargis. Le temps d'antenne alloué aux interruptions publicitaires est plafonné à 20 % par heure tandis que la fréquence de ces interruptions est décidée par le fournisseur de services de médias. Le placement de produit est autorisé dans les films et téléfilms, les séries télévisées, les émissions sportives et de divertissement, sous réserve qu'il ne porte pas atteinte à l'indépendance et aux compétences éditoriales des fournisseurs de services de médias concernés ;
3. la période et la date du passage à la radiodiffusion numérique terrestre ont été précisées. L'article 26 règle en détail les procédures relatives à la planification des fréquences. Un article transitoire précise que le passage à la radiodiffusion numérique terrestre devra être achevé en 2015. La durée des licences de radiodiffusion passe de cinq à dix ans ;
4. la structure de partenariat des sociétés de radio et de télévision a été révisée. L'une des principales modifications porte sur la structure des sociétés de médias. La nouvelle loi porte à présent la part de capital étranger autorisée à 50 %.

aus Katar abgegeben. Im Mai 2012 war Digitürk von dem staatlichen „Fonds zum Schutz der Spareinlagen“ (TMSF) übernommen worden, angeblich wegen der hohen Schulden, die die Çukurova-Gruppe bei dem Fonds hat.

Das türkische Gesetz über die Einrichtung von Rundfunkunternehmen und ihre Rundfunkfähigkeit ist durch ein neues Gesetz ersetzt worden, das am 15. Februar 2011 vom türkischen Parlament verabschiedet wurde und am 3. März 2011 in Kraft getreten ist.

Ziel des neuen Gesetzes ist es, die aktuellen Probleme zu lösen, denen der türkische Mediensektor derzeit ausgesetzt ist. Es enthält völlig neue Bestimmungen sowie diverse Artikel, in denen die entsprechenden Bestimmungen aus dem Vorgängergesetz übernommen wurden. Die Änderungen lassen sich im Wesentlichen in vier Punkten zusammenfassen:

1. Der türkische Mediensektor wird nach EU-Standards reguliert. So wurde beispielsweise hinsichtlich der Pflichten grenzüberschreitend tätiger Mediendienstanbieter die Richtlinie 2010/13/EU über audiovisuelle Mediendienste berücksichtigt. Artikel 3 („Definitionen“) wurde um neue, in der Richtlinie erwähnte Begriffe und Definitionen ergänzt. Zu den Neuerungen gehören insbesondere die Begriffe „europäische Werke“, „Mediendienstanbieter“, „redaktionelle Verantwortung“ und „kommerzielle Kommunikation“.
2. Die Artikel zur Rundfunkwerbung wurden überarbeitet und erweitert. Die für Werbeunterbrechungen verfügbare Zeit wird auf 20 Prozent pro Stunde beschränkt, wobei der Mediendienstanbieter über die Häufigkeit der Unterbrechungen entscheidet. Produktplatzierungen sind in Spiel- und Fernsehfilmen, TV-Serien sowie in Sport und Unterhaltungssendungen erlaubt, sofern dadurch nicht die redaktionelle Unabhängigkeit und die Pflichten des jeweiligen Mediendienstanbieters beeinträchtigt werden.
3. Der Zeitpunkt und die Fristen für die Umstellung auf das terrestrische Digitalfernsehen wurden präzisiert. Die Verfahren in Verbindung mit der Frequenzplanung sind in Art. 26 umfassend geregelt. In einem vorläufigen Artikel wird festgelegt, dass die Umstellung 2015 abgeschlossen sein muss. Die Laufzeit von Rundfunklizenzen wird von fünf auf zehn Jahre verlängert.
4. Die Partnerschaftsstrukturen der Hörfunk- und Fernsehgesellschaften wurden überarbeitet. Eine der wichtigsten Änderungen betrifft die Struktur von Medienunternehmen. Mit dem neuen Gesetz wurde der Anteil ausländischen Kapitals auf 50 Prozent angehoben.

Film Industry

Turkey's box office topper, *Fetih 1453*, an epic super-production on the conquest of Constantinople by the Ottomans, not only became the highest ever grossing local film, but it did so by a landslide, surpassing 2009's *Recep İvedik 2*. Furthermore, the film was not alone in the rankings, as four other local productions also made it into the BO top 10 - the remainder being American blockbusters. The 46.6% national market share for local films in 2012 therefore comes as no surprise, although the figure was below the 50%+ share the market is used to. The main distributors were UIP Türkiye, achieving a market share of 30% of total box office, followed by Tiglon Film (30%) and Warner Bros. (15%).

With 43.9 million admissions, attendance reached an historic high, growing by 3.8% on 2011 and accounting for TRY 421.9 million (USD 239.8 million). Turkey has increased admissions per capita by 50% through the century, up to 0.6 in 2012, a figure that shows there is still plenty of scope for growth. Even though the country's stock of screens has been increasing over the last few years (by 300 screens since 2008), digital rollout has not properly kicked off yet. With just 360 digital screens by the end of 2012, 280 of which were 3D capable, Turkey has just 17% digital penetration. In early 2013 the Ministry of Culture revealed its plans to privatize state theatres as well as to establish a film museum and archive.

67 local productions were released in Turkey in 2012 (7 fewer than the year before), 6 of which were international co-productions carried out with Germany, France, Greece, UK and Cyprus. By the beginning of 2013 the Government announced its intention to set up a *Strategic Cinema Commission* to draw a road map for the national cinema industry. Although the Ministry of Culture has been funding the production of domestic films with commercial potential, there are neither official support schemes nor tax incentives aimed at attracting foreign productions.

2015 will commemorate the centenary of WWI's Battle of Gallipoli and the Turkish production machine has already started to warm its engines with the development of two productions inspired by the event, *Children of Canakkale* and *Canakkale 1915*, confirming local audiences' increasing interest in historical themes.

Industrie cinématographique

Le film ayant réalisé le plus d'entrées en Turquie, *Fetih 1453*, superproduction épique sur la conquête de Constantinople par les Ottomans, est le film local qui a réalisé le plus de recettes de tous les temps, et de très loin, surpassant même le record établi en 2009 par *Recep İvedik 2*. De plus, quatre autres productions locales figurent parmi les 10 films ayant réalisé le plus d'entrées, le reste du classement étant constitué de superproductions américaines. La part de marché des films nationaux en 2012, 46,6 %, n'est donc pas une surprise, même si ce chiffre est inférieur aux plus de 50 % autrefois enregistrés. Les principaux distributeurs sont UIP Türkiye, avec 30 % des recettes au guichet, suivi par Tiglon Film (30 %) et Warner Bros (15 %).

Avec 43,9 millions d'entrées, la fréquentation a atteint un sommet historique, en hausse de 3,8 %, et représente 421,9 millions TRY (239,8 millions USD). Si le nombre d'entrées par habitant en Turquie a progressé de 50 % au cours du siècle (0,6 en 2012), la marge de croissance reste importante. Même si le nombre d'écrans du pays a augmenté ces dernières années (plus 300 écrans depuis 2008), le déploiement numérique n'a pas encore réellement débuté. Avec seulement 360 écrans numériques fin 2012, dont 280 compatibles 3D, le taux de pénétration en Turquie n'est que de 17 %. Début 2013, le ministère de la Culture a révélé ses projets de privatisation des cinémas d'Etat ainsi que de création d'un musée et d'archives du cinéma.

En 2012, 67 productions locales sont sorties dans les salles turques (7 de moins que l'année précédente), dont 6 étaient des coproductions internationales avec l'Allemagne, la France, la Grèce, le Royaume-Uni et Chypre. Début 2013, le gouvernement a annoncé son intention de mettre en place une *Commission stratégique sur le cinéma* chargée d'établir une feuille de route pour l'industrie du cinéma nationale. Bien que le ministère de la Culture ait financé la production de films nationaux à potentiel commercial, il n'existe aucun régime de soutien officiel ni de mesure d'incitations fiscales visant à attirer les productions étrangères.

En 2015 sera commémoré le centenaire de la bataille des Dardanelles (aussi appelée de Gallipoli) qui a eu lieu lors de la Première Guerre mondiale. La machine de production turque a déjà lancé deux productions inspirées par l'événement, *Children of Canakkale* et *Canakkale 1915*, ce qui confirme l'intérêt croissant des publics locaux pour les thèmes historiques.

Filmindustrie

Der erfolgreichste türkische Film aller Zeiten, *Fetih 1453*, ein Heldenepos über die Eroberung von Konstantinopel durch die Osmanen, war nicht nur mit Abstand der Film mit den höchsten Einspielergebnissen in der Türkei - er ließ auch den bisher erfolgreichsten Film *Recep İvedik 2* aus dem Jahr 2009 weit hinter sich. In die Top 10 des Box Office schafften es noch weitere vier türkische Filme - die übrigen waren amerikanische Blockbusters. Daher ist es keine Überraschung, dass der Marktanteil türkischer Filme 2012 bei 46,6 % lag, obwohl diese Zahl unter der üblichen 50 %-Marke liegt. Das Ranking der Filmproduzenten wurde 2012 angeführt von UIP Türkiye mit einem Marktanteil von 30 % des Box Office, gefolgt von Tiglon Film (30 %) und Warner Bros. (15 %).

Mit 43,9 Mio. erreichte die Zahl der Kinobesucher einen historischen Rekordwert. Gegenüber 2011 war das ein Anstieg von 3,8 %, und die Einspielergebnisse stiegen auf 421,9 Mio. TRY (239,8 Mio. USD). Die Zahl der Kinobesuche pro Kopf hat in der Türkei in diesem Jahrhundert um 50 % zugenommen und lag 2012 bei 0,6. Diese Zahl zeigt, dass es noch genügend Raum für Wachstum gibt. Auch wenn die Zahl der Kinoleinwände in der Türkei in den letzten Jahren gestiegen ist (um 300 Leinwände seit 2008), so hat die Kinodigitalisierung noch nicht wirklich begonnen. Ende 2012 gab es gerade einmal 360 digitale Leinwände, von denen 280 3D-fähig waren. Die Penetrationsrate liegt in der Türkei bei nur 17 %. Anfang 2013 kündigte das Kulturministerium an, staatliche Filmtheater privatisieren und ein Filmmuseum und Filmarchiv gründen zu wollen. 2012 wurden in der Türkei 67 einheimische Filme gedreht (7 weniger als 2011). 6 davon waren internationale Koproduktionen mit Deutschland, Frankreich, Griechenland, UK und Zypern. Anfang 2013 hat die Regierung angekündigt, sie wolle eine strategische Kinokommission einsetzen, die einen Fahrplan für die nationale Kinoindustrie ausarbeiten solle. Obwohl das Kulturministerium die Produktion türkischer Filme mit kommerziellem Potenzial finanziell unterstützt, gibt es weder offizielle Förderregelungen noch steuerliche Anreize für mehr ausländische Produktionen.

2015 jährt sich die Schlacht von Gallipoli im Ersten Weltkrieg zum 100. Mal, und die türkische Produktionsmaschinerie hat schon damit begonnen, ihre Motoren warmlaufen zu lassen. Zwei Filme über die Schlacht sind bereits in den Kinos, *Die Kinder von Canakkale* und *Canakkale 1915*, und machen das gestiegene Interesse türkischer Kinobesucher an historischen Themen deutlich.

TR1

Equipment

Demography 2012 In thousands.

Population	74 724
Households	20 176

↳ Eurostat

Household equipment as at 31.12.2012 Penetration in % HH.

		Total in thousands	Primary in thousands
TV households			16 430
Cable TV subscriptions	6.2%	1 251	
Digital cable TV households	2.6%		521
Digital DTH/SMATV households	51.5%		10 399
Pay DTH/SMATV subscriptions	19.9%	4 021	
IPTV households	0.8%		156
Pay IPTV subscriptions	0.8%	156	
DTT households	~	~	~
Pay DTT subscriptions	~	~	~
Total digital TV households	54.9%		11 076
Total pay TV subscriptions	26.9%	5 428	
Households with DVD player	~	~	~
Households with Blu-ray disc player	~	~	~
Households with PC	39.9%		8 048
Households with broadband connections	31.5%		6 351
Households with Smart TV	~	~	~
Connectable TV households	4.9%		998

↳ IHS Screen Digest

Individual equipment 2012 Penetration in % individuals.

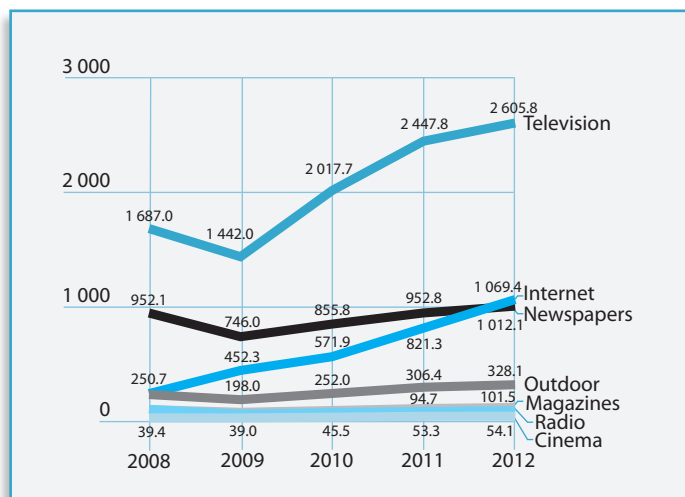
		Total in thousands
Active smartphones	~	~
Active tablets	~	~
Advanced game consoles	~	~

↳ No data source identified

TR2

Advertising
2008-2012

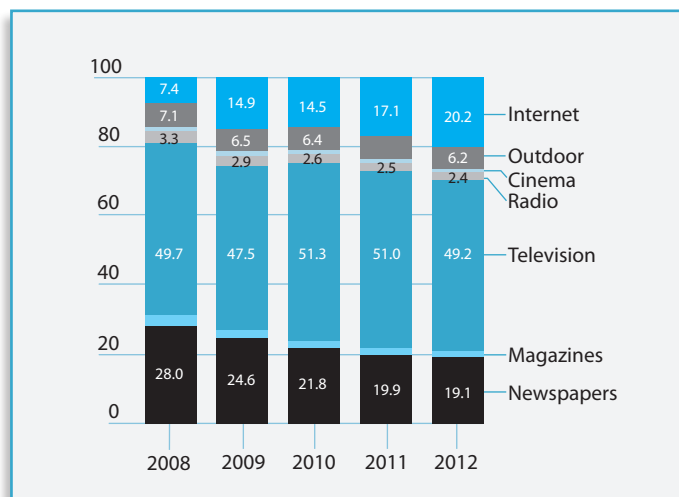
Total display adspend



2008-2012 TRY million.

↳ Warc

Breakdown of adspend by media



2008-2012 In %.

↳ Warc

TR3

Financing of the public media services 2008-2011

Income	TRY million				In %				
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2011/10
Public funds	698 738	726 915	1 012 822	1 036 216	68.8	78.1	80.3	78.2	2.3%
Grants	5 394	4 966	0	19	0.5	0.5	0.0	0.0	-
Licence fee	693 344	721 949	1 012 822	1 036 197	68.3	77.6	80.3	78.2	2.3%
Commercial revenues	316 780	203 293	249 036	289 025	31.2	21.9	19.7	21.8	16.1%
Advertising	29 649	25 158	54 155	88 019	2.9	2.7	4.3	6.6	62.5%
Sponsorship	13 610	21 391	27 935	25 297	1.3	2.3	2.2	1.9	-9.4%
Programme sales	1 262	4 018	3 629	3 994	0.1	0.4	0.3	0.3	10.1%
Merchandising	363	629	749	648	0.0	0.1	0.1	0.0	-13.5%
Other commercial revenues	271 896	152 097	162 567	171 067	26.8	16.4	12.9	12.9	5.2%
TOTAL	1 015 518	930 208	1 261 857	1 325 241	100.0	100.0	100.0	100.0	5.0%

Company included: TRT.

TRT / European Audiovisual Observatory

TR4

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission December 2013

	Public	Private	Total
TV terrestrial (national)	10	25	35
TV channels for Cable/Satellite/IPTV/Mobile	8	245	253
TV Regional/Local		228	228
TV Regiona/Local Windows	1		1
TV channels targeting foreign markets	4	7	11
Pure TV online services (Web TV)			
Total	23	505	528
Foreign TV channels targeting the country	1	105	106

European Audiovisual Observatory

Supply of audiovisual services by genre and by platform December 2013 Including foreign channels.

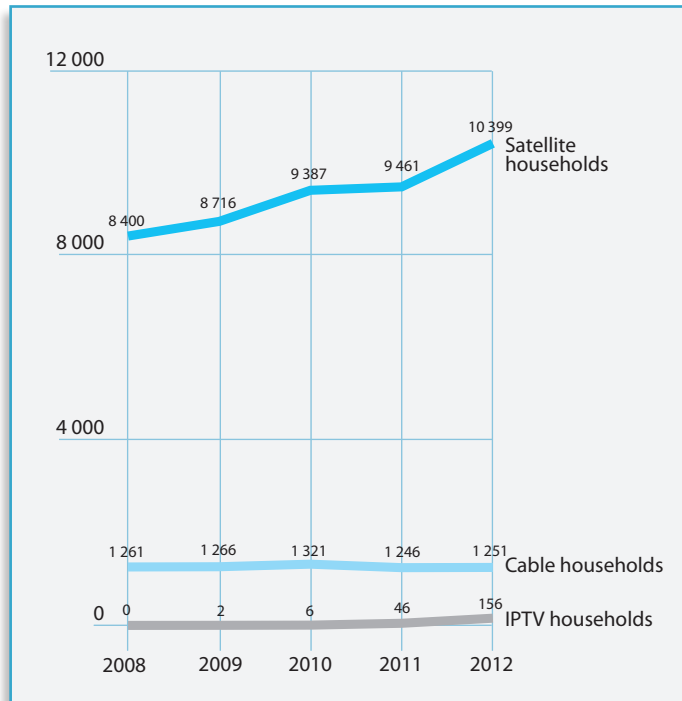
	Analogue terrestrial	Cable	Satellite	D-Smart
		TÜRSAT Teledünya	DigiTürk	
TV Channels				
Generalist - national	13	21	19	39
Generalist - foreign		5	2	14
Adult			2	3
Children		10	14	14
Culture/ education/ documentary		11	9	16
Entertainment/ TV fiction/ games		9	12	16
Film			14	2
HD simulcast of an existing channel		13	33	41
Home shopping		2		4
International linguistic and cultural		7	5	13
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	5	3
Minority interest groups	1	1	1	2
Music	2	5	12	13
News/ business	6	30	27	40
Parliament/ government/ administration	1			
Regional/ local	228	25		27
Religion	1	3	2	6
Sports	1	8	17	14
Various		2	1	2
Total (of which HD)	253 (1)	154 (14)	175 (36)	269 (44)
On-demand audiovisual services				
VoD			2	
Catch-up			1	
Other services			1	
Total	0	0	4	0

European Audiovisual Observatory

TR5

Market trends
2008-2012

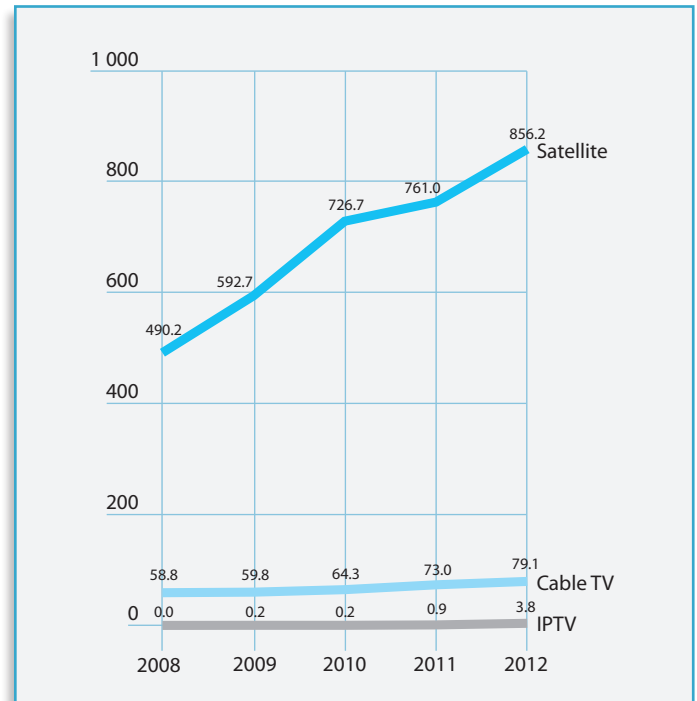
Household TV equipment



2008-2012 In thousands.

➡ IHS Screen Digest

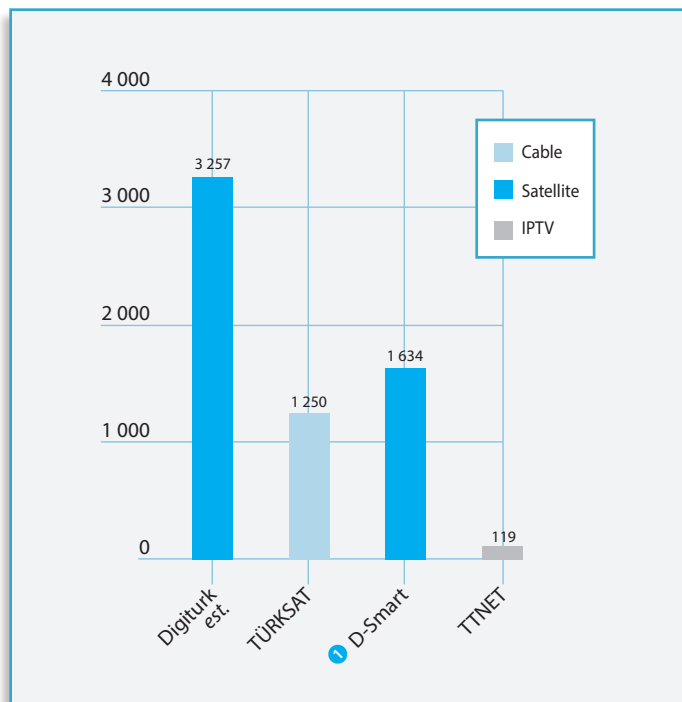
Consumers pay-TV gross spend



2008-2012 EUR million.

➡ IHS Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms

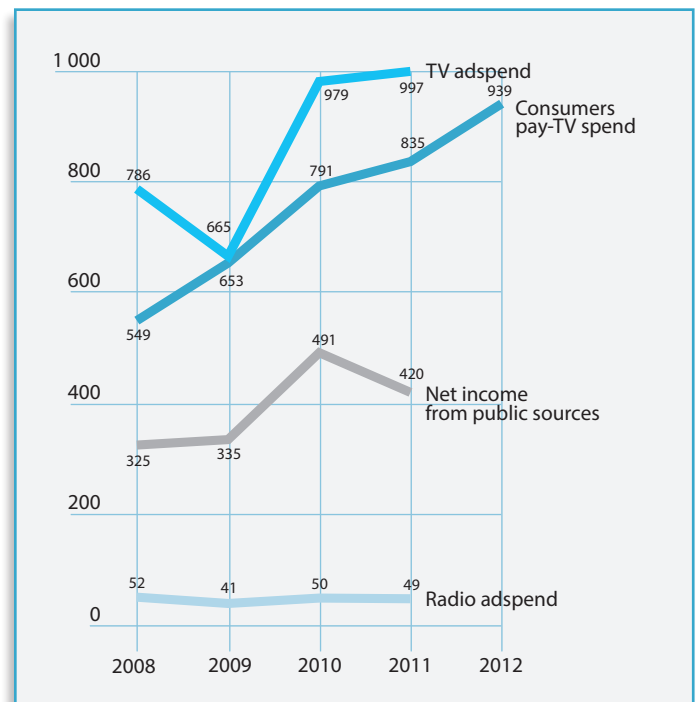


As at 31.12.2012 In thousands.

1 Combined total of 815 000 pay-TV subscribers and 819 000 free-TV viewers.

➡ European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television



2008-2012 EUR million.

➡ European Audiovisual Observatory from IHS Screen Digest and WARC data

TR6

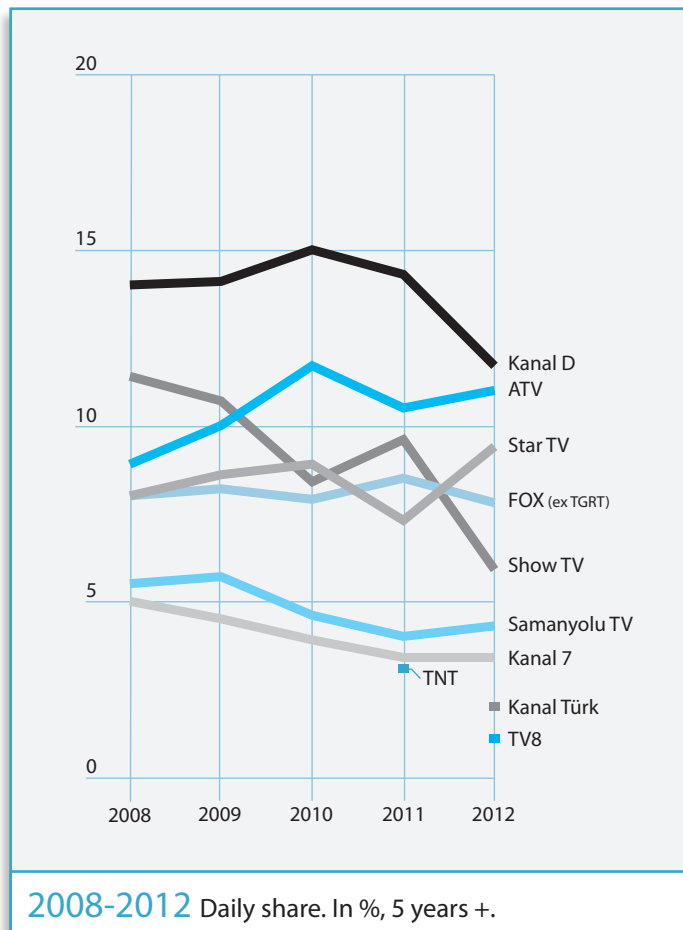
TV audience market share in Turkey

2008-2012 In main urban areas. In %, 5 years +.

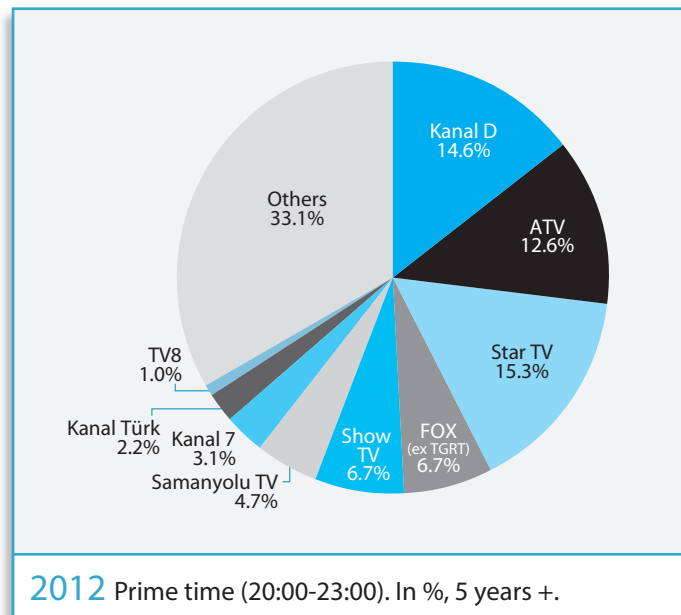
Channels	Daily share					Prime time (20:00-23:00)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
TRT 1	3.2	3.1	~	~	~	3.6	3.0	~	~	~
TRT 2	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
Main Turkish public channels	3.2	3.1	~	~	~	3.6	3.0	~	~	~
Kanal D	14.0	14.1	15.0	14.3	11.7	18.2	19.8	21.2	19.8	14.6
ATV	8.9	10.0	11.7	10.5	11.0	10.1	11.9	13.8	11.3	12.6
Star TV	8.0	8.6	8.9	7.3	9.4	8.0	8.6	9.3	7.6	15.3
FOX (ex TGRT)	8.0	8.2	7.9	8.5	7.8	6.8	7.9	7.3	7.6	6.7
Show TV	11.4	10.7	8.4	9.6	5.9	15.3	12.2	9.2	13.2	6.7
Samanyolu TV	5.5	5.7	4.6	4.0	4.3	7.1	7.1	4.9	4.4	4.7
Kanal 7	5.0	4.5	3.9	3.4	3.4	4.0	4.1	3.7	3.3	3.1
Kanal Türk					2.0					2.2
TV8					1.1					1.0
TNT ③	-	-	-	3.1	-	-	-	-	3.8	-
Flash TV	1.9	1.8	1.7	1.8	-	1.6	1.7	1.5	1.6	~
Habertürk ④	~	1.6	0.6	-	-	~	1.2	0.5	-	-
Cine 5 ⑤	~	1.1	0.6	-	-	~	0.8	0.6	-	-
Kanal 1	3.5	-	-	-	-	3.8	-	-	-	-
Main Turkish private channels	66.2	66.3	63.3	62.5	56.6	74.9	75.3	72.0	72.6	66.9
Others	30.6	30.6	36.7	37.5	43.4	21.5	21.7	28.0	27.4	33.1

- ① Audience shares of the channels for 2011 are reported from 1st January until 19 December only.
- ② Audience shares of the channels for 2012 are reported from 17th September until 31st December only.
- ③ TNT ceased broadcasting on 18/08/2012.
- ④ Habertürk is reported from 01/01/2010 to 31/05/2010.
- ⑤ Cine5 is reported from 01/01/2010 to 30/09/2010.

➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement / TIAK



➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement



➤ Eurodata TV Worldwide / Nielsen Television Audience Measurement

TR7

Feature film data
2008-2012

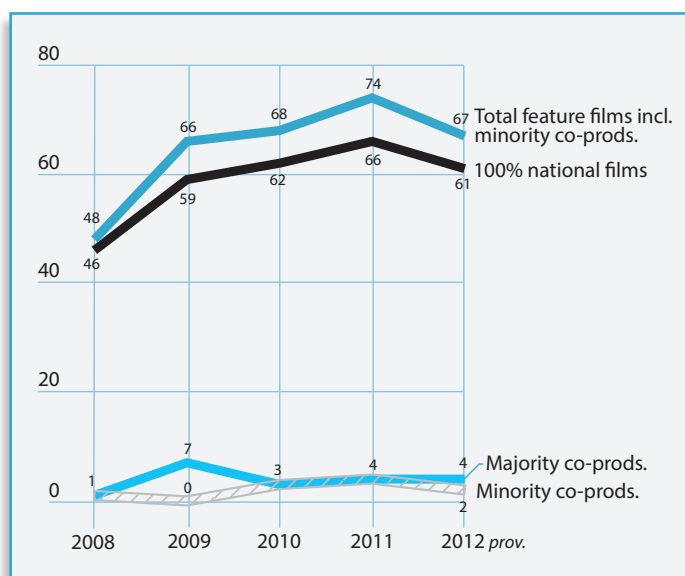
Theatrical infrastructure 2008-2012 In units.

	2008	2009	2010	2011	prov. 2012	Source
Inhabitants per screen	40 178	38 720	37 461	35 702	35 779	OBS
Screens	1 780	1 874	1 968	2 093	2 093	Antrak Sinema
Cinema sites	483	491	520	567	567	Antrak Sinema/MS
Digital screens	20	62	205	266	360	MS
Digital cinema sites	20	51	118	150	180	MS
Digital screen penetration	1%	3%	10%	13%	17%	MS
Digital site penetration	4%	10%	23%	26%	32%	MS

1 As at July 2012.

European Audiovisual Observatory after MS (MEDIA Salles) / ANTRAKT Sinema

Number of theatrical feature films produced

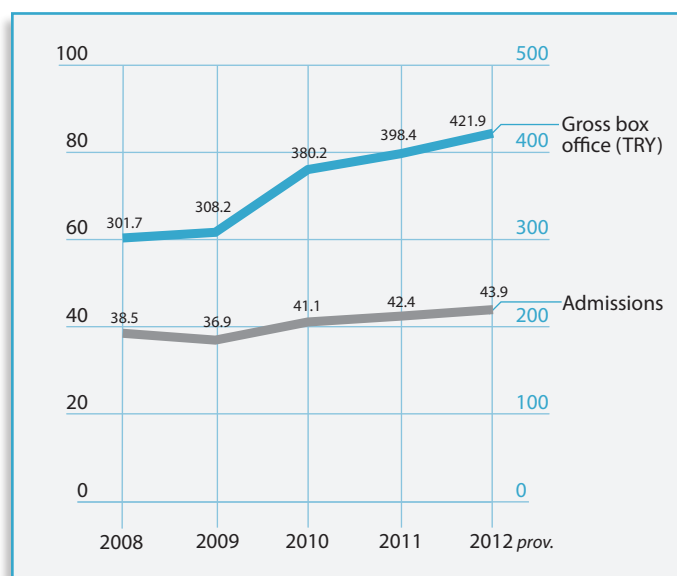


2008-2012 In units. 1

1 Year of release. Includes feature documentaries.

ANTRAKT Sinema

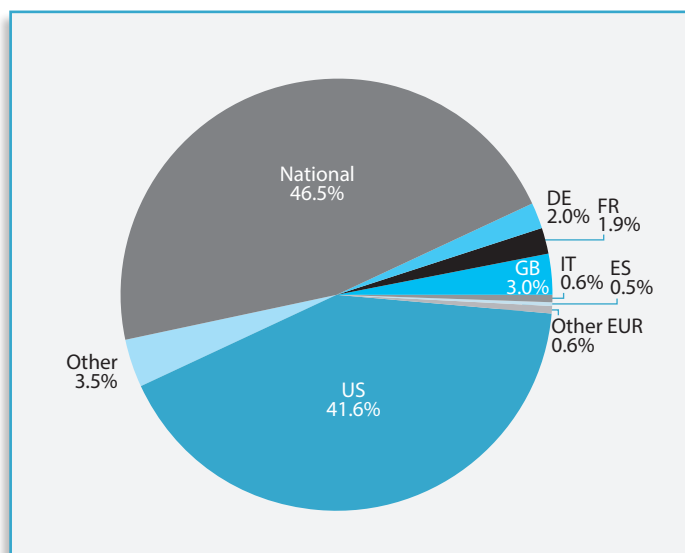
Admissions & gross box office



2008-2012 In millions.

ANTRAKT Sinema

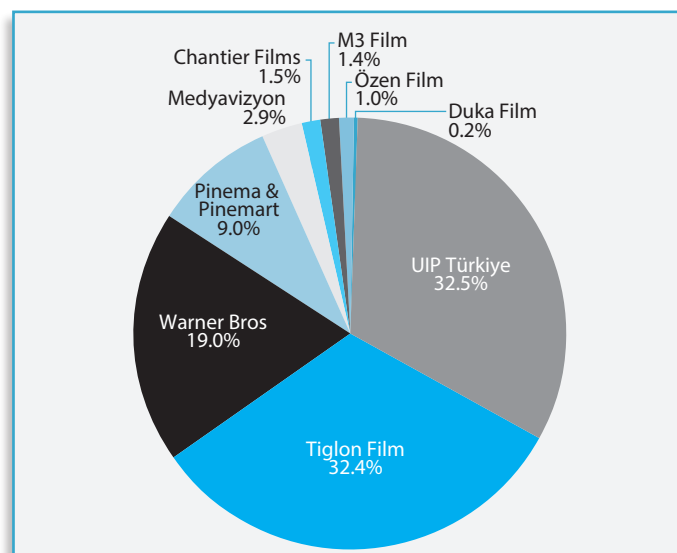
Market share according to the origin of films



2012 In % of total admissions.

OBS / LUMIERE database

Distributor market share



2012 In % of total admissions.

ANTRAKT Sinema

Sources

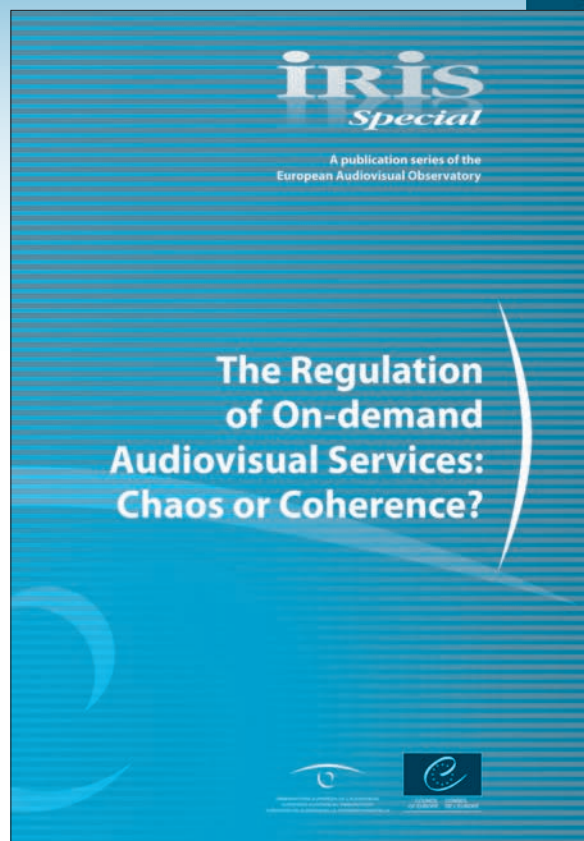
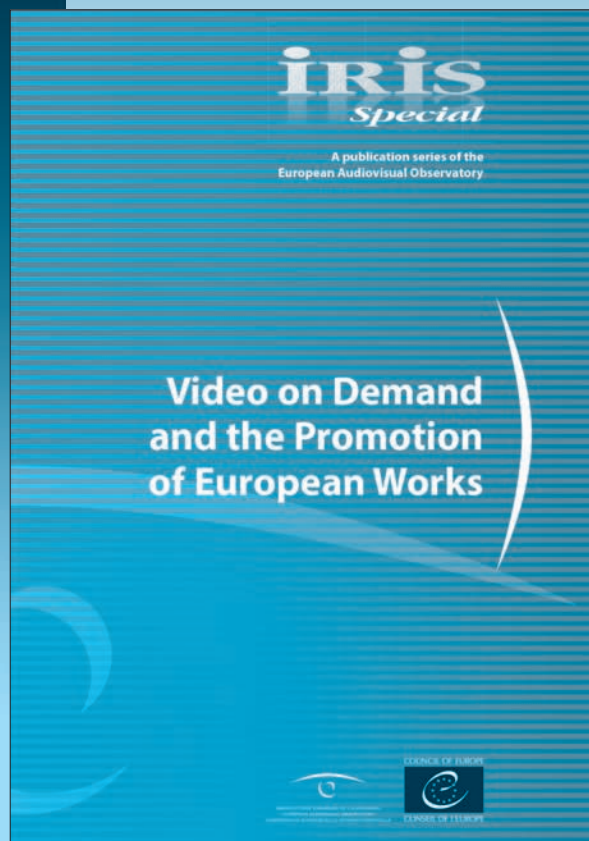
Sources

Quellen

Contents	Sommaire	Inhalt	
Sources	Sources	Quellen	327
Methodological remarks	Remarques méthodologiques	Anmerkungen zur Methodik	329
Abbreviations	Abréviations	Abkürzungen	334

Legal Analysis

ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES



IRIS Special **Video on Demand and the Promotion of European works**

- Promotion Obligations Imposed on On-demand Audiovisual Services in Selected Countries: Italy, Slovak Republic, France, Netherlands, Belgium.
- Challenging Principal Assumptions that Underpin the Promotion of European Works in On-demand Services
- Summary of the Workshop Discussion on Promoting European Works in On-demand Audiovisual Media Services

IRIS Special **The Regulation of On-demand Audiovisual Services: Chaos or Coherence?**

- On-demand audiovisual services in EU member states: definitions
- Application of the Audiovisual Media Services Directive
- The meaning of "editorial responsibility" and the "principal purpose"
- The technical dimension
- Examples: the Netherlands and Italy
- Experience of self- and co-regulation
- The views of 25 experts

Available in book and PDF format in English, French and German

Order your copy at
<http://www.obs.coe.int/shop>



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Organisations which provided pan-European data for this volume

Organismes ayant fourni des données paneuropéennes pour ce volume

Organisationen, die mit gesamteuropäischen Angaben zu diesem Band beigetragen haben

EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU) <http://www.ebu.ch>

Media Intelligence Service (MIS)

EBU The Media Intelligence Service (MIS) is the EBU unit responsible for carrying out primary research and analysis in the field of media with a multidimensional approach (political, economic, socio-cultural and technological) and an international perspective. In doing so, the MIS provides EBU departments and committees as well as EBU Members with reliable market data, trustworthy analysis and relevant arguments that support their daily operations and their strategic planning.

The Media Intelligence Service is a point of reference for public service media, whether for television or radio trends, new media developments, market structure and concentration or public policy issues. Research results are published in reports, research notes and available online.

Manager of MIS:

Dr. Roberto Suárez Candel

Service d'Analyse Médias (SAM)

Le SIS Le Service d'Analyse Médias (SAM) est l'unité de l'UER en charge de la collecte de données et de la production d'analyses dans le champ des médias. Il développe une approche multidimensionnelle (politique, économique, socio-culturelle et technologique) dans une perspective internationale. Le SAM a vocation à mettre à disposition des départements, comités et Membres de l'UER des informations fiables sur les marchés ainsi que des analyses et argumentations pertinentes à l'appui de leurs activités quotidiennes et de leur planification stratégique.

Le Service d'Analyse Médias représente un point de référence pour les médias de service public en ce qui concerne les tendances des marchés télévisuels et radiophoniques, le développement des nouveaux médias, la structure des marchés, leur concentration ou les questions de politique publique. Les résultats des recherches sont publiés sous la forme de rapports, notes de recherche et disponibles sur Internet.

Responsable du SAM:

Dr. Roberto Suárez Candel

Service Medienanalyse (SMA)

Der Service Medienanalyse (SMA) der Europäischen Rundfunkunion EBU ist jene Abteilung, die für Recherchen und Analysen im Bereich Medien zuständig ist. Diese Arbeit erfolgt unter dem Blickwinkel einer internationalen Perspektive und multidimensionalen Herangehensweise, die sowohl politische, wirtschaftliche, soziokulturelle als auch technologische Aspekte umfasst. Damit liefert der SMA sowohl den Abteilungen und Komitees der EBU als auch deren Mitgliedern zuverlässige Daten und Analysen, anhand derer tägliche Arbeitsabläufe geplant und strategische Entscheidungen getroffen werden.

Der Service Medienanalyse ist ein Orientierungspunkt für öffentliche Sendeanstalten, sei es für Fernseh- oder Radiotrends, Entwicklungen im Bereich Neue Medien, Marktstrukturen und -konzentrationsprozesse oder politische Themen. Forschungsergebnisse werden in Form von diversen Berichten veröffentlicht und sind über das Internet verfügbar.

Manager des SMA:

Dr. Roberto Suárez Candel

IHS TECHNOLOGY <https://technology.ihs.com/>



IHS (NYSE: IHS) is the leading source of information, insight and analytics in critical areas that shape today's business landscape. Businesses and governments in more than 165 countries around the globe rely on the comprehensive content, expert independent analysis and flexible delivery methods of IHS to make high-impact decisions and develop strategies with speed and confidence.

The IHS Technology division is the unique combination of end-to-end market insight, world-leading analysts and proven research methodologies developed over many years at established brands (including Screen Digest). Leveraging proprietary market data, forecasts, and expert analysis, IHS Technology provides comprehensive research at every operational step of increasingly complex technology, media and telecommunications value chains, from strategy, planning and analysis to product design, market development and supply chain management.

IHS (NYSE: IHS) est la source leader d'information, d'intelligence et d'analyses dans les domaines critiques qui modèlent le paysage économique actuel. Les entreprises et les gouvernements de plus de 165 pays dans le monde se basent sur les contenus complets, les analyses indépendantes d'experts et les méthodes flexibles de distribution d'IHS pour prendre des décisions importantes et développer des stratégies rapidement et en confiance.

La division IHS Technology est la combinaison unique de compréhension des marchés finaux, d'analyses de réputation mondiale et de méthodologies de recherche éprouvées développées depuis de longues années par des marques établies (telle que Screen Digest). En tirant profit de données de marché d'élaboration propre, de prévisions et d'analyses d'experts, IHS Technology fournit des recherches complètes à chaque niveau opérationnel de technologies toujours plus complexes, de chaînes de valeur dans le domaine des médias et des télécommunications, de la stratégie, la planification et l'analyse jusqu'à la conception de produit, de développement du marché et de la gestion de la chaîne de valeur.

IHS (NYSE: IHS) ist die führende Informations- und Analysequelle in den wichtigsten Bereichen der heutigen Unternehmenslandschaft. Unternehmen und Regierungen in mehr als 165 Ländern weltweit vertrauen auf den umfassenden Inhalt, die unabhängigen Expertenanalysen und die flexible Datenbereitstellung von IHS zur effizienten Entscheidung und schnellen Entwicklung von Strategien.

Die IHS Technologieabteilung ist eine einzigartige Kombination ganzheitlicher Marktkenntnisse, weltführender Analysten und bewährter Forschungsmethoden, die über viele Jahre hinweg entwickelt und etabliert wurden (unter anderem bei Screen Digest). Unter Einsatz von eigenen Marktdaten, Prognosen und Expertenanalysen bietet IHS Technology umfassende Recherchen bei allen Arbeitsschritten unter Berücksichtigung zunehmend komplexer Technologien, Medien- und Telekommunikationswertschöpfungsketten, von Strategie, Planung und Analyse bis hin zu Produktdesign, Marktentwicklung und Supply Chain Management.

Organisations which provided pan-European data for this volume

continued

EURODATA-TV WORLDWIDE <http://www.mediametrie.com/eurodatatv>



Eurodata TV is the international data bank for TV program logs and ratings, based on a partnership with national institutes operating people meter systems throughout the world. Eurodata TV was created in the early 90's by Médiamétrie, which is the operating company of the people meter in France.

Currently, the Eurodata TV data bank includes more than 3 000 channels in 90 territories. In each country, Eurodata TV collects the information directly from the official local TV Research Companies that work with the television industry.

The people meter system is the reference tool studying television programming and viewing. The Eurodata TV data bank provides you with all the official information about the broadcast and audience rating and average market share by target group. All this information is readily available in electronic or in paper version in a standardised computer file format.

Eurodata TV clients are broadcasters, TV program sales and acquisition executives, marketing and strategic planners, sport sponsorship companies, sport federations, legal departments, copyright organisations, etc. The information is used in the areas of production, programming, acquisition and distribution as well as for the control of view, in order to back up sales argumentation or buying decisions, to identify the success or failure of programs, etc.

Organismes ayant fourni des données paneuropéennes pour ce volume

suite

Eurodata TV Worldwide est la banque de données internationales des diffusions et des audiences des programmes de télévision, fondée sur un accord de partenariat avec les instituts d'études audimétriques à travers le monde. Eurodata TV a été créé au début des années 90 par Médiamétrie, l'opérateur du système audimétrique en France.

Aujourd'hui, Eurodata TV couvre plus de 3 000 chaînes de télévision dans 90 territoires et s'étend régulièrement à tous les pays qui viennent de s'équiper d'un système audimétrique. Dans chaque pays, l'information provient directement de l'institut d'études national mesurant l'audience de la télévision pour les grands acteurs de son marché.

L'audimétrie individuelle est l'outil de référence pour suivre la programmation et mesurer l'audience de la télévision. Eurodata TV vous permet d'obtenir rapidement toute l'information officielle concernant la diffusion et les audiences de tout programme sur les chaînes mesurées : titre de diffusion, date, chaîne, heure de début, durée, genre, taux d'audience et part d'audience moyenne en % pour chaque cible standard disponible pays par pays. Ces informations sont disponibles dans un format standardisé sous une version électronique ou papier.

Les clients Eurodata TV sont les diffuseurs, les producteurs, les vendeurs et acheteurs de programmes télévisés, les directions de la stratégie et des développements, les sponsors d'événements sportifs, les fédérations sportives, les départements juridiques d'entreprises audiovisuelles, les organisations de gestion de droits, les agences, les centrales d'achat d'espaces, etc. Les informations sont utilisées dans le domaine de la production, de la programmation, des acquisitions et de la distribution. Elles permettent d'étudier les marchés télévisuels d'un point de vue stratégique, légal ou marketing afin de disposer d'arguments d'aide à la décision mais aussi de détecter des programmes ayant connu le succès ou au contraire un échec.

Organisationen, die mit gesamteuropäischen Angaben zu diesem Band beigetragen haben

Fortsetzung

Eurodata TV ist die internationale Datenbank mit Angaben über Ausstrahlung und Einschaltquoten von Fernsehprogrammen, die auf der Grundlage einer weltweiten Partnerschaft mit den nationalen Fernsehforschungsinstituten ermittelt werden. Eurodata TV wurde Anfang der 90er-Jahre von Médiamétrie, dem französischen Fernsehforschungsinstitut, gegründet.

Heute wertet Eurodata TV über 3 000 Fernsehsender in 90 Ländern aus und erweitert das Erfassungsgebiet regelmäßig auf die Länder, die ein Fernsehforschungssystem einrichten. Die Informationen stammen in jedem Land direkt vom nationalen Fernsehforschungsinstitut, das für die wichtigen Akteure auf dem Heimatmarkt die TV-Einschaltquoten ermittelt.

Die Messung der individuellen Sehbeteiligung ist das Referenzwerkzeug bei der Untersuchung der Fernsehprogrammgestaltung und der Einschaltquoten. Eurodata TV bietet zeitnah sämtliche offiziellen Informationen über Ausstrahlung und Einschaltquoten jeder einzelnen Sendung auf den erfassten Fernsehsendern: Sendetitel, Datum, Sender, Anfangszeit, Länge, Genre, Sehbeteiligung und durchschnittlicher prozentualer Marktanteil für jede Standardzielgruppe in den einzelnen Ländern. Diese Informationen sind in einem einheitlichen Format elektronisch oder als Druckversion erhältlich.

Kunden von Eurodata TV sind Sendeanstalten, Produzenten, Käufer und Verkäufer von Fernsehprogrammen, Planungs- und Entwicklungsabteilungen, Sponsoren von Sportevents, Sportverbände, Rechtsabteilungen audiovisueller Unternehmen, Verwertungsgesellschaften, Agenturen, Werbezentralen usw. Die Informationen finden Verwendung in den Bereichen Produktion, Programmplanung sowie Einkauf und Vertrieb. Sie bilden die Grundlage zur Analyse der Fernsehmärkte aus Sicht der Strategen, Juristen oder Marketingexperten, liefern Argumente für Entscheidungsträger und zeigen auf, welche Programme erfolgreich waren und welche nicht.

Household equipment

Équipement des ménages

Ausstattung der Haushalte

The primary data concerns IHS Screen Digest's estimation of the type of reception used *principally* by households, given that an increasingly large proportion of households may have more than one type of connection.

Les données « primary » correspondent à l'estimation, effectuée par IHS Screen Digest, du type de réception utilisé *principalement* par les foyers, sachant qu'une proportion de plus en plus élevée de foyers peut disposer de divers types de connexions.

Die Primärdaten geben nach Schätzungen von IHS Screen Digest die in den Haushalten *hauptsächlich* genutzte Empfangsart wieder, wobei immer mehr Haushalte über verschiedene Verbindungsarten verfügen.

Advertising

Publicité

Werbung

Total display adspend

The tables show the estimated gross advertising investment, including agency fees but net of discounts, of the main media (newspapers, magazines, television, radio, cinema, internet, outdoor), published by Warc on the basis of data provided by specialist national organisations.

Répartition des investissements grands médias

Les tableaux proposent les estimations, établies par Warc à partir des données communiquées par les instituts nationaux spécialisés, des investissements publicitaires bruts, incluant les frais d'agence, mais net des discounts, sur les grands médias (presse quotidienne, magazine, télévision, radio, cinéma, internet, affichage).

Werbeaufwendungen insgesamt

Die Tabellen enthalten Schätzungen von Warc auf der Grundlage von Daten der jeweiligen nationalen Facheinrichtungen und von Bruttowerbeinvestitionen (inklusive Agenturkosten, aber ohne Rabatte) für Massenmedien (Tageszeitungen, Magazine, Fernsehen, Hörfunk, Kino, Internet, Plakatwerbung),

Main players

Principaux acteurs

Hauptakteure

Operating revenues

The operating revenues include turnover (all activities combined), subsidies and, in some countries, inventoried production.

Unlike in previous editions, here we have presented the main groups in the audiovisual sector, regardless of their activities. Also unlike in previous editions, we preferred consolidated rather than non-consolidated figures.

The tables were drawn up by the Observatory on the basis of the figures published in companies' annual reports and in the AMADEUS database (published by BVDEP). For some public companies, the figures were provided directly by the companies or by the Media Intelligence Service (MIS) of the EBU.

Produit d'exploitation

Le produit d'exploitation (operating revenues) inclut le chiffre d'affaires (toutes activités confondues), les subventions et, dans certains pays, la production stockée.

A la différence des éditions précédentes, nous présentons ici les principaux groupes du secteur audiovisuel, quelles que soient leurs activités. A la différence des éditions précédentes également, nous avons préféré ici les chiffres consolidés aux chiffres non consolidés.

Les tableaux sont élaborés par l'Observatoire sur base des chiffres disponibles dans les rapports d'activités d'entreprises et dans la base AMADEUS (publiée par BVDEP). En ce qui concerne certaines entreprises publiques, les chiffres ont été communiqués directement par les entreprises ou par le Media Intelligence Service (MIS) de l'UER-EBU.

Betriebsertrag

Der Betriebsertrag (operating revenues) umfasst den Umsatz (sämtlicher Geschäftstätigkeiten), die Subventionen und in einigen Ländern den Programmbestand.

Im Unterschied zu den bisherigen Ausgaben führen wir hier die wichtigsten Konzerne des audiovisuellen Sektors unabhängig von ihrer Geschäftstätigkeit auf und geben vorzugsweise die konsolidierten Zahlen an.

Die Tabellen wurden von der Informationsstelle auf der Grundlage der Zahlen aus den Geschäftsberichten der Unternehmen und aus der (von BVDEP veröffentlichten) Datenbank AMADEUS erarbeitet. Die Zahlen mancher öffentlich-rechtlicher Unternehmen stammen direkt von ihnen oder wurden durch den Media Intelligence Service (MIS) der EBU-UER bereitgestellt.

Distributors of audiovisual services

The figures were collected by the Observatory on the basis of the MAVISE database (<http://mavise.obs.coe.int>) and data provided by various national sources, particularly regulatory authorities. The different platforms analysed in these tables do not include online distribution platforms (in particular the "Go" or "Anywhere" services that have become increasingly common in recent months, but for which we do not yet have any systematic data). The app stores for SmartTV, PC, tablets or smartphones are involved in the distribution of audiovisual services (group of "live" chan-

Distributeurs de services audiovisuels

Les chiffres sont établis par l'Observatoire sur base des relevés établis dans la base de données MAVISE (<http://mavise.obs.coe.int>) et des données disponibles auprès de diverses sources nationales, en particulier les instances de régulation. Aux différentes plates-formes analysées dans ces tableaux, il faudrait ajouter les plates-formes de distribution en ligne (en particulier les formules « Go » ou « Anywhere » qui se sont multipliées ces derniers mois, mais pour lesquelles nous ne disposons pas encore de relevés systématiques). Les magasins d'applica-

Anbieter audiovisueller Dienste

Die Zahlen wurden von der Informationsstelle auf der Grundlage von Angaben in der Datenbank MAVISE (<http://mavise.obs.coe.int>) und der bei verschiedenen nationalen Quellen, insbesondere bei den Regulierungseinrichtungen verfügbaren Daten zusammengestellt. Zu den in den Tabellen analysierten Plattformen müssten noch die Online-Verbreitungsplattformen hinzugezählt werden (insbesondere die „Go-“ oder „Anywhere-“ Angebote, die sich in den letzten Monaten vervielfacht haben, zu denen wir allerdings noch keine systematisch erfassten Daten haben). Die

nels to be viewed online or applications that provide access to on-demand services). Open platforms (a term we prefer to the more traditional “UGC platforms”) such as YouTube or DailyMotion also act as distribution platforms by providing access to “branded channels” on demand or even, in rare cases, to the “live” version of these channels.

Main broadcasting groups

These tables aim to present the degree of concentration of television markets, based on audience market share. The number of channels is calculated from data contained in the MAVISE database. The different language versions of the same service and HD versions are treated as separate channels. The > symbol indicates that the audience market share is a minimum figure in cases where we do not have data for channels with small audiences (generally less than 1%). The operating revenues indicated concern all the groups’ activities in all countries combined.

Financing of the public media sector

Unlike in previous editions, we have shown consolidated data on the financing of the public audiovisual media sector. The different broadcasting companies are taken into account, whether they are explicitly public service broadcasters or simply publicly owned (in the case of commercial subsidiaries of public service companies).

Audiovisual services

TV services established in the country by kind of transmission

These tables are prepared by the Observatory on the basis of the MAVISE database and a systematic analysis of the lists provided by regulatory authorities and the service schedules of the different distribution platforms. “Foreign channels targeting the country” are channels based in a different country which explicitly target the market concerned (such as an Estonian channel based in the United Kingdom). Cases of “natural overflow”

tions pour SmartTV, pour PC, tablettes ou smartphones exercent une fonction de distribution de services audiovisuels (ensemble de chaînes « live » pour consommation en ligne ou application d’accès à des services à la demande). Les plates-formes ouvertes (appellation que nous préférons à celle, plus classique, de plates-formes UGC) telles que YouTube ou DailyMotion font également office de plates-formes de distribution en accueillant des « chaînes de marque » en service à la demande (« branded channels »), voire, dans des cas plus rares, la version « live » des chaînes.

Principaux groupes de diffusion

Ces tableaux visent à présenter le degré de concentration des marchés télévisuels à partir de l’indicateur de la part de marché d’audience. Le nombre de chaînes est calculé à partir de la base de données MAVISE. Les différentes versions linguistiques d’un même service et les versions HD sont comptées comme des chaînes distinctes. Le signe > indique que la part de marché d’audience est indiquée *a minima*, dans le cas où ne disposons pas des données pour les chaînes de faible audience (en général en dessous d’1 %). Le produit d’exploitation indiqué concerne l’ensemble des activités des groupes, tous territoires confondus.

Financement du secteur public des médias audiovisuels

A la différence des éditions précédentes, nous proposons des données consolidées sur le financement du secteur des médias audiovisuels publics. Sont prises en considération les différentes entreprises de radio-télévision, qu’elles soient explicitement de service public ou qu’elles soient simplement de propriété publique (dans le cas des filiales commerciales des entreprises de service public).

Services audiovisuels

Services de télévision établis dans le pays par mode de transmission

Ces tableaux sont établis par l’Observatoire à partir de la base de données MAVISE et d’une analyse systématique des listes communiquées par les instances de régulation et des plans de services des différentes plates-formes de distribution. Sont considérés comme chaînes étrangères visant le pays considéré (« Foreign channels targeting the country ») les chaînes établies dans un autre pays et qui visent assez explicitement le marché considéré

App-Stores für Smart-TV, PC, Tablets oder Smartphones verbreiten auch audiovisuelle Dienste (sämtliche „Live“-Kanäle zur Online-Nutzung oder Apps für den Zugang zu Abrufdiensten). Die offenen Plattformen (eine Benennung, die wir der ansonsten üblichen Bezeichnung UGC-Plattform vorziehen), wie etwa YouTube oder Dailymotion, gelten mit ihren abrufbaren „Markenkanälen“ („branded channels“), in selteneren Fällen sogar mit der „Live“-Version der Sender ebenfalls als Verbreitungsplattformen.

Führende Rundfunkveranstalter

Diese Tabellen geben anhand des Indikators „Zuschauermarktanteil“ das Ausmaß der Konzentration im jeweiligen Fernsehmarkt an. Die Anzahl der Sender ist nach Angaben der Datenbank MAVISE berechnet. Die verschiedenen Sprachversionen eines Dienstes sowie die HD-Angebote sind als unterschiedliche Sender erfasst. In Fällen, in denen für Sender mit niedriger Einschaltquote (üblicherweise unter 1 %) keine Daten verfügbar waren, gibt das Zeichen > einen Mindestwert des Zuschauermarktanteils an. Der angegebene Betriebsertrag betrifft sämtliche Geschäftsbereiche der Unternehmen in allen Ländern.

Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Im Unterschied zu den bisherigen Ausgaben führen wir bei der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks konsolidierte Daten an. Dabei sind alle Hörfunk- und Fernsehunternehmen berücksichtigt, ob sie nun explizit öffentlich-rechtlich sind oder sich lediglich im Eigentum der öffentlichen Hand befinden (im Fall von kommerziellen Töchtern öffentlich-rechtlicher Unternehmen).

Audiovisuelle Dienste

Im Land niedergelassene Fernsehdienste nach Übertragungsart

Diese Tabellen wurden von der Informationsstelle anhand von Angaben aus der Datenbank MAVISE, einer systematischen Analyse der von den Regulierungseinrichtungen übermittelten Aufstellungen sowie der Senderlisten der unterschiedlichen Verbreitungsplattformen erstellt. Als Auslandsdienste, deren Zielmarkt im untersuchten Land liegt („Foreign channels targeting the country“), gelten Sender, die in einem anderen

of a channel into a neighbouring country are not taken into account (such as French channels received in Belgium).

On-demand audiovisual services in the country

Since there is virtually no available national data, the service lists were drawn up by the Observatory based on various sources (lists, more or less complete and up to date, provided by regulatory or self-regulatory authorities, service schedules of distribution platforms) and direct, systematic lists on the Internet. Despite our best efforts to be exhaustive, some services have probably been missed. The figures given are therefore minimum figures. In particular, we were unable to systematically verify the existence of catch-up TV services of regional and local channels.

The notion of “on-demand audiovisual service” used here is broader than that of the “on-demand audiovisual media services” defined in the AVMS Directive and the transposing provisions of national law. In this category, we mainly include, regardless of their economic models, actual VoD services (offering catalogues of films, television programmes, animations, documentaries, sports programmes) and the catch-up TV services of television channels (whether in the form of “player” sites or simple “video” pages on their websites). The totals also include various other services (portals such as Yahoo or MSN that contain video pages, video pages on newspaper websites, web TV, and trailer pages, excluding those provided by production or distribution companies and the promotional pages of TV channel websites, etc.). We distinguish between online services and those available via distribution platforms (IPTV, cable, satellite, DTT, mobile phone networks). The branded channels on the YouTube and Dailymotion platforms are only those offered by broadcasters and do not include the sites of other types of operator, particularly production and distribution companies, nor, of course, personal websites.

The number of branded channels in the iTunes Store is fairly easy to identify: most cases only concern the Disney and Pixar catalogues. In the main countries, they are channels grouped together under the heading “Studios and networks” in the “TV programmes” section. It is difficult to identify the operator of these branded channels and, therefore, the country in which they are established. In particular, for the catalogues of the major Ameri-

(par exemple une chaîne en estonien établie au Royaume-Uni). Les cas de « débordements naturels » de chaînes d'un pays voisin ne sont pas comptabilisés (par exemple les chaînes françaises reçues en Belgique).

Services audiovisuels à la demande établis dans le pays

En l'absence quasi totale de données nationales, les relevés des services ont été effectués par l'Observatoire à partir de diverses sources (listes plus ou moins complètes et à jour des instances de régulation ou d'auto-régulation, plans de service des plates-formes de distribution) et de relevés directs et systématiques sur Internet. Malgré tous nos efforts d'exhaustivité, il est probable que divers services aient échappé à nos relevés. Les chiffres proposés sont donc des chiffres *a minima*. En particulier il ne nous a pas été possible de vérifier systématiquement l'existence de service de télévision de rattrapage (catch-up TV) de la part des télévisions régionales et locales.

La notion de « service audiovisuel à la demande » utilisée ici est plus large que celle de « services de médias audiovisuels à la demande » telle que définie dans la Directive SMA et dans les transpositions de celle-ci en droit national. Nous incluons principalement dans cette catégorie, indépendamment de leurs modèles économiques, les services de vidéo à la demande proprement dits (proposant des catalogues de films, de programmes audiovisuels, animation, documentaire, programmes sportifs) et les services de télévision de rattrapage des chaînes de télévision (qu'elles prennent la forme de sites « players » ou de simple pages « vidéos » sur leur site web. Les totaux incluent également des services divers (portails tels que Yahoo ou MSN comportant des pages vidéos, pages vidéos des sites web d'organes de presse, webTV, pages de trailers, à l'exclusion de celles proposées par les entreprises de production ou de distribution ou les pages promotionnelles des sites de chaînes de télévision,...). Nous distinguons les services accessibles sur Internet (« Online ») de ceux disponibles via des plates-formes de distribution (réseaux IPTV, câble, satellite, TNT, téléphone mobile). Les chaînes de marques sur les plates-formes YouTube et Dailymotion sont uniquement celles des entreprises de radio-télévision et n'incluent pas les sites d'autres types d'opérateurs, en particulier les entreprises de production et de distribution, ni, bien entendu, les pages personnelles.

Le nombre de chaînes de marque sur les iTunes Store est assez facile à établir : dans la plupart des cas, il s'agit uniquement des

Land niedergelassen sind und mehr oder weniger eindeutig auf den untersuchten Markt ausstrahlen (beispielsweise ein auf Estnisch verbreiteter Dienst mit Sitz im Vereinigten Königreich). Fälle von „natürlichem Overspill“, wenn Sendesignale aus dem Nachbarland zu empfangen sind (etwa die französischen Sender in Belgien), sind nicht berücksichtigt.

Audiovisuelle Abrufdienste im Land

Nachdem es praktisch überhaupt keine nationalen Daten dazu gibt, hat die Informationsstelle diese Dienste anhand diverser Quellen (mehr oder weniger vollständige und aktuelle Aufstellungen der Regulierungs- und Selbstregulierungseinrichtungen, Senderlisten der Verbreitungsplattformen) sowie mithilfe direkter und systematischer Verzeichnisse im Internet erfasst. Aller Bemühungen um Vollständigkeit zum Trotz wurden wahrscheinlich nicht alle Dienste erfasst. Die angegebenen Zahlen stellen also Mindestwerte dar. Es war uns insbesondere nicht möglich, ein eventuelles Angebot von Mediatheken (Catch-up TV) bei regionalen und lokalen Fernsehsendern systematisch zu überprüfen.

Der hier verwendete Begriff des „audiovisuellen Abrufdienstes“ ist weiter gefasst als der des „audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf“, so wie er in der AVM-Richtlinie und den entsprechenden nationalen Rechtsvorschriften definiert ist. Wir erfassen in dieser Kategorie hauptsächlich – unabhängig vom jeweiligen Geschäftsmodell – die eigentlichen Video-Abrufdienste (mit Filmkatalogen, Fernsehprogrammen, Animationen, Dokumentationen und Sportprogrammen) sowie die Mediatheken der Fernsehsender, Catch-up TV (in Form von „Player-Websites“ oder auch einfache Video-Seiten in ihrer Internetpräsenz). Die Gesamtwerte beziehen sich auch auf verschiedene Dienste (Portale wie Yahoo oder MSN mit Video-Seiten, Video-Seiten im Internetauftritt von Zeitungen und Zeitschriften, Web-TV, Trailer-Seiten, ohne jedoch die der Produktions- oder Verleihunternehmen und die Werbeseiten der Websites von Fernsehsendern u. a.). Wir unterscheiden zwischen den Diensten, die im Internet („online“) zugänglich sind, von denen, die über Verbreitungsplattformen (IPTV-Netze, Kabel, Satellit, DVB-T, Mobiltelefonie) angeboten werden. Die erfassten Markenkanäle auf den Plattformen YouTube und Dailymotion gehören ausschließlich zu den Rundfunkunternehmen und umfassen nicht die Websites anderer Betreiberkategorien, wie insbesondere Produktions- oder Verleihunternehmen, oder gar persönliche Websites.

Die Anzahl der Markenkanäle in den iTunes Stores lässt sich recht leicht ermit-

can groups, the operator seems to be the American company itself rather than one of its European subsidiaries.

Listing the applications that provide access to on-demand services available in app stores (stores provided by SmartTV manufacturers, stores such as iTunes Stores – established in Luxembourg – or Google Play stores, formerly Android Stores, established directly in the United States) is an extremely complex task, which is yet to be carried out.

The “consolidated total” try to eliminate the double counting of services that are available online, via distribution platforms and, in some cases, through apps. It also includes various other services not accounted for in the previous categories, other than VoD and catch-up TV.

Supply of audiovisual services by genre and by platform

These tables aim to provide an overview of the main services, represented by the principal digital terrestrial, cable, satellite and IPTV distributors. The figures are based on the MAVISE database and the service schedules posted on the distributors' websites. All channels available through the various commercial services and options are included. Different language versions of the same service and HD versions are counted separately.

Market trends

The “Household TV equipment” graphs are based on data provided by IHS Screen Digest and concern the primary equipment of households.

The “Consumers pay-TV gross spend” graphs are based on data provided by IHS Screen Digest, showing estimates of consumers' gross spending (including VAT and other taxes).

The “Number of households accessing multichannel platforms” graphs are based on data provided by the operators or the specialist press.

catalogues Disney et Pixar. Dans les grands pays, il s'agit des chaînes regroupées sous l'appellation « Studios and networks » dans l'onglet « Programmes TV ». L'éditeur et donc le pays d'établissement de ces chaînes de marque n'est pas aisé à établir. En particulier, pour les catalogues des grands groupes américains, il semble que l'éditeur soit la société américaine elle-même et non l'une de ses filiales en Europe.

Le relevé des applications permettant l'accès à des services à la demande dans les magasins d'application (magasins des constructeurs de SmartTV, magasins tels que les iTunes Stores – établis au Luxembourg – ou que les stores de Google Play, anciennement Android Stores, établis directement aux Etats-Unis) est une opération extrêmement complexe, qui reste à être menée.

Le « total consolidé » vise à éviter les doubles comptages de services disponibles à la fois en ligne, sur les plates-formes de distribution et éventuellement par le biais d'application. Il inclut également les services divers, non repris dans les lignes précédentes, autres que ceux de VoD et de télévision de rattrapage

Offre des services par genre et par plates-formes

Ces tableaux visent à donner une perception des offres de référence, représentées par les principales entreprises de distribution numérique terrestre, de distribution par câble, satellite ou IPTV. Les chiffres sont établis à partir de la base de données MAVISE et des plans de service des distributeurs affichés sur leur site web. Sont pris en compte l'ensemble des chaînes disponibles dans les différentes propositions commerciales et options. Les diverses versions linguistiques d'un même service et les versions HD sont comptées individuellement.

Tendances du marché

Les graphiques « Household TV equipment » sont établis à partir des données communiquées par IHS Screen Digest et concerne les équipements principaux (« primary equipment ») des ménages.

Les graphiques « Consumers pay-TV gross spend » sont établis à partir des données IHS Screen Digest, qui sont des estimations des dépenses brutes des consommateurs (TVA et autres taxes incluses).

Les graphiques « Number of households accessing multichannel platforms » sont établis à partir des données communi-

teln: In den meisten Fällen handelt es sich lediglich um die Kataloge von Disney und Pixar. In den großen Ländern sind es die Kanäle, die unter der Rubrik „TV“ als „TV Sender und Studios“ zusammengefasst sind. Der Betreiber und damit das Land, in dem diese Markennetze niedergelassen sind, lassen sich nicht leicht feststellen. Besonders bei den Katalogen der großen amerikanischen Konzerne scheint der Betreiber die amerikanische Muttergesellschaft selbst zu sein und nicht eine ihrer europäischen Tochterunternehmen.

Die Aufstellung der Apps, die den Zugang zu den Abrufdiensten in den App-Stores ermöglichen (Shops der Smart-TV-Hersteller oder etwa die iTunes Stores – mit Sitz in Luxemburg – oder die Google Play Stores, früher Android Stores, mit Sitz in den Vereinigten Staaten), ist außerordentlich komplex und muss erst noch erfolgen.

Der „Konsolidierte Gesamtwert“ soll eine Mehrfacherfassung von Diensten vermeiden, die sowohl online, als auch auf den Verbreitungsplattformen und möglicherweise auch über eine App zugänglich sind. Enthalten sind auch die verschiedenen, in den vorherigen Zeilen nicht aufgeführten Dienste, die keinen Abrufdienst bzw. Catch-up TV anbieten.

Angebot nach Genre und Plattform

Diese Tabellen geben einen Überblick über das maßgebliche Angebot der wichtigsten Unternehmen für die Verbreitung auf digitalem terrestrischen Weg, über Kabel, Satellit oder per IPTV. Grundlage dieser Zahlen sind die Datenbank MAVISE und die Senderlisten der Verbreitungsunternehmen auf ihrer jeweiligen Website. Berücksichtigt wurden sämtliche in den verschiedenen kommerziellen Angeboten und Optionen verfügbaren Sender. Die verschiedenen Sprachversionen eines Dienstes sowie die HD-Angebote sind einzeln erfasst.

Markttrends

Die Grafiken zu „Household TV equipment“ beruhen auf den von IHS Screen Digest übermittelten Angaben und betreffen die Hauptgeräte der Haushalte („primary equipment“).

Die Grafiken zu „Consumers pay-TV gross spend“ beruhen auf den von IHS Screen Digest übermittelten Angaben, die wiederum Schätzungen der Bruttoverbraucher Ausgaben (einschließlich MwSt. und anderer Abgaben) sind.

Die Grafiken zu „Number of households accessing multichannel platforms“ beru-

The “Gross revenues of radio-television” graphs can be used to compare the development of direct consumer expenditure (IHS Screen Digest data), gross advertising investment in radio and television (WARC data) and net public income of public broadcasting companies.

quées par les opérateurs ou, à défaut, par la presse spécialisée.

Les graphiques « Gross revenues of radio-television » permettent de comparer l'évolution des dépenses directes des consommateurs (données IHS Screen Digest), des investissements publicitaires bruts en radio et en télévision (données Warc) et des recettes publiques nettes des entreprises publiques de radio-télévision.

hen auf den Angaben der Betreiber bzw. der Fachpresse.

Die Grafiken zu „Gross revenues of radio-television“ ermöglichen einen Vergleich der Entwicklung der direkten Verbraucherausgaben (Angaben von IHS Screen Digest), der Bruttowerbeinvestitionen in Hörfunk und Fernsehen (Angaben von Warc) und der Nettoeinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter aus öffentlichen Mitteln.

TV audience market share

Parts de marché d'audience TV

Zuschauermarktanteile

This data concerns average daily audiences (daily share and prime time). Apart from Iceland, Luxembourg and Malta, the data is provided by Eurodata-TV Worldwide, based on figures compiled by national audience measuring organisations. This information is collected using traditional sampling techniques and the “people meter” system.

Les données concernent l'audience quotidienne moyenne (journée et heures de grande écoute). A l'exception de l'Islande, du Luxembourg et de Malte, ces données sont communiquées par Eurodata-TV Worldwide à partir des relevés des instituts nationaux de mesure d'audience. Ces données sont établies suivant les techniques classiques d'échantillonnage et par recours au système des audimètres (« peoplemeter »).

Die Daten zeigen die durchschnittliche tägliche Einschaltquote (täglich und in der Primetime). Mit Ausnahme von Island, Luxemburg und Malta stammen diese Angaben von Eurodata-TV Worldwide und wurden auf der Grundlage von Aufstellungen der nationalen Fernsehforschungseinrichtungen mit den üblichen Techniken der Stichprobenerhebung und elektronischen Messgeräten („peoplemeter“) erstellt.

Online video viewing

Visionnement vidéo en ligne

Abruf von Online-Videos

These graphs and tables are based on data provided by the comScore company. The figures of comScore's VideoMetrix service only relate to the online audience of streaming services on the fixed Internet (therefore excluding the mobile Internet or downloaded videos). They concern the different types of online video streaming service (catch-up TV services, certain VoD services, open platforms such as YouTube or Dailymotion, video pages of newspaper websites, commercial sites, sites specialising in advertising spots, file-storage sites such as Amazon Cloud Drive, etc.).

Ces graphiques et tableaux sont élaborés à partir des données communiquées par la société comScore. Les relevés du service VideoMetrix de comScore concernent uniquement l'audience en ligne des services de streaming sur l'Internet fixe (et n'incluent donc pas la consommation de l'Internet mobile ou l'audience des vidéos obtenues par téléchargement). Elles concernent les différents types de service vidéo en ligne opérés en streaming (services de télévision de rattrapage, certains services de vidéo à la demande, plates-formes ouvertes telles que YouTube ou Dailymotion, pages vidéo des sites de journaux, sites commerciaux, sites spécialisés dans la diffusion de spots publicitaires, sites de stockage de fichiers tels qu'Amazon Cloud Drive, ...).

Diese Grafiken und Tabellen beruhen auf den von comScore übermittelten Angaben. Die Aufstellungen des Dienstes VideoMetrix von comScore betreffen nur die Online-Zuschauer der Streamingdienste im ortsfesten Internet (und damit nicht die Nutzung im mobilen Internet oder per Download). Sie gelten für die verschiedenen Arten der gestreamten Online-Videodienste (Catch-up TV, bestimmte Video-Abrufdienste, offene Plattformen wie YouTube oder Dailymotion, Video-Seiten im Internetauftritt von Zeitungen, kommerzielle oder auf Werbespots spezialisierte Websites, Websites für die Speicherung von Dateien, wie Amazon Cloud Drive, u. a.).

List of abbreviations
used in this volumeListe des abréviations utilisées
dans le présent volume*In diesem Band
verwendete Abkürzungen*

–	not applicable	ne s'applique pas	trifft nicht zu
~	not available	non disponible	keine Angabe
3GTV	3G television	télévision 3G	3G Fernsehen
3Play	triple play	triple play	Triple Play
adtv	private television company financed by advertising	entreprise privée de télévision financée par la publicité	werbefinanzierte private Fernsehunternehmen
AV	audiovisual	audiovisuel	audiovisuell
CATV	cable television	télévision par câble	Kabelfernsehen
discin	film distribution company	entreprise de distribution de films	Filmvertriebsgesellschaft
DTH	direct-to-home	réception directe par satellite	Satellitendirektempfang
DTT	Digital terrestrial television	(=TNT)	(=DVB-T)
DVB-H	digital Video Broadcasting - Handheld	Digital Video Broadcasting - Handheld	Digital Video Broadcasting - Handheld
DVB-T	(=DTT)	(=TNT)	Digital Video Broadcasting - Terrestrial
est.	estimate	estimation	Schätzung
exh	exhibition	exploitation	Filmtheater
fac	facilities company	entreprise de prestations de services	Filmausstattungsfirma
GBO	gross box office	recettes brutes des salles	Bruttoeinspielergebnisse
hs	home shopping	téléachat	Homeshopping
invest	TV group	groupe TV	TV Gruppe
IPTV	Internet Protocol Television (television through broadband)	Internet Protocol Television (télévision par réseaux large bande)	Internet Protocol Television (Fernsehen über Breitband)
ISP	Internet Service Provider	Fournisseur d'accès à Internet (FAI)	Internet-Anbieter
p.m.	pro memoria	pour mémoire	pro memoria
MMDS	Microwave Multipoint Distribution System	Microwave Multipoint Distribution System	Microwave Multipoint Distribution System
odas	on demand audiovisual services	services audiovisuels à la demande	Audiovisuelle On-Demand-Dienste
packtv	packager/aggregator of TV services	ensemblier/agrégateur de services TV	Anbieter von Programmpaketen
paytv	pay-TV (film premium)	télévision à péage (films premium)	Pay-TV (Premium-Filme)
PC	personal computer	ordinateur personnel	Personalcomputer
PPV	pay-per-view	péage à la consommation	Pay-per-View
PR	private	privé	privat
prodcin	production of film	production de films cinématographiques	Kinofilmproduktion
prodt	production company of TV programmes	entreprise de production de programmes TV	Fernsehproduktionsfirma
PS	public service	service public	öffentlich-rechtlich
rad	radio	radio	Rundfunk
rec	record publisher/distributor	éditeur/distributeur de disques	Musikverlag
rights	rights library	catalogue de droits	Lizenzverwertung
rtv	regional television	télévision régionale	Regionalfernsehsender
Sat-TV	television by satellite	télévision par satellite	Satellitenfernsehen
SMATV	Satellite Master Antenna Television	Satellite Master Antenna Television	Satellite Master Antenna Television
sprad	public service radio company	radio de service public	öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt
sptv	public television company	entreprise publique de télévision	öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt
thtv	publisher of private thematic channel(s)	éditeur de chaîne(s) thématique(s)	Betreiber von privaten Spartenkanälen

List of abbreviations
used in this volume

Liste des abréviations utilisées
dans le présent volume

*In diesem Band
verwendete Abkürzungen*

continued

TNT	(=DTT)	télévision numérique terrestre	(=DVB-T)
trans	transmission company	entreprise de transmission	Sendeunternehmen
vid	video publisher/ distributor	éditeur/distributeur de vidéos	Videofilmverlag
VoD	Video on Demand	vidéo à la demande	Video-on-Demand
VoD EST	Video on Demand electronic sell- through	vidéo à la demande - vente électronique à l'unité	Electronic Sell Through von Video- on-Demand-Diensten
VPF	Virtual Print Fee	Virtual Print Fee	Virtuelle Druckgebühr

➔ European Audiovisual Observatory

IRIS MERLIN DATABASE

<http://merlin.obs.coe.int/>

DATABASE ON LEGAL INFORMATION RELEVANT
TO THE AUDIOVISUAL SECTOR IN EUROPE

Database on legal information relevant to the audiovisual sector in Europe **IRIS Merlin**

english • français • deutsch

Homepage | IRIS index | Help | Information Sources | IRIS Newsletter | Databases | Advanced search | Comments

IRIS Merlin

Celebrating 10 years of legal short reporting

full text search
search for

Date
from: Month: Year: to: Month: Year: Search Reset

Topics

- Advertising
- Broadcasting (all)
- Broadcasting: Digital
- Broadcasting: Licensing/Fees
- Broadcasting: Programming
- Broadcasting: Radio
- Broadcasting: Television
- Broadcasting: Others
- Competition (all)
- Competition: Liberalisation of markets/market power
- Competition: Unfair competition
- Consumer Protection
- Copyright/Related rights
- Criminal Law
- Diversity, pluralism
- E-commerce
- Employment Law
- Encryption
- Film
- Film: Co-production
- Film: General
- Freedom of Expression/Information, Art.10 ECHR
- Jurisdiction
- Media Concentration
- New Media/Technology
- Patents/Trade marks
- Press Law
- Protection of Minors
- Regulatory Agencies/Bodies
- Respect of Privacy/Data Protection
- Self-regulation, Code of Practice/Conduct
- Tax Law
- Telecommunication (all)
- Telecommunication: Distribution/Infrastructure

Countries

- AD (Andorra)
- AL (Albania)
- AM (Armenia)
- AT (Austria)
- AU (Australia)
- AZ (Azerbaijan)
- European Union
- Council of Europe
- East & Central Europe
- all

AND OR

Organisations

- ACHPR
- ACT
- AEPOC
- AIDAA
- Article 19
- CoE - Council of Europe (all)
- all

References

- Bilateral Agreements
- International (all)
- International: Jurisprudence
- International: Legislation
- International: Policy Documents
- National (all)
- National: Decision of Administrative Bodies
- National: Jurisprudence
- National: Legislation
- National: Policy Documents
- Reports, Press Releases

Results: display short long Search Reset

FREE ACCESS
INTERNATIONAL
EUROPEAN
NATIONAL
MORE THAN
50 COUNTRIES
COVERED
MORE THAN
6 500 ARTICLES
• ENGLISH
• FRENCH
• GERMAN
PERMANENTLY
UPDATED

*Find out about the legal framework for
Broadcasting, Film, New media & technologies...*

OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPAISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE

Members of the
European Audiovisual
Observatory

Membres de
l'Observatoire européen
de l'audiovisuel

Mitglieder der
Europäischen Audiovisuellen
Informationsstelle

AL	Albania	Albanie	Albanien
AM	Armenia	Arménie	Armenien
AT	Austria	Autriche	Österreich
BA	Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien und Herzegowina
BE	Belgium	Belgique	Belgien
BG	Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien
CH	Switzerland	Suisse	Schweiz
CY	Cyprus	Chypre	Zypern
CZ	Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik
DE	Germany	Allemagne	Deutschland
DK	Denmark	Danemark	Dänemark
EE	Estonia	Estonie	Estland
ES	Spain	Espagne	Spanien
FI	Finland	Finlande	Finnland
FR	France	France	Frankreich
GB	United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich
GR	Greece	Grèce	Griechenland
HR	Croatia	Croatie	Kroatien
HU	Hungary	Hongrie	Ungarn
IE	Ireland	Irlande	Irland
IS	Iceland	Islande	Island
IT	Italy	Italie	Italien
LI	Liechtenstein	Principauté de Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein
LT	Lithuania	Lituanie	Litauen
LU	Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg
LV	Latvia	Lettonie	Lettland
ME	Montenegro	Monténégro	Montenegro
MK	"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"
MT	Malta	Malte	Malta
NL	Netherlands	Pays-Bas	Niederlande
NO	Norway	Norvège	Norwegen
PL	Poland	Pologne	Polen
PT	Portugal	Portugal	Portugal
RO	Romania	Roumanie	Rumänien
RU	Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation
SE	Sweden	Suède	Schweden
SI	Slovenia	Slovénie	Slowenien
SK	Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik
TR	Turkey	Turquie	Türkei
EUR 27	European Union	Union européenne	Europäische Union

European States non-
members of the European
Audiovisual Observatory

Etats européens non-membres
de l'Observatoire européen
de l'audiovisuel

Europäische Staaten,
die nicht Mitglied der
Informationsstelle sind

BY	Belarus	Bielorussie	Weißrussland
GE	Georgia	Géorgie	Georgien
MD	Moldova	Moldavie	Moldawien
RS	Republic of Serbia	République de Serbie	Republik Serbien
UA	Ukraine	Ukraine	Ukraine

Non-European States

Etats non-européens

Außereuropäische Staaten

BM	Bermuda	Bermudes	Bermudas
DZ	Algeria	Algérie	Algerien
EG	Egypt	Egypte	Ägypten
IL	Israel	Israël	Israel
JO	Jordan	Jordanie	Jordanien
JP	Japan	Japon	Japan
LB	Lebanon	Liban	Libanon
MA	Morocco	Maroc	Marokko
SA	Saudi Arabia	Arabie Saoudite	Saudi-Arabien
SY	Syrian Arabic Republic	République arabe de Syrie	Arabische Republik Syrien
TN	Tunisia	Tunisie	Tunesien
US	United States of America	Etats-Unis d'Amérique	Vereinigte Staaten von Amerika

Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in Europe

YEARBOOK 2013

The two-volume European Audiovisual Observatory Yearbook offers a comprehensive overview of the audiovisual sector in the Observatory's 38 member states.

Data from more than 1,000 different sources are collected and analysed, and information is presented in over 500 graphs and tables. The result is a unique overview of Europe's audiovisual markets in film, television and video.

The impartiality of the data presented is guaranteed by the Observatory's status as a pan-European public body.

The two volumes of the Yearbook constitute an outstanding source for all those involved in the audiovisual sector, whether policy makers, professionals or academics.

Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande en Europe

ANNUAIRE 2013

L'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel présente en deux volumes une analyse complète du secteur audiovisuel (cinéma, télévision et vidéo) dans ses 38 Etats membres.

La préparation et l'exploitation de données issues de plus de mille sources différentes et la présentation des résultats en plus de cinq cents graphiques et tableaux donnent une vue d'ensemble unique du marché en Europe.

Le statut d'organisme de service public paneuropéen garantit l'impartialité de ces données.

Le présent Annuaire en deux volumes constitue de ce fait une remarquable source d'information pour les professionnels, les décideurs et les scientifiques.

Fernsehen, Film, Video und audiovisuelle Abrufdienste in Europa

JAHRBUCH 2013

Das Jahrbuch der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle gibt für ihre 38 Mitgliedstaaten in zwei Bänden einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des audiovisuellen Sektors in den Bereichen Film, Fernsehen und Video.

Die Aufbereitung und Auswertung von mehr als 1000 Einzelquellen und die Darstellung der Ergebnisse in über 500 Graphiken und Tabellen verschaffen in Europa einen einmaligen Marktüberblick.

Die Neutralität der Darstellung wird durch den öffentlich-rechtlichen Status der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle garantiert.

Damit bietet das vorliegende Jahrbuch mit seinen zwei Bänden eine hervorragende Informationsquelle für alle Zielgruppen in der Politik, in der Industrie und in der Wissenschaft.

2013 YEARBOOK
ANNUAIRE
JAHRBUCH

VOLUME - BAND

1

Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 39 European States

Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande dans 39 pays européens

Fernsehen, Film, Video und audiovisuelle Abrufdienste in 39 europäischen Staaten

336 pages - Seiten ISBN 978-92-871-7767-4 PDF VERSION **168 €**

2013 YEARBOOK
ANNUAIRE
JAHRBUCH

VOLUME - BAND

2

Television, cinema, video and on-demand audiovisual services – the pan-European picture

Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande – le paysage paneuropéen

Fernsehen, Film, Video und audiovisuelle Abrufdienste – die gesamteuropäische Lage

256 pages - Seiten ISBN 978-92-871-7770-4 PDF VERSION **132 €**

The content of the Yearbook is also available online:
Le contenu de cet annuaire est également disponible en ligne :
Die Inhalte des Jahrbuchs stehen auch online zur Verfügung:

<http://www.obs.coe.int/eservices/premiumservice>