



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

YEARBOOK • ANNUAIRE • JAHRBUCH

VOLUME
BAND

1

Television in 36 European States

La télévision dans
36 Etats européens

*Fernsehen in
36 europäischen Staaten*

2010

PDF VERSION



COUNCIL
OF EUROPE

CONSEIL
DE L'EUROPE

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, Yearbook 2010. Film, Television and Video in Europe, 2010 Edition, Vol. 1, "Television in 36 European States", European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2010.

OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL, Annuaire 2010. Cinéma, télévision et vidéo en Europe, Edition 2010, Vol. 1, "La télévision dans 36 Etats européens", Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2010.

EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE, Jahrbuch 2010. Film, Fernsehen und Video in Europa, 2010, Bd 1, Fernsehen in 36 europäischen Staaten, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2010.

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

Wolfgang Closs

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“

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

MAVISE Project of the DG Communication of the European Commission (Florence Hartmann, Deirdre Kevin, Gulter-Banu Karamanoglu, European Audiovisual Observatory).

BUREAU VAN DIJK ELECTRONIC PUBLISHING (Vincent Leray, Idris Roty), EBU (Alexander Shulzyki, Lisa Benjamin, Anna-Sara Stalvik), EPRA (Emmanuelle Machet), EURODATA-TV (Maria Aguet, Jacques Braun, Alexandre Callay, Alexandra Brenkman), LYNGSAT (Christian Lyngemark and his network), SCREEN DIGEST (Allan Hardy, Guy Bisson, Ben Keen).

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

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

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, Paul Green, Bernard Ludewig, Ralf Pflieger, Nathalie-Anne Sturlèse, Renate Weissenfels.

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 Distribution exclusive pour **Exklusiver Vertrieb für**

Germany, Austria Allemagne, Autriche **Deutschland, Österreich**

NOMOS VERLAGSGESELLSCHAFT

D - 76 520 BADEN-BADEN

DEUTSCHLAND

Fax: +49 (0) 7221 21 04 27

<http://www.nomos.de>

Spain, Latin America Espagne, Amérique latine **Spanien, 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

© 2010 European Audiovisual Observatory Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Strasbourg

Printed in France Imprimé en France **Gedruckt in Frankreich**

ISBN : 978-92-871-6872-6 (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.



The first volume of this 16th edition of the Yearbook of the European Audiovisual Observatory is being published at a time when the European television sector appears to be emerging from the major economic crisis of 2008 and 2009, albeit with a degree of uncertainty. The 2010 edition of our Yearbook enables us to measure the true scale of the crisis, although unfortunately we still have very little solid data to illustrate the recovery. The delay between fast-moving market changes and the availability of data that can be used to identify those changes has never been as marked as in the past three years.

In this first volume, we have followed the model used last year for the presentation of national data:

- the development of consumer reception equipment (cable, satellite, digital terrestrial, IPTV) and household expenditure on pay-TV is represented in new graphs, prepared with the collaboration of Screen Digest and, where relevant, available national sources;
- distribution platforms are presented more systematically: number of channels available per genre, number of subscribers, operating income;
- the main sources of funding of the national broadcasting system (public funding, advertising investment for television and radio, expenditure on pay-TV) are presented, illustrating the enormous diversity of national situations.

However, we have introduced three innovations:

- For countries outside the eurozone, unlike in previous years, we have opted to present data in national currencies. The main reason for this is the re-emergence of major exchange rate fluctuations. In several cases, growth rates calculated in euros were excessively distorted by the currency conversion. Readers who would like data in euros for comparative purposes are advised to refer to volume 2.

Le premier volume de cette 16^{ème} édition de l'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel paraît alors que le secteur européen de la télévision semble sortir, bien que de manière incertaine, de la récession majeure des années 2008-2009. L'édition 2010 de notre annuaire permet de mesurer l'ampleur de la récession, mais nous ne disposons encore malheureusement que de peu de données solides pour illustrer la relance. Le décalage entre la rapidité des évolutions du marché et les lenteurs dans la disponibilité des données utiles pour percevoir ces évolutions n'aura jamais été aussi évident que durant ces trois dernières années.

Dans ce premier volume, nous avons suivi le modèle de présentation des données nationales adopté l'an dernier :

- l'évolution des équipements des ménages en matière de réception (câble, satellite, numérique terrestre, IPTV) et des dépenses des ménages en matière de télévision à péage font l'objet de graphiques nouveaux, établis avec la collaboration de Screen Digest et, le cas échéant, des sources nationales disponibles ;
- les plates-formes de distribution sont présentées de manière plus systématique : nombre de chaînes offertes par genre, nombre d'abonnés, produit opérationnel ;
- les principales sources de financement du système national de radio-télévision (financement public, investissements publicitaires télévision et radio, dépenses en télévision à péage) sont présentées, illustrant la grande diversité des situations nationales.

Nous avons cependant introduit trois innovations :

- pour les pays hors zone euro, nous avons, contrairement aux années précédentes, opté pour une présentation des données en monnaie nationale. La raison majeure de ce choix est le retour à de très fortes fluctuations des cours de change. Les taux de croissance calculés en euros courants se trouvaient, dans plusieurs cas, trop fortement biaisés par la conversion. Les lecteurs qui souhaitent disposer de données en euros aux fins d'une approche comparative sont priés de se référer au volume 2.
- Afin d'alléger la lecture de l'Annuaire, nous présentons à présent les données financières en millions et non plus en centaines de milliers.
- Nous avons inclus dans ce volume 1, pour quinze pays, les données INFOMEDIA sur l'origine des programmes de fiction (téléfilms, séries et feuilletons, films de long métrage, films de court métrage et animation). Ces données seront publiées, avec plus de détails dans les tableaux de synthèse du chapitre 8, dans le volume 2.

Der erste Band dieser 16. Ausgabe des Jahrbuchs der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle erscheint zu einem Zeitpunkt, da der europäische Fernsehsektor - wenn auch noch etwas unsicher - die stark rückläufige Entwicklung der Jahre 2008 und 2009 hinter sich zu lassen scheint. Die Ausgabe 2010 unseres Jahrbuchs lässt das ganze Ausmaß der Rezession erkennen, aber bisher liegen uns nur wenige verlässliche Daten vor, die den Aufschwung veranschaulichen. Der krasse Gegensatz zwischen der Schnelligkeit der Marktentwicklungen und der Langsamkeit bei der Bereitstellung von Daten, die diese Entwicklungen widerspiegeln, war nie deutlicher als in den letzten drei Monaten.

In diesem ersten Band präsentieren wir die nationalen Daten nach dem gleichen Modell wie im vergangenen Jahr:

- die Entwicklungen in Bezug auf die Ausstattung der Haushalte im Empfangsbereich (Kabel, Satellit, digitales terrestrisches Fernsehen, IPTV) und in Bezug auf die Ausgaben der Haushalte für Bezahlfernsehen werden in neuen Grafiken dargestellt, die in Zusammenarbeit mit Screen Digest und den gegebenenfalls verfügbaren nationalen Quellen erstellt wurden;
- die Vertriebsplattformen werden eher systematisch dargestellt: Anzahl der Sender pro Sparte, Anzahl der Kunden, operatives Ergebnis;
- die Hauptfinanzierungsquellen des nationalen Rundfunk- und Fernsehsystems (Finanzierung mit öffentlichen Geldern, Werbebudgets Fernsehen und Hörfunk, Ausgaben für Bezahlfernsehen) werden ausgewiesen, wobei die großen nationalen Unterschiede deutlich werden.

Gleichzeitig haben wir drei Neuerungen eingeführt:

- für die Länder außerhalb der Eurozone haben wir uns - im Gegensatz zu den Vorjahren - dafür entschieden, die Zahlen in der jeweiligen nationalen Währung anzugeben. Der Hauptgrund hierfür sind die wieder zu verzeichnenden starken Wechselkursschwankungen. Die in Euro berechneten Wachstumsraten wurden in mehreren Fällen durch die Umrechnung zu stark verfälscht. Leser, die in Euro angegebene Zahlen wünschen, um besser Vergleiche ziehen zu können, finden diese in Band 2;
- um die Lesbarkeit des Jahrbuchs zu erleichtern, sind die Finanzdaten nunmehr in Millionen und nicht mehr in Hunderttausend angegeben;
- für fünfzehn Länder haben wir in diesem ersten Band die INFOMEDIA-Daten über die Herkunft der Fiktionssendungen (Fernsehfilme, Serien und Reihen, Spielfilme, Kurzfilme und Animationen)

- In order to make the Yearbook easier to read, we now present financial data in millions rather than hundreds of thousands.
- In volume 1, we have included, for 15 countries, INFOMEDIA data on the origin of fiction programmes (TV films, series and soaps, feature films, short films and animations). This data will be published in more detail in the summary tables in chapter 8, in volume 2. Its presentation in graphic form in this volume will enable readers to identify the programming characteristics of the main channels more quickly.

We hope that readers will like these changes.

As we do every year, we should point out the degree to which the new statistical series that we are publishing are estimated. In most of our member states, national statistics are not yet fully adapted to recent market developments: European harmonisation of collection indicators is not yet complete and a major problem is posed by the fact that companies in the sector do not all, to put it mildly, share the same perception – or obligations – regarding transparency. For some companies, income is not broken down into activity segments: there is no distinction between production income and distribution income, or no identification of income linked to the distribution of audiovisual services for operators of “triple play” or “quadruple play” services. To make matters worse, some distributors remain reluctant to reveal how many subscribers they have or how these are broken down between different platforms.

When data is not officially recorded, modelling often remains the only way of presenting data that makes sense in order to understand a national market. In this field, we decided to step up our collaboration with Screen Digest, which appears to provide significant guarantees of reliability in its attempt to prepare harmonised data.

I would like to thank our various suppliers of data at the pan-European level (Bureau van Dijk Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata-TV Worldwide, Screen Digest, EBU SIS, WARC, Infomedia/Rovi) and the numerous correspondents within national public bodies or companies who have helped us to prepare the first volume of this Yearbook.

André Lange

Head of the Department for Information on Markets and Financing
European Audiovisual Observatory
November 2010.

Leur présentation sous forme de graphique dans ce volume permettra de saisir plus rapidement les caractéristiques de programmation des principales chaînes.

Nous espérons que les lecteurs apprécieront ces évolutions.

Il nous faut signaler, comme chaque année, la part d'approximation que contiennent les nouvelles séries statistiques que nous publions. Dans la plupart de nos Etats membres, les collectes statistiques nationales ne sont pas encore complètement adaptées aux développements récents du marché : l'harmonisation européenne des indicateurs de collecte n'est généralement pas assurée et, difficulté principale, les entreprises du secteur n'ont pas toutes, c'est le moins que l'on puisse dire, la même perception – ni les mêmes obligations – en matière de transparence. Pour un certain nombre d'entreprises, on ne dispose pas d'une ventilation des recettes par segment d'activité : absence de distinction entre recettes d'édition de chaînes et recettes de distribution ; absence d'identification des recettes liées à la distribution de services audiovisuels pour les opérateurs de services « triple play », voire « quadruple play ». Qui plus est, un certain nombre de distributeurs restent réticents à communiquer sur leur nombre d'abonnés ou sur la ventilation de leurs abonnés par plateforme.

La modélisation reste souvent la seule possibilité de présenter des données qui, à défaut d'être enregistrées, font sens pour comprendre un marché national. Dans ce domaine, nous avons choisi de renforcer notre collaboration avec Screen Digest, qui nous paraît fournir d'importantes garanties de sérieux dans leur tentative d'élaboration de données harmonisées.

Je voudrais remercier ici nos différents fournisseurs de données au niveau paneuropéen (Bureau van Dijk Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata-TV Worldwide, Screen Digest, le S.I.S. de l'UER-EBU, WARC, Infomedia/Rovi) et les nombreux correspondants au sein des organismes publics nationaux ou au sein des entreprises qui nous ont aidés dans la réalisation du premier volume de cet Annuaire.

André Lange

Responsable du département
« Information sur les marchés
et les financements »
Observatoire européen de l'audiovisuel
Novembre 2010.

aufgenommen. Diese Daten werden in den zusammenfassenden Tabellen von Kapitel 8 des zweiten Bandes detaillierter dargestellt. In diesem Band werden sie in grafischer Form präsentiert, was einen besseren Überblick über die Merkmale der Programmgestaltung der Hauptsender ermöglicht.

Wir hoffen, dass die Leser diese Neuerungen begrüßen.

Wir möchten – wie in jedem Jahr – darauf hinweisen, dass die neuen von uns veröffentlichten statistischen Daten teilweise auf Schätzungen basieren. In den meisten Mitgliedstaaten wurde die Erhebung statistischer Daten noch nicht vollständig an die jüngsten Marktentwicklungen angepasst: Es gibt insgesamt keine europaweite Harmonisierung der erhobenen Indikatoren und das größte Problem besteht darin, dass nicht alle Unternehmen des Sektors – vorsichtig ausgedrückt – die gleiche Auffassung von Transparenz haben und sich ihr nicht in gleichem Maße verpflichtet fühlen. Für einige Unternehmen liegen uns keine Daten über die Aufschlüsselung der Einnahmen nach Tätigkeitsbereichen vor: Es wird nicht unterschieden zwischen Einnahmen aus dem Betreiben eines Fernsehsenders und den Einnahmen aus der Verbreitung; ebensowenig werden die Einnahmen aus der Verbreitung audiovisueller Dienste durch die Betreiber von „Triple-play“ – oder auch „Quadruple-play“ – Diensten gesondert aufgeführt. Darüber hinaus sind einige Anbieter recht zurückhaltend, wenn es darum geht, Daten über die Anzahl ihrer Kunden oder deren Aufschlüsselung nach Plattform preiszugeben.

Modellhafte Ansätze sind häufig die einzige Möglichkeit, Daten darzustellen, die zwar nicht offiziell vorliegen, aber dennoch sinnvoll sind, um den nationalen Markt zu verstehen. In diesem Bereich haben wir uns entschieden, stärker mit dem Medienforschungsinstitut Screen Digest zusammenzuarbeiten, das unserer Ansicht nach bei der Ausarbeitung harmonisierter Daten äußerst seriös vorgeht.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei den verschiedenen paneuropäischen Datenlieferanten (Bureau van Dijk Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata-TV Worldwide, Screen Digest, EBU Information Statistics Network, WARC, Infomedia/Rovi) und den zahlreichen Ansprechpartnern bei den öffentlich-rechtlichen Stellen oder innerhalb der Unternehmen bedanken, die uns bei der Erstellung des ersten Bandes dieses Jahrbuchs unterstützt haben.

Dr. André Lange

Leiter der Abteilung
„Informationen über Märkte und Finanzierungen“
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle
November 2010.

MAVISE

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

DATABASE OF TV COMPANIES AND TV CHANNELS IN THE EUROPEAN UNION AND CANDIDATE COUNTRIES

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, which includes a 'Select a filter:' dropdown menu with three options: Country, TV Channel (selected), and Company. The search criteria are organized into two columns. The left column includes: Channel name, Country in which the channel is available, Country of establishment, Genre, Type of coverage, Main Language, and Include (with 'Active channels only' selected). The right column includes: Specific target audience, and three checkboxes for 'With service for disabled viewers', 'With news or current affairs programmes', and 'With other news programmes (cultural news, sport news...)'. There is also an 'Available in HD' checkbox and a 'Search' button at the bottom right.

The European Television Database



European Commission

Directorate-General Communication



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

Company Listings

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

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

- 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

Country by country reports

Les paysages
télévisuels,
pays par pays

Länderberichte

Country	Pays	Land		
Albania	Albanie	Albanien	8	AL
Austria	Autriche	Österreich	10	AT
Belgium	Belgique	Belgien	18	BE
Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien	30	BG
Switzerland	Suisse	Schweiz	36	CH
Cyprus	Chypre	Zypern	46	CY
Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik	51	CZ
Germany	Allemagne	Deutschland	58	DE
Denmark	Danemark	Dänemark	72	DK
Estonia	Estonie	Estland	81	EE
Spain	Espagne	Spanien	87	ES
Finland	Finlande	Finnland	98	FI
France	France	Frankreich	107	FR
United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich	122	GB
Greece	Grèce	Griechenland	138	GR
Croatia	Croatie	Kroatien	145	HR
Hungary	Hongrie	Ungarn	152	HU
Ireland	Irlande	Irland	159	IE
Iceland	Islande	Island	167	IS
Italy	Italie	Italien	172	IT
Lithuania	Lituanie	Litauen	184	LT
Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg	190	LU
Latvia	Lettonie	Lettland	196	LV
"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"	201	MK
Malta	Malte	Malta	204	MT
Netherlands	Pays-Bas	Niederlande	208	NL
Norway	Norvège	Norwegen	216	NO
Poland	Pologne	Polen	224	PL
Portugal	Portugal	Portugal	233	PT
Romania	Roumanie	Rumänien	240	RO
Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation	248	RU
Sweden	Suède	Schweden	254	SE
Slovenia	Slovénie	Slowenien	262	SI
Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik	268	SK
Turkey	Turquie	Türkei	274	TR

Three players share the national audiovisual market: the Albanian public service broadcaster RTSH, which operates two channels, TVSH (Shqiptar TV1) and TVSH Sat (the international service of RTSH), and two private television operators, TV Klan and Top Channel (which is operated by the Albanian group Top Media).

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 Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve (National Radio and Television Council – NRTC) in 1999, commercial radio and television stations started operating under licences.

There are around fifty cable operators in the Albanian market and two satellite platforms are now competing with one another. The package offered by DigitAlb, which is controlled by the Top Media group, was launched in 2004 and offers around sixty channels. Its competitor, a package called Tring, was launched by Albanian Satellite Communications in September 2008 and comprises over twenty free-to-air channels. Finally, since 2007 Albania has had a personal (DVB-H) mobile television service, DigitAlb Mobile, which is operated by the Top Media group.

Top Media also controls the digital terrestrial television platform DigitAlb, which was launched in 2004 and offers 39 channels. However, the package is transmitted via four multiplexes without a licence. In 2007, the Albanian parliament passed the Digital Broadcasting Act, which provides for seven digital terrestrial multiplexes: two for the public service broadcaster and five for the private operators, with one multiplex per operator. DigitAlb will therefore have to bring its service into compliance with the new law.

After a period of institutional deadlock, the NRTC was able to resume its normal activities. On 28 July 2010, the NRTC decided to impose a fine of 1 million lek, or approximately EUR 7 250, on Tring TV and to limit to five years the licence granted to this digital satellite television platform. This decision was taken after it had been discovered that the platform had broadcast programmes for which it did not possess the rights. The NRTC also imposed fines for pirating on the local cable channels TV Jug and TV AVN following a check carried out in December 2009.

Trois acteurs se partagent le marché audiovisuel national : d'un côté, la Radio-Télévision publique albanaise (RTSH) qui comprend deux chaînes, TVSH (Shqiptar TV1) et TVSH Sat (le service international du radiodiffuseur public), et, d'un autre côté, deux opérateurs de télévision privés, TV Klan et Top Channel (opérée par le groupe albanais 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 du *Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve* (Conseil national de la radio et de la télévision - CNRT) en 1999, les radios et télévisions privées ont commencé à diffuser sous licence.

Une cinquantaine de câblo-opérateurs opèrent sur le marché albanais et deux plates-formes satellitaires sont désormais en concurrence. Le bouquet DigitAlb, contrôlé par le groupe Top Media, a été lancé en 2004 et propose une soixantaine de chaînes. Face à lui, un nouveau bouquet, Tring, a été lancé par Albanian Satellite Communications en septembre 2008. Ce service comprend une vingtaine de chaînes en clair. Il existe enfin en Albanie depuis 2006 un service de télévision mobile personnelle (DVB-H), DigitAlb Mobile, dépendant du groupe Top Media.

Top Media contrôle aussi la plate-forme de télévision numérique terrestre DigitAlb, qui a été lancée dès 2004 et propose 39 chaînes. Seulement, le bouquet est transmis via 4 multiplexes, sans licence. Le Parlement albanais a adopté en 2007 la loi relative à la radiodiffusion numérique. Le texte prévoit sept multiplexes numériques terrestres : 2 pour la radiotélévision publique et 5 pour les opérateurs privés, à raison d'un multiplexe par opérateur. DigitAlb devra donc mettre son offre en conformité avec la nouvelle loi.

Après une période de blocage institutionnel, le CNRT a pu reprendre ses activités normalement. Le CNRT a décidé, le 28 juillet 2010, d'infliger à Tring TV une amende de 1 million de lek albanais, soit environ 7 250 EUR, et de limiter à cinq années l'octroi de la licence accordée à cette plate-forme de télévision numérique par satellite. Cette décision a été prise après avoir constaté que la plate-forme avait diffusé des programmes dont elle ne possédait pas les droits. Le CNRT a également infligé des amendes pour piratage à TV Jug et TV AVN, des chaînes de télévision par câble locales, après un contrôle effectué en décembre 2009.

Drei Akteure teilen sich den audiovisuellen Markt in Albanien: auf der einen Seite die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt (RTSH) mit den beiden Sendern TVSH (Shqiptar TV1) und TVSH Sat (der internationale Kanal von RTSH) und auf der anderen Seite die beiden Privatsender TV Klan und Top Channel (eine Tochter des albanischen Konzerns 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 des Nationalen Radio- und Fernsehrates Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve im Jahr 1999 mussten private Radio- und Fernsehsender eine Sendelizenz erwerben.

Auf dem albanischen Markt gibt es rund 50 Kabelnetzbetreiber und inzwischen auch zwei konkurrierende Sat-TV-Plattformen. Das Bouquet DigitAlb des Konzerns Top Media ist bereits seit 2004 am Markt und umfasst rund 60 Kanäle. Dazu kommt seit September 2008 ein neues Angebot (Tring) des Betreibers Albanian Satellite Communications mit ca. 20 unverschlüsselten Kanälen. Seit 2006 gibt es in Albanien mit DigitAlb Mobile (einer Tochter des Top Media-Konzerns) auch einen Anbieter für Handy-Fernsehen (DVB-H).

Top Media kontrolliert auch die DVB-T-Plattform DigitAlb, die bereits 2004 gestartet wurde und 39 Kanäle anbietet. Allerdings wird das Bouquet ohne Lizenz über 4 Multiplexe ausgestrahlt. Das albanische Parlament hat 2007 das Gesetz über den digitalen Rundfunk verabschiedet. Darin sind sieben DVB-T-Multiplexe vorgesehen: zwei für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und jeweils ein Multiplex für die fünf privaten Betreiber. Dies bedeutet, dass die Plattform DigitAlb ihr Angebot entsprechend dem neuen Gesetz wird anpassen müssen.

Der Landesrundfunkrat hat nach einer Phase des institutionellen Patts seine Arbeit wieder aufnehmen können und am 28. Juli 2010 gegen den Sender Tring TV ein Bußgeld in Höhe von 1 Mio. ALL (rund 7 250 EUR) verhängt sowie die Gültigkeit seiner Lizenz für digitales Satellitenfernsehen auf fünf Jahre beschränkt. Grund für diese Entscheidung war die Feststellung, dass die Plattform Programme ausgestrahlt hatte, für die sie keine Rechte innehatte. Der Landesrundfunkrat hat zudem im Zuge einer im Dezember 2009 durchgeführten Überprüfung gegen die lokalen Kabelsender TV Jug und TV AVN Geldstrafen wegen Programm- piraterie verhängt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.07	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	3 170	INSTAT
Households		–	742	–
TV households		94.5%	701	Albanian Media Monitoring Center
Cable TV households		5.4%	40	–
Digital cable TV households		~	~	–
DTH/SMATV households		12.1%	90	SES Astra
Digital DTH/SMATV households		~	~	–
IPTV subscriptions		0.0%	0	–
Installed DVB-T receivers		13.5%	100	–
Total digital TV households		25.0%	186	–
Households with PC		4.8%	35	–

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	50	
Satellite packagers	2	DigitAlb (subsidiary of Top Media), Albanian Satellite Communications (Tring package)
IPTV packagers	0	
DTT operators and packagers	1	DigitAlb (subsidiary of Top Media)
Mobile broadcast TV packagers	1	DigitAlb Mobile (subsidiary of Top Media)

TV channels established in the country by kind of transmission	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)		1	3	4
DTT/Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	54	55
Regional/Local			73	73
Regional/Local windows		3		3
Channels targeting foreign markets		1		1
Total		6	130	136
<i>Foreign channels targeting the country</i>			1	1

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.09	Analogue Terrestrial Tirana	Digital Terrestrial DigitAlb	Satellite DigitAlb	Satellite Tring
Generalist - national		4	4	7	3
Generalist - foreign			5	3	
Adult			2	5	1
Children			3	4	2
Culture/ education/ documentary			3	6	2
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games				2	5
Film			7	10	2
Home shopping					
International linguistic and cultural					
Lifestyle/ specific leisure/ travel			1	1	
Music			2	4	2
News/ business			6	4	2
Parliament/ government/ administration					
Regional/ local				1	
Religion					
Sports			5	7	1
Various			1	2	1
Total		4	39	56	21

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

The Austrian television landscape is dominated by the public service broadcaster ORF, which has gradually been losing market share since the introduction of private television. Its two channels, ORF1 and ORF2, had a combined average market share of 38.2% in 2009 (down 8.5% since 2006). ORF2 is still the most watched channel, with 23.1% of viewers on average (down 3.1% since 2006). German television channels are also widely viewed in Austria. The main German private channels have Austrian versions, with a combined audience share in 2009 of more than 25% (the most important of these being RTL Österreich, Sat1 Österreich and ProSieben Austria). German public service channels had a combined audience share of more than 10%. Private television was introduced very late in Austria with the launch of the channel ATV in 2003 (in 2009 its audience share was 3.5%). Two more private channels have recently been launched: Austria 9 TV, (Burda Verlag) in 2007; and Puls 4 (ProSiebenSat.1 Media AG) in 2008. In 2009 Salzburg TV was rebranded as Servus TV and became a national channel.

According to the 2009 Communications Report published by the regulatory authority, KommAustria, the number of households receiving digital television in October 2009 was 60%. Digital satellite reception has played an important role in this development as 48% of all TV households receive digital satellite services (satellite is received in approximately 50% of households). Cable customers make up about 36% of households and 8% of Austrian households have digital cable services. Over 5% of households rely on DTT for TV reception and many other households (approximately 20%) use it for additional television sets (over 600 000 DTT reception devices had been sold by October 2009). Only 1% of households relied on analogue terrestrial reception at that time.

The first digital terrestrial platform was launched in October 2006. There are two national multiplexes (A and B) with eight channels: ORF1, ORF2, ATV, Puls 4, ORF Sport Plus, Servus TV, Red Bull TV and 3Sat. A third multiplex carries regional and local channels (MUX C is operated by different companies in each region), and a 4th for the DVB-H platform. A total of six multiplexes are planned. By summer 2010, six of the nine Austrian states had switched from analogue to digital with the last three switching off in August, September and October 2010.

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

Le paysage télévisuel autrichien reste dominé par le radiodiffuseur public ORF, qui a cependant perdu des parts de marché depuis l'introduction de la télévision privée. Ses deux chaînes publiques ORF1 et ORF2 ont néanmoins réalisé une part de marché cumulée de 38,2 % en 2009 (-8,5 points depuis 2006). ORF2 reste la chaîne la plus regardée avec une moyenne de 23,1 % des téléspectateurs (-3,1 % depuis 2006). Les chaînes allemandes sont également très regardées en Autriche. Les principales chaînes commerciales allemandes diffusent des versions autrichiennes, se taillant une part d'audience cumulée de 25 % (essentiellement RTL Autriche, Sat.1 Österreich et ProSieben Austria). Les chaînes publiques allemandes atteignent pratiquement 10 % de parts de marché.

La télévision privée a fait son apparition très tard en Autriche avec la chaîne ATV, lancée en 2003 (3,5 % de part de marché en 2009). Deux nouvelles chaînes privées ont été lancées récemment : Austria9 TV (Burda Verlag) en 2007, et Puls 4 (ProSiebenSat.1 Media AG) en 2008. En 2009, Salzburg TV a changé de nom pour devenir Servus TV, une chaîne nationale.

D'après le rapport de 2009 sur les communications, publié par l'autorité de régulation KommAustria, le nombre de foyers recevant la télévision numérique était de 60 % en octobre 2009. Le satellite joue un rôle important : 48 % des foyers reçoivent des services numériques satellitaires (le satellite est reçu par environ 50 % des foyers). Les abonnés au câble représentent environ 36 %, dont 8 % des foyers qui réceptionnent des services numériques par le câble. Plus de 5 % reçoivent des signaux télévisés par le biais de la TNT et un grand nombre de foyers (environ 20 %) y ont recours pour leurs téléviseurs supplémentaires (plus de 600 000 décodeurs TNT ont été vendus à fin octobre 2009). À cette date, seulement 1 % des foyers recevaient des signaux analogiques terrestres.

La première plate-forme numérique terrestre a été lancée en octobre 2006. Il existe deux multiplex nationaux (A et B), avec huit chaînes : ORF1, ORF2, ATV, Puls 4, ORF Sport Plus, Servus TV, Red Bull TV et 3Sat. Un troisième multiplex diffuse les chaînes régionales et locales (MUX C, exploité par différentes firmes régionales) et un quatrième multiplex a été lancé pour la plate-forme DVB-H. Au total, six multiplex devraient voir le jour. À l'été 2010, six des neuf régions autrichiennes avaient déjà basculé au tout-numérique, les trois autres devant faire la transition en août, septembre et octobre 2010.

Le satellite est le principal mode de réception des signaux télévisés en Autriche, avant le câble. Le radiodiffuseur public ORF propose un bouquet numérique par satellite. Un autre opérateur majeur du satellite est la plate-forme Sky Österreich

Die österreichische Fernsehlandschaft wird von der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt ORF beherrscht, deren Marktanteil allerdings seit der Einführung des privaten Fernsehens kontinuierlich zurückgegangen ist. Ihre beiden Sender, ORF1 und ORF2, erreichten 2009 zusammen einen Marktanteil von 38,2 % (minus 8,5 % seit 2006). Mit einer durchschnittlichen Einschaltquote von 23,1% ist ORF2 nach wie vor der beliebteste Sender. Auch die deutschen Sender haben in Österreich eine starke Stellung. Die größten deutschen Privatsender gibt es in österreichischen Versionen und zusammen erreichen sie einen Marktanteil von 25 % (darunter an der Spitze RTL Austria, Sat.1 Österreich und ProSieben Austria). Fast 10 % entfallen auf die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender. Der erste österreichische Privatsender (ATV) ist erst sehr spät (2003) an den Start gegangen und hat 2009 einen Zuschaueranteil von 3,5 % erreicht. Zwei weitere Sender wurden 2007 (Austria 9 TV, Burda Verlag) bzw. 2008 (Puls 4, ProSiebenSat.1 Media AG) in Betrieb genommen. 2009 wurde Salzburg TV in Servus TV umbenannt und in einen landesweiten Kanal umgewandelt.

Laut Kommunikationsbericht 2009 der Regulierungsbehörde KommAustria konnten 60 % der Haushalte digitales Fernsehen im Oktober 2009 empfangen. Eine wichtige Rolle spielt der digitale Empfang über Satellit: 48 % aller Fernsehhaushalte empfangen digitale Satellitenprogramme (rund 50 % der Haushalte haben Satellitenfernsehen). Kabelkunden machen ca. 36 % der Haushalte aus und 8 % der österreichischen Haushalte nutzen digitale Kabeldienste. Über 5 % der Haushalte sind für den Empfang des Fernsehprogramms auf DVB-T angewiesen, sehr viele Haushalte (ca. 20 %) nutzen DVB-T für Zweitgeräte (bis Oktober 2009 wurden 600 000 DVB-T-Empfangsgeräte verkauft). Das analoge Antennenfernsehen nutzten zu diesem Zeitpunkt nur noch 1 % der Haushalte.

Die erste DVB-T-Plattform wurde im Oktober 2006 in Betrieb genommen. Es gibt zwei nationale Multiplexe (A und B) mit acht Sendern: ORF1, ORF2, ATV, Puls 4, ORF Sport Plus, Servus TV, Red Bull TV und 3Sat. Ein dritter Multiplex wurde für regionale und lokale Sender (MUX C wird in jeder Region von einem anderen Unternehmen betrieben) und ein vierter für die DVB-H-Plattform gestartet. Geplant sind insgesamt sechs Multiplexe. Bis Sommer 2010 hatten sechs der neun Bundesländer die Umstellung von analog auf digital bereits abgeschlossen. In den übrigen drei Ländern sollte die Abschaltung im August, September bzw. Oktober 2010 erfolgen.

Der Fernsehempfang in Österreich erfolgt in erster Linie über Satellit und in zweiter

platform Sky Österreich, (formerly Premiere Österreich), which was rebranded in July 2009 after the News Corporation's takeover of Premiere AG, The former co-operation (whereby subscribers to each had access to a selection of channels from the other package) between ORF Digital and Premiere Österreich ended in July 2009 with the re-branding of the package. A third service – Austria Sat – was launched in October 2010 by the M7 Group and features 14 channels. There are many cable operators in Austria, the most important of these being UPC. At the end of 2009, UPC Telekabel, had approximately 540 000 subscribers.

In 2006, Telekom Austria launched the IPTV platform AONtv (Aon Digital) in Vienna. The service announced that it had exceeded 100 000 subscribers at the end of 2009. Two other companies, Infotech and Pitztalnet, are also offering IPTV services. Mobile terrestrial television was launched in Austria in 2008 for the Euro 2008 football championship. Media Broadcast GmbH, a subsidiary of the Télédiffusion de France group, has a license to operate a multiplex platform for mobile terrestrial broadcasting for 10 years. These services are offered over Multiplex D. Broadcasting services are offered by ONE (Orange Austria), mobilkom (Telekom Austria) and 3 Austria.

Following an investigation completed by the European Commission in 2009 regarding the financing and remit of the public broadcaster ORF, a new media law was passed in July 2010. The regulatory authority KommAustria, will in future have legal supervision of the public service broadcaster (ORF). The financing of the ORF will follow EU standards regarding commercial and non-commercial activities, and a clear public service remit of the broadcaster will be developed. New services will have to undergo a "public interest test".

(ex-Premiere Österreich), rebaptisée en juillet 2009 après la reprise de Premiere AG par News Corporation. La coopération entre ORF Digital et Premiere Österreich, qui permettait aux abonnés de chaque partenaire d'accéder à une sélection de chaînes de l'autre bouquet, a pris fin en juillet 2009 avec le changement de nom du bouquet. Une troisième plateforme, Austria Sat, proposant 14 chaînes, a été lancée en octobre 2010 par le groupe M7. En Autriche, il existe de nombreux petits câblo-opérateurs, UPC étant le plus important d'entre eux. Fin 2009, UPC Telekabel comptait environ 540 000 abonnés.

En 2006, Telekom Austria a lancé la plateforme IPTV AONtv (Aon Digital) à Vienne. Fin 2009, le service annonçait plus de 100 000 abonnés. Deux autres opérateurs, Infotech et Pitztalnet, fournissent également des services IPTV. La télévision mobile terrestre a été lancée en Autriche en 2008, pour l'Euro 2008. Media Broadcast GmbH, filiale du groupe Télédiffusion de France, possède une licence d'exploitation de 10 ans pour la plateforme de radiodiffusion mobile terrestre. Les services de radiodiffusion sont proposés par ONE (Orange Austria), mobilkom (Telekom Austria) et 3 Austria via le multiplex D.

Suite à une procédure d'examen de la Commission européenne en 2009 relative au financement et à la mission du diffuseur public ORF, un nouveau projet d'amendement de la loi sur les médias a été rédigé fin 2009. L'autorité de régulation KommAustria devra désormais exercer un contrôle juridique sur le radiodiffuseur de service public (ORF). Le financement de l'ORF se conformera aux normes de l'UE concernant les activités commerciales et non commerciales, et sa mission de service public fera l'objet d'une définition plus claire. Les nouveaux services devront se soumettre au « test d'intérêt public ».

Linie über Kabel. 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. Die bis dahin bestehende Kooperation zwischen ORF Digital und Premiere Österreich (wonach die Abonnenten Zugang zu einigen Kanälen des jeweils anderen Pakets hatten) wurde im Juli 2009 mit der Umbenennung des Pakets beendet. Ein dritter Dienst – Austria Sat – wurde im Oktober 2010 von der M7 Group gestartet und bietet 14 Kanäle. In Österreich gibt es viele kleine Kabelnetzbetreiber, von denen UPC der wichtigste ist. Ende 2009 hatte UPC Telekabel ca. 540 000 Abonnenten.

2006 hat Telekom Austria in Wien die IPTV-Plattform AONtv (Aon Digital) in Betrieb genommen. Nach eigenen Angaben hatte der Dienst Ende 2009 über 100 000 Abonnenten. IPTV-Dienste werden darüber hinaus auch von den Unternehmen Infotech und Pitztalnet angeboten. Das mobile terrestrische Fernsehen (DVB-H) wurde in Österreich 2008 anlässlich der Fußball-EM gestartet. Die Media Broadcast GmbH, eine Tochter der französischen Télédiffusion de France, hat eine 10-Jahres-Lizenz für den Betrieb einer Multiplex-Plattform für DVB-H erworben. Rundfunkdienste werden über den Multiplex D von ONE (Orange Austria), mobilkom (Telekom Austria) und 3 Austria angeboten.

Nach einer Untersuchung der Europäischen Kommission im Jahr 2009 über die Finanzierung und den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF wurde im Juli 2010 ein neues Mediengesetz verabschiedet. Demnach hat in Zukunft die Regulierungsbehörde KommAustria die Rechtsaufsicht über den öffentlich-rechtlichen Sender (ORF). Die Finanzierung des ORF wird nach den EU-Standards für kommerzielle und nichtkommerzielle Tätigkeiten erfolgen und es soll eine präzisere Formulierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags für den Sender ausgearbeitet werden. Neue Dienste müssen sich einem „Test auf öffentliches Interesse“ unterziehen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	8 375	Eurostat
Households		–	3 598	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		95.3%	3 466	RTR
Cable TV households		37.7%	1 344	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		16.0%	570	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		52.2%	1 860	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		48.0%	1 711	Austrian Communications Authority - KommAustria
IPTV subscriptions		2.9%	104	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		56.1%	2 000	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		60.0%	2 038	Austrian Communications Authority - KommAustria
Households with PC		74.5%	2 656	Statistik Austria / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		57.8%	2 061	Statistik Austria / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	108	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	136	Screen Digest

TV channels distributors	08.10	Companies
Cable operators	>250	B.Net Burgenland, Kabelsignal AG, Liwest Kabelmedien, UPC Telekabel...
Satellite packagers	3	Austria Sat, ORF, Sky Österreich
IPTV packagers	3	Infotech EDV-System, Pitztalnet, Telekom Austria
DTT multiplex operators	14	1 national (ORS) and 13 operators for 16 regional areas
Mobile phone TV packagers	3	Hutchinson 3G Austria, Telekom Austria, A1
Mobile broadcast TV packagers	2	Hutchinson 3G Austria, One

TV channels established in the country by kind of transmission	08.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	4	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	64	65
Regional/Local		3	63	66
Regional/Local windows		10		10
Channels targeting foreign markets		1	5	6
Total		18	136	154
<i>Foreign channels targeting the country</i>			5	5

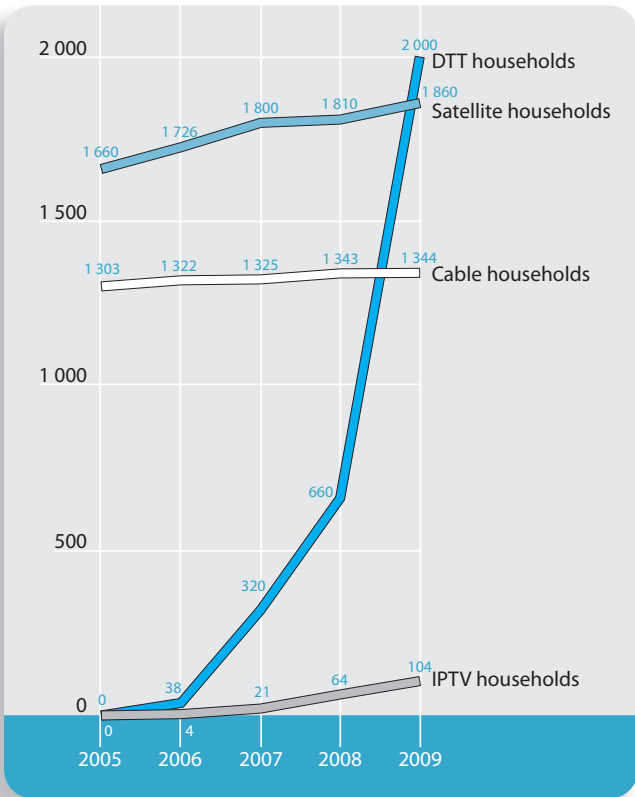
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	08.10	ORS (Free DTT)	Cable UPC Telekabel	Satellite ORF Satellit	Satellite Sky Österreich	IPTV Aon Digital Full offer
Generalist - national		5	7	4		7
Generalist - foreign			21			18
Adult			2	3	3	1
Children			4		8	6
Culture/ education/ documentary		1	15		5	13
Minority interest groups			1			
Entertainment/ TV fiction/ games			13	2	13	19
Film			4		13	5
Home shopping			3			2
International linguistic and cultural			5	1		1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	1	2	5
Music		1	13	1	3	6
News/ business			12			10
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		10	5	1		7
Religion						2
Sports		1	11	1	10	6
Various					2	2
Total		18	121	14	59	110

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

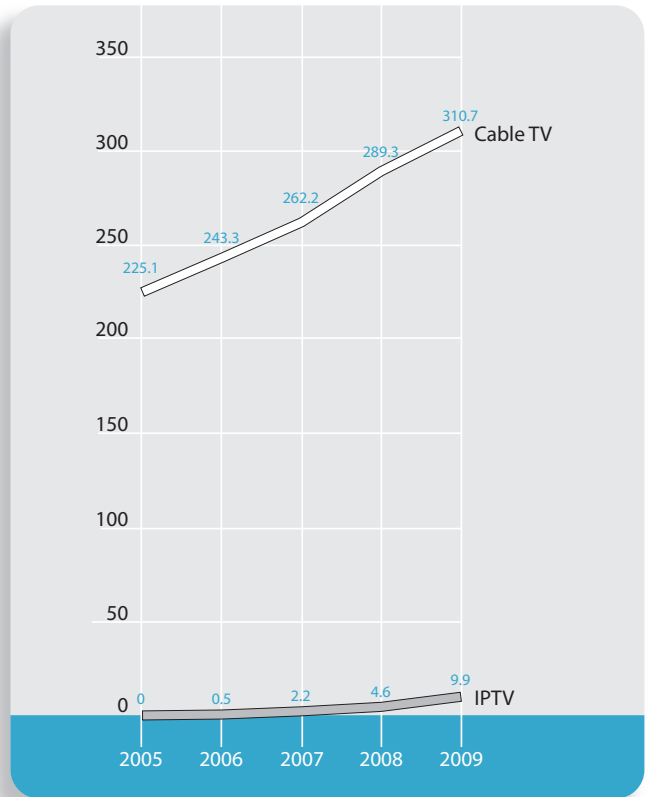
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

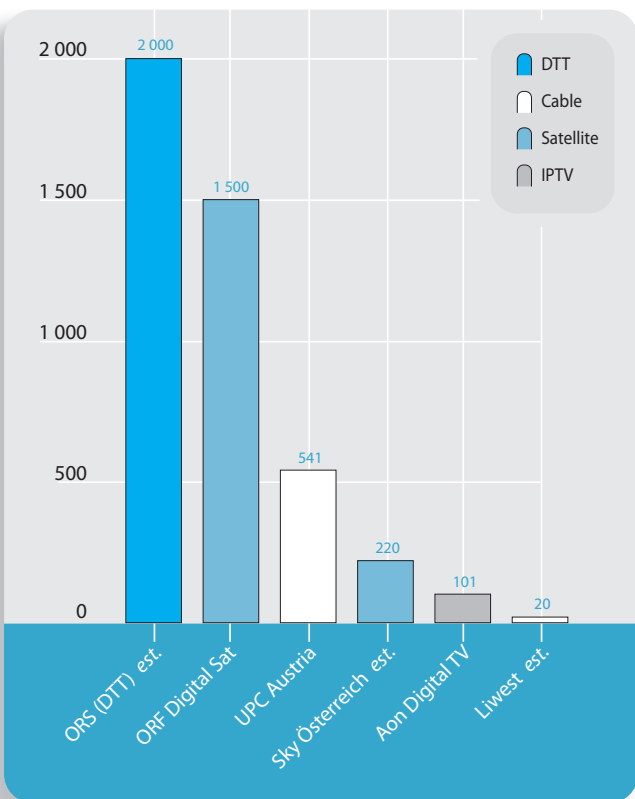
EUR million.



Satellite: Subscriptions to Sky Österreich are included in German table for consumers Pay-TV gross spend in Sky Deutschland. Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

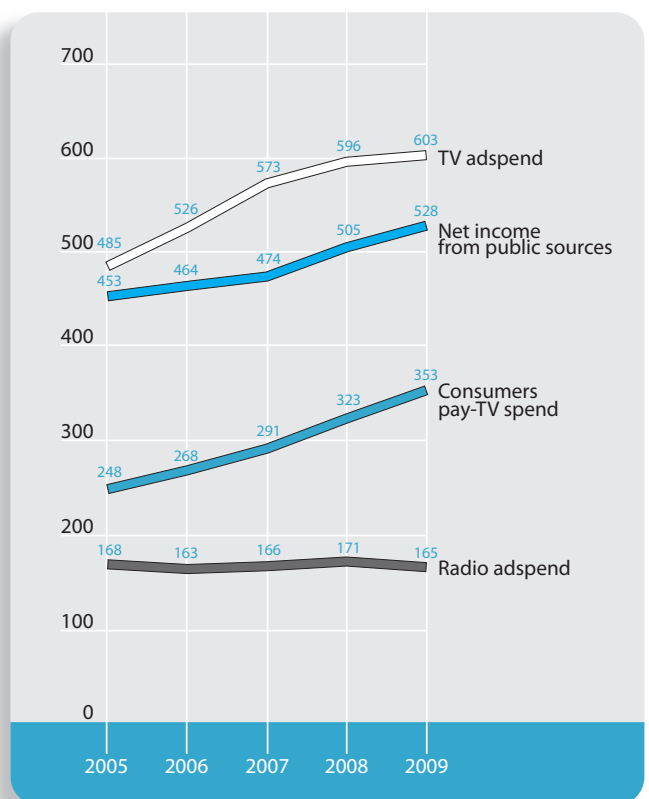
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



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

T.1.AT.1
G.1.AT.1

Operating revenues of the main television companies in Austria

2006-2009 EUR million.

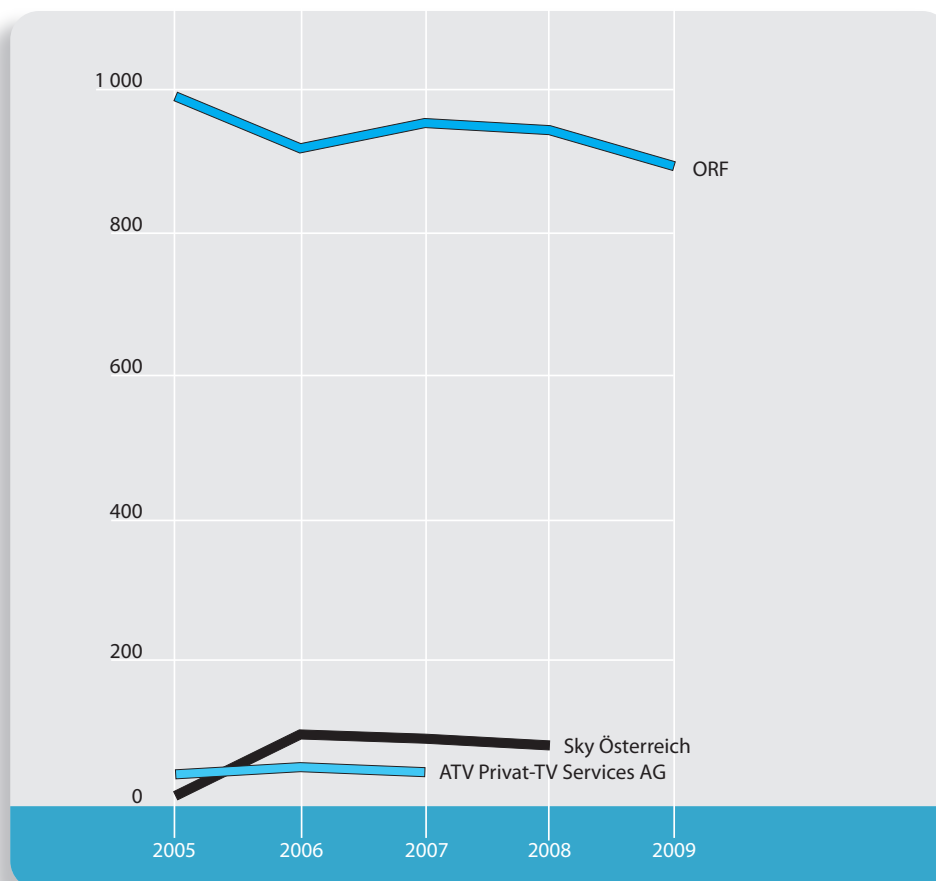
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
ORF ¹	sptv. sprad	ORF-1. ORF-2. ORF Sat. TW1	917.6	952.9	943.0	892.7	-5.3%
ATV Privat TV GmbH & Co KG	adtv	ATV	-	-	29.0	~	~
p.m. ATV Privat-TV Services AG	adtv	ATV	53.5	46.1	~	~	~
Puls City TV GmbH	thtv	Puls4	~	~	~	~	~
ServusTV Fernseh GmbH	thtv	Servus TV	~	~	~	~	~
Austria 9 TV GmbH	thtv	Austria 9	~	~	~	~	~

Main distributors		Services	TV Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telekom Austria AG ²	3Play	AonTV		4 759.6	4 919.0	5 170.3	4 800	-7.2%
T-Mobile Austria GmbH ²	3G TV	Mobile TV		1 352.6	1 255.6	~	~	~
Orange GmbH ²	3G TV	Orange Handy TV		612.6	629.3	614.2	~	~
UPC Austria ² est.	3Play	UPC Austria		318.9	341.8	386.6	350	-9.5%
Hutchinson 3G Austria GmbH ²	3G TV	3		186.6	192.3	183.7	~	~
Sky Österreich GmbH	Sat-TV	Sky Österreich		98.7	92.8	83.4	~	~
Liwest Kabelmedien GmbH ²	3Play	Liwest		~	40.4	~	~	~
Kabelsignal AG ²	3Play	kabelTV		27.1	29.6	29.2	27.3	-6.5%
B.Net Burgenland Telekom ²	3Play	B.NEt kabel TV		13.0	16.0	17.4	~	~

¹ Also active as satellite packager (ORF-Digital-Sat).² Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

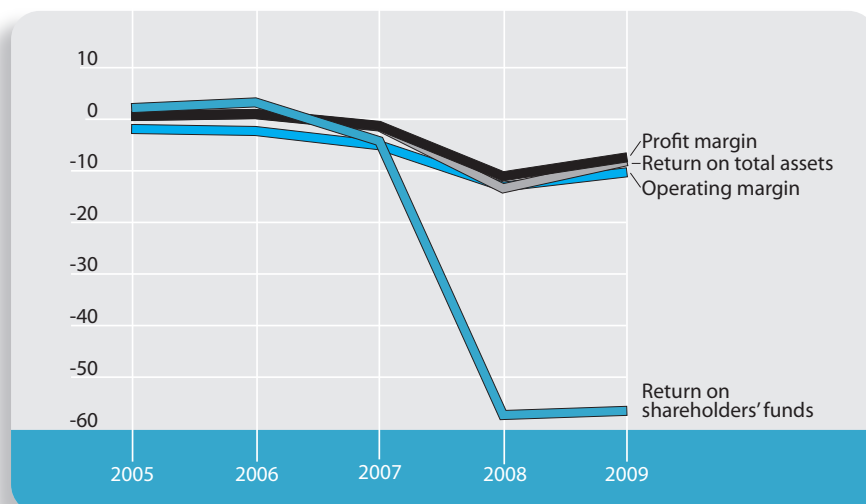
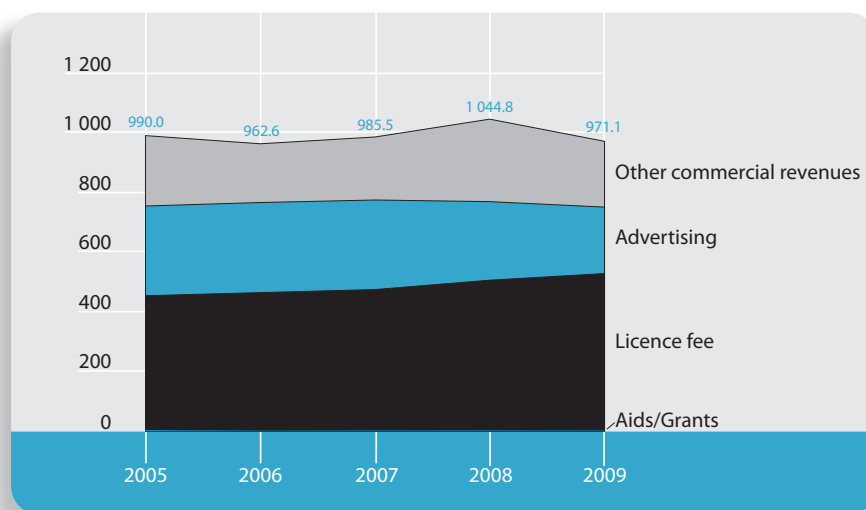
EUR million.



T.1.AT.2
G.1.AT.2ORF financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	463.7	474.1	505.0	527.9	48.2%	48.1%	48.3%	54.4%	4.5%
- Aid/Grants	0.9	1.3	1.5	1.2	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	-20.0%
- Licence fee	462.8	472.7	503.9	526.4	48.1%	48.0%	48.2%	54.2%	4.5%
Total commercial income	498.9	511.4	539.8	443.2	31.4%	30.5%	25.2%	22.9%	-17.9%
- Advertising	302.0	300.2	263.3	222.8	31.4%	30.5%	25.2%	22.9%	-15.4%
- Other commercial revenues	196.9	211.2	276.5	220.4	20.5%	21.4%	26.5%	22.7%	-20.3%
Total	962.6	985.5	1 044.8	971.1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.0%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	492.7	586.2	619.8	567.8	52.5%	58.5%	58.1%	57.7%	-8.4%
Costs of personnel	393.0	373.5	404.7	375.3	41.9%	37.3%	38.0%	38.1%	-7.3%
Depreciation	52.9	41.6	41.9	41.3	5.6%	4.2%	3.9%	4.2%	-1.4%
Operating expenditure	938.6	1 001.3	1 066.4	984.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.7%
Net result	9.0	-12.2	-104.4	-55.8					-46.6%
Operating margin (%)	-2.3	-5.1	-13.1	-10.3					

Source: ORF, European Audiovisual Observatory



T.1.AT.3
G.1.AT.3

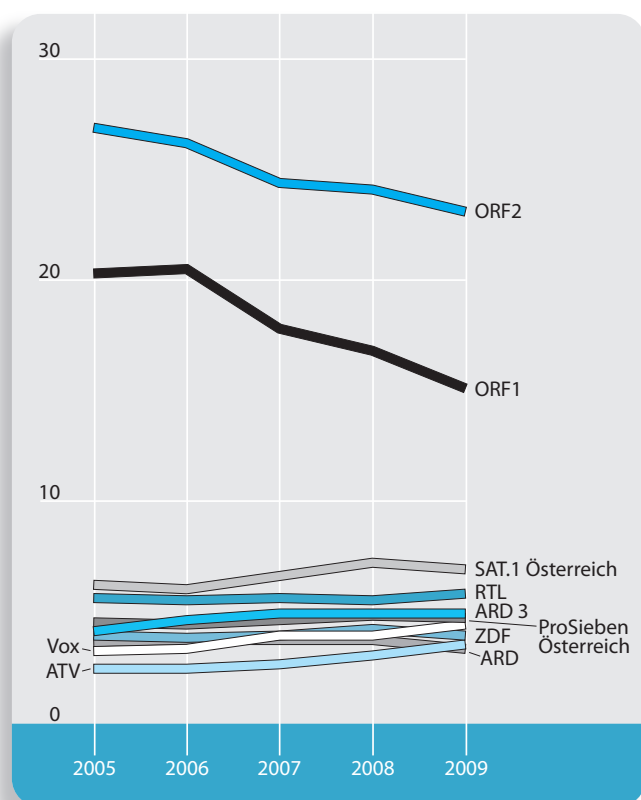
TV audience market share in Austria

2005-2009 In %, 3 years +.

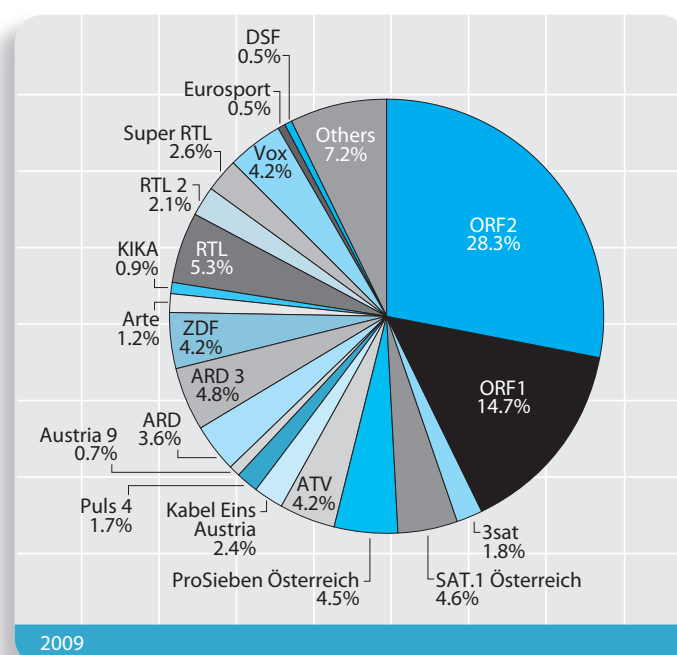
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
ORF2	26.9	26.2	24.4	24.1	23.1	31.3	30.6	29.1	29.1	28.3
ORF1	20.3	20.5	17.8	16.8	15.1	20.9	21.1	17.9	17.0	14.7
3sat	1.3	1.3	1.5	1.6	1.9	1.3	1.3	1.5	1.5	1.8
Austrian public channels	48.5	48.0	43.7	42.5	40.1	53.5	53.0	48.5	47.6	44.8
SAT.1 Österreich	6.2	6.0	6.6	7.2	6.9	5.0	5.0	4.9	4.8	4.6
ProSieben Österreich	4.5	4.4	4.6	4.8	4.7	4.0	4.0	4.3	4.5	4.5
ATV	2.4	2.4	2.6	3.0	3.5	2.6	2.8	3.0	3.4	4.2
Kabel Eins Austria	2.6	2.4	2.5	2.5	2.8	2.1	2.2	2.4	2.4	2.4
Puls 4	-	-	-	-	1.9	-	-	-	-	1.7
Austria 9	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	0.7
Austrian private channels	15.7	15.2	16.3	17.5	20.4	13.7	14.0	14.6	15.1	18.1
ARD	3.6	3.7	3.7	3.7	3.3	3.9	3.9	4.0	3.8	3.6
ARD 3	4.1	4.6	4.9	4.9	4.9	4.1	4.5	4.8	4.7	4.8
ZDF	3.9	3.8	3.9	4.2	3.9	3.9	3.8	4.0	4.4	4.2
Arte	-	-	0.8	0.8	1.0	-	-	0.9	0.9	1.2
KIKA	~	~	~	~	1.0	~	~	~	~	0.9
Foreign public channels	11.6	12.1	13.3	13.6	14.1	11.9	12.2	13.7	13.8	14.7
RTL	5.6	5.5	5.6	5.5	5.8	4.7	4.5	5.1	5.3	5.3
RTL 2	2.7	2.5	2.6	2.5	2.4	2.4	2.1	2.3	2.1	2.1
Super RTL	3.1	2.8	3.0	2.7	2.8	3.0	2.7	2.6	2.5	2.6
Vox	3.2	3.3	3.9	3.9	4.4	3.1	3.2	4.2	3.8	4.2
Eurosport	1.0	0.9	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5
DSF	-	0.6	0.6	0.5	0.5	-	0.6	0.6	0.5	0.5
Foreign private channels	15.6	15.6	16.6	15.9	16.6	13.8	13.7	15.4	14.7	15.2
Others	8.6	9.1	10.1	10.5	8.8	7.1	7.1	7.8	8.8	7.2

Source: Eurodata TV Worldwide, AGTT, GfK Teletest

Daily share. In %, 3 years +.



Prime time (18:00-23:00). In %, 12 years +.



T.1.AT.4
G.1.AT.4

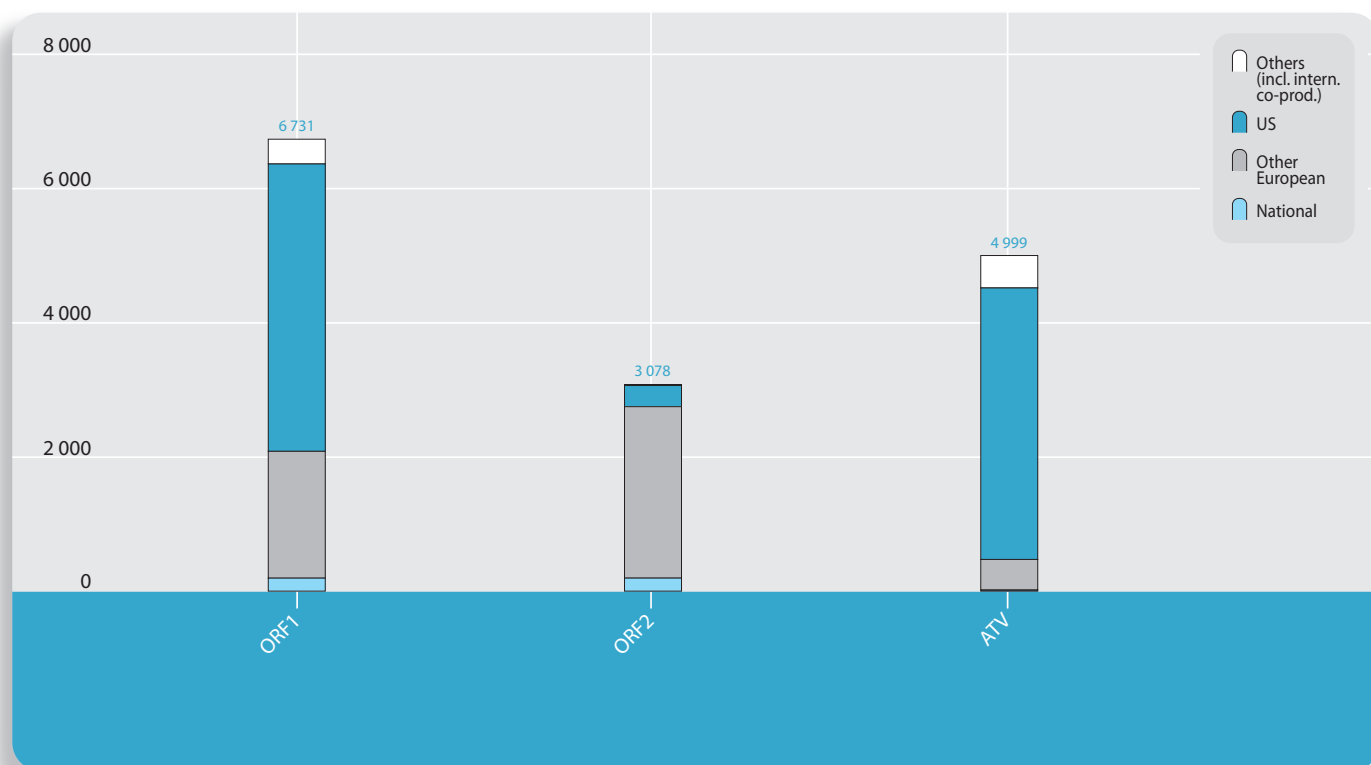
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod. EUR- EUR	Co-prod. EUR- Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
ORF1	541.2	1.2	43.3	119.9	18.6	193.3	209.7	367.4	587.8	312.8	4280.4	40.8	4.6	1.9	8.4
ORF2	1828.5	0.0	26.6	30.2	1.7	193.9	223.8	360.4	82.3	9.4	314.9	0.0	0.0	1.9	4.0
ATV	60.9	0.0	31.8	23.8	0.0	16.5	20.3	25.3	293.3	359.8	4044.0	77.6	3.9	0.0	41.4
Total	2430.6	1.2	101.7	173.9	20.3	403.7	453.8	753.1	963.3	682.0	8639.3	118.3	8.5	3.8	53.8

Source: Infomedica

In hours.



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 BRFL respectively.

The main players in the Flemish Community are the VRT, which operates the public channels Één, Ketnet and Canvas, and VMMa (Vlaamse Media Maatschappij), which runs the channels VTM, 2BE, Anne, Jim and vtmKzoom.

Één (VRT) continues to dominate the market, with a steadily rising daily audience share, which reached 32.1% in 2009 (compared with 28.7% in 2006). Behind Één in audience terms are the channel VTM (20.9%) and the second public channel Ketnet/Canvas (children's programmes during the day and cultural programmes in the evening), followed by VT4 and 2BE. The rest of the market is split between a number of special interest channels set up in the Flemish Community as well as French and Dutch language channels.

In the French Community, 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 AB group (AB3, AB4 and AB Shopping). RTBF has significantly modified its range of channels in 2010: it ceased broadcasting its international channel RTBF Sat in February, launched HD versions of its three channels in May and revamped the programming line-up of La Trois in September.

RTL-TVI continues to dominate the market with a 20.9% daily audience (and a prime time market share of 28.1%). The second most important Belgian channel is La Une (RTBF), with a 14.6% market share. 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 to watch the German television channels.

Almost 100% of Belgian households subscribe to pay-TV, this mainly being due to the extent of the country's cable network. The country's primary cable operator, Telenet (50.2% owned by Liberty

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 BRFL.

Les principaux acteurs du marché en Communauté flamande sont d'un côté la VRT, qui édite les chaînes publiques Één, Ketnet et Canvas, et de l'autre VMMa (Vlaamse Media Maatschappij), responsable des chaînes VTM, 2BE, Anne, Jim ou encore VTMKzoom.

Één (VRT) continue de dominer le marché, avec une part d'audience quotidienne en progression régulière qui atteint 32,1 % en 2009 (contre 28,7 % en 2006). Derrière Één se trouvent la chaîne privée VTM (20,9 %), la seconde chaîne publique Ketnet/Canvas (programmes pour enfants en journée et culturels le soir), puis VT4 et 2BE. Le reste du marché se répartit entre quelques chaînes thématiques établies dans la Communauté flamande, mais aussi les chaînes francophones et néerlandaises.

En Communauté française, les principaux éditeurs de chaînes de télévision sont, outre la RTBF (La Une, La Deux et La Trois), le groupe RTL, avec ses trois chaînes RTL-TVI, Club RTL et Plug RTL ciblant la Belgique mais opérant sous juridiction luxembourgeoise, ou encore le groupe AB (AB3 AB4 ou AB Shopping). La RTBF a sensiblement modifié son offre de chaînes en 2010 avec l'arrêt de sa chaîne internationale RTBF Sat en février, le lancement des versions HD de ses trois chaînes en mai puis la refonte de la programmation de La Trois en septembre.

RTL-TVI continue de dominer le marché avec 20,9 % de l'audience quotidienne (et une part de marché de 28,1 % aux heures de grande écoute). La seconde chaîne belge la plus importante est La Une (RTBF) avec 14,6 % de part de marché. 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 Belgium 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. BRFL.

Hauptakteure in der Flämischen Gemeinschaft sind die VRT mit den öffentlich-rechtlichen Sendern Één, Ketnet und Canvas sowie die VMMa (Vlaamse Media Maatschappij) mit den Sendern VTM, 2BE, Anne, Jim und VTMKzoom.

Beherrscht wird der Markt nach wie vor vom Sender Één (VRT), der mit 32,1 % im Jahr 2009 einen stetig steigenden Zuschaueranteil verzeichnet (28,7 % 2006). Dahinter folgen der Privatsender VTM (20,9 %), der zweite öffentlich-rechtliche Sender Ketnet/Canvas (Kinderprogramm am Tag, Kultur am Abend) sowie VT4 und 2BE. Den Rest des Marktes teilen sich diverse flämische Spartensender mit einigen französischsprachigen und niederländischen Sendern.

In der Französischen Gemeinschaft 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 Gruppe AB (AB3 AB4 und AB Shopping) beherrscht. Die RTBF hat ihr Angebot 2010 deutlich verändert. So wurde im Februar der internationale Kanal RTBF Sat eingestellt, im Mai jeweils eine HD-Version der drei Sender gestartet sowie im September die Programmgestaltung von La Trois umstrukturiert.

RTL-TVI hatte den Markt fest im Griff mit einer täglichen Einschaltquote von 20,9 % (und 28,1 % Marktanteil in der Hauptsendezeit). Zweitgrößter belgischer Sender ist La Une (RTBF) mit einem Marktanteil von 14,6 %. 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.

Der größte Kabelnetzbetreiber, Telenet (zu 50,2 % im Besitz von Liberty Global),

Global), says it has more than 2.3 million subscribers to its range of channels. Its principal direct competitors are Brutélé, Tecteo and Coditel, with its Numericable package. 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 2010 (which only operate under four separate brands). Telenet took over UPC Belgium in 2007 and then bought Interkabel's television interests (Interlectra, Integan, WVEM and PBE) in 2008. Tecteo took control of eight cable operators in the French Community in 2007, of ACM and the premium channel provider BETV in 2008 and of Newico in December 2009. A final significant step in the consolidation process is expected with the merger of Tecteo and Brutélé, the two operators that already market the same channel package, under the name of Voo, and have been partners in a consortium (Groupement d'intérêt économique – GIE) since 2005. However, difficult negotiations between the two parties in 2010 seem to be jeopardising the deal.

About 80% of Belgian homes still receive cable television but this figure is steadily declining and alternative services, which are now fully competitive, have emerged. IPTV is the main competitor for cable television services in Belgium. Belgacom launched its package of channels delivered by IP protocol in 2005 and announced that it had 920 000 subscribers in September 2010, which is an annual rise of 39%. The success of the service is partly based on the fact that the telecommunications group won the rights to broadcast the Belgian football championship (Jupiler League) in 2005 and 2008. The Belgacom TV package is also marketed by Scarlet, which was planning to launch its own package before being taken over by Belgacom in 2008. It was therefore not Scarlet but Favco (Alpha Networks) that finally launched in February 2010, with its "Billi" package, Belgacom's first separate IPTV offering.

Satellite TV is a second source of competition for cable television as three packages are now marketed in Belgium. Airfield Media Group launched TV Vlaanderen for the Flemish Community in 2006 and TélSAT for the French Community in early 2009. The two packages, which are now controlled from Luxembourg by the M7 group, had about 100 000 subscribers at the end of 2009. Mobistar (France Télécom) started broadcasting a third, hybrid package (TNT, satellite and IPTV) in October 2010.

The digital switchover of terrestrial transmissions, which are only received by a minority of households, has taken place in the three Communities. In the Flemish Community, analogue transmissions were

Le premier câble-opérateur belge, Telenet (possédé à 50,2 % par Liberty Global), revendique ainsi plus de 2,3 millions d'abonnés à son offre. Ses principaux concurrents directs sont Brutélé, Tecteo et Coditel avec son bouquet « Numericable ». Le marché s'est sensiblement concentré ces quatre dernières années, passant de 19 câble-opérateurs actifs en 2006 à 6 seulement en 2010 (ceux-ci n'opérant que sous 4 marques distinctes). De fait, Telenet a racheté en 2007 UPC Belgium, puis en 2008 les activités télévisuelles d'Interkabel (Interlectra, Integan, WVEM et PBE) ; Tecteo a pour sa part pris le contrôle de huit câble-opérateurs en Communauté française en 2007, de ACM et de l'éditeur de chaînes premium BETV en 2008 puis de Newico en décembre 2009. Un dernier mouvement important de concentration est attendu : la fusion de Tecteo et Brutélé, les deux opérateurs commercialisant déjà le même bouquet de chaînes, sous le nom de Voo et étant unis au sein d'une GIE depuis 2005. Mais les négociations difficiles entre les deux parties en 2010 semblent compromettre l'opération.

La télévision par câble équipe toujours environ 80 % des foyers en Belgique. Ce chiffre décline toutefois régulièrement et des offres alternatives ont émergé, qui sont aujourd'hui pleinement compétitives.

L'IPTV constitue la principale forme de concurrence pour les services de télévision par câble en Belgique. Belgacom a lancé son bouquet de chaînes par protocole IP en 2005 et annonce 920 000 abonnés en septembre 2010, soit une progression annuelle de 39 %. Le succès de l'offre repose en partie sur le fait que le groupe de télécommunication a remporté en 2005 puis 2008 les droits de retransmission du championnat de football belge (Jupiler League). Le bouquet Belgacom TV est aussi commercialisé par Scarlet, qui envisageait de lancer son propre bouquet avant d'être racheté par Belgacom en 2008. Ce n'est donc pas Scarlet mais Favco (Alpha Networks) qui a finalement lancé en février 2010, avec son bouquet « Billi », la première offre IPTV distincte de Belgacom.

La télévision par satellite représente une seconde source de concurrence pour la télévision par câble puisque trois bouquets sont désormais commercialisés en Belgique. Airfield Media Group a lancé TV Vlaanderen pour la Communauté flamande en 2006, puis TélSAT pour la Communauté française au début de l'année 2009. Les deux bouquets, aujourd'hui contrôlés depuis le Luxembourg par le groupe M7, comptent environ 100 000 abonnés à la fin de l'année 2009. Mobistar (France Télécom) a inauguré un troisième bouquet, hybride (TNT, satellite et IPTV), en octobre 2010.

hat nach eigenen Angaben über 2,3 Mio. Abonnenten. Seine wichtigsten direkten Wettbewerber sind Brutélé, Tecteo und Coditel mit dem Programmpaket „Numericable“. In den vergangenen vier Jahren hat es eine spürbare Konzentration des Marktes gegeben. So ist die Zahl der Kabelbetreiber zwischen 2006 und 2010 von 19 auf 6 zurückgegangen (die nur unter vier Markennamen auftreten). So hat Telenet 2007 UPC Belgium und 2008 die TV-Sparte von Interkabel (Interlectra, Integan, WVEM und PBE) aufgekauft. Tecteo hat 2007 acht Kabelnetzbetreiber in der Französischen Gemeinschaft übernommen. Hinzu kamen 2008 ACM und der Premium-Anbieter BETV sowie im Dezember 2009 Newico. Erwartet wird zudem mit der geplanten Fusion von Tecteo und Brutélé eine weitere Konzentration des Marktes. Beide Betreiber vermarkten schon heute unter dem Namen Voo das gleiche Bouquet und arbeiten bereits seit 2005 im Rahmen einer wirtschaftlichen Interessengemeinschaft zusammen. Aber die schwierigen Verhandlungen zwischen den Beteiligten im Jahr 2010 scheinen das Vorhaben zu gefährden.

Kabelfernsehen ist in rund 80 % der Haushalte vertreten. Diese Zahl ist allerdings rückläufig und es gibt inzwischen zahlreiche, durchaus wettbewerbsfähige Alternativangebote.

Größter Konkurrent für das Kabel ist IPTV. Belgacom hat bereits 2005 sein IPTV-Bouquet auf den Markt gebracht und verzeichnet mit 920 000 Abonnenten (Stand 09/2010) einen Zuwachs um 39 % pro Jahr. Der Erfolg dieses Angebots ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass das Unternehmen 2005 und erneut 2008 die Übertragungsrechte für die belgische Fußballliga (Jupiler League) erworben hat. Das Bouquet Belgacom TV wird auch vom Unternehmen Scarlet vermarktet, das vor seiner Übernahme durch Belgacom 2008 den Start eines eigenen Bouquets erwogen hatte. So war aber nicht Scarlet, sondern Favco (Alpha Networks) der erste Anbieter, der mit seinem Bouquet „Billi“ im Februar 2010 ein echtes IPTV-Konkurrenzangebot auf den Markt gebracht hat.

Ein weiterer Wettbewerber für das Kabel ist das Satellitenfernsehen mit inzwischen drei Programmpaketen für Belgien. Die Airfield Media Group hat 2006 das Paket TV Vlaanderen für die Flämische Gemeinschaft und Anfang 2009 das Paket TélSAT für die Französische Gemeinschaft gestartet. Beide Bouquets, die heute von der Gruppe M7 aus Luxemburg kontrolliert werden, hatten Ende 2009 zusammen rund 100 000 Abonnenten. Im Oktober 2010 wurde von Mobistar (France Télécom) ein weiteres, hybrides Bouquet (DVB-T, Satellit und IPTV) gestartet.

switched off in November 2008. VRT, which operates the first DTT multiplex, sold its terrestrial broadcasting facilities to Norkring België in December 2008. VRT owns 51% of this company, and Norkring SA, a subsidiary of Norway's Telenor group, which has an option to increase its stake in the capital of Norkring België to 75%, owns 49%. In June 2009, Norkring België was awarded a licence to operate six future DVB-T (digital terrestrial television) multiplexes and one DVB-H (mobile television) multiplex. The company announced in February 2010 that it had concluded an agreement with Telenet on the establishment of a pay-DTT platform. In October 2010, only three free-to-air public channels were transmitted in the Flemish Community (Één, Ketnet/Canvas and Ketnet+/Canvas+).

The French Community brought forward the analogue switchoff, which took place in March 2010 instead of November 2011 as initially planned. RTBF has been transmitting a free-to-air package of five channels (La Une, La Deux, La Trois, BRF and Euronews) since 2007.

Decrees transposing the Audiovisual Media Services Directive (2007/65/EC) were published in the French and the Flemish Communities in March 2009. The two texts adopt the main elements of the directive but with certain specific features of their own. For example, in the French Community the decree introduces a distinction between an open and a closed distribution platform and replaces the system for authorising television service providers by one involving a requirement to make a declaration to the CSA (except in the case of services that make use of rare resources).

In October 2009, the European Commission announced it had decided to take Belgium to the European Court of Justice owing to a lack of clarity and transparency in the provisions concerning the must-carry rules in the Brussels-Capital region.

Le basculement des transmissions terrestres, qui ne concernent qu'une minorité de foyers, de l'analogique vers le numérique a été opéré dans les différentes Communautés.

Dans la Communauté flamande, les transmissions analogiques terrestres ont été éteintes dès novembre 2008. La VRT, qui opérait le premier multiplexe de la TNT, a revendu en décembre 2008 ses infrastructures de diffusion terrestre à Norkring België. Cette firme est possédée à 51 % par la VRT et à 49 % par Norkring SA, une filiale du groupe norvégien Telenor, qui bénéficie d'une option pour monter jusqu'à 75 % dans le capital de Norkring België. Norkring België s'est vu attribuer en juin 2009 la licence d'exploitation des six futurs multiplex DVB-T (télévision numérique terrestre) ainsi que d'un multiplex DVB-H (télévision mobile). La firme a annoncé en février 2010 avoir conclu un accord avec Telenet concernant la mise en place d'une plate-forme de TNT payante. En octobre 2010, seules trois chaînes publiques sont transmises, gratuitement, sur le réseau TNT en Communauté flamande (Één, Ketnet/Canvas et Ketnet+/Canvas+).

La Communauté française a avancé l'extinction de ses transmissions analogiques puisqu'elle a eu lieu en mars 2010 et non en novembre 2011 comme initialement planifié. La RTBF transmet depuis 2007 un bouquet gratuit composé de cinq chaînes (La Une, La Deux, La Trois, BRF et Euronews).

Dans la Communauté française et dans la Communauté flamande ont été publiés en mars 2009 les décrets transposant la Directive Services de médias audiovisuels (2007/65/CE). Les deux textes reprennent les principaux éléments de la directive, avec toutefois certaines spécificités. Ainsi, dans la Communauté française, le décret introduit une distinction entre plate-forme de distribution ouverte et fermée ou encore il remplace le régime d'autorisation des éditeurs de service télévisuels par un régime déclaratif (sauf pour les services utilisant des ressources rares).

La Commission européenne a annoncé en octobre 2009 avoir décidé d'engager des poursuites devant la Cour de justice des Communautés européennes à l'encontre de la Belgique au sujet du manque de clarté et de transparence des dispositions relatives à l'obligation de diffuser (must-carry) dans la région de Bruxelles-Capitale.

Die Umstellung des terrestrischen Fernsehens, das nur wenige Haushalte empfangen, auf Digitalbetrieb ist in den verschiedenen Gemeinschaften bereits erfolgt.

In der Flämischen Gemeinschaft wurde das analoge Antennenfernsehen im November 2008 abgeschaltet. VRT, Betreiber des ersten DVB-T-Multiplex, hat im Dezember 2008 seine Sendeanlagen für die terrestrische Ausstrahlung an Norkring België verkauft. Dieses Unternehmen gehört zu 51 % VRT und zu 49 % Norkring SA, einer Tochter der norwegischen Telenor-Gruppe, die über eine Option verfügt, den eigenen Anteil bis auf 75 % des Kapitals an Norkring België zu erhöhen. Norkring België erhielt im Juni 2009 den Zuschlag für die Lizenz zum Betrieb der sechs künftigen DVB-T-Multiplexe sowie eines DVB-H-Multiplex (mobiles Fernsehen). Das Unternehmen hat im Februar 2010 den Abschluss einer Vereinbarung mit Telenet zum Aufbau einer Pay-DVB-T-Plattform bekannt gegeben. Derzeit (Oktober 2010) werden nur drei öffentlich-rechtliche Sender kostenlos über das DVB-T-Netz der Flämischen Gemeinschaft ausgestrahlt (Één, Ketnet/Canvas und Ketnet+/Canvas+).

Die Französische Gemeinschaft hat die Analogabschaltung statt im November 2011 (wie ursprünglich geplant) bereits im März 2010 durchgeführt. Die RTBF strahlt seit 2007 ein kostenloses Bouquet mit fünf Sendern (La Une, La Deux, La Trois, BRF und Euronews) aus.

In der Flämischen und der Französischen Gemeinschaft wurden im März 2009 Rechtsverordnungen zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2007/65/EG) veröffentlicht. Beide Verordnungen greifen die wesentlichen Elemente der Richtlinie auf, führen allerdings auch gewisse Besonderheiten ein. So macht die Verordnung der Französischen Gemeinschaft einen Unterschied zwischen einer offenen und einer geschlossenen Verbreitungsplattform und ersetzt das System der Genehmigung für Betreiber von Fernsehdiensten durch eine formlose Anmeldung (außer für Dienste, die knappe Ressourcen nutzen).

Die Europäische Kommission hat im Oktober 2009 bekannt gegeben, dass sie vor dem Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften wegen mangelnder Klarheit und Transparenz der Übertragungspflichten für die Region Brüssel-Hauptstadt ein Verfahren gegen Belgien einleiten will.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	10 827	Eurostat
Households		–	4 568	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		98.6%	4 506	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		79.4%	3 626	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		27.8%	1 271	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		10.3%	469	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH households		2.2%	100	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		14.3%	652	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		1.6%	73	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		46.5%	2 096	European Audiovisual Observatory
Households with PC		71.2%	3 252	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		62.4%	2 852	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	20	Screen Digest

TV channels distributors	10.10	Companies
Cable operators	6	Aiesh, Brutélé "Voo", Coditel "Numericable", Tecteo "Voo", Telenet (50.2% owned by Liberty Global), Wolu TV (distributes the Telenet package)
Satellite packagers	2	Airfield Media Group "TV Vlaanderen" and "TéléSAT" (M7 Group); Mobistar (France Télécom)
IPTV packagers	3	Belgacom, Favco SPRL "Billi" (Alpha Networks), Scarlet (Belgacom)
DTT multiplex operators	2	Norkring Belgie (25% owned by the VRT) in the Flemish Community and RTBF in the French Community
Mobile phone TV packagers	2	Belgacom Mobile (Proximus), Mobistar

TV channels established in the country by kind of transmission	10.10	French Community			Flemish Community			German speaking Community
		Public	Private	Total	Public	Private	Total	Total
Terrestrial (national)		3		3	4		4	1
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		3	24	27	2	49	51	1
Regional/Local		12		12		10	10	
Regional/Local windows		1		1				
Channels targeting foreign markets						1	1	
Total		19	24	43	6	60	66	2
<i>Foreign channels targeting the country</i>			6	6				

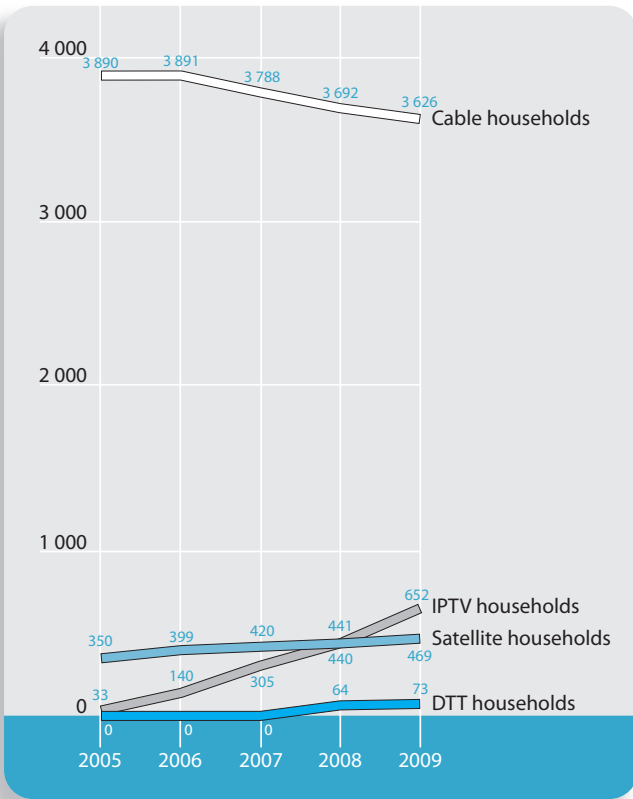
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Free digital terrestrial VLG	Free digital terrestrial CFB	Cable Telenet	Cable Tecteo Voo	Satellite TV Vlaanderen	IPTV Belgacom TV
Generalist - national (incl.dedicated)		1	3	6	5	2	6
Generalist - foreign				22	18	24	17
Adult				7	3	10	3
Children				21	16	13	24
Culture/Education/Documentary		2	1	23	16	15	19
Minority interest groups							
Entertainment/TV fiction/Games				23	15	14	15
Film				15	8	1	4
Home shopping					1	10	1
International linguistic and cultural				5	4	15	2
Lifestyle/Specific leisure/Travel				17	12	7	14
Music				17	13	17	14
News/Business			1	12	13	29	9
Parliament/Government/Administration						1	
Regional/Local				12	13	7	19
Religion						8	
Sports				17	10	14	15
Various				6	11	1	24
Total		3	5	203	158	188	186

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

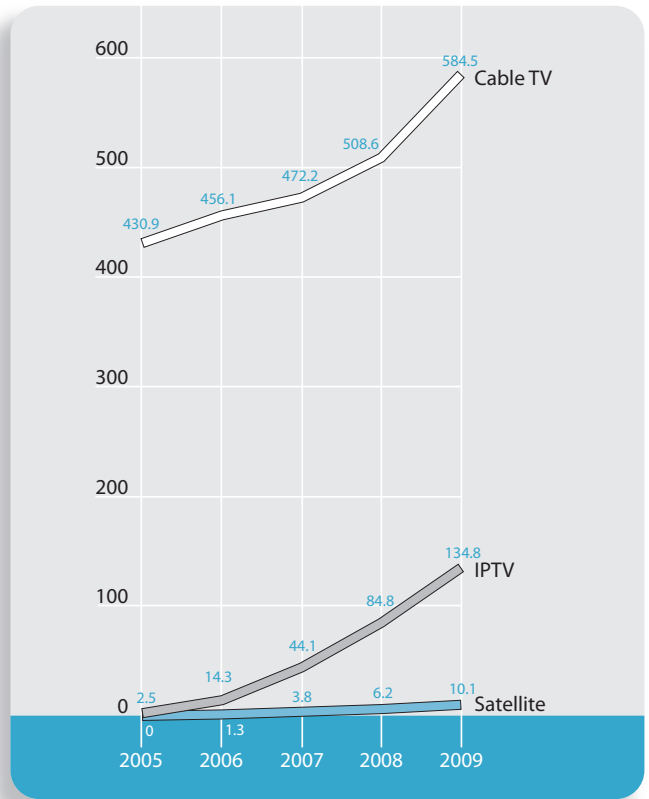
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

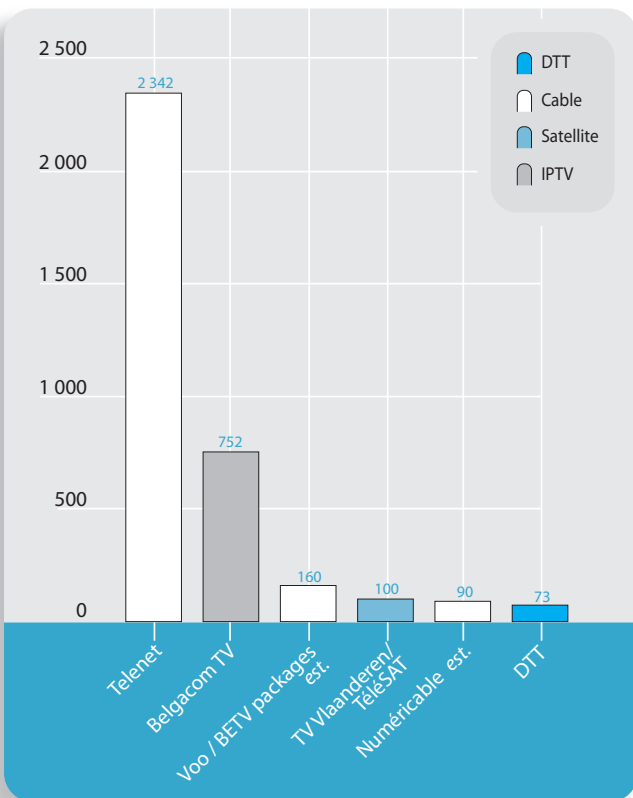
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

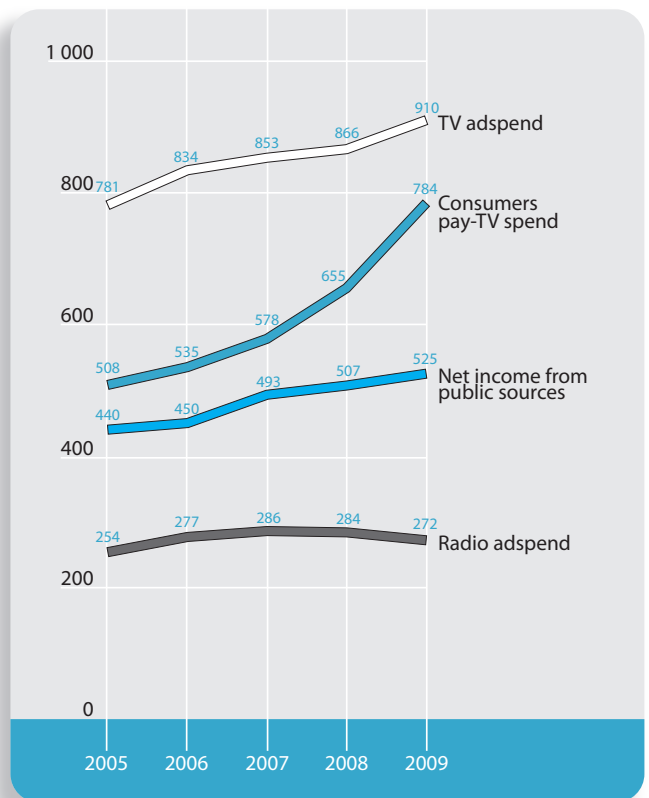
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, RTBF, VRT and BRF

T.1.BE.1
G.1.BE.1

Operating revenues of the main television companies in Belgium

2006-2009 EUR million.

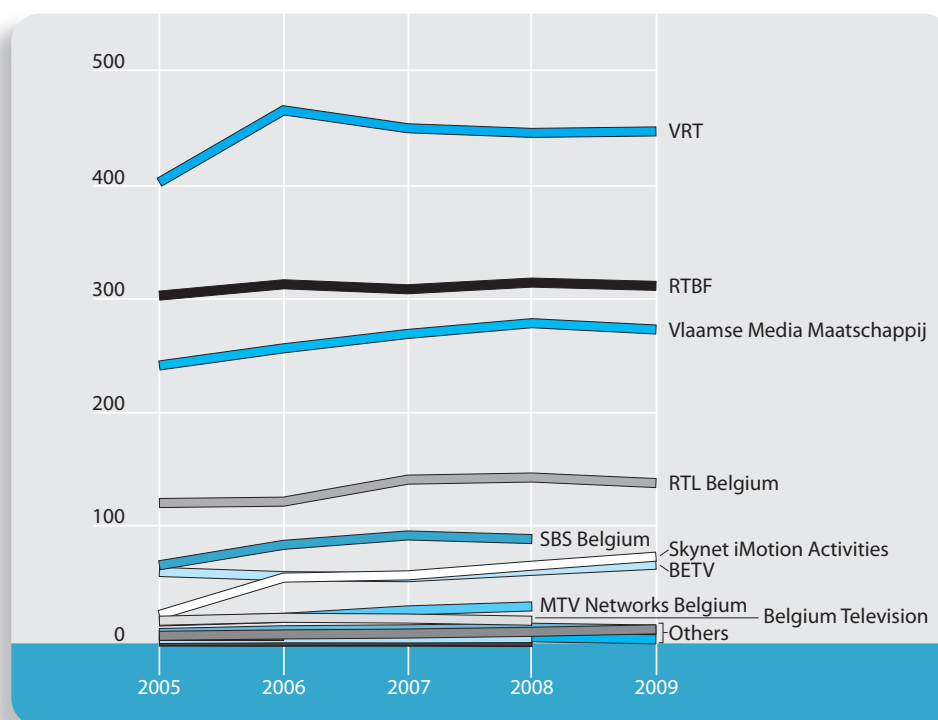
Main broadcasters (local TV not included)		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
VRT	sptv	Één, Canvas, Ketnet	469.1	453.3	449.2	450.5	0.3%
RTBF	sptv	La Une, La Deux, La Trois	315.7	311.3	317.2	314.3	-0.9%
Vlaamse Media Maatschappij	adtv	VTM, 2BE, JimTV	259.2	271.9	281.4	275.8	-2.0%
RTL Belgium	adtv	RTL-TVI, RTL Club	124.0	143.4	145.3	140.4	-3.4%
SBS Belgium	adtv	VT4, Vijftv	85.9	94.2	91.0	80.1	-12.0%
Skynet iMotion Activities	thtv	11TV	57.0	59.0	67.5	75.5	11.8%
BETV	packtv	BeTV package	58.3	57.4	63.0	68.4	8.5%
MTV Networks Belgium	thtv	TMF	21.5	28.1	31.6	~	~
Belgium Television	thtv	AB3, AB4	21.6	20.9	19.0	~	~
Euro 1080	thtv	HD1, EXQI	6.9	7.7	9.2	11.4	24.3%
Media ad Infinitum	thtv	Vitaya TV	10.6	11.4	12.8	11.2	-12.6%
BRF	sptv	Das BRF-Fernsehen	5.6	5.7	6.0	6.4	7.4%
MCM Belgique	thtv	MCM Belgique	3.5	3.4	3.7	~	~
Belgian Business Television	thtv	Kanaal Z, Canal Z	6.3	5.1	4.4	2.6	-41.0%
Event TV Network	thtv	Liberty TV	1.0	1.3	0.8	0.8	-6.2%
Event TV Vlaanderen	thtv	Liberty TV Vlaams	0.5	0.5	0.2	0.1	-61.6%

Main Distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Belgacom Mobile ①	3G TV	Proximus Mobile TV		2 176.6	2 093.0	2 016.3	1 984.9	-1.6%
Mobistar ①	3G TV	Orange TV		1 597.4	1 564.9	1 567.7	~	~
Telenet ①	3Play	Telenet		856.0	946.9	1 059.9	1 202	13.4%
p.m. Brutele	3Play	Voo		65.6	73.7	77.2	79.6	3.1%
p.m. Interrosane ①	CATV + electricity	CATV activities sold to Tecteo 28.12.2007		142.4	73.1	81.4	-	-
p.m. UPC Belgium	3Play			40.0	38.7	-	-	-
Tecteo ①	3Play + electricity	Voo		368.2	336.5	365.5	~	~
Belgacom Skynet ①	3Play	Belgacom TV		38.3	46.4	55.5	69.5	25.2%
Coditel Brabant ①	3Play	Coditel Numéricable		33.6	39.8	43.1	~	~
Airfield (former Canal+ Televisie) ②	packtv	TV Vlaanderen, TéléSat		9.5	15.2	21.2	22.4	0.9%

① Includes other activities (telecommunication, electricity...).

② Taken over by Telenet in December 2003.

Source: European Audiovisual Observatory



EUR million.

T.1.BE.2
G.1.BE.2RTBF financial situation
2006-2009 EUR million.

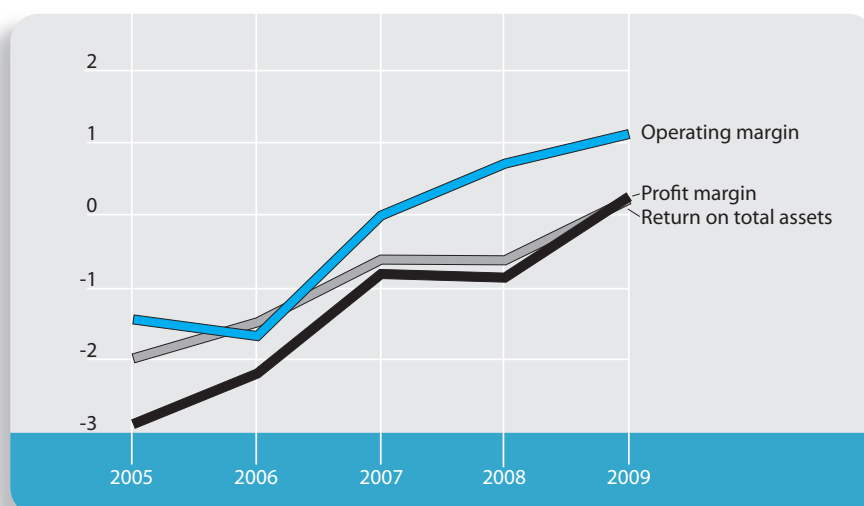
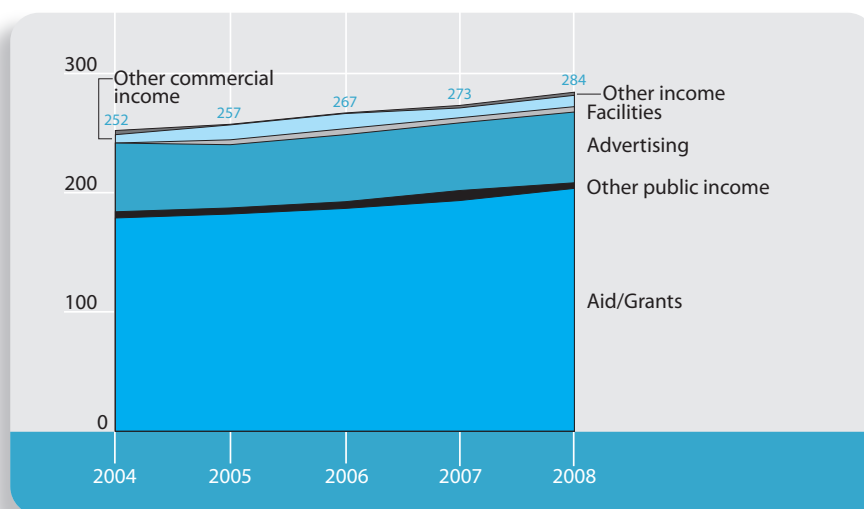
Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	192.2	201.6	208.1	214.9	72.1%	73.9%	73.3%	~	3.3%
- Aid/Grants	186.6	193.2	203.4	214.9	70.0%	70.8%	71.6%	~	5.7%
- Other public income	5.6	8.4	4.7	-	2.1%	3.1%	1.6%	~	~
Total commercial income	73.9	69.2	73.4	~	27.7%	25.4%	25.8%	~	~
- Advertising	56.2	56.7	59.3	~	21.1%	20.8%	20.9%	~	~
- Facilities	5.0	4.3	4.5	~	1.9%	1.6%	1.6%	~	~
- Other commercial income	12.7	8.2	9.5	~	4.8%	3.0%	3.3%	~	~
Other income	0.5	2.1	2.6	~	0.2%	0.8%	0.9%	~	~
TOTAL	266.6	273.0	284.0	~	100%	100%	100%	~	~

Total operating revenues	315.7	311.3	317.2	314.3					-0.9%
---------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--	--	--	--	--------------

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	96.8	147.7	145.1	132.9	35.8%	47.4%	46.1%	42.8%	-8.4%
Costs of personnel	159.4	149.7	156.3	163.9	58.9%	48.1%	49.6%	52.7%	4.9%
Depreciation	14.6	13.9	13.6	14.1	5.4%	4.5%	4.3%	4.5%	3.4%
Operating expenditure	270.8	311.3	315.0	310.8	100%	100%	100%	100%	-1.3%

Net result	-1.1	11.8	-0.6	-1.2					81.1%
Operating margin (%)	-1.68	-0.01	0.71	1.12					

Source: RTBF, European Audiovisual Observatory



T.1.BE.3
G.1.BE.3TV audience market share in the French Community of Belgium (CFB)
2005-2009 In %, 4 years +.

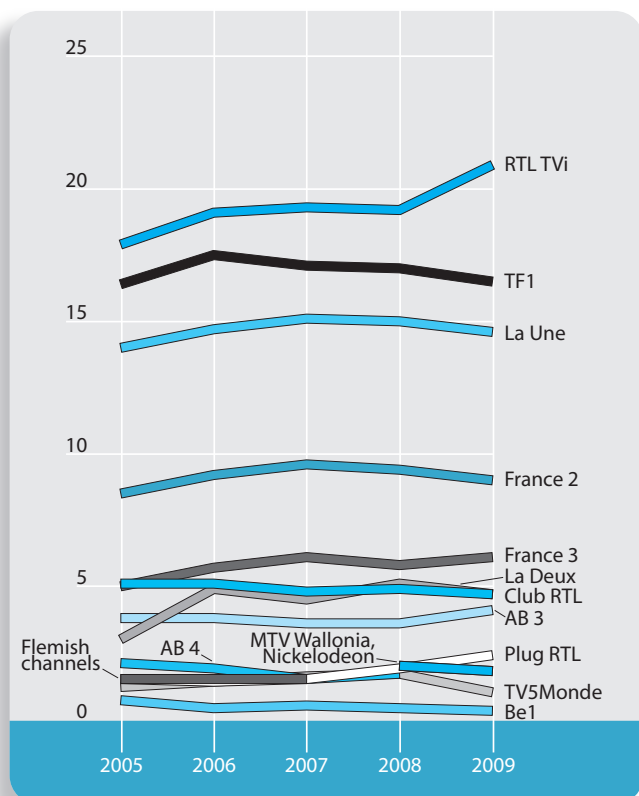
Channels	Daily share					Prime time (18:55-22:30)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
La Une	14.0	14.7	15.1	15.0	14.6	16.2	16.7	16.8	17.4	17.3
La Deux	3.0	4.9	4.5	5.1	4.7	2.6	4.8	4.7	5.6	5.4
Public channels of the CFB	17.0	19.6	19.6	20.1	19.3	18.8	21.5	21.5	23.0	22.7
AB 3	3.8	3.8	3.6	3.6	4.1	3.8	3.6	3.4	3.1	3.1
MTV Wallonia				2.0	1.8				0.7	0.6
AB 4	2.1	1.9	1.5	1.7	1.0	2.3	1.8	1.9	1.9	1.1
Be1	0.7	0.4	0.5	0.4	0.3	0.8	0.5	0.6	0.6	0.5
Private channels of the CFB ①	6.6	6.1	5.6	7.7	7.2	6.9	5.9	5.9	6.3	5.3
RTL TVi	17.9	19.1	19.3	19.2	20.9	25.6	27.3	27.1	27.5	28.1
Club RTL	5.1	5.1	4.8	4.9	4.7	6.1	6.6	6.8	6.9	6.7
Plug RTL	1.5	1.4	1.5	1.9	2.4	2.1	1.8	1.8	2.2	2.7
TF1	16.4	17.5	17.1	17.0	16.5	12.4	13.1	12.9	12.8	12.6
France 2	8.5	9.2	9.6	9.4	9.0	6.4	6.7	6.7	6.5	6.8
France 3	5.0	5.7	6.1	5.8	6.1	4.4	4.9	4.9	4.5	5.2
TV5Monde	1.2	1.4	1.6	1.7	1.5	0.8	0.8	1.2	1.2	0.7
Nickelodeon (version in French)				2.0	1.8				0.7	0.6
Foreign channels ①	55.6	59.4	60.0	61.9	62.9	57.8	61.2	61.4	62.3	63.4
Één (VRT)	~	0.8	0.8	0.7	0.6	~	1.0	0.9	0.8	0.6
Ketnet / Canvas	~	0.3	0.3	0.3	0.2	~	0.4	0.4	0.3	0.2
Vitaya	~	0.2	0.1	0.0	0.0	~	0.1	0.1	0.0	0.0
VT4	~	0.1	0.1	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	0.1	0.1
VTM	~	0.1	0.1	0.1	0.1	~	0.2	0.1	0.1	0.1
Flemish channels	1.5	1.5	1.5	1.3	1.1	1.8	1.7	1.6	1.4	1.1
Others	19.3	13.4	13.3	9.0	9.5	14.7	9.7	9.6	7.0	7.5

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

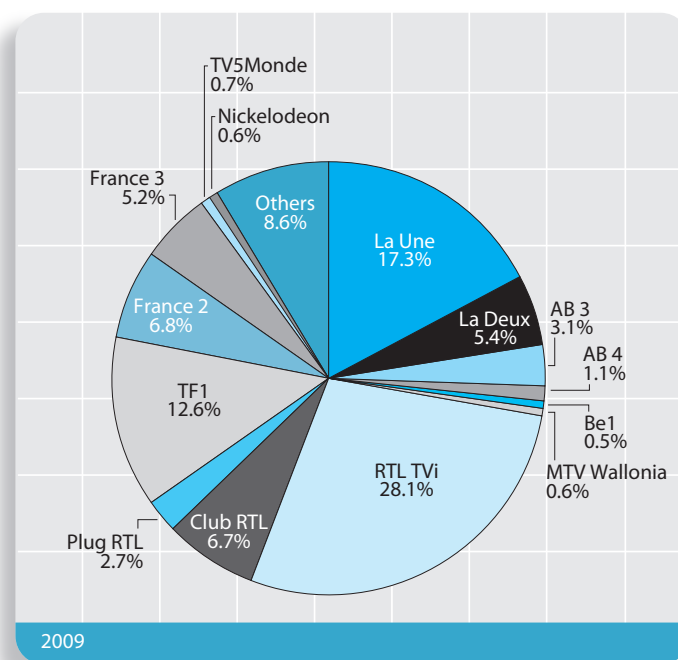
① Up until 31.12.2005, RTL TVi, Club RTL and Plug TV were under licence of the CSA of the French Community of Belgium. Since 1.1.2006, they are broadcasting under a Luxembourg licence.

Source: Eurodata TV Worldwide, CIM - GfK Audimetric SA, RTBF

Daily share. In %, 4 years +.



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

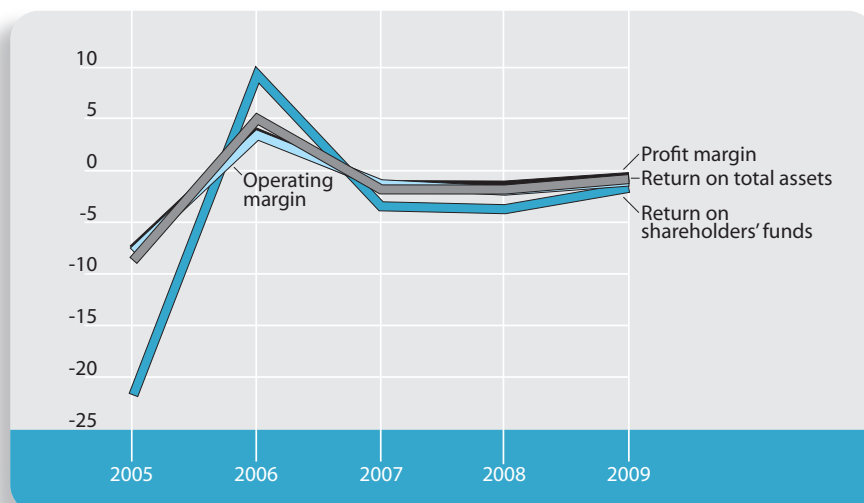
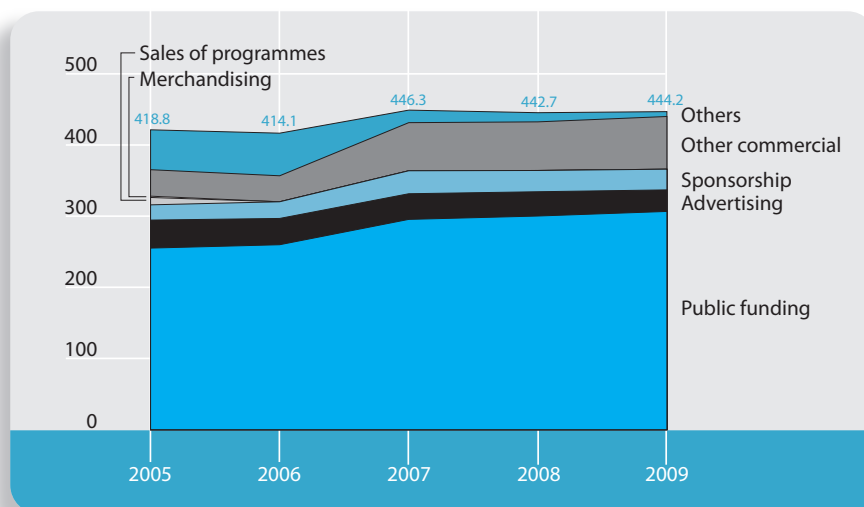


T.1.BE.4
G.1.BE.4VRT financial situation
2006-2009

EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	258.3	293.7	298.4	304.8	68.4%	77.5%	79.6%	82.2%	2.1%
Total commercial income	60.0	67.9	63.7	59.0	15.9%	17.9%	17.0%	15.9%	-7.3%
- Advertising	36.7	35.8	33.9	30.1	9.7%	9.4%	9.1%	8.1%	-11.3%
- Sponsorship	23.3	32.1	29.7	28.9	6.2%	8.5%	7.9%	7.8%	-2.8%
- Other commercial income	36.3	67.2	67.9	73.6	9.6%	17.7%	18.1%	19.9%	8.4%
Other income	59.5	17.5	12.8	6.8	15.8%	4.6%	3.4%	1.8%	-46.7%
TOTAL	377.8	379.0	374.9	370.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-1.1%
Operating revenues	478.5	462.5	457.9	457.6					-0.1%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	256.5	254.1	264.3	255.0	56.5%	55.1%	56.6%	4.0%	-3.5%
Costs of personnel	178.0	182.5	180.0	183.5	39.2%	39.6%	38.5%	-1.4%	2.0%
Depreciation	19.4	24.5	22.5	23.9	4.3%	5.3%	4.8%	-8.0%	6.0%
Operating expenditure	453.8	461.0	466.8	462.4	100.0%	100.0%	100.0%	1.3%	-0.9%
Net result	16.1	-6.8	-6.7	-3.2					-52.4%
Operating margin (%)	3.5	-1.3	-1.9	-1.1					

Source: VRT, European Audiovisual Observatory



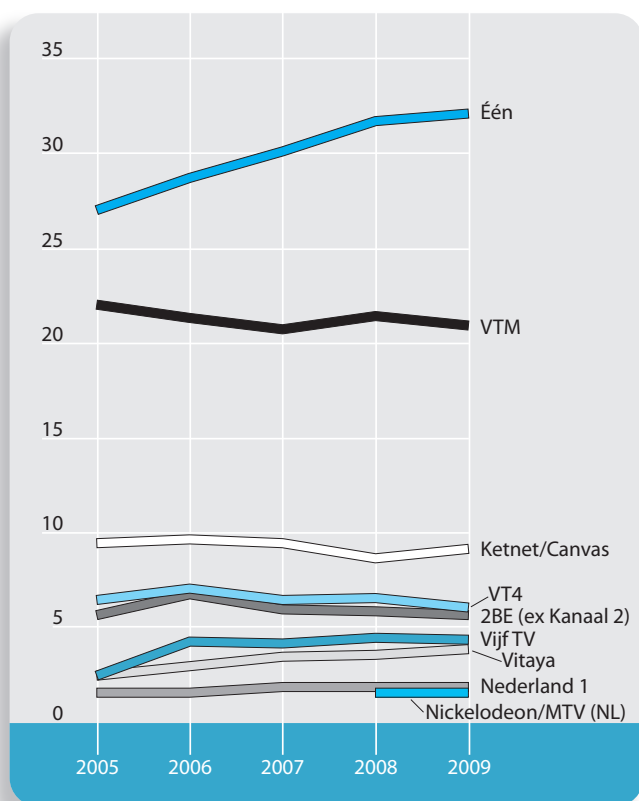
T.1.BE.5
G.1.BE.5TV audience market share in the Flemish Community of Belgium (VLG)
2005-2009 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:55 - 22:30)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Één	27.0	28.7	30.1	31.7	32.1	30.8	32.2	33.5	34.2	35.0
Ketnet/Canvas	9.4	9.6	9.4	8.6	9.1	8.1	7.8	7.9	7.6	8.2
Flemish public channels	36.4	38.3	39.5	40.3	41.2	38.9	40.0	41.4	41.8	43.2
VTM	22.0	21.3	20.7	21.4	20.9	27.8	27.3	26.6	26.9	26.3
2BE (ex Kanaal 2)	5.6	6.7	5.9	5.8	5.6	6.2	7.3	6.1	6.4	6.4
VT4	6.4	7.0	6.4	6.5	6.0	7.3	7.6	7.4	7.3	6.6
Vijf TV	2.4	4.2	4.1	4.4	4.3	2.1	3.3	3.4	3.6	3.8
Vitaya	2.4	2.9	3.4	3.5	3.8	1.1	1.7	2.1	1.8	1.9
Regional TV	1.9	1.7	1.7	1.4	~	1.7	1.5	1.6	1.3	~
Flemish private channels	40.7	43.8	42.2	43.0	40.6	46.2	48.7	47.2	47.3	45.0
La Une	0.7	0.8	0.7	~	~	0.6	0.5	0.5	~	~
La Deux	0.3	0.4	0.3	~	~	0.2	0.3	0.3	~	~
Channels from the CFB	1.7	1.2	1.0	~	~	1.5	0.8	0.8	~	~
Nederland 1	1.5	1.5	1.8	1.8	1.8	1.4	1.6	1.9	~	~
Nederland 2	1.6	1.5	1.0	~	~	1.7	1.4	0.7	~	~
Nederland 3	0.9	1.0	1.0	~	~	0.5	0.6	0.7	~	~
Nickelodeon/MTV (NL)				1.5	1.5				0.5	0.5
RTLVI	0.7	0.6	0.4	~	~	0.7	0.6	0.4	~	~
France 2		0.8	0.7	~	~		0.3	0.3	~	~
France 3		0.1	0.1	~	~		0.1	0.1	~	~
TF1		0.2	0.2	~	~		0.2	0.1	~	~
Foreign channels	4.7	5.7	5.2	~	~	3.6	4.8	4.2	~	~
Others	16.5	11.0	12.1	16.7	18.2	9.8	5.7	6.4	10.9	11.8

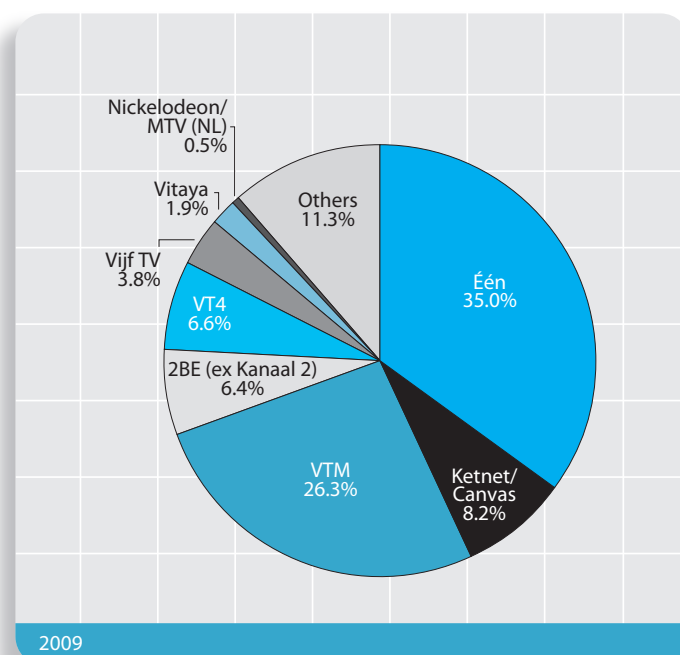
Market shares from 01/01/2006 are calculated over Total TV without taking into account external devices such as DVD, VCR, ...

Source: Eurodata TV Worldwide, CIM - GfK Audimetrie SA

Daily share. In %, 4 years +.



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



T.1.BE.6
G.1.BE.6

Origin of fiction broadcast by TV channels

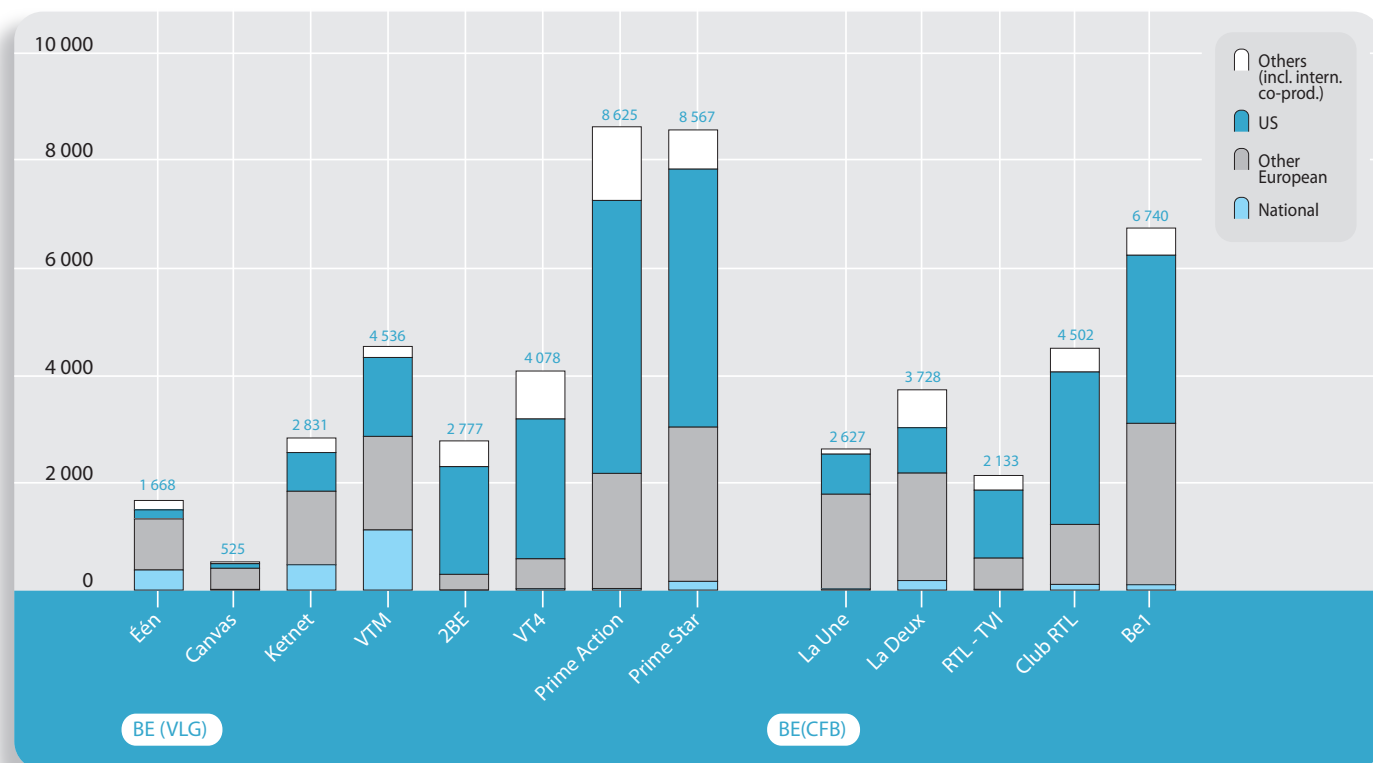
2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

BE (VLG) Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod. EUR-EUR	Co-prod. EUR-Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
Één	25.0	0.0	11.3	253.7	31.5	373.6	459.4	119.7	49.9	15.3	169.4	37.4	121.8	0.0	0.0
Canvas	6.0	3.6	17.9	216.1	1.9	11.8	16.5	72.3	58.5	14.9	86.6	3.0	6.2	1.4	8.3
Ketnet	70.4	1.3	183.0	86.0	0.0	471.3	536.1	291.2	199.4	43.6	721.5	78.0	142.8	0.5	6.4
VTM	24.8	4.5	3.5	262.1	2.2	1118.7	1286.9	20.1	137.9	77.2	1469.6	21.5	82.0	12.3	12.5
2BE	24.8	2.1	10.1	0.0	0.0	0.0	0.0	22.1	232.8	201.0	2006.3	1.9	266.8	2.3	7.2
VT4	0.0	0.0	148.1	12.9	5.9	26.8	103.5	8.0	276.4	679.4	2603.4	15.3	6.6	191.6	0.0
Prime Action	38.9	42.8	213.0	368.3	37.0	29.3	154.7	228.8	1058.9	468.8	5082.2	250.8	105.0	53.3	493.5
Prime Star	20.5	96.3	204.0	353.9	82.1	161.5	355.5	501.8	1257.4	301.6	4803.3	134.3	63.2	25.1	206.4
Total	210.3	150.7	790.9	1553.0	160.6	2193.0	2912.6	1264.0	3271.1	1801.7	16942.3	542.2	794.3	286.5	734.3

BE (CFB) Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod. EUR-EUR	Co-prod. EUR-Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
La Une	490.8	2.1	714.3	11.9	56.7	22.3	45.9	394.2	45.6	7.9	746.7	57.6	24.7	0.0	6.4
La Deux	47.5	1.6	943.4	85.1	6.2	176.9	209.1	253.6	453.8	134.9	845.8	88.2	8.9	0.0	473.3
RTL - TVI	155.8	0.0	217.3	12.7	22.7	12.9	29.0	36.5	107.3	247.1	1265.0	15.4	11.2	0.0	0.3
Club RTL	75.4	54.1	304.5	37.3	51.9	104.8	107.8	196.5	289.3	232.5	2838.1	76.3	1.6	113.5	18.1
Be1	68.1	16.3	1619.5	219.5	59.5	99.4	131.8	284.0	605.3	177.4	3130.2	105.7	30.7	27.2	165.5
Total	837.6	74.0	3799.1	366.5	197.0	416.4	523.6	1164.8	1501.2	799.7	8825.7	343.3	77.0	140.7	663.6

Source: Infomedica

In hours.



T.1.BE.7

The 25 leading TV production companies in Belgium

2004-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Studio 100	Children, animation	45 445	46 261	50 054	50 888	70 144	37.8%
2	Woestijnvis	Formats	18 372	33 940	35 621	36 964	41 770	13.0%
3	Eyeworks Entertainment	Reality shows	18 522	17 571	19 750	28 383	21 289	-25.0%
4	Kanakna Productions	Entertainment, fiction	11 288	20 390	18 058	18 349	~	~
5	Studio-A	Entertainment, fiction	11 390	7 889	10 646	13 022	15 809	21.4%
6	Endemol Belgie	Reality shows	23 486	22 328	21 879	16 715	12 727	-23.9%
7	Demensen	Entertainment, fiction	6 797	10 670	13 956	12 986	11 743	-9.6%
8	Eyeworks Film and TV Drama (former MMG)	Fiction	4 526	17 425	13 340	9 442	11 367	20.4%
9	Fremantle Productions Belgium	Entertainment, fiction	4 476	5 631	8 166	10 357	6 894	-33.4%
10	Telesaurus	Entertainment, fiction	4 194	~	~	3 618	6 106	68.8%
11	Instant News Service	News	1 756	1 640	2 199	3 007	3 356	11.6%
12	CoToon	Animation	~	752	794	2 230	3 333	49.5%
13	Les films de la Passerelle	Documentaries	982	717	905	963	2 968	208.2%
14	Roj	Kurdish programmes for RojTV	3 188	4 429	4 904	2 842	2 726	-4.1%
15	RV Productions	Entertainment, fiction	1 936	2 909	4 302	3 706	2 485	-32.9%
16	Ded's It	Entertainment	-	-	1 111	1 984	2 277	14.8%
17	Havana	Regional programmes	2 689	2 964	4 218	3 554	2 204	-38.0%
18	Jan Verbeke Producties	News	832	1 494	1 603	1 804	2 055	13.9%
19	Jok Foe ¹	Entertainment, fiction	4 229	~	~	2 997	1 818	-
20	Archi – Text Production	Fiction, documentaries	1 367	~	1 145	~	~	~
21	Walking the Dog	Animation	172	181	411	967	993	2.7%
22	Caviar TV	Fiction	204	364	735	1 581	980	-38.0%
23	Kaos Films	-	934	1 094	708	1 390	945	-32.0%
24	Smash	Documentaries	1 036	759	837	866	858	-0.9%
25	Be Films	Fiction, feature films, entertainment	1 533	2 982	902	~	~	~

¹ 2007 over 15 months.

Source: European Audiovisual Observatory

Some of these companies also produce feature films.

Various companies are not included in the ranking, as they do not disclose their revenues.

The important broadcasters in Bulgaria are bTV, BNT and Nova TV. The commercial broadcaster bTV leads the market with an audience share of 35.3% in 2009. The channel now belongs to Central European Media Enterprises (CEME) after its purchase from the Balkan News Corporation in April 2010. BNT, the state-owned broadcaster, has two television channels: BNT1, a national terrestrial channel and the satellite channel BNT Sat. BNT1 had a share of 12.2% in 2009 (compared to 16.4% in 2006).

In August 2009, the Swedish Modern Times Group transferred and merged its assets in the Balkan Media Group (previously owned with Apace Media) into its subsidiary Nova Televizia. This includes the channel Nova TV (and also the Diema channels and MM channels), which in 2009 had a market share of 20.6% (an increase from 17.1% in 2008).

Cable is available in more than 40% of Bulgarian homes. There are over 600 cable network operators but the sector is beginning to consolidate. In June 2010, the private equity company EQT V took over both of the major operators Cabletel and Eurocom establishing a new cable service called Blizoo. In September 2010 Telekom Austria (via Mobiltel) bought into the Bulgarian market (acquiring Megalan and Spectrum). Bulgaria now has three satellite platforms: Bulsatcom, Total TV (formerly ITV Partner and rebranded in 2010 by Mid Europa Partners) and Vivacom (launched in September 2010). About 22% of homes had satellite services (15% pay satellite) at the end of 2009. There are also four IPTV services available.

DTT is expected to launch in Bulgaria in 2010. Following tenders in 2009 and 2010, Towercom will operate two nationwide DDT multiplexes, and Hannu Pro three nationwide DTT multiplexes and the public service multiplex. In preparation 18 channels were issued with DTT licences in May 2010 (on the basis of the Amendment of the Radio and TV Act February 2009 that set out the main principles and rules for digital TV broadcasting). A draft bill on electronic media is due to be prepared for mid November 2010. It will deal with a range of issues regarding media regulation including commercial communications, media pluralism, licensing, public service media, and the regulatory authorities.

In November 2010, the government has taken the decision to put the analogue switch off date by two years to the beginning of 2015.

Les principaux radiodiffuseurs bulgares sont bTV, BNT et Nova TV. Avec une part d'audience de 35,3 % en 2009, le radiodiffuseur commercial bTV domine le marché. Il appartient désormais à Central European Media Enterprises (CEME), qui l'a racheté à Balkan News Corporation en avril 2010. BNT, le radiodiffuseur d'Etat, a deux chaînes de télévision : BNT1, chaîne nationale terrestre et BNT Sat, chaîne par satellite. La part de BNT1 en 2009 s'élève à 12,2 % (contre 16,4 % en 2006).

En août 2009, le groupe suédois Modern Times a transféré et fusionné ses parts du groupe Balkan Media (qu'il détenait avec Apace Media) dans sa filiale Nova Televizia. Outre les chaînes Diema et MM, cela concerne la chaîne Nova TV, qui disposait en 2009 d'une part de marché de 20,6 % (contre 17,1 % en 2008).

Le câble est disponible dans plus de 40 % des foyers bulgares. Le secteur compte plus de 600 opérateurs, mais il commence à se consolider. En juin 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. En septembre 2010, Telekom Austria (via Mobiltel) est arrivée sur le marché bulgare (par l'acquisition de Megalan et Spectrum). La Bulgarie compte désormais trois plates-formes satellitaires : Bulsatcom, Total TV (anciennement ITV Partner, rebaptisée en 2010 par Mid Europa Partners) et Vivacom (lancée en septembre 2010). Fin 2009, environ 22 % des foyers sont abonnés à des services par satellite (15 % à des services payants). Quatre services IPTV sont également disponibles.

Le lancement de la TNT en Bulgarie est prévu en 2010. Après les appels d'offres lancés en 2009 et 2010, Towercom exploitera deux multiplex TNT nationaux, et Hannu Pro trois multiplex TNT nationaux ainsi que le multiplex de service public. En préparation, 18 chaînes ont reçu une licence TNT en mai 2010 (sur la base de la modification de la loi de février 2009 sur la radio et la télévision qui énonce les grands principes et règles de la radiodiffusion télévisuelle numérique). Un projet de loi sur les médias électroniques devrait être préparé pour la mi-novembre 2010. Il portera sur un éventail de questions concernant la réglementation des médias, notamment les communications commerciales, le pluralisme des médias, l'octroi de licence, les médias de service public et les autorités de régulation.

En novembre 2010, le gouvernement a annoncé sa décision de retarder l'extinction du signal analogique de deux ans, la reportant en 2015.

Die wichtigsten Sender in Bulgarien sind bTV, BNT und Nova TV. Marktführer war 2009 der Privatsender bTV mit einem Zuschaueranteil von 35,3 %. Der Sender gehört inzwischen zur CME-Gruppe (Central European Media Enterprises), die ihn im April 2010 von der Balkan News Corporation übernommen hat. Der staatliche Rundfunkveranstalter BNT betreibt zwei Sender: den landesweiten terrestrischen Sender BNT1 und den Satellitensender BNT Sat. BNT1 hat 2009 einen Zuschaueranteil von 12,2 % erreicht (gegenüber 16,4 % 2006).

Im August 2009 hat die schwedische Modern Times Group ihre Anteile an der Balkan Media Gruppe (die ihr gemeinsam mit Apace Media gehörte) zusammengeführt und ihrer Tochter Nova Televizia übertragen. Dazu gehört (neben den Kanälen der Sender Diema und MM) auch der Sender Nova TV, der 2009 einen Marktanteil von 20,6 % erreicht hat (gegenüber 17,1 % im Vorjahr).

Über 40 % der Haushalte in Bulgarien haben einen Kabelanschluss. Es gibt über 600 Kabelnetzbetreiber, aber der Markt beginnt sich zu konsolidieren. Im Juni 2010 hat das Private-Equity-Unternehmen EQT V die beiden größten Kabelnetzbetreiber Cabletel und Eurocom übernommen und unter dem Namen Blizoo einen neuen Kabeldienst gestartet. Im September 2010 ist die Telekom Austria mit der Übernahme von Megalan und Spectrum (über ihre Tochter Mobiltel) in den bulgarischen Markt eingestiegen. In Bulgarien gibt es inzwischen drei Satellitenplattformen: Bulsatcom, Total TV (ehemals ITV Partner und 2010 von Mid Europa Partners umbenannt) und Vivacom (gestartet im September 2010). Ende 2009 nutzten ca. 22 % der Haushalte Satellitendienste (davon 15 % Pay-TV). Darüber hinaus gibt es auch vier IPTV-Dienste.

Die Einführung des DVB-T-Fernsehens in Bulgarien ist für 2010 vorgesehen. Nach Ausschreibungen 2009 und 2010 wird Towercom zwei landesweite DVB-T-Multiplexe und Hannu Pro drei landesweite DVB-T-Multiplexe sowie den öffentlich-rechtlichen Multiplex betreiben. Im Mai 2010 wurden die ersten 18 Lizenzen für DVB-T-Kanäle bewilligt (auf der Grundlage des geänderten Rundfunkgesetzes vom Februar 2009, mit dem die wesentlichen Grundsätze und Regeln für das digitale Fernsehen in Bulgarien festgelegt werden). Für Mitte November 2010 ist die Vorlage eines Gesetzentwurfs über elektronische Medien vorgesehen. Gegenstand des Gesetzes sind verschiedene Aspekte der Medienregulierung, darunter kommerzielle Kommunikation, Medienvielfalt, Lizenzierung, öffentlich-rechtliche Medien und die Regulierungsbehörden.

Im November 2010 teilte die Regierung ihren Beschluss mit, das analoge Signal erst zwei Jahre später, also 2015 abzuschalten.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	7 564	Eurostat
Households		–	2 901	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		95%	2 756	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		42%	1 210	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		7%	205	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		22%	627	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		15%	445	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0%	6	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		–	–	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		23%	656	European Audiovisual Observatory
Households with PC		36%	1 049	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Households with broadband connection		28%	812	Screen Digest/European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.10	Companies
Cable operators	>650	Blizoo, MSAT AD, SKAT OOD, Tele-Sat, Vereya Kabel, ...
Satellite packagers	3	Bulsatkom, Total TV, Vivacom
IPTV packagers	4	Mobilitel, Neterra, Networx Bulgaria, Vestitel
DTT multiplex operator	2	Hannu Pro, Towercom
Mobile phone TV packagers	2	Cosmo Bulgaria Mobile, Mobilitel

TV channels established in the country by kind of transmission	11.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		1	4	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	72	73
Regional/Local			56	56
Regional/Local windows		4		4
Channels targeting foreign markets				
Total		6	132	138
<i>Foreign channels targeting the country</i>			38	38

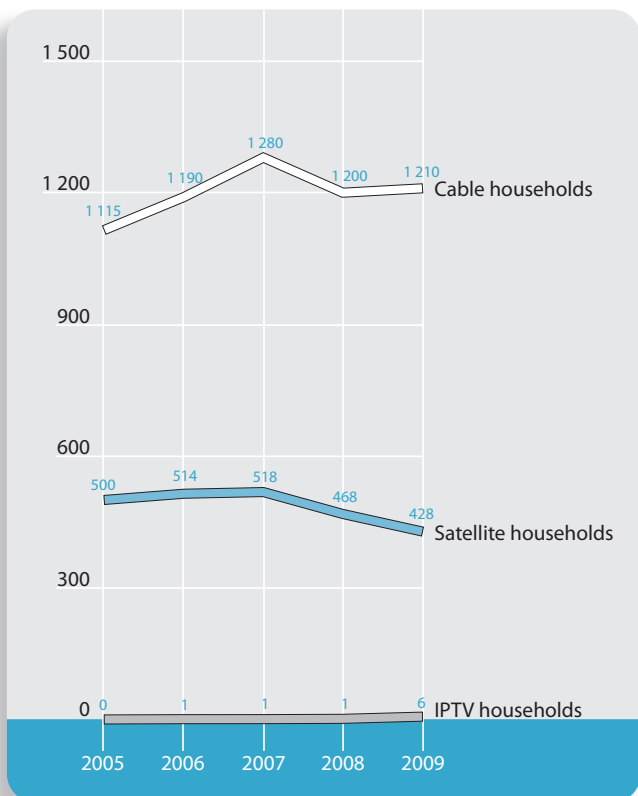
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	11.10	Analogue terrestrial	Cable Blizoo	Satellite Bulsatcom	Satellite Total TV Bulgaria	IPTV Mobilitel
Generalist - national		5	7	5	6	7
Generalist - foreign			16	3		12
Adult			6	4	4	7
Children			10	3	2	7
Culture/ education/ documentary			16	11	7	12
Minority interest groups			1		1	
Entertainment/ TV fiction/ games			21	14	13	15
Film			10	7	5	4
Home shopping			1			
International linguistic and cultural			7	1		3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			14	6	2	6
Music			15	10	10	15
News/ business			13	2	3	15
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		4	1	1		2
Religion						
Sports			9	6	6	4
Various			3			2
Total		9	150	73	59	111

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

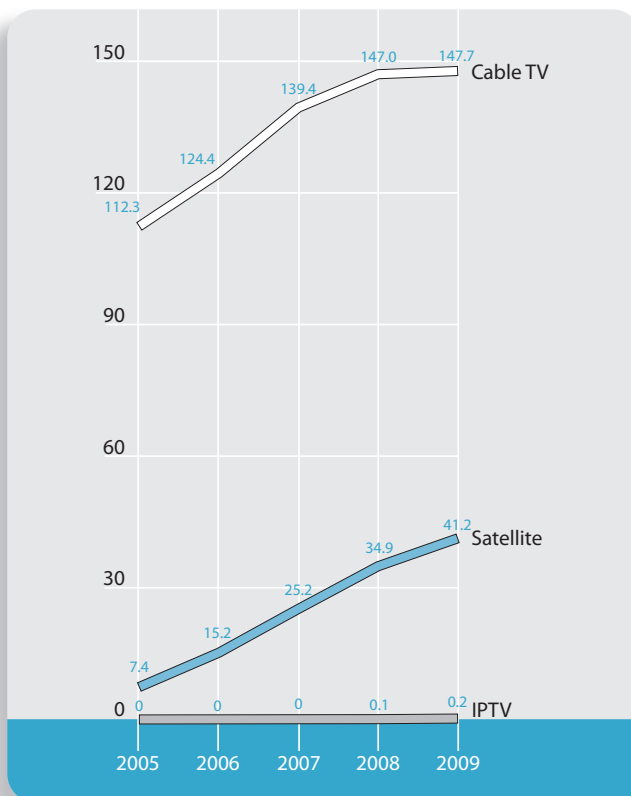
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

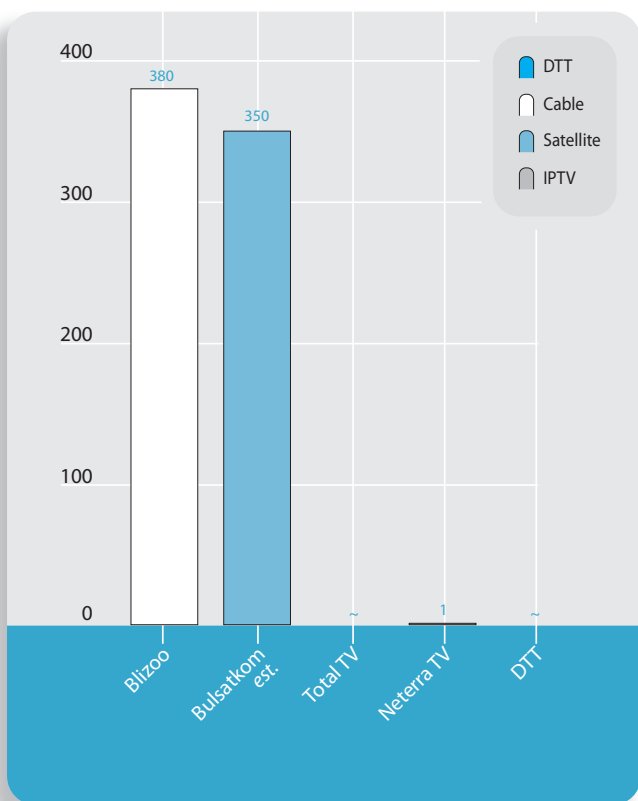
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

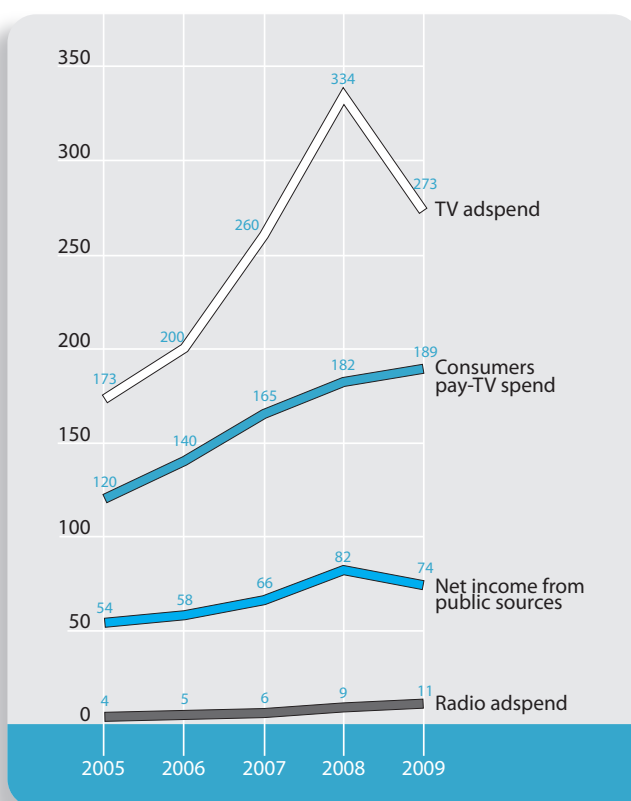
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, RTBF, VRT and BRF

T.1.BG.1
G.1.BG.1

Operating revenues of the main television companies in Bulgaria

2006-2009 BGN million.

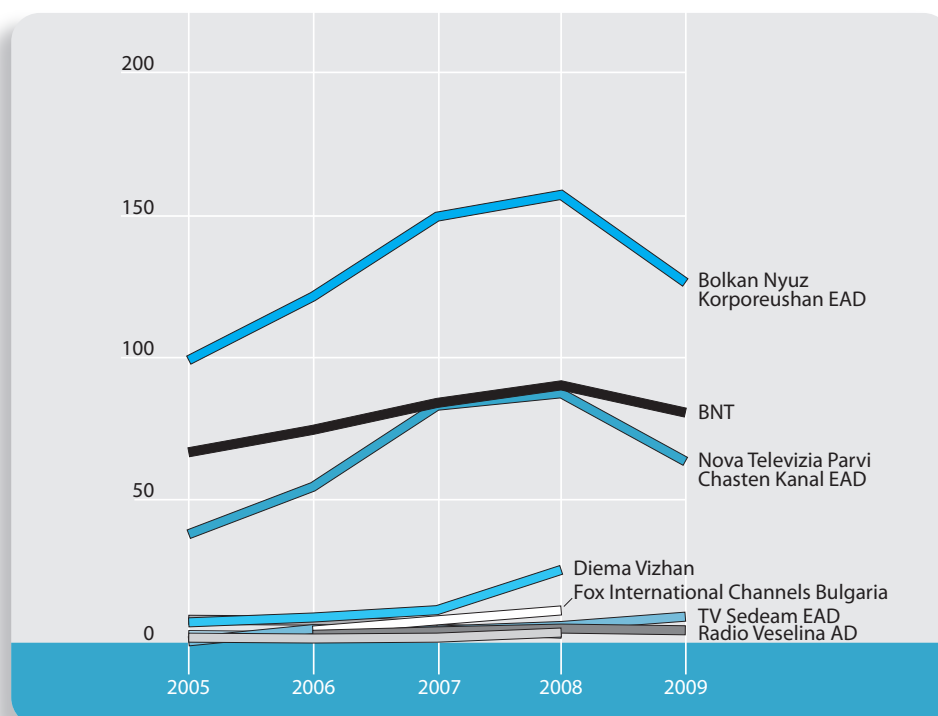
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Bolkan Nyuz Korporeushan EAD	adtv	bTV	121.7	149.9	157.6	126.7	-19.6%
BNT	sptv	Kanal 1 (BNT1)	74.7	84.2	90.4	80.8	-10.5%
Nova Televizia Parvi Chasten Kanal EAD	adtv	Nova Televizia	54.6	83.2	87.6	63.6	-27.4%
Diema Vizhan	thtv	Diema+, Diema2, DiemaExtra, Diema Family	8.5	11.1	25.3	~	~
Fox International Channels Bulgaria	thtv	Fox TV Bulgaria	3.9	7.5	11.0	~	~
TV Sedeam EAD	thtv	TV-7	4.4	3.9	5.5	8.8	60.0%
Payner OoD	thtv	Planeta TV	7.4	5.8	~	~	~
Radio Veselina AD	thtv	Veselina TV	2.4	3.6	4.6	3.5	-23.9%
TV1 Televizionna Kashta EOOD	adtv	TV1	1.1	1.4	3.2	~	~
Televizia Evropa AD	thtv	Evropa TV	1.4	1.9	2.4	2.9	20.8%
Balkan Bulgarska Televizia AD	adtv	BBT	1.9	4.6	2.8	~	~
Ring SV AD	thtv	Ring TV	~	1.6	1.8	2.6	44.4%
M-SAT TV ODD	adtv	M-SAT	1.9	2.0	2.1	~	~
Telestar Bulgaria Eood	hstv	Telestar	1.8	2.1	2.0	~	~
Elit Media Bulgaria Ood	thtv	SofiaCable Film, SK Folk, Kanal 3	1.1	1.2	1.3	1.6	23.1%

Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Mobiltel EAD ①	IPTV, 3GTV	Mobiltel		1 146.4	1 279.4	1 303.9	1 217.0	-6.7%
Cosmo Bulgaria Mobile EAD ①	3G TV	Globul TV		669.4	806.6	899.8	876.5	-2.6%
Bulsatkom AD	SATV	Bulsatkom		15.7	40.2	68.6	98.2	43.1%
Eurocom Cable Management Bulgaria EOOD	CATV	Evrokom Bulgaria		21.3	40.4	57.4	56.5	-1.6%
Cabletel ① ②	3Play	Cabletel TV		41.9	~	~	~	~
Interaktivni Tehnologii AD	SATV	ITV Partner		10.5	11.4	22.2	~	~
Neterra EooD ①	IPTV	Neterra TV		9.7	17	22	21.3	-3.1%
M SAT AD	3 play	M SAT		6.6	7.1	~	~	~
Kabel Sat Zapad OOD	3Play	Kabel sat Zapad		1.9	3.4	4.5	~	~
Telekabel AD	3Play	Telekabel Digital		2.5	2.6	~	~	~
Skat OOD	CATV	Skat		1.3	1.5	2.6	2.4	-7.7%
Vestitel BG AD ①	3play	Vestitel		1.2	0.8	1.6	~	~

① Includes telecommunication activities.

② Merged with Eurocom in 2009, rebranded as Blizoo.

Source: European Audiovisual Observatory



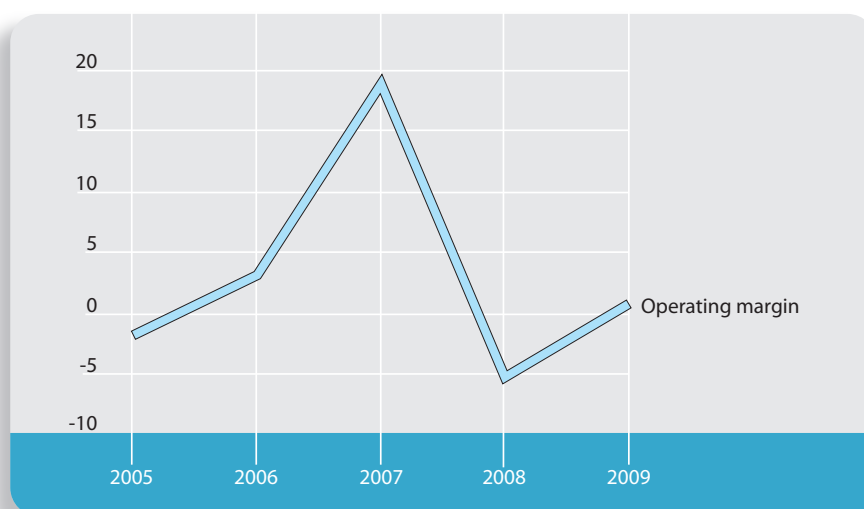
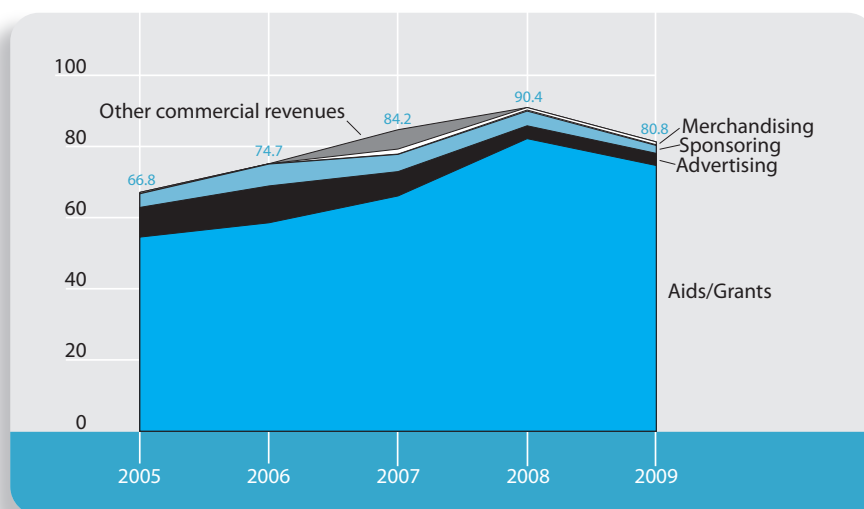
BGN million.

T.1.BG.2
G.1.BG.2Bulgarska Nationalna Televizija financial situation
2006-2009 BGN million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public income	58.2	65.7	81.7	74.2	77.9%	78.0%	90.5%	91.8%	-9.2%
Aids / Grants	58.2	65.7	81.7	74.2	77.9%	78.0%	90.5%	91.8%	-9.2%
Commercial income	16.5	18.5	8.6	6.6	22.1%	22.0%	9.5%	8.2%	-23.0%
Advertising	10.3	6.8	3.6	3.4	13.8%	8.1%	4.0%	4.3%	-4.4%
Sponsoring	6.1	4.8	4.1	2.2	8.2%	5.7%	4.5%	2.7%	-47.0%
Programme sales	0.1	0.1	0.3	0.2	0.1%	0.2%	0.3%	0.2%	-28.2%
Merchandising	0.0	1.4	0.7	0.8	0.0%	1.6%	0.7%	1.0%	27.4%
Other commercial revenues	0.0	5.4	0.0	0.0	0.0%	6.4%	0.0%	0.0%	-
Total operating revenues	74.7	84.2	90.4	80.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-10.5%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Operating expenditure	72.5	68.3	95.3	80.4					-15.7%
Operating P/L	2.2	15.9	-5.0	0.5					-109.1%
Operating margin (%)	3.0	18.9	-5.5	0.6					

Note: In the period 2004-2009, because of a change in the taxation law, BNT did not produce any chargeable either profit or loss (financial result). Since 2004, the Bulgarian budgetary enterprises have been taxed with a tax on revenues/ article 248 from the Bulgarian Corporate Income Taxation Act/. According to the provisions of the Bulgarian Radio and Television Act, the revenues, along with the state subsidy, constitute the total budget of BNT and they are not used to produce financial results. The residual sum from the previous year gets included in the budgets of the following year.

Source: BNT, European Audiovisual Observatory

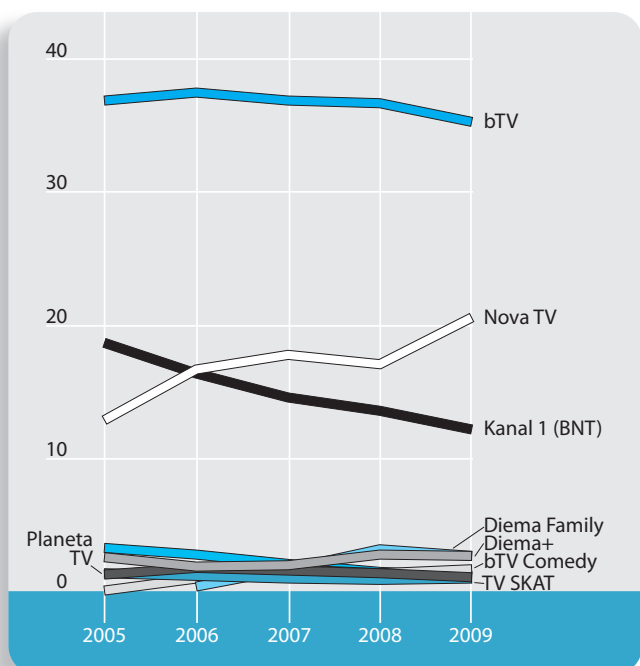


T.1.BG.3
G.1.BG.3TV audience market share in Bulgaria
2005-2009 In %, 4 years +.

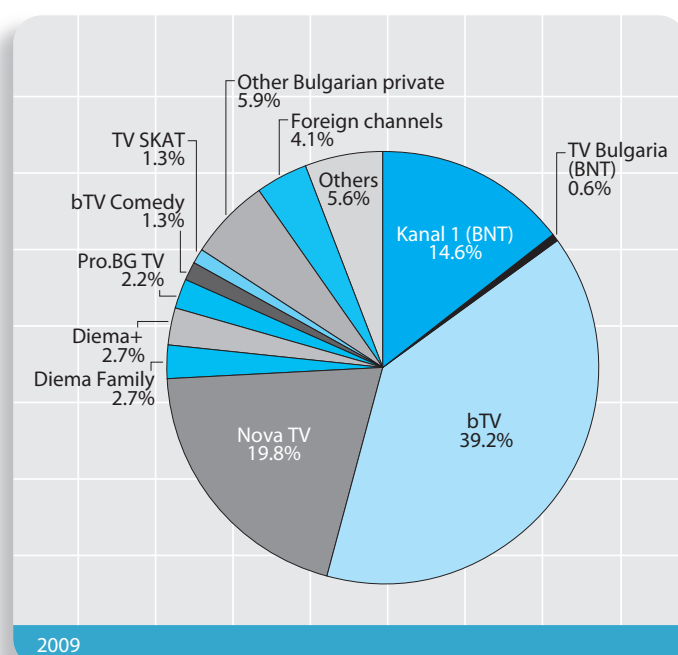
Channels	Daily share					Prime time (20:00-22:30)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Kanal 1 (BNT 1)	18.7	16.4	14.6	13.6	12.2	24.0	21.5	18.7	13.8	14.6
TV Bulgaria (BNT SAT)	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6	0.9	0.7	0.6	0.5	0.6
Bulgarian public channel	19.4	17.1	15.2	14.2	12.8	24.9	22.2	19.3	14.3	15.2
bTV	36.9	37.5	36.9	36.7	35.3	31.8	32.4	35.1	38.0	39.2
Nova TV	12.9	16.7	17.8	17.1	20.6	17.9	22.0	21.7	18.7	19.8
Diema Family		0.4	1.7	3.2	2.7		0.3	1.6	3.3	2.7
Diema+	2.6	1.9	2.0	2.8	2.7	2.0	1.4	1.7	2.8	2.7
Pro.BG TV	-	-	-	-	2.0	-	-	-	-	2.2
bTV Comedy (ex GTV Gotinata Televizija)	0.1	1.0	1.7	1.4	1.7	0.1	0.8	1.2	0.9	1.3
Planeta TV	3.3	2.8	2.1	1.5	1.2	2.3	1.8	1.3	1.1	0.7
TV SKAT	1.3	1.8	1.6	1.4	1.1	1.8	2.6	2.3	0.8	1.3
Diema 2	1.4	1.2	1.0	0.9	1.0	1.0	0.9	0.7	0.7	0.7
TV Evropa	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	0.4	0.5	0.5	0.8	0.5
Ring TV	-	-	-	-	0.9	-	-	-	-	0.8
TV7 Dni		0.4	0.7	0.8	0.8		0.4	0.7	0.6	0.7
Folklor TV	-	-	-	-	0.7	-	-	-	-	0.6
BBT Balkan Bulgarian TV	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.4	0.4	0.4
FEN TV	0.8	0.7	0.8	0.6	0.4	0.6	0.5	0.5	0.5	0.2
Kanal 3	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4
Evrokom	1.4	1.2	0.9	0.3	0.3	1.3	0.9	0.7	0.2	0.2
City TV		-	0.5	0.3	0.3			0.2	0.2	0.1
NBT TV	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	0.3
Bulgarian private channels	61.4	66.2	68.1	68.2	74.0	59.2	64.6	68.1	69.0	75.0
Disney Channel	-	-	-	-	1.8	-	-	-	-	1.1
Fox Life Bulgaria	0.2	1.5	1.9	1.6	1.1	0.1	0.7	1.0	1.7	0.5
National Geographic Channel Europe	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	0.4
Eurosport	0.4	0.5	0.5	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4	0.5	0.3
Hallmark Channel Central Europe	0.7	0.6	0.4	0.6	0.5	0.6	0.5	0.4	0.5	0.4
Foreign channels	1.3	2.6	2.8	2.8	5.0	1.1	1.6	1.8	2.7	2.9
Others	17.9	14.1	13.9	14.8	8.2	14.8	11.6	10.8	14.0	6.9

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS TV Plan

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (20:00-22:30). In %, 4 years +.



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.

Via its seven corporate units, the public broadcaster SRG SSR idée suisse offers twelve channels in the country's four national languages and they dominate the market by a wide margin. In a decision of June 2010, the Federal Council largely acknowledged the additional financial requirements of SRG SSR for the 2011 to 2014 financial years but without making the funding dependent on an increase in the licence fee. Additional income will supplement the savings planned by SRG SSR to fill the financial gap.

Some of the foreign channels present in the Swiss market (RTL, RTL 2 or M6) have versions with advertising spots specific to Switzerland, and this has been the subject of a long legal dispute. In a judgment of 13 January 2010, the Federal Court finally ruled in favour of Métropole Télévision (FR) in its seven-year dispute with SRG SSR idée suisse, stating that the advertising windows exploited by Métropole Télévision were neither in breach of copyright nor of competition law. Métropole Télévision will consequently be able to continue to transmit the M6 television programme by means of two separate satellite signals, the first aimed at the French audience and the second coupled with advertising messages specifically aimed at Swiss viewers.

There are also around twenty private channels distributed at the national, indeed international, level and around twenty local channels, most of which broadcast programmes in German or French.

Barely 5% of Swiss households rely mainly on terrestrial transmission for their television services, so the multi-channel platforms have a significant penetration. For example, according to the Swiss cable operators' association Swisscable, 92% of homes subscribe to a cable TV service. The main operator is Cablecom (a subsidiary of the UPC group), which is planning to adopt the name UPC in 2010. Cablecom has positioned itself as the main quadruple play provider and added a personal HD recorder to its services at the end of 2008 and a video on demand service in early 2009.

There are three competing IPTV platforms in the Swiss market, operated by Swisscom, Orange and Sunrise, the country's main telecommunications operators. They are attracting a growing number of viewers. For example, Swisscom TV's service claimed to have 230 000 customers in December 2009, but the total is

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.

Le radiodiffuseur public, SRG SSR idée suisse propose, via ses sept unités d'entreprises, douze chaînes dans les quatre langues nationales suisses. Ces chaînes publiques dominent largement le marché. Par sa décision de juin 2010, le Conseil fédéral a reconnu en grande partie les besoins financiers supplémentaires de SRG SSR pour les exercices 2011 à 2014, sans faire dépendre leur financement d'une augmentation de la redevance. Des recettes annuelles supplémentaires viendront s'ajouter aux économies prévues par SRG SSR pour combler le trou financier.

Parmi les chaînes étrangères présentes sur le marché suisse, certaines (RTL, RTL 2 ou M6) proposent des versions comportant des écrans publicitaires spécifiques à la Suisse, ce qui a fait l'objet d'un long contentieux juridique. Un arrêt du Tribunal fédéral du 13 janvier 2010 a finalement donné raison à Métropole Télévision (FR) dans le conflit qui l'opposait depuis sept ans à la SRG SSR idée suisse. Les fenêtres publicitaires suisses exploitées par Métropole Télévision ne sont contraires ni au droit d'auteur, ni au droit de la concurrence. Par conséquent, Métropole Télévision pourra continuer à diffuser le programme de télévision M6 grâce à deux signaux satellite distincts : le premier destiné au public français, le second assorti de messages publicitaires destinés spécifiquement aux téléspectateurs suisses.

Il existe également une vingtaine de chaînes privées distribuées à l'échelon national, voire international, ainsi qu'une vingtaine de chaînes locales, dont la plupart diffusent des programmes en allemand ou en français.

A peine 5 % des ménages suisses dépendent principalement de la transmission terrestre pour la fourniture de leurs services de télévision. La pénétration des plates-formes multichânes est donc très importante. Ainsi, selon Swisscable, l'association des câblo-opérateurs suisses, 92 % des foyers sont abonnés à une offre de télévision par câble. Le principal opérateur est Cablecom (filiale du groupe UPC). Cablecom s'est positionné comme le principal initiateur de l'offre « quadruple play » et a ajouté à ses services un enregistreur personnel HD à la fin de l'année 2008 et une offre de vidéo à la demande au début de l'année 2009.

Trois plates-formes IPTV sont en concurrence sur le marché suisse, par Swisscom, Orange et Sunrise, les principaux opérateurs de télécommunication du

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 öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt SRG SSR idée suisse bietet über sieben Unternehmenseinheiten zwölf Sender in den vier Amtssprachen der Schweiz an. Der Markt wird weitgehend von diesen öffentlich-rechtlichen Sendern beherrscht. Mit seiner Entscheidung vom Juni 2010 hat der Bundesrat den zusätzlichen Finanzbedarf der SRG SSR für die Jahre 2011 bis 2014 weitestgehend anerkannt, ohne hierfür eine Gebührenerhöhung vorzusehen. Das Finanzdefizit soll durch zusätzliche Einnahmen sowie Sparmaßnahmen der SRG SSR ausgeglichen werden.

Von den ausländischen Sendern auf dem Schweizer Markt bieten einige (RTL, RTL2 oder M6) Versionen mit speziell auf die Schweiz ausgerichteten Werbefenstern an, was Gegenstand einer langwierigen juristischen Auseinandersetzung gewesen ist. In seiner Entscheidung vom 13. Januar 2010 hat das Bundesgericht dem französischen Sender Métropole Télévision (M6) in seinem seit sieben Jahren andauernden Rechtsstreit mit der SRG SSR idée suisse in letzter Instanz Recht gegeben. M6 verletzte mit seinen Werbefenstern weder das Urheberrecht noch das Wettbewerbsrecht. Demzufolge darf Métropole Télévision das Programm von M6 weiterhin über zwei Signale ausstrahlen: das erste für Zuschauer in Frankreich, das zweite mit einem speziell auf die Schweiz ausgerichteten Werbefenster.

Es gibt ebenso um die 20 Privatsender, deren Programm landesweit und zum Teil sogar international empfangen werden kann, sowie viele Lokalsender, die ihr Programm überwiegend in deutscher oder französischer Sprache ausstrahlen.

Die Marktdurchdringung der Multikanal-Plattformen ist in der Schweiz sehr weit fortgeschritten, kaum 5 % der Haushalte sind ganz oder teilweise auf das terrestrische Fernsehen angewiesen. So haben nach Aussage des Verbands der Schweizer Kabelnetzbetreiber Swisscable 92 % der Haushalte ein Kabelfernsehangebot abonniert. Größter Betreiber ist Cablecom (eine Tochtergesellschaft des UPC-Konzerns). Cablecom hat sich als erster Anbieter von „Quadruple Play“-Angeboten profiliert. Seit Ende 2008 bietet das Unternehmen auch einen HD-Recorder und seit Anfang 2009 einen Video-on-Demand-Dienst an.

Auf dem IPTV-Markt konkurrieren die Plattformen der drei größten Telekom-Betreiber des Landes (Swisscom, Oran-

still marginal compared with the number of cable customers. Since spring 2010, the Swisscom TV service has also been available on a computer screen.

Swiss homes are served by two satellite packages: the CanalSat Suisse service was added to that of the public broadcaster Sat-access at the end of 2008. CanalSat had in fact interrupted its transmissions to Switzerland during the spring of 2008 because it possessed no retransmission rights outside France. A new package specially designed for Switzerland was then introduced a few months later.

The *Ordonnance sur la radio et la télévision* (Radio and Television Ordinance – ORTV) has been amended with effect from 1 April 2010 in order to adapt its provisions to European rules. The consequence of the transposition of the AVMSD directive into the domestic law of the EU member states is that the French, German and Italian television channels that can be received in Switzerland now have more options available to them as far as advertising and sponsorship are concerned. In addition, the new agreement on Swiss participation in the MEDIA programme provides that foreign advertising windows transmitted in Switzerland shall be subject to the law of the broadcasting state. The amendments to the ORTV are thus aimed at relaxing the rules imposed on Swiss broadcasters and at improving their economic position in the face of foreign competition.

On 13 May 2008, Swisscom launched Bluewin TV Mobile, its television service to personal mobiles, which was subsequently renamed SwisscomTV. This service was expanded in October 2008 and enabled subscribers to receive some 30 television channels until it was shut down in March 2010. Its competitor Sunrise has offered fifteen channels via 3G technology since 2005. This is also available on a computer screen (Sunrise Desktop TV).

The switch-off of the analogue signal by the SRG SSR idée suisse broadcasting services was completed on 28 February 2008.

pays. L'offre Swisscom TV revendique 230 000 clients en décembre 2009, mais le nombre total d'abonnés demeure encore marginal par rapport à celui des abonnés au câble. Depuis le printemps 2010, l'offre Swisscom TV est également disponible sur l'écran d'ordinateur.

Deux bouquets satellitaires servent les foyers suisses. A l'offre du radiodiffuseur public Sat-access s'est ajouté le service CanalSat Suisse depuis la fin de l'année 2008. En effet, CanalSat a interrompu ses transmissions vers la Suisse au cours du printemps 2008, faute de droits de retransmission hors de France. Un nouveau bouquet, spécialement conçu pour la Suisse a alors été lancé quelques mois plus tard.

Par ailleurs, l'ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV) a été modifiée à compter du 1er avril 2010 afin d'adapter ses dispositions aux règles européennes. La transposition dans le droit national des Etats membres de l'Union européenne de la Directive SMAV a pour conséquence que les chaînes de télévision françaises, allemandes et italiennes qui peuvent être captées en Suisse, disposent désormais de possibilités plus étendues en matière de publicité et de parrainage. Par ailleurs, le nouvel accord concernant la participation suisse au programme MEDIA prévoit que les fenêtres publicitaires étrangères diffusées en Suisse sont soumises au droit de l'Etat d'émission. Les modifications apportées à l'ORTV visent ainsi à assouplir les règles imposées aux diffuseurs suisses et à améliorer leurs conditions économiques face à la concurrence étrangère.

Le 13 mai 2008, Swisscom a lancé son offre de télévision mobile personnelle, Bluewin TV Mobile, rebaptisée par la suite Swisscom TV. Cette offre, renforcée en octobre 2008, permettait aux abonnés de recevoir une trentaine de chaînes jusqu'à son interruption en mars 2010. Son concurrent Sunrise propose depuis 2005 une offre d'une quinzaine de chaînes via la technologie 3G, également disponible sur l'écran d'ordinateur (Sunrise Desktop TV).

L'extinction du signal analogue par les services de diffusion de la SSR-SRG a été finalisée le 28 février 2008.

ge und Sunrise). So hatte das Angebot von Swisscom TV im Dezember 2009 230 000 Kunden, aber im Vergleich zur Zahl der Kabelkunden ist die Gesamtzahl der IPTV-Abonnenten noch sehr bescheiden. Das Swisscom TV-Angebot kann seit dem Frühling 2010 auch am Computer empfangen werden.

Die Schweiz wird von zwei Satellitenbouquets bedient. Neben dem Angebot des öffentlich-rechtlichen Betreibers Sat-access gibt es seit Ende 2008 auch das Bouquet CanalSat Suisse. Zuvor hatte das französische CanalSat-Paket seine Ausstrahlung in der Schweiz im Frühling 2008 wegen fehlender Übertragungsrechte außerhalb von Frankreich aussetzen müssen. Daraufhin wurde wenige Monate später ein speziell für die Schweiz zusammengestelltes Bouquet auf den Markt gebracht.

Darüber hinaus ist zum 1. April 2010 die geänderte Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) zur Anpassung ihrer Bestimmungen an die europäische Gesetzgebung in Kraft getreten. Die Umsetzung der AVMD-Richtlinie in nationales Recht durch die EU-Mitgliedstaaten hat zur Folge, dass die in der Schweiz empfangbaren französischen, deutschen und italienischen Fernsehsender in puncto Werbung und Sponsoring nun über mehr Möglichkeiten verfügen. Darüber hinaus ist in der neuen Vereinbarung über die Beteiligung der Schweiz am MEDIA-Programm vorgesehen, dass die in der Schweiz ausgestrahlten Werbefenster dem Recht des Sendelands unterliegen. Mit den Änderungen der RTVV sollen die Regelungen für einheimische Sender gelockert werden, um ihre Wettbewerbsfähigkeit gegenüber ausländischen Konkurrenten zu verbessern.

Am 13. Mai 2008 hat Swisscom ihr Fernsehangebot fürs Handy gestartet: Bluewin TV Mobile, inzwischen in Swisscom TV umbenannt. Dieser Dienst, der im Oktober 2008 erweitert wurde, ermöglichte den Abonnenten den Empfang von etwa 30 Fernsehsendern, bevor er im März 2010 eingestellt wurde. Der Wettbewerber Sunrise bietet seit 2005 ein um die 15 Kanäle umfassendes Handy-TV-Paket über das 3G-Netz an, das ebenfalls über einen Computer empfangen werden kann (Sunrise Desktop TV).

Am 28. Februar 2008 hat SRG SSR idée suisse die Ausstrahlung des analogen Signals eingestellt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	7 783	Eurostat
Households		–	3 362	BFS/OFS ¹
TV households		93%	3 127	BAKOM/OFCOM
Cable TV households		92%	2 878	Screen Digest
Digital cable TV households		19%	603	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		15%	484	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		15%	484	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		8%	236	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		5%	164	SSR SRG idée suisse / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		44%	1 487	European Audiovisual Observatory
Households with PC		86%	2 876	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		82%	2 731	Screen Digest
Mobile phone TV subscriptions		–	82	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	16	Screen Digest

¹ As at 31.2008.

TV channels distributors	11.10	Companies
Cable operators	>260	Cablecom (UPC), Naxoo, etc.
Satellite packagers	2	CanalSat Suisse, SSR SRG idée suisse "Sat-Access"
IPTV packagers	3	"Swisscom TV" (formerly known as "Bluewin TV"), Orange (France Telecom), Sunrise "Sunrise Desktop TV"
DTT multiplex operators	2	SRG SSR idée Suisse, Naxoo (free DTT package launched in February 2010)
Mobile phone TV packagers	2	Swisscom "Swisscom TV Air" (launched March 2010 when DVB-H stopped), Sunrise
Mobile broadcast TV providers	0	–

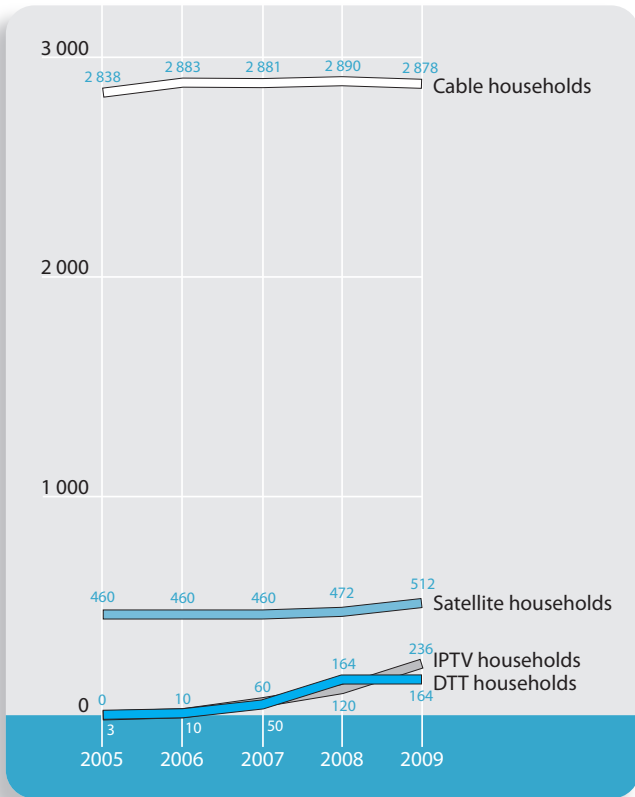
TV channels established in the country by kind of transmission	11.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	0	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		7	13	20
Regional/Local		0	25	25
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	7	7
Total		12	45	57
<i>Foreign channels targeting the country</i>		1	39	40

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

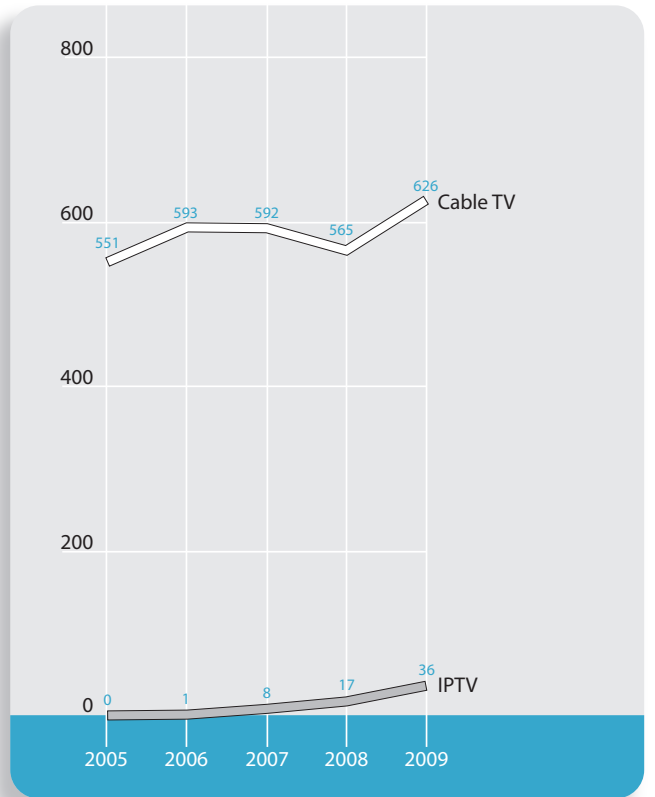
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

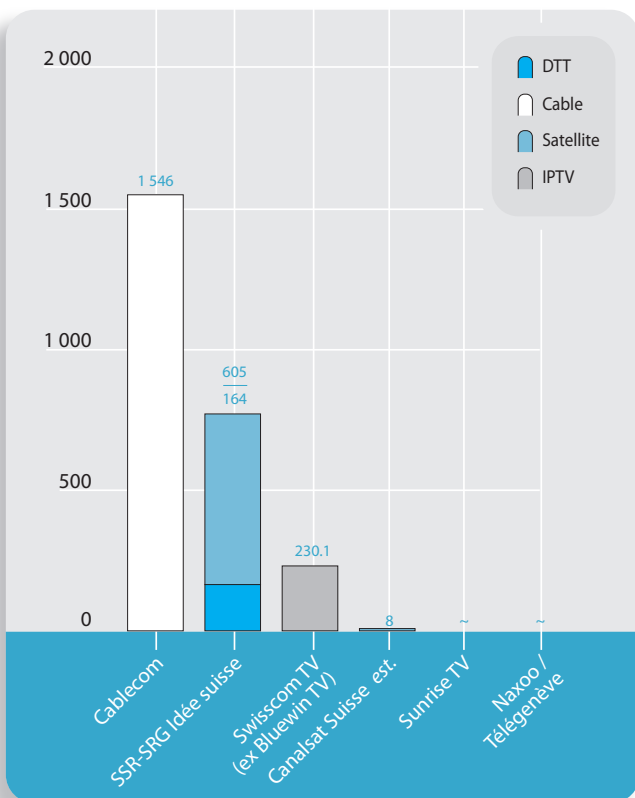
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannels platform as at 31.12.2009

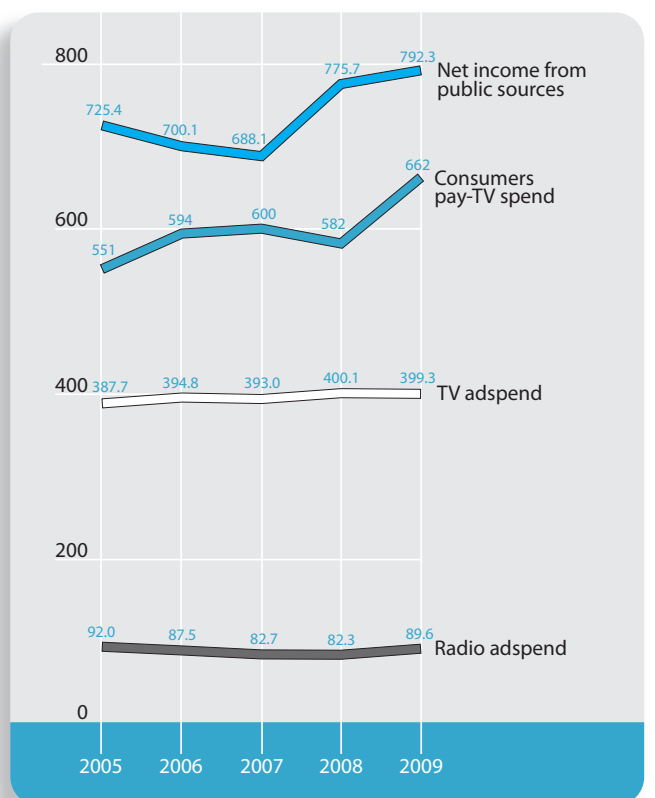
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, SSR SRG idée suisse

T.1.CH.1

Operating revenues of TV companies in Switzerland 2006-2009

CHF million.

Main broadcaster		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
SSR SRG idée suisse ¹	sptv	SR 1,2 TSR, 1, 2 TSI, 1, 2	1 591.1	1 598.8	1 625.2	1 606	-1.2%
Main distributors		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Swisscom (Schweiz) AG ²	4play	Bluewin TV	9 949.0	11 520.0	12 652.0	~	~
Sunrise Communications ²	3play	Sunrise TV	1 950.0	1 949.0	1 856.0	2 001.0	7.8%
Orange Communications SA ²	4play, 3G TV	Livebox, Live TV	1 363.0	1 339.0	1 308.0	~	~
Cablecom GmbH ²	3play	Cablecom	966.5	1 048.0	1 098.0	~	~
022 Télégenève S.A.	CATV	Naxoo	~	8.0	8.0	8.0	0.0%
Télédistribution intercommunale SA	CATV	ESR Téléreseaux	2.1	2.4	~	~	~
Zattoo AG ³	Online-TV	Zattoo	~	~	~	~	~

¹ Includes satellite packaging activities (Sat-Access).

Source: European Audiovisual Observatory

² Includes telecommunication activities.³ Zattoo AG is the leading company in Europe for the delivery of a software allowing to receive TV channels on the PC. The service was launched in Denmark, France, Germany, Spain, Switzerland and the UK. Zattoo has faced various legal actions from broadcasters and studios. In 2010, its service was limited to Germany and Switzerland.

T.1.CH.2

Sharing of licencing revenues 2008-2009

CHF million, excluding VAT.

	2008	2009	2009/08
SSR SRG idée suisse	1 129	1 153	2,1%
Financing local and regional radio and television broadcasters	50	50	0,0%
New technologies	4	4	0,0%
OFCOM to cover its supervisory tasks regarding the fee collection agency, for executing the complaint procedures against decisions of the fee collection agency and for action against unlicensed viewers and listeners.	4	4	0,0%
Audience research	2	2	0,0%
Collection agency (Billag AG) for collecting reception fees	53	57	7,5%
Total	1 242	1 270	2,3%

Source: BAKOM-OFCOM

T.1.CH.3
G.1.CH.1SRG SSR idée suisse financial situation
2006-2009 CHF million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	1 124.9	1 140.0	1 148.4	1 176.2	63.2%	62.3%	61.5%	64.0%	2.4%
- Aid/Grants	8.8	17.9	19.5	23.0	0.5%	1.0%	1.0%	1.2%	18.1%
- Licence fee	1 116.1	1 122.1	1 128.9	1 153.3	62.7%	61.3%	60.5%	62.7%	2.2%
Total commercial income	656.1	691.0	717.7	662.4	36.8%	37.7%	38.5%	36.0%	-7.7%
- Advertising	478.5	506.7	524.6	496.2	26.9%	27.7%	28.1%	27.0%	-5.4%
- Sponsorship	60.4	63.9	64.8	57.3	3.4%	3.5%	3.5%	3.1%	-11.6%
- Programme sales	66.8	65.5	67.1	74.0	3.8%	3.6%	3.6%	4.0%	10.3%
- Other commercial income	50.3	54.9	61.3	35.0	2.8%	3.0%	3.3%	1.9%	-42.8%
Total	1 781.0	1 831.0	1 866.0	1 838.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-1.5%
Operating revenues	1 598.8	1 629.1	1 626.2	1 606.0					

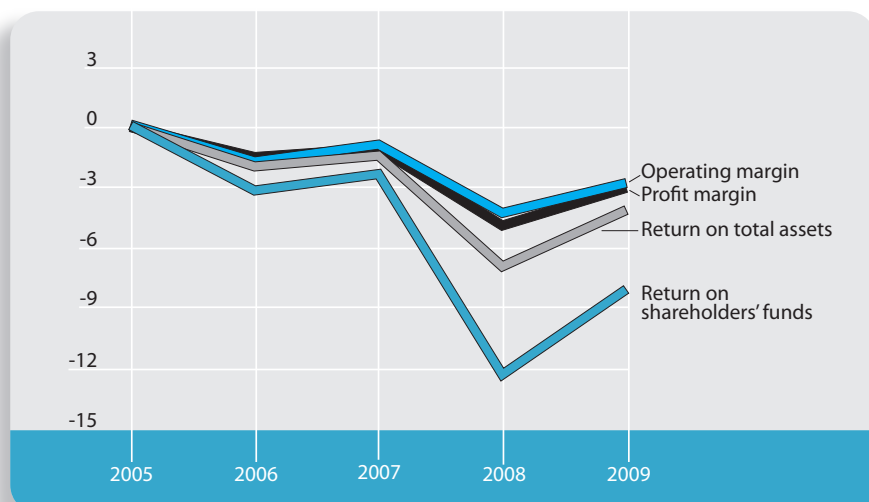
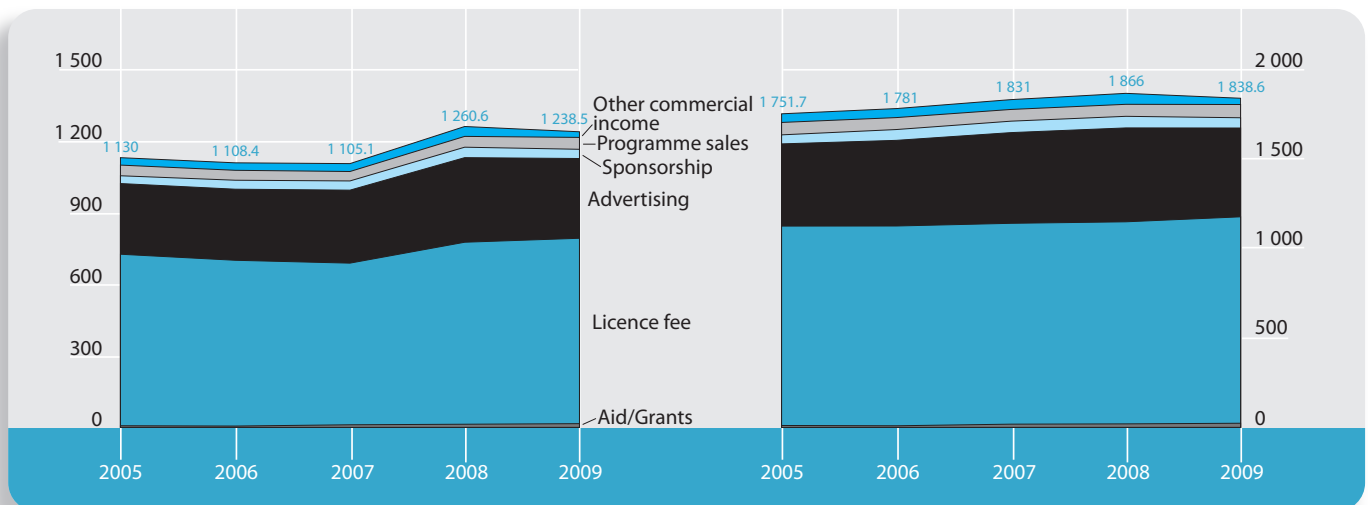
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	795.0	793.0	827.1	768.6	48.9%	48.3%	48.8%	46.6%	-7.1%
Costs of personnel	727.6	766.9	776.8	784.7	44.8%	46.7%	45.8%	47.6%	1.0%
Depreciation	102.8	82.6	91.1	96.7	6.3%	5.0%	5.4%	5.9%	6.1%
Operating expenditure	1 625.4	1 642.5	1 695.0	1 650.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-2.7%

Net result	-23.8	-17.2	-79.3	-47.4					-40.2%
Operating margin (%)	-1.66	-0.82	-4.23	-2.74					

Source: SRG SSR idée suisse, European Audiovisual Observatory

EUR million.

CHF million.



In %.

T.1.CH.4
G.1.CH.2

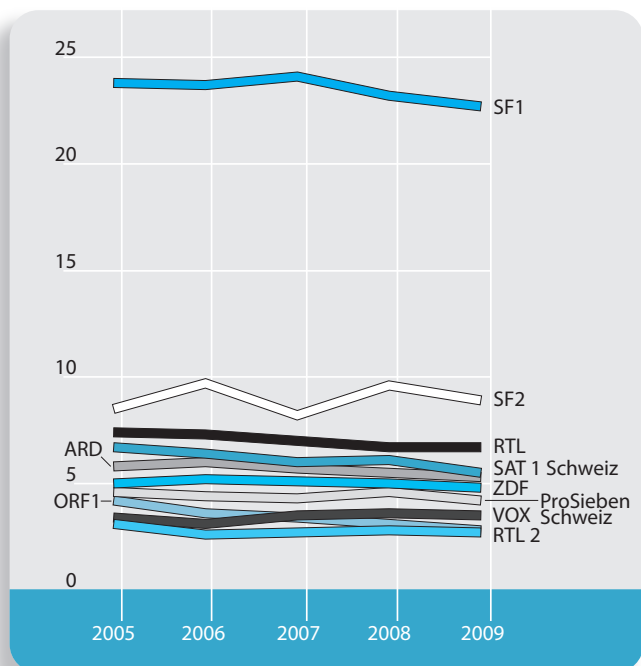
TV audience market share in German-speaking Switzerland 2005-2009 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
SF1	23.8	23.7	24.1	23.2	22.7	32.9	32.2	32.6	31.4	31.0
SF2	8.5	9.7	8.2	9.6	8.9	8.6	9.6	7.5	9.4	8.8
SF info	1.0	1.1	1.2	1.4	1.6	0.7	0.8	0.9	1.1	1.3
3sat	1.0	1.0	1.1	1.1	1.2	0.9	0.9	1.0	1.0	1.1
TSR1	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4
RSI La 1 (ex TSI1)	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Swiss public channels	34.9	35.9	35.1	35.8	34.8	43.5	43.9	42.4	43.3	42.7
SAT 1 Schweiz	6.7	6.4	6.0	6.1	5.5	4.7	4.6	4.1	4.0	3.7
ProSieben Schweiz	4.6	4.4	4.3	4.6	4.2	3.8	3.7	3.8	4.0	3.8
TELEZ	1.7	1.7	1.7	1.5	1.4	2.2	2.0	2.0	1.8	1.7
Swiss private channels	13.0	12.5	12.0	12.2	11.1	10.7	10.3	9.9	9.8	9.2
ARD	5.8	6.0	5.7	5.5	5.3	6.1	6.1	6.1	5.8	5.6
ZDF	5.0	5.2	5.1	5.0	4.8	5.0	5.1	5.0	4.9	4.8
ORF1	4.2	3.6	3.4	3.1	2.8	3.6	3.2	3.0	2.7	2.4
ORF2	2.2	2.3	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	1.2	1.1	1.1
SW3	1.6	1.6	1.7	1.6	1.6	1.3	1.4	1.5	1.3	1.3
Bayern 3	1.2	1.3	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2	0.9	1.0
ARTE	-	0.6	0.7	0.8	0.8	-	0.7	0.8	0.8	0.9
KIKA	-	0.7	~	~	~	-	0.4	~	~	~
ARTE / KIKA ①	1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Foreign public channels	21.4	21.3	19.7	18.9	18.1	18.7	19.6	18.8	17.5	17.1
RTL	7.4	7.3	7.0	6.7	6.7	6.3	6.3	6.4	6.3	6.0
VOX	3.4	3.1	3.5	3.6	3.5	3.1	2.8	3.3	3.2	3.2
SuperRTL	3.0	2.8	2.8	3.1	2.6	2.6	2.4	2.3	2.5	2.3
RTL 2	3.1	2.6	2.7	2.8	2.7	2.7	2.3	2.3	2.2	2.2
Kabel Eins	2.5	2.3	2.2	2.3	2.3	2.1	2.2	2.1	2.1	1.9
Eurosport	1.1	1.1	1.1	1.0	0.9	0.7	0.8	0.7	0.6	0.5
MTV	-	-	0.6	0.5	0.5	-	-	0.4	0.3	0.3
DSF	0.6	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5	0.4	0.5	0.4	0.3
N-TV	0.4	0.3	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2
Foreign private channels	21.5	20.0	20.7	20.6	19.9	18.2	17.4	18.1	17.7	16.9
Others	9.2	10.3	12.5	12.5	16.1	8.9	8.8	10.8	11.7	14.1

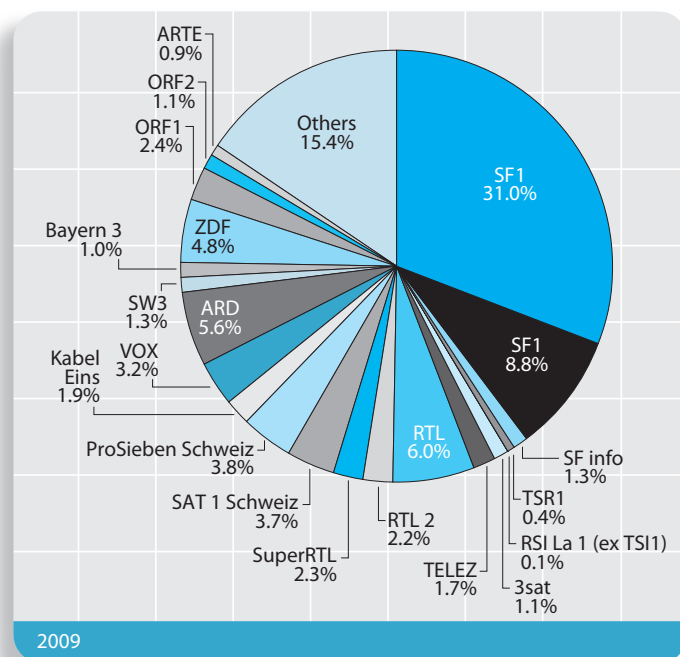
① ARTE and KIKA have been measured separately since 2006.

Source: Eurodata TV Worldwide, Publica Data AG, Telecontrol

Daily share. In %, 3 years +.



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



T.1.CH.5
G.1.CH.3

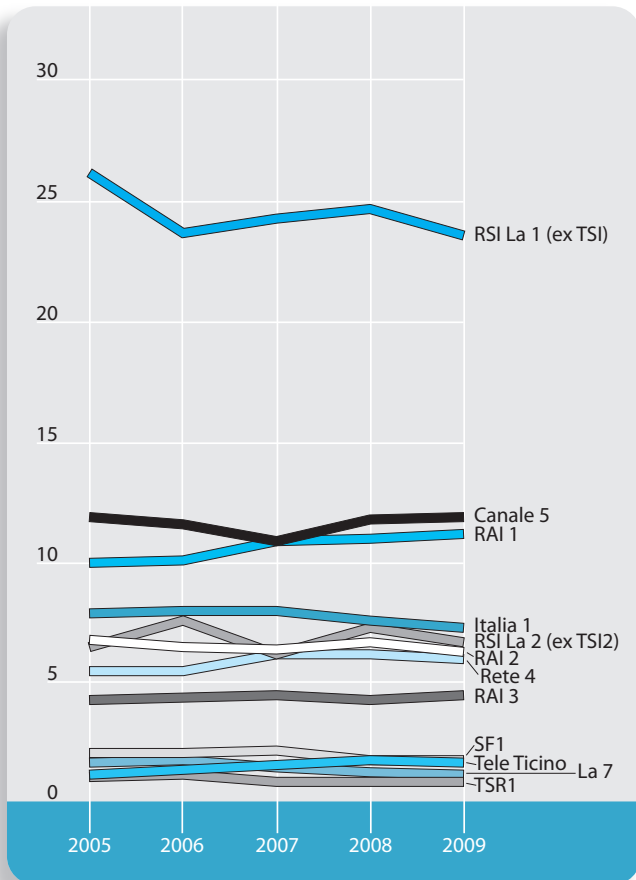
TV audience market share in Italian-speaking Switzerland 2005-2009

In %, 3 years +.

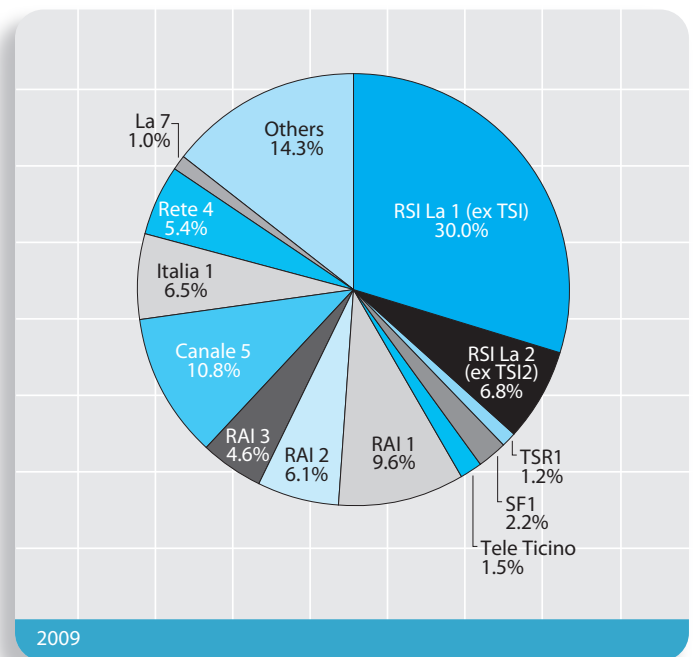
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
RSI La 1 (ex TSI)	26.2	23.7	24.3	24.7	23.6	33.0	31.1	31.6	31.7	30.0
RSI La 2 (ex TSI2)	6.5	7.6	6.2	7.3	6.7	6.4	8.2	6.0	7.7	6.8
TSR1	1.1	1.2	0.9	0.9	0.9	1.3	1.3	1.1	1.1	1.2
SF1	2.1	2.1	2.2	1.8	1.8	2.7	2.8	2.7	2.0	2.2
Swiss public channels	35.9	34.6	33.6	34.7	33.0	43.4	43.4	41.4	42.5	40.2
Tele Ticino	1.2	1.4	1.6	1.8	1.7	1.2	1.4	1.6	1.7	1.5
Swiss private channels	1.2	1.4	1.6	1.8	1.7	1.2	1.4	1.6	1.7	1.5
RAI 1	10.0	10.1	10.9	11.0	11.2	8.8	8.8	9.8	9.0	9.6
RAI 2	6.8	6.5	6.4	6.7	6.3	5.9	5.2	5.3	6.0	6.1
RAI 3	4.3	4.4	4.5	4.3	4.5	4.5	4.6	4.8	4.6	4.6
Foreign public channels	21.1	21.0	21.8	22.0	22.0	19.2	18.6	19.9	19.6	20.3
Canale 5	11.9	11.6	10.9	11.8	11.9	11.5	10.2	10.1	10.5	10.8
Italia 1	7.9	8.0	8.0	7.6	7.3	7.6	8.1	7.6	7.1	6.5
Rete 4	5.5	5.5	6.2	6.2	6.0	4.9	4.7	5.0	5.6	5.4
La 7	1.7	1.8	1.5	1.3	1.2	1.2	1.3	1.1	1.0	1.0
Foreign private channels	27.0	26.9	26.6	26.9	26.4	25.2	24.3	23.8	24.2	23.7
Others	14.8	16.1	16.4	14.6	16.9	11.0	12.3	13.3	12.0	14.3

Source: Eurodata TV Worldwide, Publica Data AG, Telecontrol

Daily share. In %, 3 years +.



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



T.1.CH.6
G.1.CH.4

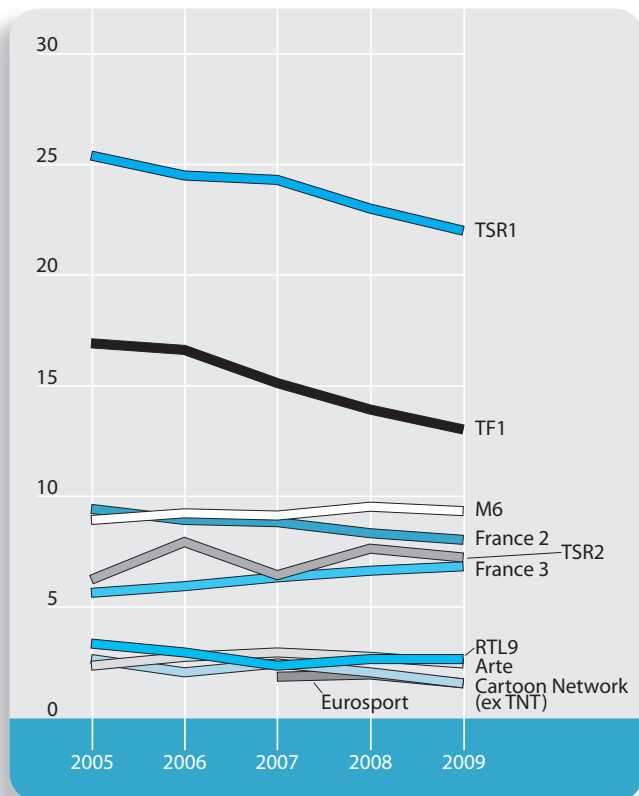
TV audience market share in French-speaking Switzerland 2005-2009

In %, 3 years +.

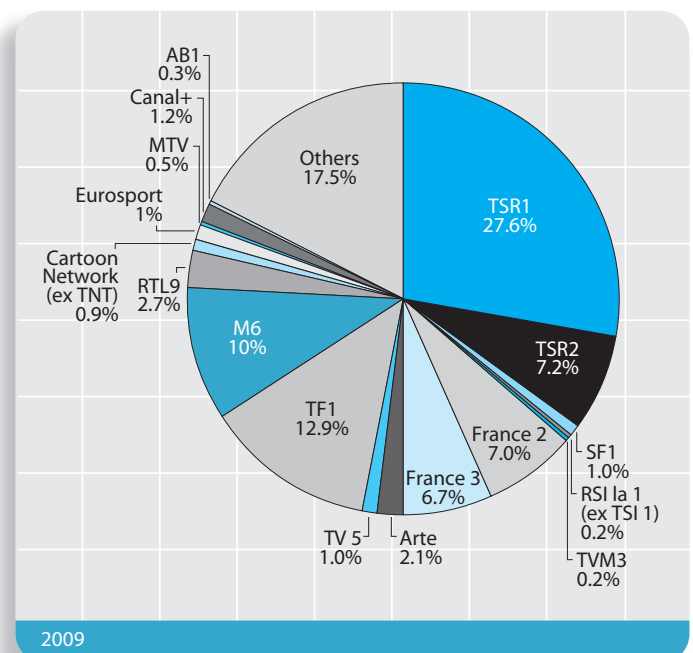
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
TSR1	25.4	24.5	24.3	23.0	22.0	31.6	31.1	30.2	28.7	27.6
TSR2	6.2	7.9	6.4	7.6	7.2	6.5	8.2	6.0	7.8	7.2
SF1	1.2	1.1	0.9	0.8	0.9	1.5	1.1	1.0	0.9	1.0
RSI la 1 (ex TSI 1)	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
Swiss public channels	33.1	33.8	31.9	31.6	30.3	39.9	40.7	37.4	37.6	36.0
TVRL	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
TVM3	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
LMB	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1	~	~	~
Swiss private channels	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
France 2	9.4	8.9	8.8	8.3	8.0	8.0	7.7	7.6	7.0	7.0
France 3	5.6	5.9	6.3	6.6	6.8	5.9	6.0	6.5	6.6	6.7
Arte	2.3	2.7	2.9	2.7	2.4	2.0	2.2	2.4	2.3	2.1
TV5Monde	1.3	1.4	1.5	1.6	1.4	0.9	0.9	1.3	1.4	1.0
Foreign public channels	18.6	18.9	19.5	19.2	18.6	16.8	16.8	17.8	17.3	16.8
TF1	16.9	16.6	15.1	13.9	13.0	16.0	15.6	15.2	13.5	12.9
M6	8.9	9.2	9.1	9.5	9.3	8.6	9.0	9.2	10.2	10.0
RTL9	3.3	2.9	2.3	2.6	2.6	3.2	2.8	2.3	2.4	2.7
Cartoon Network (ex TNT)	2.6	2.0	2.4	2.0	1.5	1.7	1.3	1.5	1.3	0.9
Eurosport	~	~	1.8	1.9	1.5	~	~	1.2	1.2	1.0
MTV	~	~	1.4	1.2	0.8	~	~	1.2	0.9	0.5
Canal+	0.5	0.5	0.6	0.7	1.2	0.5	0.5	0.7	0.8	1.2
AB1	0.7	0.7	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.3	0.2	0.3
Foreign private channels	32.9	31.9	33.1	32.2	30.3	30.5	29.7	31.6	30.5	29.5
Others	15.0	15.1	15.2	16.8	20.6	12.5	12.5	13.0	14.4	17.5

Source: Eurodata TV Worldwide, Publica Data

Daily share. In %, 3 years +.



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



T.1.CH.7
G.1.CH.5

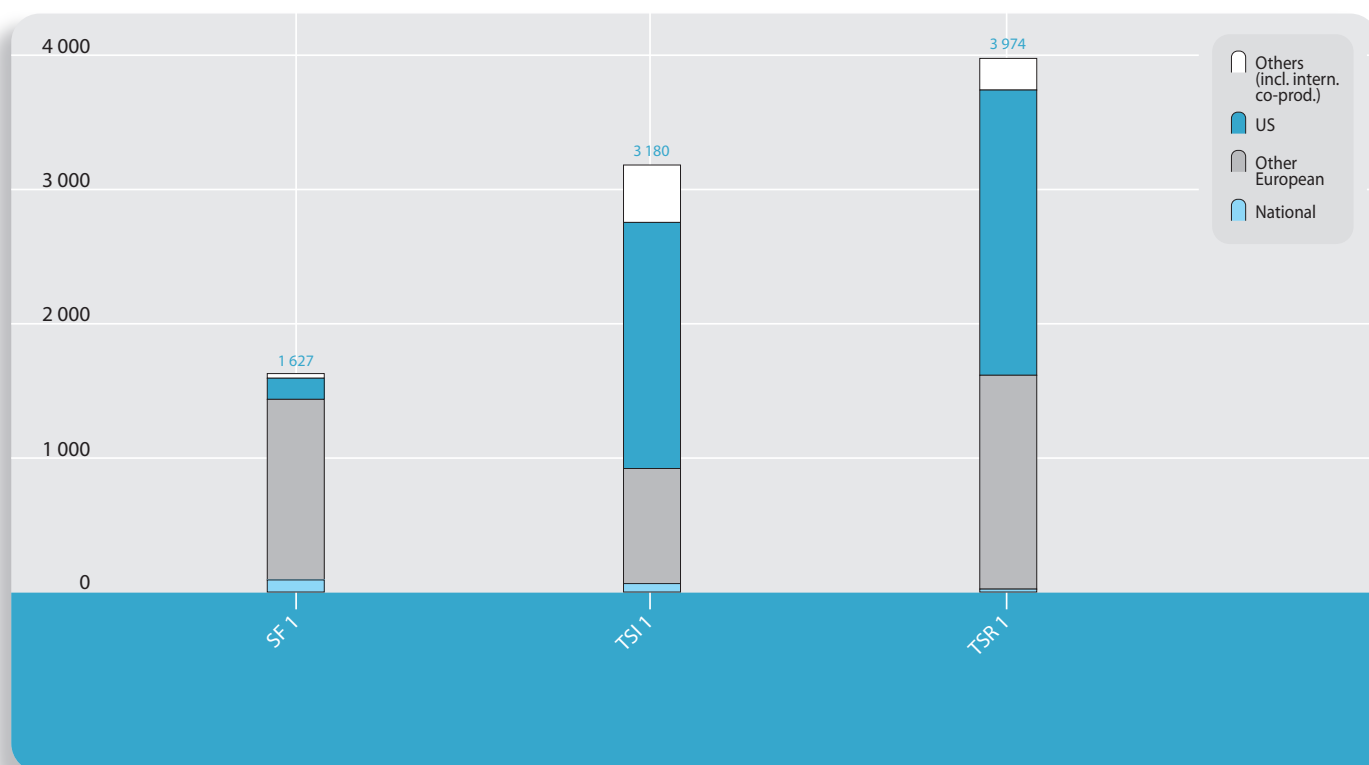
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod. EUR- EUR	Co-prod. EUR- Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
SF 1	853.5	10.5	14.5	106.3	0.0	89.9	151.2	135.2	73.7	14.1	157.3	7.9	3.0	2.1	7.6
TSI 1	277.5	6.6	35.1	53.4	54.9	62.8	67.6	182.6	179.3	307.8	1832.6	17.6	83.8	1.8	16.5
TSR 1	247.5	4.0	645.2	37.2	5.8	21.6	34.9	418.3	199.5	174.0	2124.3	46.6	1.5	5.3	8.3
Total	1378.5	21.1	694.8	196.9	60.8	174.3	253.7	736.1	452.5	495.9	4114.2	72.1	88.3	9.2	32.3

Source: Infomedica

In hours.



The audiovisual landscape in Cyprus is composed of the channels operated by the public broadcaster CYBC (RIK1, RIK2, RIK HD and RIK Sat), two Cypriot private channels (Sigma and CNC plus), the sister channels of the main Greek commercial stations (ANT1 and Mega) and two sets of pay-TV channels (Alfa TV and LTV)

In 2009, for the second time in three years, ANT1 led the market with 19.3% of average daily audiences (+1.9%), followed by Sigma (19%). The most popular public channel (RIK1) was in third position with a 16.5% market share, an increase for the second year running. Mega achieved a stable 11.9%, followed by RIK2 and ET1, the main Greek public channel. The top six channels account for around 75% of daily audiences (+1.5% compared to 2008). In other words, the market remains relatively concentrated in comparison with other European markets, which is partly a result of the small number of homes that subscribe to multi-channel packages.

The multi-channel transmission market is dominated by four distributors. Multivision, with its Nova package, is the only satellite television provider operating in Cyprus, while Cablenet is the only provider on the cable TV market. Cyta and PrimeTel share the ADSL television (IPTV) market. Cyta dominates the market with 37,000 subscribers in December 2009, ahead of the Nova package, and then Primetel.

These services are still only used by a minority of households, with almost two thirds of homes still relying on terrestrial, mainly analogue, television. DTT was launched in spring 2010, when the public broadcaster unveiled a package of five Cypriot and foreign public channels, including one HD channel. After being suspended in early summer 2010, the tendering process for the operation of the private digital platform was completed in August. The Velister Ltd consortium, composed of six private broadcasters and the distributors Primetel and Cablenet, submitted the successful bid of EUR 10 million, a sum considered excessive by some observers.

The operators established in the northern part of the country are not recognised by the Cypriot administrative authorities. The main operators are the Turkish broadcaster Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT1 and BRT2)), which is controlled by the Turkish Cypriot administration, and several local stations, most of which are rebroadcast via satellite.

Le paysage audiovisuel chypriote est composé des chaînes du radiodiffuseur de service public CYBC (RIK1, RIK2, RIK HD et RIK Sat), de deux stations privées chypriotes (Sigma et CNC plus), des chaînes sœurs des principales stations commerciales grecques (ANT1 et Mega) et de deux ensembles de chaînes à péage (Alfa TV et LTV).

En 2009, pour la deuxième fois en trois ans, ANT1 prend la tête du marché avec 19,3 % de part de marché d'audience quotidienne (+1,9 point) devant Sigma (19 %). La première chaîne publique (RIK1) arrive en troisième position avec 16,5 %, en progression pour la seconde année consécutive. Mega affiche sa stabilité à 11,9 %, suivie de RIK2 puis de ET1, la première chaîne publique grecque. Les six premières chaînes rassemblent environ 75 % de l'audience quotidienne (+1,5 point par rapport à 2008). En d'autres termes, le marché demeure relativement concentré en comparaison d'autres marchés européens, ce qui s'explique par la faible pénétration des équipements multichaines.

Le marché de la transmission multichaines est dominé par quatre distributeurs. Multivision, avec son bouquet Nova, est l'unique fournisseur de télévision par satellite opérant à Chypre ; Cablenet est lui aussi seul sur le marché de la télévision par câble. Enfin, Cyta et Primetel se partagent le marché de la télévision par ADSL (IPTV). C'est Cyta qui domine le marché avec 37 000 abonnés en décembre 2009, devant le bouquet Nova puis Primetel.

Ces offres demeurent minoritaires et près de deux tiers des foyers dépendent toujours de la télévision terrestre, largement transmise encore par voie analogique. La TNT a fait ses débuts au printemps 2010 avec l'inauguration par le radiodiffuseur public d'une offre composée de 5 chaînes publiques, chypriotes et internationales, dont une chaîne HD. Après avoir été suspendu au début de l'été 2010, l'appel d'offre pour l'attribution de la gestion de la plate-forme numérique privée a été mené à son terme en août. C'est le consortium Velister Ltd, composé de six radiodiffuseurs privés et des distributeurs Primetel et Cablenet, qui a emporté les enchères avec une offre à 10 millions d'euros, une somme jugée élevée par certains observateurs.

Les opérateurs établis dans la partie nord ne sont pas reconnus par l'administration chypriote. Il s'agit principalement de l'organisme de radiotélévision en turc BRT (BRT1 et BRT2), sous le contrôle de l'administration chypriote-turque, ainsi que de plusieurs stations locales, dont la plupart sont retransmises par satellite.

Die Fernsehlandschaft Zyperns setzt sich zusammen aus den Sendern des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters CYBC (RIK1, RIK2, RIK HD und RIK Sat), zwei zyprischen Privatkanälen (Sigma und CNC plus), Schwesterunternehmen der wichtigsten griechischen Privatsender (ANT1 und Mega) und zwei Pay-TV-Gesellschaften (Alfa TV und LTV).

ANT1 war 2009 zum zweiten Mal in drei Jahren Marktführer mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 19,3 % (+1,9 %) vor Sigma (19 %). Das erste öffentlich-rechtliche Programm (RIK1) kam mit 16,5 % auf den dritten Platz und verbesserte sich damit nach 2008 erneut. Mega stabilisierte sich bei 11,9 % vor RIK2 und dem ersten öffentlich-rechtlichen Programm aus Griechenland ET1. Die sechs führenden Sender erzielten gemeinsam etwa 75 % der täglichen Einschaltquoten (+1,5 % gegenüber 2008). Der Markt wurde also weiterhin von relativ wenigen Unternehmen beherrscht, was auf die schwache Durchdringung mit Multikanalgeräten zurückzuführen ist.

Der Markt für Multikanalfernsehen wird von vier Betreibern beherrscht. So ist Multivision mit seinem Bouquet Nova der einzige Satellitenfernsehanbieter Zyperns und auf dem Kabelfernsehmarkt steht Cablenet alleine. Den Markt für ADSL-Fernsehen (IPTV) teilen sich zwei Betreiber, Cyta und Primetel. Dabei dominierte Cyta den Markt mit 37 000 Abonnenten im Dezember 2009 vor Nova und Primetel.

Diese Angebote machten weiterhin nur den kleineren Teil aus und fast zwei Drittel der Haushalte empfangen nur terrestrisches Fernsehen, das auch noch weitgehend analog verbreitet wird. DVB-T gibt es seit Frühjahr 2010, als das öffentlich-rechtliche Rundfunkunternehmen sein Angebot aus fünf öffentlich-rechtlichen zyprischen und internationalen Sendern startete, darunter ein HD-Dienst. Die Ausschreibung für den Betrieb der privaten digitalen Plattform, die zu Beginn des Sommers 2010 zunächst ausgesetzt worden war, wurde im August zum Abschluss gebracht. Das Konsortium Velister Ltd (sechs private Rundfunkveranstalter sowie Primetel und Cablenet) bekam den Zuschlag für sein Angebot über 10 Mio. EUR, einen von manchen Beobachtern als hoch bewerteten Betrag. Die im Norden der Insel ansässigen Betreiber werden von der Regierung Zyperns nicht anerkannt. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die Rundfunkanstalt Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT1 und BRT2), die von der türkisch-zyprischen Verwaltung kontrolliert wird, sowie um mehrere Lokalsender, von denen die meisten per Satellit übertragen werden.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants) ①		–	803	Cyprus Statistical Service
Households ①		–	281	Cyprus Statistical Service
TV households		100%	281	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		3%	9	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		0%	1	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		8%	22	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		8%	22	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		22%	63	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		5%	15	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		36%	101	European Audiovisual Observatory
Households with PC		72%	203	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		50%	142	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

① Government controlled area.

TV channels distributors	10.10	Companies
Cable operators	1	Cablenet
Satellite packagers	1	Multichoice Cyprus (Nova package)
IPTV packagers	2	Cyta, Primetel
DTT multiplex operator	2	Cyprus Broadcasting Corporation (free platform), Velister Ltd (pay platform - to be launched)
Mobile phone TV packagers	1	MTN Cyprus

TV channels established in the country by kind of transmission	10.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	6	9
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			19	19
Regional/Local			10	10
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		1	6	7
Total		4	41	45
Northern part		2	7	9

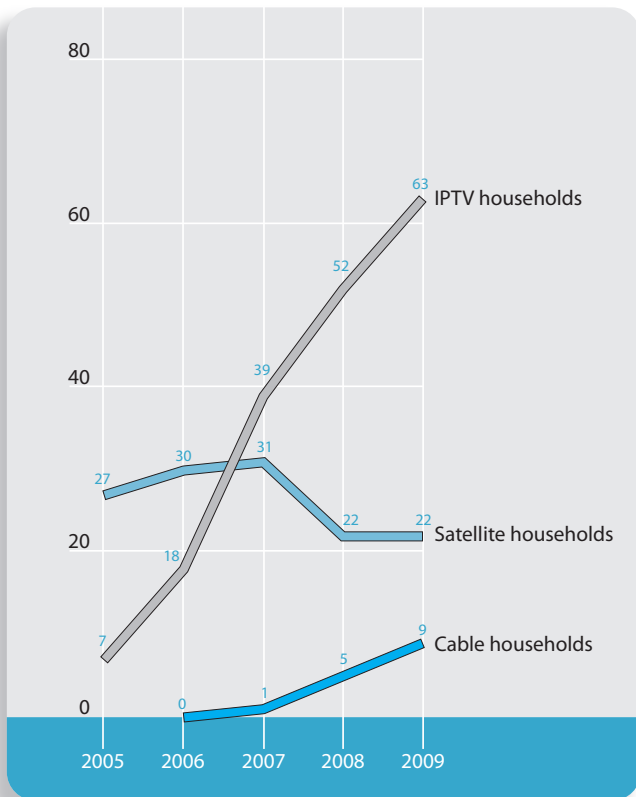
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Analogue terrestrial	Free digital terrestrial	Cable Cablenet	Satellite Nova Cyprus	IPTV CytaVision	IPTV Primetel
Generalist - national		6	3	6	1	6	6
Generalist - foreign					6	1	
Adult				1	3	1	4
Children				5	4	5	5
Culture/ education/ documentary				3	1	5	6
Minority interest groups				1		1	1
Entertainment/ TV fiction/ games				3	5	6	5
Film		1		2	4	5	8
Home shopping						1	
International linguistic and cultural			1	5	3	3	
Lifestyle/ specific leisure/ travel				5	3	4	5
Music				5	5	3	6
News/ business			1	14	19	7	11
Parliament/ government/ administration					1	1	1
Regional/ local				3	2	3	3
Religion				2		1	
Sports		1		7	36	16	16
Various					3		
Total		8	5	62	96	69	77

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

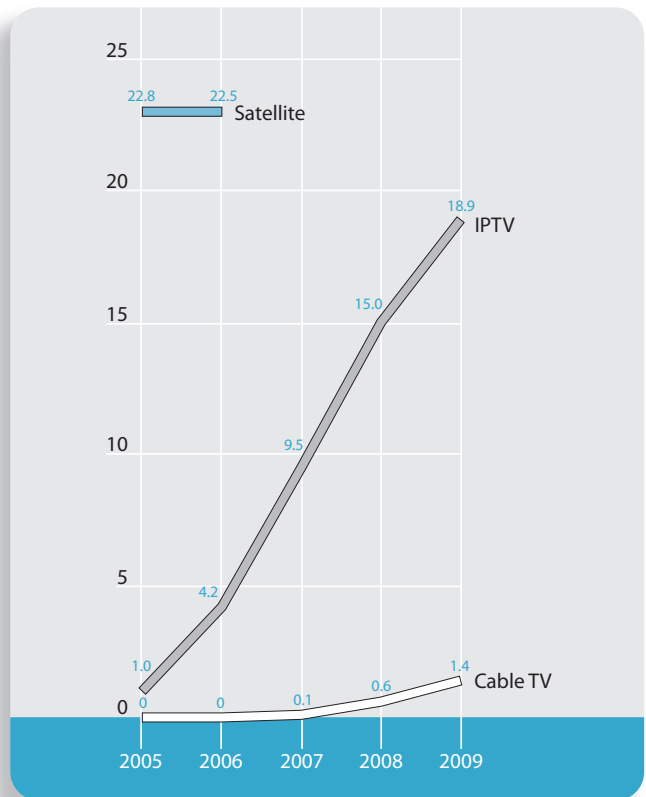
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

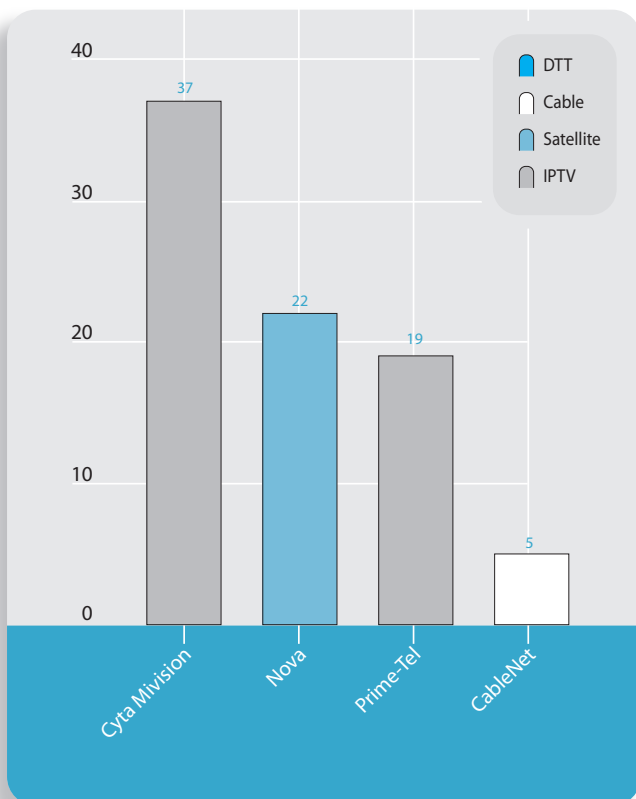
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

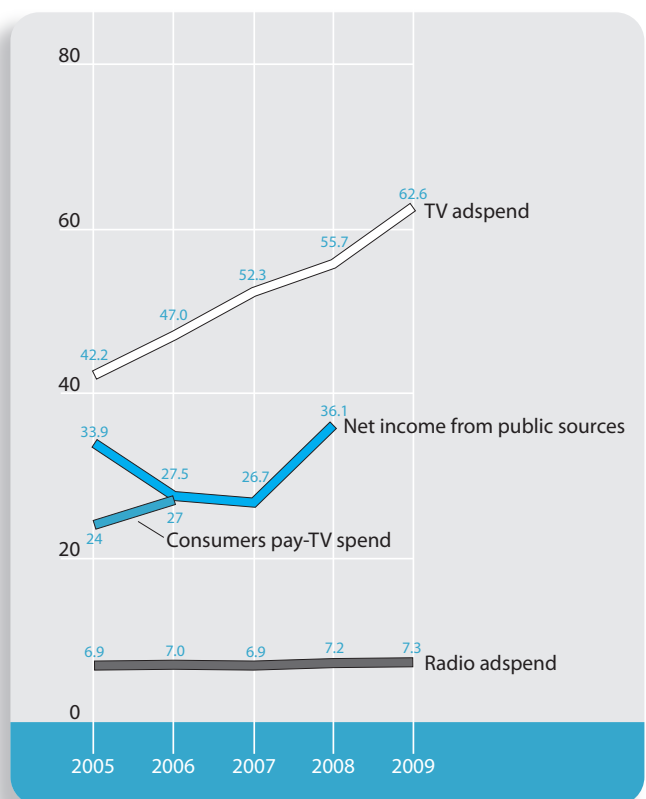
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and CyBC

T.1.CY.1

Operating revenues of the main television companies in Cyprus 2006-2009

EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
CyBC	sptv	RIK1, RIK2	32.2	32.7	43.3	~	~
Sigma Radio TV	adtv	Sigma	~	~	~	~	~
Lumiere TV Public Company	thtv	LTV, LTV Sports,...	20.0	~	~	~	~

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Cyprus Telecommunications Authority (CYTA) ①	3play	Cyta TV	425.8	453.6	484.3	~	~
MTN Cyprus Ltd ①	3G TV	MTN Live TV	~	39.5	56.2	~	~
Primetel PLC ①	3play	Prime-tel TV	~	~	24.5	15.7	-35.9%
Multichoice (Cyprus) Ltd	sat-tv	Nova TV	22.5	12.6	~	~	~
Cablenet ①	3play	Cablenet TV	~	~	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.CY.2
G.1.CY.1

TV audience market share in Cyprus 2005-2009

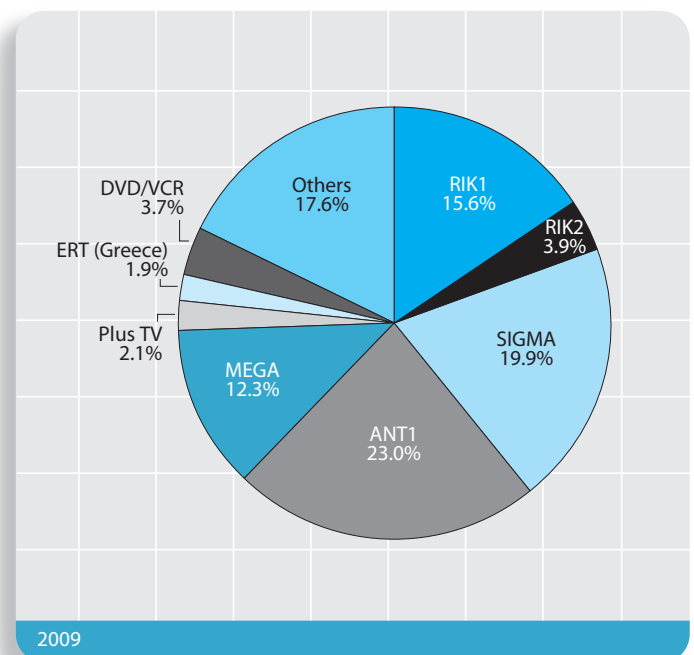
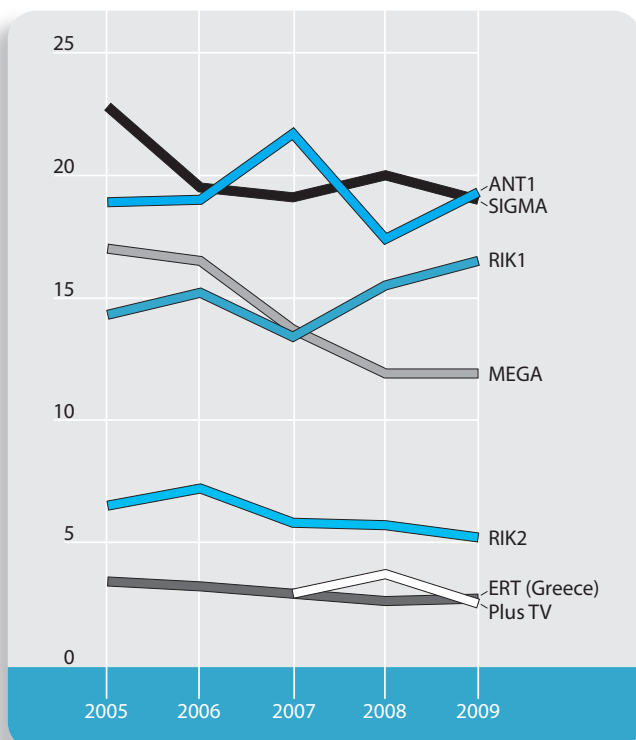
In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
RIK1	14.3	15.2	13.4	15.5	16.5	13.9	14.7	13.2	15.1	15.6
RIK2	6.5	7.2	5.8	5.7	5.2	3.8	4.2	3.7	3.0	3.9
Cyprus public channels	20.8	22.4	19.2	21.2	21.7	17.7	18.9	16.9	18.1	19.5
SIGMA	22.8	19.5	19.1	20.0	19.0	28.6	23.7	22.1	24.1	19.9
ANT1	18.9	19.0	21.7	17.4	19.3	17.2	20.0	23.5	20.4	23.0
MEGA	17.0	16.5	13.7	11.9	11.9	20.3	19.8	15.2	12.1	12.3
Plus TV			2.9	3.7	2.5			2.5	3.0	2.1
Cyprus private channels	58.7	55.0	57.4	53.0	52.7	66.1	63.5	63.3	59.6	57.3
ERT (Greece)	3.4	3.2	2.9	2.6	2.7	2.5	2.1	1.9	1.5	1.9
DVD/VCR	1.8	2.6	4.2	3.5	4.0	1.5	2.2	4.0	3.1	3.7
Others	15.3	16.8	16.3	19.7	18.9	12.2	13.3	13.9	17.7	17.6

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.

Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +.



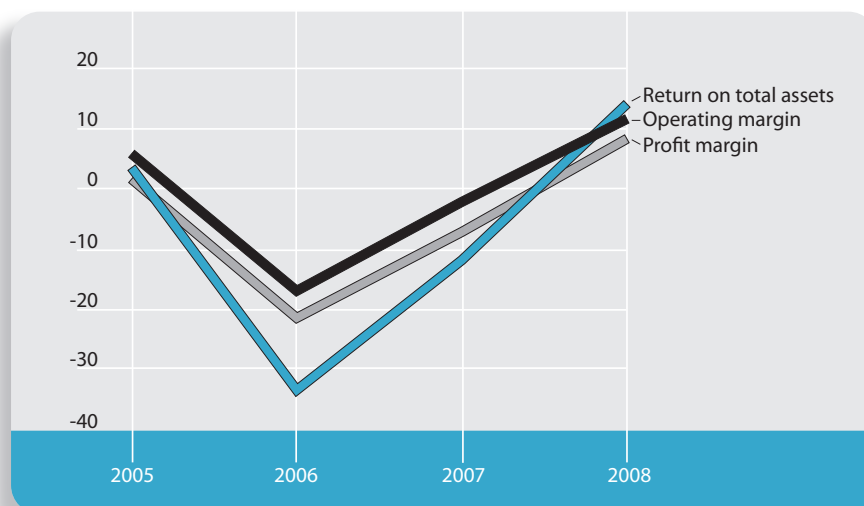
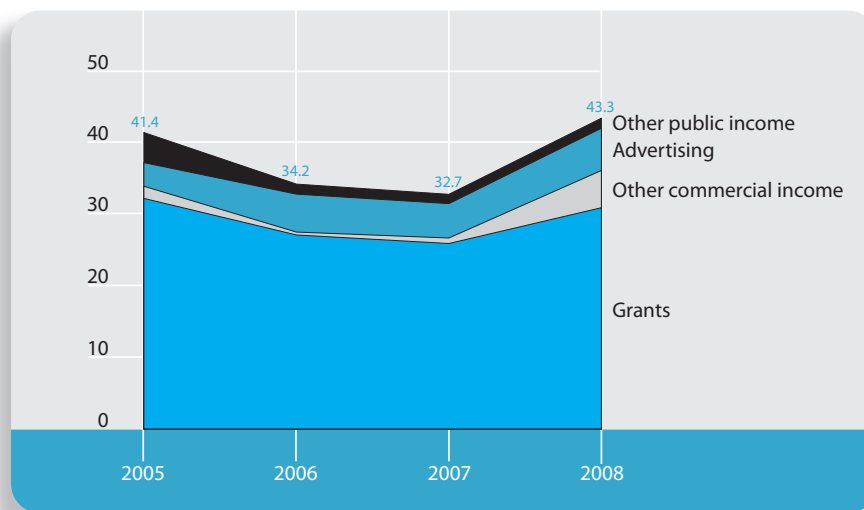
T.1.CY.3
G.1.CY.2CyBC financial situation
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	33.9	27.5	26.7	36.1	89.1%	85.4%	81.4%	83.3%	35.5%
- Grants	32.2	27.1	25.9	30.9	84.7%	84.2%	79.1%	71.3%	19.3%
- Others	1.7	0.4	0.77	5.2	4.5%	1.2%	2.4%	12.1%	579.4%
Total commercial income	7.4	6.6	6.1	7.22	19.5%	20.5%	18.6%	16.7%	18.9%
- Advertising	3.3	5.3	4.8	5.9	8.7%	16.5%	14.6%	13.5%	22.2%
- Others	4.2	1.4	1.3	1.4	11.0%	4.3%	3.9%	3.1%	6.2%
TOTAL	38.0	32.2	32.7	43.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	32.4%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	18.6	18.2	16.6	19.8	51.9%	48.4%	49.8%	51.8%	19.2%
Costs of personnel	15.8	18.1	15.3	16.9	44.2%	48.1%	45.9%	44.2%	10.3%
Depreciation	1.4	1.4	1.5	1.6	4.0%	3.6%	4.4%	4.0%	5.9%
Operating expenditure	35.8	37.6	33.4	38.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	14.7%

Net result	0.4	-7.1	-2.6	3.7					-242.3%
Operating margin (%)	5.8	-17.0	-2.2	11.6					

Source: European Audiovisual Observatory



In the Czech Republic, the television market continues to be dominated by the private channel Nova TV (Central European Media Enterprises), which in 2009 had a market share of 37.9% (down 3% since 2006). The main channel of the public service broadcaster Czech Television, CT1, has a reasonably steady share with 19% (down from 21.5% in 2006). In third place is the private channel Prima TV (Modern Times Group), which had a share in 2009 of 16.5% (down from 20.2% in 2006).

All the main operators have launched additional channels over the past 3-4 years. The Nova TV family channels include Nova Sport and Nova Cinema (and the main channels are also broadcasting in HD). The public service broadcaster has a sport and a news channel (CT 4 Sport and CT 24), and has also launched a HD channel (CT HD). Prima TV launched two entertainment channels in 2009: Prima Cool targeting men, and R1, which targets women. R1 has not yet officially launched but shares channel space with Prima Cool on the DTT network. It currently provides a space for the R1 regional channels network established in 2008

The transition to digital terrestrial television in the Czech Republic has taken off despite the previous set-backs. The original licensing process was challenged in court in 2006. However, following new legislation in 2007, the licenses were restored for six digital television services until the end of transition. The licences of the largest private broadcasting companies, TV Nova and Prima TV, were also made valid under the digital regime and were extended by eight years. Both broadcasters can obtain a further (bonus) licence when they give up their analogue capability.

In April 2008, the government approved the transition plan submitted by the Czech telecommunications regulator, Český Telekomunikační (CTU), providing for the analogue signal to be switched off completely nationwide by November 2011, except some areas, which for technical reasons will make the switch in 2012. There are four DTT Multiplexes in operation (with 14 television channels available). Two are operated by Ceske Radiokomunikace (one dedicated to the public service broadcaster). One is operated by the Czech Digital Group CDG and the fourth by Telefónica O2. It was announced in September 2010 that the multiplex of the Czech Digital Group was to be sold.

The process of digitisation has been developing rapidly in the Czech Republic. In August 2010 only 15% of households relied on analogue terrestrial television. 41% of households were using digital terrestrial television while 28.9% received satellite, and 24.3% had cable or IPTV services.

En République tchèque, le marché télévisuel reste dominé par la chaîne privée Nova TV (Central European Media Enterprises) qui, en 2009, a une part de marché de 37,9 % (en baisse de 3 points depuis 2006). La principale chaîne du radiodiffuseur de service public Czech Television, CT1, a une part assez stable de 19 % (contre 21,5 % en 2006). La troisième position est occupée par la chaîne privée Prima TV (Modern Times Group), avec une part de 16,5 % (contre 20,2 % en 2006).

Ces 3 à 4 dernières années, tous les principaux opérateurs ont lancé des chaînes supplémentaires. Les chaînes de la famille Nova TV incluent Nova Sport et Nova Cinema (les principales chaînes étant également diffusées en HD). Outre une chaîne sportive et une autre d'information (CT 4 Sport et CT 24), le radiodiffuseur de service public a également une chaîne HD (CT HD). Prima TV a lancé deux chaînes de divertissement en 2009 : Prima Cool ciblant les hommes et R1 s'adressant aux femmes. R1 n'est pas encore officiellement lancée et partage le canal de Prima Cool sur le réseau TNT, qui accueille actuellement le réseau de chaînes régionales R1 créé en 2008.

Le passage à la télévision numérique terrestre en République tchèque se concrétise malgré les revers des dernières années. Le processus original d'octroi de licence a été contesté devant les tribunaux en 2006. Cependant, à la suite d'une nouvelle loi en 2007, les licences ont été restaurées pour six services de télévision numérique jusqu'à la fin de la transition. Les licences des plus grandes sociétés de radiodiffusion privées, TV Nova et Prima TV, ont également été validées en vertu du régime numérique et prolongées de huit ans. Chacun des diffuseurs peut, à condition de rendre ses capacités analogiques, se voir délivrer une licence (bonus) supplémentaire.

En avril 2008, le Gouvernement a approuvé le plan de transition présenté par le régulateur tchèque des télécommunications, Český telekomunikační Úrad (ČTU), prévoyant une extinction complète du signal analogique en novembre 2011 pour tout le territoire, à l'exception de quelques régions, qui pour des raisons techniques seront autorisées à effectuer leur transition en 2012. Quatre multiplex TNT sont en service (soit 14 chaînes de télévision). Deux sont gérés par Ceske Radiokomunikace (un étant dédié au radiodiffuseur de service public). Le troisième appartient au Czech Digital Group CDG et le quatrième à Telefónica O2. La future vente du multiplex du groupe Czech Digital a été annoncée en septembre 2010.

Le processus de numérisation se développe rapidement en République tchèque. En août 2010, seuls 15 % des foyers utilisaient la télévision terrestre analogique,

In der Tschechischen Republik wird der Fernsehmarkt nach wie vor vom Privatsender Nova TV (Central European Media Enterprises) beherrscht, der 2009 einen Marktanteil von 37,9 % (minus 3 % seit 2006) erreicht hat. Der größte öffentlich-rechtliche Sender CT1 erzielt mit 19 % (gegenüber 21,5 % 2006) ein relativ stabiles Ergebnis. Auf Platz 3 landet der Privatsender Prima TV (Modern Times Group) mit einem Marktanteil von 16,5 % (gegenüber 20,2 % 2006).

Alle großen Betreiber haben in den vergangenen drei bis vier Jahren weitere Kanäle gestartet. Zur Sendergruppe Nova TV gehören Nova Sport und Nova Cinema (die wichtigsten Kanäle senden auch in HD). Der öffentlich-rechtliche Sender betreibt einen Sportkanal und einen Nachrichtenkanal (CT 4 Sport bzw. CT 24) und bietet nun ebenfalls einen HD-Kanal an (CT HD). Prima TV hat 2009 zwei Unterhaltungskanäle gestartet: Prima Cool für Männer und R1 für Frauen. R1 hat offiziell seinen Betrieb noch nicht aufgenommen, teilt sich aber bereits einen Kanal mit Prima Cool im DVB-T-Netz. R1 stellt derzeit Sendeplätze für die 2008 gegründeten R1-Regionalkanäle zur Verfügung.

Die Umstellung auf das digitale Antennenfernsehen ist trotz einiger Rückschläge auf einem guten Weg. Das ursprüngliche Lizenzverfahren wurde 2006 von einem Gericht gekippt. Nach einer Gesetzesänderung im Jahr 2007 erhielten jedoch sechs DVB-T-Dienste ihre Lizenzen bis zum Ende der Übergangsphase zurück. Die Lizenzen für die zwei größten privaten Rundfunkveranstalter, TV Nova und Prima TV, wurden ebenfalls auf den Digitalbetrieb ausgedehnt und um weitere acht Jahre verlängert. Jeder Sendeveranstalter kann eine zusätzliche (Bonus-) Lizenz erhalten, vorausgesetzt, die analogen Frequenzen werden zurückgegeben.

Im April 2008 hat die Regierung dem Übergangsplan der tschechischen Regulierungsbehörde, Český telekomunikační Úrad (ČTU), zugestimmt, der die vollständige landesweite Abschaltung der analogen Signale für November 2011 vorsieht, mit Ausnahme von einigen Regionen, in denen die Übergangsphase aus technischen Gründen bis 2012 dauern kann. Derzeit sind vier DVB-T-Multiplexe (bzw. 14 Fernsehsender) in Betrieb. Zwei werden von Ceske Radiokomunikace (davon einer für den öffentlich-rechtlichen Sender), einer von der Czech Digital Group (CDG) und der letzte von Telefónica O2 betrieben. Im September 2010 wurde bekannt gegeben, dass der Multiplex der Czech Digital Group zum Verkauf ansteht.

Die Digitalisierung des Fernsehens in der Tschechischen Republik schreitet schnell voran. Laut Angaben waren im August 2010 nur 15 % der Haushalte auf das analoge Antennenfernsehen angewiesen. 41 % der Haushalte nutzten DVB-T, 28,9 %

The market for satellite (DTH) services in the Czech Republic is very competitive with four services available. Most operators provide the same service to both the Czech Republic and the Slovak Republic. The "Skylink" package (TradeTec and Towercom) had over 1 million customers by mid 2010, of which 715 000 were in the Czech Republic. "CS Link", one of its main competitors has approximately 350 000 Czech subscribers. Press reports in October 2010 suggested that these two companies may be planning to merge. In August 2010, the "Digi TV" package (controlled by Romanian cable network operator RCS/RDS) had between 250 000 and 300 000 customers in the Czech Republic. UPC Direct (Liberty Global) had 95 000 subscribers in June 2010. Also in October 2010, there were press reports suggesting that a fifth DTH service would be launched in the Czech Republic in January 2011 by T-Mobile. T-Mobile would share some of the satellite capacity of the Skylink platform.

The digitisation of cable networks has also developed rapidly. Liberty Global, through its subsidiary UPC Czech, has the majority of the country's subscribers. In June 2010, it had approximately 530 700 subscribers and of these 75% had digital services. In addition, data from the CAEC (Czech Association of Electronic Communications) claimed that by October 2010, 75% of cable homes in the Czech Republic had digital services.

IPTV has taken off in the Czech Republic with a total of 5 competing offers. The telecommunications operator O2 Czech Republic, a subsidiary of the Spanish group Telefonica, launched an IPTV platform in Autumn 2006. "O2 TV", had approximately 133 000 subscribers in June 2010 (almost double that of June 2008). The other offers include: the T-Systems (subsidiary of Deutsche Telekom) "ViaTV" service; Rio Media Group (Mattes AD) with the "822.tv" service; Smartcomp and Maxprogress. Screen Digest data for the end of 2009 claimed there were 171 000 IPTV households in the Czech Republic.

Regarding recent legal developments, in June 2010 the Czech Parliament adopted new media legislation in order to implement the Audiovisual Media Services Directive (AVMS). Providers of audiovisual on demand services are obliged to register with the Council for Radio and Television Broadcasting.

41 % des foyers disposaient de la télévision numérique terrestre, 28,9 % de services de câble et 24,3 % de services de satellite ou IPTV.

En République tchèque, le marché des services par satellite (DTH), très concurrentiel, compte quatre plates-formes. La plupart des opérateurs fournissent le même service en République tchèque et en République slovaque. Le bouquet « Skylink » (TradeTec et Towercom) compte plus de 1 million de clients mi-2010, dont 715 000 en République tchèque. « CS Link », l'un de ses principaux concurrents, revendique environ 350 000 abonnés tchèques. En octobre 2010, la presse a parlé d'une éventuelle fusion de ces deux sociétés. En août 2010, le bouquet « Digi TV » (contrôlé par le câblo-opérateur roumain RCS/RDS) compte entre 250 000 et 300 000 clients en République tchèque. UPC Direct (Liberty Global) revendique 95 000 abonnés en juin 2010. Toujours en octobre 2010, la presse a parlé du lancement, par T-Mobile, d'un cinquième service DTH en janvier 2011. T-Mobile partagerait une partie de la capacité satellite de la plate-forme Skylink.

La numérisation des réseaux câblés s'est également développée rapidement. Liberty Global, via sa filiale tchèque UPC, compte le plus grand nombre d'abonnés. En juin 2010, elle avait environ 530 700 abonnés, dont 75 % à l'offre numérique. En outre, les données de la CAEC (Association tchèque des communications électroniques) indiquent que 75 % des foyers câblés en République tchèque sont abonnés à des services numériques en octobre 2010.

Avec 5 offres au total, l'IPTV s'installe en République tchèque. L'opérateur de télécommunications O2 Czech Republic, filiale du groupe espagnol Telefonica, a lancé à l'automne 2006 une plate-forme IPTV. « O2 TV », comptait quelque 133 000 abonnés en juin 2010 (presque le double par rapport à juin 2008). Les autres offres incluent : T-Systems (filiale de Deutsche Telekom) avec le service « ViaTV », Rio Media Group (Mattes AD) avec le service « 822.tv », Smartcomp et Maxprogress. Les données Screen Digest de fin 2009 indiquent 171 000 foyers IPTV dans le pays.

En ce qui concerne l'évolution juridique récente, en juin 2010, le Parlement tchèque a adopté une nouvelle loi sur les médias afin de mettre en œuvre la Directive Services de médias audiovisuels (SMAV). Les fournisseurs de services audiovisuels à la demande sont tenus de s'inscrire auprès du Conseil de la radiodiffusion et de la télédiffusion.

Kabeldienste und 24,3 % Satelliten- oder IPTV-Dienste.

Der tschechische Markt für Satelliten-dienste (DTH) ist mit vier verfügbaren Diensten sehr umkämpft. Die meisten Betreiber bieten den gleichen Dienst sowohl in der Tschechischen Republik als auch in der Slowakei an. Das „Skylink“-Paket (TradeTec und Towercom) hatte Mitte 2010 über eine Million Kunden, davon 715 000 in der Tschechischen Republik. Die Plattform „CS Link“, einer der größten Wettbewerber, kommt auf ca. 350 000 tschechische Abonnenten. Laut Presseberichten vom Oktober 2010 denken die beiden Unternehmen möglicherweise über eine Fusion nach. Der Dienst „Digi TV“ (unter der Kontrolle des rumänischen Kabelnetzbetreibers RCS/RDS) hatte im August 2010 zwischen 250 000 und 300 000 Kunden in der Tschechischen Republik. UPC Direct (Liberty Global) hatte im Juni 2010 95 000 Abonnenten. Im Oktober 2010 gab es auch Presseberichte, wonach in der Tschechischen Republik im Januar 2011 ein fünfter DTH-Dienst (von T-Mobile) an den Start gehen soll. T-Mobile würde sich zu diesem Zweck Satellitenkapazitäten mit der Plattform Skylink teilen.

Die Digitalisierung der Kabelnetze hat ebenfalls rasche Fortschritte gemacht. Die meisten Abonnenten hat (über seine tschechische Tochter UPC) der Konzern Liberty Global. Im Juni 2010 waren es ca. 530 700, von denen 75 % digitale Dienste nutzen. Laut Zahlen der CAEC (Czech Association of Electronic Communications) haben 75 % der Kabelhaushalte in der Tschechischen Republik Zugang zu digitalen Diensten (Stand Oktober 2010).

IPTV hat sich mit inzwischen fünf konkurrierenden Angeboten ebenfalls in der Tschechischen Republik etabliert. Der Telekom-Betreiber O2 Czech Republic, eine Tochter der spanischen Telefónica, hat im Herbst 2006 einen IPTV-Dienst gestartet. Im Juni 2010 hatte „O2 TV“ rund 133 000 Abonnenten (fast doppelt so viel wie im Juni 2008). Zu den weiteren Anbietern gehören: T-Systems (Tochter der Deutschen Telekom) mit dem Dienst „ViaTV“, die Rio Media Group (Mattes AD) mit dem Dienst „822.tv“, Smartcomp und Maxprogress. Ende 2009 gab es laut Zahlen von Screen Digest 171 000 IPTV-Haushalte in der Tschechischen Republik.

Was die aktuelle rechtliche Entwicklung betrifft, so hat das tschechische Parlament zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) im Juni 2010 ein neues Mediengesetz verabschiedet. Demnach sind die Anbieter von audiovisuellen On-Demand-Diensten verpflichtet, sich beim Rundfunkrat registrieren zu lassen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	10 510	Eurostat
Households		–	4 366	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.2%	4 244	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		19.7%	858	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		9.6%	418	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		30.3%	1 325	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		11.8%	515	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		3.9%	171	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		20.6%	900	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		45.9%	2 004	European Audiovisual Observatory
Households with PC		49.5%	2 161	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		41%	1 805	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	16	Screen Digest
Mobile broadcast TV receivers		–	20	Screen Digest

TV channels distributors	10.10	Companies
Cable operators	28	Kabelova Televize Prerov, Kabelova Televize Trinec, Satt, Selfservis, UPC,...
Satellite packagers	4	Digi Czech Republic, Media Vision, Trade Tec, UPC
IPTV packagers	5	Rio Media Group, Smat comp, Telefonica O2, T-System
DTT multiplex operators	4	Czech Digital Group, Radiocumikace, Telefonica O2, (Rio Media using DTT to broadcast cable package)
Mobile TV operators	0	–

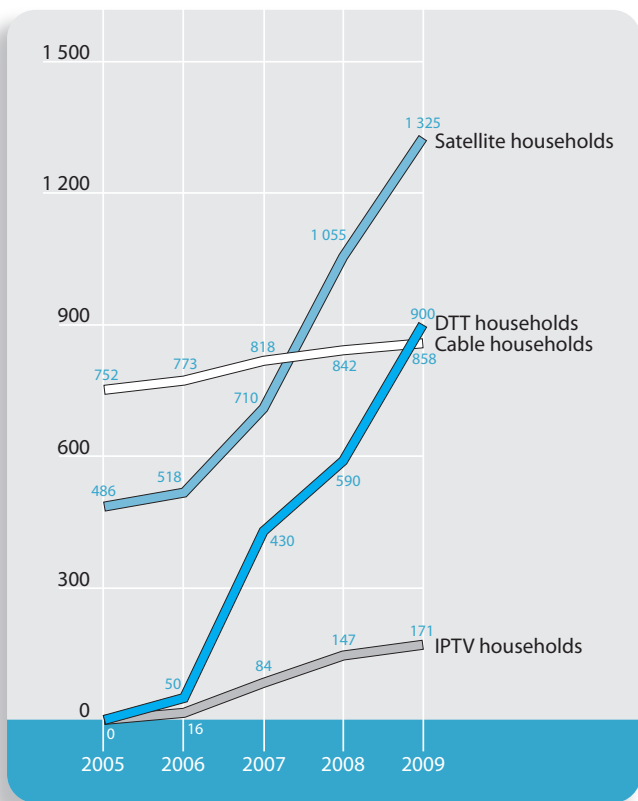
TV channels established in the country by kind of transmission	10.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	10	14
Cable/Satellite/IPTV/Mobile channels		1	34	35
Regional/Local			86	86
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets			57	57
Total		5	187	192
Foreign channels targeting the country		2	40	42

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Digital terrestrial (all multiplexes)	Cable UPC	Satellite CS Link	Satellite Digi TV (Full offer)	Satellite Skylink	IPTV Telefonica O2
Generalist - national		4	5	5	4	5	4
Generalist - foreign			7	4	24	5	2
Adult			2	2	2	3	3
Children			8	3	8	4	9
Culture/ education/ documentary			11	7	25	18	7
Minority interest groups							
Entertainment/ TV fiction/ games		3	12	7	34	6	8
Film		1	13	9	14	9	10
Home shopping							
International linguistic and cultural			2		2		
Lifestyle/ specific leisure/ travel			7	1	6	1	5
Music		1	12	3	13	2	8
News/ business		2	18	2	11	3	4
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local		1	10		6		1
Religion		1	1	1	3	1	
Sports		1	12	7	20	9	12
Various			1		1		
Total		14	121	51	173	66	73

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

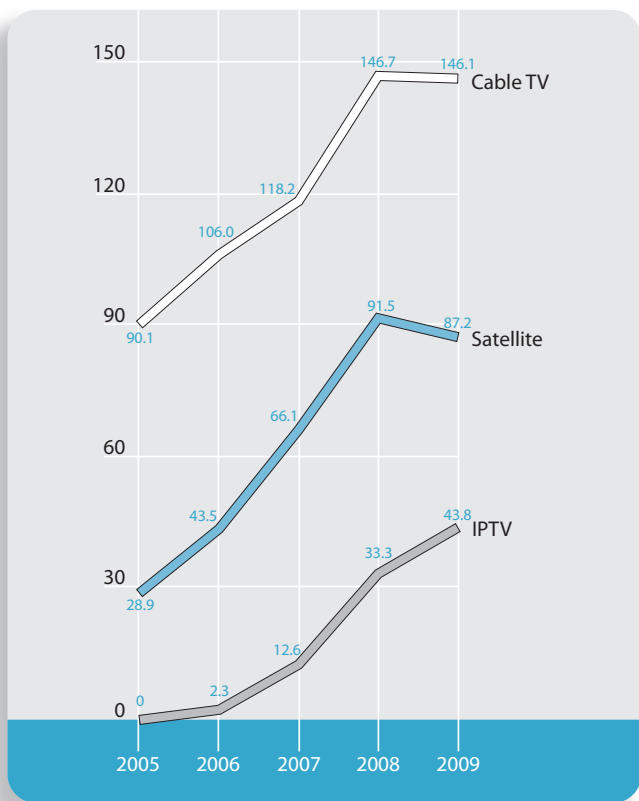
Market trends

Households TV equipment 2005-2009 In thousands.



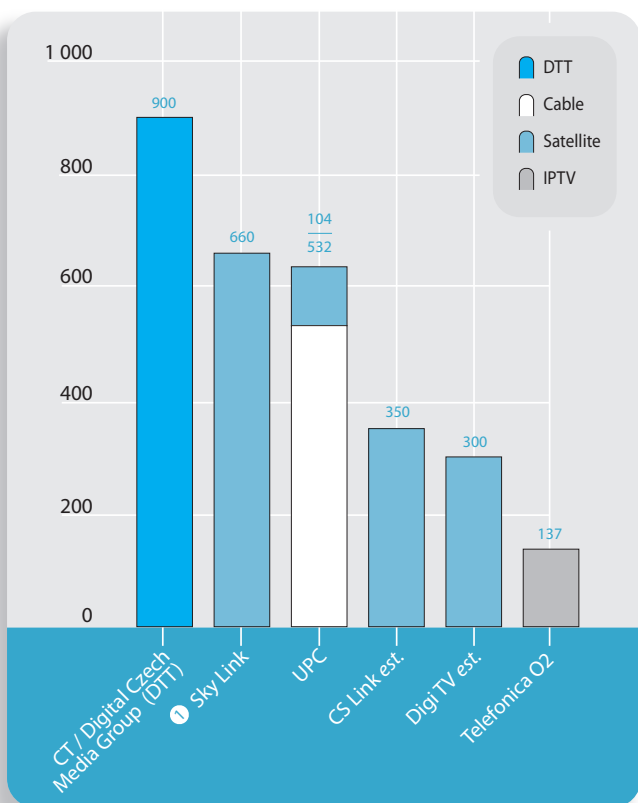
Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009 EUR million.



Source: Screen Digest

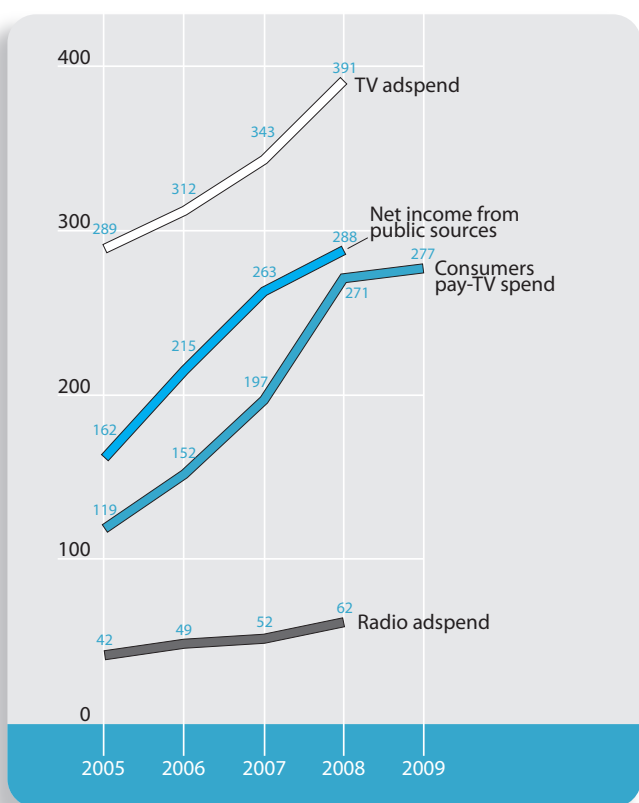
Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009 In thousands.



① Including Slovakia.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, CT and CR

T.1.CZ.1
G.1.CZ.1Operating revenues of the main television companies in the Czech Republic
2006-2009 CZK Million.

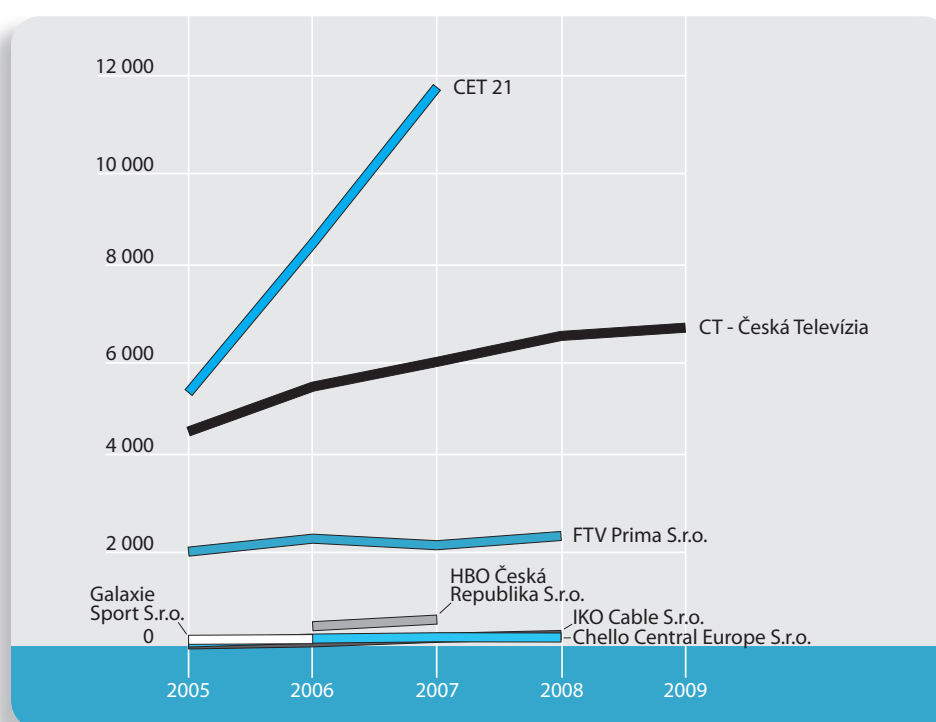
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
CET 21	adtv	Nova TV	~	11 800.6	~	~	~
CT - Česká Televízia	sptv	CT 1, CT 2	5 466.0	5 990.8	6 540.1	6 714.5	2.7%
FTV Prima S.r.o.	adtv	Prima TV	2 249.2	2 110.7	2 306.0	~	~
HBO Česká Republika S.r.o.	paytv	HBo, HBO2, HBO Comedy, HBO HD	396.5	536.7	~	~	~
IKO Cable S.r.o.	paytv	Film+	54.9	150.7	210.5	~	~
Chello Central Europe S.r.o.	thtv	Minimax, Spektrum , Paprika	134.7	162.7	157.5	~	~
Galaxie Sport S.r.o.	thtv	Nova Sport	123.3	~	~	~	~
Stanice O A.s.	thtv	Ocko TV	89.8	124.2	133.7	~	~
Help Film S.r.o.	paytv	Filmbox HD	20.0	61.6	~	~	~
Polar Televize Ostrava S.r.o.	rtv	Polar TV (regional network)	~	~	45.0	~	~
SPI International Czech Republic S.r.o.	paytv	DOKU CS, KINO CS, MUZIKA CS	27.7	40.7	~	~	~
Genus TV A.S.	rtv	Genus TV	23.8	23.8	23.7	~	~
Publiccom A.s.	adtv	Public TV	-	14.1	23.7	~	~
Zak TV S.r.o.	rtv	R1 Zak	25.6	19.9	23.6	~	~
TV Morava	rtv	R1 Morava	10.8	14.4	14.2	~	~

Main distributors	Services	TV Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telefonica O2 Czech Republic A.S. ①	3Play, mobile	O2 TV	61 405.0	63 548.0	64 509.0	~	~
UPC Ceska Republika A.S. ①	3 Play, Sat-TV	UPC kabelová televize, Satelitní televize UPC Direct	2 811.1	4 650.1	4 854.3	~	~
T-Systems Czech Republic A.S. ①	3Play	ViaTV	1 224.8	~	2 920.2	3 116.5	6.7%
Selfvevis S.r.o. ①	3Play	Moravia Net	185.9	179.6	317.5	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

CZK million.



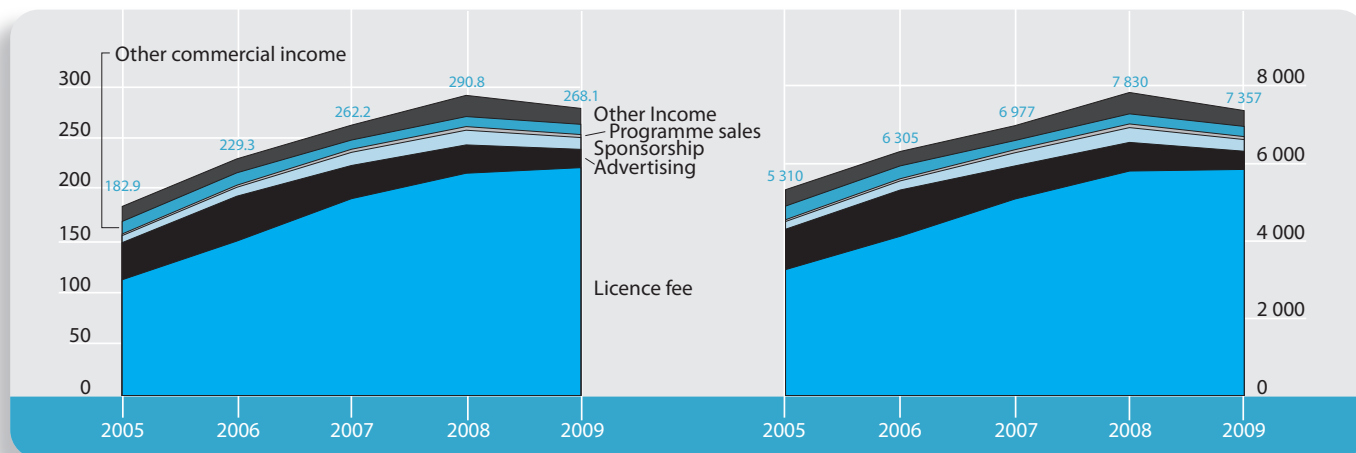
T.1.CZ.2
G.1.CZ.2Česká Televize financial situation
2006-2009 CZK million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	4 104	5 065	5 787	5 829	65.1%	72.6%	73.9%	79.2%	0.7%
- Licence fee	4 104	5 065	5 787	5 829	65.1%	72.6%	73.9%	79.2%	0.7%
Total commercial Income	1 829	1 529	1 492	1 120	29.0%	21.9%	19.1%	15.2%	-24.9%
- Advertising	1 194	854	739	469	18.9%	12.2%	9.4%	6.4%	-36.5%
- Sponsorship	235	339	381	301	3.7%	4.9%	4.9%	4.1%	-21.0%
- Programme sales	56	79	95	76	0.9%	1.1%	1.2%	1.0%	-20.0%
- Merchandising	13	20	17	11	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%	-35.3%
- Other commercial income	331	237	260	263	5.2%	3.4%	3.3%	3.6%	1.2%
Other Income	372	383	551	408	5.9%	5.5%	7.0%	5.5%	-26.0%
TOTAL	6 305	6 977	7 830	7 357	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-6.0%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	3 194	3 529	3 781	4 406	60.1%	63.2%	63.2%	64.7%	16.5%
Costs of personnel	1 304	1 446	1 603	1 689	24.5%	25.9%	26.8%	24.8%	5.4%
Depreciation	820	605	595	711	15.4%	10.8%	10.0%	10.4%	19.5%
Operating expenditure	5 318	5 580	5 979	6 806	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	13.8%
Net result	0.0	0.0	0.0	0.0					-
Operating margin (%)	-0.1	-0.8	-1.3	-1.4					

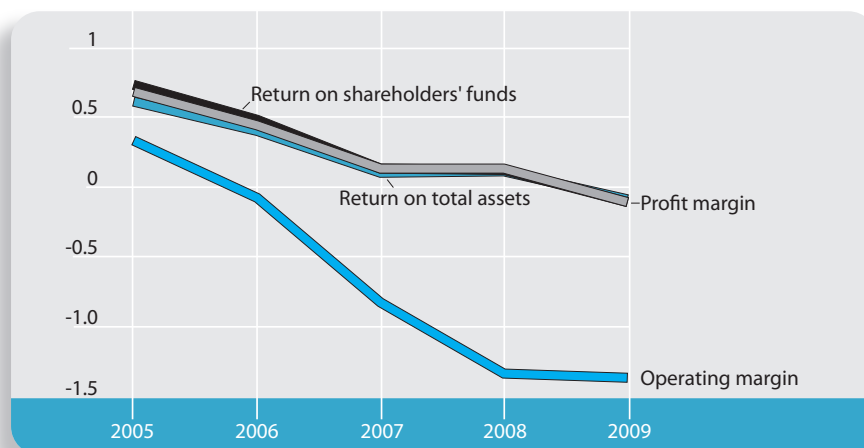
Source: CT, European Audiovisual Observatory

EUR million.

CZK million.



In %.



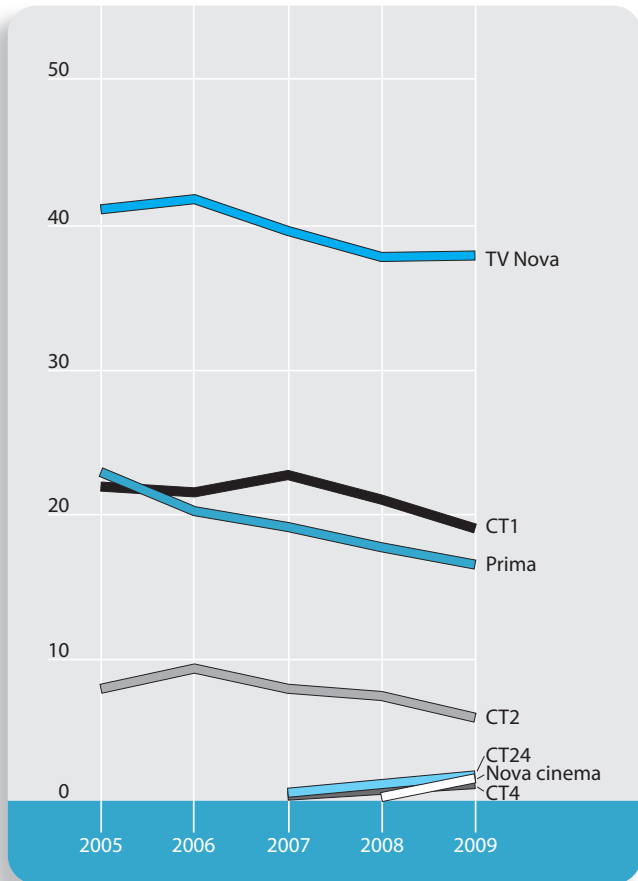
T.1.CZ.3
G.1.CZ.3

TV audience market share in the Czech Republic
2005-2009 In %, 4 years +.

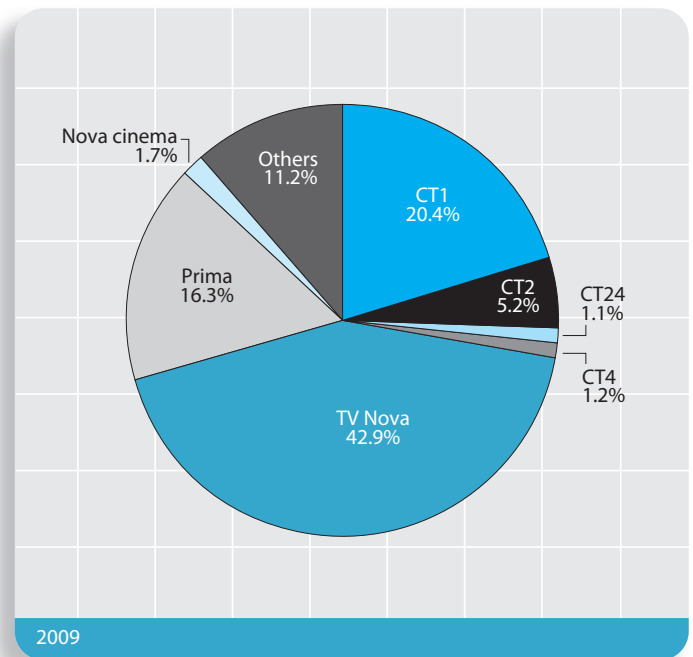
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
CT1	21.9	21.5	22.7	21.0	19.0	22.0	21.9	24.2	22.2	20.4
CT2	7.9	9.3	7.9	7.4	5.9	6.8	8.2	6.3	6.0	5.2
CT24			0.7	1.3	1.9			0.5	0.8	1.1
CT4			0.5	0.9	1.3			0.4	0.8	1.2
Czech public channels	29.8	30.8	31.8	30.6	28.1	28.8	30.1	31.4	29.8	27.9
TV Nova	41.1	41.8	39.6	37.8	37.9	42.3	44.9	43.5	42.2	42.9
Prima	22.9	20.2	19.1	17.7	16.5	24.4	19.7	18.2	17.7	16.3
Nova cinema				0.4	1.7				0.4	1.7
Czech private channels	64.0	62.0	58.7	55.9	56.1	66.7	64.6	61.7	60.3	60.9
Others	6.2	7.2	9.5	13.5	15.8	4.5	5.3	6.9	9.9	11.2

Source: Eurodata TV Worldwide, ATO - MEDIARESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.



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



Germany has the largest television market in Europe and it is also one of the most competitive. More than 37 million households had a TV set at the end of 2009 in Germany, of which 50.1% received television by cable and 43.7% by satellite. The number of households with access to digital television had reached almost 62% by June 2010, according to the figures published by the ALM (Association of Regional Media Authorities).

The increasing number of channels has led to a steady decline in the viewer ratings of the traditional major channels in recent years. The public service channels had a combined share of 43.1% in 2009 (down from 44.7% in 2006). Sat.1, ProSieben and VOX have held their shares steady in the last year, while the share of RTL dropped slightly.

The major commercial broadcasters ProSiebenSat.1 Media AG and RTL are planning to establish a joint Internet platform for catch-up TV with access to both public and private programming. In August 2010, the Federal Competition Authority referred the proposal to the European Commission Directorate General for Competition for approval. In June 2010 ProSiebenSat.1 sold their news channel N24 to the management team of the channel (now operating under N24 Media GmbH).

Cable represents the most common mode of television distribution, and the digitisation of the network reached almost 34% at the end of 2009. The sector has experienced major consolidation in the last few years. There are now just four major operators. Kabel Deutschland, the country's leading cable operator, had 9.8 million subscribers at the end of 2009. Unity Media (who in recent years took over Ish, Iesy, Tele-Columbus and Arena) was taken over by Liberty Global in November 2009. In June 2010 Unity Media had 4.5 million customers, of which 32% had digital cable. A third company is Kabel BW with 2.3m customers at the end of 2009. Orion Cable (with a total of 3.3m subscribers) operates through Telecolumbus (EWT Multimedia), and also holds some shares in Primacom Cable. In November 2010, Primacom, which was bankrupt, was taken over by the Luxembourg group Medfort.

Germany completed the switch off of analogue transmission in December 2008 (aside from in a few small rural areas) and at the end of 2008, almost 100% of households were covered by digital terrestrial TV. Almost 11% of households depended on DTT as their only means of television reception at the end of 2009, while 18% of households have at least one television receiving DTT. The DTT offers vary from region to region. The private channels are only available in the more highly populated urban areas. Pay DTT was launched

L'Allemagne est le plus grand marché télévisuel d'Europe et également l'un des plus compétitifs. Il compte plus de 37 millions de foyers équipés fin 2009, dont 50,1 % reçoivent la télévision par câble et 43,7 % par satellite. Selon les chiffres publiés par l'ALM (Association des autorités régionales des médias), le taux de foyers avec accès à la télévision numérique atteint presque 62 % en juin 2010.

Du fait de l'augmentation du nombre de chaînes, on constate une tendance au déclin progressif de l'audience des grandes chaînes historiques ces dernières années. La part cumulée des chaînes de service public est de 43,1% en 2009 (contre 44,7 % en 2006). La part de marché de Sat.1, ProSieben et VOX reste stable alors que celle de RTL recule légèrement en 2009.

Les principaux radiodiffuseurs commerciaux ProSiebenSat.1 Media AG et RTL envisagent de créer une plate-forme Internet commune de télévision de rattrapage avec un accès aux programmes publics et privés. En août 2010, l'Autorité fédérale de la concurrence a remis la proposition à la Direction générale Concurrence de la Commission européenne pour approbation. En juin 2010, ProSiebenSat.1 a vendu sa chaîne d'information N24 à la direction de la chaîne (désormais N24 Media GmbH).

Le câble constitue le premier mode de distribution de la télévision et la numérisation du réseau atteint presque 34 % fin 2009. Après une forte consolidation ces dernières années, le secteur ne compte plus que quatre grands opérateurs. Kabel Deutschland, principal câble-opérateur du pays, regroupe 9,8 millions d'abonnés fin 2009. Unity Media (qui a racheté Ish, Iesy, Tele-Columbus et Arena) a été repris par Liberty Global en novembre 2009. En juin 2010, Unity Media compte 4,5 millions de clients, dont 32 % pour le câble numérique. La troisième société est Kabel BW, avec 2,3 millions de clients fin 2009. Orion Cable (3,3 millions d'abonnés) fonctionne via Telecolumbus (EWT Multimedia) et détient également des parts dans Primacom Cable. En novembre 2010, Primacom, en faillite, a été racheté par le groupe luxembourgeois Medfort.

L'Allemagne a abandonné la transmission analogique terrestre en décembre 2008 (à l'exception de quelques zones rurales limitées) et, fin 2008, presque 100 % des foyers sont couverts par la TNT. Fin 2009, pratiquement 11 % des foyers n'ont que la TNT comme moyen de réception de la télévision, et 18 % disposent au moins d'une télévision recevant la TNT. L'offre TNT varie d'une région à l'autre. Les chaînes privées ne sont disponibles que dans les zones urbaines les plus peuplées. Le groupe RTL, en collaboration avec Eutelsat, a lancé la TNT payante dans plusieurs régions à l'automne 2009.

Deutschland ist der größte TV-Markt in Europa und zudem einer der wettbewerbsintensivsten. Von den über 37 Mio. Fernsehhaushalten Ende 2009 empfangen 50,1 % Fernsehen über Kabel und 43,7 % per Satellit. Laut Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) hatten Ende 2010 knapp 62 % der Haushalte Zugang zum Digitalfernsehen.

Aufgrund der steigenden Zahl von Sendern lassen sich in den letzten Jahren tendenziell sinkende Zuschauerzahlen bei den großen etablierten Sendern beobachten. Die öffentlich-rechtlichen Sender verfügten 2009 über einen gemeinsamen Marktanteil von 43,1 % (gegenüber 44,7 % 2006). Sat.1, ProSieben und VOX konnten ihren Marktanteil halten, während RTL leichte Verluste hinnehmen musste.

Die beiden größten Privatsender ProSiebenSat.1 Media AG und RTL planen den Aufbau einer gemeinsamen Internetplattform für zeitversetzte Programme öffentlich-rechtlicher und privater Sender. Das Bundeskartellamt hat im August 2010 bei der Generaldirektion für Wettbewerb der Europäischen Kommission einen Antrag auf Genehmigung des Vorhabens eingereicht. Im Juni 2010 hat ProSiebenSat.1 seinen Nachrichtenkanal N24 an das Management des Senders verkauft (jetzt N24 Media GmbH).

Das Kabel ist die wichtigste Verbreitungsart für das Fernsehen, die Digitalisierungsquote lag Ende 2009 bei knapp 34 %. Die Branche hat in den vergangenen Jahren eine deutliche Konsolidierung erlebt. So gibt es nur noch vier große Betreiber. Der größte, Kabel Deutschland, hatte Ende 2009 9,8 Mio. Abonnenten. Die Unity Media (die in den vergangenen Jahren Ish, Iesy, Tele-Columbus und Arena übernommen hat), hatte Ende 2009 4,5 Mio. Kunden, davon 32 % mit digitalem Kabelanschluss. Das dritte Unternehmen ist Kabel BW mit 2,3 Mio. Kunden Ende 2009. Orion Cable (mit insgesamt 3,3 Mio. Kunden) agiert über die Unternehmensgruppe Telecolumbus (EWT Multimedia) und hält auch Anteile am Kabelnetzbetreiber Primacom. Die sich in Insolvenz befindliche Primacom wurde im November 2010 von der Luxemburger Gruppe Medfort übernommen.

Deutschland hat die Abschaltung der terrestrischen analogen Übertragung (bis auf einige wenige ländliche Gebiete) im Dezember 2008 abgeschlossen und Ende 2008 lag die Abdeckung des digitalen Antennenfernsehens bei nahezu 100 % der Haushalte. Ende 2009 waren knapp 11 % der Haushalte auf DVB-T als einzige Fernsehquelle angewiesen, während 18 % der Haushalte mindestens über einen Fernseher mit DVB-T-Empfang verfügten. Das DVB-T-Angebot ist je nach Region unterschiedlich. Die Privatsender sind nur in dichter besie-

by the RTL Group in cooperation with Eutelsat in several regions in autumn 2009. The service Viséo+ offers the free channels RTL, RTL II, VOX and Super RTL, and also the pay channels RTL Crime and RTL Passion. The first year of subscription was free and the yearly charge after that will be EUR 50. In May 2010, an auction was held for part of the spectrum released after switch-off (part of the "digital dividend"). These frequencies are designated for mobile broadband services.

In June 2008, the European Commission cleared under the EU Merger Regulation the proposed acquisition of Germany's pay-TV operator Premiere AG by News Corporation (News Corp) of the US, subject to commitments which ensure third party access to Premiere's satellite platform. In July 2009, the Premiere satellite package was rebranded as "Sky Deutschland", with the Premiere channels rebranded as Sky channels. The Arena Sat package was closed at the end of September 2010. The company owner Unity Media plans to concentrate on their triple play and cable services. A new DTH service was launched in June 2009 ("Alles Sehen TV"), which offers three Pay-TV packages and delivers many of the cable channels in the Kabelkiosk package. Another new satellite package was introduced in January 2010 by a subsidiary of SES Astra. The Package, HD+ offers the HD channels of the main private operators (Kabel eins HD, RTL HD, ProSieben HD, Sat.1 HD and VOX HD). At the end of 2009 almost 77% of satellite households received digital services. Hence, the development of digital satellite is well on the way to meeting the decision of the Association of State Media Authorities (ALM) that analogue satellite signals should be switched off in April 2012.

Pay-TV remains relatively undeveloped in Germany, largely because the range of free channels is very broad and meets the needs of most German viewers. Football rights are an important driving force for pay television. In November 2008, the rights for 2009-2012 were allocated. The pay-TV rights went to Premiere (now Sky Deutschland), with highlights shared between the two main public service broadcasters and Sport 1 (formerly DSF). Deutsche Telekom was allocated IPTV and mobile broadcast rights.

There are two IPTV services competing in the German market: T-Entertain (Deutsche Telekom) and Alice Home TV (HanseNet, owned by Telefónica). The IPTV service from Arcor was discontinued by Vodafone (although they may launch a new service in autumn 2010). The market is starting to take off in Germany. In August 2010, Deutsche Telekom claimed to have 1.3 million subscribers to its IPTV service. According to analysis of the ALM, the T-Entertain IPTV service is now

Le service Viséo+ propose les chaînes gratuites RTL, RTL II, VOX et Super RTL ainsi que les chaînes payantes RTL Crime et RTL Passion. Après une première année gratuite, l'abonnement annuel est de 50 EUR. En mai 2010, le spectre libéré par l'arrêt de l'analogique (faisant partie du « dividende numérique ») a été attribué aux enchères. Ces fréquences sont destinées aux services mobiles à haut débit.

En juin 2008, la Commission européenne a autorisé le projet d'acquisition de Premiere AG par la société américaine News Corporation (News Corp), sous réserve d'engagements garantissant l'accès des tiers à la plate-forme satellitaire Premiere. En juillet 2009, la plate-forme satellitaire Premiere est renommée « Sky Deutschland », les chaînes Premiere s'appelant Sky. Le bouquet Arena Sat a été fermé fin septembre 2010. La société propriétaire Unity Media prévoit de se concentrer sur ses offres triple play et par câble. Un nouveau service DTH est lancé en juin 2009 (« Alles Sehen TV ») : il propose trois bouquets de télévision à péage et transmet de nombreuses chaînes du câble du bouquet Kabelkiosk. Un autre bouquet satellite, HD+, a été lancé en janvier 2010 par une filiale de SES Astra. Il comprend les chaînes HD des principaux opérateurs privés (Kabel eins HD, RTL HD, ProSieben HD, Sat.1 HD et VOX HD). Fin 2009, près de 77 % des foyers satellite sont numérisés. Ainsi, grâce au développement de la télévision numérique par satellite, la décision de l'ALM fixant l'arrêt définitif des signaux satellite analogiques en avril 2012, sera probablement appliquée comme prévu.

La télévision à péage reste relativement peu développée en Allemagne, en grande partie car l'offre de chaînes gratuites est très fournie et satisfait la demande d'une majorité de consommateurs allemands. Les droits du football sont un produit d'appel important de la télévision à péage. Les droits pour 2009-2012 ont été attribués en novembre 2008. Les droits pour la télévision à péage sont revenus à Premiere (désormais Sky Deutschland), les événements importants étant partagés entre les deux principales chaînes de service public et Sport 1 (anciennement DSF). Deutsche Telekom a gagné les droits pour la diffusion par IPTV et par mobile.

Deux services IPTV sont en concurrence sur le marché allemand : T-Entertain (Deutsche Telekom) et Alice Home TV (HanseNet, appartenant à Telefónica). Le service IPTV d'Arcor a été interrompu par Vodafone (un nouveau service pourrait être lancé à l'automne 2010). Le marché commence à décoller en Allemagne. En août 2010, Deutsche Telekom annonce 1,3 million d'abonnés à son service IPTV. Selon l'analyse de l'ALM, le service IPTV T-Entertain est désormais en

delten städtischen Gebieten vertreten. Im Herbst 2009 wurde von der RTL Group zusammen mit Eutelsat in mehreren Regionen das erste Pay-TV-Angebot über DVB-T gestartet. Der Dienst Viséo+ bietet neben den frei empfangbaren Kanälen RTL, RTL II, VOX und Super RTL auch die verschlüsselten Kanäle RTL Crime und RTL Passion. Das erste Jahr ist für Abonnenten kostenlos, danach kostet das Abo 50 EUR pro Jahr. Im Mai 2010 wurde ein Teil der nach der Abschaltung des analogen Antennenfernsehens frei gewordenen Frequenzen versteigert (Teil der „digitalen Dividende“). Die Frequenzen sind für mobile Breitbanddienste vorgesehen.

Im Juni 2008 hat die Europäische Kommission die geplante Übernahme des deutschen Pay-TV-Anbieters Premiere durch die US-amerikanische News Corporation (News Corp) unter Auflagen genehmigt, die garantieren, dass andere Anbieter weiterhin Zugang zur Satellitenplattform von Premiere haben. Im Juli 2009 wurde das Premiere-Paket in „Sky Deutschland“ und die Premiere-Kanäle in Sky-Kanäle umbenannt. Am Ende September 2010 wurde der Plattform Arena Sat geschlossen. Der Eigentümer Unity Media will sich auf seine Triple-Play- und Kabelangebote konzentrieren. Ein neuer DTH-Dienst („Alles Sehen TV“) wurde im Juni 2009 gestartet und bietet drei Pay-TV-Pakete an. Viele der Kabelprogramme werden über das Kabelkiosk-Paket ausgestrahlt. Im Januar 2010 wurde von einer SES Astra-Tochter das neue Programmpaket HD+ gestartet. HD+ bietet die HD-Kanäle der großen Privatsender (Kabel eins HD, RTL HD, ProSieben HD, Sat.1 HD und VOX HD). Ende 2009 empfingen fast 77 % der Satellitenhaushalte digitale Dienste. Die Entwicklung des digitalen Satellitenfernsehens erfüllt somit weitgehend die Vorgaben der ALM bzgl. der geplanten Abschaltung des analogen Satellitenfernsehens im April 2012.

Das Bezahlfernsehen ist in Deutschland nach wie vor relativ wenig entwickelt. Zum Großteil ist dies auf ein sehr umfangreiches Angebot an frei empfangbaren Sendern zurückzuführen, das den meisten deutschen Zuschauern ausreicht. Ein wichtiger Motor für das Bezahlfernsehen sind Fußballrechte. Im November 2008 wurden die Rechte für 2009-2012 vergeben. Die Pay-TV-Rechte gingen an Premiere (inzwischen Sky Deutschland), wobei sich ARD, ZDF sowie Sport 1 (früher DSF) die Rechte für Zusammenfassungen teilen. Die Deutsche Telekom erhielt die Rechte für IPTV- und mobile Rundfunkdienste.

Auf dem deutschen Markt sind zwei IPTV-Dienste vertreten: T-Entertain (Deutsche Telekom) und Alice Home TV (Hanse-Net, im Besitz von Telefónica). Der IPTV-Dienst von Arcor wurde von

competing directly with the pay TV services of Kabel Deutschland (just over 1m) and the subscribers to Sky Deutschland (2.4m). In general, IPTV services were being accessed in 2% of households at the end of 2009 (up from 0.3% in 2007), according to the 2010 report of the ALM.

Mobile television (DVB-H) has not so far had a successful history in Germany. In 2008, the German regulatory authorities withdrew the license awarded to Mobile 3.0 to provide DVB-H services, claiming that they had failed to realise the concept proposed in the tender. Since then no concrete decision has been made regarding the future of DVB-H.

The 12th amendment to the German Inter-State Broadcasting Treaty entered into force in June 2009. The most significant aspect of this amendment was introducing the requirement for public service broadcasters to introduce a "three step test" before launching new telemedia services. Several of the public service broadcasters have already developed and implemented such tests. The 13th amendment to the Treaty entered into force in April 2010 and deals with, among other things, product placement, which is permitted in German television but limited and regulated according to the Audiovisual Media Services Directive. Plans are underway to reform the collection of the licence fee for the public service broadcaster. The Prime Ministers of the German states agreed in June 2010 on a proposal that would impose a charge per household (household tax) rather than a charge per device that can receive broadcast signals. The changes are likely to be implemented from 2013. Future amendments to the Inter-State broadcasting Treaty will address protection of minors, and media concentration.

concurrence directe avec les services de télévision payante de Kabel Deutschland (un peu plus de 1 million d'abonnés) et Sky Deutschland (2,4 millions). Globalement, les services IPTV sont disponibles dans 2 % des foyers fin 2009 (en progression de 0,3 % par rapport à 2007), selon le rapport 2010 de l'ALM.

Pour l'instant, la télévision mobile (DVB-H) ne rencontre pas le succès en Allemagne. En 2008, les autorités de régulation allemandes ont retiré la licence de services DVB-H attribuée à Mobile 3.0 au prétexte que cette dernière a échoué dans la réalisation du concept proposé lors de l'appel d'offres. Depuis lors, aucune décision concrète n'a été prise concernant l'avenir du DVB-H.

Le 12^{ème} amendement au traité inter-Länder sur la radiodiffusion est entré en vigueur en juin 2009. Son aspect le plus significatif a été l'introduction de l'exigence imposée aux radiodiffuseurs de service public d'introduire un « test en trois étapes » avant de lancer de nouveaux services de télémedia. Plusieurs radiodiffuseurs de service public ont déjà développé et mis en œuvre ces tests. Le 13^{ème} amendement au traité, entré en vigueur en avril 2010, traite, entre autres, du placement de produit, qui est autorisé à la télévision allemande mais de façon limitée et réglementée, conformément à la Directive Services de médias audiovisuels. Une réforme de la collecte de la redevance pour le radiodiffuseur de service public est à l'étude. Les ministres-présidents des Länder allemands se sont mis d'accord en juin 2010 sur une proposition qui imposerait une redevance par foyer plutôt que par appareil capable de recevoir des signaux de radiodiffusion. Les changements pourraient être mis en œuvre à partir de 2013. De futures modifications au traité inter-Länder sur la radiodiffusion porteront sur la protection des mineurs et la concentration des médias.

Vodafone eingestellt (wobei im Herbst 2010 ein neuer Dienst gestartet werden könnte). Insgesamt nimmt der IPTV-Markt in Deutschland langsam Fahrt auf. Im August 2010 hatte die Deutsche Telekom nach eigenen Angaben fast 1,3 Mio. Abonnenten für ihren IPTV-Dienst. Laut einer Auswertung der ALM steht der IPTV-Dienst T-Entertain inzwischen in direktem Wettbewerb zu den Pay-TV-Angeboten von Kabel Deutschland (ca. 1 Mio.) und Sky Deutschland (2,4 Mio.). Laut Jahresbericht 2010 der ALM wurden 2009 in 2 % der Haushalte IPTV-Dienste genutzt (gegenüber 0,3 % 2007).

Mobiles Fernsehen ist in Deutschland bislang noch keine Erfolgsgeschichte. Die 2008 an Mobile 3.0 vergebene DVB-H-Lizenz wurde im gleichen Jahr von der Regulierungsbehörde wieder entzogen, weil das Unternehmen es versäumt hatte, das in der Ausschreibung vorgesehene Konzept umzusetzen. Seitdem hat es keine konkrete Entscheidung zur Zukunft von DVB-H gegeben.

Die 12. Änderung des Rundfunkstaatsvertrags ist im Juni 2009 in Kraft getreten. Wichtigster Punkt war hier die Einführung des „Drei-Stufen-Tests“ für die öffentlich-rechtlichen Sender zur Legitimierung neuer Online-Angebote (Telemedien). Viele dieser Sender haben bereits solche Tests entwickelt und eingeführt. Die 13. Änderung des Staatsvertrags ist im April 2010 in Kraft getreten und regelt u.a. das Thema Produktplatzierung. Diese ist im deutschen Fernsehen prinzipiell gestattet, unterliegt aber den Einschränkungen der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. In Vorbereitung ist derzeit eine Reform des Rundfunkgebührens systems. Die Ministerpräsidenten der Länder haben sich im Juni 2010 darauf verständigt, die Gebühren in Zukunft pro Haushalt (Haushaltsabgabe) und nicht mehr für jedes rundfunktaugliche Gerät zu erheben. Die Änderungen werden voraussichtlich 2013 in Kraft treten. Thema der nächsten Änderungen des Rundfunkstaatsvertrags werden Jugendschutz und Medienkonzentration sein.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	82 002	Eurostat (as at 1.1.2009)
Households		–	39 311	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		95.2%	37 412	TNS (as at June 2009)
Cable TV households		50.1%	19 700	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		9.7%	3 820	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		43.7%	17 196	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		31.0%	12 300	ALM -Association of State Media Authorities
Pay DTH/SMATV households		3.1%	1 209	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2.2%	864	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		11.1%	4 370	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		58.2%	22 879	ALM -Association of State Media Authorities
Households with PC		80.5%	31 628	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		54.3%	21 345	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	398	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	163	Screen Digest

TV channels distributors	08.10	Companies
Cable operators	>100	EWT Multimedia, Kabel B-W, Kabeldeutschland, Orion Cable, Pepcom, Primacom, Unity Media (UPC),...
Satellite packagers	4	Allessehen, Kabeldeutschland, SES (HD+), Sky Deutschland
IPTV packagers	2	Deutsche Telekom (T-Home), Hansenet (Alice)
DTT multiplex operators	10	Media Broadcast and 9 ARD regional stations. (Pay DTT from Eutelsat/RTL "Viseo+")
Mobile phone TV packagers	2	Mobile 3.0, T-Mobile
Mobile broadcast TV packagers	0	Mobile 3.0 closed down in July 2009

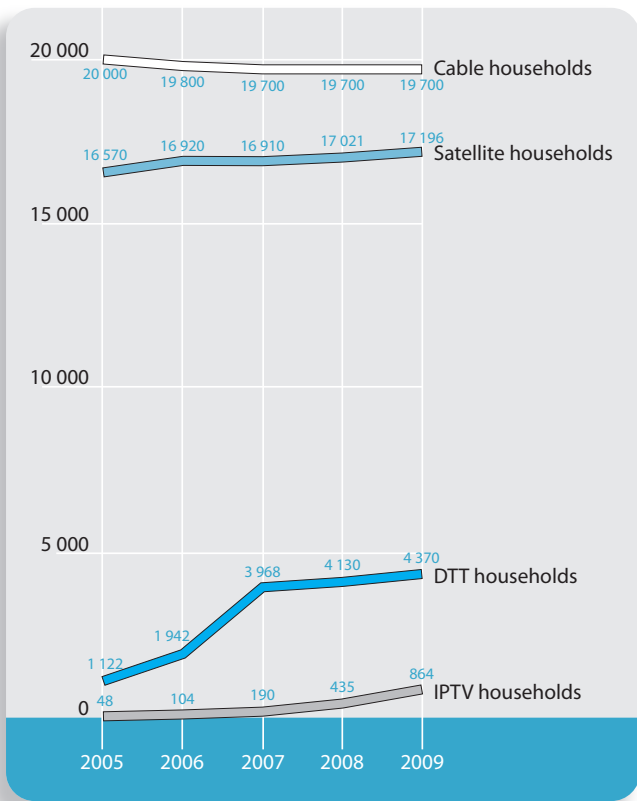
TV channels established in the country by kind of transmission	08.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		11	22	33
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		6	196	202
Regional/Local		14	103	117
Regional/Local windows		22	11	33
Channels targeting foreign markets		6	26	32
Total		59	358	417
Foreign channels targeting the country		3	61	64

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	08.10	Digital terrestrial Full offer	Cable Kabel Deutschland	Cable Unity Media	Satellite Sky Deutschland	IPTV Deutsche Telekom T entertainment
Generalist - national		16	16	14		18
Generalist - foreign			15	22		7
Adult			2	2	3	3
Children		3	13	11	8	10
Culture/ education/ documentary		6	13	15	5	13
Minority interest groups			5	2		1
Entertainment/ TV fiction/ games		4	20	23	13	15
Film			8	7	13	6
Home shopping		4	7	7		2
International linguistic and cultural			17	11		5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	5	7	2	5
Music			13	13	3	18
News/ business		6	26	27		13
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		10	10	8		7
Religion		1	5	3		1
Sports		2	9	12	10	10
Various			3	1	2	
Total		53	187	185	59	134

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

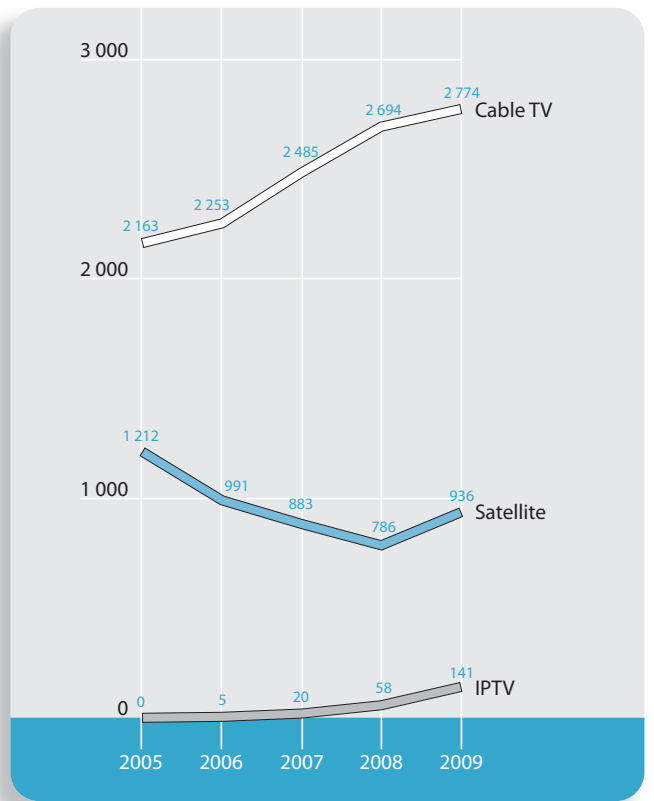
Market trends

Households TV equipment 2005-2009 In thousands.



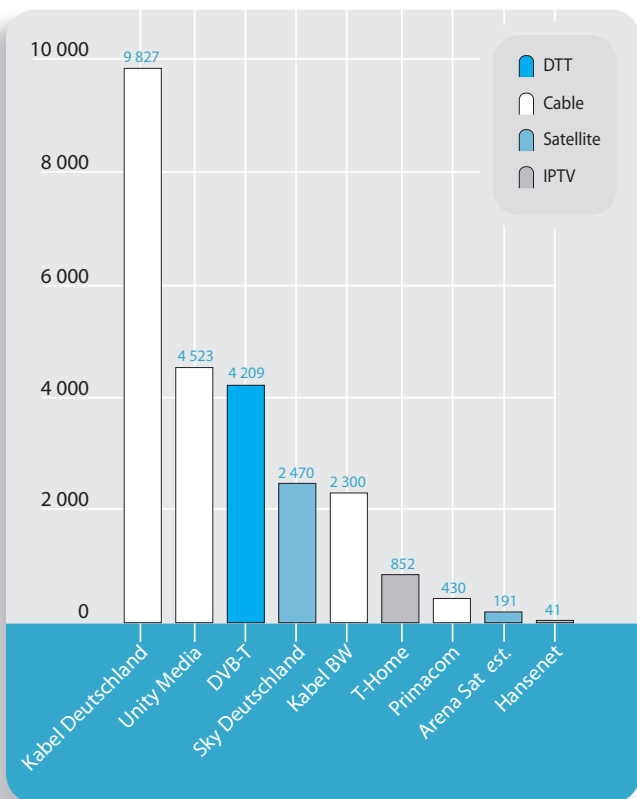
Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009 EUR million.



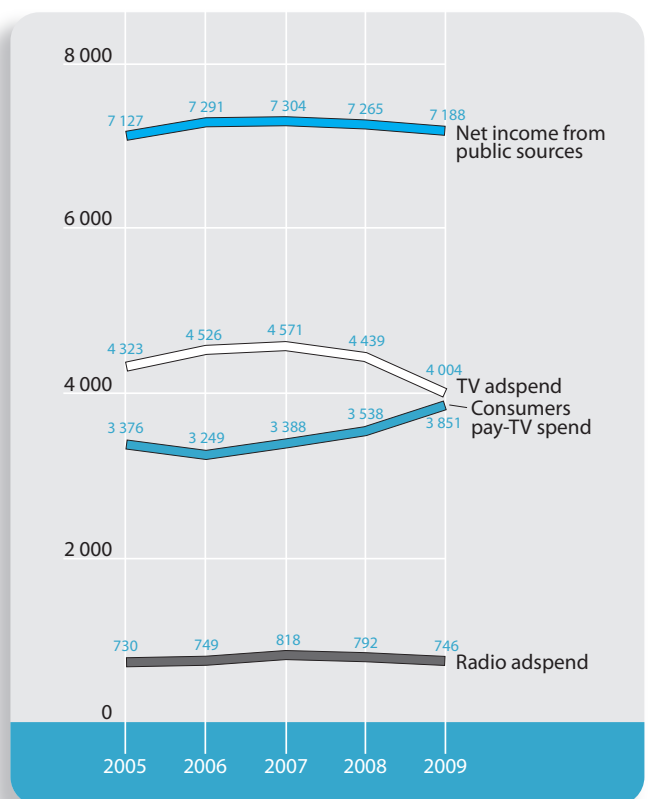
Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009 In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, GEZ, Deutschlandradio

T.1.DE.1
G.1.DE.1

Operating revenues of the main television companies in Germany

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
ZDF	sptv	ZDF, KI.KA, Phoenix, ...	1 966.0	1 927.2	1 922.0	2 065.1	7.4%
RTL Television GmbH	adtv	RTL	1 706.0	1 693.0	1 703.6	~	~
WDR - Westdeutscher Rundfunk	sptv	WDR Fernsehen	1 297.8	1 311.0	1 293.0	1 310.7	1.4%
SWR - Südwestrundfunk	sptv	Südwest Fernsehen	1 080.9	1 096.0	1 099.0	1 122.1	2.1%
NDR - Norddeutscher Rundfunk	sptv	NDR Fernsehen	1 042.0	1 042.0	1 050.0	1 060.4	1.0%
BR - Bayerischer Rundfunk	sptv	Bayerisches Fernsehen	956.8	955.0	928.0	978.7	5.5%
Sat.1 Satellitenfernsehen GmbH	adtv	Sat.1	885.6	841.1	742.9	~	~
ProSieben Fernsehen GmbH	adtv	Pro 7	743.2	777.1	730.6	~	~
QVC Deutschland GmbH (cons.)	hstv	QVC	706.6	624.6	680.3	~	~
MDR - Mitteldeutscher Rundfunk	sptv	MDR Fernsehen	646.4	622.0	630.0	648.4	2.9%
Vox Television GmbH	adtv	Vox	400.2	449.9	492.3	~	~
HR - Hessischer Rundfunk	sptv	HR Fernsehen	448.5	459.0	452.0	458.5	1.4%
RBB - Rundfunk Berlin Brandenburg	sptv	rbb Fernsehen	393.9	393.0	392.0	399.1	1.8%
Home Shopping Europe AG	hstv	HSE	286.0	320.0	352.0	394.0	11.9%
DW - Deutsche Welle	sptv	Deutsche Welle	295.1	289.6	299.5	300.8	0.4%
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. Kg	adtv	RTL 2	248.5	244.6	289.1	~	~
Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH	adtv	Kabel 1	256.5	283.1	249.9	~	~
The Walt Disney Company (Germany) GmbH	thtv	Disney Channel	162.0	222.0	217.8	~	~
SuperRTL Disney Fernsehen GmbH & Co. Kg	thtv	Super RTL	163.0	168.0	171.5	~	~
N 24 GmbH	thtv	N 24	92.1	98.6	95.6	~	~
1-2-3.TV GmbH	thtv	1-2-3 TV	66.0	78.0	87.5	~	~
Channel 21 GmbH	hstv	Channel 21	100.0	84.7	~	~	~
9Live Fernsehen GmbH	thtv	9Live	97.0	104.2	79.8	~	~
DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH	thtv	Sport 1 (formerly DSF)	116.3	113.8	110.0	79.6	-27.6%
SR - Saarländischer Rundfunk	sptv	SR Südwest Fernsehen	83.0	85.0	87.0	78.9	-9.3%
n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH	thtv	n-tv	~	52.2	53.4	~	~
RB - Radio Bremen	sptv	Radio Bremen TV	56.1	66.7	47.8	48.2	0.8%

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Deutsche Telekom AG (uncons.) ①	3Play	T-Home	24 993.0	23 686.0	23 541.0	25 417.0	8.0%
Telekom Deutschland ①	3G TV	Mobile TV	8 780.0	~	~	~	~
Kabel Deutschland GmbH ①	3Play	Kabel Deutschland	1 024.0	1 106.0	1 209.0	1 388.4	14.8%
Unitymedia GmbH (cons.) ①	3Play	Unitymedia Digital TV	870.2	1 058.0	1 221.2	~	~
Hansenet Telekommunikation GmbH ①	3Play	Alice TV	553.7	1 149.6	1 190.0	~	~
Sky Deutschland GmbH	packtv	Sky Deutschland	1 000.6	961.6	976.0	~	~
Kabel Baden-Württemberg GmbH ①	3Play	KabelBW	294.0	357.2	438.0	~	~
Orion Cable GmbH ①	3Play	Tele Columbus Digital Fernsehen ②	348.0	373.3	~	~	~
Arena Sport Rechte und Marketing GmbH ①	Sat-TV	ArenaSat	82.3	319.5	364.1	181.2	-50.2%
Primacom AG (cons.) ①	3Play	PrimaCom Digital Fernshen ②	119.2	116.6	114.1	~	~

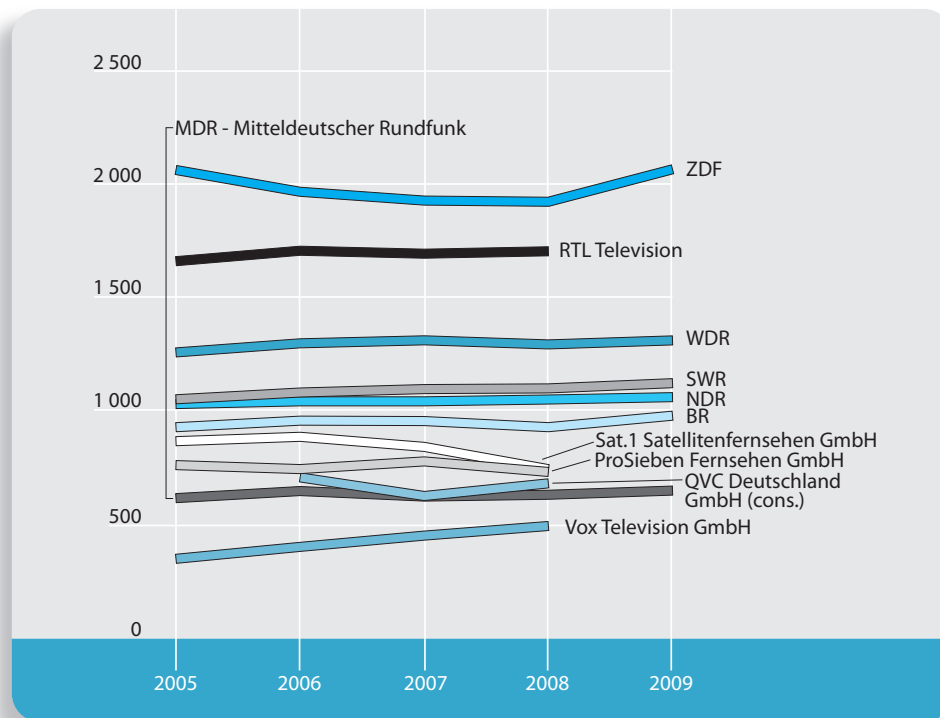
① Operating revenues include telecommunication and other activities.

② Since August 2009 the Tele Columbus and PrimaCom services are the same.

T.1.DE.1
G.1.DE.1

Operating revenues of the main television companies in Germany (Continued)

2006-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

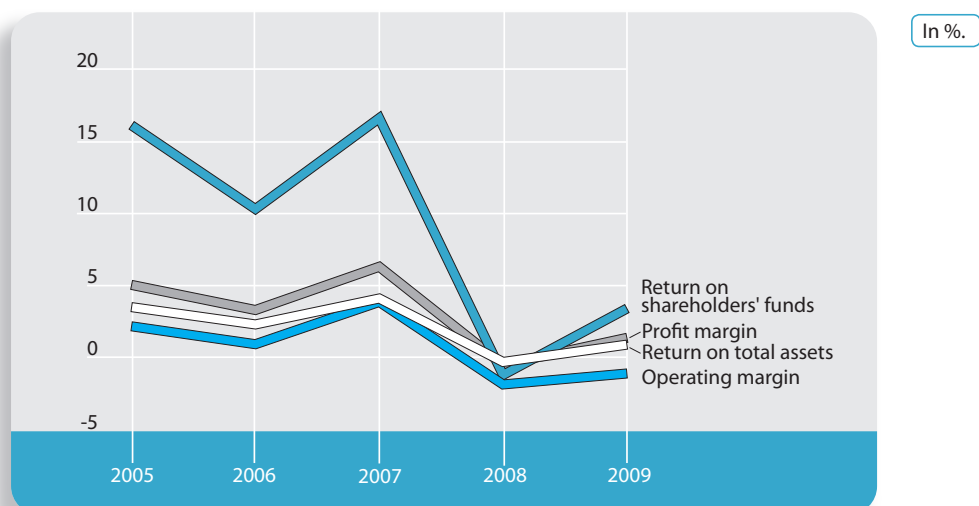
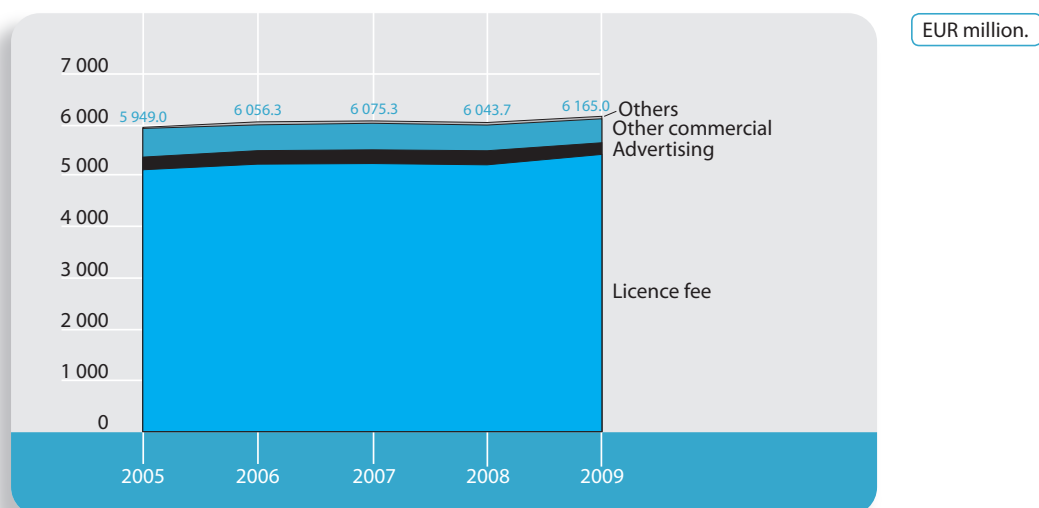
T.1.DE.2
G.1.DE.2ARD financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	5 229.0	5 241.1	5 215.9	5 420.0	86.3%	86.3%	86.3%	87.9%	3.9%
- Licence fee	5 229.0	5 241.1	5 215.9	5 420.0	86.3%	86.3%	86.3%	87.9%	3.9%
Total commercial income	768.8	787.7	778.0	696.6	12.7%	13.0%	12.9%	11.3%	-10.5%
- Advertising	264.2	268.4	275.3	227.8	4.4%	4.4%	4.6%	3.7%	-17.2%
- Other commercial income	504.6	519.4	502.6	468.8	8.3%	8.5%	8.3%	7.6%	-6.7%
Other income	58.4	46.4	49.8	48.4	1.0%	0.8%	0.8%	0.8%	-2.9%
TOTAL	6 056.3	6 075.3	6 043.7	6 165.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	2.0%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	3 722.7	3 691.9	3 975.6	3 797.1	62.4%	63.4%	65.0%	61.4%	-4.5%
Costs of personnel	1 943.1	1 820.1	1 844.7	2 076.0	32.6%	31.3%	30.2%	33.6%	12.5%
Depreciation	302.9	308.4	293.1	306.2	5.1%	5.3%	4.8%	5.0%	4.5%
Operating expenditure	5 968.7	5 820.4	6 113.4	6 179.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.1%

Net result	130.7	315.7	-100.9	40.0					-139.6%
Operating margin (%)	0.9	3.9	-1.9	-1.1					

Source: ARD, European Audiovisual Observatory



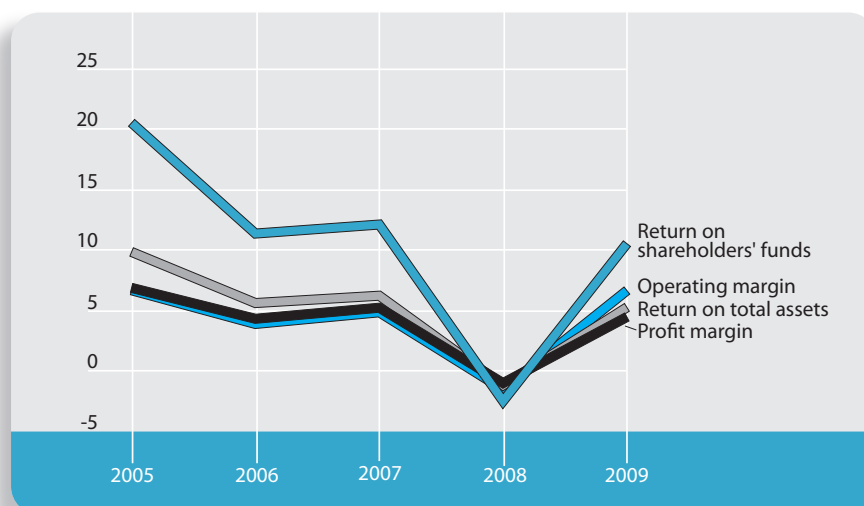
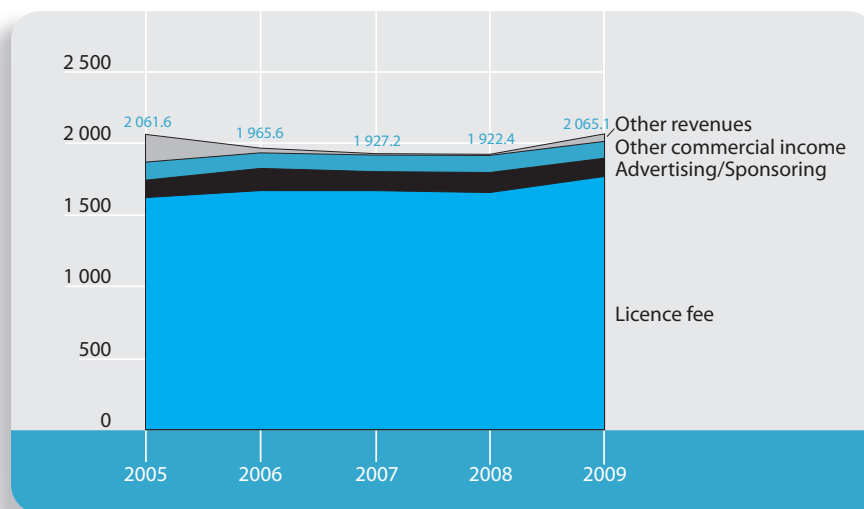
T.1.DE.3
G.1.DE.3ZDF financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	1 668.9	1 668.6	1 655.5	1 767.9	84.9%	86.6%	86.1%	85.6%	6.8%
- Licence fee	1 668.9	1 668.6	1 655.5	1 767.9	84.9%	86.6%	86.1%	85.6%	6.8%
Total commercial income	263.7	248.6	259.2	245.0	13.4%	12.9%	13.5%	11.9%	-5.5%
- Advertising	155.0	132.9	139.9	127.5	7.9%	6.9%	7.3%	6.2%	-8.9%
- Other commercial income	108.7	115.7	119.3	117.5	5.5%	6.0%	6.2%	5.7%	-1.5%
Other revenues	33.0	10.1	7.8	52.2	1.7%	0.5%	0.4%	2.5%	570.5%
TOTAL	1 965.6	1 927.2	1 922.4	2 065.1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	7.4%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	1 516.8	1 432.6	1 571.6	1 514.5	80.2%	78.1%	80.4%	78.5%	-3.6%
Costs of personnel	319.4	356.7	338.1	359.3	16.9%	19.4%	17.3%	18.6%	6.3%
Depreciation	54.3	45.6	44.1	55.1	2.9%	2.5%	2.3%	2.9%	24.9%
Operating expenditure	1 890.5	1 834.9	1 953.8	1 928.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-1.3%

Net result	54	87	-37	75.5					-305.5%
Operating margin (%)	3.8%	4.8%	-0.02	6.60%					

Source: ZDF, European Audiovisual Observatory



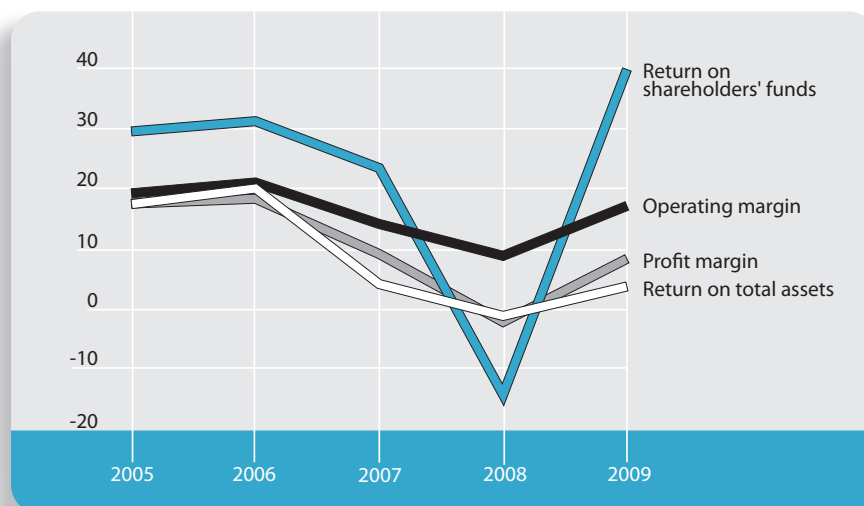
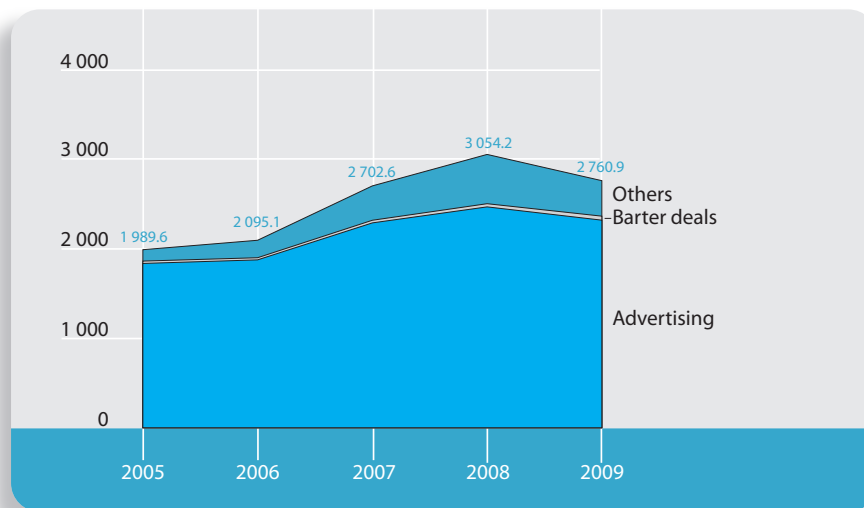
T.1.DE.4
G.1.DE.4ProSiebenSat.1 Media AG financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Advertising	1 876.0	2 289.2	2 468.1	2 319.7	95.4%	84.7%	80.8%	84.0%	-6.0%
Barter deals	24.0	29.4	35.5	44.8	0.8%	1.1%	1.2%	1.6%	26.2%
Others	195.1	384.0	550.6	396.4	3.8%	14.2%	18.0%	14.4%	-28.0%
Total	2 095.1	2 702.5	3 054.2	2 760.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-9.6%
Operating revenues	2 216.7	2 727.2	3 117.5	2 786.2					-10.6%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services est.	1 396.9	1 874.3	2 055.0	1 776.8	85.1%	80.3%	72.1%	76.9%	-13.5%
Costs of personnel	235.5	323.6	444.2	386.4	12.7%	13.9%	15.6%	16.7%	-13.0%
Depreciation	40.0	137.0	351.8	147.5	2.2%	5.9%	12.3%	6.4%	-58.1%
Operating expenditure	1 672.4	2 334.9	2 851.0	2 310.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-19.0%

Net result	243.9	96.2	-125.5	150.2					-219.7%
Operating margin (%)	21.0	14.1	8.6	17.1					

Source: ProSiebenSat.1 Media AG, European Audiovisual Observatory



T.1.DE.5
G.1.DE.5

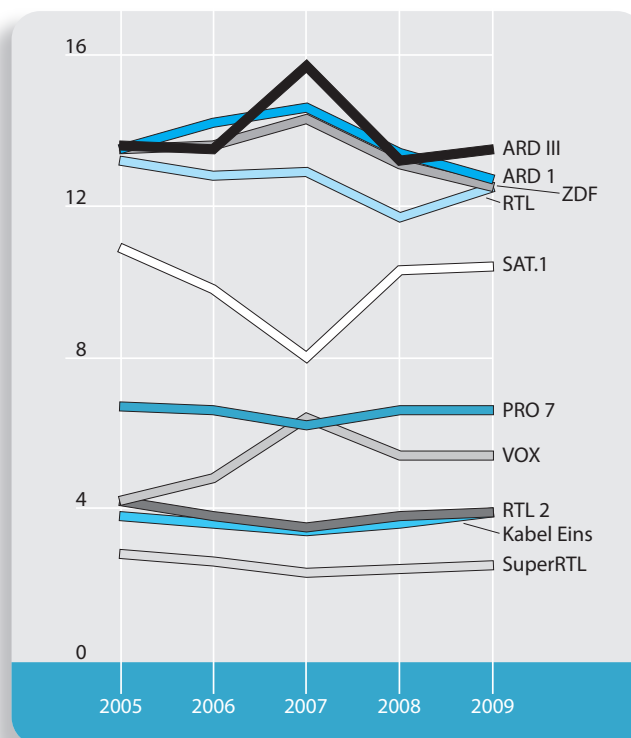
TV audience market share in Germany

2005-2009 Daily share. In %, 3 years +.

Channels	2005	2006	2007	2008	2009
ARD III	13.6	13.5	15.7	13.2	13.5
ARD 1	13.5	14.2	14.6	13.4	12.7
ZDF	13.5	13.6	14.3	13.1	12.5
KI.KA	1.2	1.1	0.6	1.3	1.4
3sat	1.0	1.0	1.0	1.1	1.1
PHOENIX	0.6	0.7	0.6	0.9	1.0
ARTE	0.5	0.6	0.8	0.6	0.7
ZDF Neo	-	-	-	-	0.1
ZDF Infokanal	-	-	-	-	0.1
German public channels	43.9	44.7	47.6	43.6	43.1
RTL	13.2	12.8	12.9	11.7	12.5
SAT.1	10.9	9.8	8.0	10.3	10.4
PRO 7	6.7	6.6	6.2	6.6	6.6
VOX	4.2	4.8	6.4	5.4	5.4
RTL 2	4.2	3.8	3.5	3.8	3.9
Kabel Eins	3.8	3.6	3.4	3.6	3.9
SuperRTL	2.8	2.6	2.3	2.4	2.5
Tele 5	0.4	0.6	0.7	0.9	1.0
N 24	-	-	0.6	1.0	1.0
Sport 1 (Formerly DSF)	1.2	1.0	1.2	0.9	0.9
NICK ①	0.5	0.5	0.4	0.8	0.9
n-tv	0.6	0.6	0.7	0.8	0.9
DMAX	-	-	0.4	0.6	0.7
Das VIERTE ①	0.5	0.6	0.8	0.8	0.6
VIVA	0.5	0.6	0.3	0.6	0.6
MTV	-	-	0.3	0.5	0.4
Comedy Central	-	-	0.2	0.3	0.3
Neun Live	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0
VIVA PLUS	0.3	0.2	0.0	-	-
Main German private channels	50.0	48.3	48.4	51.1	52.5
Eurosport	0.9	0.9	0.6	0.9	0.9
Others	5.2	6.1	3.4	4.4	3.5

① Nick and Das Vierte have been measured since the end of September 2005. Average based on the period "October-December 2005".

Source: Eurodata TV Worldwide, AGF - GfK



Daily share. In %, 3 years +.

T.1.DE.6
G.1.DE.6

TV audience market share in Germany

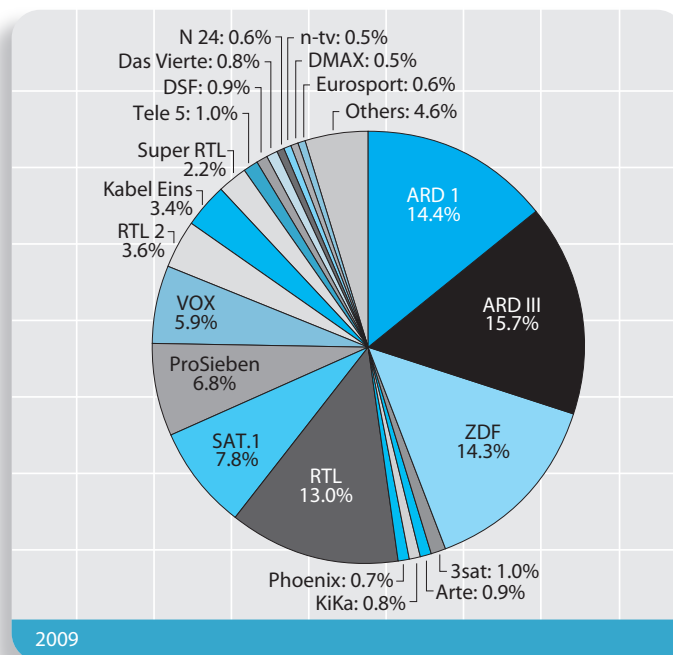
2005-2009 Prime time (19:00-23:00). In %, 3 years +.

Channels	2005	2006	2007	2008	2009
ARD III	15.7	15.7	13.5	15.4	15.7
ARD 1	15.4	15.5	13.4	15.0	14.4
ZDF	15.2	15.2	12.9	14.9	14.3
3sat	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0
Arte	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9
KI.KA	0.5	0.5	1.2	0.7	0.8
PHOENIX	0.5	0.5	0.9	0.7	0.7
ZDF Neo	-	-	-	-	0.1
ZDF Infokanal	-	-	-	-	0.1
German public channels	33.1	33.3	30.1	33.1	32.3
RTL	12.9	12.7	12.4	12.6	13.0
SAT.1	9.8	8.9	9.6	7.6	7.8
ProSieben	6.3	6.3	6.5	6.8	6.8
VOX	4.4	5.3	5.7	5.8	5.9
RTL 2	4.0	3.5	3.9	3.5	3.6
Kabel Eins	3.2	3.2	3.6	3.4	3.4
Super RTL	2.6	2.3	2.6	2.1	2.2
Tele 5	0.4	0.6	0.7	0.9	1.0
Sport 1 (formerly DSF)	1.3	1.2	1.1	1.0	0.9
Das Vierte ¹	0.5	0.6	0.8	0.9	0.8
N 24			0.9	0.7	0.6
n-tv	0.4	0.4	0.7	0.5	0.5
DMAX			0.5	0.4	0.5
NICK ¹	0.2	0.3	0.7	0.5	0.3
VIVA	0.3	0.3	0.6	0.4	0.3
Comedy Central			0.3	0.2	0.3
MTV			0.5	0.3	0.3
9Live	0.1	0.1	0.2	0.1	0.0
VIVA PLUS	0.1	0.1	0.0	-	-
German private channels	46.4	45.7	51.3	47.7	48.2
Eurosport	0.6	0.6	1.0	0.6	0.6
Others	19.9	20.4	17.6	18.6	18.9

¹ Nick and Das Vierte have been measured since the end of September 2005.
Average based on the period "October-December 2005".

Source: Eurodata TV Worldwide, AGF - GfK

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



2009

T.1.DE.7
G.1.DE.7

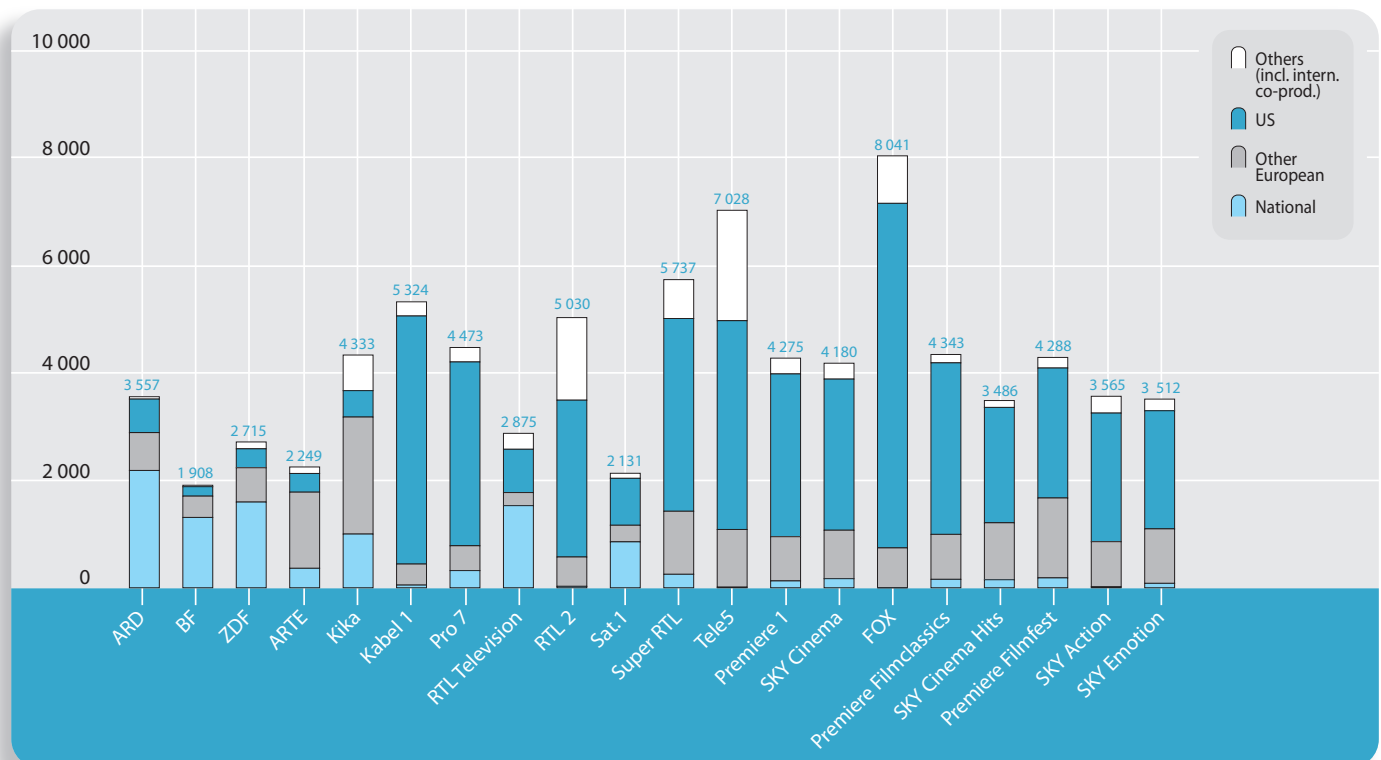
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	Origin of fiction broadcast by TV channels													
	DE	ES	FR	GB	IT	Other EUR	Co-prod. EUR-EUR	Co-prod. EUR-Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
ARD	2183.7	6.7	49.1	84.4	38.6	68.1	322.6	135.6	20.8	623.8	6.8	6.5	1.8	8.7
BF	1308.9	3.5	21.5	59.3	19.8	52.8	181.1	58.7	1.4	176.1	4.4	5.7	3.1	12.1
ZDF	1595.3	0.0	71.2	118.3	5.6	74.0	242.0	127.9	35.8	352.5	23.6	53.1	7.9	7.3
ARTE	361.9	10.8	462.1	292.3	0.4	126.8	246.8	278.6	9.7	348.1	15.1	18.1	7.3	70.8
Kika	999.6	13.8	96.3	299.2	14.4	69.4	584.5	1101.1	133.7	491.8	309.4	181.6	0.0	38.2
Kabel 1	49.6	1.8	19.2	88.4	43.4	4.9	59.3	174.8	158.5	4618.2	54.7	14.5	20.3	15.9
Pro 7	319.8	1.9	40.1	58.8	0.0	29.9	48.3	283.3	220.3	3422.1	13.8	1.6	2.6	30.9
RTL Television	1528.9	0.0	9.7	37.8	5.3	6.8	10.1	173.8	264.6	805.7	15.1	0.0	0.0	17.1
RTL 2	26.3	13.6	9.9	117.3	6.3	2.2	59.7	337.6	779.8	2919.3	86.2	58.2	542.3	71.4
Sat.1	854.7	0.0	10.3	7.9	0.0	10.5	195.6	84.3	64.3	873.9	25.8	4.1	0.0	0.0
Super RTL	250.3	28.7	22.3	564.0	2.1	97.6	147.7	311.3	137.3	3589.0	574.1	0.0	12.6	0.0
Tele5	10.9	0.0	90.3	181.4	106.5	14.9	278.5	402.4	825.7	3887.4	243.2	8.3	714.3	263.8
Premiere 1	127.3	0.0	36.3	179.1	0.0	35.1	102.3	470.6	121.8	3030.6	77.0	32.8	0.0	62.3
SKY Cinema	169.3	0.0	76.0	109.7	0.0	19.4	108.2	588.5	168.3	2813.4	87.7	40.0	0.0	0.0
FOX	0.0	0.0	0.0	707.2	0.0	0.0	0.0	34.8	0.0	6414.7	272.6	242.9	0.0	369.3
Premiere Filmclassics	156.5	7.0	141.8	41.0	10.0	44.4	64.7	528.3	95.6	3193.8	56.7	0.0	0.0	3.3
SKY Cinema Hits	149.4	0.0	244.8	116.3	31.8	0.0	104.0	563.5	67.3	2147.6	0.0	0.0	0.0	61.1
Premiere Filmfest	183.7	14.0	96.8	450.3	201.8	44.8	233.5	446.6	119.9	2419.5	16.3	22.3	0.0	38.8
SKY Action	17.0	0.0	50.3	41.7	12.3	46.7	129.8	560.3	183.7	2394.1	117.2	0.0	0.0	12.1
SKY Emotion	82.0	0.0	78.7	148.7	46.3	0.0	217.3	523.7	121.8	2199.4	30.5	63.8	0.0	0.0
Total	10375.1	101.8	1626.5	3702.9	544.4	748.3	3335.8	7185.7	3530.0	46720.9	2029.9	753.3	1312.2	1083.3

Source: Infomedica

In hours.



T.1.DE.8

The 30 leading TV production companies in Germany 2005-2009

Operating revenues in EUR million.

Rank	Companies	Genre	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
1	Bavaria Film GmbH (cons.)	Fiction, film	292.8	267.7	254.9	241.7	~	~
2	MME Me, Myself & Eye Entertainment AG (cons.)	Fiction, entertainment	92.6	95.8	~	88.5	83.7	-5.4%
3	Constantin Entertainment GmbH est.	Entertainment	71.0	82.3	~	~	~	~
4	UFA Film und Fernsehen GmbH	Fiction, entertainment	28.8	12.9	81.9	~	~	~
p.m.	Grundy UFA TV Produktions GmbH est.	Fiction	75.0	75.0	~	~	~	~
p.m.	Grundy Light Entertainment GmbH	Entertainment	~	23.4	28.7	27.9	~	~
5	Plazamedia GmbH TV & Film Produktion est.	Sports	~	75.0	~	~	~	~
6	Endemol Deutschland GmbH est.	Entertainment	100.0	63.7	62.7	67.5	~	~
7	Studio Hamburg Produktion GmbH	Fiction, film	55.2	80.6	68.7	62.0	~	~
8	Ziegler Film GmbH	Fiction, film	~	29.1	25.4	49.6	~	~
9	Brainpool TV GmbH	Entertainment, fiction	~	~	47.9	48.2	~	~
10	Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH	Fiction	37.3	41.3	43.1	48.0	~	~
11	Raab TV Produktion GmbH est.	Entertainment	38.2	36.9	~	46.9	~	~
12	Filmpool, Film- und Fernsehproduktion GmbH	Fiction	19.7	44.6	~	~	~	~
13	Neue Deutsche Filmgesellschaft	Fiction, film	~	33.6	38.6	~	~	~
14	I & U Information und Unterhaltung TV Produktion GmbH est.	Information, entertainment	1.5	33.0	36.2	~	~	~
15	Granada Produktion für Film und Fernsehen est.	Entertainment	11.4	25.9	27.1	35.0	~	~
16	Saxonia Media Filmproduktionsgesellschaft GmbH	Fiction	~	27.3	32.7	34.5	32	-7.1%
17	Action Concept Film- und Stuntproduktion GmbH	Fiction	25.5	23.2	18.8	31.8	~	~
18	Novafilm Fernsehproduktion GmbH	Fiction	~	~	45.5	31.4	~	~
19	Hofmann & Voges Entertainment GmbH est.	Fiction, film	11.0	18.1	22.5	29.3	~	~
20	Producers At Work GmbH	Fiction	~	16.6	22.4	27.5	~	~
21	MAT Movies & Television Productions GmbH & co Projects	Fiction	~	26.0	25.5	25.3	~	~
22	Phoenix Film Karlheinz Brunneman GmbH	Fiction	17.1	20.6	16.3	20.9	~	~
23	TVN - Television Programm- und Nachrichten GmbH	News	21.0	20.0	20.0	20.0	20.0	-
24	BKN International AG	Animation	12.0	13.9	18.0	20.0	~	~
25	Tandem Communications	Fiction, film	~	12.0	20.9	19.6	~	~
26	Innova Film GmbH		28.2	32.6	29.4	18.8	~	~
27	FFP Entertainment GmbH est.	Fiction	18.0	18.0	18.0	~	~	~
28	Blue Eyes Film & Television GmbH & Co KG	Entertainment, documentaries	17.0	15.0	15.0	~	~	~
29	Colonia Media Filmproduktions GmbH est.	Fiction, film, documentaries	~	~	15.2	13.4	13.8	3.2%
30	Opal Filmproduktion GmbH	Fiction, film	13.0	17.1	13.9	12.2	12.1	-0.8%

Source: European Audiovisual Observatory

The Danish market is the only one in Europe in which public channels, operated by the two public broadcasters, DR and TV2, still attract more than half of average daily audiences.

The TV2 channel continues to dominate the market (29.3% of daily audiences in 2009), followed by DR1 (21.9%). The two main public channels therefore account for more than 51% of average daily audiences in 2009 (10% less than in 2006) and, together, the 14 public channels (seven operated by DR and seven by TV2) accounted for almost two thirds of daily audiences and three quarters of prime-time audiences in 2009. The most popular private channel is TV3 (Swedish MTG group), with a slightly increased daily market share of 5%. The other main private channels are TV3+ (MTG group, 3.3% daily audience share) and Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), which stabilised at 2.9% in 2009.

The Danish public authorities decided to privatise TV2 in May 2003, but implementation of this decision was delayed after questions were raised concerning the financing of the broadcaster. 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. An appeal was lodged against the recapitalisation plan and the Court of First Instance of the European Communities set aside the Commission's decision in its judgment of 22 October 2008. In spring 2008, the Ministry of Culture announced that emergency aid would be provided to stabilise TV2, which is heavily in debt. This aid, amounting to EUR 67 million, was approved by the European Commission in August 2008. Finally, in January 2009 the government published a plan aimed at partially transforming TV2 into a pay-TV channel from 2012.

Terrestrial analogue signals were switched off, as planned, on 1 November 2009. The two largest multiplexes are controlled by Digi-TV (a company jointly owned by DR and TV2) and transmit, free of charge, eight national public channels and around 200 local community and/or non-commercial channels.

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 the other channels were added in November 2009, when the analogue signals were switched off. In total, Boxer provides around 30 pay-TV channels in 2010. A sixth multiplex, also operated by Boxer, is expected to be launched at the end of 2010.

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.

La chaîne TV 2 continue de dominer le marché (29,3 % d'audience quotidienne en 2009) devant DR1 (21,9 %). Les deux premières chaînes publiques rassemblent donc plus de 51 % de part de marché d'audience quotidienne en 2009 (contre 10 points de plus en 2006) et l'ensemble des 14 chaînes publiques (7 chaînes éditées par DR et 7 chaînes par TV 2) réunit près des deux tiers de l'audience quotidienne et trois quart de l'audience aux heures de grande écoute en 2009. La première chaîne privée est TV3 (groupe suédois MTG), qui remonte légèrement à 5 % d'audience quotidienne. Les principales autres chaînes privées sont TV3+ (groupe MTG, 3,3 % d'audience quotidienne) et Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), qui s'est stabilisée en 2009 à 2,9 %.

La privatisation de TV 2 a été décidée en mai 2003 par les pouvoirs publics danois mais la mise en œuvre de cette décision a été retardée suite à la mise en cause du financement du radiodiffuseur. 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. Le plan de recapitalisation a fait l'objet de recours et le tribunal de première instance des Communautés européennes a finalement annulé la décision de la Commission dans un arrêt du 22 octobre 2008. Parallèlement, une aide d'urgence a été annoncée au printemps 2008 par le ministère de la Culture visant à assainir TV 2, fortement endettée. Cette aide de 67 millions d'euros a été validée par la Commission européenne en août 2008. Enfin, en janvier 2009, le gouvernement a publié un plan visant à transformer partiellement TV 2 en chaîne payante à partir de 2012.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres a eu lieu, comme prévu, le 1^{er} novembre 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 8 chaînes nationales publiques ainsi que près de 200 chaînes locales associatives et/ou non commerciales.

Les trois autres multiplex 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 2009 lors de l'extinction

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.

Der Sender TV 2 dominierte weiterhin den Markt (mit 29,3 % der täglichen Zuschauer 2009) vor DR1 (21,9 %). Die beiden größten öffentlich-rechtlichen Sender kamen 2009 auf über 51 % der täglichen Zuschauermarktanteile (gegenüber 61 % 2006) und sämtliche 14 öffentlich-rechtlichen Sender (7 von DR und 7 von TV 2) kamen 2009 auf fast zwei Drittel der täglichen Zuschauer und während der Primetime auf drei Viertel. Der wichtigste Privatsender ist TV3 (der schwedischen MTG-Gruppe), der mit einer täglichen Einschaltquote von 5 % leicht zulegte. Die wichtigsten anderen Privatsender sind TV3+ (MTG, mit einer täglichen Einschaltquote von 3,3 %) und Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), der sich 2009 bei 2,9 % stabilisiert hat.

Die Privatisierung von TV 2 wurde im Mai 2003 von den dänischen Behörden beschlossen, aber die Umsetzung dieses Beschlusses verzögerte sich, da die Finanzierung des Rundfunkveranstalters beanstandet wurde. Im Mai 2004 erklärte die Europäische Kommission, dass TV 2 unrechtmäßig öffentliche Beihilfen erhalten habe, und forderte das Unternehmen auf, dem Staat 84,4 Mio. EUR zurückzuzahlen. Gegen den Kapitalaufstockungsplan wurden Rechtsmittel eingelegt, und das Europäische Gericht erster Instanz hat schließlich mit seinem Urteil vom 22. Oktober 2008 die Entschließung der Kommission aufgehoben. Im Frühjahr 2008 wurde vom Kulturministerium eine Soforthilfe zur Sanierung des stark verschuldeten Senders angekündigt. Diese Hilfe in Höhe von 67 Mio. EUR wurde von der Europäischen Kommission im August 2008 bestätigt. Im Januar 2009 hat die Regierung einen Plan vorgelegt, mit dem TV 2 ab 2012 teilweise in einen Pay-TV-Sender umgewandelt werden soll.

Die Abschaltung der analogen terrestrischen Verbreitung erfolgte wie geplant am 1. November 2009.

Die beiden größten Multiplexe werden von Digi-TV kontrolliert (einer Gesellschaft, die jeweils zur Hälfte DR und TV 2 gehört) und verbreiten kostenlos acht landesweite öffentlich-rechtlichen Sender sowie fast 200 lokale von Vereinen betriebene und/oder nicht-kommerzielle Sender.

Die drei anderen Multiplexe 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

Even so, Boxer's results are disappointing: for example, the platform only had 45 000 subscribers in December 2009. The multi-channel pay-TV market is therefore still dominated by cable operators, of which there are still a large number in Denmark, although You-See A/S (TDC group) virtually controls the market with 1.2 million subscribers in December 2009. After YouSee are Stofa (Sweden's TeliaSonera group), which has about 218 000 subscribers, and Canal Digital (Norway's Telenor group), which has only 30 000 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.

Finally, IPTV appears to be a rapidly growing market in Denmark. Six IPTV companies were operating in 2010: Altibox, Dansk Bredbånd (Wao), Fast TV (TDC), Telia TV (TeliaSonera), TDC Home Trio (TDC) and Wao. Even though the market is relatively young, a number of mergers have already taken place: the TDC group bought Fast TV in June 2009 and part of DONG energy's fibre-optic network in November 2009. Wao, an operator founded in 2010 by Smile Content and Profiber (and controlled by 15 regional energy suppliers), acquired Dansk Bredbånd in June 2010. The market is therefore steadily becoming a duopoly between TDC and Wao, who each had around 100 000 subscribers in autumn 2010.

The incumbent operator TDC thus holds a very strong position on the cable and IPTV markets. The group claimed to control 54% of the Danish pay-TV market in June 2010.

In May 2010, an agreement focused on quality and diversity in radio and television was reached between the Danish Government and the political parties Dansk Folkeparti (Danish popular party) and the Liberal Alliance with regard to the media policy for the next four years.

des transmissions analogiques. Au total, en 2010, Boxer propose une trentaine de chaînes payantes. Le lancement d'un sixième multiplex, opéré aussi par Boxer, est attendu pour la fin de l'année 2010.

Malgré cela, Boxer affiche des résultats décevants : la plate-forme ne comptait par exemple que 45 000 abonnés en décembre 2009. Le marché de l'offre multichaines payante est donc toujours dominé par les câblo-opérateurs, encore nombreux au Danemark même si YouSee (groupe TDC) contrôle pratiquement le marché avec 1,2 million d'abonnés en décembre 2009. Derrière YouSee, Stofa (filiale du groupe suédois TeliaSonera) rassemble environ 218 000 abonnés ou encore Canal Digital (contrôlé par le groupe norvégien Telenor) seulement 30 000 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.

Enfin, l'IPTV apparaît comme un marché en pleine croissance au Danemark. Six entreprises de transmission IPTV coexistent en 2010 : Altibox, Dansk Bredbånd (Wao), Fast TV (TDC), Telia TV (TeliaSonera), TDC Home Trio (TDC), et Wao. Malgré la jeunesse du marché, les consolidations sont déjà à l'œuvre : le groupe TDC a racheté Fast TV en juin 2009 puis une partie du réseau de fibre optique de DONG energy en novembre 2009. En juin 2010, c'est Wao, opérateur formé en 2010 à partir de Smile Content et Profiber et contrôlé par 15 entreprises régionales de fourniture d'énergie, qui a racheté Dansk Bredbånd. Le marché se transforme donc progressivement en un duopole entre TDC et Wao, qui affichent chacun à l'automne 2010 environ 100 000 abonnés.

La position de l'opérateur historique TDC sur les marchés du câble et de l'IPTV est donc considérable. Le groupe revendique contrôler 54 % du marché danois de la télévision payante en juin 2010.

En mai 2010, un accord portant sur la qualité et la diversité des programmes radiophoniques et télévisuels a été conclu entre le Gouvernement danois et deux partis politiques (Dansk Folkeparti, le Parti populaire, et l'Alliance libérale) au sujet de la politique médiatique des quatre prochaines années.

Sendern gestartet, auf das im November 2009 mit der Abschaltung der analogen Übertragung die anderen Sender folgten. Insgesamt hatte Boxer 2010 etwa dreißig Bezahlsender im Angebot. Der Start eines sechsten, ebenfalls von Boxer betriebenen Multiplexes war für Ende 2010 angekündigt.

Dennoch wies Boxer enttäuschende Ergebnisse aus: So hatte die Plattform im Dezember 2009 nur 45 000 Abonnenten. Der Markt für kostenpflichtige Multikanalangebote wird daher weiterhin von den in Dänemark noch zahlreichen Kabelnetzbetreibern beherrscht, auch wenn YouSee (TDC-Gruppe) mit 1,2 Mio. Abonnenten im Dezember 2009 den Markt ziemlich fest im Griff hatte. Hinter YouSee kamen Stofa (schwedische TeliaSonera-Gruppe) auf etwa 218 000 Abonnenten und Canal Digital (norwegische Telenor-Gruppe) auf gerade mal 30 000.

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. Sechs IPTV-Übertragungsunternehmen gab es 2010 gleichzeitig: Altibox, Dansk Bredbånd (Wao), Fast TV (TDC), Telia TV (TeliaSonera), TDC Home Trio (TDC) und Wao. Obwohl es sich um einen jungen Markt handelt, kam es bereits zu Konsolidierungen: Die Gruppe TDC hat im Juni 2009 zunächst Fast TV übernommen und dann im November 2009 einen Teil des Glasfasernetzes von DONG energy. Im Juni 2010 hat Wao, ein 2010 aus der Fusion von Smile Content und Profiber hervorgegangener und von 15 regionalen Energieversorgungsunternehmen kontrollierter Betreiber, Dansk Bredbånd übernommen. TDC und Wao, die im Herbst 2010 jeweils rund 100 000 Abonnenten hatten, erlangen damit zunehmend eine Dyopolstellung auf dem Markt.

Der etablierte Telekomanbieter TDC verfügt daher auf dem Kabel- und dem IPTV-Markt über eine beachtliche Marktposition. Die Gruppe kontrollierte im Juni 2010 nach eigenen Angaben 54 % des dänischen Bezahlfernsehmarktes.

Die dänische Regierung hat im Mai 2010 mit der *Dansk Folkeparti* (Dänische Volkspartei) und der *Liberal Alliance* (Liberale Allianz) eine Vereinbarung geschlossen, die für die nächsten vier Jahre gelten und die Qualität und Vielfalt im dänischen Radio und Fernsehen verbessern soll.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	5 535	Danmarks Statistik
Households		–	2 559	Danmarks Statistik
TV households		95.3%	2 439	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		63.7%	1 631	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		23.1%	590	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		16.8%	430	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		16.0%	410	European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		14.0%	359	Screen Digest
IPTV subscriptions		4.0%	103	Screen Digest
Installed DVB-T receivers		22.1%	565	Screen Digest
Total digital TV households		65.2%	1 668	European Audiovisual Observatory
Households with PC		86.9%	2 224	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		69.7%	1 784	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions			37	Screen Digest

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	>1 500	Canal Digital (Telenor), Dansk Bredbånd (Wao), Telia Stofa (TeliaSonera), YouSee (TDC), etc.
Satellite packagers	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	6	Altibox (Lyse Energy), Dansk Bredbånd (Wao), Fast TV (TDC), TDC, Telia (TeliaSonera), Wao
DTT multiplex operators	2	Free DTT operator: Digi TV (the company is jointly owned by DR and TV 2). Pay DTT operator and packager: Boxer (Teracom)
Mobile phone TV packagers	3	Hi3G Denmark, TDC, Telenor

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		15	1	16
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	9	11
Regional/Local		5	165	170
Regional/local windows		8	39	47
Channels targeting foreign markets			4	4
Total		30	218	248
Foreign channels targeting the country		2	53	55

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	09.10	Free Digital Terrestrial Digi TV	Digital Terrestrial Boxer	Cable YouSee	Cable Telia Stofa	Satellite (full offer) Canal Digital	Satellite (full offer) Viasat	IPTV TDC TV
Generalist - national		4	4	4	4	3	3	4
Generalist - foreign			3	28	27	15	22	10
Adult				3	2	3	3	1
Children		1	5	6	7	25	26	5
Culture/ education/ documentary		1	5	17	14	22	37	11
Minority interest groups				4	2			
Entertainment/ TV fiction/ games			6	13	11	29	34	8
Film			3	19	15	32	49	8
Home shopping								
International linguistic and cultural				6	4		1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			3	2	2	9	2	
Music			3	10	10	8	7	4
News/ business		1	3	8	9	13	10	3
Parliament/ government/ administration		1	1	1	1			
Regional/ local		195	195		1			
Religion						2	3	
Sports			3	15	13	42	40	6
Various				8	4			7
Total		8 ²	39 ²	144	126	203	237	67

¹ Includes the free DTT channels

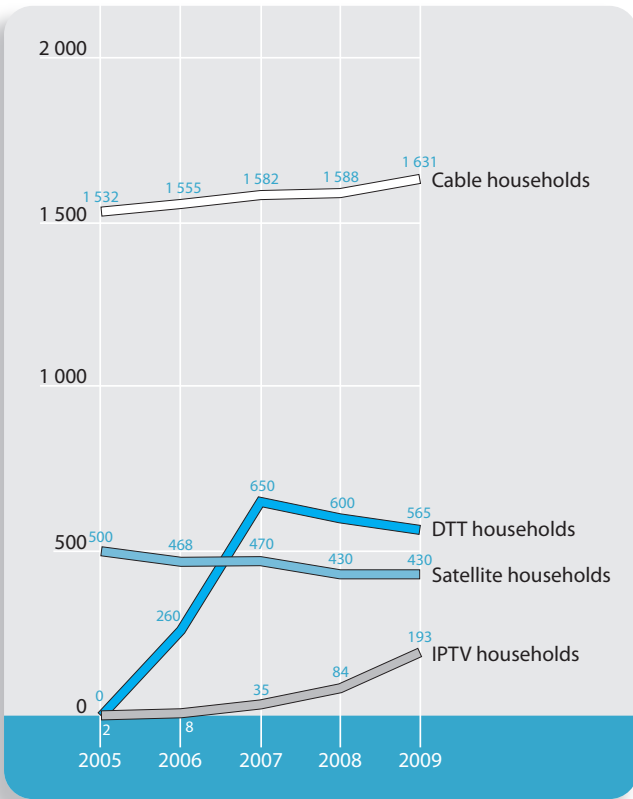
² In addition 195 local stations are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

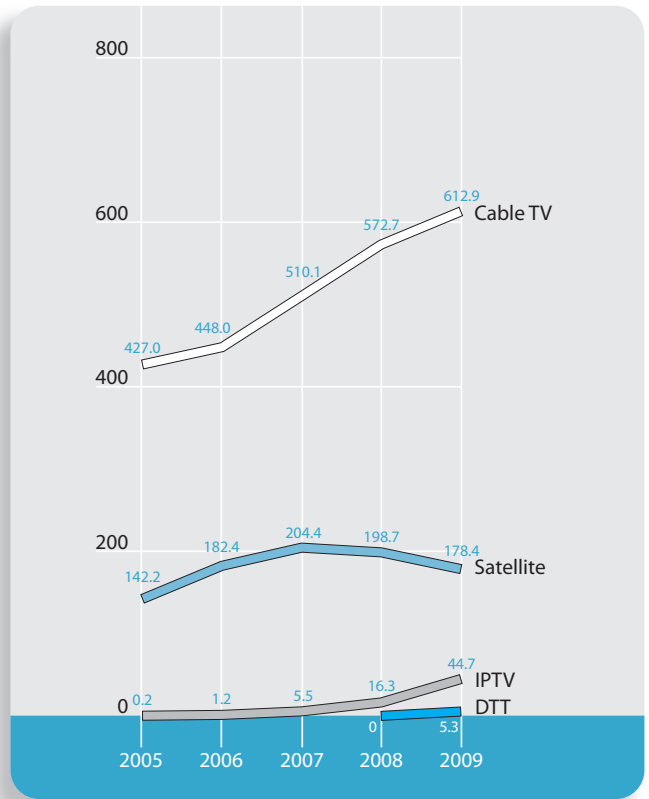
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

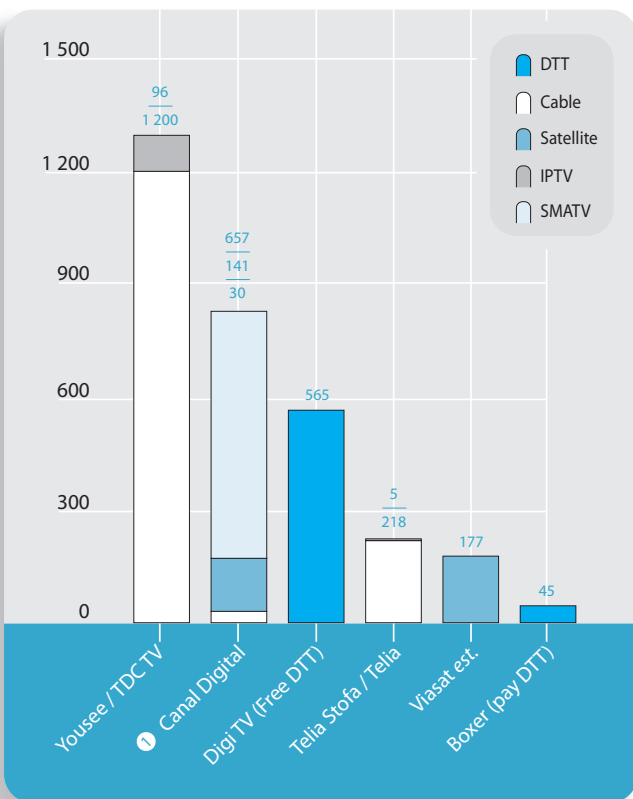
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

In thousands.

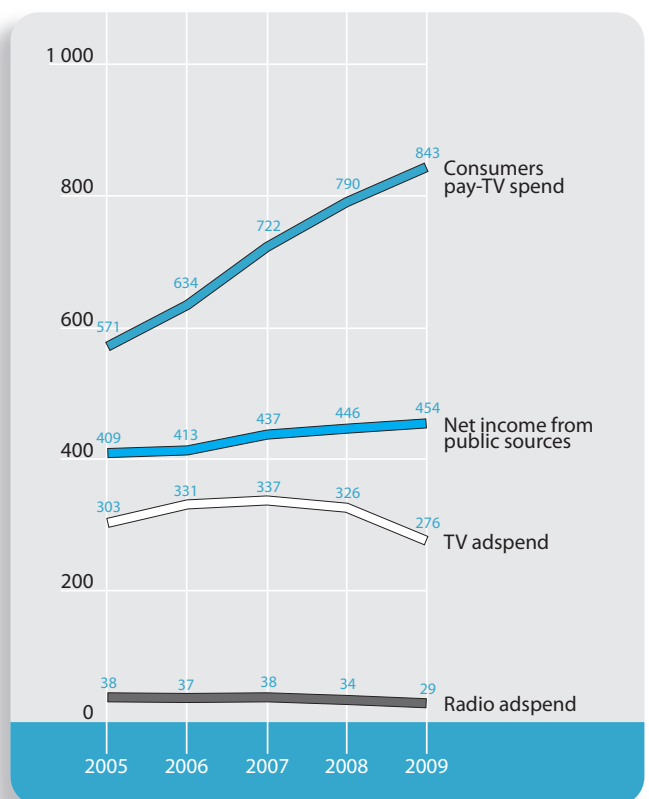


Data March 2010.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, DR

T.1.DK.1
G.1.DK.1

Operating revenues of the main television companies in Denmark

2006-2009 DKK million. Regional and local television channels not included.

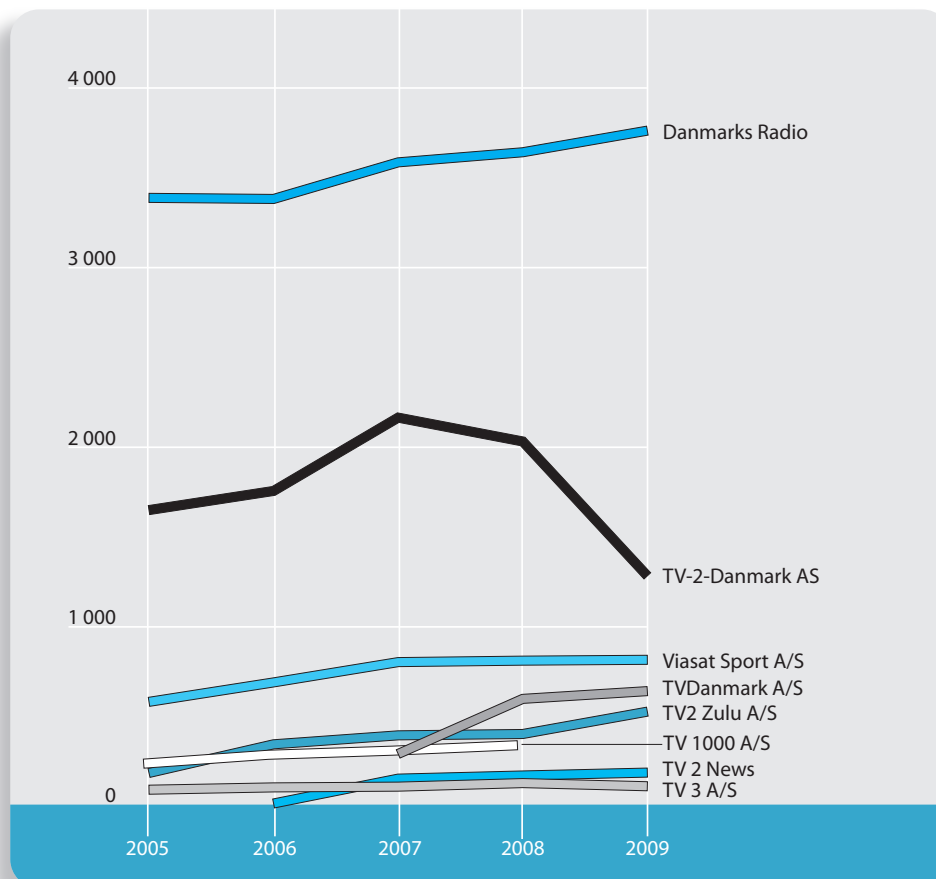
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Danmarks Radio	sptv	DR-1, DR-2	3 378.5	3 582.9	3 639.4	3 760.2	3.3%
TV-2-Danmark AS	sptv	TV-2	1 746.7	2 156.4	2 023.2	1 272.1	-37.1%
Viasat Sport A/S	thtv	Viasat Sport	676.7	790.2	798.3	803.0	0.6%
TVDanmark A/S	adtv	TV Danmark	~	277.1	584.7	628.0	7.4%
TV2 Zulu A/S	sptv	TV 2 Zulu	330.8	380.9	388.4	513.3	32.2%
TV 1000 A/S	pay-tv	TV 1000	272.3	295.3	325.6	~	~
TV 2 News	sptv	TV 2 News	0.1	139.0	156.6	172.7	10.3%
TV 3 A/S	adtv	TV 3	90.0	94.2	114.0	96.4	-15.4%
Bravad production APS	adtv	DK4	-	-	~	~	~
p.m. CIAC A/S	adtv	DK4	66.8	44.8	-	-	-
FIDD APS	pay-TV	Scandinavian Movies Channel	1.6	5.4	~	~	~
TV Shop A/S	hstv	TV Shop	29.8	24.6	~	-	-

Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
TDC A/S ①	3Play, 3G TV	TDC TV. Oplev Fly		47 429.0	39 321.0	38 819.0	35 939.0	-7.4%
Telenor A/S ①	3G TV	Telenor Mobil TV		4 612.0	4 762.0	6 384.0	6 145.0	-3.7%
Yousee A/S ①	3Play	YouSee Kabel TV, YouSee Web-TV		2 156.0	2 523.0	2 883.0	3 237.0	12.3%
Hi3G Denmark APS ①	3G TV	3 Mobil TV		726.1	1 227.9	1 466.1	1 776.9	21.2%
Telia Stofa A/S ①	3Play	Stofa TV		841.8	941.3	1 036.6	1 023.6	-1.3%
Canal Digital Danmarks A/S	packtv	Canal Digital		823.5	958.4	987.1	~	~
Viasat A/S	packtv	Viasat		685.0	801.7	944.9	~	~
Dansk Kabel TV APS ①	3Play	Dansk Kabel TV		372.2	372.6	403.8	574.7	42.3%
Telia Telecom A/S	3Play	Telia TV		~	~	~	~	~

① Operating revenues include telecommunication activities (Internet, telephony).

Source: European Audiovisual Observatory

DKK million.



T.1.DK.2
G.1.DK.2DR financial situation
2006-2009 DKK million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	3 079	3 262	3 282	3 392	91.1%	91.1%	90.2%	90.2%	3.4%
- Licence fee	3 079	3 262	3 282	3 392	91.1%	91.1%	90.2%	90.2%	3.4%
Other income	299	321	358	368	8.9%	8.9%	9.8%	9.8%	2.9%
TOTAL	3 379	3 583	3 639	3 760	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	3.3%

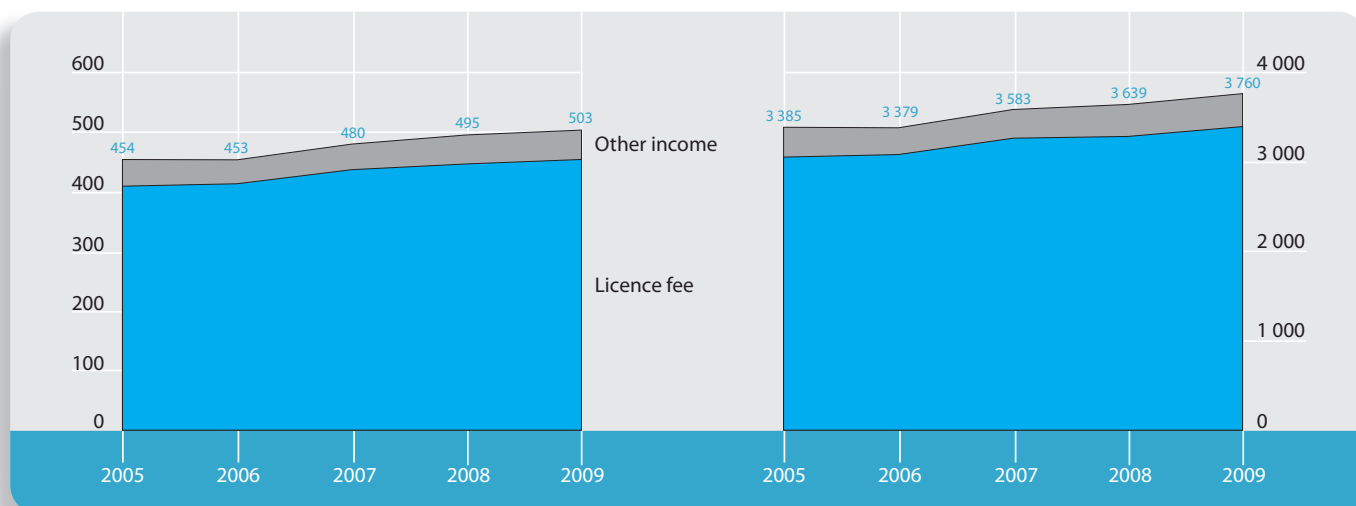
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	1 430	1 365	1 537	1 507	40.4%	38.5%	41.5%	40.4%	-1.9%
Costs of personnel	1 795	1 824	1 793	1 831	50.7%	51.5%	48.5%	49.1%	2.1%
Depreciation	316	352	370	389	8.9%	10.0%	10.0%	10.4%	5.0%
Operating expenditure	3 541	3 542	3 700	3 727	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.7%

Net result	-324	-20	-139	-55					-60.5%
Operating margin (%)									

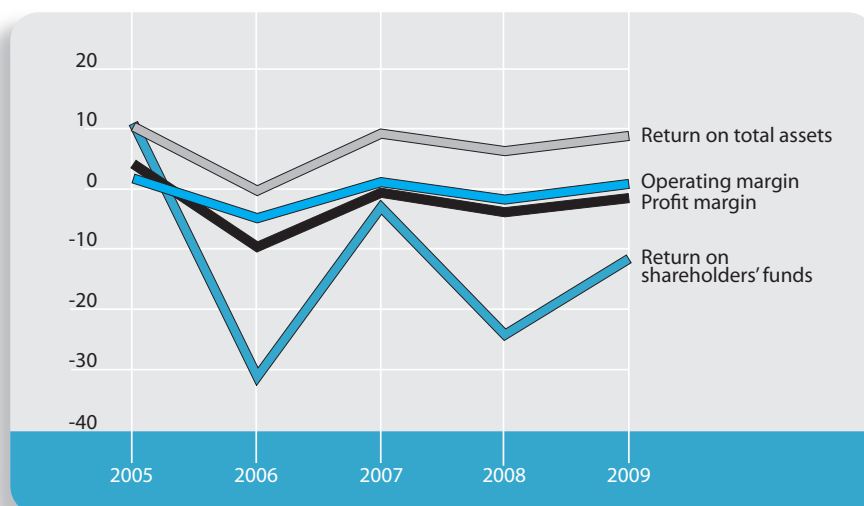
Source: DR, European Audiovisual Observatory

EUR million.

DKK million.



In %.



T.1.DK.3
G.1.DK.3TV2 Denmark financial situation (consolidated)
2006-2009 DKK million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total commercial income	1 917.6	2 192.8	2 086.9	1 925.0	97.9%	98.9%	96.5%	93.4%	-7.8%
- Advertising	1 586.2	1 667.2	1 550.0	1 219.0	81.0%	75.2%	71.6%	59.2%	-21.4%
- Pay-TV revenues	250.9	422.3	461.9	618.0	12.8%	19.1%	21.4%	30.0%	33.8%
- Other commercial income	80.5	103.3	75.0	88.0	4.1%	4.7%	3.5%	4.3%	17.3%
Other income	41.5	23.4	76.4	135.3	2.1%	1.1%	3.5%	6.6%	77.1%
Total	1 959.1	2 216.2	2 163.3	2 060.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-4.8%

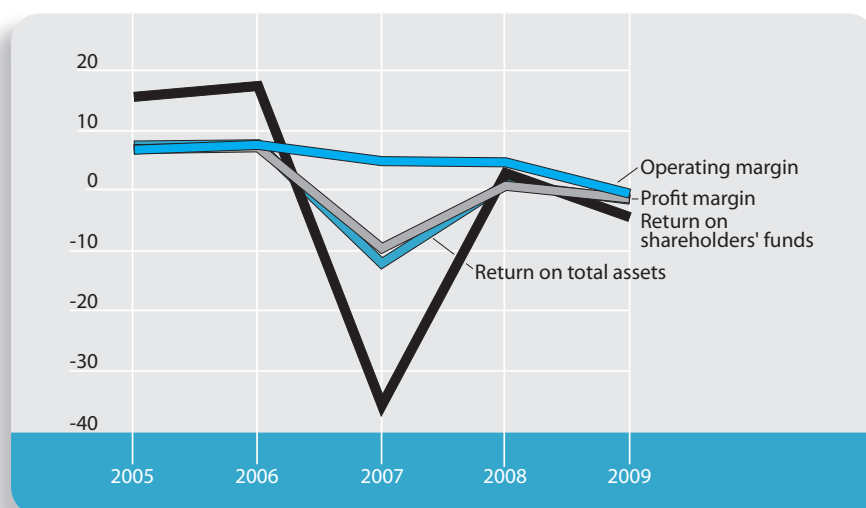
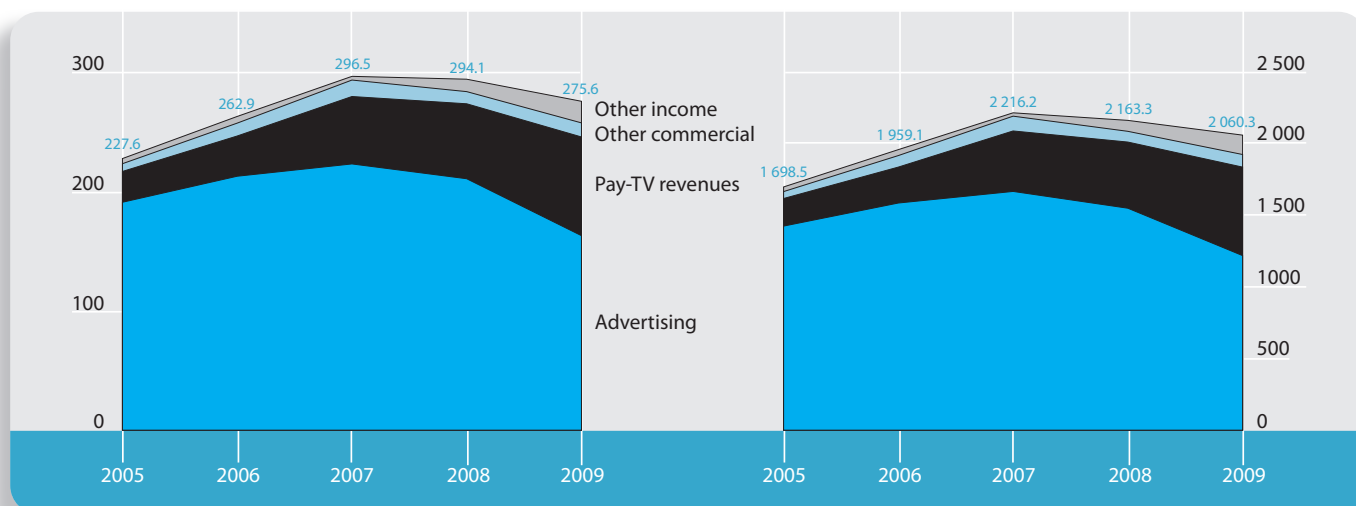
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
- Material costs	1 251.2	1 141.8	1 321.1	~	69.1%	54.2%	64.1%	~	~
- Costs of personnel	469.0	672.8	581.2	583.0	25.9%	31.9%	28.2%	28.2%	0.3%
- Depreciation	90.7	292.7	158.8	~	5.0%	13.9%	7.7%	~	~
Operating expenditure	1 810.9	2 107.3	2 061.1	2 070.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.4%

Net result	117.0	-158.5	18.2	-14.4					-179.1%
Operating margin (%)	7.6	4.9	4.7	-0.5					

Source: TV2, European Audiovisual Observatory

EUR million.

DKK million.



In %.

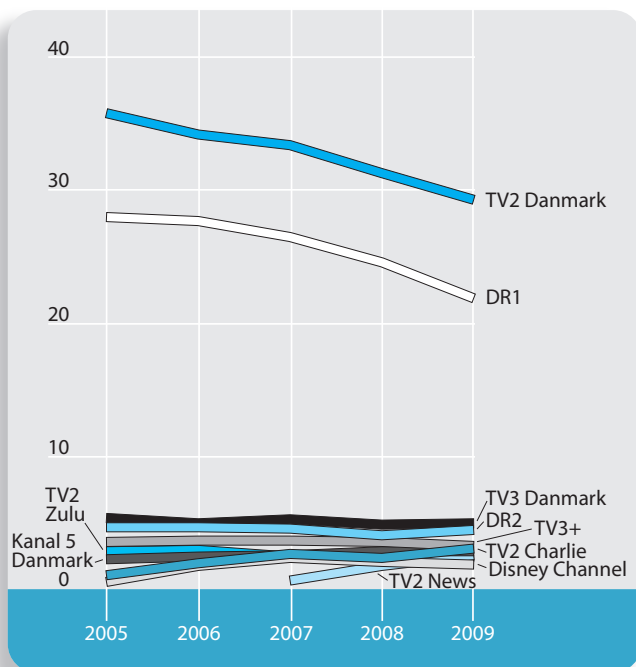
T.1.DK.4
G.1.DK.4

TV audience market share in Denmark 2005-2009 In %, 3 years +.

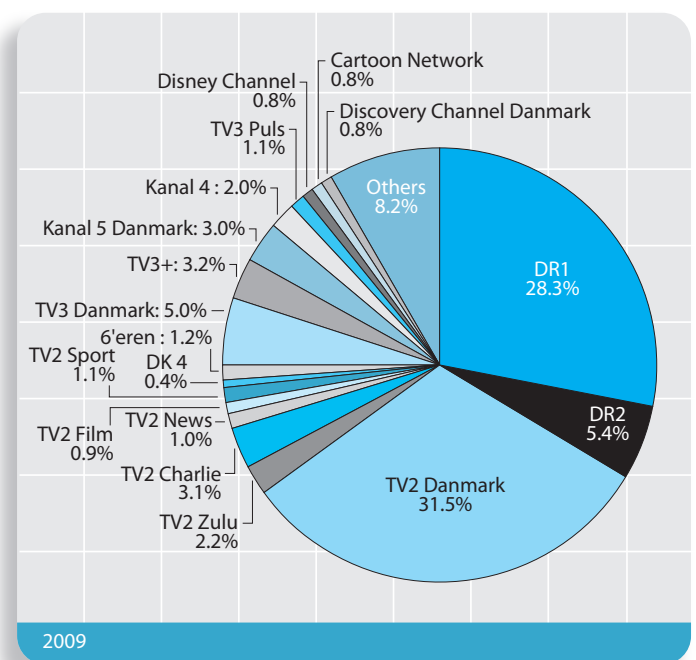
Channels	Daily share					Prime time (18:30-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
DR1	28.0	27.7	26.5	24.6	21.9	34.0	34.1	33.2	30.9	28.3
DR2	4.7	4.7	4.6	4.1	4.5	5.1	5.0	5.1	4.7	5.4
TV2 Danmark	35.8	34.2	33.4	31.3	29.3	37.6	35.5	34.9	33.6	31.5
TV2 Zulu	2.9	3.0	2.5	2.3	2.5	2.3	2.5	2.1	2.0	2.2
TV2 Charlie	1.1	2.0	2.7	2.4	3.1	1.0	2.0	2.2	2.1	3.1
TV2 News			0.7	1.8	2.6			0.2	0.7	1.0
TV2 Film	0.2	0.8	1.1	1.1	1.2	0.1	0.7	0.9	0.8	0.9
TV2 Sport			0.9	1.1	1.4			0.7	1.0	1.1
Danish public channels	72.7	72.4	72.4	68.7	66.5	80.1	79.8	79.3	75.8	73.5
DK 4	0.7	0.6	0.6	0.5	0.4	0.7	0.6	0.6	0.5	0.4
6'eren	~	~	0.9	1.0	1.3	~	~	0.7	0.7	1.2
Kanal København	~	~	~	~	0.1	~	~	~	~	0.0
Danish private channels	0.7	0.6	1.5	1.5	1.8	0.7	0.6	1.3	1.2	1.6
TV3 Danmark	5.4	5.0	5.3	4.9	5.0	4.7	4.5	4.8	4.7	5.0
TV3+	3.6	3.7	3.7	3.6	3.3	3.0	3.3	3.6	3.4	3.2
Kanal 5 Danmark	2.3	2.5	2.6	2.9	2.9	2.1	2.5	2.7	2.9	3.0
Disney Channel	0.6	1.8	2.4	2.1	1.9	0.2	0.7	1.0	0.9	0.8
Kanal 4	3.9	3.1	1.2	1.8	1.8	2.9	2.4	1.1	1.8	2.0
TV3 Puls	~	~	~	~	1.4	~	~	~	~	1.1
Cartoon Network	1.5	1.2	1.2	1.4	1.3	0.8	0.7	0.7	0.8	0.8
Discovery Channel Danmark	1.1	1.3	1.3	1.3	1.3	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8
Eurosport	0.9	0.8	0.9	0.9	1.0	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6
Animal Planet Europe	~	0.6	0.6	0.6	0.6	~	0.3	0.3	0.3	0.4
MTV Denmark	~	~	~	~	0.4	~	~	~	~	0.4
Disney XD	~	~	~	~	0.4	~	~	~	~	0.4
Nickelodeon Scandinavia	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.3
Playhouse Disney	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.3
The Voice TV (Denmark)	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.3
VH1 Denmark	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.1
Hallmark Channel UK	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.2
Foreign channels	19.3	20.0	19.2	19.5	23.0	14.9	15.6	15.4	16.1	20.1
Others	7.3	7.0	6.9	10.3	8.7	4.3	4.0	4.0	6.9	4.8

Source: Eurodata TV Worldwide, GALLUP TV-METER

Daily share. In %, 3 years +.



Prime time (18:30-23:00). In %, 3 years +.



T.1.DK.5
G.1.DK.5

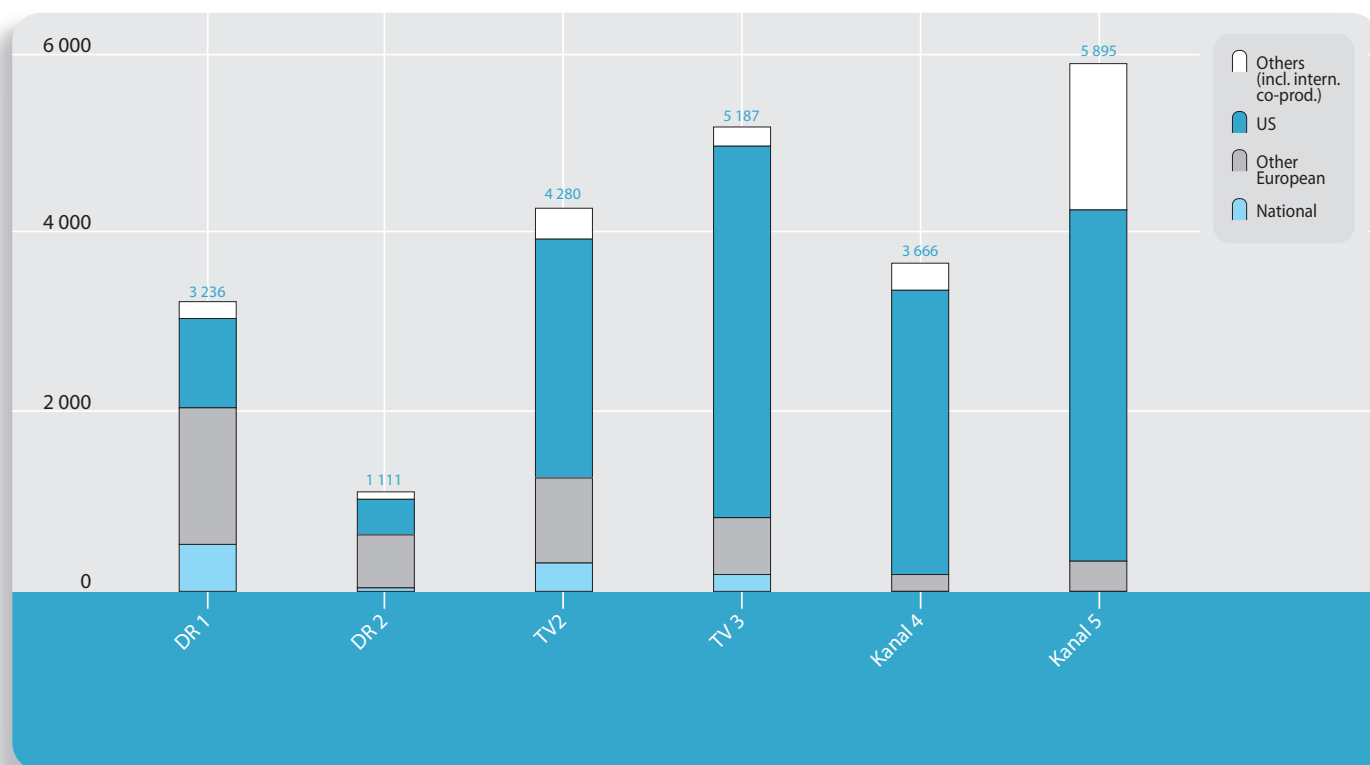
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod. EUR- EUR	Co-prod. EUR- Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
DR 1	12.3	0.0	0.0	598.1	0.0	524.3	620.9	92.2	202.3	42.5	997.5	42.0	24.4	44.9	34.8
DR 2	20.1	1.7	21.7	328.5	0.0	38.6	58.6	27.7	134.1	41.4	397.3	29.0	4.6	3.9	4.3
TV2	2.2	4.3	23.3	294.3	1.0	316.8	337.3	38.0	249.5	176.7	2667.8	61.3	29.1	61.3	17.3
TV 3	2.1	3.3	5.5	53.9	0.0	188.2	189.8	47.8	332.5	174.6	4149.7	22.3	4.9	5.3	7.5
Kanal 4	2.0	0.0	8.7	23.6	0.0	0.0	2.0	23.7	128.3	37.1	3175.1	20.3	242.0	3.3	0.0
Kanal 5	1.6	1.9	3.5	17.8	0.0	0.0	0.0	4.7	307.4	1615.3	3923.9	13.8	3.6	1.7	0.0
Total	40.2	11.2	62.7	1316.1	1.0	1067.8	1208.5	234.0	1354.0	2087.6	15311.2	188.8	308.6	120.3	63.8

Source: Infomedia

In hours.



The Estonian market was hit hard by the crisis in 2009, when television advertising revenues fell by 31% compared with 2008. A further decline of 12% occurred in the first quarter of 2010 (TNS Emor). Another reflection of the crisis was the fact that Neljas, Elion TV, Kalev Sport (renamed TV4 shortly before it was closed down) and MTV Estonia ceased transmissions in 2009. In the same period, only two new channels were launched: TV 14 in 2009 and the local channel TV Tallinn in May 2010.

Regarding audience share, Kanal 2, which is controlled by Norway's Schibsted group, still leads the field with a 19.6% daily market share in 2009 (24.9% at peak viewing hours). The first public channel, ETV, has moved into second place, benefiting from losses at TV3 (owned by the Sweden's MTG group), whose share fell from 18.2% to 14.8% in one year. Finally, the share of the Russian-language channel PBK fell for the first time in three years, declining to 12.2%.

In this context, the terrestrial analogue switchoff, which was completed on 1 July 2010, could give a boost to the audiovisual sector. Three multiplexes are operational: the first, operated by Levira, transmits five free-to-air channels and the two others are dedicated to the pay-DTT platform ZuumTV (launched in 2006 and operated by Starman). A call for tenders was issued in May 2010 for two new national free-to-air terrestrial channels.

The multi-channel distribution market is still in the hands of just a few players, with only one pay-DTT distributor (Starman), four cable operators (Elion, Starman, STV and Telset), one satellite television packager (Viasat [MTG Group]) and one IPTV provider (Elion [TeliaSonera Group]), operating on the market.

TeliaSonera controlled 61% of Eesti Telekom before increasing its stake to 97.5% in October 2009. The Swedish group now completely controls the IPTV provider Elion and the mobile telephone provider EMT (which offers a 3G television package).

In March 2009 the European Commission sent Estonia a letter of formal notice concerning its failure to comply with provisions relating to advertising. It subsequently decided to terminate the infringement proceedings in October 2009 after the Estonian Ministry of Culture had clarified the issues concerned.

Le marché estonien a été durement frappé par la crise en 2009. Le chiffre d'affaire de la publicité télévisée a diminué de 31% en 2009 par rapport à 2008 et était encore en baisse de 12% au premier trimestre 2010 (TNS Emor). Autre manifestation de la crise, Neljas, Elion TV, Kalev Sport (rebaptisée TV4 peu de temps avant son arrêt) et MTV Estonie ont cessé d'émettre en 2009. Sur la même période seules deux nouvelles chaînes ont été lancées : TV 14 en 2009 et la chaîne locale TV Tallinn en mai 2010.

En termes d'audience, Kanal 2, contrôlée par le groupe norvégien Schibsted, demeure en tête avec 19,6% de part de marché d'audience quotidienne en 2009 (24,9% aux heures de grande écoute). La première chaîne publique ETV s'installe à la deuxième place, profitant de l'effondrement de TV3 (détenue par le groupe suédois MTG) qui passe de 18,2% à 14,8% en un an. Enfin, la chaîne russophone PBK recule pour la première fois depuis trois ans à 12,2%.

Dans ce contexte, c'est l'extinction des transmissions analogiques terrestres, réalisée le 1er juillet 2010 qui pourrait redynamiser le secteur audiovisuel. Trois multiplex sont opérationnels : le premier, opéré par Levira, transmet cinq chaînes gratuites et les deux autres sont dédiés à la plate-forme TNT payante ZuumTV (lancée en 2006 et opérée par Starman). Un appel d'offre a ainsi été lancé en mai 2010 pour deux nouvelles chaînes nationales terrestres gratuites.

Le marché de la distribution multi-chaînes est toujours aux mains d'un nombre limité d'acteurs puisque seuls un distributeur de TNT payante (Starman), quatre cablo-opérateurs (Elion, Starman, STV et Telset), un ensemble de télévision par satellite (Viasat, groupe MTG) et un fournisseur de télévision par IP (Elion, groupe TeliaSonera) opèrent sur le marché.

TeliaSonera qui contrôlait 61% de Eesti Telekom a augmenté sa participation à 97,5% en octobre 2009. Suite à cette opération, le groupe suédois contrôle complètement le fournisseur IPTV Elion et le fournisseur de téléphonie mobile EMT (qui propose un bouquet de télévision 3G).

Enfin, la Commission européenne a envoyé en mars 2009 une lettre de mise en demeure à l'Estonie à propos du non respect de dispositions relatives à la publicité puis a décidé de mettre fin à la procédure d'infraction en octobre 2009 suite aux clarifications apportées par le ministère de la Culture estonien.

Der estnische Markt wurde 2009 mit voller Wucht von der Krise getroffen. Bei der Fernsehwerbung brach der Umsatz 2009 um 31% gegenüber 2008 ein und verzeichnete auch im ersten Quartal 2010 noch einen Rückgang von 12% (TNS Emor). Ebenfalls infolge der Krise stellten Neljas, Elion TV, Kalev Sport (kurz vor der Schließung in TV4 umbenannt) und MTV Estland 2009 ihren Sendebetrieb ein. Im selben Zeitraum gingen nur zwei neue Fernsehdienste auf Sendung: TV 14 im Jahr 2009 und der Lokalsender TV Tallinn im Mai 2010.

Bei den Einschaltquoten blieb 2009 der zur norwegischen Schibsted-Gruppe gehörende Sender Kanal 2 mit einem täglichen Marktanteil von 19,6% führend (24,9% in der Primetime). Das erste öffentlich-rechtliche Programm ETV rückte auf den zweiten Platz vor und profitierte damit vom Einbruch von TV3 (im Besitz der schwedischen MTG) von 18,2% auf 14,8% innerhalb eines Jahres. Der russischsprachige Sender PBK verzeichnete zum ersten Mal seit drei Jahren einen Rückgang und kam auf 12,2%.

In diesem Kontext könnte die am 1. Juli 2010 erfolgte Abschaltung des analogen terrestrischen Signals dem audiovisuellen Sektor neuen Schwung verleihen. Drei Multiplexe sind einsatzfähig: Einer wird von Levira betrieben und überträgt fünf frei empfangbare Sender und zwei werden von der 2006 gestarteten und von Starman betriebenen kostenpflichtigen DVB-T-Plattform ZuumTV genutzt. Im Mai 2010 wurde eine neue Ausschreibung für zwei neue frei empfangbare landesweite terrestrische Sender gestartet.

Der Markt für Multikanalverbreitung ruht weiterhin in den Händen einiger weniger, da lediglich ein Sendeveranstalter verschlüsselter DVB-T-Programme (Starman), vier Kabelnetzbetreiber (Elion, Starman, STV und Telset) sowie jeweils ein Anbieter von Satellitenprogrammen (Viasat, MTG-Gruppe) und IPTV (Elion, TeliaSonera-Gruppe) aktiv sind.

TeliaSonera kontrollierte bereits 61% von Eesti Telekom und erhöhte im Oktober 2009 seine Beteiligung auf 97,5%. Als Folge davon hat die schwedische Gruppe nun die vollständige Kontrolle über den IPTV-Anbieter Elion und den Mobilfunkanbieter EMT (der ein 3G-Fernsehbouquet im Angebot hat).

Im März 2009 hat die Europäische Kommission Estland wegen eines Verstoßes gegen die EU-Bestimmungen über die Fernsehwerbung verwarnet, im Oktober 2009 aber, nach der Klärung durch das estnische Kulturministerium, das Vertragsverletzungsverfahren eingestellt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	1 340	Eurostat
Households		–	549	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.1%	533	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		46.1%	253	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		3.5%	19	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		16.4%	90	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		8.7%	48	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		17.7%	97	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		14.6%	80	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		44.4%	244	European Audiovisual Observatory
Households with PC		77.0%	423	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		59.9%	329	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	07.10	Companies
Cable operators	4	Elion (TeliaSonera), Starman, STV, Telset
Satellite packagers	1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	1	Elion (TeliaSonera)
DTT multiplex operators and packagers	2	Transmission company: Levira (Estonian State/TDF) Pay DTT packager: Starman
Mobile phone TV packagers	1	EMT (TeliaSonera)

TV channels established in the country by kind of transmission	07.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	5	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			3	3
Regional/Local		1	5	6
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets				
Total		3	13	16
Foreign channels targeting the country		2	14	16

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	07.10	Free Digital Terrestrial	Digital Terrestrial Starman	Cable Starman	Cable STV	Satellite (Full offer) Viasat	IPTV Elion
Generalist - national		2	2	3	2	2	3
Generalist - foreign			2	14	21	24	12
Adult			1	6	7	3	8
Children			4	11	9	26	26
Culture/ education/ documentary			8	25	21	35	28
Minority interest groups					1		
Entertainment/ TV fiction/ games		3	15	36	20	35	34
Film			3	18	6	44	12
Home shopping					1		
International linguistic and cultural				1	3	1	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			1	6	12	2	11
Music			2	10	16	8	16
News/ business			3	12	11	10	14
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local				2			2
Religion				2	2	3	2
Sports			3	19	14	28	22
Various					4	4	1
Total		5	44	165	150	225	194

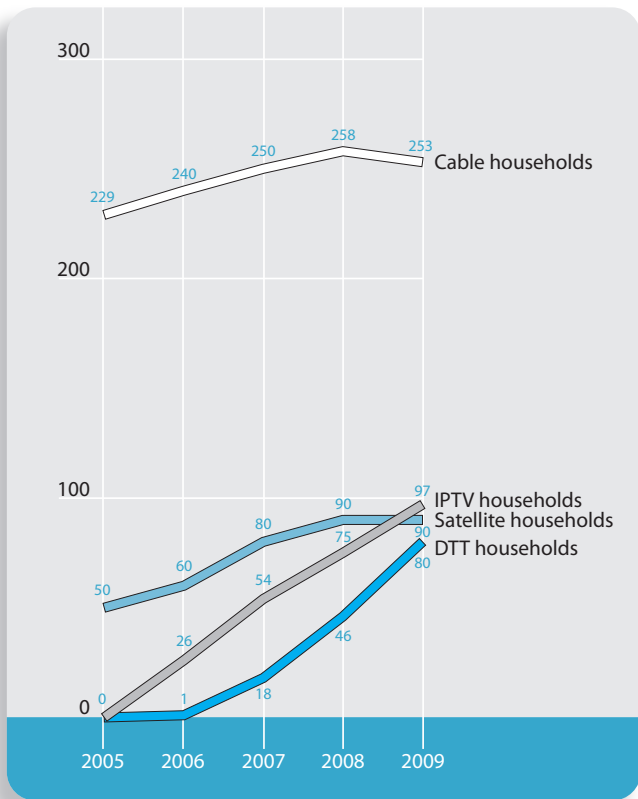
① Included free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

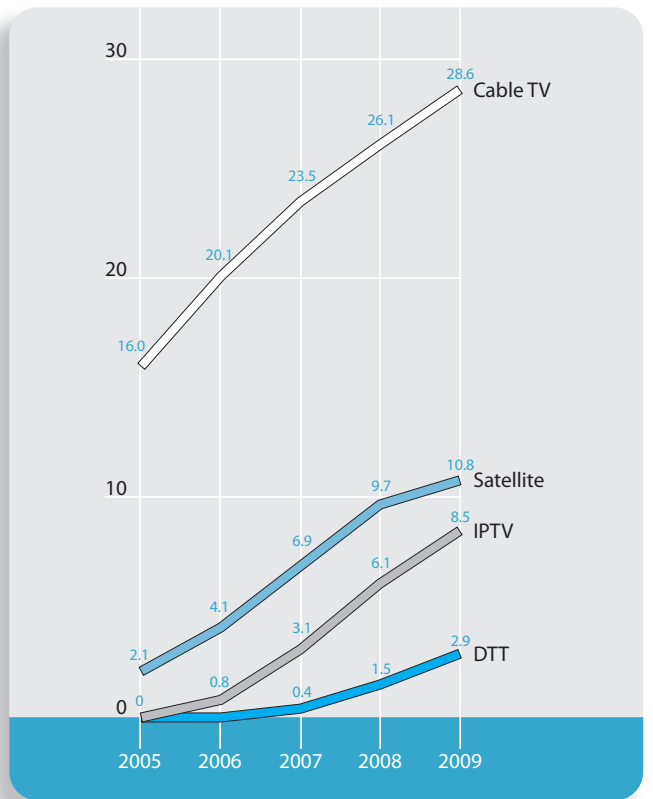
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

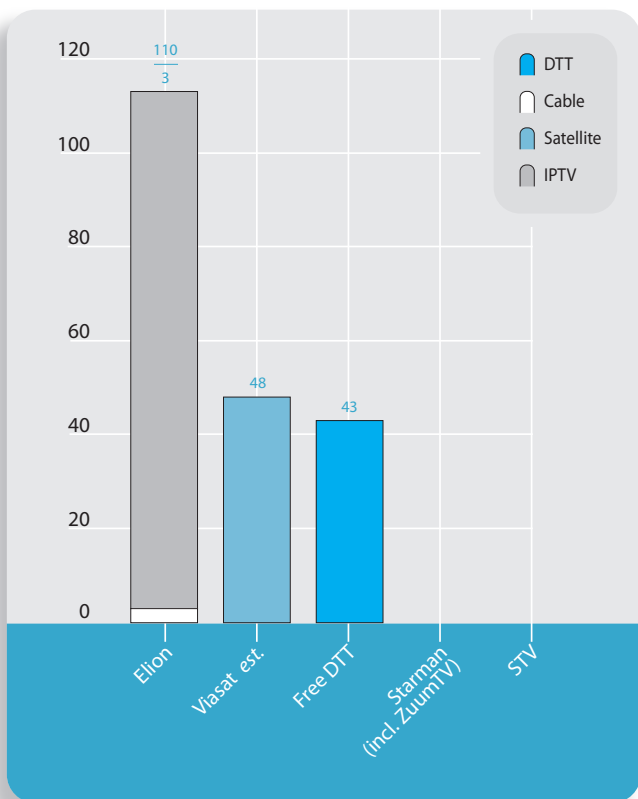
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

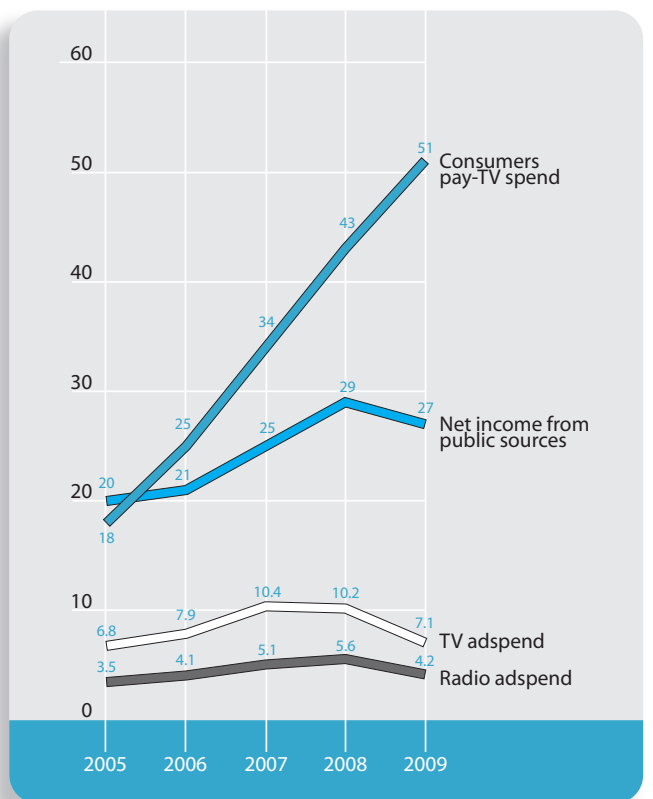
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



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

T.1.EE.1
G.1.EE.1

Operating revenues of the main television companies in Estonia

2006-2009 EEK thousand.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
ERR - Eesti Rahvusringhääling ¹	sptv	ETV, ETV2	398.1	434.2	495.6	465	-6.2%
<i>p.m.</i> Eesti Televisioon (ETV) ¹	sptv	ETV	-	-	-	-	-
Kanal 2 AS	adtv	Kanal 2	150	223.4	216.7	154.6	-28.7%
TV 3 AS	adtv	TV3	194.7	221.5	211.6	139.3	-34.2%
Pervoi Baltiski Kanal	thtv	PBK	4.3	4.8	2.3	~	~
MTV Eesti	thtv	MTV Estonia	4.1	9.1	13.4	-	-

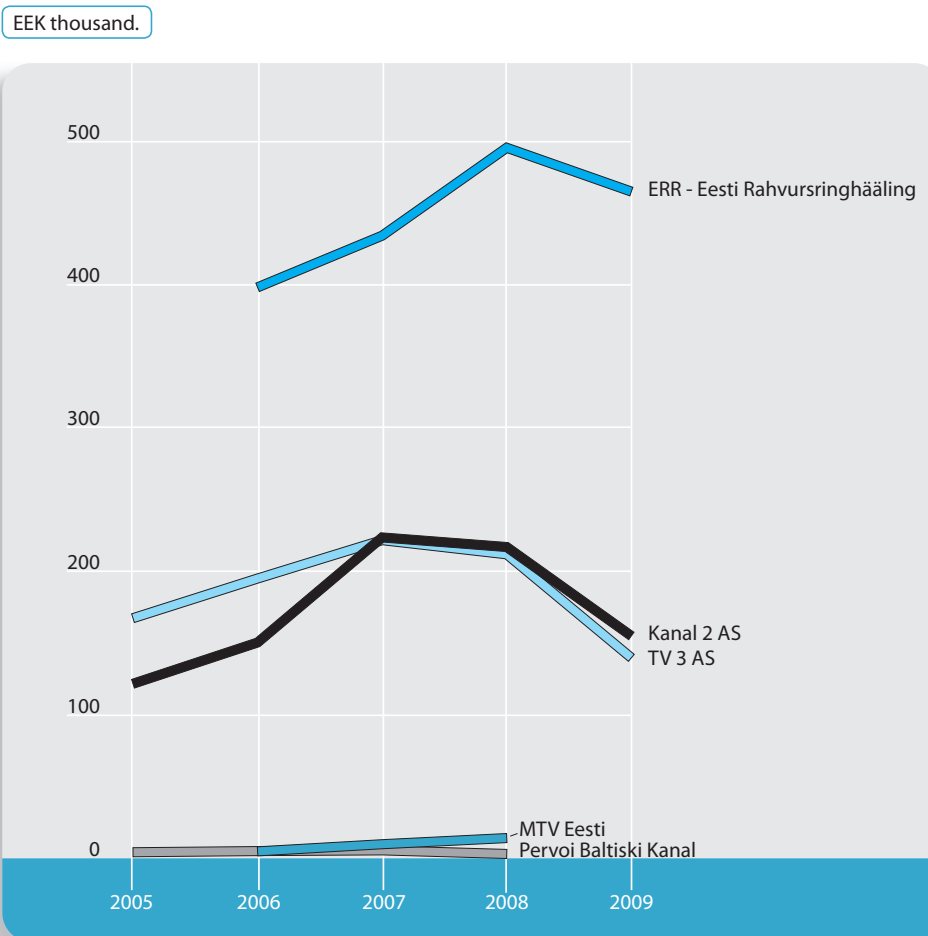
Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
EMT AS ²	3G TV	EMT TV		2 926.0	3 224.6	3 050.7	3 110.6	2.0%
Elion Ettevõtted AS ²	3Play	DigiTV		2 433.5	2 592.0	2 947.5	2 991.6	1.5%
Viasat AS	sat-tv	Viasat		162.1	365.0	544.1	~	~
Starman AS ²	3Play	ZuumTV		238.1	289.0	353.8	363	2.6%
STV AS ²	3Play	KTV		163.3	188.5	212.4	227.2	7.0%
Levira AS ³	DTT	Free DTT		91.0	-	155.3	161.8	-
Telekanal STV	3play	STV		3.1	2.6	3.0	~	~

¹ The public television company ETV was merged as at 1.6.2007 with the public radio company Eesti Radio to form the Eesti Rahvusringhääling (ERR).

² Includes telecommunications activities.

³ 2008 on 15 months.

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.EE.2
G.1.EE.2

Eesti Rahvusringhääling financial situation

2007-2009

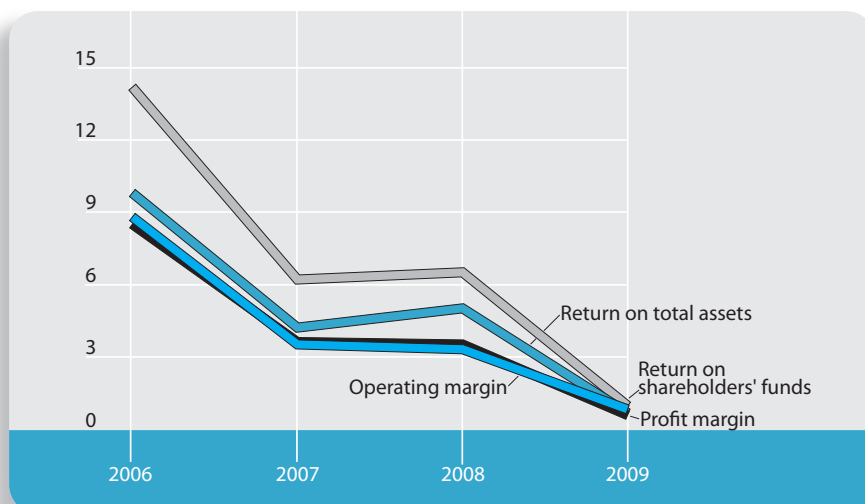
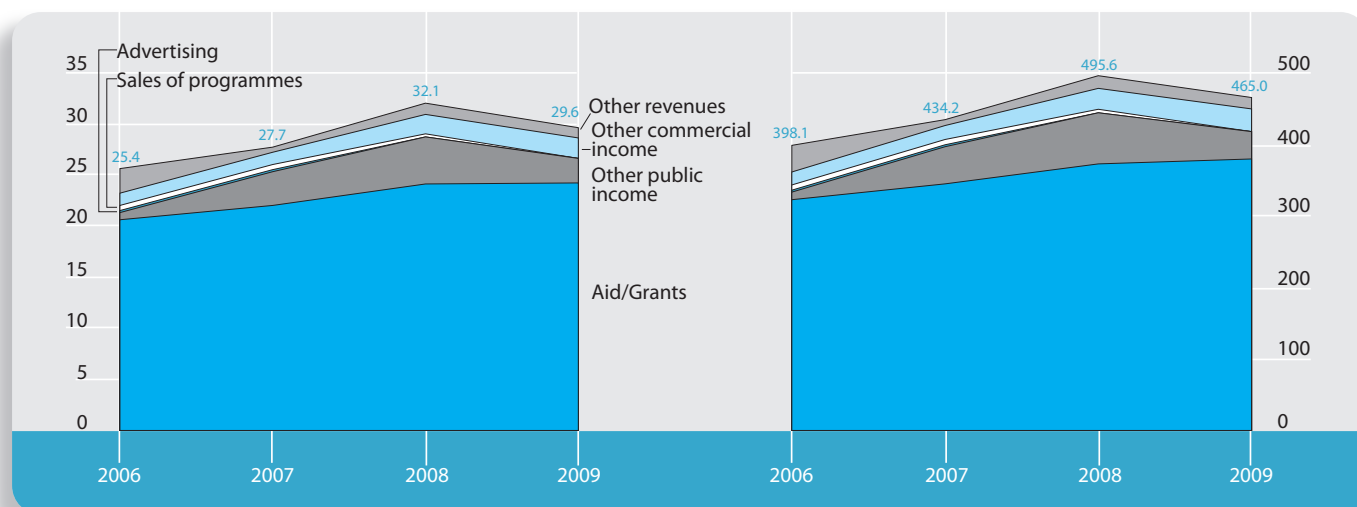
EEK million. Until 31.05.2007 there were two separate organisations for television (Eesti Televisioon) and for radio (Eesti Radio). As at 01.06.2007 they were merged in Eesti Rahvusringhääling (ERR). ERR data for 2007 are consolidated pro forma.

Income	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	396.3	443.6	417.4	91.3%	89.5%	89.8%	-5.9%
- Aid/Grants	344.4	372.3	379.2	79.3%	75.1%	81.5%	1.9%
- Other public income	51.9	71.4	38.2	12.0%	14.4%	8.2%	-46.5%
Total commercial income	29.7	34.1	31.7	6.8%	6.9%	6.8%	-7.0%
- Advertising	2.7	0	0	0.6%	0.0%	0.0%	-
- Sales of programmes	7.4	4.9	0	1.7%	1.0%	0.0%	-
- Other commercial	19.5	29.2	31.7	4.5%	5.9%	6.8%	8.6%
Others	8.2	17.7	15.9	1.9%	3.6%	3.4%	-10.2%
Total	434.2	495.6	465.0	100.0%	100.0%	100.0%	-6.2%
Expenses	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2009/08
- Purchase goods and services	~	~	197.30	~	~	42.8%	~
- Costs of personnel	~	~	228.2	~	~	49.5%	~
- Depreciation	~	~	35.6	~	~	7.7%	~
Total	419.1	479.3	461.1	100.0%	100.0%	100.0%	-3.8%
Net result	15.8	17.6	2.6				-85.2%
Operating margin (%)	3.5	3.3	0.8				

Source: ETV, European Audiovisual Observatory

EUR million.

EEK million.

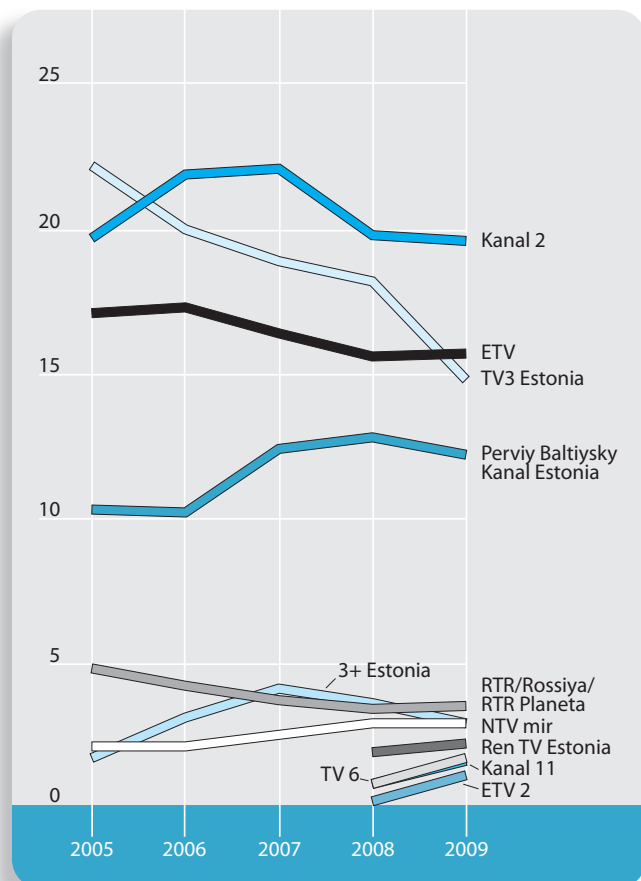


T.1.EE.3
G.1.EE.3TV audience market share in Estonia
2005-2009 In %, 4 years +.

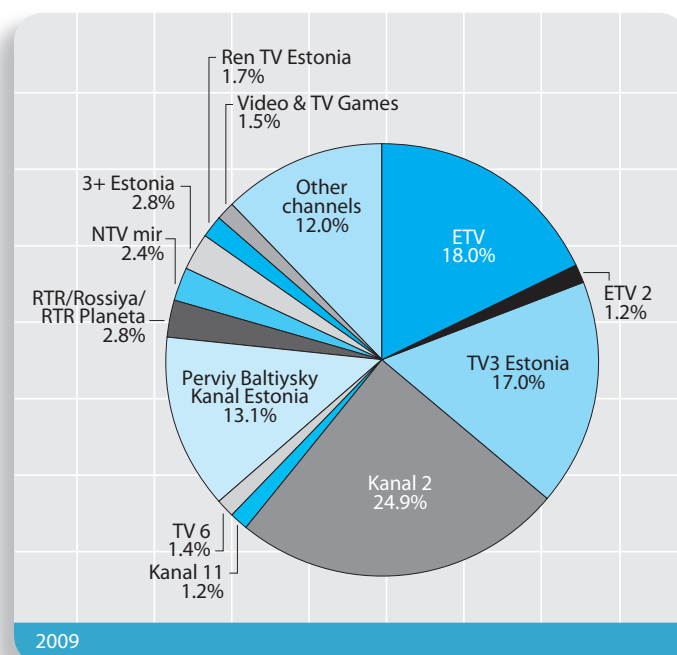
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
ETV	17.1	17.3	16.4	15.6	15.7	19.6	18.1	17.1	16.7	18.0
ETV 2				0.2	1.1				0.4	1.2
Estonian Public channels	17.1	17.3	16.4	15.8	16.8	19.6	18.1	17.1	17.1	19.2
TV3 Estonia	22.2	20.0	18.9	18.2	14.8	22.7	20.3	18.8	20.0	17.0
Kanal 2	19.7	21.9	22.1	19.8	19.6	21.8	26.0	26.9	24.9	24.9
Kanal 11	-	-	-	0.8	1.6	-	-	-	0.6	1.2
TV 6	-	-	-	0.8	1.7	-	-	-	0.8	1.4
Seitse	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	0.1
Kalev Sport	-	-	-	0.4	-	-	-	-	0.4	-
MTV Eesti	-	-	0.4	0.3	-	-	-	0.3	0.2	-
Estonian Private channels	41.9	41.9	41.4	40.3	37.9	44.5	46.3	46.0	46.9	44.6
Perviy Baltiysky Kanal Estonia	10.3	10.2	12.4	12.8	12.2	11.6	11.0	12.8	13.3	13.1
RTR/Rossiya/RTR Planeta	4.8	4.2	3.7	3.4	3.5	3.7	3.1	2.8	2.5	2.8
Finnish channels	1.1	0.8	0.6	~	~	1.0	0.9	0.6	~	~
NTV mir	2.1	2.1	2.5	2.9	2.9	1.6	1.9	1.9	2.5	2.4
3+ Estonia	1.7	3.1	4.1	3.6	2.9	2.2	3.7	5.3	3.8	2.8
Ren TV Estonia				1.9	2.2				1.6	1.7
Foreign channels	20.0	20.4	23.3	24.6	23.7	20.1	20.6	23.4	23.7	22.8
Other channels	18.7	18.0	17.1	17.4	19.6	14.3	13.3	12.4	11.0	11.9
Video & TV Games	2.3	2.4	1.8	1.9	2.0	1.5	1.7	1.1	1.3	1.5

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS EMOR

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +.



Hit by the economic crisis, the Spanish audiovisual market has undergone considerable change: for example, 2009 and 2010 saw developments in TV audience rankings, the reform of RTVE, a merger between Cuatro and Telecinco and the switchoff of analogue terrestrial transmissions.

In 2009, the public channel TVE La Primera led the market with a 16.4% daily audience share. It therefore overtook Telecinco, a private channel owned by the Italian Mediaset group, whose 15.1% share represents a 3% drop compared to 2008. Antena 3, controlled by the Planeta de Agostini and Bertelsmann groups, remained in third position, with a reduced audience share of 14.7%. Next, the two most recent additions to the Spanish analogue terrestrial landscape continued to establish themselves: Cuatro (which replaced Canal+ in 2005) with 8.2% and La Sexta (created by a Spanish-Mexican consortium in 2006) with 5.5%. TVE La 2 followed with a 3.8% daily audience share.

Following the adoption of the new law on the funding of public broadcaster RTVE in August 2009, advertising was removed from all TVE channels on 1 January 2010. The law stipulates that the company should, from now on, be funded by public funding, the spectrum tax and the introduction of two new taxes (on the revenues of the private broadcasters and the telecommunications operators). In July 2010, the European Commission approved the new tax system for the financing of the public broadcaster, but asked Spain to abolish the "telecoms tax" in September.

The public broadcaster was not the only one affected by the economic crisis. The economic climate also influenced the actions of commercial players and several major takeovers helped to reshape the Spanish audiovisual landscape in 2009 and 2010.

At the end of 2009, a major rapprochement between the channels Cuatro (Sogecable, Prisa group) and Telecinco (Mediaset) was announced. An agreement for Cuatro to be taken over by Telecinco was reached in April 2010 and the Spanish competition authority approved the merger in November 2010. As part of the deal, Prisa should receive an 18% stake in Telecinco.

Meanwhile, in December 2009, Telecinco also bought a 22% stake in Canalsatellite Digital, operator of the Digital+ package and subsidiary of Sogecable (Prisa), which had recently seen Telefonica buy a stake in its capital.

In spring 2010, the Prisa group announced that it had reached an agreement with the Liberty Acquisition group, subject to

Frappé par la crise économique, le marché audiovisuel espagnol s'est profondément recomposé : modification dans la hiérarchie des audiences, réforme de la RTVE, rapprochement de Cuatro et Telecinco ou encore extinction des transmissions analogiques terrestres ont ainsi eu lieu en 2009 et 2010.

En 2009, la chaîne publique TVE La Primera prend la tête du marché avec 16,4 % d'audience quotidienne. Elle devance ainsi Telecinco, la chaîne privée contrôlée par le groupe italien Mediaset, qui subit une baisse de trois points par rapport à 2008 et s'établit à 15,1 % seulement. Antena 3, contrôlée par les groupes Planeta de Agostini et Bertelsmann, conserve sa troisième position, avec une audience en recul à 14,7 %. Derrière, continuent de s'affirmer les deux chaînes les plus récentes du paysage analogique terrestre espagnol : Cuatro (qui a remplacé Canal+ en 2005) avec 8,2 % et la Sexta (créée en 2006 par un consortium hispano-mexicain) avec 5,5 %. TVE La 2 suit avec 3,8 % d'audience quotidienne.

Suite à la nouvelle loi sur le financement du radiodiffuseur public RTVE, adoptée en août 2009, la publicité a été supprimée sur les chaînes de TVE au 1^{er} janvier 2010. Le texte prévoit que ses recettes soient désormais assurées par une subvention publique, la taxe sur le spectre de fréquences radioélectriques et l'instauration de deux nouvelles taxes (sur les recettes des radiodiffuseurs privés et des opérateurs de télécommunications).

La Commission européenne a validé en juillet 2010 le nouveau système fiscal de financement de l'organisme public mais a demandé à l'Espagne au mois de septembre de mettre fin à la « taxe télécoms ».

Le radiodiffuseur public n'a pas été le seul affecté par la crise économique. Le contexte économique a aussi poussé les acteurs privés à réagir et plusieurs opérations importantes ont reconfiguré le paysage audiovisuel espagnol en 2009 et 2010.

A la fin de l'année 2009 a été annoncé un rapprochement majeur entre les chaînes Cuatro (Sogecable, groupe Prisa) et Telecinco (Mediaset). Un accord sur l'absorption de Cuatro par Telecinco a été trouvé en avril 2010 et l'autorité de la concurrence espagnole a validé l'opération en novembre 2010. A l'occasion de cette opération, Prisa devrait entrer à hauteur de 18 % au capital de Telecinco.

Par ailleurs, Telecinco a aussi racheté 22 % du capital de Canalsatellite Digital, opérateur du bouquet Digital+ et filiale de Sogecable (Prisa) en décembre 2009, qui venait d'ailleurs de voir le retour à son capital de Telefonica.

Le groupe Prisa a annoncé au printemps 2010 être parvenu à un accord, sujet à validation par l'autorité de la concu-

Der von der Wirtschaftskrise stark betroffene audiovisuelle Markt in Spanien hat sich 2009 und 2010 grundlegend gewandelt: Änderung der Rangliste bei den Einschaltquoten, RTVE-Reform, Annäherung von Cuatro und Telecinco sowie Einstellung des analogen Antennenfernsehens.

Der öffentlich-rechtliche Sender TVE La Primera übernahm 2009 mit einer täglichen Einschaltquote von 16,4 % die Marktführerschaft und lag damit vor Telecinco, dem vom italienischen Medienkonzern Mediaset kontrollierten Privatsender, der 3 % gegenüber 2008 einbüßte und nur noch 15,1 % erzielte. Antena 3 (im Besitz von Planeta de Agostini und Bertelsmann) konnte bei rückläufigen Zuschauerzahlen mit 14,7 % den dritten Platz halten. Dahinter behaupteten sich erneut die beiden jüngsten Sender des analogen Antennenfernsehens in Spanien: Cuatro (seit 2005 Nachfolger von Canal+) mit 8,2 % und La Sexta (2006 von einem spanisch-mexikanischen Konsortium gegründet) mit 5,5 %. TVE La 2 folgte mit einem Zuschaueranteil von 3,8 %.

Aufgrund des neuen Gesetzes vom August 2009 über die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters RTVE wurde die Werbung auf den TVE-Sendern zum 1. Januar 2010 vollständig eingestellt. Nach dem Gesetz sind die Einnahmen von TVE künftig über öffentliche Zuschüsse, die Gebühren für die Nutzung des Funkfrequenzspektrums sowie die Einführung zweier neuer Abgaben (auf die Einnahmen der privaten Rundfunksender und der Telekom-Betreiber) sichergestellt.

Die EU-Kommission billigte im Juli 2010 das neue Steuerfinanzierungssystem von RTVE, forderte Spanien aber im September auf, die „Telekom-Abgabe“ abzuschaffen.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter war nicht als einziger von der Wirtschaftskrise betroffen. Die wirtschaftliche Situation veranlasste auch die Privaten zum Handeln und mehrere folgenreiche Maßnahmen haben die spanische Medienlandschaft 2009 und 2010 verändert.

Ende 2009 wurde eine weitgehende Annäherung der Sender Cuatro (Sogecable, Prisa-Gruppe) und Telecinco (Mediaset) angekündigt. Im April 2010 folgte eine Einigung über die Übernahme von Cuatro durch Telecinco, die im November von der spanischen Wettbewerbsbehörde gebilligt wurde. Damit sollte Prisa einen Anteil von 18 % am Kapital von Telecinco bekommen.

Telecinco übernahm im Dezember 2009 auch 22 % des Kapitals von Canalsatellite Digital, Betreiber des Bouquets Digital+ und Tochter von Sogecable (Prisa), an dessen Kapital sich Telefonica übrigens wieder beteiligte.

ratification by the competition authority. It was to take control of half of the press group, previously owned by the Polanco family.

The special-interest broadcaster, Teuve (Factoria de Canales), was sold in April 2010 by cable operator ONO to the Chellomedia group (Liberty Global), which already owned half a dozen special interest channels in Spain.

Finally, the Mediapro group, which owns stakes in the La Sexta and Gol TV channels and manages the audiovisual rights of several football clubs, launched insolvency proceedings in June, when a Madrid court found in favour of Sogecable in its dispute since 2006 with Mediapro over Spanish football retransmission rights.

The switchover to digital terrestrial broadcasting was completed in April 2010, when analogue terrestrial transmissions were switched off. Most Spanish households were equipped for DTT in 2010, the high percentage reflecting the importance of terrestrial transmissions in the country. By November 2010, around 30 national channels were accessible free of charge on the Spanish digital terrestrial network. A large number of channels were launched in 2010 especially for the free DTT network (13TV, Boing, La 10, La Sexta 2 and 3, Marca TV and Nitro).

Pay-DTT services have been authorised since the publication of a decree in August 2009. Three such channels have since been launched. The football channel Gol TV (GAMP and Televisa) was launched in summer 2009 and, by the end of the year, had more than 1 million subscribers across all platforms, including around 150 000 on the DTT network alone. The fiction channel AXN (Sony) was launched on the pay-DTT network in May 2010, followed in August by Canal+ Dos (Sogecable), which specialises in films and light entertainment. However, Dahlia TV, a subsidiary of the Swedish group AirPlus TV (already active in the pay-DTT market in Finland and Italy) announced in January 2010 that it was abandoning its plans for a pay-DTT platform in Spain.

High definition transmissions on the DTT network were also launched in 2010. By October, three national channels, as well as 10 regional channels, were available free of charge in HD on DTT.

Despite these successes, Spanish DTT continues to face several challenges, including competition in the transmission market (Abertis was found guilty of abusing a dominant position in May 2009), the second digital dividend and, in particular, the digital switchover for local channels. The structure of the DTT network comprises 281 local transmission zones, each of which can accommo-

rence, avec le groupe Liberty Acquisition. Il devrait prendre le contrôle de la moitié du groupe de presse, jusqu'alors propriété de la famille Polenco.

L'éditeur de chaînes thématique Teuve (Factoria de Canales) a été vendu en avril 2010 par le câble-opérateur ONO au groupe Chellomedia (Liberty Global), qui contrôlait déjà une demi-douzaine de chaînes thématiques en Espagne.

Enfin, le groupe Mediapro qui participe aux chaînes la Sexta ou Gol TV et gère les droits audiovisuels de plusieurs clubs de football a engagé en juin une procédure de cessation de paiement, au moment où un tribunal de Madrid a tranché en faveur de Sogecable le conflit qui l'oppose à Mediapro sur les droits de retransmission du football espagnol depuis 2006.

La transition vers le numérique terrestre s'est achevée en avril 2010 avec l'extinction des transmissions analogiques terrestres. La TNT équipe en 2010 une majorité de foyers espagnols, un taux élevé qui reflète l'importance des transmissions terrestres dans le pays. En novembre 2010, une trentaine de chaînes nationales sont accessibles gratuitement sur le réseau numérique terrestre espagnol. De nombreuses chaînes ont été lancées au cours de l'année 2010 spécialement pour le réseau TNT gratuit (13TV, Boing, La 10, La Sexta 2 et 3, Marca TV et Nitro).

Les services de TNT payants sont autorisés depuis la publication d'un décret en août 2009. Depuis, trois chaînes ont été lancées sur la TNT payante. La chaîne de football Gol TV (GAMP et Televisa) a été lancée dès l'été 2009 et dépassait à la fin de l'année 2009 un million d'abonnés, toutes plates-formes confondues, dont environ 150 000 abonnés sur le seul réseau TNT. La chaîne de fiction AXN (Sony) a été lancée sur le réseau TNT payant en mai 2010, suivie en août par Canal+ Dos (Sogecable), spécialisée dans le cinéma et le divertissement. Ceci étant, Dahlia TV, filiale du groupe suédois AirPlus TV (déjà présent sur le marché de la TNT payante en Finlande ou en Italie) a annoncé en janvier 2010 renoncer à ses projets de plate-forme TNT payante en Espagne.

Les transmissions en haute définition sur le réseau TNT ont aussi débuté en 2010. En octobre, trois chaînes nationales, mais aussi une dizaine de chaînes régionales, sont disponibles gratuitement en HD sur la TNT.

Malgré ces réussites, la TNT espagnole demeure confrontée à plusieurs défis, comme celui de la concurrence sur le marché de la transmission (Abertis a été condamné en mai 2009 pour abus de position dominante), du second dividende numérique, ou surtout de la transition numérique pour les chaînes locales. L'architecture du réseau TNT prévoit 281 zones de

Prisa meldete im Frühjahr 2010 eine von der Wettbewerbsbehörde noch zu genehmigende Vereinbarung mit Liberty Acquisition und dürfte damit die Kontrolle über die Hälfte des Pressekonzerns übernehmen, der bis dahin im Besitz der Familie Polenco war.

Der Spartenkanalbetreiber Teuve (Factoria de Canales) wurde im April 2010 vom Kabelbetreiber ONO an die Gruppe Chellomedia (Liberty Global) verkauft, die bereits ein halbes Dutzend Spartenkanäle in Spanien kontrolliert.

Nachdem ein Madrider Gericht im Juni in einem seit 2006 anhängigen Rechtsstreit zwischen Mediapro und Sogecable über die Fußballübertragungsrechte der spanischen Klubs ein Urteil zugunsten von Sogecable gefällt hatte, leitete der an den Sendern La Sexta und Gol TV beteiligte Konzern Mediapro, der auch die Hörfunk- und Fernsehrechte mehrerer Fußballklubs verwaltet, ein Insolvenzverfahren ein.

Die Umstellung auf terrestrische Digitaltechnik wurde im April 2010 mit der Abschaltung des analogen Signals abgeschlossen. Die meisten spanischen Haushalte waren 2010 mit DVB-T-Geräten ausgestattet, was die Bedeutung des Antennenfernsehens in diesem Land widerspiegelt. Im November 2010 waren in Spanien rund dreißig landesweite Sender kostenfrei im digitalen terrestrischen Netz empfangbar. 2010 wurden zahlreiche Sender insbesondere für das kostenlose DVB-T-Netz in Betrieb genommen (13TV, Boing, La 10, La Sexta 2 und 3, Marca TV sowie Nitro).

Seit der Veröffentlichung eines entsprechenden Dekrets im August 2009 dürfen DVB-T-Bezahldienste angeboten werden. Seitdem wurden im DVB-T-Netz drei Bezahlsender gestartet. Der Fußballsender Gol TV (GAMP und Televisa) nahm bereits im Sommer 2009 seinen Sendebetrieb auf und hatte Ende 2009 für sämtliche Plattformen eine Million Abonnenten, davon etwa 150 000 im DVB-T-Netz. Der auf fiktionale Programme spezialisierte kostenpflichtige DVB-T-Sender AXN (Sony) wurde im Mai 2010 gestartet, der Film- und Unterhaltungssender Canal+ Dos (Sogecable) folgte im August. Dagegen kündigte Dahlia TV, eine Tochter der schwedischen Gruppe AirPlus TV (die bereits in Finnland und Italien auf dem kostenpflichtigen DVB-T-Markt präsent ist), im Januar 2010 den Verzicht auf die geplante DVB-T-Bezahlplattform in Spanien an.

2010 begann auch die hochauflösende Übertragung auf dem DVB-T-Netz. Im Oktober waren drei landesweite sowie rund zehn regionale Sender in HD kostenlos per DVB-T empfangbar.

Trotz dieser Erfolge stand das spanische DVB-T noch vor mehreren Herausfor-

date four channels. This should ultimately represent 1 124 public and private local digital channels, selected via a regional tendering process. However, irregularities resulted in some procedures being cancelled (including in Madrid in 2008 and the Canary Islands in 2010). In particular, local channels are unhappy about the cost of the digital switchover, so much so that several decided to give up their licences. Finally, local "pirate" transmissions appear to be increasing in number despite the completion of the digital switchover.

The extent to which Spanish households subscribe to multi-channel platforms is traditionally low. The market is dominated by the satellite package Digital+, which is owned by Sogecable (Prisa, Mediaset and Telefonica), and was received by less than 12% of homes at the end of 2009. Its subscriber numbers fell below the two million mark in 2009 (1 845 000 in December 2009). Its main competitor is the cable operator ONO, which also saw its subscriber numbers fall in 2009, dropping below the one million mark with 975 000 subscribers in December 2009. Although there are still a large number of cable operators, they reach less than 10% of homes. Finally, the current market for ADSL television services (IPTV) is dominated by the Imagenio platform (Telefónica de España), which had more than 700 000 subscribers at the end of 2009, thus establishing itself as Spain's third most important pay-TV player.

In May 2010, the Ministry for Industry announced that plans to launch mobile terrestrial television in Spain (DVB-H standard) were being abandoned.

In spring 2010, a new general law on audiovisual communications was adopted. Debated for six years, its provisions include the creation of a national regulatory authority, the *Consejo Estatal de Medios Audiovisuales*. Another important legal development took place in December 2009, when the Spanish Supreme Court delivered its opinion that the law that obliges Spanish television broadcasters to earmark part of their gross revenue for the financing of Spanish and European cinematographic productions is unconstitutional.

transmission locales, permettant chacune la diffusion de 4 chaînes. Cela devrait représenter à terme 1 124 chaînes locales numériques, publiques et privées, choisis grâce à des appels d'offre régionaux. Mais des irrégularités ont conduit à l'annulation de certaines procédures (entre autres Madrid en 2008 ou aux Îles Canaries en 2010). Surtout, les chaînes locales déplorent le coût de la transition numérique si bien que plusieurs d'entre elles ont préféré renoncer à leurs licences. Au final, les transmissions « pirates » locales semblent se poursuivre malgré l'achèvement de la transition numérique.

Le taux d'abonnement des foyers aux plates-formes multichaines est traditionnellement faible en Espagne. Le marché est dominé par le bouquet satellite Digital+ (Prisa, Mediaset et Telefonica), qui équipe moins de 12 % des foyers à la fin de l'année 2009. Son nombre d'abonnés a décliné en 2009, passant sous la barre des 2 millions (1 845 000 en décembre 2009). Son principal concurrent est le câble-opérateur ONO qui a vu lui aussi décroître son nombre d'abonnés en 2009, passant sous la barre du million avec 975 000 abonnés en décembre 2009. Si les câble-opérateurs demeurent nombreux, ils équipent moins de 10 % des foyers. Enfin, le marché plus récent des services de télévision par ADSL (IPTV) est dominé par la plateforme Imagenio (Telefonica de España) qui rassemble à la fin de l'année 2009 plus de 700 000 abonnés, confirmant son statut de troisième acteur de la télévision payante en Espagne.

En mai 2010, le ministère de l'Industrie a annoncé l'abandon des projets de télévision mobile terrestre (norme DVB-H) en Espagne.

Au printemps 2010 a été adoptée une nouvelle loi générale relative aux communications audiovisuelles. Le texte, discuté depuis six ans, prévoit entre autres la création d'un organisme de régulation national, le *Consejo Estatal de Medios Audiovisuales*. Une autre évolution légale importante a eu lieu en décembre 2009 lorsque la Cour suprême espagnole a jugé inconstitutionnelle la loi qui impose aux opérateurs de télévision espagnols d'affecter un pourcentage déterminé de leurs recettes au financement de productions cinématographiques espagnoles et européennes.

derungen: etwa der Wettbewerb auf dem Übertragungsmarkt (der Netzbetreiber Abertis wurde im Mai 2009 wegen Missbrauchs seiner marktbeherrschenden Stellung verurteilt), die zweite digitale Dividende oder vor allem die Umstellung auf Digitaltechnik für die Lokalsender. Die Netzarchitektur sieht für DVB-T 281 Zonen der lokalen Übertragung vor, von denen jede die Ausstrahlung von vier Sendern ermöglicht. Langfristig dürften damit 1 124 im Rahmen von regionalen Ausschreibungen ausgewählte öffentlich-rechtliche und private Lokalsender ausgestrahlt werden. Allerdings führten Unregelmäßigkeiten zur Annullierung mancher Verfahren (u. a. in Madrid 2008 oder auf den Kanarischen Inseln 2010). Die Lokalsender bemängeln insbesondere die hohen Kosten für die Umstellung auf Digitaltechnik, sodass mehrere sogar auf ihre Lizenzen verzichtet haben. Schließlich scheinen trotz des Abschlusses der Digitalumstellung auf lokaler Ebene weiterhin „Piratensendungen“ ausgestrahlt zu werden.

Die Haushaltsdurchdringung mit Mehrkanalplattformen ist in Spanien traditionell schwach. Der Markt wird vom Satellitenbouquet Digital+ (Prisa, Mediaset und Telefonica) dominiert, das Ende 2009 in weniger als 12 % der Haushalte empfangen wurde. Die Zahl seiner Abonnenten fiel 2009 auf unter zwei Millionen (1 845 000 im Dezember 2009). Hauptwettbewerber ist der Kabelbetreiber ONO, der 2009 ebenfalls einen Rückgang seiner Kundenzahl auf nunmehr unter eine Million hinnehmen musste (975 000 Abonnenten im Dezember 2009). Es gibt zwar nach wie vor viele Kabelbetreiber, aber sie bedienen zusammen weniger als 10 % der Haushalte. Der noch junge Markt des DSL-Fernsehens (IPTV) wird von der Plattform Imagenio (Telefonica de España) beherrscht, die Ende 2009 mit über 700 000 Abonnenten ihren dritten Platz unter den Pay-TV-Anbietern in Spanien behauptete.

Im Mai 2010 kündigte das Industrieministerium die Aufgabe des Projekts für terrestrisches Mobilfernsehen (DVB-H) in Spanien an.

Im Frühjahr 2010 wurde eine neues allgemeines Gesetz über audiovisuelle Medien verabschiedet. Der Text, der seit sechs Jahren in der Diskussion war, sieht unter anderem die Schaffung einer spanischen Regulierungseinrichtung vor, den *Consejo Estatal de Medios Audiovisuales*. Eine andere wichtige gesetzliche Entwicklung erfolgte im Dezember 2009, als der Oberste Spanische Gerichtshof die gesetzliche Auflage an die spanischen Fernsehbetreiber, einen Teil ihrer Einnahmen für die Finanzierung von spanischen und europäischen Filmproduktionen zu verwenden, für verfassungswidrig erklärte.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	45 989	Eurostat
Households		–	17 076	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		100.0%	17 076	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		8.7%	1 488	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		6.8%	1 169	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		14.6%	2 490	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		10.8%	1 846	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		4.7%	798	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T Receivers		71.2%	12 153	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		93.5%	15 966	European Audiovisual Observatory
Households with PC		63.1%	10 769	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		45.5%	7 771	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	379	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions			81	Screen Digest

TV channels distributors	11.10	Companies
Cable operators	>500	Ono, Euskaltel, R Cable, Telecable de Asturias, Procono etc.
Satellite packagers	1	Sogecable "Digital+" (Prisa / Telefonica / Mediaset)
IPTV packagers	4 ¹	France Telecom Espana "Orange", Grupalia Internet, Jazz Telecom ² , Telefonica "Imagenio"
DTT multiplex operators	>5	Grup Abertis(Retevisión), Axion, Iteiazpi, Teledifusion Madrid, Retegal
Mobile phone TV packagers	3	France Telecom Espana "Orange", Telefonica "Movistar", Vodafone Espana

¹ In addition, Vodafone announced in October 2010 the launch of an IPTV package before the end of 2010.

² Since May 2010, Jazz Telecom does not distribute its own package anymore but distributes a Digital+ package through its IPTV network.

TV channels established in the country by kind of transmission	11.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		6	29	35
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	134	136
Regional/Local		est. 100	est. 900	est. 1 000
Regional/local windows		17	0	17
Channels targeting foreign markets		6	17	23
Total		131	1 080	1 211
Foreign channels targeting the country		3	34	37

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	11.10	Free Digital terrestrial (Madrid line up)	Pay Digital terrestrial (Madrid line up)	Cable Ono	Satellite Sogecable Digital+	IPTV Telefonica de Espana Imagenio
Generalist - national		11	11	11	8	11
Generalist - foreign				2		1
Adult				4	2	
Children		3	3	10	17	11
Culture/ education/ documentary				11	10	11
Minority interest groups						3
Entertainment/ TV fiction/ games		5	6	14	13	14
Film			1	13	9	8
Home shopping		3	3		2	1
International linguistic and cultural				16	8	15
Lifestyle/ specific leisure/ travel				5	6	7
Music		1	1	10	7	12
News/ business		2	2	10	18	16
Parliament/ government/ administration				2		1
Regional/ local		15	15	1		16
Religion				1		1
Sports		2	3	13	16	10
Various		3	3	8	11	3
Total		45	48	131	127	141

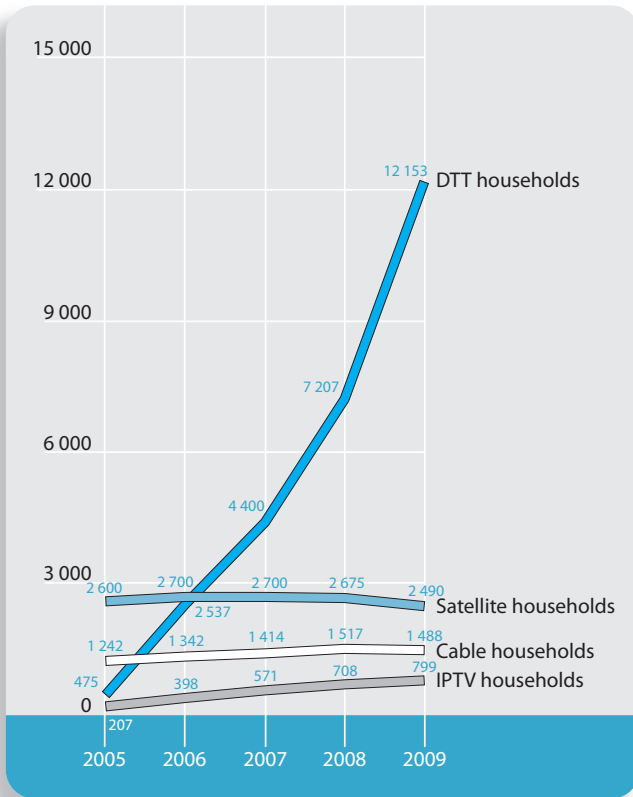
¹ Includes free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

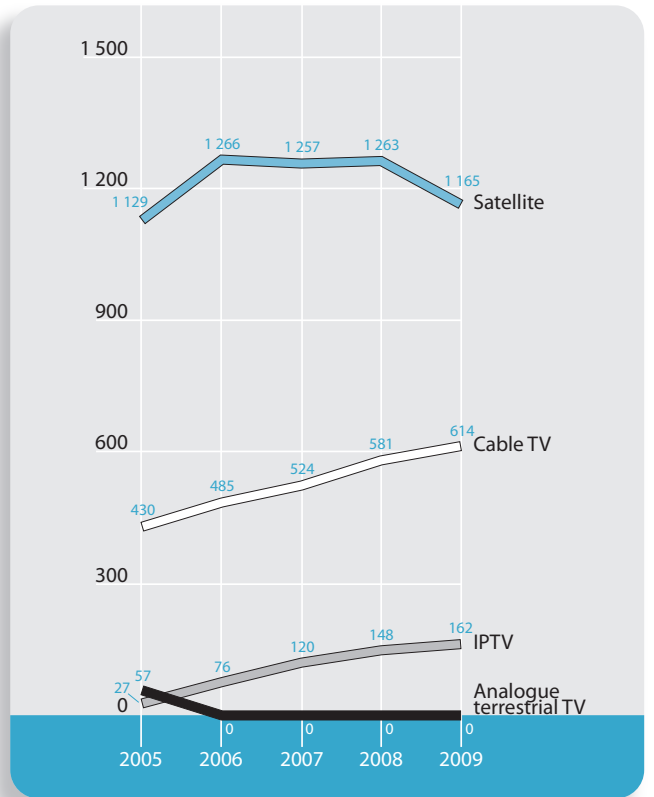
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

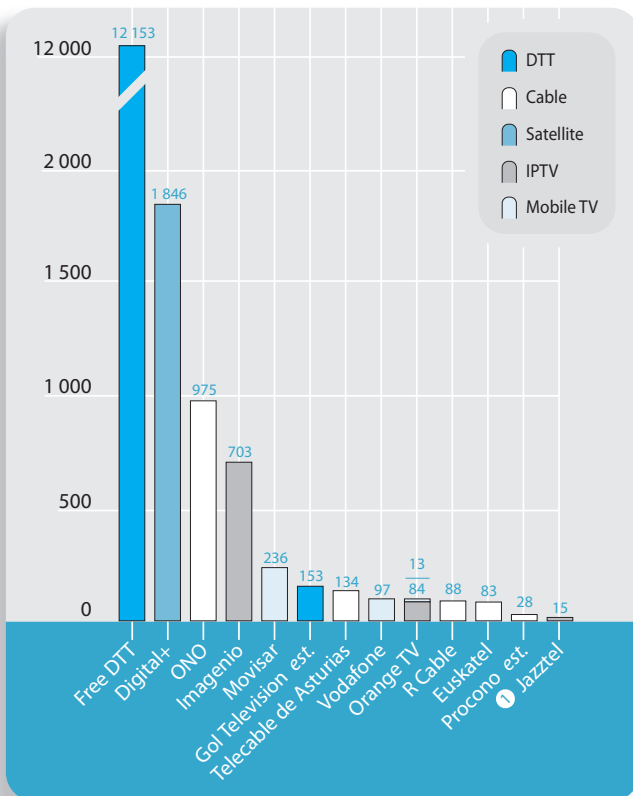
EUR million.



Source: Screen Digest, CMT, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

In thousands.

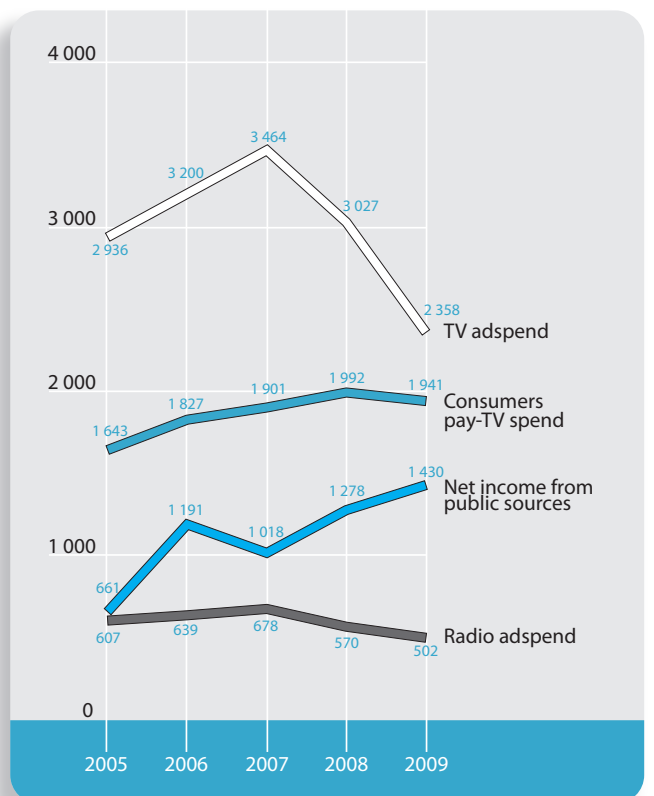


1 Service closed in May 2010.

Source: GfK-Impulsa, CMT, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and CMT

T.1.ES.1
G.1.ES.1

Operating revenues of the main television companies in Spain

2006-2009 EUR million.

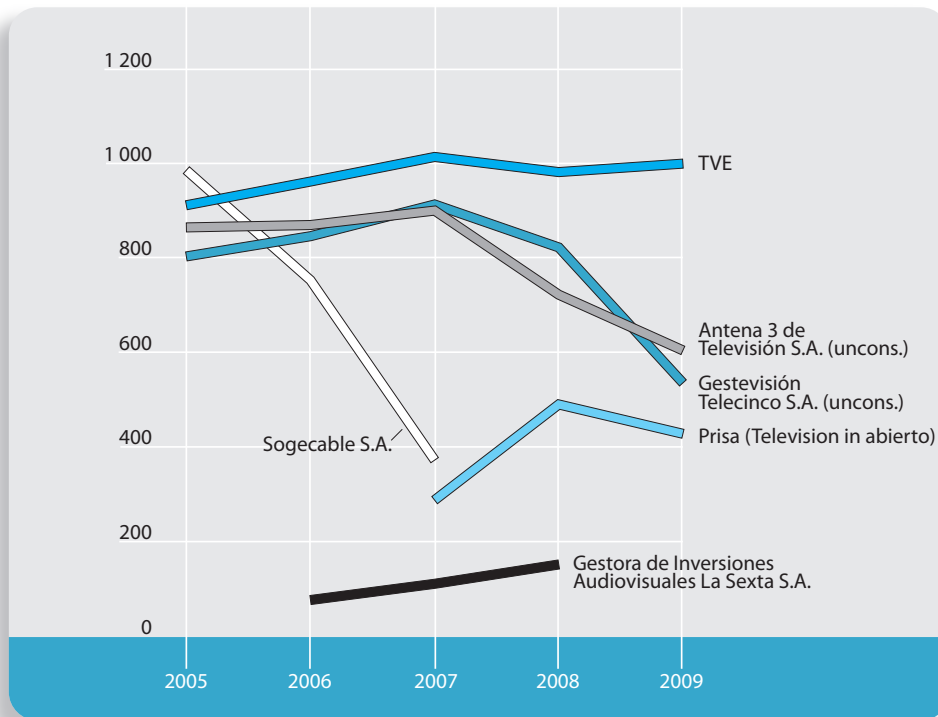
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Sociedad Mercantil Estatal Television Española S.A.	sptv	TVE LA Primera, TVE La 2 ...	-	1 013.8	981.8	999.7	1.8%
<i>p.m.</i> Televisión Española S.A. (TVE)	sptv	TVE LA Primera, TVE La 2 ...	961.8	-	-	-	-
Antena 3 de Televisión S.A. (uncons.)	adtv	Antena 3	869.8	900.3	722.3	604.4	-16.3%
Gestevisión Telecinco S.A. (uncons.)	adtv	Tele5	846.1	913.2	822.3	535.6	-34.9%
Prisa (Television in abierto)	adtv	Cuatro	-	287.5	490.0	427.9	-12.7%
<i>p.m.</i> Sogecable S.A.	pay-tv/adtv	Canal+, Cuatro	752.9	372.2	-	-	-
Televisió de Catalunya S.A.	sptv	TV3, Canal 33	163.9	148.5	382.3	385.3	0.8%
Canal Sur Televisión S.A.	sptv	Canal Sur, Canal 2	60.0	56.7	188.5	~	~
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A.	adtv	la Sexta	76.1	110.4	151.3	~	~
Euskal Telebista Televisión Vasca, S.A.	sptv	ETB1, ETB2	120.2	124.6	133.8	~	~
Televisión Autónoma Valenciana S.A.	sptv	Canal 9, Punt 2	77.2	81.1	72.9	~	~
Televisión Autónoma de Castilla-La Mancha	sptv	Castilla La Mancha Television	57.6	56.6	62.4	~	~
Fox International Channels España	thtv	Fox España	33.0	34.3	46.2	~	~
Factoria de Canales S.L.	thtv	Cinestar, CTK, ...	23.5	39.0	44.6	~	~
Televisión Autonomia Madrid S.A.	sptv	TVM, La Otra	68.3	58.0	42.3	~	~
Grupo Empresarial de Television de Murcia	rtv	7RM	14.8	32.3	38.3	~	~
Compañía Independiente de Noticias de Televisión S.L.	thtv	CNN+	32.7	~	~	~	~
Canal Club de Distribución de Ocio y Cultura	hstv	Canal Club	33.3	32.5	~	~	~
NBC Universal Global Networks España S.L.	thtv	Calle 13	24.6	28.7	31.2	~	~
Compañía Independiente de Televisión S.L.	thtv	Caza y pesca, Viajar, ...	45.3	48.1	32.5	26.6	-18.2%
Multicanal Iberia S.L.	thtv	Multicanal (Canal Hollywood, ...)	22.3	21.4	22.7	~	~
Televisión de Galicia S.A.	sptv	TVG	23.1	22.7	19.9	~	~
Paramount Comedy Channel España	thtv	Paramount Comedy Channel	15.4	16.9	17.9	~	~
Sociedad publica de Televisión Extremena S.A.	sptv	Extramadura TV	12.4	17.6	17.5	~	~
Sociedad Gestora de Television Net TV S.A.	thtv	Intereconomia, Disney Channel	0.3	0.4	13.1	~	~
MTV Channel España	thtv	MTV España	10.9	12.6	13.1	~	~

Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telefonica de Espana ①	3play, 3G TV	Imagenio, Movistar TV		19 751.0	20 683.0	20 838.0	19 703.0	-5.4%
Vodafone Espana S.A. ①	3G TV	Vodafone live!		5 171.0	7 228.0	7 102.9	~	~
France Telecom Espana S.A. ①	3play, 3G TV	Orange TV, Orange TV Movil		4 247.5	4 289.0	3 960.1	~	~
Sogecable (Digital +)	sat-tv	Digital+		1 659.0	1 809.5	1 869.0	1 523.7	-18.5%
<i>p.m.</i> CanalSatelite Digital S.L.	sat-tv	Digital+		976.3	1 192.0	1 202.0	1 076.8	-10.4%
<i>p.m.</i> DTS Distribuidora de Televisión Digital S.A.	sat-tv	Via Digital / Digital+		234.5	220.8	145.7	154.7	6.2%
Grupo Corporativo ONO SAU (cons.) ①	3 play	ONO		1 687.7	1 686.5	1 602.5	~	~
Euskatel S.A. ①	3play	Euskatel Telebista		347.1	342.3	345.7	343.4	-0.7%
Jazz Telecom S.A. ①	3play	Jazztelia		273.6	302.0	349.6	~	~
R Cable y Telecomunicaciones Galicia S.A. (cons.) ①	CATV/ISP	R		150.2	167.4	183.1	202.8	10.8%
Telecable de Asturias S.A. ①	3play	Telecable TV		79.1	87.8	~	~	~
Procono S.A. ①	3play	PTV Telecom		12.9	13.1	14.9	~	~
Grupalia Internet ①	IPTV/ISP	Superbanda		14.7	7.9	~	~	~

① Includes telecommunications activities.

T.1.ES.1
G.1.ES.1

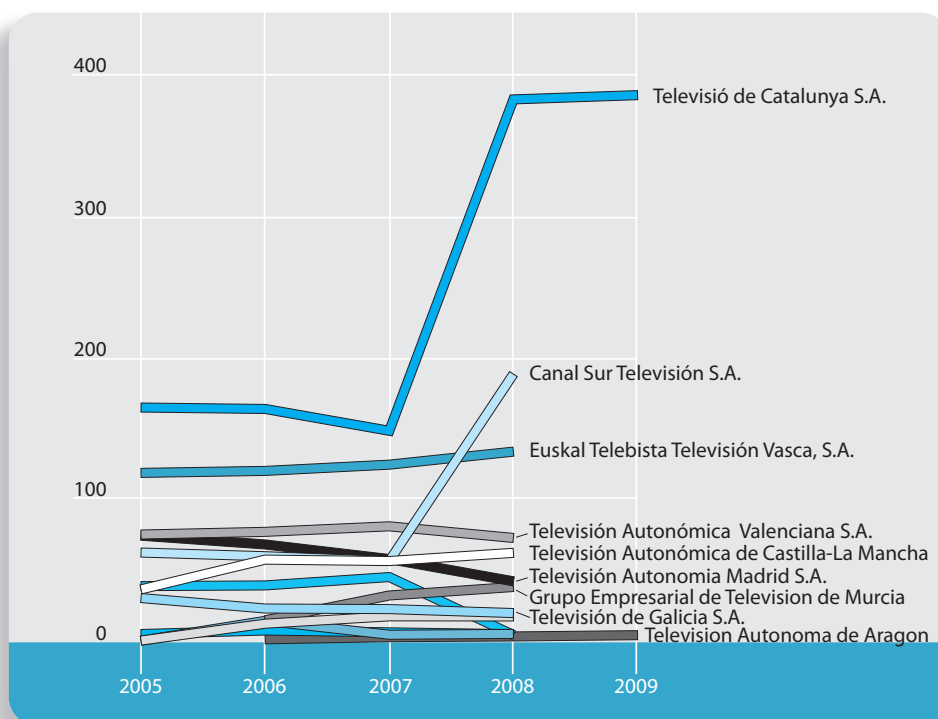
Operating revenues of the main television companies in Spain (Continued)
2006-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

G.1.ES.2

Operating revenues of autonomic television companies
2005-2009 EUR million. Operating revenues data do not include grants in capital.



Source: European Audiovisual Observatory

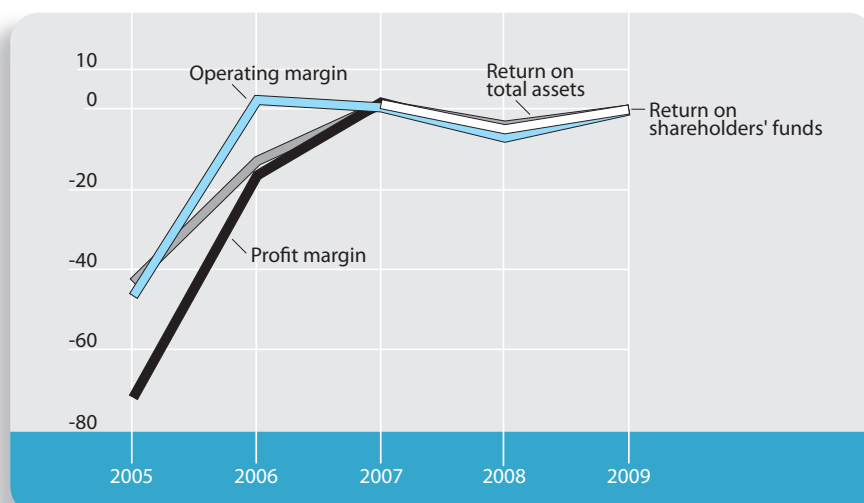
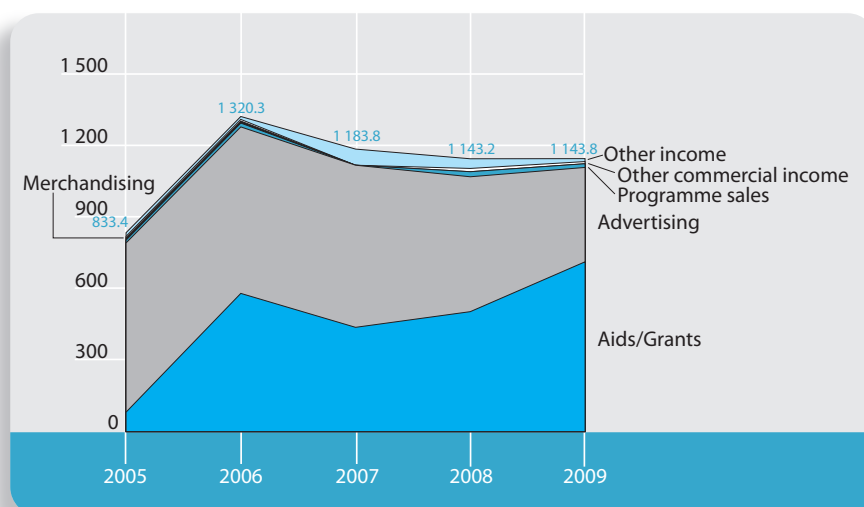
T.1.ES.2
G.1.ES.3

Corporación de Radio y Televisión Española S.A. (RTVE) financial situation 2006-2009

EUR million. In 2007, Grupo RTVE was replaced by the Corporación de Radio y Televisión Española S.A.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	579.1	436.9	502.6	711.5	43.9%	36.9%	44.0%	62.2%	41.6%
Aid/Grants	579.1	436.9	502.6	711.5	43.9%	36.9%	44.0%	62.2%	41.6%
Total commercial income	729.1	679.3	600.1	419.9	55.2%	57.4%	52.5%	36.7%	-30.0%
Advertising	697.6	679.3	565.2	395.4	52.8%	57.4%	49.4%	34.6%	-30.0%
Programme sales	16.1	~	21.2	15.5	1.2%	~	~	~	-26.9%
Merchandising	8.4	~	~	~	0.6%	~	~	~	~
Other commercial income	7.0	~	13.7	9.1	0.5%	~	1.2%	0.8%	-33.6%
Other income	12.1	67.6	40.5	12.3	0.9%	5.7%	3.5%	1.1%	-69.6%
TOTAL	1 320.3	1 183.8	1 143.1	1 143.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.1%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services/others	743.1	816.7	813.4	699.0	57.8%	69.4%	66.5%	61.0%	-14.1%
Costs of personnel	492.6	295.9	343.6	373.4	38.3%	25.1%	28.1%	32.6%	8.7%
Depreciation	50.6	64.5	66.1	73.9	3.9%	5.5%	5.4%	6.4%	11.7%
Operating expenditure	1 286.4	1 177.1	1 223.1	1 146.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-6.3%
Net result	-216.7	12.9	-70.2	1.4					-102.0%
Operating margin (%)	2.4	0.6	-7.0	-0.2					

Source: RTVE, European Audiovisual Observatory

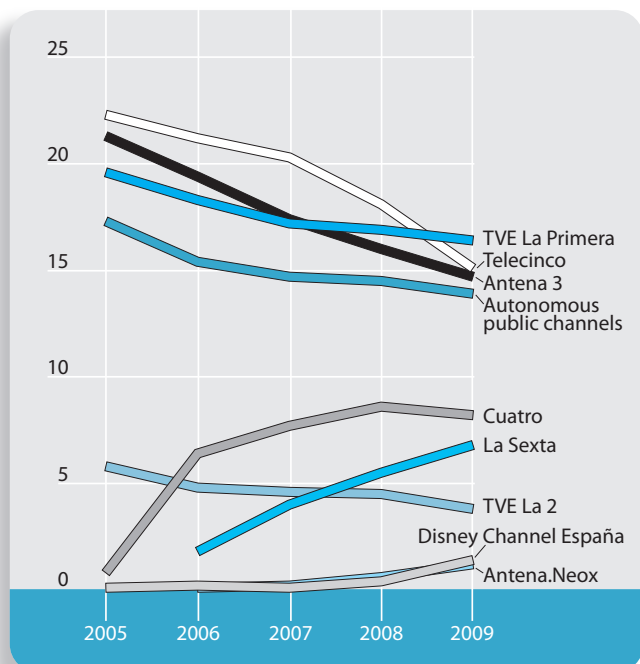


T.1.ES.3
G.1.ES.4TV audience market share in Spain
2005-2009 In %, 4 years +.

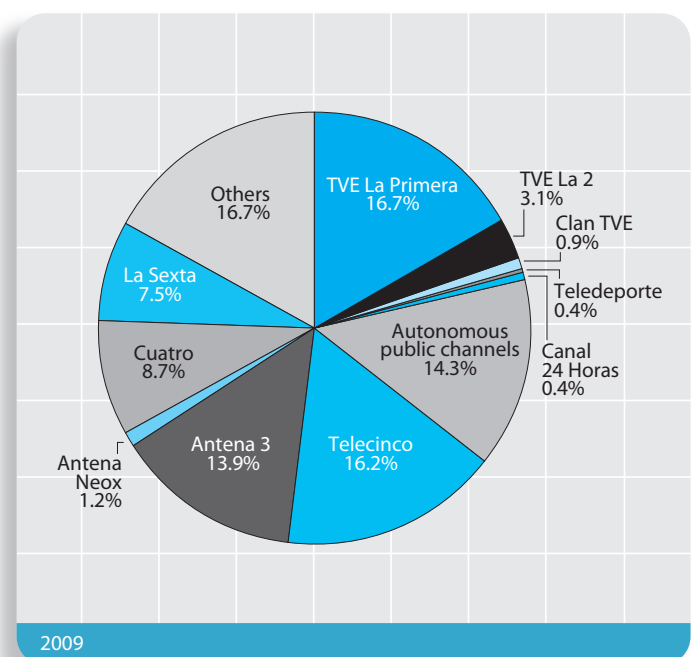
Channels	Daily share					Prime time (20:30-00:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
TVE La Primera	19.6	18.3	17.2	16.9	16.4	19.9	18.3	16.8	16.2	16.7
TVE La 2	5.8	4.8	4.6	4.5	3.8	4.9	4.3	4.1	3.8	3.1
Clan TVE		0.1	0.2	0.6	1.4		0.0	0.1	0.3	0.9
Teledeporte	0.1	0.1	0.3	0.4	0.6		0.1	0.2	0.3	0.4
Canal 24 Horas	0.0	0.0	0.1	0.2	0.4		0.0	0.1	0.2	0.4
Spanish national public channels	25.4	23.3	22.4	22.6	22.6	24.8	22.7	21.3	20.8	21.5
Canal Sur Televisión	3.9	3.4	3.3	3.2	3.0	-	3.7	3.5	3.1	2.8
TV3	3.4	3.2	2.8	2.5	2.5	-	3.4	3.2	2.9	2.9
Canal 9	2.1	1.8	1.6	1.4	1.5	-	1.8	1.7	1.5	1.5
Telemadrid	2.2	1.7	1.6	1.6	1.4	-	1.6	1.4	1.5	1.4
ETB 2	1.1	0.9	0.9	0.9	0.8	-	0.9	0.9	0.9	0.8
TVG Televisión de Galicia	1.0	0.8	0.8	0.9	0.8	-	1.0	0.9	1.0	0.9
Canal Sur 2	1.1	0.8	0.8	0.8	0.6	-	0.8	0.7	1.1	0.7
Castilla La Mancha Televisión (CMT)	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	-	0.6	0.6	0.5	0.5
TVCanaria	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	-	0.4	0.4	0.4	0.5
Autonomous public channels	17.3	15.4	14.7	14.5	13.9	17.3	15.7	15.3	14.6	14.3
Telecinco	22.3	21.2	20.3	18.1	15.1	22.9	21.4	20.9	20.0	16.2
Antena 3	21.3	19.4	17.4	16.0	14.7	21.9	19.1	16.8	15.2	13.9
Cuatro	0.8	6.4	7.7	8.6	8.2	0.9	7.0	8.0	9.5	8.7
La Sexta	-	1.8	4.0	5.5	6.8		2.1	4.6	5.5	7.5
Disney Channel España	0.1	0.2	0.1	0.4	1.4		0.1	0.1	0.3	1.1
Antena.Neox		0.1	0.2	0.6	1.2		0.1	0.4	0.7	1.2
La Siete	-	-	-	-	0.8	-	-	-	-	0.7
Antena.Nova		0.1	0.1	0.4	0.7		0.1	0.2	0.4	0.7
FDF (Factoria de Ficción)	-	-	-	-	0.7	-	-	-	-	0.8
8tv	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	0.6
Intereconomía TV					0.5					0.9
Fox	0.3	0.4	0.5	0.4	0.4		0.4	0.5	0.4	0.4
Spanish private channels	47.0	53.5	54.7	55.4	55.7	45.7	53.4	55.5	57.1	56.7
AXN España	0.0	0.4	0.4	0.4	0.4		0.5	0.5	0.5	0.4
Foreign channels	0.9	1.4	1.3	1.4	1.3		1.3	1.2	1.3	1.2
Others	9.3	6.4	6.9	6.1	6.5	12.3	6.9	6.7	6.2	7.5

Source: Eurodata TV Worldwide, Kantar Media

Daily share. In %, 4 years +.



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



TV audience market share by Community in Spain

T.1.ES.4

2009
In % 4+

Channels	Spain	Andalucía	Catalonia	Basque Country	Galicia	Madrid	Valencian Community	Castilla La Mancha	Canary Islands	Aragon	Asturias	Balearic Island	Murcia	Others
TVE La Primera	16.4	13.9	12.7	14.9	19.4	17.3	15.5	19.1	10.5	18.3	21.2	20.2	19.2	24.0
TVE La 2	3.8	3.6	3.0	4.1	4.0	4.5	3.4	4.2	3.2	3.8	4.1	3.6	3.9	5.0
TVE	20.3	17.4	15.7	19.0	23.3	21.8	18.9	23.3	13.7	22.2	25.3	23.8	23.1	29.0
Telecinco	15.1	14.4	14.9	18.7	15.2	15.5	15.2	13.8	16.1	14.3	16.2	13.5	12.8	15.1
Antena 3	14.7	15.7	12.7	12.4	14.2	13.8	14.6	17.6	13.9	16.8	14.0	13.7	18.7	16.3
Cuatro	8.2	7.8	7.6	8.3	7.5	9.1	8.4	7.9	9.7	8.5	7.9	7.9	8.8	8.7
La Sexta	6.8	6.3	5.9	6.6	7.0	8.1	7.5	6.3	7.4	6.4	6.3	8.6	6.0	7.2
Private channels	44.8	44.2	41.1	45.9	44.0	46.4	45.7	45.7	47.2	46.1	44.4	43.6	46.2	47.2
Canal Sur Television	3.0	15.6	-	-	-	-	0.0	0.5	-	-	-	-	0.2	0.3
Canal Sur 2	0.6	3.2	-	-	-	-	0.0	0.1	-	-	-	-	0.1	0.0
TV3	2.5	-	14.5	-	-	-	0.5	0.0	-	0.1	-	1.0	0.0	0.0
K3-33	0.3	-	1.9	-	-	-	0.1	0.0	-	0.0	-	0.5	0.0	0.0
ETB1	0.2	-	-	3.2	-	-	-	-	-	0.0	-	-	-	0.2
ETB2	0.8	-	-	13.4	-	-	-	-	-	0.3	-	-	-	1.0
TVG	0.8	-	-	-	14.3	-	-	-	-	-	0.1	-	-	0.1
TVM	1.4	-	-	-	-	9.7	-	2.5	-	-	-	-	-	1.1
C9	1.5	0.0	0.4	-	-	-	11.8	0.3	-	0.2	-	0.2	1.2	0.0
PUNTO2	0.1	0.0	0.0	-	-	-	0.6	0.0	-	0.0	-	0.0	0.0	0.0
CMT	0.5	0.0	-	-	-	0.6	0.0	10.3	-	0.0	-	-	0.0	0.2
TVCanaria	0.5	-	-	-	-	-	-	-	11.6	-	-	-	-	-
ATV	0.3	-	0.1	-	-	-	0.0	0.0	-	9.6	-	-	-	0.0
TPA	0.2	-	-	-	0.0	-	-	-	-	-	7.6	-	-	0.0
IB3	0.1	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0	-	0.0	-	5.1	0.0	0.0
7RM	0.2	0.0	-	-	-	-	0.1	0.0	-	-	-	-	5.2	-
Other autonomicas	0.7	0.2	0.5	0.5	0.2	0.6	1.0	0.6	0.9	0.5	1.2	1.5	1.1	1.7
Total autonomicas	13.6	19.1	17.4	17.2	14.5	10.8	14.1	14.3	12.6	10.7	8.8	8.1	7.7	4.5
8TV	0.6	-	3.6	-	-	-	0.0	-	-	0.0	-	0.0	-	-
ONDA 6 TV	0.1	-	-	-	-	0.5	-	0.0	-	-	-	-	-	0.0
Private autonomicas	0.7	0.0	3.6	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
DTT channels	10.2	9.8	12.1	6.1	10.4	10.5	10.4	8.3	14.4	9.4	6.3	10.2	10.5	9.4
Pay-TV thematic channels	7.5	6.7	7.2	9.3	5.3	6.8	8.6	5.4	8.2	9.2	13.6	11.7	10.0	6.7
Local TV	1.3	1.3	1.1	1.8	1.0	1.1	1.0	1.2	1.5	1.0	0.9	1.3	1.0	2.0
Others	1.6	1.4	1.9	0.8	1.4	2.1	1.3	1.7	2.4	1.5	0.7	1.2	1.4	1.2

Source: Kantar Media

T.1.ES.5
G.1.ES.5

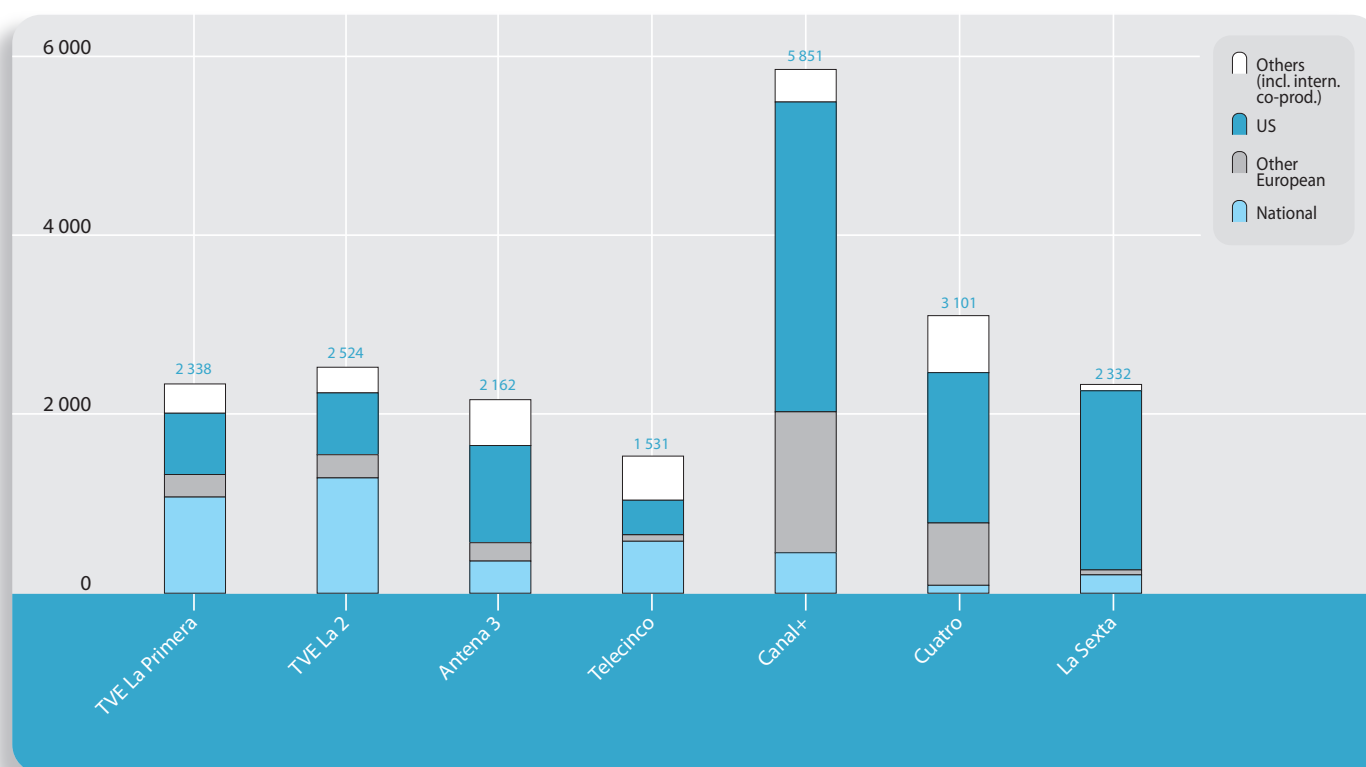
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	Other EUR	Co-prod.	Co-prod.	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
							EUR- EUR	EUR- Others						
TVE La Primera	21.4	1074.0	2.1	6.2	12.3	0.0	54.8	155.2	89.0	684.3	10.3	1.8	0.0	226.3
TVE La 2	4.9	1287.8	19.0	8.9	10.7	12.1	73.4	130.2	222.9	690.7	38.3	0.0	0.0	25.3
Antena 3	69.7	358.9	12.0	17.3	5.3	0.0	19.5	81.5	39.0	1085.6	56.3	2.0	4.2	410.8
Telecinco	10.3	580.0	10.5	4.5	0.0	0.0	1.7	45.8	358.2	385.7	42.8	0.0	13.1	79.0
Canal+	5.6	452.0	101.8	258.1	32.1	36.6	220.3	920.0	289.6	3460.9	4.6	12.1	0.0	57.3
Cuatro	333.2	88.0	20.3	64.7	0.0	0.0	111.4	167.0	267.1	1679.5	43.4	3.7	301.3	21.1
La Sexta	0.0	204.8	0.0	21.5	0.0	0.0	7.0	26.8	17.6	2001.2	0.0	0.0	0.0	53.3
Total	445.0	4045.6	165.7	381.1	60.4	48.7	488.1	1526.3	1283.4	9987.8	195.6	19.6	318.5	872.9

Source: Infomedia

In hours.



T.1.ES.6

The 30 leading TV production companies in Spain

2004-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Imagina (cons.) ●	All genres	-	305 000	574 000	805 000	960 000	19.3%
<i>p.m.</i>	Mediaproducción SL	Fiction, feature films	48 781	55 485	204 021	367 000	~	~
<i>p.m.</i>	Globo Media	All genres	84 622	~	105 739	118 710	~	~
<i>p.m.</i>	Ovideo TV S.A.	Fiction, feature films	16 801	13 618	16 055	13 784	12 945	-6.1%
2	Gestmusic Endemol	Reality shows	53 788	62 248	73 559	78 478	68 094	-13.2%
3	Agencia de Televisión Latinoamericana	News	59 224	59 557	60 825	59 873	52 167	-12.9%
4	Zeppelin Television	Reality shows	42 780	39 041	39 910	~	~	~
5	Diagonal Televisio SA	Fiction	9 060	12 796	17 235	26 397	39 810	50.8%
6	El Terrat de Producciones SL	Entertainment, fiction, theatre	11 570	33 125	37 155	30 678	32 197	5.0%
7	Alba Adriatica S.L.		-	-	4 093	29 588	~	~
8	Cuarzo Producciones SL	All genres	12 341	16 659	18 397	28 090	~	~
9	Videomedia SA	All genres	21 864	18 821	25 859	36 810	24 951	-32.2%
10	Grupo Ganga Producciones SL	Fiction	13 915	17 774	14 411	24 902	~	~
11	Boomerang TV	Entertainment, fiction	17 750	19 365	27 465	22 536	~	~
12	Grundy Producciones S.A.	Entertainment	2 712	7 297	11 734	20 067	~	~
13	Magnolia TV Espana S.L.		-	30	10 105	16 312	19 152	17.4%
14	Bocaboca Producciones SL	Fiction, feature films	27 251	20 144	30 983	16 953	~	~
15	Linze Television SA	Fiction	8 355	9 451	14 339	16 356	~	~
16	Tesaurus SA	Fiction, feature films	8 076	10 839	9 960	12 920	14 425	11.6%
17	La fabrica de la tele S.L.	All genres	-	-	1 323	11 760	14 198	20.7%
18	Ida y Vuela Producciones de Ficción	Fiction	1 995	11 883	8 955	9 347	14 122	51.1%
19	K 2000 SA	Fiction, documentary	7 339	7 387	7 071	10 211	12 389	21.3%
20	Canal Mundo Producciones Audiovisuales S.A.	News	8 234	~	10 942	12 067	~	~
21	Sisifus Producciones S.A.	Entertainment	3 475	3 594	9 521	11 807	~	~
22	Trivision S.L.	Fiction	4 233	2 993	5 892	10 576	~	~
23	Chip Audiovisual S.A.		-	103	8 600	9 969	9 865	-1.0%
24	Medianews Producciones de Noticias S.L.	News	2 271	6 498	8 874	10 818	8 010	-26.0%
25	Lavinia Productora S.L.	Fiction, feature films, documentaries	1 327	2 320	4 178	5 442	7 900	45.2%
26	Minoria Absoluta S.L.	Fiction	449	982	3 659	5 224	6 887	31.8%
27	Producciones 52 Andalucia	Fiction, feature films	7 425	7 659	8 286	6 894	~	~
28	BRB Internacional SA	Animation	7 054	5 848	6 168	6 834	~	~
29	Continental Producciones SL	Fiction, feature films	7 483	7 075	6 513	6 771	~	~
30	Sagrera Audiovisual S.A.	Fiction, feature films	1 548	2 127	3 454	3 069	6 541	113.1%

● The group Imagina is born from the merger of the two leading groups Mediaproduccion S.L. («Mediapro») and Globo Media. It is involved in production, distribution, facilities and post-production transmission and consultancy. It is also a shareholder of La Sexta (of which the revenues are not consolidated in the operating revenues).

Source: European Audiovisual Observatory

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). 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 FST5), the Finnish private media group Sanoma (Nelonen, JIM, LIV) and Swedish group Bonnier (MTV3, Sub and Nordic Canal+ pay-TV channels).

In 2009, the public group YLE did not repeat its positive 2008 results, which had seen the channel YLE TV1 top the viewer ratings and the four main public channels achieve a cumulative audience of 44.5%. In 2009, the public channels' combined daily audience share dropped to 43.8%. In particular, YLE TV1 fell 2.1% to 21.4%, losing its place at the top of the ratings to MTV3, which regained the top place with 22.6%. The audience share of the leading private channel stabilised compared to 2008, after years of sharp decline: MTV3 accounted for more than 30% of the audience before 2005. Following these two channels, the order of popularity remained unchanged: YLE TV2, whose audience share rose to 18.2%, was followed by private channels Nelonen (9.9%), Sub and JIM.

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 July 2010, DNA therefore had more than 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 Elisa (249 000 subscribers in December 2009), Sonera (175 000) and Anvia (65 000).

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 over 50 000 subscribers. Four packages are competing in the IPTV market: Elisa, whose Viihde platform was launched in spring 2009, Sonera (Koti TV), Maxisat (Maxivision) and AB Ålands TV, which offers a Swedish language package. In order

La Finlande est l'un des pays d'Europe les plus avancés en matière de transmissions numériques : après avoir opéré l'extinction des transmissions analogiques terrestres en 2007, les transmissions de télévision par câble sont aussi entièrement numérisées depuis 2008. La Finlande se tourne désormais vers la télévision numérique terrestre de seconde génération (DVB-T2). 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 FST5), le groupe de médias privé finlandais Sanoma (Nelonen, JIM, LIV) et le groupe suédois Bonnier (MTV3, Sub ou encore les chaînes nordiques à péage Canal+).

Le groupe public YLE n'a pas réédité en 2009 ses bonnes performances de 2008, qui avait vu la chaîne YLE TV1 prendre la tête des audiences et les quatre principales chaînes publiques atteindre 44,5 % d'audience cumulée. En 2009, les chaînes publiques retombent à 43,8 % d'audience cumulée quotidienne. Surtout, YLE TV1 perd 2,1 points pour s'établir à 21,4 % de part de marché d'audience quotidienne. La chaîne perd donc sa première place sur le marché, au profit de MTV3 qui repasse en tête avec 22,6 %. L'audience de la première chaîne privée s'est stabilisée par rapport à 2008, après des années de fortes baisses : MTV3 réunissait en effet plus de 30 % de l'audience jusqu'en 2005.

Derrière ces deux chaînes, les hiérarchies demeurent inchangées : YLE TV2 progresse à 18,2 %, suivie des chaînes privées Nelonen (9,9 %), Sub et JIM.

Le marché finlandais de la distribution multichânes demeure dominé par la câblodistribution. Si plus d'une vingtaine d'opérateurs sont encore actifs, le marché tend à se concentrer. En particulier, 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 juin 2010, DNA regroupe donc plus de 600 000 abonnés à la télévision par câble. A l'occasion de cette opération, Sanoma Television est entré au capital de DNA, avec une part de 21 %. Derrière les deux bouquets de DNA se trouvent ceux de Elisa (249 000 abonnés en décembre 2009), Sonera (175 000) et Anvia (65 000).

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 un peu plus de 50 000 abonnés chacune.

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. 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 schwedischsprachige Sender YLE FST5), die private finnische Mediengruppe Sanoma (Nelonen, JIM, LIV) und der schwedische Konzern Bonnier sind (MTV3, Sub und die nordischen Bezahlsender von Canal+).

Die öffentlich-rechtliche YLE-Gruppe konnte 2009 nicht an ihre Erfolge von 2008 anknüpfen, als YLE TV1 die höchsten Einschaltquoten hatte und die vier wichtigsten öffentlich-rechtlichen Sender auf einen kumulierten Zuschaueranteil von 44,5 % kamen. 2009 fiel dieser tägliche Anteil wieder auf 43,8 % zurück. Insbesondere YLE TV1 büßte 2,1 Punkte ein und kam auf einen täglichen Zuschauermarktanteil von 21,4 %. Damit verlor der Sender seinen ersten Platz an MTV3, der nunmehr mit 22,6 % an der Spitze steht. Seit 2008 stabilisieren sich nach jahrelangem starkem Rückgang die Zuschauerzahlen dieses größten Privatsenders, der bis 2005 einen Marktanteil von über 30 % hatte.

Hinter diesen beiden Sendern bleibt die Reihenfolge unverändert: YLE TV2 legte auf 18,2 % zu, gefolgt von den Privatsendern Nelonen (9,9 %), Sub und JIM.

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 Juli 2010 hatte DNA damit über 600 000 Kabelabonnenten. Mit dieser Operation beteiligte sich Sanoma Television zu 21 % am Kapital von DNA. Hinter den beiden Bouquets von DNA folgten Elisa (249 000 Abonnenten im Dezember 2009), Sonera (175 000) und Anvia (65 000).

In Anbetracht der Bedeutung des Kabelfernsehens in Finnland haben es die alternativen Bouquets über Satellit oder IP schwer, Fuß zu fassen. Wie in den anderen nordischen Ländern konkurrieren zwei Satellitenplattformen: Viasat (MTG) und Canal Digital (Telenor), die jeweils etwas mehr als 50 000 Abonnenten hatten. Auf

to increase their appeal, these platforms concentrated on their on-demand services in 2010, with Elisa Viihde developing its catalogue of Warner programmes and films, and Koti TV (TeliaSonera) offering access to the Spotify music service.

The digital terrestrial television (DTT) platform offers around 30 free and pay-TV channels. 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 fell in 2009 to 259 000 by the end of the year.

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, are due to be launched in 2011. The first two, operated by DNA, will carry eight HD channels. The list of selected channels was unveiled by the Ministry of Communication in March 2010. The company Anvia will operate the other two multiplexes, one national and the other regional, which will transmit SD and HD channels.

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).

Finally, the Audiovisual Media Services Directive was transposed on 1 May 2010 via amendments to the Finnish Copyright and Broadcasting Acts.

Sur le marché de l'IPTV, quatre bouquets sont en concurrence : Elisa, avec sa plateforme 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 ont mis l'accent en 2010 sur leurs services à la demande, ainsi Elisa Viihde avec son catalogue de programmes et films de Warner ou encore Koti TV (TeliaSonera) par l'accès au service musical Spotify.

La plate-forme de télévision numérique terrestre (TNT) propose une trentaine de chaînes gratuites et payantes. C'est Digi TV Plus qui 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 diminué en 2009 pour s'établir à 259 000 à la fin de l'année.

Afin d'entretenir le dynamisme du numérique terrestre, quatre nouveaux multiplex DVB-T2, diffusant en MPEG4 et proposant l'accès à des chaînes en haute-définition, devraient être lancés en 2011. Les deux premiers, opérés par DNA, vont transmettre huit chaînes HD. La liste des chaînes retenues a été dévoilée en mars 2010 par le ministère de la communication. La société Anvia opérera les deux autres multiplex, l'un national et le second régional, qui transmettront des chaînes en SD et en HD.

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).

Enfin, la Directive Services de médias audiovisuels a été transformée le 1^{er} mai 2010, à travers les amendements à la loi finlandaise sur le droit d'auteur et plusieurs modifications à la loi finlandaise sur les opérations de radio et de télévision.

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, setzten diese Plattformen 2010 einen Schwerpunkt auf ihre Abrufdienste, wie etwa Elisa Viihde mit einem Katalog aus Programmen und Spielfilmen von Warner oder Koti TV (TeliaSonera) mit dem Zugang zum Musikdienst Spotify.

Die digitale terrestrische Fernsehplattform (DVB-T) bietet etwa dreißig frei empfangbare und verschlüsselte Sender an. 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 2009 zurück und lag Ende des Jahres bei 259 000.

Zur Aufrechterhaltung der Dynamik im digitalen terrestrischen Fernsehen sollen 2011 vier neue DVB-T2-Multiplexe in der MPEG4-Norm gestartet werden, die hochauflösende Sender verbreiten. Die beiden ersten, die von DNA betrieben werden, sollen acht HD-Kanäle übertragen. Die Liste der geplanten Sender wurde im März 2010 vom Kommunikationsministerium veröffentlicht. Das Unternehmen Anvia wird die beiden anderen Multiplexe betreiben, von denen einer landesweit, der andere regional verbreitet wird, und die beide SD- und HD-Kanäle ausstrahlen.

Das Übertragungsunternehmen Digita (Tochter von TDF) betreibt nicht nur die vier wichtigsten Multiplexe des finnischen DVB-T-Netzes, sondern auch seit 2006 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).

Mit Änderungen am finnischen Urheberrecht und am Gesetz über Hörfunk- und Fernsehdienste wurde die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste am 1. Mai 2010 umgesetzt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	5 351	Eurostat
Households		–	2 482	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.0%	2 408	Eurobarometer / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		55.2%	1 370	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		55.2%	1 370	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		7.1%	175	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		2.8%	70	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1.2%	29	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		53.0%	1 316	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		97.0%	2 408	European Audiovisual Observatory
Households with PC		76.0%	1 976	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		56.2%	1 394	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	28	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	39	Screen Digest

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	24	Anvia, DNA, Elisa, Sonera (TeliaSonera) etc.
Satellite packagers	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	4	AB Alands, Elisa, Maxisat, Sonera (TeliaSonera)
DTT multiplex operators and packagers	2	Multiplex operator: Digma (TDF) Pay DTT packager: Digi TV Plus «Plus TV» (Teracom)
Mobile phone TV packager	0	
Mobile broadcast TV packager	1	DNA

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	20	24
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	10	11
Regional/Local		1	37	38
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		1		1
Total		7	67	74
<i>Foreign channels targeting the country</i>		3	39	42

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	09.10	Free Digital Terrestrial	① Digital Terrestrial Digi TV Plus	Cable Welho (DNA)	Cable Elisa	Satellite (full offer) Canal Digital	Satellite (full offer) Viasat	IPTV Maxisat
Generalist - national (incl.dedicated)		4	4	4	4	4		4
Generalist - foreign				12	8	16	26	5
Adult			1	2	4	3	3	2
Children			3	6	8	25	26	8
Culture / education / documentary		1	3	18	20	22	37	8
Minority interest groups								
Entertainment / TV fiction / games		4	5	17	14	29	34	17
Film			4	20	20	32	49	12
Home shopping								
International linguistic and cultural			1	4	4		1	3
Lifestyle / specific leisure / travel		2	2	7	4	9	2	3
Music		3	4	10	10	8	7	6
News / business				15	14	13	10	7
Parliament / government / administration								
Regional/Local		1	1	1	1			1
Religion				1	1	2	3	1
Sports		1	6	19	16	42	40	10
Various				10	2			4
Total		16	34	146	130	205	238	91

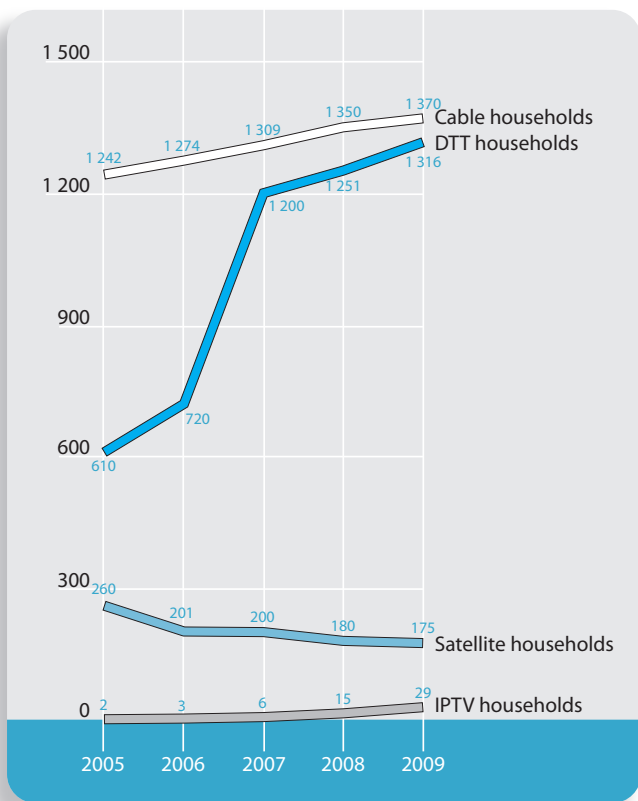
① Included free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

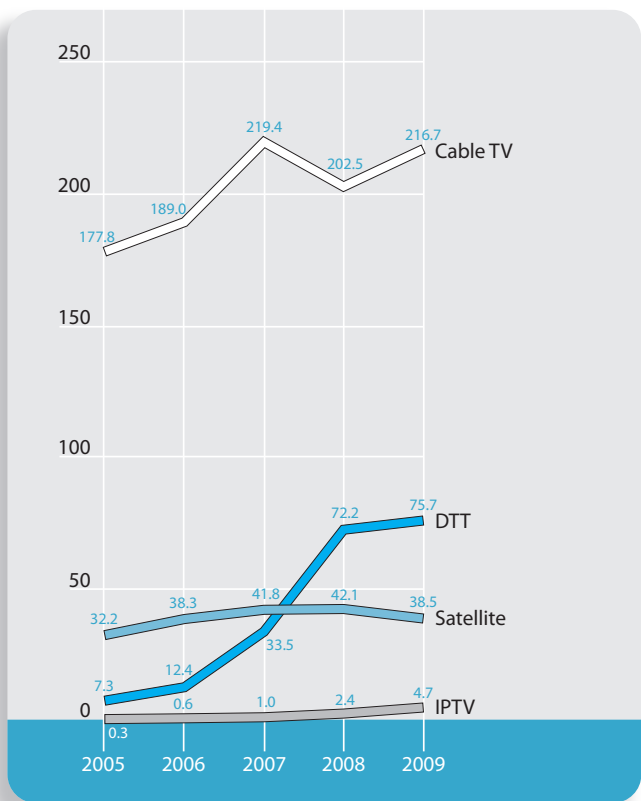
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

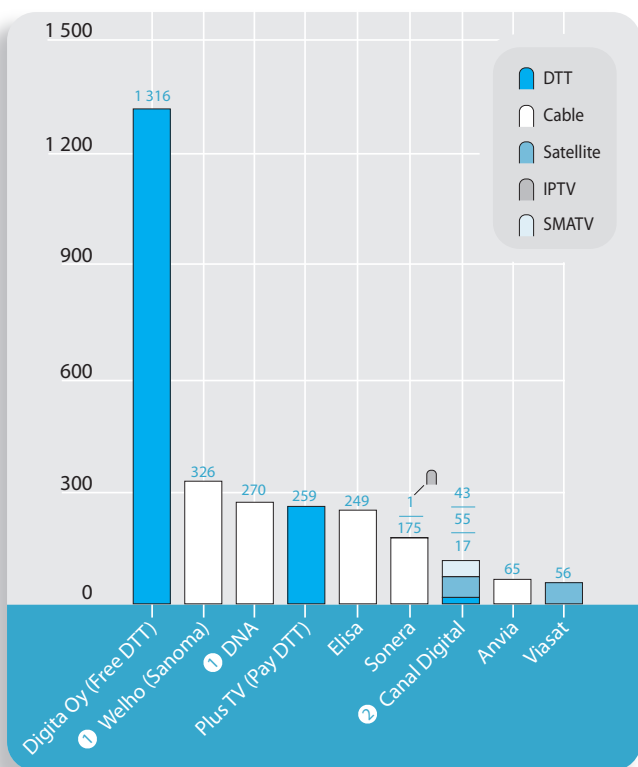
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

In thousands.



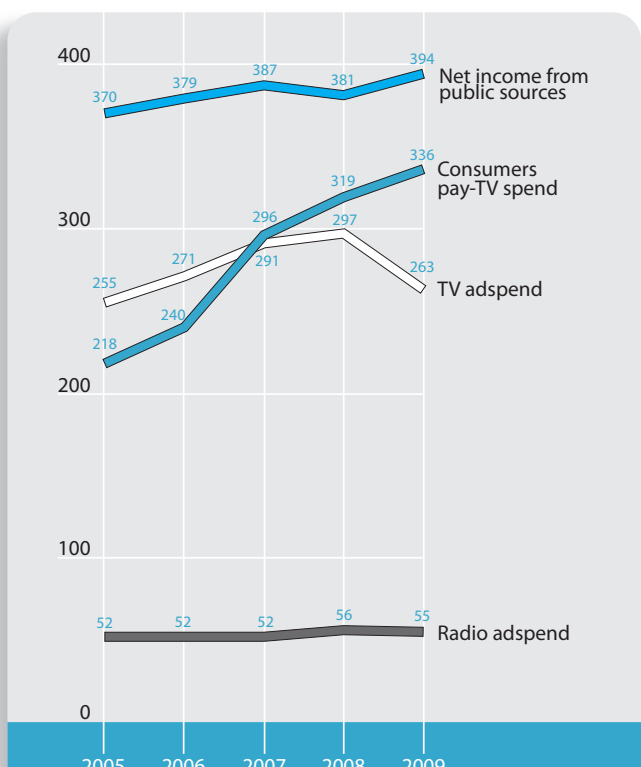
1 On the 1st of July 2010, DNA took over the cable activities from SANOMA (that is the Welho cable package).

2 Data March 2010.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and YLE

T.1.FI.1
G.1.FI.1

Operating revenues of the main television companies in Finland 2006-2009

EUR million.

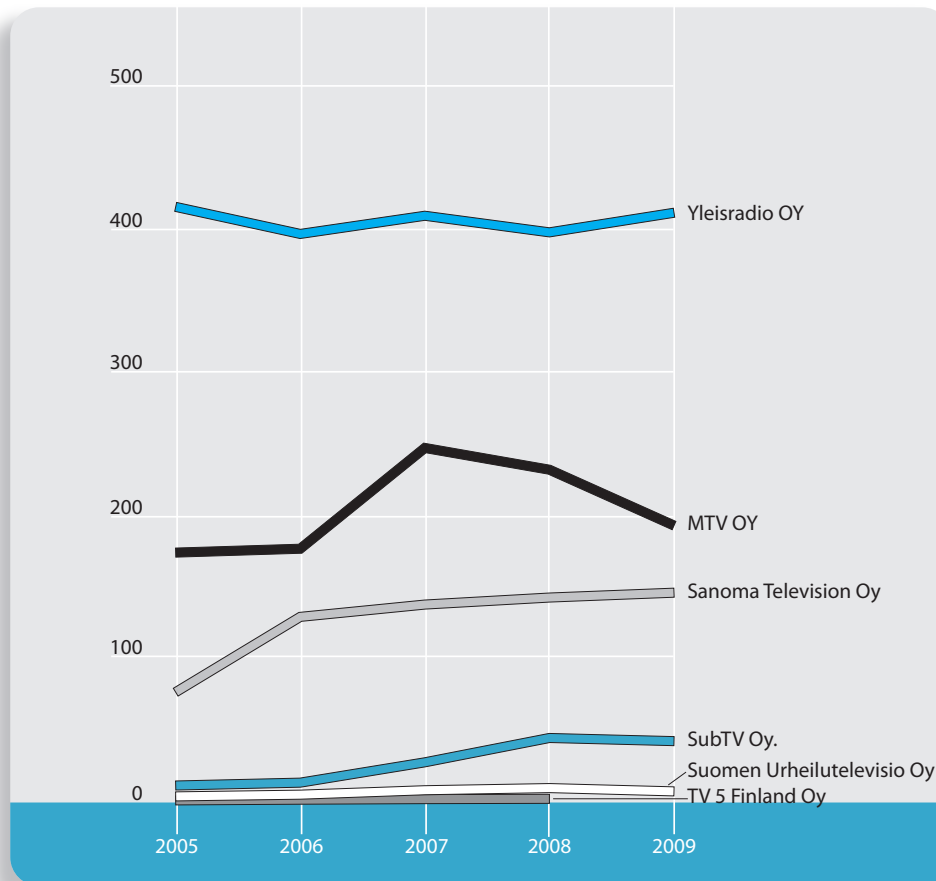
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Yleisradio OY	sptv	YLE1, YLE2,...	396.4	409.1	397.5	411.2	3.4%
MTV OY	adtv	MTV3	176.5	246.9	231.7	192.7	-16.8%
Sanoma Television Oy	adtv	Nelonen	128.9	137.5	142.4	145.8	2.4%
SubTV Oy.	thtv	SubTV	13.1	27.3	44.3	42.1	-4.9%
Suomen Urheilutelevisio Oy	thtv	Urheilukanava	4.7	7.8	9.3	7	-24.7%
TV 5 Finland Oy	thtv	The Voice	1.2	1.6	1.8	2.2	19.6%

Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Teliasonera Finland Oyj (cons.) ①	3play	Sonera TV		2 740.8	2 953.6	3 135.7	~	~
Elisa Oyj (cons.) ①	3play	Elisa TV		1 527.1	1 589.4	1 491.5	1434.6	-3.8%
DNA Oy (cons.) ①	3play, dvb-h	DNA TV		410.4	540.0	652.2	~	~
Anvia Oyj (cons.) ①	catv, isp	Anvia TV		76.5	83.8	102.0	104	2.0%
Digi TV Plus OY	dtv	Digi TV		0.4	19.8	52.4	~	~
Canal Digital Finland OY	packtv	Canal Digital		35.4	37.2	36.8	33.5	-9.0%
OY Viasat Finland AB	packtv	Viasat		8.6	14.5	18.4	17.3	-6.0%
Kainuun Puhelinosuuskunta ①	catv	KPO		17.3	17.1	18.0	~	~
Tampereen Tietoverkko Oy	catv	TTV		11.1	14.4	17.2	16.5	-3.8%
Oy Turun Kaapelitelevisio	catv, isp	Turku Cable		5.7	6.7	7.2	~	~

① Includes other activities (telecommunications,...)

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



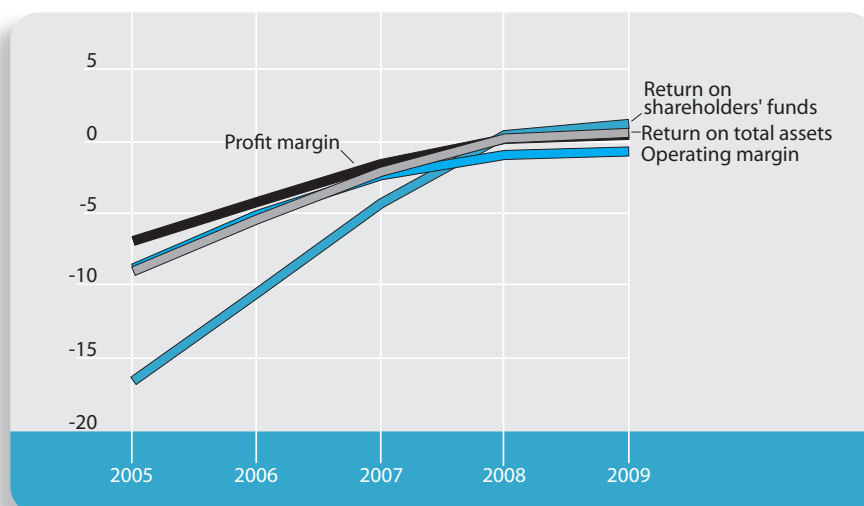
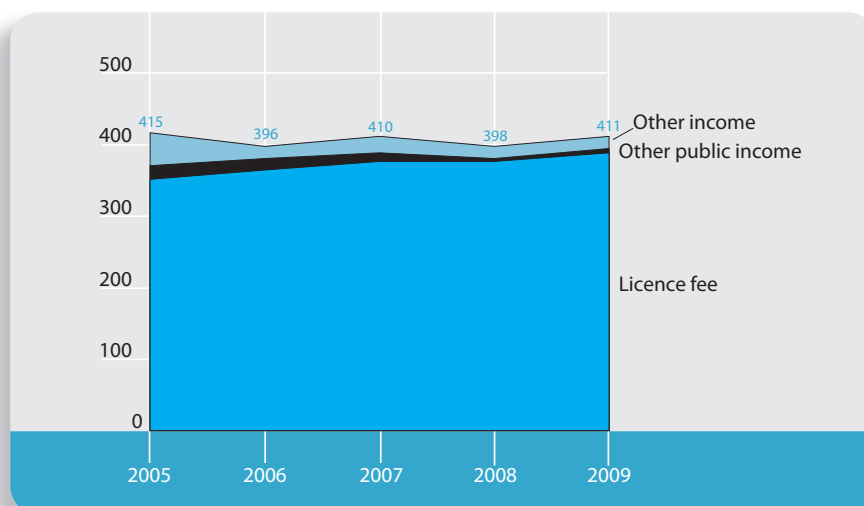
T.1.FI.2
G.1.FI.2

YLE financial situation 2006-2009

EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	379.4	387.0	380.5	394.3	95.7%	94.6%	95.7%	95.9%	3.6%
Licence fee	363.8	375.5	376.2	388.0	91.8%	91.8%	94.6%	94.3%	3.1%
Other public income	15.6	11.5	4.3	6.3	3.9%	2.8%	1.1%	1.5%	44.6%
Other income	17.0	22.6	17.0	17.0	4.3%	5.5%	4.3%	4.1%	-0.1%
Total	396.4	409.1	397.5	411.2	100%	100%	100%	100%	3.5%
Expenditure									
Purchase of goods and services	205	202	186	189	49.2%	48.3%	46.4%	45.6%	1.2%
Costs of personnel	190	193	191	200	45.5%	46.1%	47.5%	48.3%	4.9%
Depreciation	22	23	24	25	5.3%	5.6%	6.0%	6.1%	4.7%
Operating expenditure	417	419	401	414	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	3.2%
Net result	-17	-7	1	2					178.8%
Operating margin (%)	-5.1	-2.35	-0.94	-0.7					

Source: YLE / EBU-UER-SIS, European Audiovisual Observatory



T.1.FI.3
G.1.FI.3

TV audience market share in Finland 2005-2009

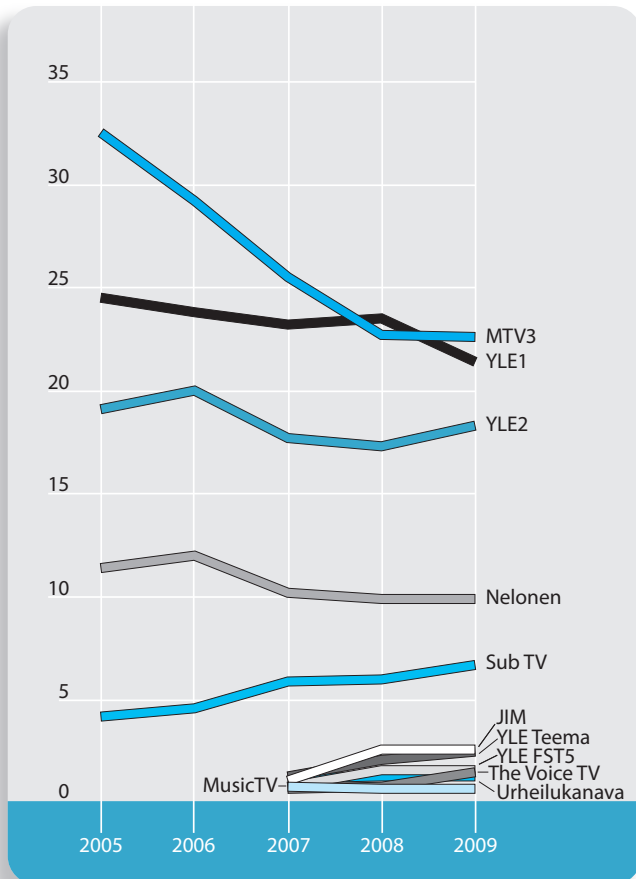
In %, 4 years +. ①

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
YLE1	24.5	23.8	23.2	23.5	21.4	22.0	21.3	21.5	21.4	20.8
YLE2	19.1	20.0	17.7	17.3	18.3	20.4	21.5	17.8	16.0	17.3
YLE Teema	~	~	1.3	2.1	2.5	~	~	1.3	2.2	2.5
YLE FST5	~	~	0.8	1.6	1.6	~	~	0.9	1.8	1.9
Finnish public channels	43.6	43.8	43.0	44.5	43.8	42.4	42.8	41.5	41.4	42.5
MTV3	32.5	29.2	25.5	22.7	22.6	34.3	31.0	28.5	26.5	24.6
Nelonen	11.4	12.0	10.2	9.9	9.9	12.6	12.8	11.3	11.1	11.0
Sub TV	4.2	4.6	5.9	6.0	6.7	4.3	5.0	6.7	7.3	8.0
MusicTV	-	-	0.8	0.7	0.7	-	-	0.5	0.6	0.5
Urheilukanava	-	-	1.2	1.3	1.3	-	-	1.0	1.3	1.3
The Voice TV	-	-	0.7	0.8	1.5	-	-	0.4	0.6	1.5
JIM	-	-	1.1	2.6	2.6	-	-	1.3	2.5	2.6
Main Finnish private channels	48.1	45.8	45.4	44.0	45.3	51.2	48.8	49.7	49.9	49.5
Discovery Channel	~	~	~	~	0.7					0.4
Others	8.3	10.4	11.6	11.5	10.2	6.4	8.4	8.8	8.7	7.6

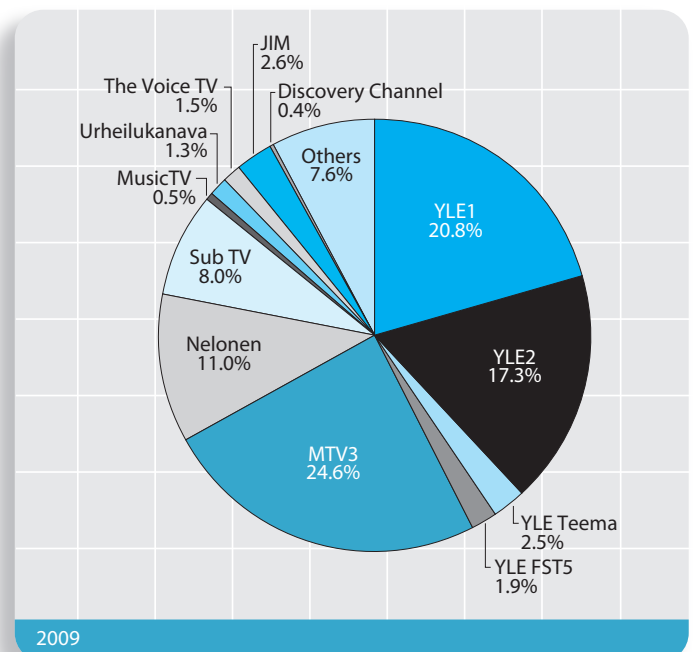
① Before 2006: 10 years and +.

Source: Eurodata TV Worldwide, Finnpanel

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (18:00-23:00). In %, 4 years +.



T.1.FI.4
G.1.FI.4

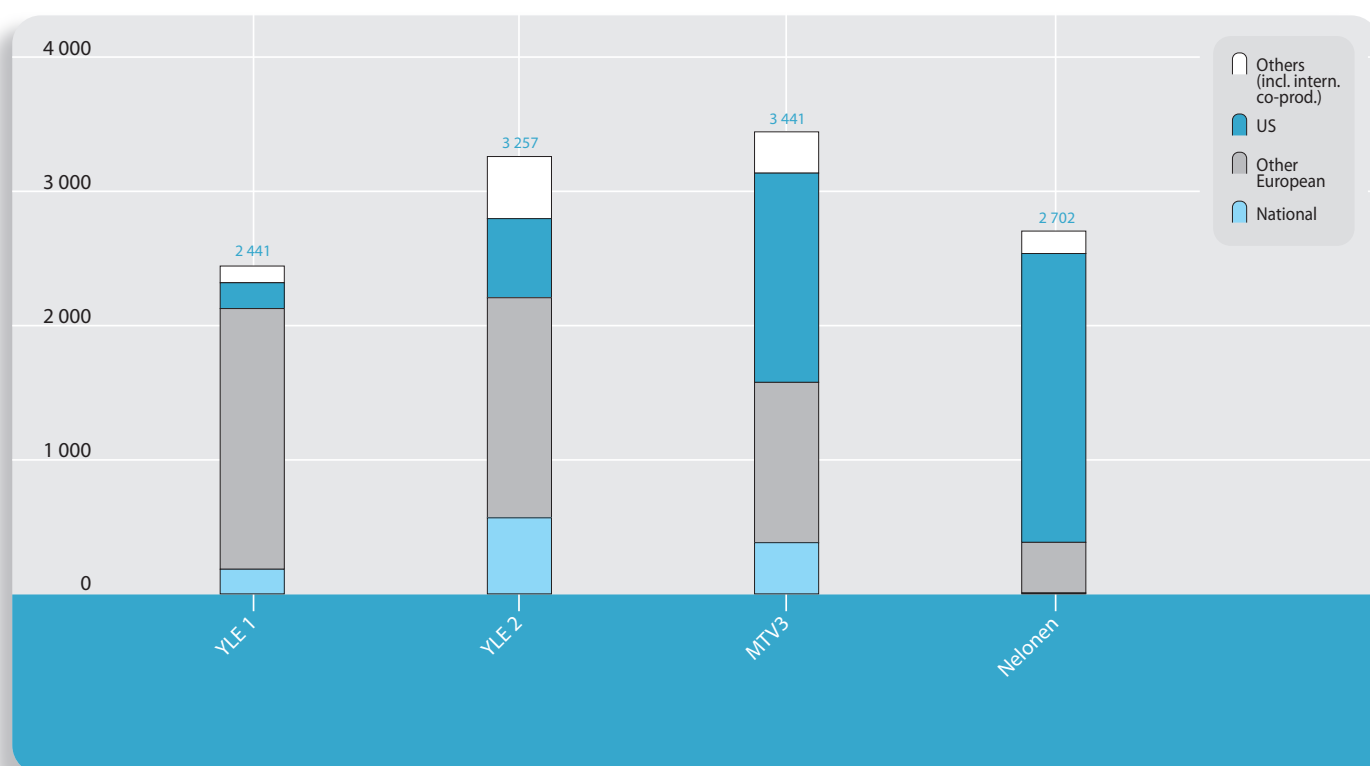
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod.		Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
								EUR- EUR	EUR- Others						
YLE 1	13.6	108.9	16.1	1302.5	0.0	183.3	332.7	31.1	136.6	77.3	192.3	27.0	10.8	0.0	9.2
YLE 2	201.8	1.4	134.3	225.1	112.2	566.3	629.7	181.1	153.5	23.0	589.2	213.5	158.5	16.8	50.7
MTV3	25.7	0.0	4.3	539.0	11.0	381.3	411.1	64.1	138.7	261.1	1558.2	9.2	1.8	23.2	12.4
Nelonen	3.9	2.6	13.4	33.9	0.0	6.5	39.0	35.3	248.9	81.5	2151.2	48.2	3.9	23.8	9.6
Total	245.0	112.9	168.1	2100.4	123.2	1137.3	1412.5	311.5	677.7	442.8	4490.9	297.8	175.0	63.8	81.8

Source: Infomedia

In hours.



The main providers of television channels in France are the public service broadcasters France Télévisions and Arte, as well as the private groups TF1 (Bouygues), M6 (RTL), Canal+ (Vivendi), AB Sat (AB group) and Orange (France Télécom), which are often also distributors of television services.

The channel TF1 still has the largest audience share but only had a daily audience share of 26.1% in 2009, which was 5.5 percentage points lower than in 2006. This was the second consecutive year in which the private channel's daily audience was below 30%. In second and third place respectively were the two public channels France 2 (16.7%) and France 3 (11.8%), both of which are also experiencing a steady decline in their audiences. In particular, France 3 only posts a one percent lead over M6 (10.8%). Behind these, seven channels have audience market shares of between 1 and 3.1%. These include a number of new free-to-air DTT channels, such as TMC (which was bought, together with NT1, in 2010 by the TF1 Group) and W9 (RTL), who hold market shares comparable to those of the incumbent terrestrial channels, such as Canal+, France 5 and Arte.

The new free-to-air DTT channels had a combined daily audience share of 15.2% in 2009, compared with 11.1% in 2008, and DTT was received by over half of French homes (56.5%) in June 2010. Free-to-air DTT, which consists of 20 national channels (4 available in HD) and 43 local channels, has proved a success. The regional switchoff of analogue transmissions began in 2010. Ten regions have switched completely to digital terrestrial and the remaining twelve are likely to do so by the end of 2011.

Despite the apparent success of DTT, there are two challenges remaining: the viability of local terrestrial channels and that of pay-DTT. The market for local channels is fragile. Several DTT channels (such as Nantes 7, TLT in Toulouse and LCM in Marseille) have run into financial difficulties, have filed for bankruptcy (Angers 7, Orléans TV) or have been swallowed up (Citizen TV). Investors like Hersant have sold off most of their stakes in local DTT channels.

There are now only eight pay-DTT channels (one in HD) following the withdrawal of the subscription package in 2008 (AB1) and 2009 (Canal J). In summer 2010, the regulatory body, the Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) published a call for applications to select a channel to take over the frequency vacated by Canal J. In October, three providers expressed an interest in broadcasting a pay-DTT channel: the Professional Football League (Cfoot project), Canal+ (the channel Canal+ Family) and the pay-DTT

Les principaux éditeurs de chaînes de télévision en France sont les radio-diffuseurs de service public France Télévisions et Arte, ainsi que les groupes privés TF1 (Bouygues), M6 (RTL), Canal+ (Vivendi), AB Sat (groupe AB) ou Orange (France Télécom), groupes qui sont souvent aussi distributeurs de services de télévision.

La chaîne TF1 arrive toujours en tête des audiences, mais avec seulement 26,1 % d'audience quotidienne en 2009, soit 5,5 points de moins qu'en 2006. C'est la seconde année consécutive que la chaîne privée se trouve sous la barre des 30 % d'audience quotidienne. En deuxième et troisième positions se trouvent les deux chaînes publiques, France 2 (16,7 %) et France 3 (11,8 %), qui subissent aussi une érosion régulière de leur audience. En particulier, France 3 n'affiche plus qu'un point d'avance sur M6 (10,8 %). Derrière, sept chaînes affichent des parts de marché situées entre 1 et 3,1 % de l'audience. Parmi elles se trouvent plusieurs nouvelles chaînes gratuites de la TNT, comme TMC (chaîne rachetée, avec NT1, en 2010 par le groupe TF1) et W9 (RTL), qui réunissent des parts de marché comparables à celles de chaînes terrestres historiques comme Canal+, France 5 ou Arte.

Les nouvelles chaînes gratuites de la TNT rassemblent 15,2 % de l'audience quotidienne en 2009 contre 11,1 % en 2008 et la TNT équipe en juin 2010 plus de la moitié des foyers français (56,5 %). La TNT gratuite, constituée au total de 20 chaînes nationales (dont 4 sont disponibles en HD) et de 43 chaînes locales, se révèle un succès. Au cours de l'année 2010 ont débuté les extinctions régionales de transmissions analogiques. Dix régions ont basculé vers le tout numérique terrestre et les douze autres devraient en faire autant d'ici la fin de l'année 2011.

Malgré le succès apparent de la TNT, deux défis demeurent : la viabilité des chaînes locales terrestres et celle de la TNT payante.

Le marché des chaînes locales est fragile. Plusieurs chaînes de la TNT ont rencontré des difficultés financières (Nantes 7, TLT à Toulouse ou LCM à Marseille), ont déposé le bilan (Angers 7, Orléans TV) ou ont été absorbées (Citizen TV). Des investisseurs comme Hersant ont revendu la plupart de leurs intérêts dans les chaînes locales de la TNT.

La TNT payante repose quant à elle sur seulement huit chaînes (dont une diffusée en HD) depuis que deux chaînes se sont retirées du bouquet payant en 2008 (AB1) et 2009 (Canal J). Le CSA a publié un appel à candidature pendant l'été 2010 visant à sélectionner une chaîne pour la reprise du canal libéré par Canal J. En octobre, trois éditeurs ont exprimé

Die wichtigsten Fernsehveranstalter in Frankreich sind die öffentlich-rechtlichen Rundfunkunternehmen France Télévisions und Arte sowie die Privatkonzerne TF1 (Bouygues), M6 (RTL), Canal+ (Vivendi), AB Sat (AB-Gruppe) und Orange (France Télécom), die häufig auch selbst Fernsehdienste verbreiten.

TF1 erzielte erneut die höchsten Einschaltquoten, kam 2009 allerdings nur noch auf 26,1 % der täglichen Zuschauer, ein Verlust von 5,5 % gegenüber 2006. Bereits im zweiten aufeinanderfolgenden Jahr blieb der Privatsender unterhalb der Marke von 30 %. Auf den Plätzen finden sich die beiden öffentlich-rechtlichen Programme France 2 (16,7 %) und France 3 (11,8 %), deren Zuschauerzahlen ebenfalls regelmäßig abbrechen. Insbesondere France 3 hatte nur noch ein Prozent Vorsprung vor M6 (10,8 %). Dahinter kamen sieben Sender auf einen Zuschauermarktanteil zwischen 1 und 3,1 %. Darunter befinden sich auch mehrere neue kostenfreie DVB-T-Dienste, wie etwa TMC (2010 zusammen mit NT1 von der TF1-Gruppe übernommen) und W9 (RTL), die auf vergleichbare Marktanteile wie die etablierten terrestrischen Sender (Canal+, France 5 oder Arte) kamen.

Die neuen kostenfreien DVB-T-Sender erreichten 2009 eine tägliche Einschaltquote von 15,2 % gegenüber 11,1 % im Vorjahr. Im Juni 2010 war über die Hälfte der französischen Haushalte mit DVB-T-Empfangsgeräten ausgestattet (56,5 %). Das kostenfreie DVB-T hat sich mit einem Angebot aus insgesamt 20 landesweiten Sendern (vier davon in HD-Qualität) und 43 Lokalsendern als Erfolg erwiesen. 2010 wurde in einigen Regionen mit der Abschaltung der analogen Übertragung begonnen. In zehn Regionen ist die komplette Umstellung auf terrestrische Digitaltechnik bereits vollzogen, die zwölf anderen Regionen dürften bis Ende 2011 folgen.

Trotz des offensichtlichen Erfolgs von DVB-T bleiben zwei Herausforderungen bestehen: Das dauerhafte wirtschaftliche Überleben der terrestrischen Lokalsender und des kostenpflichtigen DVB-T-Angebots.

Der Markt für Lokalsender ist fragil. Mehrere DVB-T-Sender hatten finanzielle Schwierigkeiten (Nantes 7, TLT in Toulouse oder LCM in Marseille), meldeten Konkurs an (Angers 7, Orléans TV) oder wurden von der Konkurrenz übernommen (Citizen TV). Investoren wie Hersant haben das Gros ihrer Anteile an den DVB-T-Lokalsendern wieder verkauft.

Das kostenpflichtige DVB-T-Angebot besteht seit dem Rückzug zweier Dienste aus dem Bezahlbouquet (AB1 2008 und Canal J 2009) lediglich aus acht Sendern (davon einer in HD). Die Aufsichtsbehörde CSA veröffentlichte im Sommer

distributor TV Numeric, with a video on demand (VoD) project. Since early 2010, TV Numeric has been conducting a VoD experiment on the DTT networks together with the transmission company TDF.

According to the CSA, 85.8% of households received digital television in mid-2010. DTT is definitely the main driving force for the digitisation of homes but the other methods of distributing multi-channel television are also playing a role in this.

The cable TV market is concentrated in the hands of Numéricâble (Civen and Altice), which claims to supply almost all cable subscriber homes in France. Of the 3.5 million subscribers, about 70% receive digital TV.

Satellite pay-TV was virtually entirely digitised in mid-2010. The market is dominated by the Canalsat package (Canal+group), which had 4.85 million subscribers at the end of 2009. Two competing platforms have emerged: Bis, launched by the AB group in 2007, and Orange, which is operated by France Télécom (service only available to subscribers whose telephone line does not permit TV reception via ADSL). Finally, there are two packages that provide access to free-to-air DTT channels for households not covered by the terrestrial wireless network: FRANSAT (Eutelsat) and TNT Sat (Canal+), who claimed in June 2010 to have sold 2.3 million set-top boxes.

IPTV has continued its upward trend in France. According to the telecommunications and posts regulator ARCEP, 9.7 million homes, or 37% of households, were able to access television via ADSL in June 2010. In 2010, owing to the purchase by Free of the Alice package (originally marketed by Telecom Italia), seven packages were marketed by six providers: Alice and Freebox by Free (Iliad), Bbox by Bouygues Telecom, DartyBox by Darty, Livebox by Orange (France Télécom), Neufbox by SFR (Vivendi) and Auchan Box by Auchan. The latter platform was launched in February 2010. Free, which, incidentally, obtained the fourth mobile telephony licence in France in December 2009, remains the IPTV market leader, with more than 4.5 million subscribers in June 2010. In October 2010, the National Assembly voted to increase the rate of VAT applied to these triple-play services: half the prices of these services, corresponding to the television service, has up to now been taxed at a reduced rate but is now likely to be subject to the normal rate.

The CSA has once again turned its attention to personal mobile television (DVB-H), where progress has been slow. An agreement has been reached between TDF and the operator of the virtual mobile

leur intérêt pour diffuser une chaîne sur la TNT payante : la Ligue de Football Professionnel (projet Cfoot), Canal+ (chaîne Canal+ Family) et le distributeur de TNT payante TV Numeric, avec un projet de vidéo à la demande (VàD). TV Numeric mène en effet depuis le début de l'année 2010, avec l'entreprise de transmission TDF, une expérience de VàD sur les réseaux TNT.

Selon la CSA, 85,8 % des foyers reçoivent la télévision numérique au milieu de l'année 2010. La TNT représente bien sûr le principal moteur de la numérisation des foyers, mais les autres modes de distribution de la télévision multichaines ne sont pas en reste.

Le marché de la télévision par câble est concentré dans les mains de Numéricâble (Civen et Altice), qui revendique la quasi-totalité des foyers abonnés au câble en France. Sur ses 3,5 millions d'abonnés, environ 70 % reçoivent la télévision numérique.

La télévision payante par satellite est pratiquement entièrement numérisée au milieu de l'année 2010. Le marché est dominé par le bouquet Canalsat (groupe Canal+), qui affiche 4,85 millions d'abonnés à la fin de l'année 2009. Deux plates-formes concurrentes ont émergé : Bis lancée par le groupe AB en 2007 et Orange par France Télécom (offre réservée aux abonnés dont la ligne ne permet pas la réception de la télévision par ADSL). Deux bouquets proposent enfin l'accès aux chaînes de la TNT gratuite pour les foyers non couverts par le réseau hertzien : FRANSAT (Eutelsat) et TNT Sat (Canal+), qui revendique 2,3 millions de terminaux vendus en juin 2010.

L'IPTV confirme son succès en France. 9,7 millions de foyers ont la possibilité d'accéder à la télévision par ADSL selon l'ARCEP en juin 2010, soit plus de 37 % des foyers. En 2010, et du fait du rachat par Free du bouquet Alice (commercialisé à l'origine par Telecom Italia), sept bouquets sont commercialisés par six fournisseurs : Alice et Freebox par Free (Iliad), Bbox par Bouygues Telecom, DartyBox par Darty, Livebox par Orange (France Télécom), Neufbox par SFR (Vivendi) et Auchan Box par Auchan. Cette dernière plate-forme a été lancée en février 2010. Free, qui par ailleurs a obtenu en décembre 2009 la quatrième licence de téléphonie mobile en France, demeure le leader du marché de l'IPTV avec plus de 4,5 millions d'abonnés en juin 2010. En octobre 2010, l'Assemblée nationale a voté une augmentation du taux de TVA appliqué à ces offres triple-play : la moitié du prix de celles-ci, correspondant au service de télévision, était jusqu'à présent taxée à un taux réduit mais devrait bientôt être soumise au taux normal.

2010 eine Ausschreibung für den durch Canal J freigewordenen Kanal. Im Oktober äußerten drei Betreiber ihr Interesse an einer Ausstrahlung im kostenpflichtigen DVB-T-Netz: Die Profifußballliga (Projekt Cfoot), Canal+ (Canal+ Family) und TV Numeric, ein Verbreitungsunternehmen kostenpflichtiger DVB-T-Dienste, mit einem Filmabrufprojekt (VoD). TV Numeric führt außerdem seit Anfang 2010 gemeinsam mit dem Übertragungsunternehmen TDF einen VoD-Versuch in den DVB-T-Netzen durch.

Mitte 2010 empfingen nach CSA-Angaben 85,8 % der Haushalte digitales Fernsehen. DVB-T ist zwar die treibende Kraft bei der Digitalisierung der Haushalte, aber die anderen Verbreitungsarten des Multikanalfernsehens sind dabei kaum weniger wichtig.

Der Markt für Kabelfernsehen befindet sich fest in der Hand von Numéricâble (Civen und Altice), einem Unternehmen, das nach eigenen Angaben praktisch sämtliche Kabelhaushalte in Frankreich versorgt. Von seinen 3,5 Mio. Abonnenten empfangen etwa 70 % digitales Fernsehen.

Bezahlfernsehen per Satellit war Mitte 2010 nahezu vollständig digitalisiert. Der Markt wird vom Bouquet Canalsat (Gruppe Canal+) beherrscht, das Ende 2009 4,85 Mio. Abonnenten auswies. Es gibt zwei Konkurrenzplattformen: Bis, 2007 von der AB-Gruppe gestartet, und Orange von France Télécom (Angebot nur für Abonnenten, deren Anschluss kein DSL-Fernsehen erlaubt). Schließlich bieten zwei Bouquets kostenlosen Zugang zu den DVB-T-Sendern für die Haushalte an, die nicht vom terrestrischen Netz versorgt werden: FRANSAT (Eutelsat) und TNT Sat (Canal+), mit 2,3 Mio. verkauften Terminals im Juni 2010, nach eigenen Angaben.

Der Erfolg von IPTV bestätigt sich in Frankreich. Im Juni 2010 hatten nach Angaben von ARCEP 9,7 Mio. Haushalte Zugang zu DSL-Fernsehen, das entspricht über 37 % der Haushalte. Nach der Übernahme des (ursprünglich von Telecom Italia vermarkteten) Bouquets Alice durch Free boten 2010 sechs Anbieter insgesamt sieben Bouquets an: Alice und Freebox von Free (Iliad), Bbox von Bouygues Telecom, DartyBox von Darty, Livebox von Orange (France Télécom), Neufbox von SFR (Vivendi) und Auchan Box von Auchan. Letztgenannte Plattform wurde im Februar 2010 gestartet. Free blieb mit über 4,5 Mio. Abonnenten im Juni 2010 Marktführer auf dem IPTV-Markt und erhielt außerdem im Dezember 2009 die vierte Mobilfunklizenz in Frankreich. Im Oktober 2010 verabschiedete die Nationalversammlung eine Erhöhung der Mehrwertsteuer für Triple-Play-Angebote: Die Hälfte des Abonnementpreises, die den Fernsehdiensten entspricht, war bisher

network Virgin Mobile (Omer Telecom) as the four network operators (Orange, SFR, Bouygues and Free) refused to show any interest in DVB-H. Following this announcement, the providers of the sixteen channels chosen for DVB-H since 2008 selected a multiplex operator (Mobmux, a subsidiary of TDF). DVB-H is expected to be launched by the end of 2011.

There is another new way of distributing television services: Microsoft and the Canal+ group announced in November 2010 that it would soon be possible to watch the Canalsat channels on the Xbox 360 games consoles. These channels will provide a new interactive television service that among other things, will enable viewers to engage in a remote chat with their friends while watching a programme.

The capital structure of Canal+ France (a subsidiary of the Canal+ group) was significantly changed in 2009 and 2010 with the sale of the stakes held by TF1 and M6. Since February 2010, Canal+ France has been 80% owned by Vivendi, with the remaining 20% still controlled by the Lagardère group.

The reform of public audiovisual services, which began in 2008, has continued to generate debate in France. The public broadcasters were combined into a single company (France Télévisions) on 1 January 2010. The channels no longer broadcast any advertising between 8pm and 6 am. Day-time advertising was due to be abolished in 2011 but a two-year moratorium was announced in September 2010. The private broadcasters then called for a reduction in the tax burden imposed on them since the partial abolition of advertising on the public group's channels.

Although the European Commission approved the mechanism for the long-term funding of France Télévisions in July 2010, it also called on France in September to abolish the "telecoms tax" on the turnover of the telecommunications operators, which was created to make up for the loss of revenue from advertising on the public channels.

Par ailleurs, le CSA a relancé le dossier, enlisé, de la télévision mobile personnelle (DVB-H). Un accord a été trouvé entre TDF et l'opérateur de réseau mobile virtuel Virgin Mobile (Omer Telecom), les quatre opérateurs de réseau (Orange, SFR, Bouygues et Free) ayant refusé de s'intéresser au dossier. Suite à cette annonce, les éditeurs des seize chaînes sélectionnées depuis 2008 pour la TMP ont désigné un opérateur de multiplex (Mobmux, filiale de TDF). Le lancement de la TMP est attendu d'ici la fin de l'année 2011.

Autre nouvelle forme de distribution de services de télévision, Microsoft et le groupe Canal+ ont annoncé en novembre 2010 l'arrivée prochaine des chaînes Canalsat sur les consoles de jeux Xbox 360. Celles-ci seront dotées d'un nouveau service de télévision interactive permettant, entre autres, au spectateur de dialoguer avec ses amis à distance en regardant un programme.

La structure du capital de Canal+ France (filiale du groupe Canal+) a été largement modifiée en 2009 et 2010 avec la revente des parts détenues par TF1 et M6. Depuis février 2010 Canal+ France est possédée à 80 % par Vivendi, les 20 % restants étant toujours contrôlés par le groupe Lagardère.

La réforme de l'audiovisuel public, initiée en 2008, a continué de créer le débat en France. Les radiodiffuseurs publics ont été regroupés le 1^{er} janvier 2010 en une entreprise unique (France Télévisions). Ses chaînes ne diffusent plus de publicité entre 20 heures et 6 heures. La suppression de la publicité en journée devait intervenir en 2011, mais un moratoire de deux ans a été annoncé en septembre 2010. Les radiodiffuseurs privés ont alors réclamé un allègement de la fiscalité pesant sur eux depuis la suppression partielle de la publicité sur les chaînes du groupe public.

Si la Commission européenne a approuvé en juillet 2010 le mécanisme de financement à long terme de France Télévisions, elle a aussi demandé en septembre à la France de supprimer la « taxe télécoms », sur le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications, taxe créée pour compenser la suppression des revenus publicitaires sur les chaînes publiques.

mit einem verringerten Mehrwertsteuersatz belegt, dürfte aber bald in voller Höhe besteuert werden.

Beim Fernsehempfang auf mobilen Geräten (DVB-H) hat der CSA wieder Bewegung in die festgefahrene Situation gebracht. Es kam zu einer Übereinkunft zwischen TDF und dem Betreiber des virtuellen Mobilnetzes Virgin Mobile (Omer Telecom), da die vier Netzbetreiber (Orange, SFR, Bouygues und Free) kein Interesse zeigten. Nach dieser Ankündigung haben die Betreiber der 16 seit 2008 für das Mobile Fernsehen ausgewählten Sender einen Multiplexbetreiber bestimmt (Mobmux, Tochter von TDF). Mit einem Sendestart des Mobilfernsehens wird für Ende 2011 gerechnet.

Als weitere neue Verbreitungsform von Fernsehdiensten kündigten Microsoft und die Gruppe Canal+ im November 2010 an, dass die Sender von Canalsat in Kürze auf der Spielekonsole Xbox 360 empfangen werden können. Diese sollen mit einem neuen interaktiven Fernsehdienst ausgestattet werden, über den sich der Zuschauer unter anderem mit seinen Freunden online unterhalten kann, während er ein Programm anschaut.

Nachdem TF1 und M6 2009 und 2010 ihre Anteile an Canal+ France (Tochter der Gruppe Canal+) verkauft haben, hat sich die Kapitalstruktur umfassend verändert. Seit Februar 2010 befindet sich Canal+ France zu 80 % im Besitz von Vivendi, die verbleibenden 20 % werden weiterhin von der Lagardère-Gruppe kontrolliert.

Die 2008 eingeleitete Reform des öffentlich-rechtlichen Fernsehens war in Frankreich weiterhin in der öffentlichen Diskussion. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wurden am 1. Januar 2010 in einem Unternehmen (France Télévisions) zusammengefasst. Seine Sender strahlen zwischen 20 und 6 Uhr keine Werbung mehr aus. Ab 2011 sollte das Werbeverbot auch tagsüber gelten, aber im September 2010 wurde ein zweijähriges Moratorium verkündet. Die privaten Rundfunkunternehmen haben daraufhin einen Steuernachlass für die Zahlungen gefordert, die seit der teilweisen Abschaffung der Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen für sie anfallen.

Die Europäische Kommission genehmigte im Juli 2010 zwar den Mechanismus zur langfristigen Finanzierung von France Télévisions, forderte aber auch gleichzeitig im September eine Abschaffung der „Telekom-Abgabe“, die auf den Umsatz der Telekommunikationsbetreiber erhoben wird und eigens geschaffen wurde, um den Wegfall der Werbeeinnahmen für die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender zu kompensieren.

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

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

Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles (DGMIC) : <http://www.dgmic.culture.gouv.fr>

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

Basic figures^①

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	64 714	Eurostat
Households		–	27 393	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		96.0%	26 297	Médiamétrie / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		14.2%	3 896	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		7.0%	1 928	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		28.1%	7 686	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		20.9%	5 734	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		30.9%	8 454	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		62.0%	17 000	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		76.3%	20 900	Médiamétrie / CSA (2 nd Semester 2009)
Households with PC		63.6%	17 411	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		57.3%	15 691	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	2 998	Screen Digest

TV channels distributors ^①	11.10	Companies
Cable operators	31	NC Numéricable and various small local operators
Satellite packagers	4	AB Sat "Bis TV" (Groupe AB), Canal+ Distribution "Canalsat" and "TNT Sat" (Vivendi ^②), France Télécom "Orange", Fransat (Eutelsat)
IPTV packagers	6	Auchan Telecom (Auchan Group), Bouygues Telecom, Darty, France Télécom "Orange", Free "Free" and "Alice" (Iliad), SFR "Neufbox" (Vivendi)
DTT multiplex operators and packagers	10	6 operators of multiplex, 4 pay-DTT packagers: Canal+ Distribution (Vivendi), FNAC "Le Pack TV", TV Numeric and Vest@vision "TNTop" (TV Numeric)
Mobile phone TV packagers	5	3 operators: Bouygues Telecom, France Télécom "Orange", SFR (Vivendi), 2 packagers: Canal+ Distribution "Canalsat" (Vivendi), Mobibase "One TV"

^① Mainland France.

^② Vivendi also owns Canal+ Overseas which controls 3 satellite packages in French overseas territories and 6 other satellite packages (Poland, Africa, Indian Ocean, Asia).

TV channels established in the country by kind of transmission	11.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		10	24	34
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		3	193	196
Regional/Local		69	106	175
Regional/Local windows		33		33
Channels targeting foreign markets		37	91	128
Total		152	414	566
Foreign channels targeting the country		2	50	52

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	11.10	Free digital Terrestrial	Pay digital ^① Terrestrial	Cable Numéricable	Satellite CanalSat	IPTV Free
Generalist - national		8	8	10	10	10
Generalist - foreign				11	11	56
Adult				6	6	10
Children		1	1	16	18	17
Culture / education / documentary		4	5	13	22	15
Minority interest groups				3	1	10
Entertainment / TV fiction / games			1	15	15	33
Film			2	15	15	26
Home shopping				3	4	4
International linguistic and cultural				4	14	23
Lifestyle / specific leisure / travel				13	15	16
Music		3	4	24	26	43
News / business		2	3	17	27	48
Parliament / government / administration		2	2	2	1	2
Regional/Local		43	43	15	2	34
Religion				1	4	10
Sports			2	17	21	19
Various		4	5	14	13	10
Total		24^②	33^②	199	225	386

^① Includes free DTT.

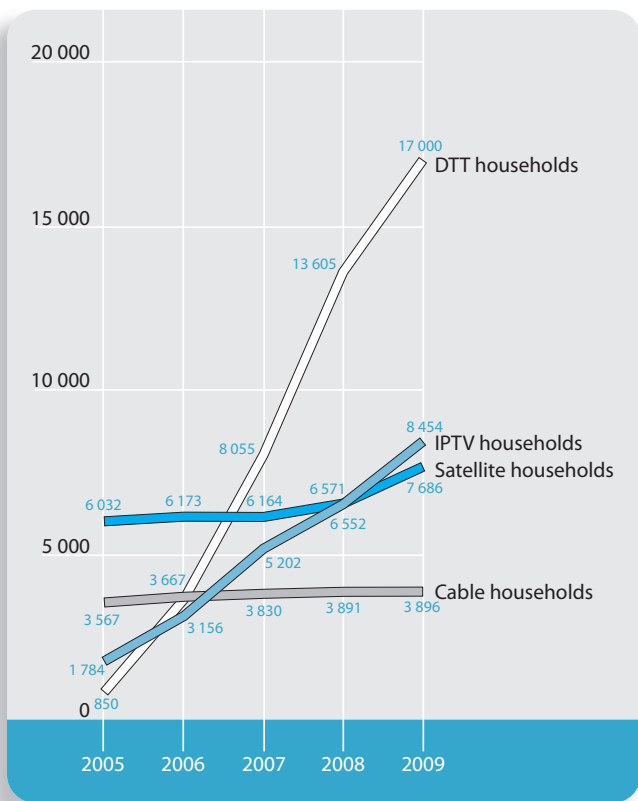
^② In addition 43 local stations are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

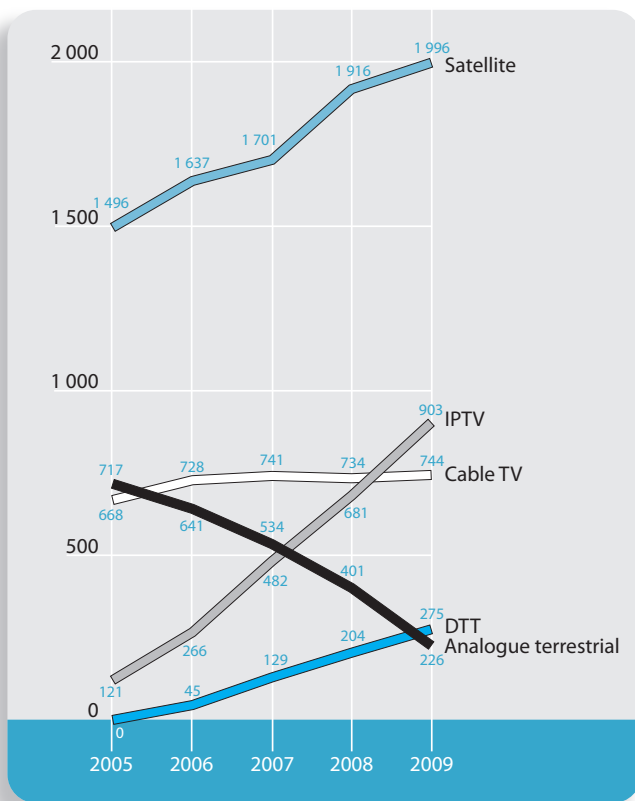
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

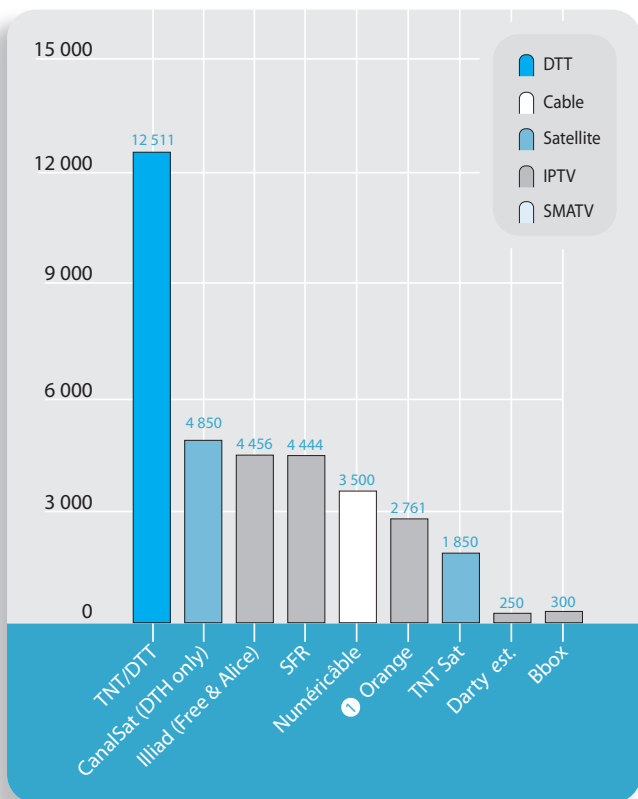
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

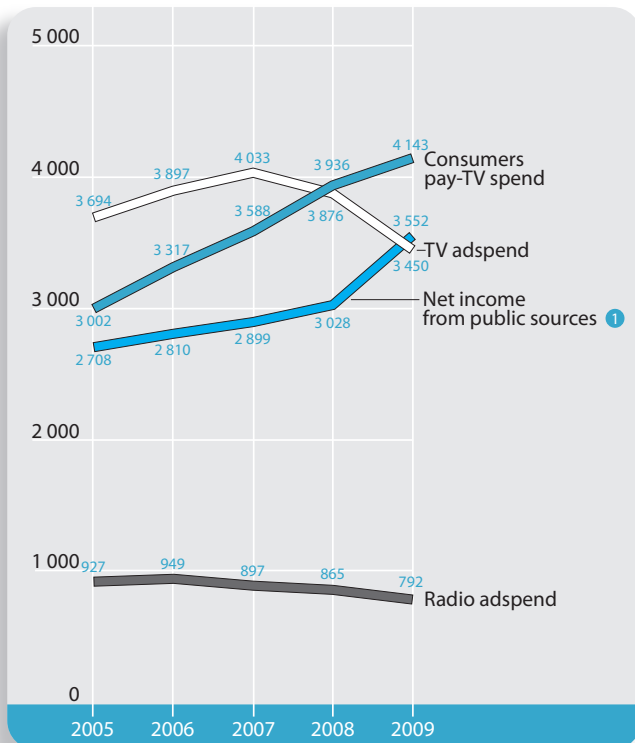
In thousands.



① Includes subscribers by satellite. Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



① Does not include public financing to INA. Includes Parliamentary channels (est.) and the not-French public income of TV5 Monde. Euronews not included.

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

T.1.FR.1
G.1.FR.1

Operating revenues of the main television companies in France

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters	Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08	
France Télévisions (cons.) ①	sptv	France 2, 3, 4, 5, Ô	2 640.9	2 704.0	2 579.3	3 118.1	20.9%
<i>p.m.</i> France 2	sptv	France 2	1 751.2	1 733.3	-	-	-
<i>p.m.</i> France 3	sptv	France 3	1 543.9	1 597.6	-	-	-
<i>p.m.</i> France 5	sptv	France 5	301.9	314.5	-	-	-
<i>p.m.</i> Réseau France Outre Mer	sptv	France Ô	260.4	281.3	-	-	-
<i>p.m.</i> France 4	sptv	France 4	37.7	50.9	-	-	-
Canal Plus	paytv	Canal+	1 651.0	1 779.0	1 861.0	1 833	-1.5%
TF1 S.A.	adtv	TF1	1 798.0	1 824.0	1 759.0	1 587	-9.8%
Métropole Télévision	adtv	M6	741.0	770.0	758.0	730	-3.7%
Eurosport	thtv	Eurosport (Europe)	253.1	275.3	318.3	315.5	-0.9%
Arte France (S.E.P.T.) (cons.)	sptv	Arte	253.1	263.7	277.1	292.3	5.5%
Audiovisuel Extérieur de la France ②	sptv	France 24, RFI	-	-	249.5	258.6	3.6%
<i>p.m.</i> France 24	thth	France 24	35.1	91.6	96.8	-	-
TV5 Monde	sptv	TV 5	88.8	87.8	93.9	100.4	7.0%
Orange Sports	thtv	Orange Sports	-	0.0	40.4	81.3	101.4%
Eurosport France	thtv	Eurosport (France)	60.5	64.9	64.4	62.4	-3.1%
EDI-TV	thtv	M6 Music (4 channels), W9	8.3	26.6	57.5	~	~
Euronews S.A. (ex. SECÉMIE)	thtv	Euronews	12.7	12.2	57.8	53.1	-8.1%
<i>p.m.</i> SOCEMIE	thtv	Euronews	42.0	44.9	-	-	-
La Chaîne Info (LCI)	thtv	LCI	48.3	54.1	46.7	46.5	-0.5%
NRJ 12	thtv	NRJ 12	3.9	10.2	24.9	43.8	75.8%
Canal J	thtv	Canal J	30.8	31.6	41.0	~	~
NBC Universal Global Networks	thtv	13eme Rue	31.3	45.9	42.2	37.2	-11.9%
Paris Première	thtv	Paris Première	33.4	35.9	36.9	~	~
M6 Boutique la Chaîne	hstv	M6 Boutique	16.6	27.4	34.7	~	~
MCM	thtv	MCM	30.0	31.2	32.2	~	~
Direct 8	thtv	Direct 8	1.4	8.4	18.1	29.9	65.2%
Equipe 24/24	thtv	Equipe TV	21.5	24.7	28.3	27.3	-3.7%
Canal Antilles	rtv	Canal Antilles	26.4	27.1	~	~	~
TV Breizh	thtv	TV Breizh	15.6	25.4	22.6	21.7	-3.9%
Onzeo	thtv	Onzeo	20.7	~	~	~	~
SEDI TV	thtv	Téva	18.1	18.9	20.6	~	~
TF6	thtv	TF6	20.2	23.5	20.3	19.2	-5.6%
Jeunesse TV	thtv	Gulli	2.3	8.2	18.9	~	~

Not available: Companies of the AB Group (AB Sat, AB1, NT1); broadcasting subsidiaries of the Canal+ Group (Multithématiques, Planète, Jimmy Comédie, SESI, TPS Jeunesse, TPS Sport, TPS Cinéma, ...).

Main Distributors	Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
France Telecom ③	3play, 3G TV	Livebox	24 264.0	25 236.0	25 657.0	25 024.0	-2.5%
SFR ④	3play, 3G TV	Neufbox de SFR	8 619.6	8 934.5	9 316.0	12 651.0	35.8%
<i>p.m.</i> Neuf Cegetel ③ ④	3play	Neufbox de SFR	3 034.8	3 281.5	3 613.9	-	-
Bouygues Telecom ③	3play, 3G TV	bBox	5 410.0	5 739.0	6 329.0	~	~
Etablissements Darty et fils ③	3play	dartybox	2 128.1	2 786.0	2 205.8	~	~
Canal+ Distribution ⑤ est.	SAT-TV	Canalsat	1 350.0	2 007.0	~	~	~
<i>p.m.</i> TPS SNC est.	SAT-TV	TPS	-	-	-	-	-
Iliad (cons.)	3play	Freebox / Alice Box	950.4	1 222.2	1 592.5	1 972.8	23.9%
<i>p.m.</i> Free ⑥	3play	Freebox	882.0	1 185.6	1 925.0	1 934.8	0.5%
<i>p.m.</i> Telecom Italia ③ ⑥	3play	Alice Box	330.4	415.6	-	-	-
Numéricable ⑥	3play	Numéricable	273.1	472.4	572.6	~	~
Canal Satellite Caraïbes	packtv	Canal Satellite Caraïbes	91.3	106.1	109.9	~	~
Canal Overseas Africa	SAT-TV	Canal+ Horizons	56.4	63.1	75.5	~	~
Est Vidéocommunications	3play	Numéricable	~	65.8	70.8	~	~
Canal Satellite Réunion	SAT-TV	Canal Satellite Réunion	51.5	~	~	~	~

① After the publication of the new law on public broadcasting, France Télévisions became a unique company, merging its former subsidiaries France 2, France 3, France 5, France 4 and Radio France Outre Mer.

② The holding Audiovisuel extérieur de la France integrates France 24 and RFI. 2008 data pro forma.

③ Total operating revenues, including telecommunication and other activities.

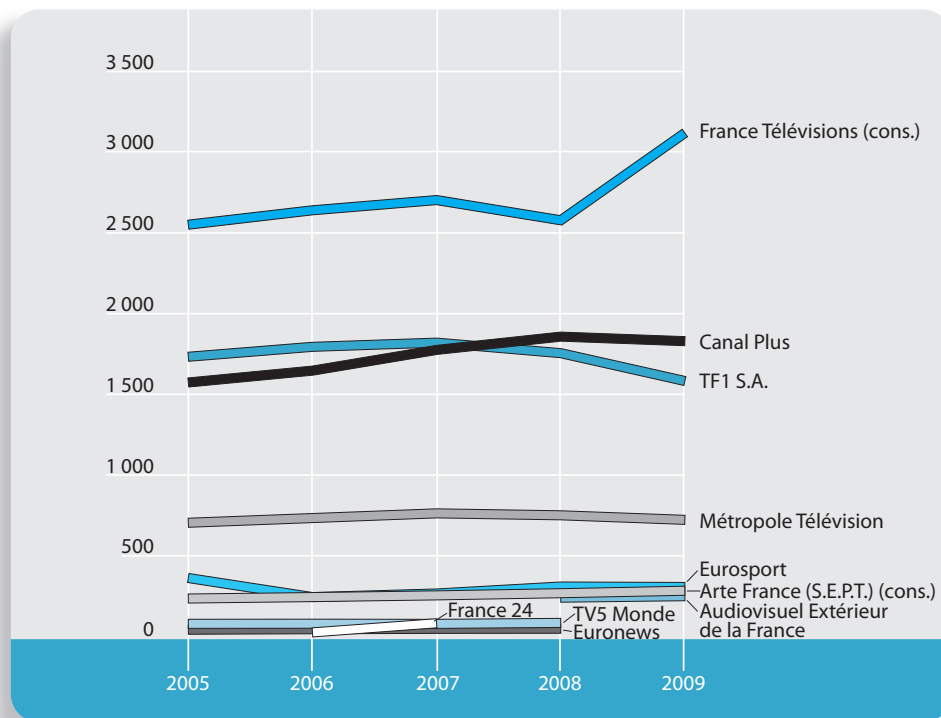
④ Taken over by SFR in 2008.

⑤ Includes broadcasting activities of thematic channels.

⑥ Taken over by Iliad (Free) in 2008.

T.1.FR.1
G.1.FR.1

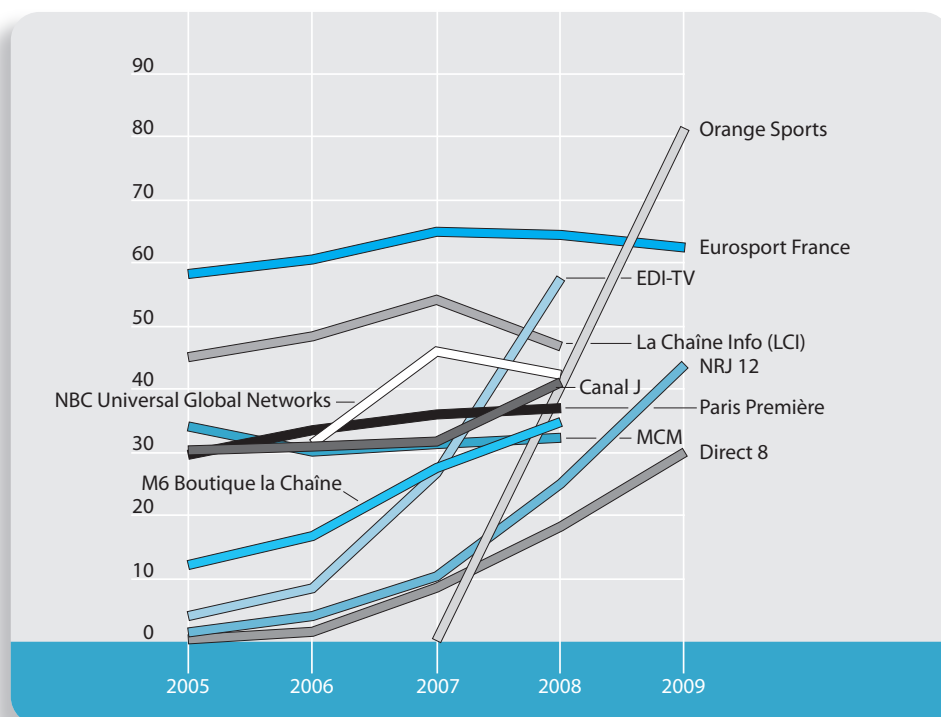
Operating revenues of the main television companies in France (Continued)
2005-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

G.1.FR.2

Operating revenues of the main thematic television companies
2005-2009 EUR million.



Not available: Companies of the AB Group (AB Sat, AB1, NT1); broadcasting subsidiaries of the Canal+ Group (Multithématiques, Planète, Jimmy Comédie, SESI, TPS Jeunesse, TPS Sport, TPS Cinéma,...).

Source: European Audiovisual Observatory

AL
AT
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LT
LU
LV
MK
MT
NL
NO
PL
PT
RO
RU
SE
SI
SK
TR

T.1.FR.2
G.1.FR.3

TF1 financial situation (consolidated)

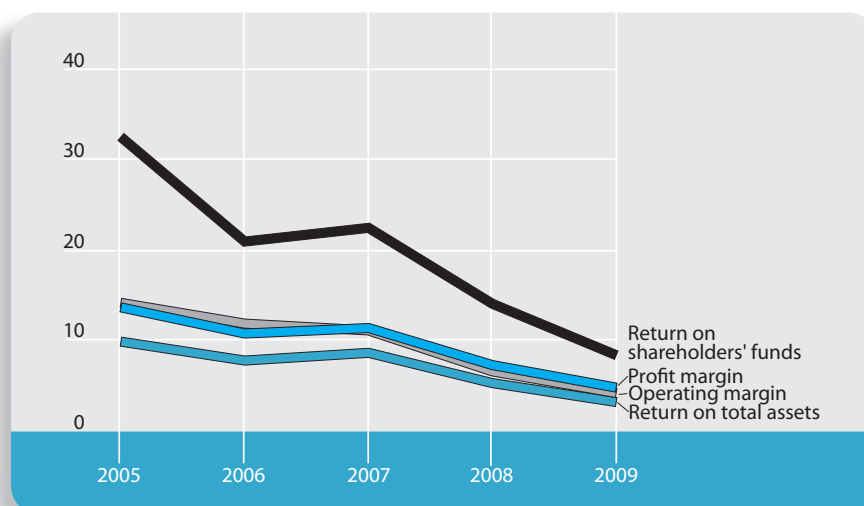
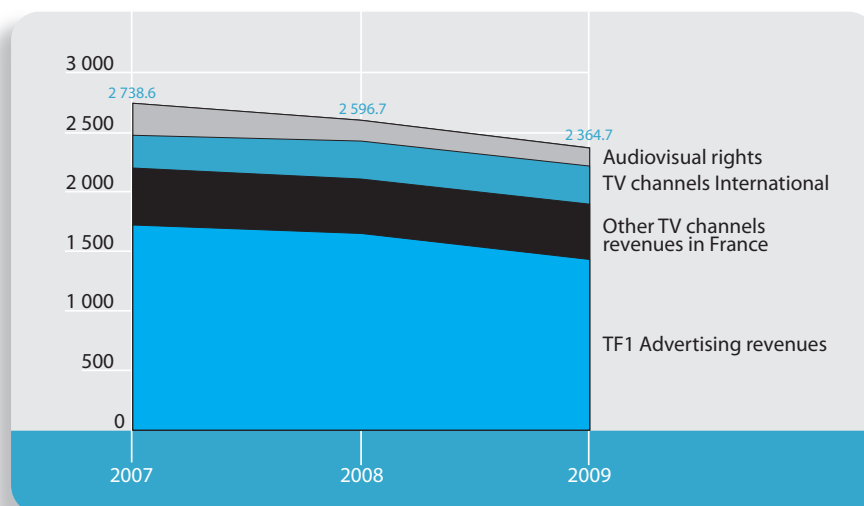
2006-2009 EUR million. The breakdown of revenues has been modified by the Group.

Revenues	2006	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2009/08
TV channels France	~	2195.8	2103.5	1893	80.2%	81.1%	80.1%	-10.0%
- of which TF1 Advertising revenues	~	1718.3	1647.3	1429.4	62.7%	63.5%	60.4%	-13.2%
- other TV channels revenues in France	~	477.5	456.2	463.6	17.4%	17.6%	19.6%	1.6%
TV channels International	~	274.5	318.2	319.2	10.0%	12.3%	13.5%	0.3%
Audiovisual rights	~	268.1	174	151	9.8%	6.7%	6.4%	-13.2%
Other activities	~	0.2	1	1.5	0.0%	0.0%	0.1%	50.0%
Total turnover	2653.7	2738.9	2594.7	2364.7	100.0%	100.0%	100.0%	-8.9%
Operating revenues	2657.9	2763.8	2718.2	2474				-9.0%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	1 866	1 934	1 978	1 801	78.7%	77.8%	75.9%	-8.9%
Costs of personnel	371	438	445	445	17.8%	17.5%	18.8%	0.0%
Depreciation	82	87	118	126	3.5%	4.7%	5.3%	6.6%
Total expenditures	2 320	2 459	2 542	2 373	100.0%	100.0%	100.0%	-6.6%

Net result	452.3	227.8	163.8	114.5				-30.1%
Operating margin (%)	12.7	11.0	6.5	4.1				

Source: TF1



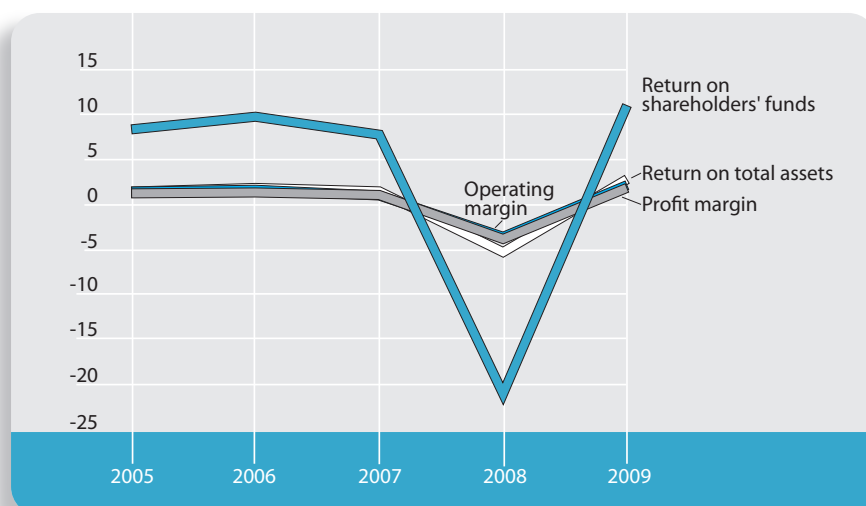
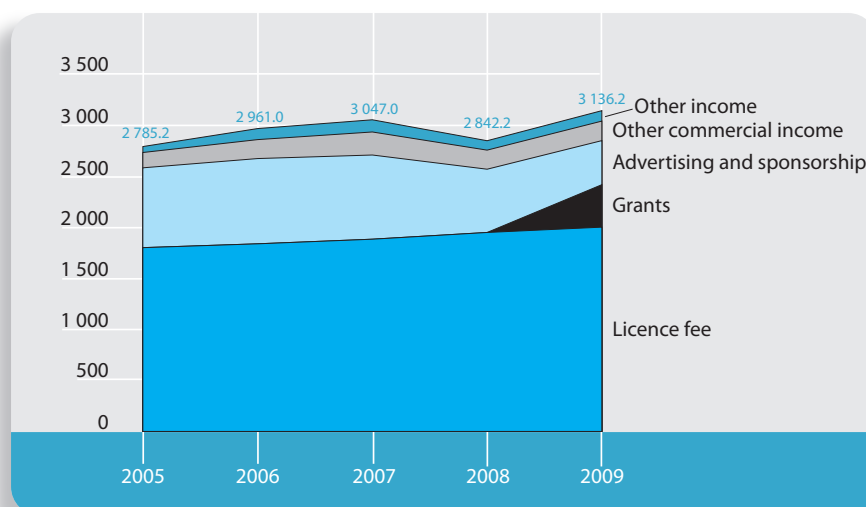
T.1.FR.3
G.1.FR.4

France Télévisions financial situation (consolidated)

2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	1 834.3	1 879.5	1 945.3	2 412.4	64.3%	64.2%	70.7%	79.5%	24.0%
- Licence fee	1 834.3	1 879.5	1 945.3	1 997.4	64.3%	64.2%	70.7%	65.8%	2.7%
- Grants	-	-	-	415.0	-	-	-	13.7%	-
Total commercial income	1 018.8	1 048.3	805.0	621.8	35.7%	35.8%	29.3%	20.5%	-22.8%
- Advertising and sponsorship	833.6	823.1	618.5	430.9	29.2%	28.1%	22.5%	14.2%	-30.3%
- Other commercial income	185.2	225.2	186.5	190.9	6.5%	7.7%	6.8%	6.3%	2.4%
Other income	107.9	119.2	91.9	102.0	-	-	-	-	11.0%
Total turnover	2 853.1	2 927.8	2 750.3	3 034.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	10.3%
Operating revenues	2 961.0	3 047.0	2 870.2	3 118.1					8.6%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	1 919.0	1 995.0	1 969.8	2 027.2	66.0%	66.2%	66.3%	66.5%	2.9%
Costs of personnel	815.3	857.2	840.8	864.0	28.0%	28.4%	28.3%	28.3%	2.8%
Depreciation	172.9	163.1	160.7	158.2	5.9%	5.4%	5.4%	5.2%	-1.6%
Operating expenditure	2 907.2	3 015.3	2 971.3	3 049.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	2.6%
Net result	17.0	22.2	-78.4	19.7					-125.1%
Operating margin (%)	1.7	1.1	-3.5	2.2					

Source: France Télévisions, European Audiovisual Observatory



T.1.FR.4
G.1.FR.5

M6 financial situation (consolidated)

2006-2009

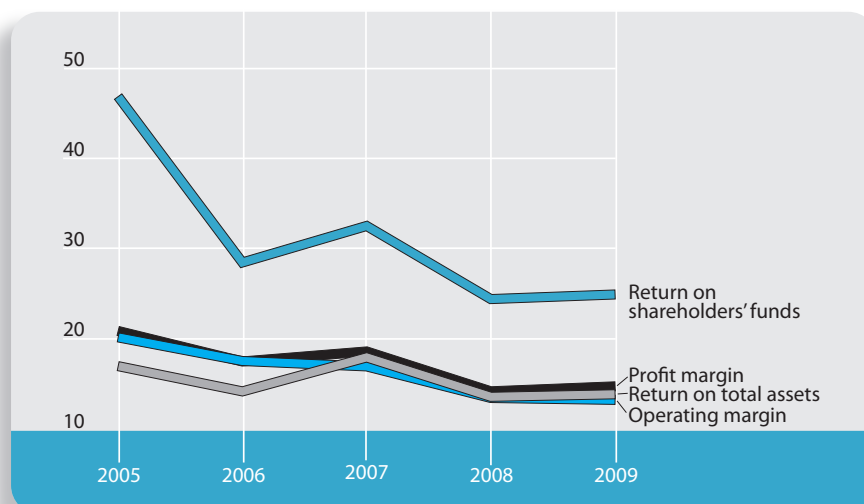
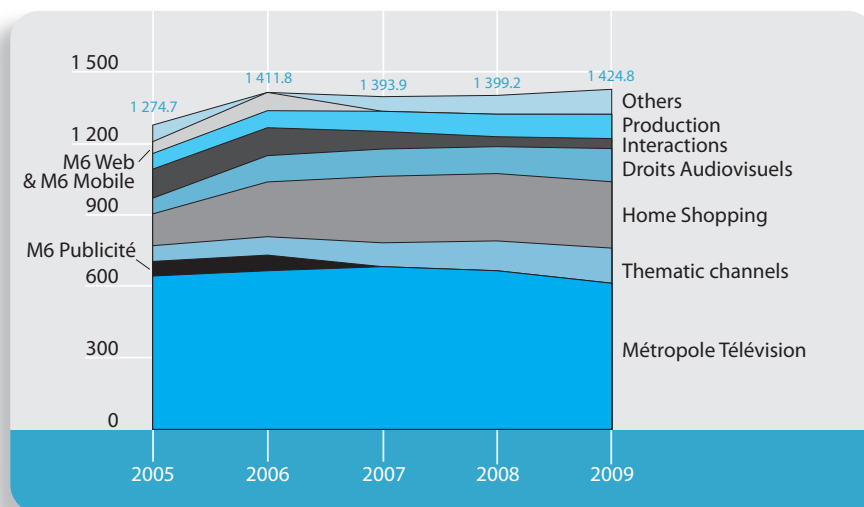
EUR million. Breakdown of activities was reviewed by the company in 2007/2008.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Métropole Télévision	664.4	681.6	664.5	612.2	51.8%	50.3%	49.0%	44.5%	-7.9%
M6 Publicité	65.6	-	-	-	5.1%	-	-	-	-
Thematic channels	77.2	100	125	147.1	6.0%	7.4%	9.2%	10.7%	17.7%
Diversification and rights	604.6	612.3	616.5	617.1	47.1%	45.1%	45.5%	44.8%	0.1%
- Home Shopping	229.4	278.6	282.1	278.1	17.9%	20.5%	20.8%	20.2%	-1.4%
- Droits Audiovisuels	110.2	114.2	112.9	138.9	8.6%	8.4%	8.3%	10.1%	23.0%
- Interactions	116.9	73.8	41.5	42	9.1%	5.4%	3.1%	3.1%	1.2%
- Production	71.5	84.4	101.1	101.8	5.6%	6.2%	7.5%	7.4%	0.7%
- M6 Web & M6 Mobile	76.6	-	-	-	6.0%	-	-	-	-
Others		61.3	78.9	104.7	0.0%	4.5%	5.8%	7.6%	32.7%
Total (after eliminations)	1 283.4	1 356.4	1 354.9	1 376.6	100%	100%	100%	100%	1.6%
Operating revenues	1 300.2	1 376.9	1 367.8	1 387.8					1.5%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
- Purchase of goods and services	814	847	867	823	75.3%	74.1%	72.9%	68.4%	-5.1%
- Costs of personnel	189	209	223	245.9	17.4%	18.3%	18.8%	20.4%	10.2%
- Depreciation	78	86	99	134.5	7.2%	7.5%	8.3%	11.2%	35.7%
Operating expenditure	1 081	1 143	1 190	1 203.7	100%	100%	100%	100%	1.2%

Net result	408.5	168.7	138.4	139.1					0.5%
Operating margin (%)	17.57	16.97	13.47	13.26					

Source: M6, European Audiovisual Observatory



T.1.FR.5
G.1.FR.6

CANAL+ financial situation (consolidated)

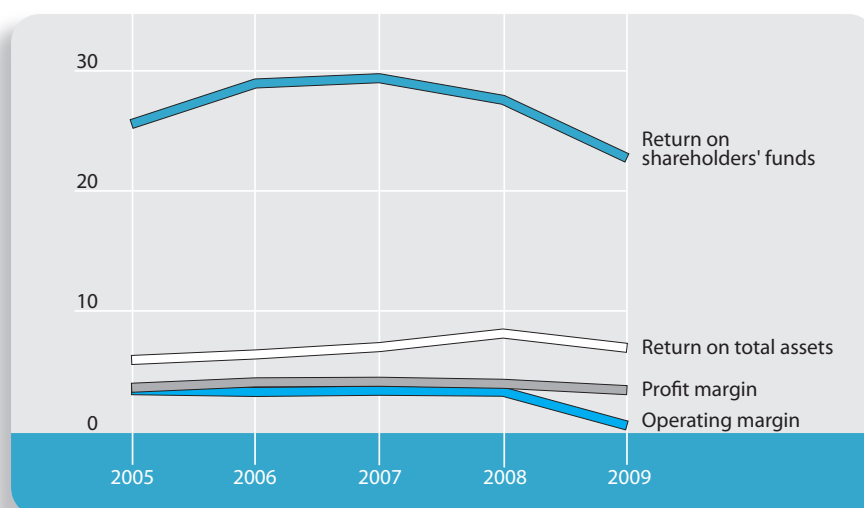
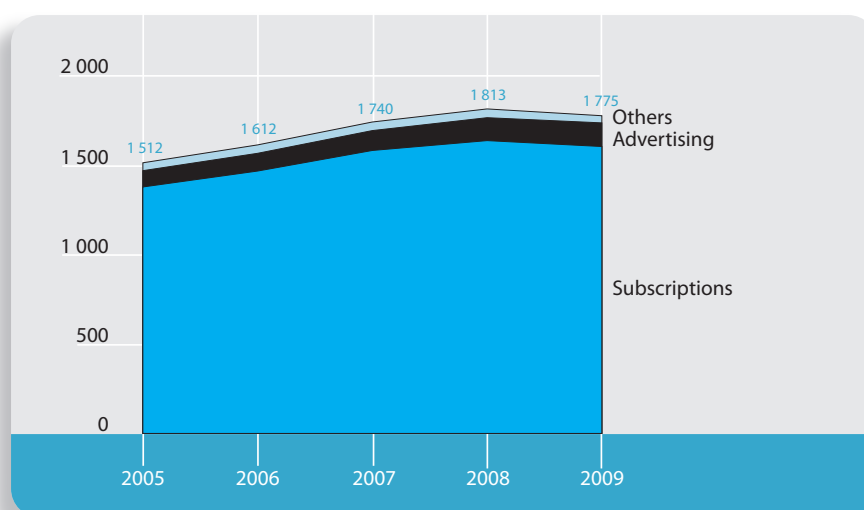
2005-2008 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Subscriptions	1 466	1 581	1 636	1 603	90.9%	90.9%	90.2%	90.3%	-2.0%
Advertising	99	111	128	132	6.1%	6.4%	7.1%	7.4%	3.1%
Others	47	48	49	40	2.9%	2.8%	2.7%	2.3%	-18.4%
Total	1 612	1 740	1 813	1 775	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-2.1%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services est.	1 475	~	~	~	95%	~	~	~	~
Costs of personnel	65	~	~	~	4%	~	~	~	~
Depreciation	19	45	49	48	1%	3%	3%	3%	-2.0%
Operating expenditure	1 559	1 685	1 753	1 818	100.0%	100.0%	100.0%	4.0%	3.7%

Net result	42	47	47	40					-14.9%
Operating margin (%)	3.3	3.4	3.3	0.5					

Source: CANAL+, European Audiovisual Observatory



T.1.FR.6
G.1.FR.7

TV audience market share in France 2005-2009

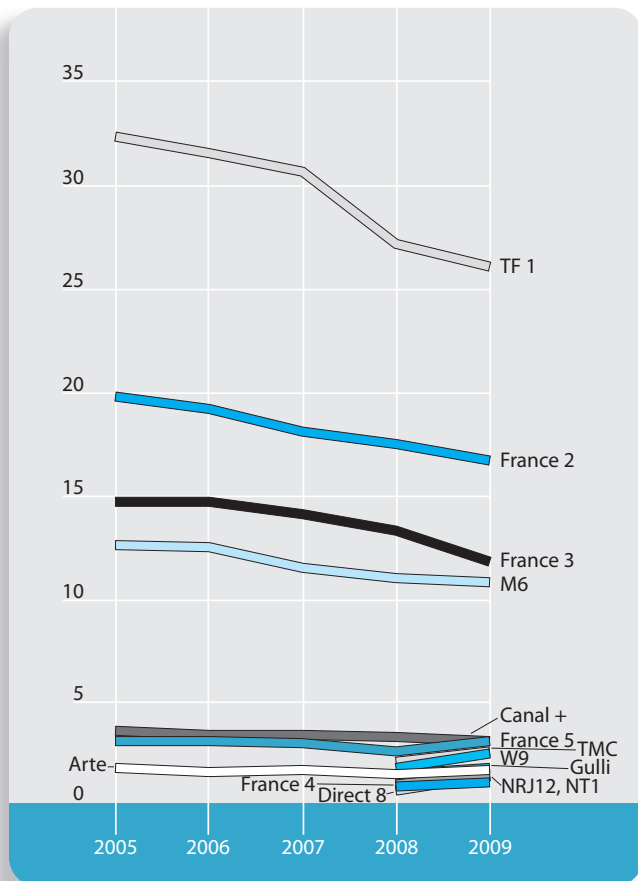
In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:15-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
France 2	19.8	19.2	18.1	17.5	16.7	20.2	19.6	18.1	17.3	17.1
France 3	14.7	14.7	14.1	13.3	11.8	16.7	16.8	16.0	15.3	14.6
France 5	3.1	3.1	3.0	2.6	3.1	-	-	-	-	-
Arte	1.8	1.6	1.7	1.5	1.7	3.4	3.1	3.2	2.7	2.5
France 4	~	~	~	0.9	1.1	~	~	~	~	~
French public channels	39.4	38.6	36.9	35.8	34.4	40.3	39.5	37.3	35.3	34.2
TF 1	32.4	31.6	30.7	27.2	26.1	33.3	33.1	32.6	29.7	28.0
M6	12.6	12.5	11.5	11.0	10.8	12.7	12.6	12.0	11.3	11.6
Canal +	3.6	3.4	3.4	3.3	3.1	4.5	4.4	4.6	4.8	4.6
TMC	~	~	~	2.1	2.6	~	~	~	~	~
W9	~	~	~	1.8	2.5	~	~	~	~	2.5
Gulli	~	~	~	1.5	1.8	~	~	~	~	~
NRJ12	~	~	~	1.0	1.5	~	~	~	~	~
Direct 8	~	~	~	0.7	1.4	~	~	~	~	~
NT1	~	~	~	1.0	1.4	~	~	~	~	~
BFMTV	~	~	~	0.4	0.7	~	~	~	~	~
Virgin 17	~	~	~	0.5	0.7	~	~	~	~	~
i>TELE	~	~	~	0.3	0.5	~	~	~	~	~
Main French private channels	48.6	47.5	45.6	50.8	53.1	50.5	50.1	49.2	45.8	46.7
Others	12.0	13.9	17.5	13.4	12.5	9.2	10.4	13.5	18.9	19.1

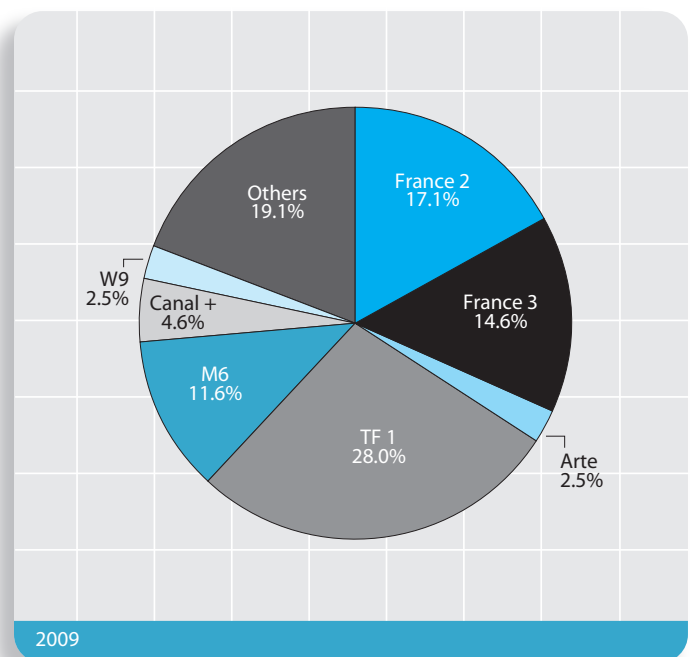
1 Prior to 2008, market shares based on analogue terrestrial viewing only (France 5 before 19:00, Arte after 19:00).

Source: Eurodata TV Worldwide, Médiamétrie - Mediamat

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (19:15-22:00). In %, 4 years +.



T.1.FR.7

TV audience market share in households subscribing to cable, satellite or IPTV in France

2007-2010 In % of subscribing population, 4 years +.

Channels	01.2007-06.2007	03.2007-02.2008	03.09.07-17.02.08	31.12.07-15.06.08	01.09.08-15.02.09	29.12.08-14.06.09	14.09.09-28.02.10	01.03.10-20.06.10
TF 1	25.3	24.9	24.9	23.4	22.7	22.5	22.6	23.2
France 2	13.5	12.9	12.9	13.3	12.3	13.1	13.6	14.2
M6	8.5	8.6	8.6	8.8	8.9	9.2	8.8	10.5
France 3	9.6	9	9	9.1	8.9	8.3	8.2	8.5
Canal +	4.7	4.4	4.4	4.3	5	4.9	5	4.6
W9	~	~	~	~	~	~	~	2.6
France 5	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	1.9	2	2.5
TMC	~	~	~	~	~	~	~	2.2
Gulli	~	~	~	~	~	~	~	1.7
NRJ12	~	~	~	~	~	~	~	1.5
Direct 8	~	~	~	~	~	~	~	1.4
France 4	~	~	~	~	~	~	~	1.4
Arte	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8	1.1
NT1	~	~	~	~	~	~	~	1
Canal+ Sport	2.1	2	~	~	~	~	~	0.8
i>Tele	~	~	~	~	~	~	~	0.7
Paris Première	~	~	~	~	~	0.9	0.8	0.7
TV Breizh	1.5	~	~	~	~	~	~	0.7
Virgin17	~	~	~	~	~	~	~	0.7
BFM TV	~	~	~	~	~	~	~	0.6
Eurosport	1.8	1.4	~	~	~	~	~	0.6
RTL9	1.3	~	~	~	~	~	~	0.6
Canal+ Décaté	1.2	1.3	~	~	~	~	~	0.5
Canal+ Family	~	~	~	~	~	~	~	0.5
Comédie	0.8	0.7	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	0.5
Disney Channel	1.3	0.8	0.5	0.6	0.7	0.6	0.9	0.5
Téva	0.8	0.9	0.7	0.8	0.8	0.8	0.6	0.5
13eme Rue	1.3	1	0.9	0.8	1	0.9	0.9	0.4
Canal+ Cinéma	0.9	0.9	~	~	~	~	~	0.4
Piwi	~	~	~	~	0.3	0.3	0.4	0.4
Playhouse Disney	~	~	0.3	0.4	0.5	0.6	0.7	0.4
Syfy Universal	~	~	0.3	0.4	0.5	0.5	0.6	0.4
Teletoon	~	~	~	~	0.4	0.3	0.4	0.4
TF6	1.2	~	~	~	~	~	~	0.4

① The methodology was reviewed from March 2010 with the inclusion in the panel of viewers receiving thematic channels and DTT channels through IPTV. The population subscribing to cable, satellite and/or IPTV represents at mid-2010 55 % of the French population

Source: Médiamétrie

T.1.FR.8
G.1.FR.8

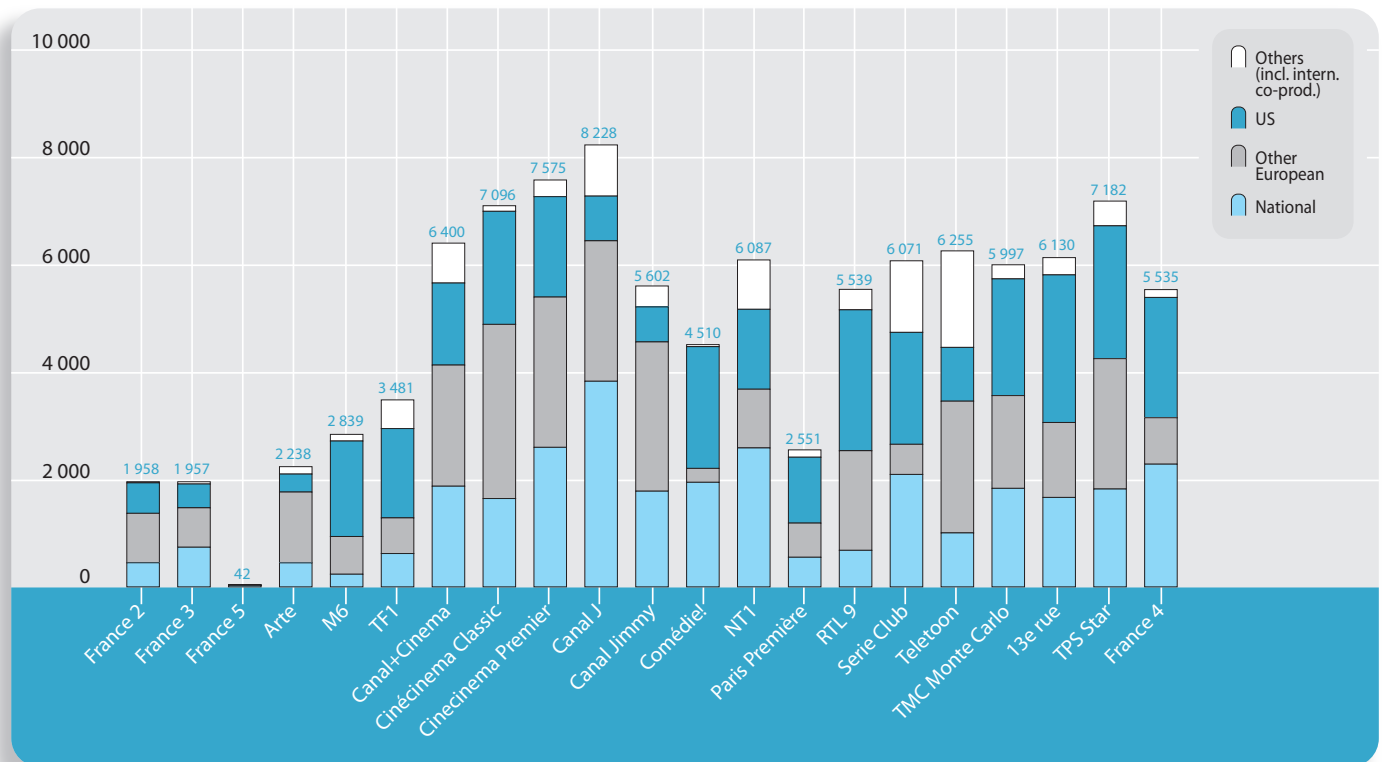
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	Other EUR	Co-prod. EUR-EUR	Co-prod. EUR-Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
France 2	216.8	8.0	448.9	45.9	0.0	8.7	531.9	108.7	3.4	567.8	14.0	3.7	0.0	0.0
France 3	60.7	2.0	737.6	222.7	25.1	3.3	346.2	74.4	15.7	443.1	0.0	26.4	0.0	0.0
France 5	0.1	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	1.6	1.8	0.0	0.0	0.0	9.6
Arte	323.8	10.7	447.2	288.3	5.6	125.4	269.3	295.1	11.2	334.6	17.8	18.2	7.3	83.7
M6	430.3	8.3	234.8	67.9	0.0	32.6	72.2	91.8	91.5	1777.3	24.7	3.9	0.0	3.8
TF1	254.7	32.6	620.6	55.3	0.0	8.9	162.4	149.9	454.0	1662.8	80.1	0.0	0.0	0.0
Canal+Cinema	44.7	57.4	1873.8	204.8	91.7	150.6	803.5	903.1	124.2	1527.3	53.3	12.1	37.1	516.4
Cinécinema Classic	84.5	12.8	1644.5	865.9	333.4	77.8	1398.8	469.1	0.0	2104.9	14.7	0.0	63.1	26.7
Cinécinema Premier	62.5	82.8	2597.4	193.4	15.0	106.7	1027.3	1310.7	179.8	1869.4	42.5	0.0	0.0	87.8
Canal J	0.0	0.0	3827.6	525.7	41.3	358.5	654.1	1036.0	307.3	831.8	24.2	0.0	452.6	169.1
Canal Jimmy	797.8	13.5	1781.1	928.3	0.0	0.0	771.9	267.8	323.6	652.3	10.1	0.0	0.0	55.7
Comédie!	0.0	0.0	1946.4	0.0	8.7	0.0	204.3	46.3	0.0	2267.1	0.0	1.6	0.0	36.0
NT1	266.2	1.7	2586.6	104.4	16.1	0.0	581.1	123.6	127.6	1487.8	17.0	1.5	758.6	14.6
Paris Première	39.8	25.8	550.7	93.9	9.3	0.0	187.4	280.4	27.0	1226.3	14.0	28.0	28.0	40.3
RTL 9	636.3	3.5	680.5	118.5	57.9	3.3	727.8	307.8	220.4	2623.1	17.1	123.3	0.0	19.8
Serie Club	169.1	0.0	2093.0	183.2	0.0	0.0	146.2	62.5	1100.9	2084.1	231.9	0.0	0.0	0.0
Teletoon	33.2	0.0	1004.3	57.8	427.7	1.8	924.1	1007.9	75.7	1001.5	786.7	45.3	639.1	250.4
TMC Monte Carlo	704.9	0.0	1833.9	603.8	0.0	1.8	214.9	201.8	127.6	2173.0	121.9	1.6	0.0	11.6
13e rue	372.7	6.5	1665.4	710.6	144.7	0.0	78.2	82.8	96.3	2748.1	68.0	154.3	0.0	2.9
TPS Star	156.9	72.8	1821.4	209.8	163.4	118.6	727.1	979.0	220.2	2473.1	115.0	10.3	57.8	57.0
France 4	0.0	0.0	2284.1	380.9	0.0	15.3	42.6	426.1	70.1	2239.4	54.1	1.5	0.0	20.5
Total	4654.9	338.1	30706.9	5861.0	1339.8	1013.2	9871.2	8226.3	3577.7	32096.6	1706.9	431.7	2043.4	1405.6

Source: Infomedia

In hours.



T.1.FR.9

The 30 leading TV production companies in France

2005-2009 Operating revenues in EUR million.

Rank	Companies	Genre	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
1	GLEM / TF1 Productions	Entertainment	50.6	43.5	35.0	32.4	171.7	430.0%
<i>p.m.</i>	Alma Productions	Fiction	21.5	35.2	70.5	~	-	-
<i>p.m.</i>	Tout Audiovisuel Productions - TAP	Fiction	12.7	16.6	21.4	~	-	-
2	Telfrance Serie	Fiction	~	47.8	50.6	49.2	60.3	22.5%
3	C Production		25.4	24.2	25.3	54.1	~	~
4	Adventure Line Productions	Games, formats	31.2	35.6	38.6	44.4	~	~
5	JLA Productions	Fiction	42.5	38.9	40.0	38.6	~	~
6	Métropole Production	Animation	30.7	34.5	37.1	38.6	~	~
7	Tout sur l'écran Productions	Entertainment	~	~	37.5	~	~	~
8	DEMD Productions	Fiction	46.6	42.1	43.2	34.8	~	~
9	Image Compagnie	Fiction	18.8	43.0	24.8	34.7	~	~
10	MFP - Multimedia France Production	Documentary, science	20.8	22.5	28.6	33.1	~	~
11	17 Juin Media	News	27.1	26.3	26.7	32.9	31.1	-5.4%
12	Société Son et Lumière	Fiction	30.5	20.0	30.5	~	~	~
13	Marathon Media	Animation	19.5	26.0	21.9	27.7	30.2	9.1%
14	Cipango Société nouvelle	Fiction, feature films	2.5	13.2	21.8	30.0	~	~
15	Alphanim	Animation	30.8	27.0	38.1	28.7	29.5	2.8%
16	Productions DMD	Entertainment	28.4	28.0	30.1	28.6	~	~
17	CAPA Presse (CAPA)	News	27.6	28.5	28.0	30.7	27.6	-10.1%
18	ICT Images cinématographiques et télévisuelles	Fiction	8.2	17.8	26.2	27.6	~	~
19	Jourd'hui Mitchell Productions	Fiction	3.3	16.9	18.2	27.3	~	~
20	Europe News	News	23.4	23.4	26.7	26.2	~	~
21	Calt Production	Fiction	16.7	12.5	26.1	~	~	~
22	Moonscoop SAS	Animation	27.7	22.4	22.7	25.6	~	~
23	Aubes Productions	Fiction	~	16.2	33.6	23.9	~	~
24	Agat Films & Cie	Documentary, science, animation	19.7	20.5	17.3	19.0	23.5	23.4%
25	Capa Drama	Fiction	11.8	16.1	11.5	23.2	~	~
26	Air Productions	Entertainment	9.5	10.3	19.8	23.0	~	~
27	Starling	Entertainment, events	24.4	23.5	18.3	18.9	22.7	20.4%
28	Be Aware Tivi	Entertainment	2.6	6.5	14.1	21.4	~	~
29	Merlin Productions	Fiction	2.7	3.5	19.2	~	~	~
30	Futurikon	Animation	18.3	24.0	18.8	~	~	~

Not ranked by lack of information: GMT Productions, Endemol France, Fremantle media France, Reservoir Prod, ...

Source: European Audiovisual Observatory

In 2009, the public service channel BBC 1 was still the service most watched by all UK households (20.9% audience share, just 2% down from 2006), followed by ITV1 (17.8%). The UK television market is also one of the largest in Europe with a large number of national thematic channels and also many channels that are targeting other countries. Thematic channels are impacting on the generalist channels and the audience shares of BBC2, Channel 4 and Five are also gradually declining. Partly in order to compensate for the drop in the audiences of their main channels, all the national broadcasters BBC, ITV, Channel 4 and five have developed their portfolios of digital channels.

Two significant developments have taken place in 2010 regarding the ownership of television channels. In July 2010, the RTL Group sold the Channel Five Group to the UK company Northern & Shell (involved in publishing, Express Newspapers, and adult channels). The channel is undergoing a major restructuring and press reports in August 2010 claimed that staff would be cut back by 25%. In June 2010, Virgin Media sold Virgin Media Television to BSkyB (including the Bravo, Challenge, Living, and Trouble brands). The company has been re-branded as the Living TV Group. Virgin Media still co-owns the UKTV channels with the BBC Worldwide division. In August 2010 Virgin Media expressed its intention to sell its interest in these channels. Potential buyers include ITV, Discovery Networks and Channel 4.

Analogue switch-off is well under way in the UK and should be completed by 2012. By June 2010 switch-off had taken place in 24% of UK homes. Wales became the first UK nation to complete switch-off in March 2010. HD channels are being made available in areas in line with the switch-off of analogue services. Currently BBC HD, ITV1 HD, Channel 4 HD, S4C HD, and STV HD are available in certain areas.

The United Kingdom has one of the highest digital penetration rates in Europe. Ofcom's Communications Market Report 2010 shows that at the end of March 2010, 92% of all households received digital TV i.e. 23.6 million homes. Digital terrestrial television (40% of homes) and satellite (41% of homes) are the most important platforms. At the same time almost 99% of cable homes (13%) are digital.

In March 2010, the breakdown for means of reception of the main TV sets was as follows: 10.2 million households received digital terrestrial television (only), 10.6 million satellite and 3.7 million cable. In March 2010, Freeview (a free-to-air digital terrestrial platform) was received by about 9.7 million households and Top Up TV (a digital

En 2009, sur l'ensemble des foyers, la chaîne publique BBC1 reste la chaîne la plus regardée (20,9 % de parts d'audience, soit 2 points de moins qu'en 2006), suivie de ITV1 (17,8 %). Le marché de la télévision au Royaume-Uni est l'un des plus importants d'Europe, avec un grand nombre de chaînes thématiques nationales et de nombreuses chaînes qui ciblent d'autres pays. Les chaînes thématiques pèsent sur les chaînes généralistes et les parts d'audience de BBC2, Channel 4 et 5 déclinent progressivement. En partie pour combler la perte d'audience de leurs chaînes principales, toutes les chaînes nationales (BBC, ITV, Channel 4 et five) ont développé leur portefeuille de chaînes numériques.

2010 a vu deux changements importants au niveau de la propriété des chaînes de télévision. En juillet 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). La chaîne est en pleine restructuration et en août 2010, la presse a annoncé une réduction du personnel de 25 %. En juin 2010, Virgin Media a vendu Virgin Media Television à BSkyB (y compris Bravo, Challenge, Salon, et Trouble). La société a été renommée Living TV. Virgin Media est toujours copropriétaire des chaînes UKTV avec la division BBC Worldwide. En août 2010, Virgin Media a exprimé son intention de revendre sa participation dans ces chaînes. Parmi les acheteurs potentiels se trouvent ITV, Discovery Networks et Channel 4.

L'extinction de l'analogique suit son cours au Royaume-Uni et devrait être terminée d'ici 2012. En juin 2010, 24 % des foyers britanniques avaient basculé. Le Pays de Galles est la première nation du Royaume-Uni à avoir accédé au tout-numérique en mars 2010. Les chaînes HD deviennent accessibles au fur et à mesure du basculement des régions et BBC HD, ITV1HD, Channel 4 HD, S4C HD, et STV HD sont actuellement disponibles dans plusieurs régions.

Le Royaume-Uni détient l'un des taux de pénétration du numérique les plus élevés d'Europe. *Communications Market*, le rapport 2010 de l'autorité britannique de régulation des communications (Ofcom), indique que, fin mars 2010, 92 % des foyers recevaient la télévision numérique, soit 23,6 millions de foyers. La TNT (40 % des foyers) et le satellite (41 % des foyers) sont les principales plates-formes et près de 99 % des foyers câblés (13 %) sont numériques.

En mars 2010, la répartition des modes de réception sur les récepteurs principaux est la suivante : (seulement) 10,2 millions de foyers connectés au numérique terrestre, 10,6 millions de foyers au satellite

Der öffentlich-rechtliche Sender BBC1 hatte auch 2009 bei allen Haushalten insgesamt die höchsten Einschaltquoten mit einem Marktanteil von 20,9 % (nur zwei Prozent weniger als im Jahr 2006), gefolgt von ITV1 mit 17,8 %. Mit zahlreichen nationalen Spartenkanälen und auch vielen auf das Ausland ausgerichteten Sendern ist der britische TV-Markt einer der größten Europas. Die Spartenkanäle bleiben nicht ohne Auswirkung auf die Vollprogrammanbieter und so verzeichnen auch BBC2, Channel 4 und Five zunehmend rückläufige Zuschauerzahlen. Auch um den Zuschauerschwund bei ihren wichtigsten Kanälen einzudämmen, stocken alle nationale Sender – BBC, ITV, Channel 4 und Five – ihren Bestand an digitalen Kanälen weiter auf.

Was den Besitz von TV-Sendern betrifft, so hat es 2010 zwei wichtige Entwicklungen gegeben. Im Juli 2010 hat die RTL Group die Channel Five Group an den britischen Verlag Northern & Shell (Besitzer der Express Newspapers und Betreiber von Erotikkanälen) verkauft. Der Sender erlebt derzeit eine massive Umstrukturierung, an deren Ende laut Presseberichten vom August 2010 25 % der Stellen gestrichen werden sollen. Im Juni 2010 hat der Kabelnetzbetreiber Virgin Media seine Tochter Virgin Media Television an BSkyB verkauft (einschließlich der Kanäle Bravo, Challenge, Living und Trouble). Das Unternehmen wurde in Living TV Group umbenannt. Die UKTV-Kanäle sind nach wie vor im gemeinsamen Besitz von Virgin Media und BBC Worldwide. Im August 2010 hat Virgin Media bekannt gegeben, seine Anteile an diesen Kanälen verkaufen zu wollen. Zu den potenziellen Käufern gehören ITV, Discovery Networks und Channel 4.

Die Abschaltung des Analogbetriebs ist weit fortgeschritten und sollte bis 2012 abgeschlossen sein. Bis Juni 2010 war die Abschaltung bereits in 24 % der Haushalte erfolgt. Wales war die erste britische Nation, in der die Umstellung abgeschlossen wurde (März 2010). Parallel zur Abschaltung der analogen Dienste werden in den betreffenden Regionen HD-Kanäle verfügbar gemacht. Derzeit sind in bestimmten Gebieten BBC HD, ITV1 HD, Channel 4 HD, S4C HD und STV HD verfügbar.

Das Vereinigte Königreich hat eine der höchsten digitalen Penetrationsraten in Europa. Aus dem Communications Market Report 2010 der Ofcom geht hervor, dass Ende März 2010 92 % aller Haushalte Digitalfernsehen empfangen konnten, d.h. 23,6 Mio. Haushalte. Wichtigste Plattformen sind DVB-T (40 % der Haushalte) und Satellit (41 %). Von den Kabelhaushalten (13 %) haben bereits fast 99 % auf digital umgestellt.

terrestrial pay-TV platform) had 0.5 million subscribers. The 10.6 million households that mainly receive television by satellite are split between subscribers to BSkyB (over 9.3 million households at the end of March 2010) and households that receive a free-to-air satellite service (1.3 million). In May 2008, the BBC and ITV launched Freesat, a free-to-air digital satellite distribution platform for Freeview to cover areas not covered by DTT transmitters.

The main cable operator, Virgin Media, controls more than 90% of the cable market and launched the country's first "quadruple play" service. By June 2010, Virgin Media had more than 3.7 million cable customers, with all but 24 000 customers having digital services.

The main IPTV television providers are Talk Talk (formerly Tiscali) and telecommunications operator BT (BT Vision). BT Vision provides a hybrid service with access to the Freeview DTT channels plus an IPTV video on demand service. They have now added some Sky Sports channels (see below). By the end of March 2010, the total number of subscribers to BT Vision was about 467 000. The planned "Project Canvas" will potentially enhance the development of television over the Internet and IPTV services. Project Canvas will be an open Internet platform with common standards allowing viewers to access programmes from various video providers on a broad range of devices, and will include catch-up TV. The project involves BT Vision and Talk Talk and the broadcasters BBC, ITV, Channel 4, and network operator Arqiva (Channel 5 pulled out of the project in July 2010). The BBC Trust has agreed on the participation of the BBC in this project. The project has been criticised by other platform operators such as Virgin media and BSkyB. Virgin Media filed an official complaint with Ofcom in August 2010.

Between 2007 and 2010 the regulator, Ofcom, carried out an investigation into the pay-TV market, which comprises the television-on-demand and subscription services available on all platforms, i.e. cable, digital terrestrial, satellite and ADSL TV. This was in response to a request from other pay-TV operators. The investigation examined control over content, ownership of distribution platforms, retail subscriber bases and vertical integration. Ofcom concluded that Sky sports channels must be offered to other distribution platforms. As a result Sky Sports 1 and Sky Sports 2 have, since August 2010, been distributed by Pay-DTT operator Top-up TV, by BT Vision and by Virgin Media. At the same time BSkyB will be allowed to launch pay services on the DTT platform network operator Arqiva (the package will be known as 'Picnic'). Ofcom and the

et 3,7 millions de foyers au câble. En mars 2010, Freeview (plate-forme numérique terrestre gratuite) est reçue par environ 9,7 millions de foyers et Top-Up TV (plate-forme numérique terrestre payante) compte 0,5 million d'abonnés. Les 10,6 millions de foyers recevant la télévision principalement par satellite sont répartis entre abonnés à BSkyB (plus de 9,3 millions de foyers fin mars 2010) et foyers recevant une offre satellitaire gratuite (1,3 million). En mai 2008, la BBC et ITV ont lancé Freesat, un bouquet de chaînes gratuites disponible depuis les zones non couvertes par la TNT.

Le principal câblo-opérateur, Virgin Media, contrôle plus de 90 % du marché du câble et a lancé la première offre « quadruple play » du pays. En juin 2010, Virgin Media avait plus de 3,7 millions d'abonnés au câble, dont la quasi-totalité (hormis 24 000) recevaient les services numériques.

Les principaux fournisseurs de télévision IPTV sont Talk Talk (ex-Tiscali) et l'opérateur de télécom BT (BT Vision). BT Vision offre un service hybride avec accès aux chaînes TNT de Freeview plus un service IPTV de vidéo à la demande. Quelques chaînes de Sky Sports (voir ci-dessous) ont également été rajoutées. Fin mars 2010, BT Vision totalisait 467 000 abonnés. Le « Project Canvas » devrait favoriser le développement de la télévision sur Internet et des services IPTV. Project Canvas sera une plate-forme Internet aux normes communes qui permettra aux téléspectateurs d'accéder aux programmes de différents fournisseurs de vidéo à partir d'un large éventail d'appareils et proposera également un podcast TV. Ce projet regroupe BT Vision et Talk Talk ainsi que les radiodiffuseurs BBC, ITV, Channel 4 et l'opérateur de réseau Arqiva (Channel 5 s'est retiré du projet en juillet 2010). BBC Trust a accepté que la BBC participe au projet. Ce projet est critiqué par d'autres opérateurs, tels que Virgin Media et BSkyB. Virgin Media a déposé une plainte officielle auprès de l'Ofcom en août 2010.

Entre 2007 et 2010, suite à la requête de certains opérateurs de télévision payante, l'Ofcom, a mené une enquête sur le marché de la télévision à péage, incluant les services de télévision à la demande et par abonnement sur toutes les plates-formes : câble, numérique terrestre, satellite et TV par ADSL. L'enquête porte sur le contrôle des contenus, la propriété des plates-formes de distribution, les bases de données d'abonnés et l'intégration verticale. L'Ofcom a conclu que les chaînes de sport de Sky devaient être proposées à d'autres plates-formes de distribution. Ainsi, depuis août 2010, Sky Sports 1 et Sky Sports 2 sont distribués par l'opérateur de TNT payante Top-up, par BT Vision et Virgin

Im März 2010 verteilte sich die Übertragungsart auf die Hauptempfangsgeräte wie folgt: 10,2 Mio. Haushalte waren (nur) an die terrestrische Digitaltechnik angeschlossen, 10,64 Mio. Haushalte an die digitale Satellitentechnik und 3,7 Mio. Haushalte ans Kabel. Im März 2010 wurde Freeview (kostenlose digitale terrestrische Plattform) von etwa 9,7 Mio. Haushalten empfangen und Top-Up TV (kostenpflichtige digitale terrestrische Plattform) hatte 0,5 Mio. Abonnenten. Die 10,6 Mio. Haushalte, die das Fernsehprogramm hauptsächlich über Satellit empfangen, teilen sich auf in Abonnenten bei BSkyB (über 9,3 Mio. Haushalte Ende März 2010) und Haushalte mit einem kostenlosen Satellitenangebot (1,3 Mio.). Im Mai 2008 haben BBC und ITV Freesat gestartet, eine kostenlose digitale Satellitenplattform für den Empfang von Freeview in Gebieten ohne DVB-T-Sendemasten.

Der wichtigste Kabelbetreiber, Virgin Media, kontrolliert über 90 % des Kabelmarktes und startete das erste Quad-Play-Angebot. Im Juni 2010 hatte Virgin Media über 3,7 Mio. Kabelkunden, davon nur noch 24 Tsd. ohne digitalen Anschluss.

Wichtigste IPTV-Anbieter sind Talk Talk (ehemals Tiscali) und der Telekom-Betreiber BT (BT Vision). BT Vision bietet einen Hybriddienst mit Zugang zu den Freeview DVB-T-Kanälen sowie Video-on-Demand über IPTV an. Hinzugekommen sind nun einige Kanäle von Sky Sports (siehe unten). Ende März 2010 hatte BT Vision rund 467 000 Abonnenten. Das geplante „Project Canvas“ wird möglicherweise die Entwicklung von IPTV-Diensten und des Internetfernsehens voranbringen. Ziel des Projekts ist eine offene 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 sowie der Netzbetreiber Arqiva (Channel 5 ist im Juli 2010 aus dem Projekt ausgestiegen). Der BBC Trust hat sich für eine Mitwirkung der BBC an diesem Projekt ausgesprochen. Das Projekt ist von anderen Plattformbetreibern wie Virgin Media und BSkyB kritisiert worden. Virgin Media hat im August 2010 offiziell Beschwerde bei der Ofcom eingereicht.

Die Regulierungsbehörde Ofcom hat zwischen 2007 und 2010 eine Untersuchung des Pay-TV-Marktes eingeleitet. Dieser Markt umfasst die Abruf- und Abonnement-Fernsehendienste auf allen Plattformen: Kabel, digitale terrestrische Verbreitung, Satellit und TV über DSL. Hiermit wurde auf eine Forderung anderer Pay-TV-Anbieter reagiert. Die Unter-

Competition Commission are still examining the Pay-TV market with regard to the Sky movie channels. News Corporation intends to increase its ownership of BSkyB (from 39% to 100%). Due to the interests of News Corporation in media and publishing industries, an examination of the proposed merger, to be carried out by Ofcom was announced in November 2010.

The implementation of the Audiovisual Media Services Directive is almost complete in the UK. The AVMS regulations of December 2009 published by Ofcom covered the regulation of video-on-demand services, licensing of television services over the Internet, the development of a country of origin cooperation procedure, and the regulation of satellite services uplinked from the UK. Regarding product placement, Ofcom is carrying out a final consultation on regulation. It is expected that product placement will be present on UK television by the end of 2010.

The Digital Economy Act 2010 came into force in June 2010. A main focus is the online infringement of copyright and penalties for infringement of copyright and performers' rights. The Act has been rather controversial as it stipulates that those who infringe copyright will be denied access to the Internet. This will impact the larger ISP providers such as BT and Talk Talk who intend challenging the Act in the High Court. The functions of the regulator Ofcom in relation to the Act and also the methods by which Ofcom should report to the ministry are also outlined. The Act also outlines in detail "media content duties" of Channel 4 with regard to its public service remit. The government is also planning a new Communications Bill to be introduced in 2012. Among other things, this will legislate the licensing of local television, and there are plans to remove local cross media ownership rules.

Media. Parallèlement, BSkyB sera autorisé à lancer des services payants sur la plate-forme TNT de d'Arqiva (l'offre sera baptisée «Picnic»). L'Ofcom et la Commission de la concurrence examinent à présent la situation des chaînes de cinéma Sky sur le marché de la télévision payante. News Corporation cherche à augmenter sa part dans le capital de BSkyB (de 39 % à 100 %). Etant donnés les autres intérêts de News Corporation dans les médias et la presse, il a été annoncé en novembre 2010 que l'Ofcom allait se pencher sur le projet d'investissement.

La mise en œuvre de la Directive Services de médias audiovisuels est presque terminée au Royaume-Uni. Les dispositions SMAV de décembre 2009 publiés par l'Ofcom règlementent les services VoD, l'octroi de licences de services de télévision sur Internet, le développement d'une procédure de coopération sur la base du pays d'origine et les services de liaison satellite montante au Royaume-Uni. L'Ofcom mène une dernière consultation sur la réglementation concernant le placement de produits, qui devrait être présent à la télévision britannique d'ici fin 2010.

La loi sur l'économie numérique 2010 est entrée en vigueur en juin 2010. L'accent est mis sur les infractions en ligne au droit d'auteur et aux peines encourues pour violation du droit d'auteur et du droit des interprètes. Cette loi est controversée, car elle prévoit de supprimer l'accès à Internet à ceux qui se livrent au piratage. Elle affecte les principaux fournisseurs d'accès à Internet, tels que BT et Talk Talk, qui ont l'intention d'attaquer la loi devant la Haute Cour. Le texte définit par ailleurs le rôle de l'Ofcom dans l'application de cette loi, ainsi que les modalités concernant les rapports de l'Ofcom au ministère et fournit une description détaillée des obligations de contenus de Channel 4 dans le cadre de sa mission de service public. Le gouvernement prépare également un nouveau projet de loi relative aux communications, qui sera présenté en 2012 et permettra, notamment, de légiférer sur l'octroi de licences de télévision locale. Par ailleurs, il est prévu de supprimer les règles locales régissant la propriété croisée des médias.

suchung erstreckt sich auf die Kontrolle der Inhalte, den Besitz der Verbreitungsplattformen, die Abonnenten-Datenbanken und die vertikale Integration. Die Ofcom hat entschieden, dass die Sky Sports-Kanäle anderen Verbreitungsplattformen angeboten werden müssen. Dementsprechend werden Sky Sports 1 und 2 seit August 2010 vom Pay-TV-Anbieter Top-up TV, BT Vision und Virgin Media verbreitet. Gleichzeitig erhält BSkyB die Möglichkeit, kostenpflichtige Dienste über die DVB-T-Plattform von Arqiva anzubieten (das Paket soll unter dem Namen „Picnic“ vermarktet werden). Die Ofcom und die Wettbewerbskommission führen derzeit eine Untersuchung des Pay-TV-Markts hinsichtlich der Filmkanäle von Sky durch. Die News Corporation beabsichtigt, ihre Beteiligung an BSkyB zu erhöhen (von derzeit 39 % auf 100 %). Angesichts weiterer Beteiligungen der News Corporation in der Medien- und Verlagsbranche wurde im November 2010 eine Prüfung der geplanten Übernahme durch die Ofcom angekündigt.

Die Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste ist nahezu abgeschlossen. Die im Oktober 2009 von der Ofcom veröffentlichten AVMD-Regelungen umfassen Vorschriften für Video-on-Demand-Dienste, die Lizenzierung von TV-Diensten über das Internet, die Entwicklung eines Ursprungslandverfahrens für Kooperationen sowie Regelungen für ausländische Dienste, die ihr Programm über einen britischen Satelliten-Uplink senden. Zum Thema Produktplatzierung führt die Ofcom derzeit eine abschließende Konsultation durch. Es wird erwartet, dass es im britischen Fernsehen ab Ende 2010 Produktplatzierung geben wird.

Im Juni 2010 ist das Digital Economy Act 2010 in Kraft getreten. Ein Schwerpunkt hierbei bilden die Verstöße gegen Urheber- und Künstlerrechte im Internet und die entsprechenden Sanktionen. Das Gesetz ist insbesondere wegen der geplanten Internet-Zugangssperren für Täter sehr umstritten. Betroffen sind hiervon die großen Internetprovider wie BT und Talk Talk, die das Gesetz vor dem High Court anfechten wollen. Geregelt werden des Weiteren die Aufgaben der Ofcom in Verbindung mit dem Gesetz sowie die Modalitäten, nach denen die Ofcom dem Ministerium berichten sollte. Das Gesetz liefert auch eine detaillierte Beschreibung der inhaltlichen Pflichten des Senders Channel 4 hinsichtlich seines öffentlich-rechtlichen Auftrags. Die Regierung plant zudem für 2012 ein neues Kommunikationsgesetz, in dem unter anderem die Lizenzierung von lokalen TV-Sendern geregelt werden soll. Erwogen wird auch die Abschaffung der Regelungen für horizontale Medienkonzentration.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	62 008	Eurostat
Households		–	26 753	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.2%	25 500	OFCOM
Cable TV households		13.8%	3 703	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		13.7%	3 665	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		37.8%	10 107	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		34.0%	9 107	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2.0%	526	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		69.5%	18 600	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		91.4%	23 968	OFCOM / European Audiovisual Observatory
Households with PC		78.1%	20 894	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		64.1%	16 797	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	554	Screen Digest
Mobile broadcast TV receivers		–	–	Screen Digest

TV channels distributors	08.10	Companies
Cable operators	3	Smallworld Cable, Virgin Media, Wight Cable 2005
Satellite packagers	2	British Sky Broadcasting (Sky), Freesat
IPTV packagers	3	BT, IP Vision (Fech TV), Tiscali UK
DTT multiplex operators and packagers	7	5 multiplex operators and 2 packagers (DTV Services/Freeview and Top-Up TV)
Mobile phone TV packagers	4	Hutchison 3 G, Orange, T-Mobile UK and Vodafone

TV channels established in the country by kind of transmission	08.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		22	68	90
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		5	483	488
Regional/Local		6	4	10
Regional/Local windows		19	21	40
Channels targeting foreign markets		13	415	428
Total		65	991	1 056
Foreign channels targeting the country		3	15	18

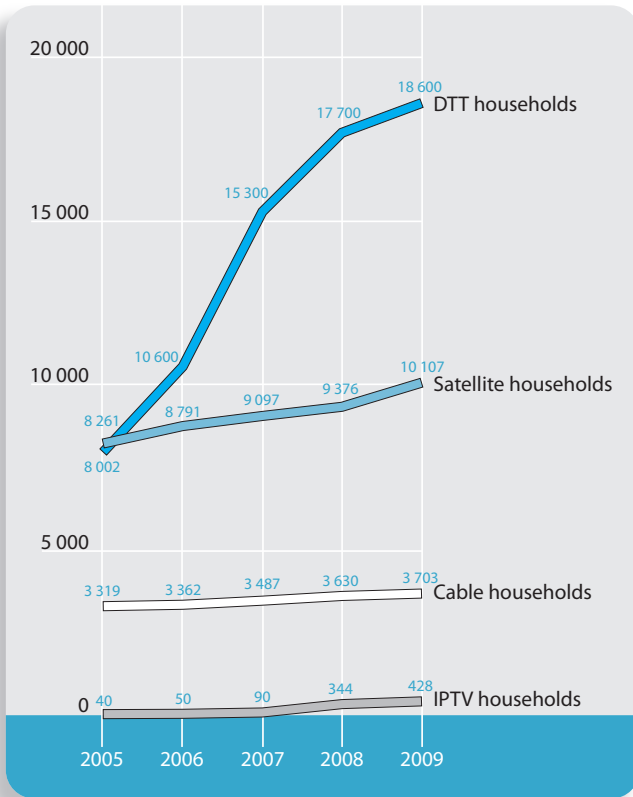
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	08.10	Digital terrestrial Freeview	Cable Virgin media	Satellite Sky (Full offer, GB)	Satellite Freesat	IPTV TalkTalk (Tiscali)
Generalist - national		6	6	5	6	5
Generalist - foreign			1			
Adult		2	7	22	2	3
Children		3	17	22	7	12
Culture/ education/ documentary		5	21	22	3	10
Minority interest groups			3	16	3	1
Entertainment/ TV fiction/ games		15	37	56	13	18
Film		2	20	32	5	7
Home shopping		6	8	27	14	3
International linguistic and cultural			1	3	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			9	17	3	2
Music		2	17	22	7	4
News/ business		5	11	26	7	4
Parliament/ government/ administration		3	1	1	2	1
Regional/ local		1	3	6	2	2
Religion			1	25	2	
Sports		1	16	30		8
Various (includes time-shifted)		8	34	53	9	4
Total		59	213	385	86	84

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

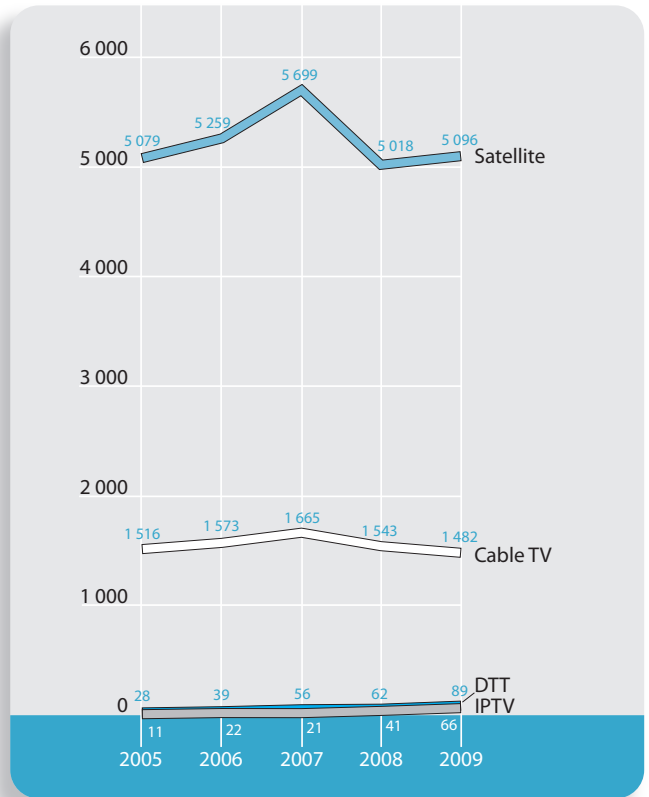
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

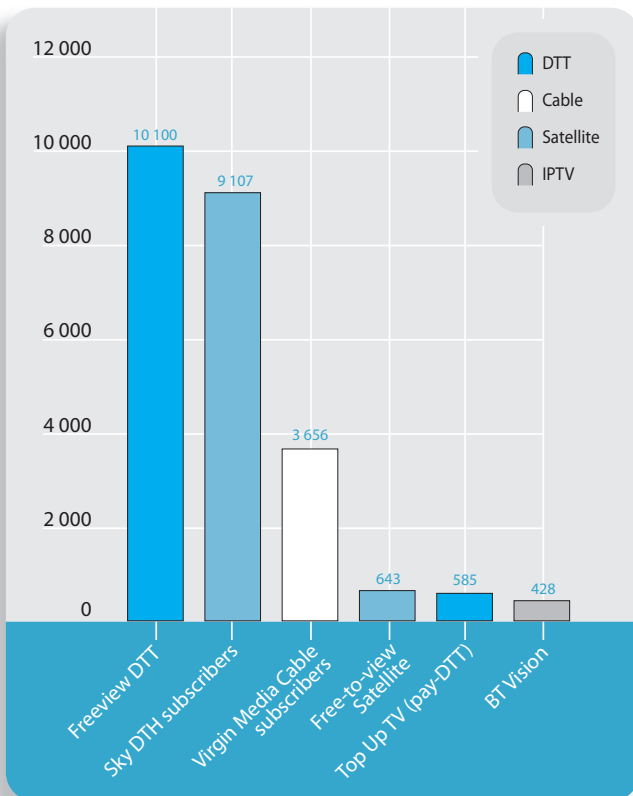
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

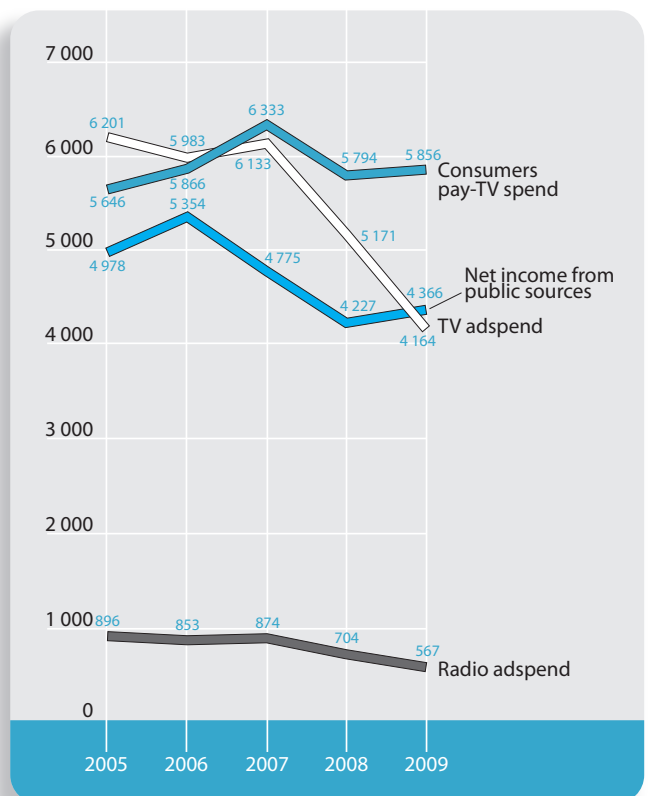
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and BBC data

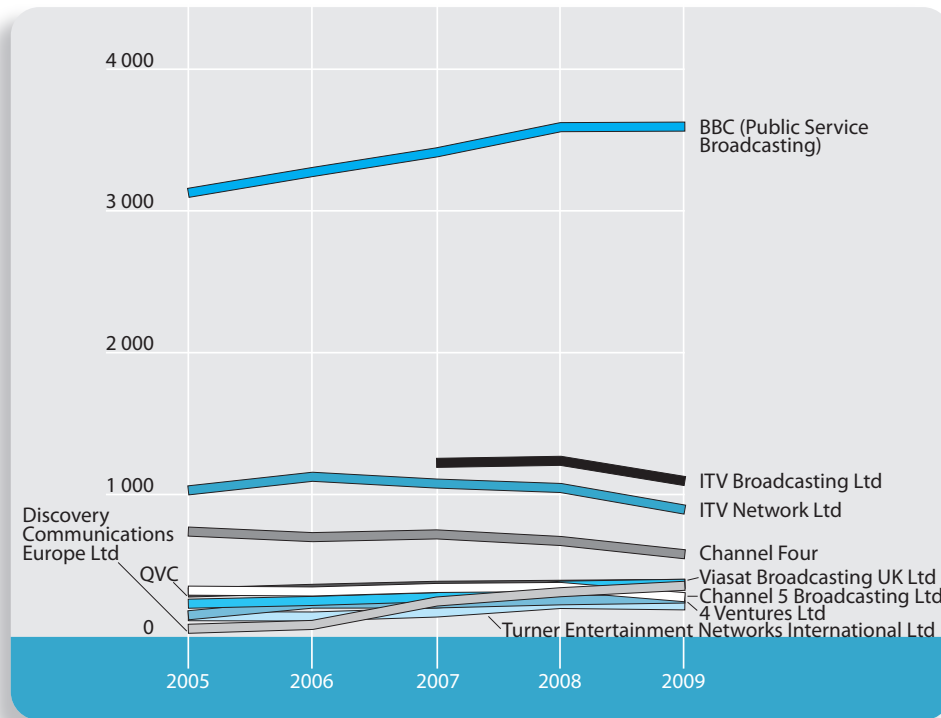
T.1.GB.1
G.1.GB.1Operating revenues of television companies in the United Kingdom
2006-2009 GBP million.

Main broadcasters (local TV not included)		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
BBC (Public Service Broadcasting)	sptv	BBC 1, 2, 3, 4, ... ; radio channels	3 271.8	3 410.3	3 588.4	3 592.3	0.1%
ITV Broadcasting Ltd	adtv	ITV Anglia	140.9	1 220.0	1 234.4	1 091.5	-11.6%
<i>p.m.</i> London Weekend Television Ltd ¹	adtv	ITV LWT	347.1	-	-	-	-
<i>p.m.</i> Granada Television Ltd ¹	adtv	ITV Granada	304.2	-	-	-	-
<i>p.m.</i> ITV Central Ltd ²	adtv	ITV Central	247.0	54.7	-	-	-
<i>p.m.</i> Carlton Broadcasting Ltd ¹	adtv	ITV Carlton	224.6	-	-	-	-
<i>p.m.</i> Yorkshire Television Ltd ¹	adtv	ITV Yorkshire	217.6	-	-	-	-
<i>p.m.</i> ITV Meridian Ltd ²	adtv	ITV Meridian	170.4	44.9	-	-	-
<i>p.m.</i> ITV Wales & West Ltd ²	adtv	ITV HTV	90.5	21.7	-	-	-
ITV Network Ltd	adtv	ITV1	1 121.8	1 073.9	1 042.7	889.9	-14.7%
Channel Four	sptv	C 4	695.9	715.3	668.7	575.1	-14.0%
Viasat Broadcasting UK Ltd	adtv	TV3, 3+, ZTV,...	245.8	272.1	353.2	367.1	3.9%
QVC	hstv	QVC	331.1	352.6	359.7	366.3	1.8%
Discovery Communications Europe Ltd	thtv	Discovery family of channels	76.6	241.6	307.4	352.8	14.8%
Channel 5 Broadcasting Ltd	adtv	Five	312.6	337.4	344.4	272.1	-21.0%
4 Ventures Ltd	sptv	E4, Film Four, More4	227.0	228.1	250.3	263.0	5.1%
Turner Entertainment Networks International Ltd	thtv	Cartoon, TCM, Boomerang	135.9	164.2	224.6	214.6	-4.5%
Turner Broadcasting System Europe Ltd	thtv	CNNI	143.8	168.6	213.4	207.9	-2.6%
Satellite Information Services (Holdings) Ltd	thtv	Racing K, SIS +	138.5	159.0	192.9	198.2	24.7%
ITV2 Ltd	thtv	ITV2	119.1	151.2	182.9	184.4	0.8%
Sit-Up Ltd	hstv	Bid TV, Speed Auction, Price-Drop TV	225.2	237.1	240.3	170.5	-29.0%
Living TV	thtv	Living TV, Living TV2	72.7	84.8	97.3	120.5	23.8%
S4C	sptv	S4C	96.7	100.1	102.7	104.9	2.1%
Ideal Shopping Direct PLC	hstv	Ideal World	85.6	96.6	94.6	103.3	9.2%
ITV Digital Channels Ltd	thtv	ITV 3, ITV4, CITV, Men+Motors	50.6	66.9	71.7	70.5	-1.7%
ITV Breakfast Ltd (formerly GMTV Ltd)	adtv	GMTV	74.9	81.1	67.2	68.3	1.6%
UK Channel Management Ltd	thtv	Alibi, Blighty, Eden, Home, Really	66.7	67.9	68.9	67.2	-2.5%
BBC World News Ltd	sptv	BBC World	39.8	51.6	64.5	62.9	-2.5%
STV Central Ltd	adtv	STV	77.1	73.5	66.8	59.7	-10.6%
Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
BT Group (cons.) ³	3play	BT Vision	20 456.0	21 053.0	21 729.0	21 239.0	-2.3%
Vodafone Limited ³	3G TV	Vodafone TV	4 952.4	5 260.3	5 177.7	~	~
British Sky Broadcasting Ltd ⁴	sat-tv, ISP, packtv	Sky	3 860.0	4 052.0	4 213.0	4 481.0	6.4%
Virgin Media Finance PLC ⁴	3play	Virgin TV	3 478.7	3 959.4	3 905.1	3 698.3	-5.3%
Everything Everywhere (formerly T-Mobile (UK) Ltd) ³	3G TV	Mobile TV	3 063.1	3 293.0	3 221.1	3 020.4	-6.2%
Hutchison 3G UK Holdings Ltd ³	3G TV	3 Add TV	1 340.4	1 268.0	1 493.2	1 504.1	0.7%
Tiscali UK Limited ⁴	3play	Tiscali TV	297.0	344.4	362.1	~	~

¹ Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.1.2007.² Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.4.2007.³ Includes revenues of other activities (telecommunication).⁴ Includes revenues of other activities (broadcasting, telecommunication), Now trading as Talk Talk Group PLC.

T.1.GB.1
G.1.GB.1

Operating revenues of television companies in the United Kingdom (Continued)
2006-2009 GBP million.



Source: European Audiovisual Observatory

AL
AT
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LT
LU
LV
MK
MT
NL
NO
PL
PT
RO
RU
SE
SI
SK
TR

T.1.GB.2
G.1.GB.2

Operating consolidated revenues of the main UK broadcasters and distributors 2005-2009

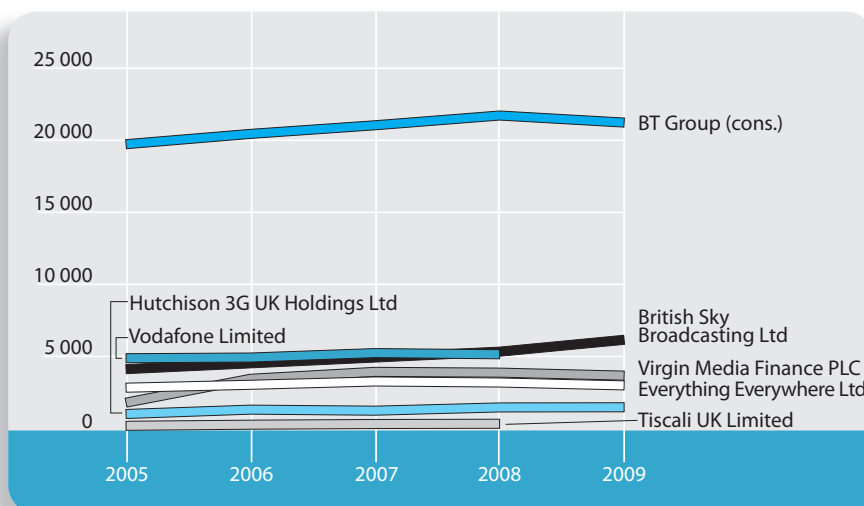
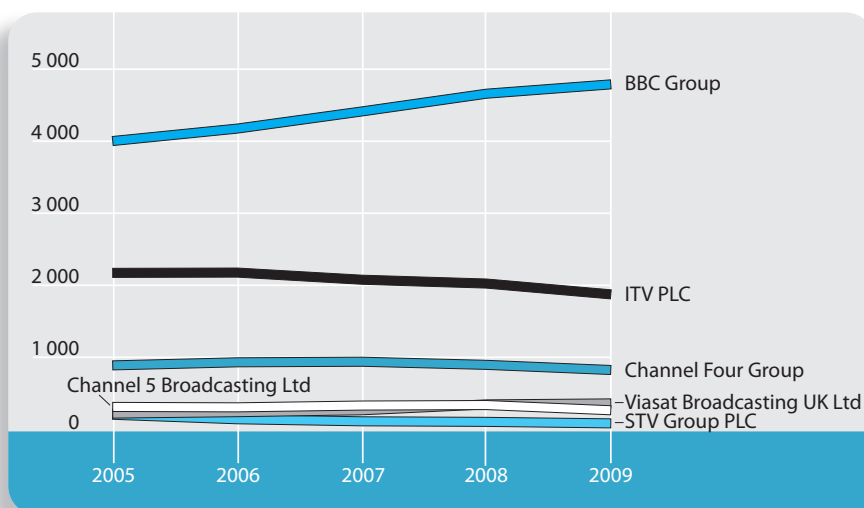
GBP million.

Main broadcasters	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
BBC Group	4 005.0	4 177.3	4 414.8	4 660.8	4 790.4	2.8%
ITV PLC	2 177.0	2 181.0	2 082.0	2 029.0	1 879.0	-7.4%
Channel Four Group	894.3	936.9	944.9	901.6	830.3	-7.9%
Viasat Broadcasting UK Ltd	226.2	245.8	272.1	353.2	367.1	3.9%
Channel 5 Broadcasting Ltd	318.4	312.6	337.4	344.4	272.1	-21.0%
STV Group PLC	210.0	147.3	119.0	111.2	90.3	-18.8%

Main distributors	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
BT Group (cons.) ①	19 741.0	20 456.0	21 053.0	21 729.0	21 239.0	-2.3%
British Sky Broadcasting Ltd ① ②	4 148.0	4 551.0	4 952.0	5 359.0	6 181.0	15.3%
Vodafone Limited ①	4 903.6	4 952.4	5 260.3	5 177.7	~	~
Virgin Media Finance PLC ① ②	1 825.8	3 478.7	3 959.4	3 905.1	3 698.3	-5.3%
Everything Everywhere Ltd ①	2 860.8	3 063.1	3 293.1	3 221.1	3 020.4	-6.2%
Hutchison 3G UK Holdings Ltd ①	1 038.7	1 340.2	1 268.0	1 493.2	1 504.1	0.7%
Tiscali UK Limited ① ②	220.7	297.0	344.4	362.1	-	-

① Includes telecommunication revenues.
② Includes broadcasting revenues.

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.GB.3
G.1.GB.3

BBC Group financial situation
2007-2010 As at 31 March. GBP million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	3 509.1	3 652.4	3 789.0	3 744.8	79.5%	77.9%	77.2%	71.2%	-1.2%
- Aid/Grants	266.2	283.6	294.6	298.0	6.0%	6.0%	6.0%	5.7%	1.2%
- Licence fee	3 242.9	3 368.8	3 494.4	3 446.8	73.4%	71.8%	71.2%	65.5%	-1.4%
Total commercial income	635.9	719.6	775.9	1 325.8	14.4%	15.3%	15.8%	25.2%	70.9%
- Programme sales	249.4	405.0	~	~	5.6%	8.6%	~	~	~
- Merchandising	230.3	266.4	~	~	5.2%	5.7%	~	~	~
- Pay TV ¹	118.1	~	~	~	2.7%	~	~	~	~
- Other commercial income	137.9	143.1	~	~	3.1%	3.1%	~	~	~
Others (including share of joint ventures)	270.8	317.4	341.9	190.8	6.1%	6.8%	7.0%	3.6%	-44.2%
TOTAL	4 415.8	4 689.4	4 906.8	5 261.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	7.2%
Total (after group elimination and without share of joint venture)	4 177.3	4 414.8	4 660.8	4 790.4					2.8%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Costs of personnel	1 285.0	1 381.6	1 294.2	951.9	29.5%	30.9%	28.7%	22.3%	-26.4%
- Depreciation	~	~	255.1	260.7	~	~	5.7%	6.1%	2.2%
Expenditure	4 353.4	4 477.0	4 509.9	4 268.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-5.4%

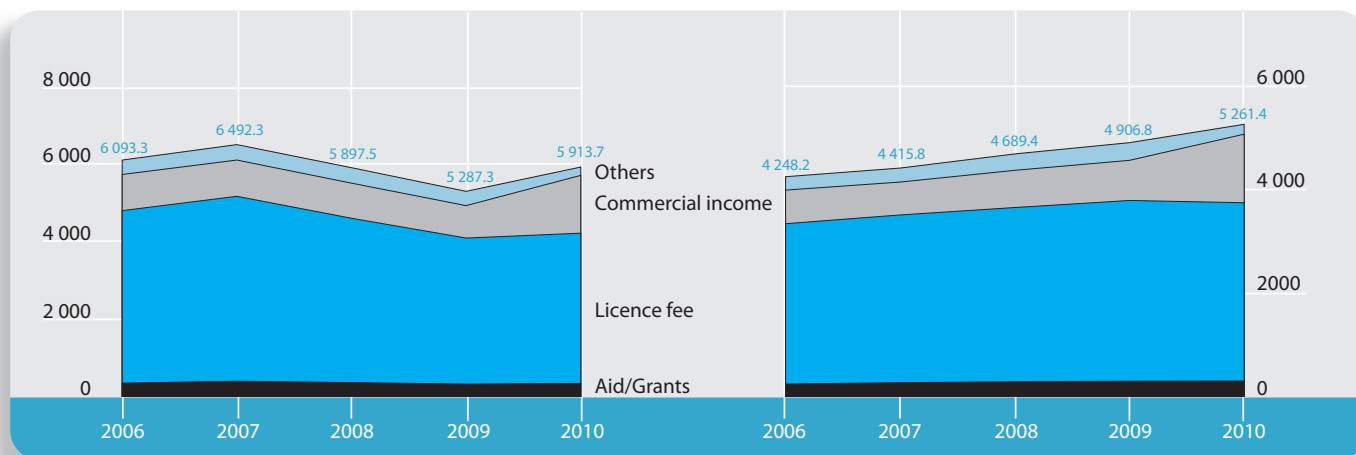
Net result	60.7	101.7	243.8	487.4					99.9%
Operating margin (%)	-3.2	-1.4	3.24	10.9					

¹ From 2008, Pay-TV revenues are included in "Programme sales." 2009 restated with new presentation. Details on the breakdown of commercial revenues are not provided anymore.

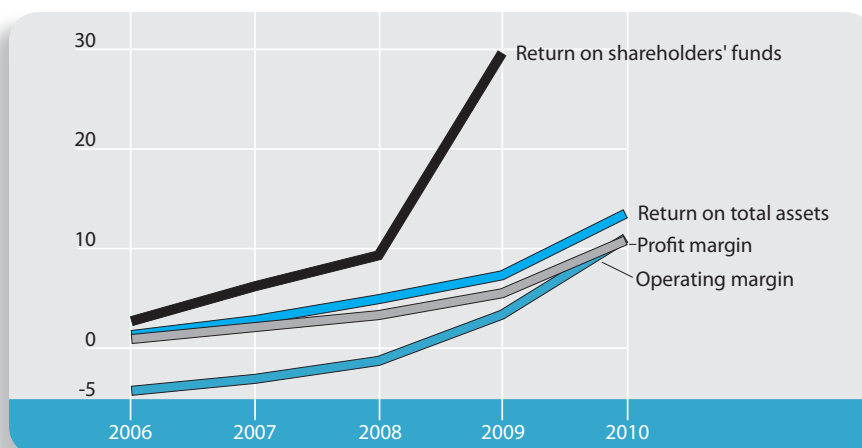
Source: BBC, European Audiovisual Observatory

EUR million.

GBP million.



In %.



T.1.GB.4
G.1.GB.4

ITV PLC financial situation
2006-2009 GBP million.

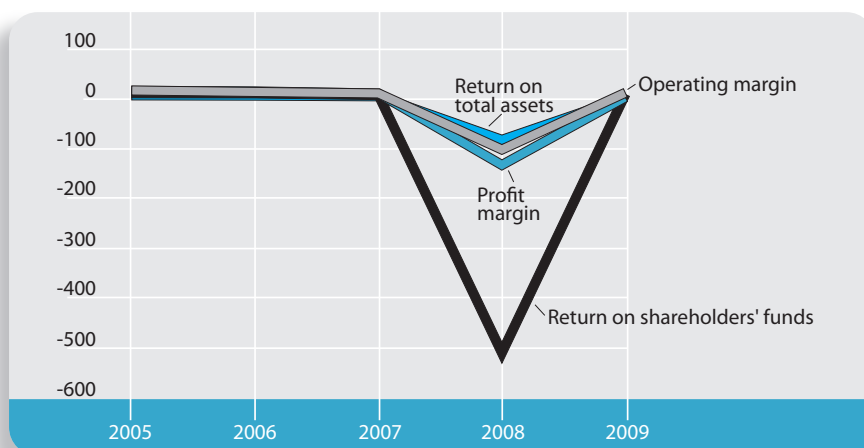
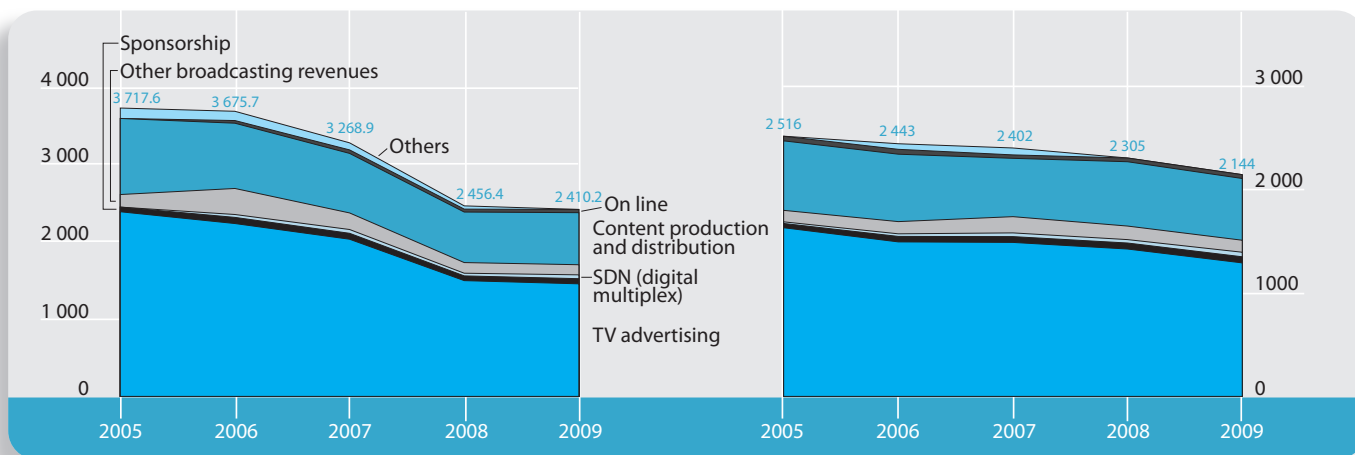
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Broadcasting revenues	1 690	1 738	1 647	1 510	69.2%	72.4%	71.5%	70.4%	-8.3%
- TV advertising	1 494	1 489	1 425	1 291	61.2%	62.0%	61.8%	60.2%	-9.4%
- ITV1	1 281	1 224	1 127	993	52.4%	51.0%	48.9%	46.3%	-11.9%
- GMTV	56	56	56	53	2.3%	2.3%	2.4%	2.5%	-5.4%
- Other channels	157	209	242	245	6.4%	8.7%	10.5%	11.4%	1.2%
- Sponsorship	53	56	58	59	2.2%	2.3%	2.5%	2.8%	1.7%
- SDN (digital multiplex)	25	36	33	44	1.0%	1.5%	1.4%	2.1%	33.3%
- Other broadcasting revenues	118	157	131	116	4.8%	6.5%	5.7%	5.4%	-11.5%
Content production and distribution	652	564	622	597	26.7%	23.5%	27.0%	27.8%	-4.0%
On line	47	33	36	37	1.9%	1.4%	1.6%	1.7%	2.8%
Others	54	67			2.2%	2.8%	0.0%	0.0%	-
Total revenues	2 443	2 402	2 305	2 144	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.0%
Total (after eliminations)	2 181	2 082	2 029	1 879					-7.4%
Purchase of goods and services	1 576.0	1 447.0	1 532.0	1 282.0	82.2%	76.6%	32.8%	76.2%	-16.3%
Costs of personnel	233.0	324.0	347.0	304.0	12.2%	17.1%	7.4%	18.1%	-12.4%
Depreciation	108.0	119.0	2 797.0	97.0	5.6%	6.3%	59.8%	5.8%	-96.5%
Total expenditures	1 917.0	1 890.0	4 676.0	1 683.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-64.0%
Net result	222.0	138.0	-2 554.0	94					-103.7%
Operating margin									

1 In 2008, as a result of the estimation of the downturn of the advertising market in 2009 and 2010, the company made an impairment of intangible assets (goodwill) of GBP 2 695 million (EUR 2 823 million).

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.

GBP million.



In %.

T.1.GB.5
G.1.GB.5

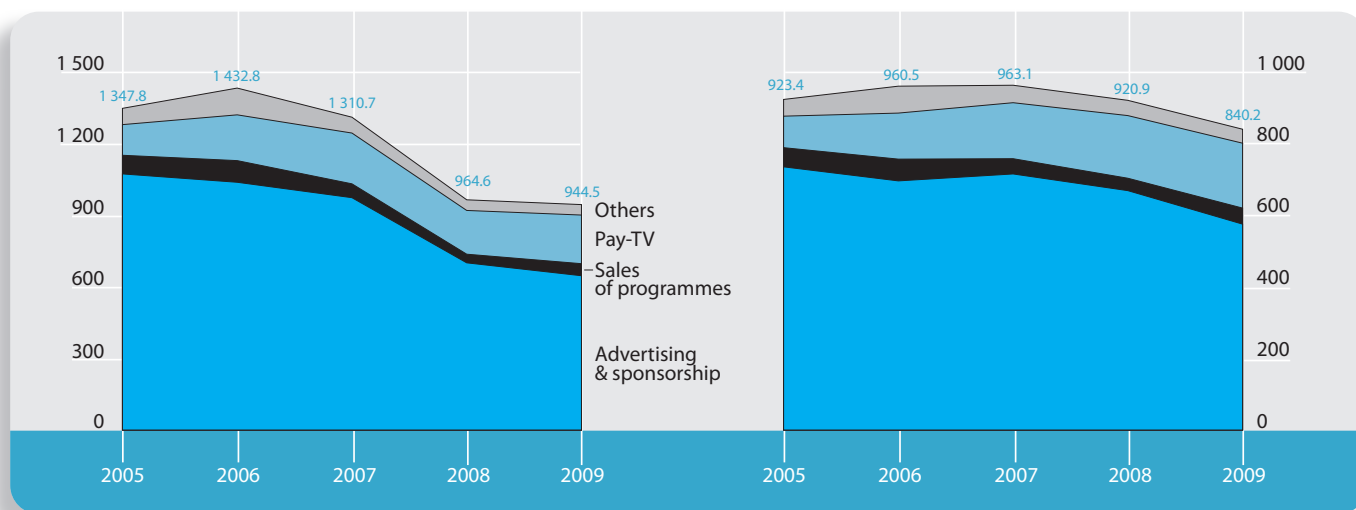
Channel 4 Group financial situation (consolidated)
2006-2009 GBP million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total commercial income	960.5	963.1	920.9	840.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-8.8%
- Advertising & sponsorship	695.9	715.3	668.7	575.1	72.5%	74.3%	72.6%	68.4%	-14.0%
- Programme sales	60.8	42.6	34.6	44.8	6.3%	4.4%	3.8%	5.3%	29.5%
- Pay TV	128.6	156.4	175.0	181.3	13.4%	16.2%	19.0%	21.6%	3.6%
- Other commercial income	75.2	48.8	42.6	39.0	7.8%	5.1%	4.6%	4.6%	-8.5%
TOTAL (after elimination group)	936.9	944.9	901.6	830.3					-7.9%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	849.0	870.0	827.0	761.3	92.1%	91.2%	91.7%	92.1%	-7.9%
Costs of personnel	64.5	71.1	66.2	57.5	7.0%	7.5%	7.3%	7.0%	-13.1%
Depreciation	8.5	12.6	8.9	7.6	0.9%	1.3%	1.0%	0.9%	-14.6%
Operating expenditure	922.0	953.7	902.1	826.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-8.4%
Net result	14.5	0.5	1.8	0.3					-83.3%
Operating margin (%)	1.49	-0.93	-0.06	0.47					

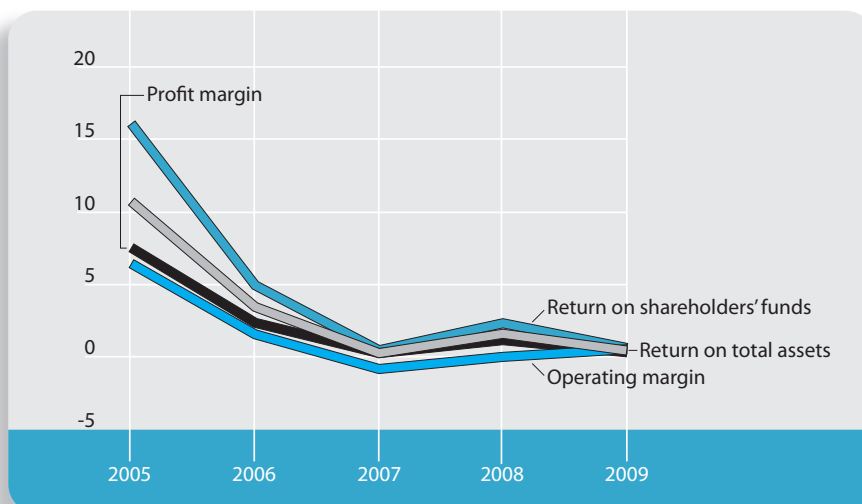
Source: Channel 4, European Audiovisual Observatory

EUR million.

GBP million.



In %.



T.1.GB.6
G.1.GB.6

British Sky Broadcasting Group PLC financial situation (consolidated)
2007-2010 As at 30 June. GBP million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Retail subscription (DTH, Broadband)	3 406	3 769	4 177	4 761	74.8%	76.1%	77.9%	77.0%	14.0%
Wholesale subscription (Cable)	208	181	206	238	4.6%	3.7%	3.8%	3.9%	15.5%
Advertising	352	328	308	319	7.7%	6.6%	5.7%	5.2%	3.6%
Sky Bet	47	44	48	~	1.0%	0.9%	0.9%	-	-
Easynet	-	-	202	203	-	-	3.8%	3.3%	0.5%
Facilities	212	276	235	174	4.7%	5.6%	4.4%	2.8%	-26.0%
Other	326	354	231	486	7.2%	7.1%	4.3%	7.9%	110.4%
Total	4 551	4 952	5 359	6 181	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	15.3%

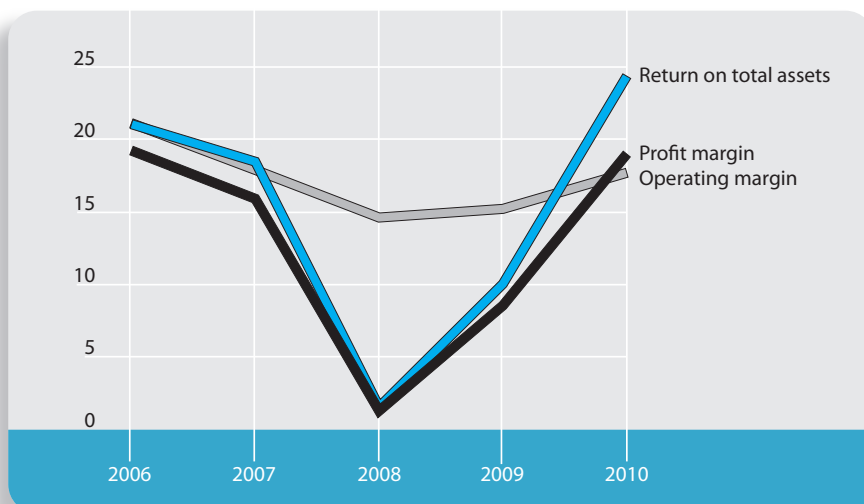
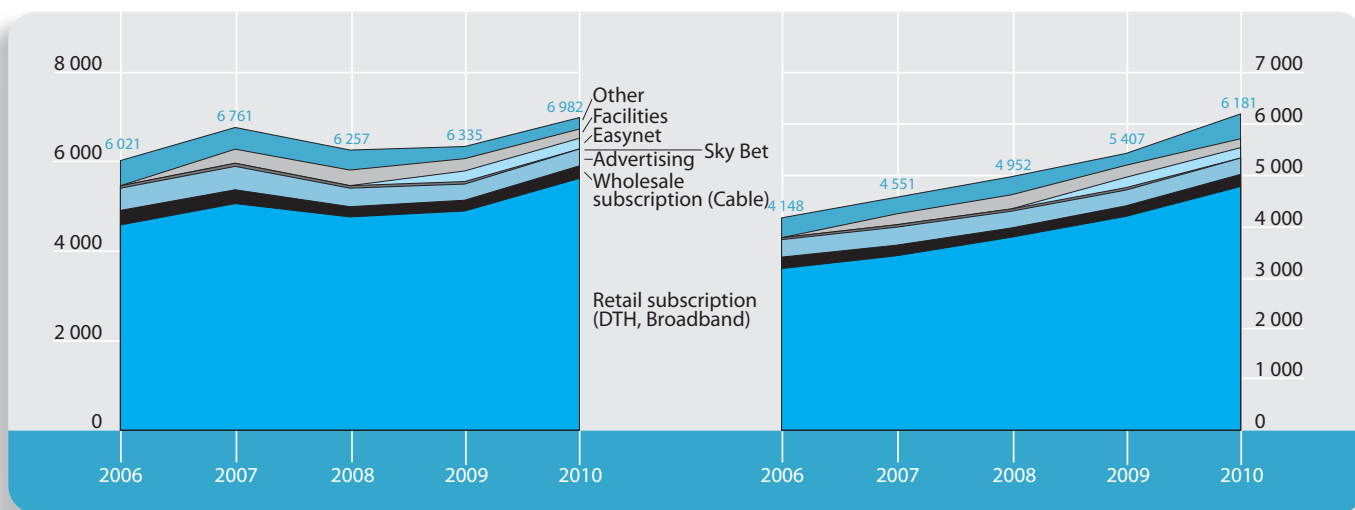
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	2 990	3 360	3 538	~	80.0%	79.5%	78.0%	~	~
Costs of personnel	554	622	709	~	14.8%	14.7%	15.6%	~	~
Depreciation	192	246	291	362	5.1%	5.8%	6.4%	7.1%	24.4%
Operating expenditure	3 736	4 228	4 538	5 085	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	12.1%

Net result	499	-127	259.0	878.0					239.0%
Operating margin (%)									

Source: BSkyB, European Audiovisual Observatory

EUR million.

GBP million.



In %.

T.1.GB.7

TV audience market share in the United Kingdom
2006-2009 In %, 4 years +.

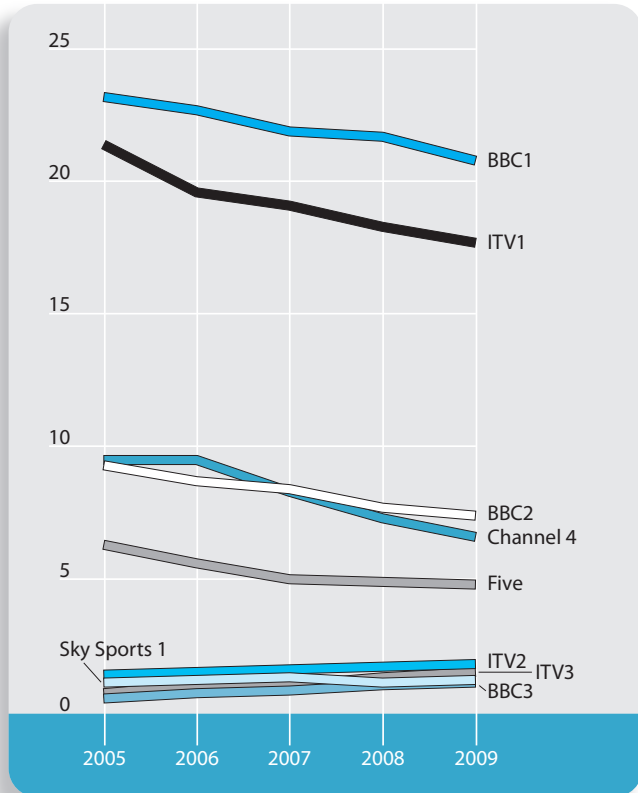
Channels	Daily share				Prime time (18:00-22:30)			
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
BBC1	22.8	22	21.8	20.9	24.2	23.9	23.9	22.9
BBC2	8.8	8.5	7.8	7.5	9	9.2	8.8	8.6
BBC3	0.8	0.9	1.1	1.2	1.2	1.1	1.3	1.5
BBC4	0.3	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5	0.6	0.7
BBC Others	1.9	2.2	2.4	2.5	0.2	0.7	0.8	0.9
UKTV / others	1.3	1.9	3.4	3.8	1	1	2.4	2.8
Total BBC	35.9	35.8	36.9	36.4	36.1	36.4	37.8	37.4
ITV1	19.7	19.2	18.4	17.8	26.8	24.5	23.2	22.7
ITV2	1.6	1.7	1.8	1.9	1.3	1.4	1.5	1.6
ITV2+1	-	-	0.4	0.5	-	-	0.3	0.3
ITV3	1.1	1.1	1.4	1.6	1.1	0.9	1.2	1.5
ITV3+1	0	0	0.1	0.1	0	0	0	0.1
ITV4	0.4	0.5	0.8	0.8	0.6	0.6	0.8	0.8
ITV4+1	-	-	0	0	-	-	0	0
Total ITV	22.8	22.5	22.9	22.7	29.8	27.4	27	27
Channel 4	9.6	8.4	7.4	6.7	8.6	8.4	7.5	6.9
Channel 4+1		0.2	0.2	0.7	-	0.1	0.6	0.7
E4	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2	1.1
E4+1	0.4	0.4	0.5	0.6	0.3	0.5	0.6	0.6
Film 4	0.3	0.6	0.8	0.8	0.4	0.7	0.8	0.8
Film 4+1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
More 4	0.4	0.6	0.8	1	0.4	0.6	0.8	0.9
More 4+1	-	-	0.1	0.1	-	-	0.1	0.1
Total Channel 4	11.9	11.5	11	11.1	10.9	11.6	11.7	11.2
Five	5.7	5.1	5	4.9	5.5	5.2	5	4.9
Five Others	0.2	0.8	0.6	1.3	0.2	1	0.6	1.6
Total Five	5.9	5.9	5.6	6.2	5.7	6.2	5.6	6.5
Sky Sports 1	1.3	1.4	1.2	1.3	1	1	0.8	0.9
Sky One	1.4	0.9	0.9	1.1	1.7	1.2	1.2	1.4
Sky Three	0.4	0.6	0.6	0.7	0.4	0.6	0.6	0.7
Sky Sports News	0.5	0.5	0.5	0.6	0.2	0.3	0.3	0.4
Sky News	0.4	0.4	0.4	0.5	0.1	0.2	0.2	0.2
Sky others	1	2.2	2.4	2.4	1	1.9	2.3	2.2
Total Sky	5.0	6.0	6.0	6.6	4.4	5.2	5.4	5.8
Total Viacom	1.9	1.5	2	2.2	0.5	0.5	0.7	1.2
Total Disney	0.8	1	1.1	1.3	0.3	0.5	0.7	0.8
Total Discovery	1.2	1	1.2	1.2	0.8	0.7	0.9	0.8
Total Turner	0.7	0.6	0.6	0.8	0.3	0.3	0.3	0.4
Others	13.9	14.2	12.7	11.5	11.2	11.2	9.9	8.9

Source: Eurodata TV Worldwide, BARB, TNS UK

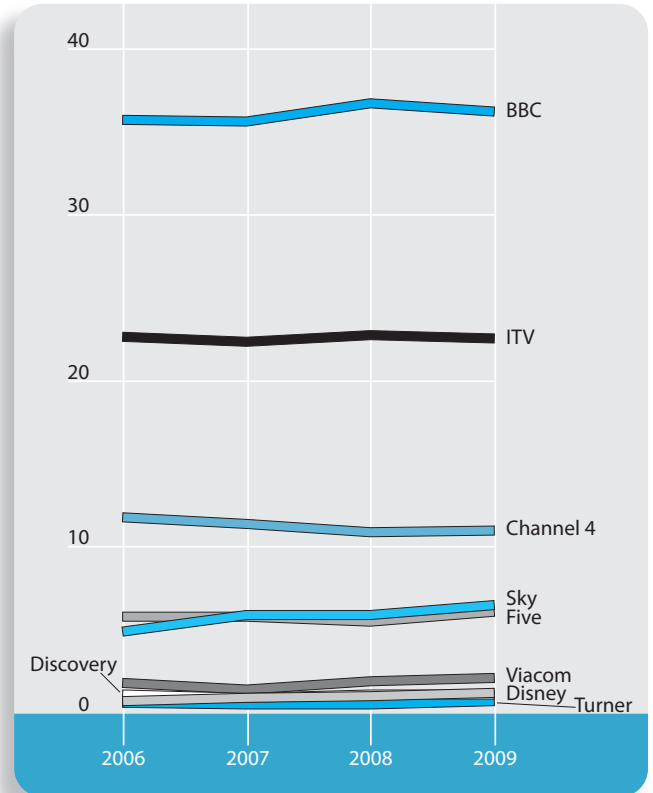
G.1.GB.7

TV audience market share of the leading TV channels and groups
2005-2009 In %, 3 years +.

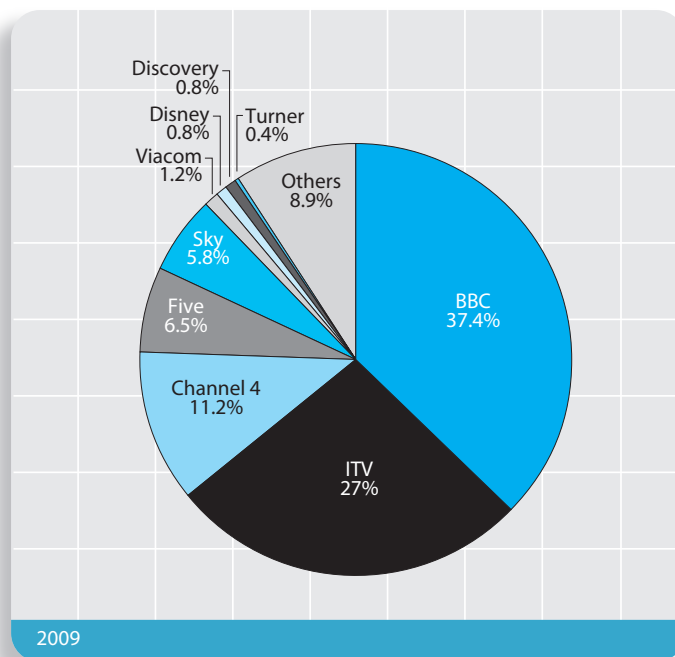
Daily share. Leading TV groups.



All day. Main TV groups.



Prime time (18:00-22:30). Leading TV groups.



Source: Eurodata TV Worldwide, BARB, TNS UK

AL
AT
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LT
LU
LV
MK
MT
NL
NO
PL
PT
RO
RU
SE
SI
SK
TR

T.1.GB.8
G.1.GB.8

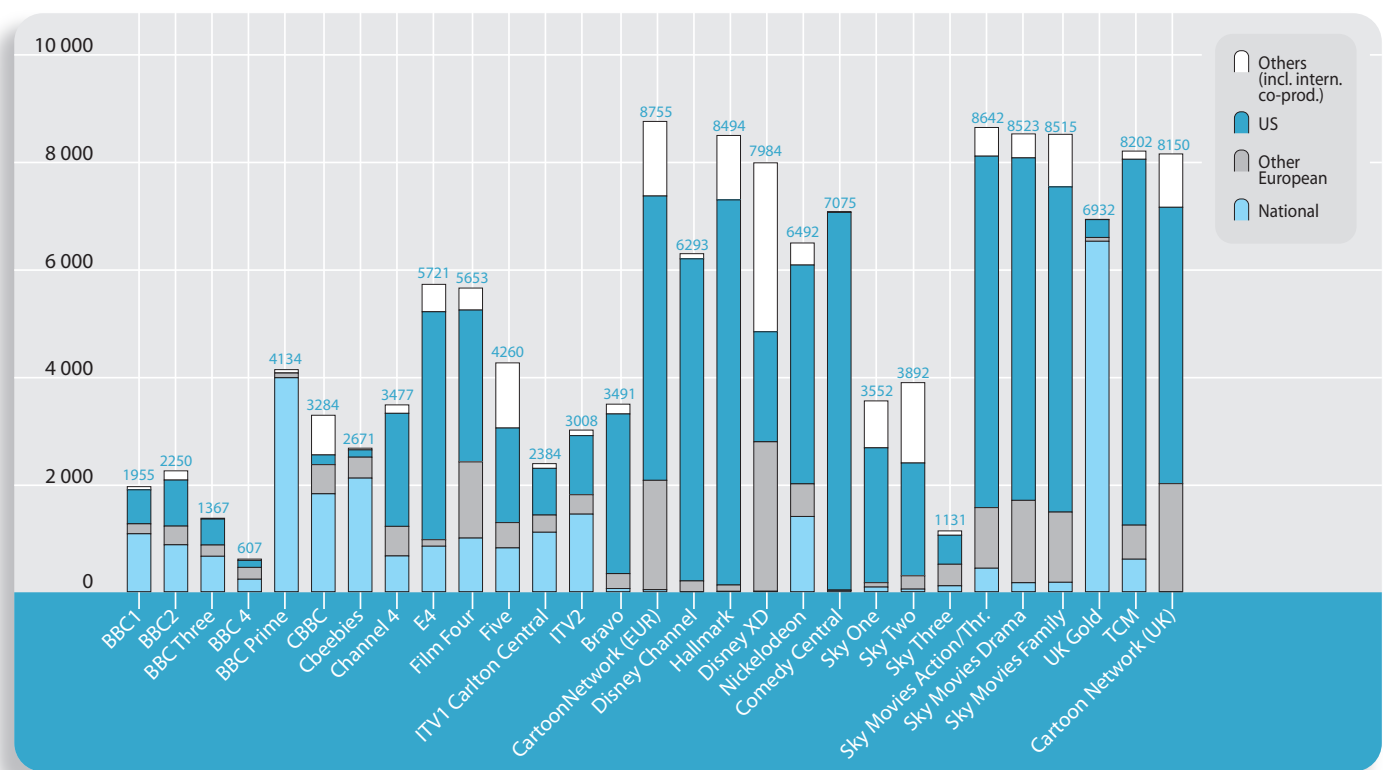
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	Other EUR	Co-prod. EUR-EUR	Co-prod. EUR-Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
BBC1	1.3	0.0	13.4	1077.5	0.0	1.9	29.9	139.4	43.5	633.5	1.5	10.8	0.0	2.8
BBC2	8.7	3.7	23.9	872.3	0.0	6.8	77.2	228.1	92.3	857.0	8.3	60.1	0.0	11.4
BBC Three	0.0	0.0	0.0	658.4	0.0	0.0	3.5	206.4	15.8	482.8	0.0	0.0	0.0	0.0
BBC 4	3.8	3.6	40.2	231.0	6.2	46.8	46.6	73.5	0.0	130.4	0.0	0.0	12.5	12.1
BBC Prime	0.0	0.0	0.0	3982.4	0.0	3.7	0.0	83.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	64.2
CBBC	0.0	0.0	102.5	1821.9	0.0	14.8	357.1	68.6	283.6	180.8	0.0	454.9	0.0	0.2
Cbeebies	0.0	0.0	73.3	2113.8	0.0	0.0	62.8	254.0	5.5	136.0	16.6	9.5	0.0	0.0
Channel 4	5.0	1.8	4.7	664.8	0.0	0.4	34.2	504.7	66.8	2104.5	9.8	10.8	1.8	68.3
E4	0.0	0.0	0.0	845.5	0.0	0.0	3.9	117.9	475.3	4244.1	23.3	6.0	0.0	5.3
Film Four	5.8	15.3	32.5	997.6	8.4	90.5	199.3	1066.4	146.3	2827.1	4.2	20.2	126.0	113.0
Five	0.0	0.0	2.6	814.3	10.0	0.0	86.8	372.2	373.8	1760.7	74.6	736.3	0.0	28.5
ITV1 Carlton Central	1.4	0.0	0.0	1105.8	0.0	10.3	47.4	261.8	76.2	869.0	3.3	1.8	0.0	6.8
ITV2	0.0	0.0	0.0	1443.1	0.0	0.0	39.4	322.3	102.9	1100.4	0.0	0.0	0.0	0.0
Bravo	0.0	0.0	0.0	58.5	0.0	0.0	2.0	275.8	175.3	2972.4	0.0	1.8	0.0	5.0
CartoonNetwork (EUR)	0.0	0.0	285.8	36.3	0.0	391.1	0.0	1359.5	1062.3	5293.7	294.8	0.0	0.0	31.3
Disney Channel	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	105.8	94.3	26.6	5996.8	67.7	0.0	0.0	1.6
Hallmark	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0	0.0	34.0	84.3	581.5	7169.8	187.0	413.0	0.0	18.0
Disney XD	0.0	0.0	1006.0	7.5	0.0	0.0	412.0	1365.0	98.7	2048.4	1256.7	0.0	1789.8	0.0
Nickelodeon	0.0	0.0	147.0	1399.9	0.0	0.0	89.5	370.9	36.5	4073.8	0.0	259.8	0.0	114.5
Comedy Central	0.0	0.0	0.0	23.3	0.0	0.0	0.0	6.0	0.0	7031.6	11.3	0.0	0.0	2.4
Sky One	0.0	0.0	0.0	85.4	0.0	0.0	0.0	82.2	747.5	2510.4	114.0	0.0	0.0	12.2
Sky Two	1.0	0.0	0.0	47.2	0.0	0.0	0.0	247.0	1355.4	2100.2	111.2	0.0	0.0	29.8
Sky Three	0.0	0.0	0.0	109.1	0.0	0.0	0.0	400.8	14.0	539.8	58.8	0.0	0.0	8.8
Sky Movies Action/Thriller	0.0	0.0	10.6	435.8	0.0	0.0	53.4	1064.7	394.4	6543.2	71.3	0.0	0.0	68.6
Sky Movies Drama	7.3	0.0	44.1	166.4	108.2	0.0	300.6	1073.8	300.5	6376.3	97.7	32.9	0.0	15.8
Sky Movies Family	10.3	0.0	46.8	174.2	0.0	9.0	152.3	1089.4	676.4	6054.9	216.8	3.2	0.0	81.7
UK Gold	0.0	0.0	0.0	6522.9	0.0	0.0	0.0	71.5	4.8	332.3	0.0	0.0	0.0	0.0
TCM	0.0	0.0	0.0	604.1	0.0	0.7	29.1	604.8	149.7	6811.3	0.0	2.0	0.0	0.9
Cartoon Network (UK)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2011.0	814.3	5145.1	138.5	0.0	0.0	41.0
Total	44.4	24.4	1833.3	26304.6	132.8	575.9	2166.7	13899.6	8119.7	86326.4	2767.2	2022.9	1930.1	744.1

In hours.

Source: Infomedica



T.1GB.9

The 25 leading TV production companies in the United Kingdom

2006-2009 Operating revenues in GBP million.

Rank	Companies	Genre	2006	2007	2008	2009	2009/08
1	All3Media Holdings Ltd ¹	Fiction, entertainment, sports	-	229.8	370.2	366.0	-1.1%
<i>p.m.</i>	Lime Pictures Ltd	Fiction	32.4	32.3	36.1	45.4	25.8%
<i>p.m.</i>	North One Television Ltd	Entertainment, sports	37.1	29.7	33.9	25.6	-24.5%
<i>p.m.</i>	Bentley Productions	Fiction	18.4	22.1	23.8	22.3	-6.3%
<i>p.m.</i>	Cactus TV Ltd	Entertainment	19.2	11.4	9.8	12.7	29.6%
<i>p.m.</i>	Lion Television Ltd	Entertainment, documentary	19.7	26.7	16.1	11.4	-29.2%
2	ITV Studios	Entertainment, fiction	~	386.2	415.9	365.3	-12.2%
3	FremantleMedia Group Ltd	Entertainment, fiction, factual	234.3	233.1	276.6	272.6	-1.4%
4	Shine Ltd	Fiction, entertainment, factual, features	22.9	92.0	238.7	257.9	8.0%
5	Endemol UK PLC	Entertainment, fiction, documentary	173.6	158.7	170.1	157.2	-7.6%
6	Associated Press Television News Ltd	News	55.7	59.3	129.5	125.0	-3.5%
7	Independent Television News	News	98.7	99.7	105.4	98.5	-6.5%
8	Shed Media PLC ²	Fiction, children, factual	43.5	63.1	81.9	92.6	13.1%
9	IMG Media (former TWI (UK) Ltd)	Sports	98.6	87.1	87.9	~	~
10	Brighter Pictures	Entertainment	53.4	62.9	71.6	71.7	0.1%
11	Tinopolis Ltd	Entertainment, fiction, sport, animation	~	~	67.6	65.8	-2.7%
<i>p.m.</i>	Sunset & Vine Productions ³	Sports	20.3	23.0	24.8	25.4	2.4%
12	Zodiak Media Ltd (former RDF Media Ltd)	Fiction, entertainment, documentary	50.7	52.8	60.3	56.8	-5.8%
<i>p.m.</i>	IWC Media Ltd	Fiction, documentary, entertainment	13.0	12.3	13.2	13.1	-0.8%
13	Tiger Aspect Productions Ltd ⁴	Fiction, documentary, entertainment	46.5	81.4	50.0	44.6	-10.8%
14	DCD Media	Fiction,	13.3	26.8	34.0	34.5	1.5%
15	Gullane (Thomas) Ltd	Animation, children	16.1	19.5	22.4	31.0	38.4%
16	Avalon Entertainment Ltd	Fiction, entertainment	-	~	29.1	28.6	-1.7%
<i>p.m.</i>	Avalon Television Ltd	Fiction, entertainment	22.8	23.6	25.1	18.6	-25.9%
17	Twofour Group Ltd	Fiction, entertainment, factual	12.6	21.5	28.6	24.4	-14.7%
18	Carnival Films and Television Ltd ⁵	Fiction	17.1	19.4	23.2	~	~
19	Hit Entertainment Ltd	Animation	20.5	23.2	25.6	21.7	-15.2%
20	Company Television Productions Ltd	Fiction	4.8	8.9	18.5	21.7	17.3%
21	Ricochet Productions		12.3	15.9	19.5	21.7	11.3%
22	Optomen Television Ltd	Entertainment	11.2	21.7	19.7	22.3	13.2%
23	Boomerang Plus PLC	Fiction, entertainment, music	10.6	21.1	20.0	~	~
24	Hat Trick Holdings Ltd	Fiction	23.3	24.3	21.2	19.6	-7.5%
25	Darlow Smithson Productions	Documentaries	11.0	17.5	17.7	~	~

¹ ALL3MEDIA is a company created in 2003 through a GBP 45 million management buy-in of the former Chrysalis TV Group. The companies within the Group are Assembly TV, Bentley Productions, Cactus TV, Lion Television, Mersey Television (since June 2005), North One Television in the UK, IDTV in the Netherlands, South Pacific Pictures in New Zealand and Lion Television in the USA.

Source: European Audiovisual Observatory

In August 2006, Permira Europe III Fund belonging to the group acquired the All3Media Group.

2007 over 11 months.

² 2007 over 16 months.

³ 2006 over 9 months.

⁴ 2007 over 17 months.

⁵ 2006 over 18 months.

The Greek audiovisual market is characterised by the strength of the private channels (Mega, ANT1, Alpha TV, Star and Alter) compared with the public channels of the broadcaster ERT (ET1, ET3 and NET). MEGA still had the largest audience share in 2009 and is even widening the gap with ANT1, increasing its daily audience share to 19.8% (+ 1.5 percentage points compared with 2008) whereas its rival only commands 14.8%. Following these in audience share terms are three other private channels: Alpha TV (RTL group), Alter and Star Channel, all with a market share of between 10 and 13%. The first public channel, NET, is only in sixth position with 9.4%, followed by the two other public channels ET3 and ET1, with less than 4% each.

The market is thus overwhelmingly dominated by the incumbent terrestrial channels. In the absence of a cable network, multi-channel packages are either few and far between or were launched very recently, and over 80% of homes still rely on the terrestrial broadcasting infrastructure.

Terrestrial television services were still mainly delivered by analogue transmission at the end of 2009 and only a minority of Greek households were equipped for digital terrestrial reception. However, the transition to digital terrestrial television (DTT) began in 2006 with the start of a pilot service by ERT, but it took three years before the launch of the free-to-air private digital terrestrial platform, which is operated by DIGEA. This is a consortium made up of the country's principal broadcasters (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel and Skai TV).

At the end of 2010, ERT was operating a multiplex that transmits, in MPEG-2 format, its three exclusively digital channels (Prisma+, Ciné+ and Sport+) and the Cypriot public channel RIK Sat. The launch of a second multiplex operated by ERT and broadcasting in MPEG-4 format is expected in the near future. DIGEA operates two multiplexes, in MPEG-4 format, and broadcasts the seven national private channels operated by the consortium members. The digital terrestrial transmission of regional and local channels began in the Aegean islands, where DIGEA operates two additional multiplexes that enable it to broadcast eight private local channels. In 2010, the National Council for Radio and Television (ESR) issued 89 licences for regional and local channels to broadcast on the DTT networks.

The Nova satellite package is Greece's main pay-TV platform. Nova claimed to have 362 700 subscribers in Greece and Cyprus at the end of 2009, with

Le marché audiovisuel grec est caractérisé par l'importance des chaînes privées (Mega, ANT1, Alpha TV, Star, Alter) par rapport aux chaînes publiques du radiodiffuseur ERT (ET1, ET3 et NET). MEGA demeure en tête des audiences en 2009 et creuse même l'écart par rapport à ANT1 puisque la chaîne progresse à 19,8 % de part de marché d'audience quotidienne (+ 1,5 point par rapport à 2008) alors que sa rivale ne réunit plus que 14,8 % de l'audience. Derrière se trouvent trois autres chaînes privées : Alpha TV (groupe RTL), Alter et Star channel, toutes entre 10 et 13 % de part de marché. La première chaîne publique, NET, n'arrive donc qu'en sixième position avec 9,4 % d'audience, suivie par les deux autres chaînes publiques ET3 et ET1 (chaque à moins de 4 %).

Le marché reste donc largement dominé par les chaînes terrestres historiques. De fait, en l'absence de réseau câblé, les offres multichaines sont peu nombreuses ou encore trop récentes et plus de 80 % des foyers reposent toujours sur les infrastructures de diffusion terrestre.

Les services de télévision transmis par voie terrestre le sont encore largement par voie analogique et à la fin de l'année 2009, seule une minorité des foyers grecs étaient équipés pour la réception numérique terrestre. La transition vers la télévision numérique terrestre (TNT) a été pourtant entamée dès 2006 avec l'inauguration d'un service pilote par l'ERT, mais il aura fallu attendre trois ans pour voir le lancement de la plateforme terrestre numérique privée gratuite, opérée par DIGEA. Ce consortium est formé par les principaux radiodiffuseurs privés du pays (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel et Skai TV).

A la fin de l'année 2010, ERT opère un multiplex qui diffuse, en MPEG2, ses trois chaînes exclusivement numériques (Prisma+, Ciné+ et Sport+) ainsi que la chaîne publique chypriote RIK Sat. Le lancement d'un second multiplex opéré par l'ERT, et diffusant en MPEG4, est attendu. DIGEA opère quant à lui deux multiplex, en MPEG4, et diffuse les sept chaînes privées nationales formant le consortium. La diffusion de chaînes régionales et locales par TNT a débuté dans les îles de la mer Egée où DIGEA opère deux multiplex additionnels qui lui permettent de diffuser huit chaînes privées locales. Le Conseil national de la radio et de la télévision (ESR) a émis en 2010 89 autorisations de diffusion sur les réseaux TNT pour des chaînes régionales et locales.

La bouquet satellite Nova représente la principale plate-forme de télévision payante en Grèce. Nova revendique 362 700 abonnés en Grèce et à Chypre à la fin de l'année 2009, dont environ 350 000 en Grèce, soit un peu plus de 9 %

Der griechische Markt ist dadurch geprägt, dass die privaten Fernsehsender (Mega, ANT1, Alpha TV, Star, Alter) wichtiger sind als die Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters ERT (ET1, ET3 und NET). MEGA konnte 2009 seine Position als Marktführer behaupten: Mit einer täglichen Zuschauerquote von 19,8 % (+1,5 % gegenüber dem Vorjahr) baute er seinen Vorsprung vor dem Konkurrenten ANT1 sogar aus, der nur noch auf 14,8 % kam. Auf den weiteren Plätzen folgten drei andere Privatsender: Alpha TV (RTL-Gruppe), Alter und Star Channel, alle mit einem Marktanteil zwischen 10 und 13 %. Der wichtigste öffentlich-rechtliche Sender, NET, belegte mit 9,4 % der Zuschauer nur den sechsten Platz vor den beiden anderen öffentlich-rechtlichen Programmen ET3 und ET1 (mit jeweils weniger als 4 %).

Der Markt wird also nach wie vor weitgehend von den etablierten terrestrischen Fernsehsendern beherrscht. Da es kein Kabelnetz gibt, sind Multikanalangebote zahlenmäßig begrenzt bzw. noch zu neu auf dem Markt, und über 80 % der Haushalte sind immer noch von der terrestrischen Verbreitungsinfrastruktur abhängig.

Die Übertragung der terrestrischen Fernsehdienste erfolgte noch weitgehend über analoge Signale und Ende 2009 verfügte lediglich eine Minderheit der griechischen Haushalte über die Geräte zum Empfang digitaler terrestrischer Signale. Dabei begann die Umstellung auf terrestrische Digitaltechnik (DVB-T) bereits 2006 mit einem von ERT betriebenen Pilotdienst, aber es dauerte noch drei Jahre, bis die von DIGEA betriebene frei empfangbare digitale terrestrische Plattform gestartet wurde. Hinter diesem Konsortium stehen die führenden privaten Rundfunkunternehmen des Landes (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel und Skai TV).

Ende 2010 betrieb ERT einen Multiplex, der seine drei rein digitalen Sender (Prisma+, Ciné+ und Sport+) sowie den zypriotischen öffentlich-rechtlichen Sender RIK Sat in MPEG-2 ausstrahlt. Mit dem Start eines zweiten von ERT betriebenen Multiplex im MPEG-4-Standard wird gerechnet. DIGEA betreibt zwei Multiplexe in MPEG-4 und verbreitet die sieben landesweiten Privatsender, die das Konsortium bilden. Die digitale terrestrische Ausstrahlung von Regional- und Lokalsendern hat auf den Inseln im Ägäischen Meer begonnen, wo DIGEA zwei weitere Multiplexe betreibt, mit denen acht private Lokalsender ausgestrahlt werden können. Im Jahr 2010 erteilte der Nationale Rundfunkrat (ESR) 89 Sende-lizenzen für Regional- und Lokalsender in den DVB-T-Netzen.

350 000 in Greece, implying it reaches just over 9% of Greek homes. The package is put together by Multichoice Hellas, which has been controlled by the Greek telecommunications group Forthnet SA since 2008.

The monopoly of Multichoice Hellas on the satellite pay-TV market in Greece is likely to be challenged. The satellite operator Hellas Sat SA received a licence in 2009 to provide a satellite pay-TV service. Hellas Sat is controlled by Hellenic Telecommunications (OTE), which among other things, also owns the Romanian satellite platform Dolce, and is itself 30% owned by Deutsche Telekom. The launch of this second Greek satellite package has been announced for December 2010.

ADSL television (IPTV) services have also been developing since 2007. In 2010, four platforms were in competition: Hellas online with Hol TV, Hellenic Telecommunications (OTE) with Conn-x TV, On Telecoms with On TV and Vivodi Telecommunications with its Cable TV package. Conn-x TV and Hol TV were launched in 2009.

The public service broadcaster ERT went through a difficult period in 2009 and 2010. Its president Christos Panagopoulos resigned in November 2009 and his successor Giorgos Gabritsos only remained in this post for about six months before himself resigning in the summer of 2010. A law was passed in September 2010 modifying several aspects of the governance of ERT. In addition, the findings of the Body of Inspectors of Public Administration, which is responsible for the internal inspection of the administration, were submitted to the Minister of Culture and Tourism. They revealed several sources of inefficiency and, indeed, irregularities in the management of ERT during the last few years.

In October 2010, the European Court of Justice ruled that the penalties imposed on shareholders of public limited companies operating television stations were contrary to the principles of freedom of establishment and of the free movement of capital.

The Directive AVMS was transposed by decree the 5th November 2010.

des foyers grecs. Le bouquet est édité par Multichoice Hellas, qui est contrôlé depuis 2008 par le groupe grec de télécommunication Forthnet SA.

Le monopole de Multichoice Hellas sur le marché de la télévision payante par satellite en Grèce est susceptible d'être remis en cause. En effet, l'opérateur satellite Hellas Sat SA a reçu en 2009 une autorisation pour délivrer un service de télévision à péage par satellite. Hellas Sat est contrôlé par Hellenic Telecommunications (OTE), qui détient entre autres la plate-forme satellite roumaine Dolce, et est elle-même possédée à 30 % par Deutsche Telekom. Le lancement de ce second bouquet satellite grec a été annoncé pour décembre 2010.

Depuis 2007 se développent aussi des offres de télévision par ADSL (IPTV). En 2010, quatre plates-formes entrent en concurrence : Hellas online avec Hol TV, Hellenic Telecommunications (OTE) avec Conn-x TV, On Telecoms avec On TV et Vivodi Telecommunications avec son bouquet Cable TV. Parmi ces offres, Conn-x TV et Hol TV ont été lancées en 2009.

Le radiodiffuseur de service public ERT a traversé une période difficile en 2009 et 2010. Son président Christos Panagopoulos a démissionné en novembre 2009, et son successeur Giorgos Gabritsos n'est resté qu'environ six mois en place pour démissionner lui aussi au cours de l'été 2010. Une loi a été adoptée en septembre 2010 modifiant à plusieurs égards le mode de gouvernance d'ERT. Par ailleurs, un contrôle mené par l'Organe d'inspection de l'administration publique, un service d'inspection interne de l'administration, et remis au ministère de la Culture et du Tourisme, a révélé plusieurs sources d'inefficacité, voire d'irrégularités dans la gestion d'ERT au cours des dernières années.

En octobre 2010, la Cour de justice de l'Union européenne a rendu un arrêt estimant que les sanctions infligées aux actionnaires des sociétés anonymes exploitants des chaînes de télévision étaient contraires aux principes de liberté d'établissement et de libre circulation des capitaux.

La Directive SMAV a été transposée par un décret adopté le 5 novembre 2010.

Das Satellitenbouquet Nova ist die wichtigste Bezahlfernsehplattform in Griechenland, die Ende 2009 nach eigenen Angaben 362 700 Abonnenten in Griechenland und Zypern hatte, davon etwa 350 000 in Griechenland, womit knapp über 9 % der griechischen Haushalte erreicht wurden. Das Bouquet wird von Multichoice Hellas betrieben, einem Unternehmen, das seit 2008 von der griechischen Telekommunikationsgruppe Forthnet SA kontrolliert wird.

Das derzeitige Monopol von Multichoice Hellas auf dem griechischen Satelliten-Pay-TV-Markt könnte allerdings in Gefahr geraten. Denn der Satellitenbetreiber Hellas Sat SA erhielt 2009 eine Lizenz für einen satellitengestützten Bezahlfernsehdienst. Hellas Sat wird von Hellenic Telecommunications (OTE) kontrolliert, einem Unternehmen, dem unter anderem die rumänische Satellitenplattform Dolce gehört und das selbst zu 30 % im Besitz der Deutschen Telekom ist. Der Start dieses zweiten griechischen Satellitenbouquets wurde für Dezember 2010 angekündigt.

Seit 2007 gibt es auch zunehmend Anbieter für DSL-Fernsehen (IPTV). 2010 standen vier Plattformen im Wettbewerb: Hellas online mit Hol TV, Hellenic Telecommunications (OTE) mit Conn-x TV, On Telecoms mit On TV sowie Vivodi Telecommunications mit seinem Bouquet Cable TV. Von diesen Angeboten sind Conn-x TV und Hol TV erst 2009 auf Sendung gegangen.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter ERT befand sich 2009 und 2010 in einer schwierigen Phase. Sein Präsident, Christos Panagopoulos, erklärte im November 2009 seinen Rücktritt und auch sein Nachfolger Giorgos Gabritsos legte nach nur etwa sechs Monaten im Sommer 2010 sein Amt nieder. Im September 2010 wurde ein Gesetz verabschiedet, das die Unternehmensführung von ERT in vielerlei Hinsicht ändert. Zudem hat ein dem Minister für Kultur und Tourismus vorgelegter Prüfbericht eines Aufsichtsgremiums zur internen Kontrolle der öffentlichen Verwaltung mehrere Fälle von Ineffizienz und Unregelmäßigkeiten im ERT-Management der vergangenen Jahre festgestellt.

Im Oktober 2010 stellte der Europäische Gerichtshof in einem Urteil fest, dass die Sanktionen für Anteilseigner von Aktiengesellschaften, die Fernsehunternehmen betreiben, die Grundsätze der Niederlassungsfreiheit und des freien Kapitalverkehrs verletzen.

Am 5. November 2010 wurde eine Gesetzesverordnung zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) erlassen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	11 295	Eurostat
Households		–	4 318	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		99.0%	4 275	Greek Observatory for IS / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		0%	0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		0%	0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		11.3%	488	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		7.4%	319	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		3.7%	160	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		9.3%	400	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		20.4%	879	European Audiovisual Observatory
Households with PC		45.1%	1 947	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		35.3%	1 523	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	112	Screen Digest

TV channels distributors	10.10	Companies
Cable operators	0	
Satellite packagers	1	Multichoice Hellas (Nova)
IPTV packagers	4	Hellas on Line (hol), Hellenic Telecommunication Organisation, ON Telecoms, Vivodi
DTT multiplex operators and packagers	2	Digea, ERT
Mobile phone TV packagers	3	Cosmote, Vodafone, Wind

TV channels established in the country by kind of transmission	10.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		7	8	15
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	32	34
Regional/Local			134	134
Regional/local windows				
Channels targeting foreign markets			10	10
Total		9	184	193
Foreign channels targeting the country		2	12	14

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Analogue terrestrial	Free digital terrestrial	Satellite Multichoice Hellas Nova	IPTV On Telecoms On TV	IPTV OTE Conn-x TV
Generalist - national		5	6	6	8	3
Generalist - foreign			1	1	4	
Adult				3	1	3
Children				4	3	3
Culture/ education/ documentary				1	1	4
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		1	1	5	7	5
Film			1	4	1	2
Home shopping						
International linguistic and cultural				3	2	0
Lifestyle/ specific leisure/ travel				3	2	4
Music				5	3	3
News/ business		1	1	19	9	9
Parliament/ government/ administration		1		1	0	0
Regional/ local		1	1	2	5	2
Religion						
Sports			1	35	6	9
Various				3	0	0
Total		9	12	95	52	47

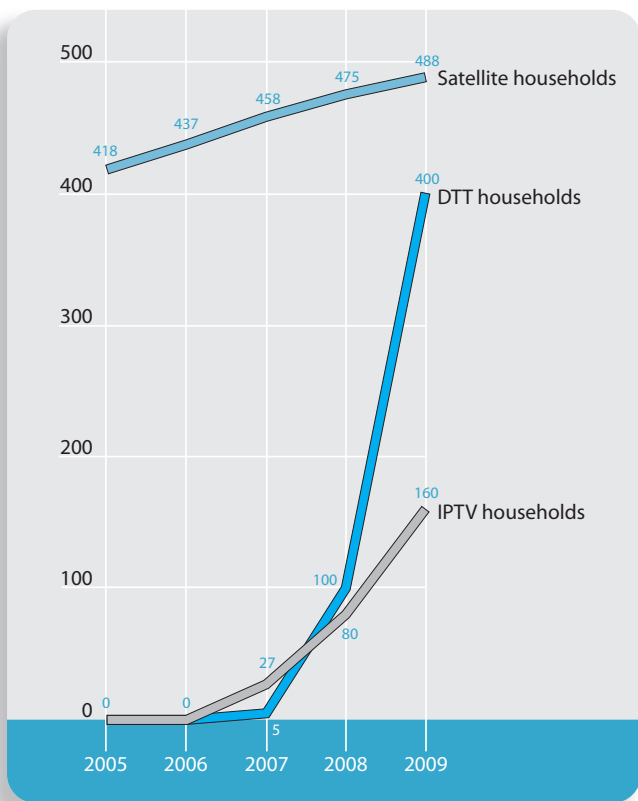
① In addition 89 local stations were granted DTT licences to be broadcast in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

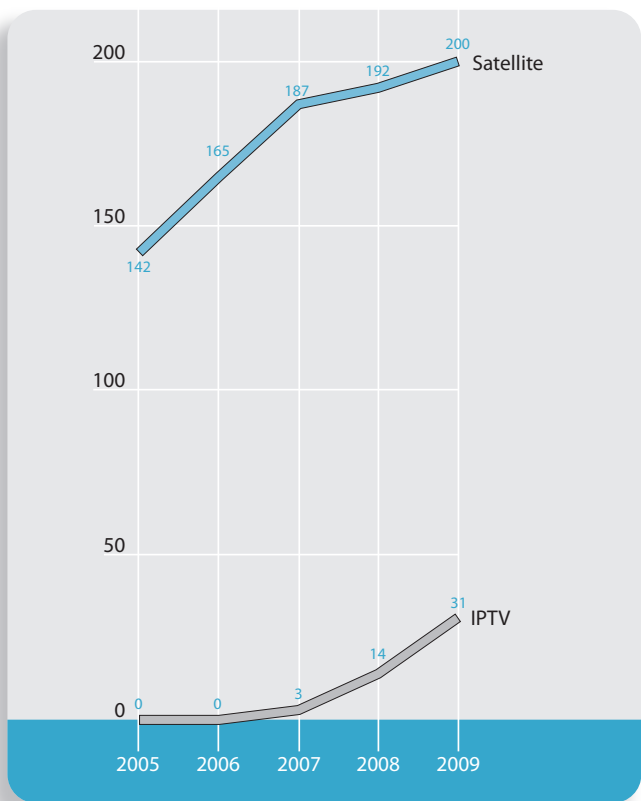
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

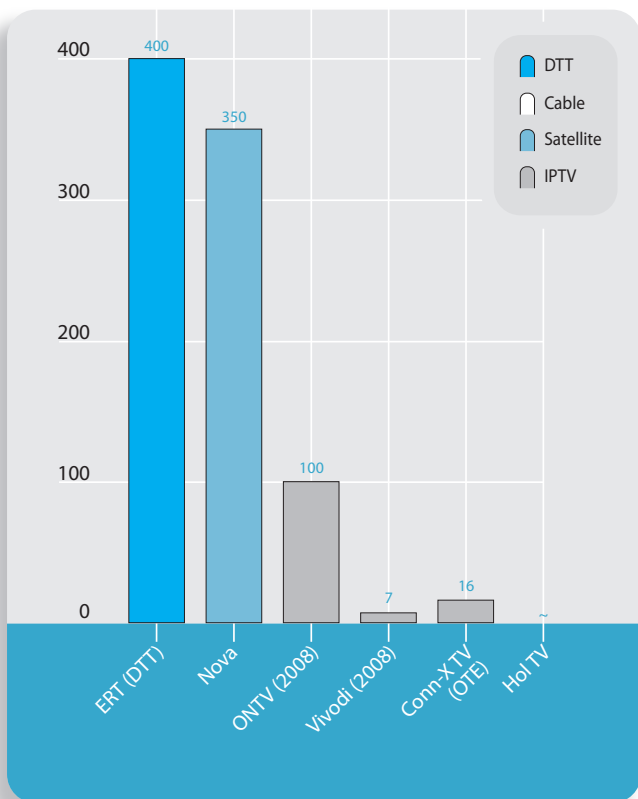
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

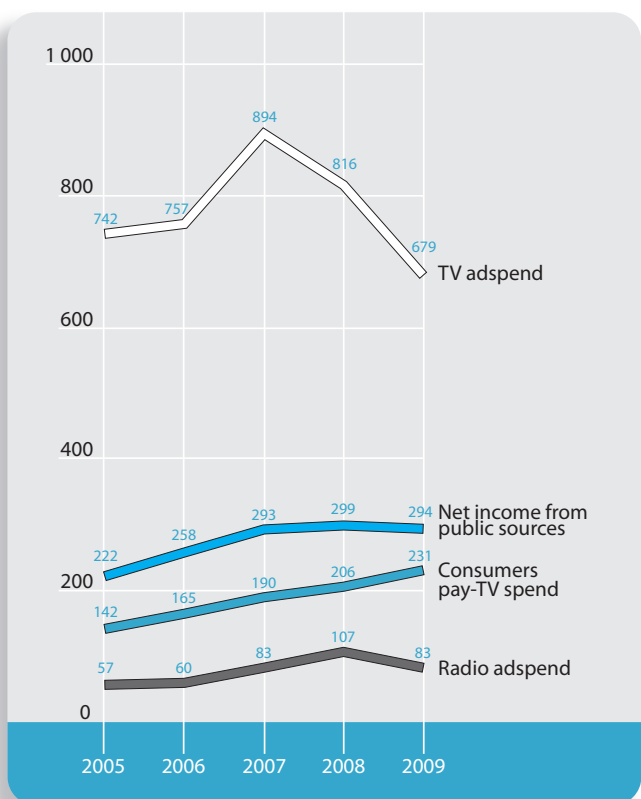
In thousands.



Source: IOM, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and IOM.

AL
AT
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LT
LU
LV
MK
MT
NL
NO
PL
PT
RO
RU
SE
SI
SK
TR

T.1.GR.1
G.1.GR.1

Operating revenues of television companies in Greece

2006-2009 EUR million.

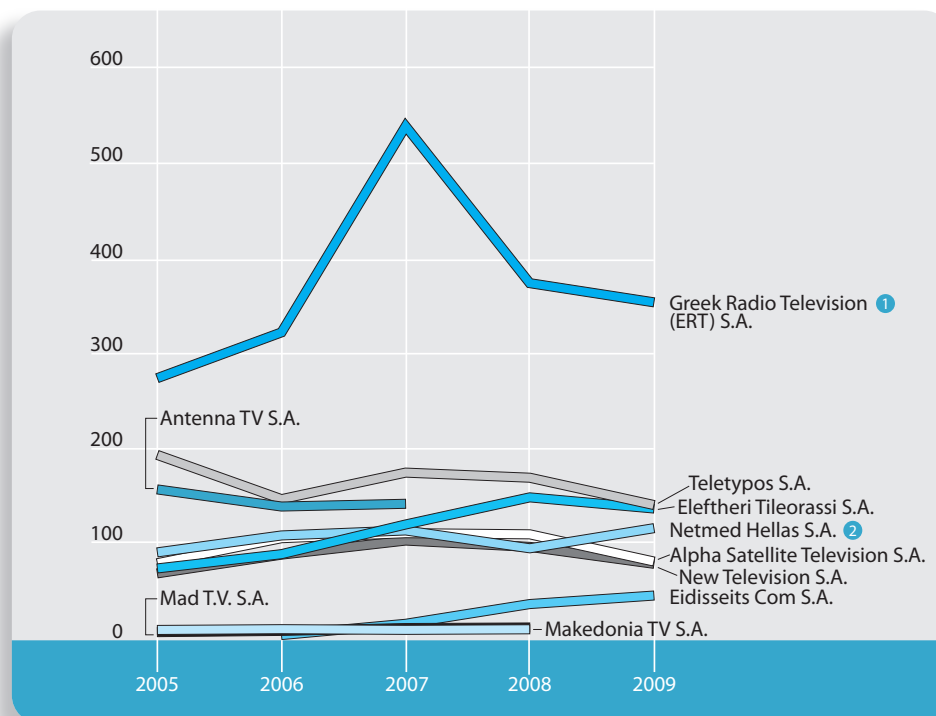
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Greek Radio Television (ERT) S.A. ^①	sptv	ET 1, NET, ET 3	321.9	540.1	374.0	353.7	-5.4%
Antenna TV S.A.	adtv	ANT 1	137.6	140.5	~	~	~
Teletypos S.A.	adtv	Mega	145.4	173.5	168.1	139.2	-17.2%
Eleftheri Tileorassi S.A.	adtv	Kanali 5	87.2	118.6	147.3	135.5	-8.1%
Netmed Hellas S.A. ^②	paytv	Filmnet Hellas	107.0	112.3	93.4	114.7	-
Alpha Satellite Television S.A.	adtv	AlphaTV	104.1	109.4	108.2	79.4	-26.6%
New Television S.A.	adtv	Star Channel	86.7	101.6	94.9	77.0	-18.9%
Eidisseits Com S.A.	adtv	Skai TV	1.6	13.5	34.4	43.4	26.3%
Mad T.V. S.A.	thtv	Mad TV	6.0	9.0	9.6	~	~
Makedonia TV S.A.	adtv	Makedonia TV	7.8	7.1	7.7	~	~
Jeronymo Groovy	rtv	Jeronymo TV	2.0	2.5	2.9	5.9	99.3%
Extra Communication Technology	rtv	Extra 3	5.1	4.4	3.9	~	~
Ikaros Radio Television Enterprises S.A.	rtv	-	3.3	3.6	3.8	3.5	-7.8%
TV Piraias	rtv	-	0.1	0.1	1.4	2.9	98.5%
City News S.A.	rtv	Tele City	1.8	1.6	1.9	2.0	4.7%
Rethymno TV	rtv	Nea TV	1.8	1.9	2.0	1.9	-6.7%
Star Channel Kentrikis Ellados S.A.	adtv	Star Channel	1.6	1.7	1.6	1.4	-13.8%

Main distributors		TV packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Hellenic Telecommunications Organization S.A. ^③	3play	Conn-x TV	2 764.3	2 682.7	2 589.7	2 412.4	-6.8%
Cosmote Mobile Telecommunications Services S.A. ^③	3G TV	i-mode	1 631.2	1 736.1	1 843.6	1 908.4	3.5%
Vodafone - Panafon Hellenic Telecommunication company ^③	3G TV	Live!	1 781.7	1 682.9	1 517.0	~	~
ON Telecoms ^③	3play	ON TV	165.0	168.3	182.7	207.2	13.4%
Multichoice Hellas S.A. ^②	sat-tv	Nova	185.0	190.7	148.1	193.7	-
Hellas Online S.A. ^③	3play	Hol TV	4.7	44.3	108.3	150.0	38.6%
Wind Hellas Telecommunications ^③	3G TV	-	118.9	114.2	~	~	~
Vivodi telecommunications S.A. ^③	3play	Vivodi TV	40.3	36.7	38.6	26.8	-30.6%

^① To 30 June, until 2006. 2007 over 18 months.^② 2008 on 9 months.^③ Includes other activities (telecommunications).

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



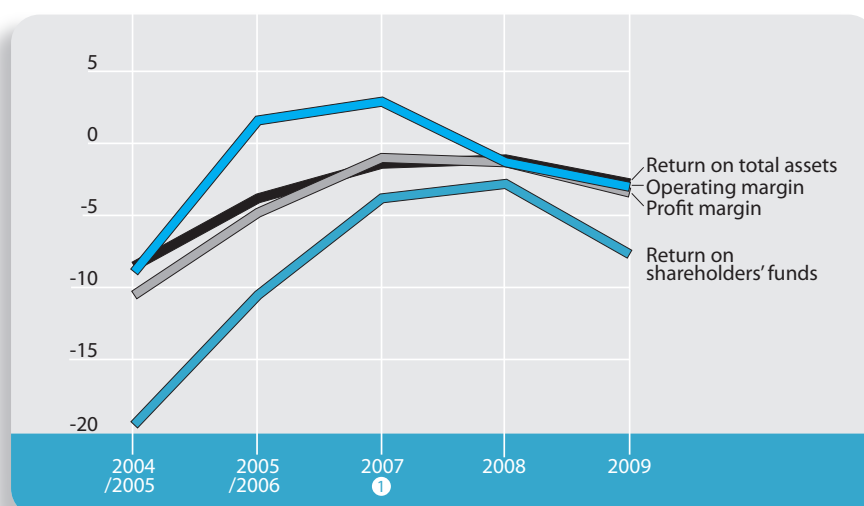
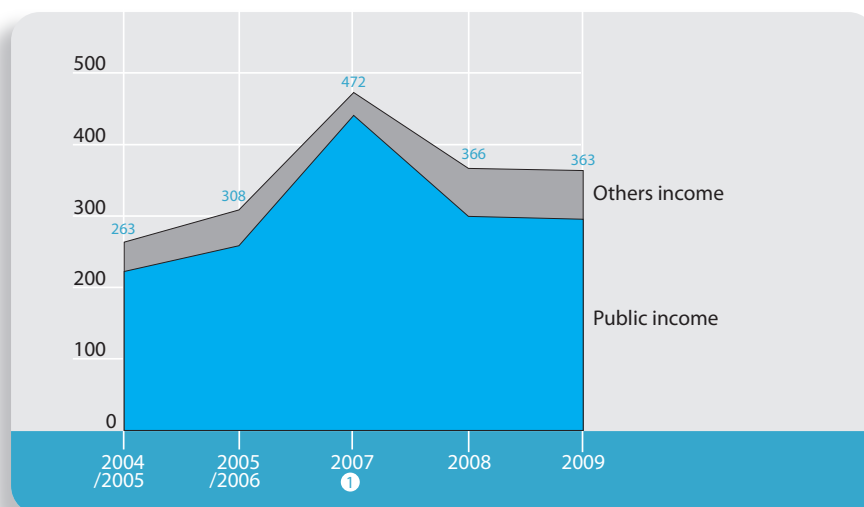
T.1.GR.2
G.1.GR.2ERT financial situation
2005-2009 EUR million.

Income	2005 /2006	① 2007	2008	2009	2005 /2006	① 2007	2008	2009	2009/08
Total public income	258.0	440.0	299.0	295.0	83.8%	93.3%	81.7%	81.2%	-1.4%
- Tax on electricity bill	258.0	440.0	299.0	290.0	83.8%	93.3%	81.7%	79.8%	-3.0%
- Grants				5.0				1.4%	
Commercial revenues	~	~	~	50.0	~	~	~	13.8%	~
- Sponsoring	~	~	~	47.0	~	~	~	12.9%	~
- Sales of programmes	~	~	~	3.0	~	~	~	0.8%	~
Others income	50.0	31.5	67.0	18.3	16.2%	6.7%	18.3%	5.0%	-72.7%
Total income	308.0	471.5	366.0	363.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.7%
Operating revenues	321.9	540.1	374.0	353.7					-5.4%

Expenditure	2005 /2006	① 2007	2008	2009	2005 /2006	① 2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	~	~	~	171.3	~	~	~	47.0%	~
Costs of personnel	~	~	~	162.0	~	~	~	44.5%	~
Depreciation	48.5	73.4	28.7	31.1	15.3%	14.0%	7.6%	8.5%	8.5%
Total expenses	316.7	524.5	378.9	364.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-3.8%
Net result	-35.5	-24.0	-3.1	-18.2					488.5%
Operating margin (%)	1.6	2.9	-1.3	-3.0					

① On 18 months.

Source: IOM, AMADEUS, European Audiovisual Observatory

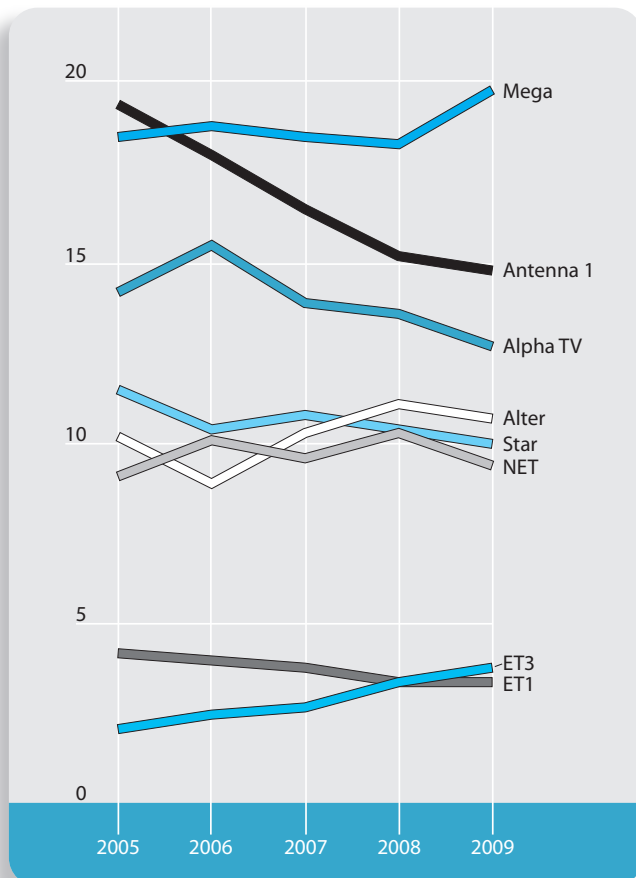


T.1.GR.3
G.1.GR.3TV audience market share in Greece
2005-2009 In %, 4 years +.

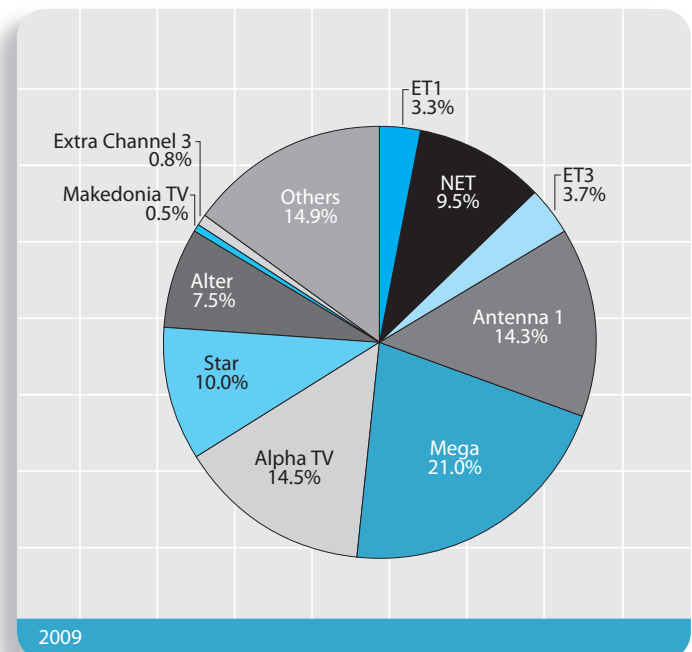
Channels	Daily share					Prime time (21:00-00:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
ET1	4.2	4.0	3.8	3.4	3.4	4.1	3.8	3.9	3.6	3.3
NET	9.1	10.1	9.6	10.3	9.4	10.4	10.4	9.7	11.1	9.5
ET3	2.1	2.5	2.7	3.4	3.8	1.9	2.2	2.5	3.4	3.7
Greek public channels	15.4	16.6	16.1	17.1	16.6	16.4	16.4	16.1	18.1	16.5
Antenna 1	19.4	18.0	16.5	15.2	14.8	20.8	18.4	15.0	13.7	14.3
Mega	18.5	18.8	18.5	18.3	19.8	20.5	22.8	22.5	20.0	21.0
Alpha TV	14.2	15.5	13.9	13.6	12.7	12.7	14.6	15.2	15.5	14.5
Star	11.5	10.4	10.8	10.4	10.0	11.1	9.5	10.0	9.7	10.0
Alter	10.2	8.9	10.3	11.1	10.7	7.7	6.6	7.6	8.0	7.5
Makedonia TV	0.9	0.7	0.7	0.5	0.4	1.1	1.0	0.9	0.6	0.5
Extra Channel 3	~	~	~	~	0.4	~	~	~	~	0.8
Mad TV (Greece)	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.1
Channel 9 (Athens)	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.1
Novacinema1	~	~	~	~	0.1	~	~	~	~	0.1
Novasports1	~	~	~	~	0.1	~	~	~	~	0.1
Main Greek private channels	74.7	72.3	70.7	69.1	69.4	73.9	72.9	71.2	67.5	69.0
Others	9.9	11.1	13.2	13.8	14.0	9.7	10.7	12.7	14.4	14.5

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (21:00-00:00). In %, 4 years +.



The Croatian television market is quite evenly balanced between the channels of the public service broadcaster, and the two main commercial channels. In 2009, the two main channels of the public broadcaster HRT had a combined share of 42.8% (a drop of almost 10% over the last three years). HTV1 is still the most popular channel. The main private channel RTL Televizija (RTL Group) had a share of 22.2% in 2009 (down 2% in the last three years). Nova TV (Central European Media Enterprises) continued to increase its share with 20.6% in 2009.

Terrestrial television is the most important mode of reception in Croatia. There has been a very rapid development of DTT in Croatia. Switch-over is taking place on a region by region basis and should be completed by December 2010. At the end of 2009 (according to Screen Digest) there were 140 000 DTT homes. By September 2010 there were an estimated 1 million DTT households in Croatia (Croatian government website). 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. By June 2010 more than 50% of Croatian households had access to digital television (Croatian government website).

The Croatian Post and Electronic Communications Agency (HAKOM) launched a tender for two DTT Multiplexes and the licenses were granted in April 2009 to the transmission company OiV. OiV also won the license for the Multiplex D in July 2010, which will carry a mix of national, and 14 regional and local channels. In January 2010, the business channel Kapital Network was given a temporary six-month licence for DTT. A tender was launched in June 2010 for new TV channels to be broadcast over DVB-T. DTT licences were granted in September 2010: one to Central European Media Enterprises, and one to the RTL group. A further tender for thematic channels may be launched at the end of 2010.

In June 2008, the public broadcaster HRT announced its intention to launch new services on the digital terrestrial platform. The plans to introduce a sports channel and a news channel were challenged by the private channels RTL Televizija and Nova TV at the end of 2008, claiming that there were no legal provisions for the granting of digital television concessions. These channels will not be introduced until after digital switch-over.

About 17% of households have 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 150 000 subscribers in June 2010), and other significant players are KDS,

Le marché télévisuel croate est assez équilibré entre les chaînes de service public et les deux principales chaînes commerciales. En 2009, les deux principales chaînes du radiodiffuseur de service public HRT ont une part cumulée de 42,8 % (en recul de presque 10 % sur les trois dernières années). HTV1 reste la chaîne la plus populaire. La principale chaîne privée RTL Televizija (groupe RTL) a une part de 22,2 % en 2009 (en recul de 2 % sur les trois dernières années). Nova TV (Central European Media Enterprises) poursuit sa progression avec une part de 20,6 % en 2009.

La télévision hertzienne est le principal mode de réception en Croatie. La TNT connaît un développement rapide dans le pays. Le passage au numérique s'effectue région par région et devrait être terminé en décembre 2010. Fin 2009 (selon Screen Digest), il y avait 140 000 foyers TNT en Croatie et 1 million en septembre 2010 (site Web du Gouvernement croate). Ce développement a été soutenu par une aide gouvernementale pour les récepteurs DVB-T, accessible à l'ensemble des ménages, indépendamment de leurs revenus. En juin 2010, plus de 50 % des ménages croates ont accès à la télévision numérique (site Web du Gouvernement croate).

L'HAKOM a lancé un appel d'offres pour deux multiplex TNT et les licences ont été accordées en avril 2009 à la société de transmission OiV. En juillet 2010, OiV a également remporté la licence pour le multiplex D qui comprendra des chaînes nationales et 14 chaînes régionales et locales. En janvier 2010, la chaîne d'information économique Kapital Network a reçu une licence temporaire de six mois pour la TNT. Un appel d'offres a été lancé en juin 2010 pour les nouvelles chaînes diffusées en DVB-T. Des licences TNT ont été accordées en septembre 2010 : une à Central European Media Enterprises et une autre au groupe RTL. Un autre appel d'offres pour les chaînes thématiques pourrait être lancé fin 2010.

En juin 2008, le radiodiffuseur public HRT a annoncé son intention de lancer de nouveaux services sur la plate-forme numérique terrestre. Son lancement de chaînes consacrées au sport et à l'information a été remis en cause, fin 2008, par les chaînes privées RTL Televizija et Nova TV, au motif de l'absence de disposition légale relative à l'octroi de licences pour la télévision numérique. Ces chaînes ne seront lancées qu'après le passage définitif au numérique.

Environ 17 % des ménages 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 câblo-opérateur est B.NET (avec 150 000 abonnés en juin 2010), et les autres acteurs importants sont

Der kroatische Fernsehmarkt zeichnet sich durch ein ungefähres Gleichgewicht zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und den zwei größten Privatsendern aus. 2009 erreichten die beiden Hauptsender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters HRT einen gemeinsamen Marktanteil von 42,8 % (beinahe minus 10 % in drei Jahren). HTV1 ist nach wie vor der beliebteste Sender. Der größte Privatsender RTL Televizija (RTL Group) kam 2009 auf einen Marktanteil von 22,2 % (ein Rückgang um 2 % in drei Jahren). Nova TV (Central European Media Enterprises) verzeichnet mit 20,6 % 2009 erneut einen Zuwachs.

In Kroatien ist das terrestrische Fernsehen die am meisten genutzte Empfangsart. Kroatien erlebt derzeit ein rasantes Wachstum des digitalen terrestrischen Fernsehens. Die Umstellung auf Digitalbetrieb erfolgt pro Region und dürfte bis Dezember 2010 abgeschlossen sein. Ende 2009 gab es (laut Screen Digest) 140 000 DVB-T-Haushalte. Bis Ende September 2010 war diese Zahl (laut Website der kroatischen Regierung) auf geschätzte eine Million Haushalte angestiegen. Unterstützt wurde diese Entwicklung auch durch staatliche Subventionen für DVB-T-Receiver, die alle Haushalte (und nicht nur Geringverdiener) in Anspruch nehmen konnten. Im Juni 2010 hatte über die Hälfte der Haushalte Zugang zum digitalen Fernsehen (Website der Regierung).

Die HAKOM hat eine Ausschreibung für den Betrieb von zwei DVB-T-Multiplexen durchgeführt und die Lizenzen hierfür im April 2009 dem Betreiber OiV zugesprochen. OiV hat im Juli 2010 auch die Lizenz für den Multiplex D erhalten, über den nationale sowie 14 regionale und lokale Sender ausgestrahlt werden sollen. Im Januar 2010 hat der Wirtschaftskanal Kapital Network eine auf sechs Monate befristete DVB-T-Lizenz erhalten. Im Juni 2010 wurde für neue TV-Kanäle über DVB-T eine Ausschreibung gestartet. Die DVB-T-Lizenzen wurden im September 2010 zugewiesen: eine an Central European Media Enterprises und eine an die RTL-Gruppe. Für Spartenkanäle könnte es Ende 2010 eine weitere Ausschreibung geben.

Im Juni 2008 hat der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter HRT seine Absicht angekündigt, auf der digitalen terrestrischen Plattform neue Dienste zu starten. Die geplante Einführung eines Sportkanals und eines Nachrichtenkanals wurde Ende 2008 von den Privatsendern RTL Televizija und Nova TV mit dem Argument gerichtlich angefochten, dass es noch keine Regelungen für die Vergabe von Digitalfernsehlizenzen gebe. Beide Kanäle werden nun erst nach

Kerman, Magic Telekom, and Optika Kabel TV. Over 30% of homes receive satellite services. The main satellite package in Croatia is the Digi TV package operated by the Romanian company RCS & RDS SA. The Bulgarian company Interaktivni Tehnologii AD also provides its Total TV satellite package in Croatia.

There has also been a rapid take-up of IPTV services (15% of homes at end of 2009). This is double the figure for the end of 2008. There are now 4 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 a total of 256 846 IPTV subscribers in June 2010. The other IPTV services are Metronet, and Optima (Optima Kabel TV).

The Electronic Media Act was amended in 2007 and made the Agency for Electronic Media an autonomous and independent legal entity. A further amendment came into force in July 2009, which regulated the issue of granting concessions for TV and radio services and the establishment of tenders for concessions. A new Electronic Media Law was passed in December 2009, which among other issues implemented the Audiovisual Media Services Directive. In the summer of 2010 there was much debate over a draft media law that deals public service broadcasting. The main opposition is from the commercial broadcasters as the law proposes that the PSB will continue to have both licence fee and commercial revenues.

KDS, Kerman, Magic Telekom et Optika Kabel TV. Plus de 30 % des foyers reçoivent des services par satellite. Le principal bouquet satellite en Croatie est Digi TV, géré par la société roumaine RCS & RDS SA. La société bulgare Interaktivni Tehnologii AD propose également son bouquet satellite Total TV en Croatie.

Les services IPTV ont également rapidement décollé (15 % des foyers fin 2009, soit deux fois plus que fin 2008). Désormais, 4 services IPTV sont présents sur le marché croate. Le principal opérateur est T-HT, filiale de Deutsche Telekom, qui possède le service MaxTV ainsi que le service IPTV proposé par sa filiale Iskon Internet. Elle revendique 256 846 abonnés IPTV en juin 2010. Les autres services IPTV sont Metronet et Optima (Optima Kabel TV).

La loi sur les médias électroniques, modifiée en 2007, fait de l'Agence pour les médias électroniques une entité juridique autonome et indépendante. Une autre modification est entrée en vigueur en juillet 2009, afin de réglementer l'octroi de concessions pour les services de télévision et de radio et l'établissement d'appels d'offres pour ces licences. Une nouvelle loi sur les médias électroniques a été adoptée en décembre 2009 ; elle transpose notamment la Directive Services de médias audiovisuels. À l'été 2010, un projet de loi sur les médias traitant de la radiodiffusion de service public a suscité un vif débat. Les radiodiffuseurs commerciaux s'y opposent car la loi permet au radiodiffuseur de service public de continuer à profiter à la fois de la redevance et de recettes commerciales.

der Umstellung auf Digitalbetrieb auf Sendung gehen.

Rund 17 % der Haushalte empfangen Kabelfernsehen. Es gibt über 20 Kabelnetzbetreiber und in den vergangenen Jahren hat es auf dem Markt eine gewisse Konsolidierungswelle gegeben. Größter Kabelnetzbetreiber ist B.NET (mit 150 000 Abonnenten im Juni 2010), zu den weiteren wichtigen Akteuren gehören KDS, Kerman, Magic Telekom und Optika Kabel TV. Über 30 % der Haushalte empfangen Satellitendienste. Das größte Sat-TV-Angebot in Kroatien ist das Paket Digi TV des rumänischen Betreibers RCS & RDS SA. Der bulgarische Betreiber Interaktivni Tehnologii AD bietet sein Satellitenpaket Total TV auch in Kroatien an.

Auch die Nutzung von IPTV-Diensten legt rapide zu (15 % der Haushalte Ende 2009). Dies sind doppelt so viele wie Ende 2008. Inzwischen gibt es auf dem kroatischen Markt vier 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 nach eigenen Angaben im Juni 2010 insgesamt 256 846 IPTV-Abonnenten. Die übrigen IPTV-Dienste sind Metronet and Optima (Optima Kabel TV).

Das Gesetz über elektronische Medien wurde 2007 geändert. In diesem Zusammenhang wurde die Agentur für elektronische Medien zu einer selbständigen und unabhängigen Behörde. Eine weitere Änderung ist im Juli 2009 in Kraft getreten. Mit ihr werden die Vergabe von Lizenzen für den Betrieb von Radio- und Fernsehdiensten sowie die Modalitäten für die entsprechenden Ausschreibungen geregelt. Im Dezember 2009 wurde ein neues Gesetz über elektronische Medien verabschiedet, mit dem unter anderem die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umgesetzt wurde. Im Sommer 2010 gab es eine breite Debatte über einen Mediengesetzentwurf zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Hauptgegner sind die kommerziellen Sender, die kritisieren, dass sich die öffentlich-rechtlichen Sender nach dem neuen Gesetz weiterhin sowohl über Rundfunkgebühren als auch über Werbung finanzieren dürfen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	4 426	Eurostat
Households		–	1 620	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.4%	1 578	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		8.9%	144	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		4.0%	64	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		26.4%	428	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		26.4%	428	European Audiovisual Observatory
IPTV subscription		15.4%	249	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T Receivers		8.6%	140	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		54.4%	881	European Audiovisual Observatory
Households with PC		55.0%	891	Croatian bureau of Statistics (2010) / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		53.9%	873	HAKOM

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	20	B.NET, KDS, Kerman, Magic Telekom, Optika Kabel TV, ...
Satellite packagers	2	Digi TV, Total TV
IPTV packagers	4	HT D.D. (Max TV), Iskon Internet, Metronet, Optima
DTT multiplex operator	1	Odašiljači Veze
Mobile phone TV packagers	1	VIPnet

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	3	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			17	17
Regional/Local			25	25
Regional/Local windows		20		20
Channels targeting foreign markets		1		1
Total		23	45	68
<i>Foreign channels targeting the country</i>			19	19

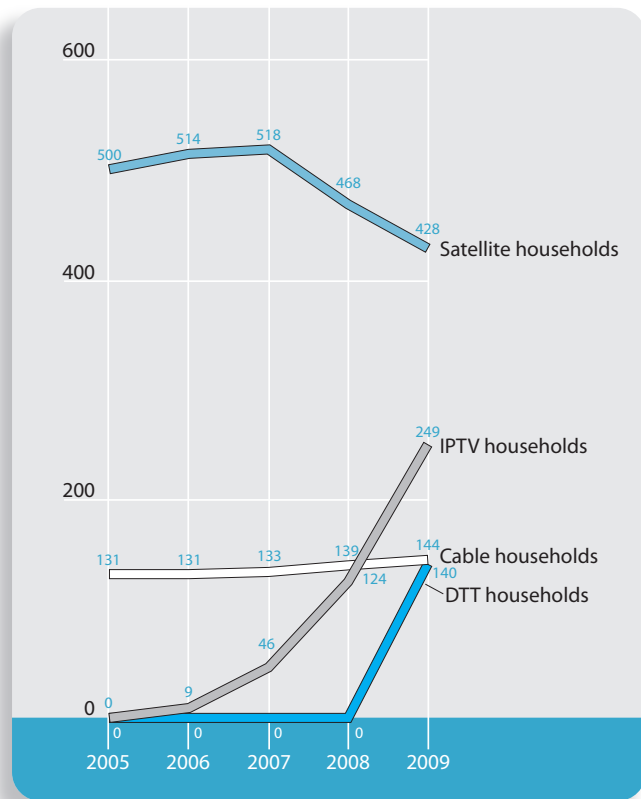
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	09.10	Digital terrestrial	Cable BT.net	Satellite Digi TV (full offer)	IPTV Max TV
Generalist - national		5	5	2	5
Generalist - foreign			15	26	13
Adult			5	2	7
Children			10	8	8
Culture/ education/ documentary			12	25	14
Minority interest groups			1		
Entertainment/ TV fiction/ games			14	34	14
Film			6	14	6
Home shopping					
International linguistic and cultural			1	2	2
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	6	6
Music			12	13	12
News/ business		1	6	11	12
Parliament/ government/ administration			1		1
Regional/ local			15	6	20
Religion			1	3	
Sports			12	20	13
Various			2	1	1
Total		6	124	173	134

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

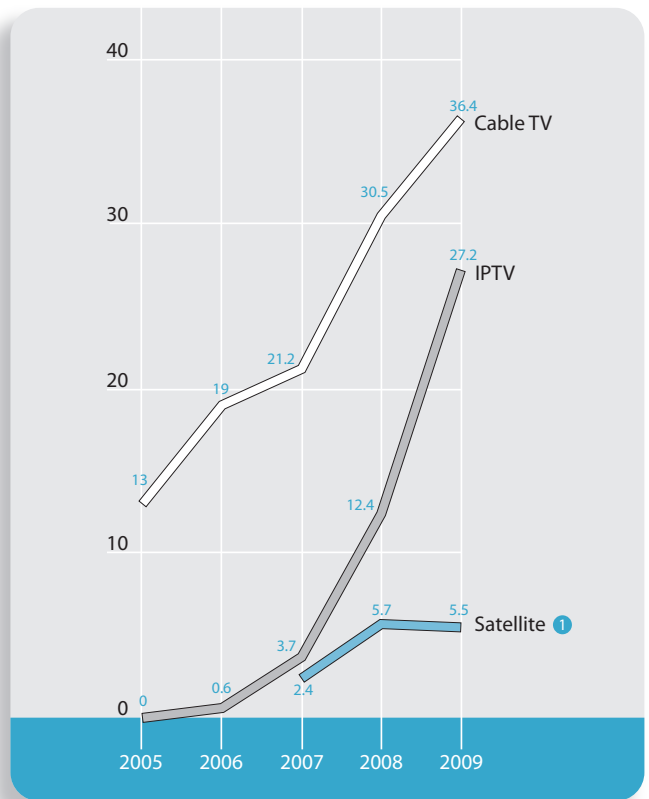
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

EUR million.

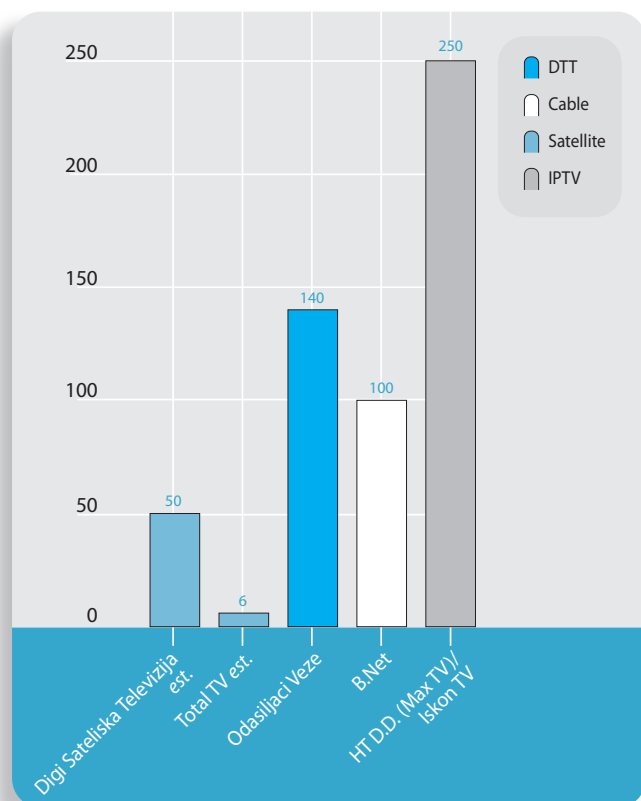


① Digi TV only.

Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

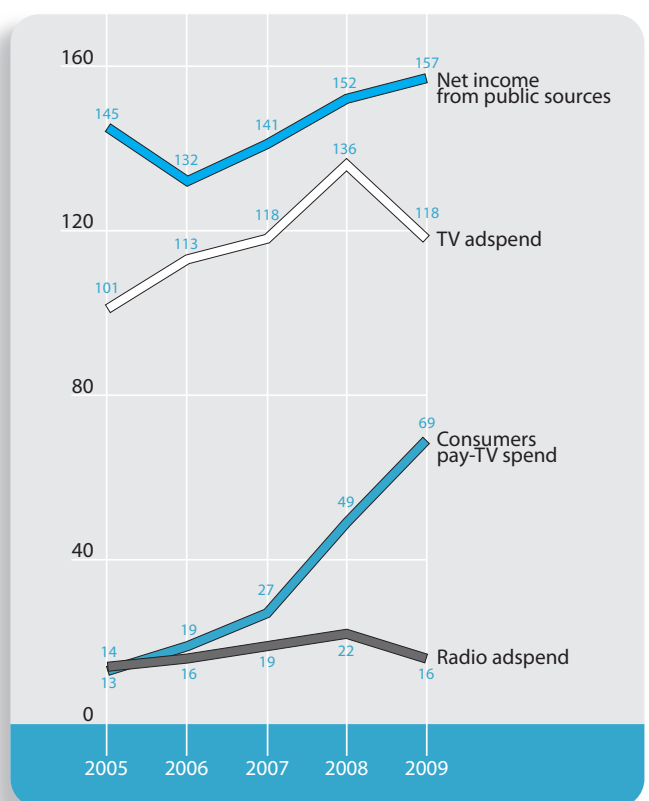
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and HRT

T.1.HR.1
G.1.HR.1

Operating revenues of main television companies in Croatia

2006-2009 HRK million.

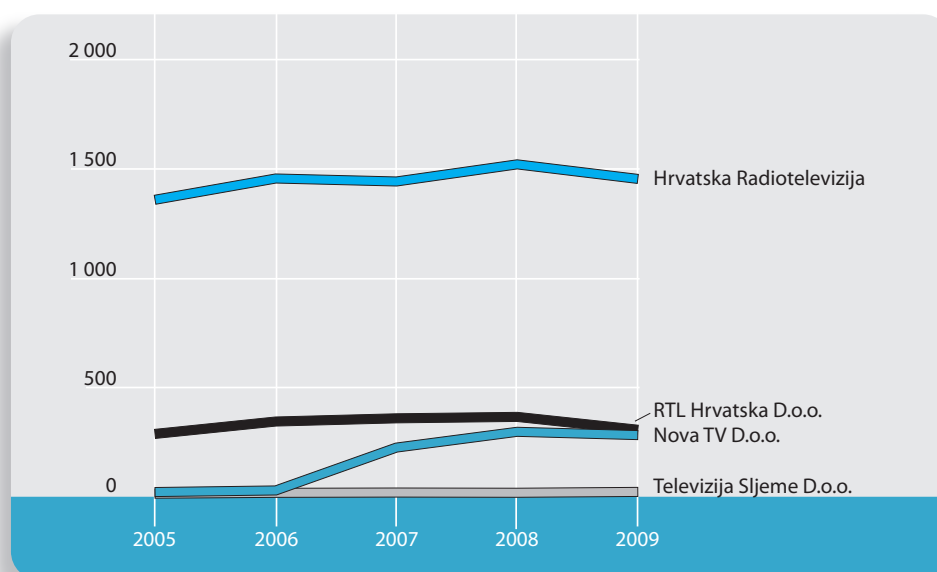
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Hrvatska Radiotelevizija	sptv	HRT-1. HRT-2. HRT-3	1 454.9	1 441.2	1 519.8	1 453.0	-4.4%
RTL Hrvatska D.o.o.	adtv	RTL Televizija	339.2	353.9	360.5	301.5	-16.4%
Nova TV D.o.o.	adtv	Nova TV	22.8	219.6	292.0	276.9	-5.2%
Televizija Sljeme D.o.o.	rtv	Televizija Sljeme - Z1	11.9	13.2	12.2	16.1	32.0%
Kanal Ri D.o.o.	rtv	Kanal RI	10.4	10.8	10.2	9.3	-8.8%
Televizija Slavonije i Baranj D.o.o.	rtv	Slavonska Televizija - STV	5.6	6.9	7.6	7.7	1.3%
Net D.o.o.	rtv	Net TV	9.6	11.5	10.2	7.4	-27.5%
Mijor D.o.o.	rtv	Cacovecka televizija	0.6	2.6	3.9	3.9	1.3%
TV Jadran D.o.o.	rtv	TV Jadran	2.4	3.8	3.1	2.6	-16.1%
Kapital Net D.o.o.	rtv	Kapital network	0.2	2.7	3.6	1.8	-50.0%

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
HT D.D. ①	3play	MaxTV	5 870.8	5 837.9	5 488.6	5 268.3	-4.0%
VIPnet D.o.o. ①	3G TV	Live TV	3 477.0	3 636.8	3 784.6	3 516.6	-7.1%
B.Net Hrvatska D.o.o. ①	3play	B.Net	55.9	54.6	126.0	163.4	29.7%
Digi Satelitska Televizija d.o.o.	sat-tv	Digi TV	-	14.7	33.7	33.1	-1.8%
KDS	CATV	KDS Cakovec	3.8	5.6	14.1	21.0	48.9%
Kerman D.o.o. ①	CATV	Kernet TV	16.1	14.1	13.9	12	-15.8%

① Includes telecommunications activities.

Source: European Audiovisual Observatory

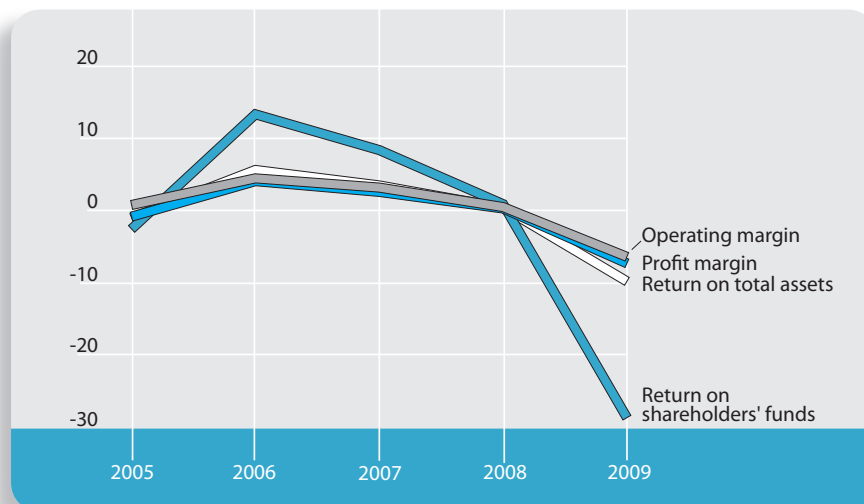
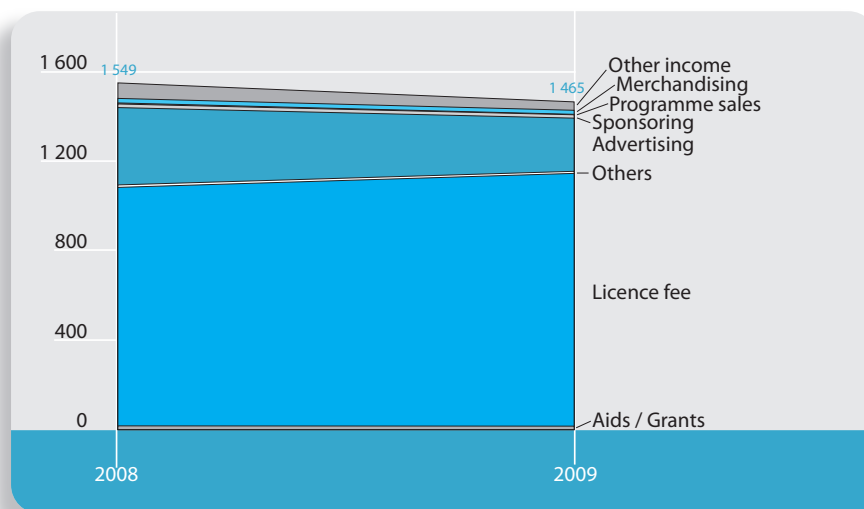
HRK million.



T.1.HR.2
G.1.HR.2HRT financial situation
2006-2009 HRK million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public income	~	~	1 093.3	1 154.2	~	~	70.6%	78.8%	5.6%
- Aids/Grants	~	~	16.4	15.2	~	~	1.1%	1.0%	-7.5%
- Licence fee	~	~	1 065.8	1 129.7	~	~	68.8%	77.1%	6.0%
- Others	~	~	11.0	9.3	~	~	0.7%	0.6%	-16.0%
Commercial income	~	~	386.7	272.8	~	~	25.0%	18.6%	-29.5%
- Advertising	~	~	345.7	237.6	~	~	22.3%	16.2%	-31.3%
- Sponsoring	~	~	16.2	15.1	~	~	1.0%	1.0%	-7.1%
- Programme sales	~	~	4.7	2.0	~	~	0.3%	0.1%	-58.2%
- Merchandising	~	~	20.2	18.1	~	~	1.3%	1.2%	-10.1%
Other income	~	~	69.3	37.6	~	~	4.5%	2.6%	-45.8%
Total revenues	~	~	1 549.3	1 464.5	100%	100%	100.0%	100.0%	-5.5%
Operating revenues	1 454.9	1 441.2	1 538.0	1 453.7				6.7%	-5.5%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Consumption goods and services	875.5	881.2	1 016.6	1 033.1	63.0%	63.2%	66.4%	66.8%	1.6%
Costs of personnel	447.7	447.7	447.7	447.7	32.2%	32.1%	29.2%	28.9%	0.0%
Depreciation	66.5	66.5	66.5	66.5	4.8%	4.8%	4.3%	4.3%	0.0%
Operating expenditure	1 389.7	1 395.4	1 530.8	1 547.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.1%
Net result	0.6	1.2	0.1	-105.7					
Operating margin (%)	4.5	3.2	0.5	-6.4					

Source: European Audiovisual Observatory (from EBU data and AMADEUS)

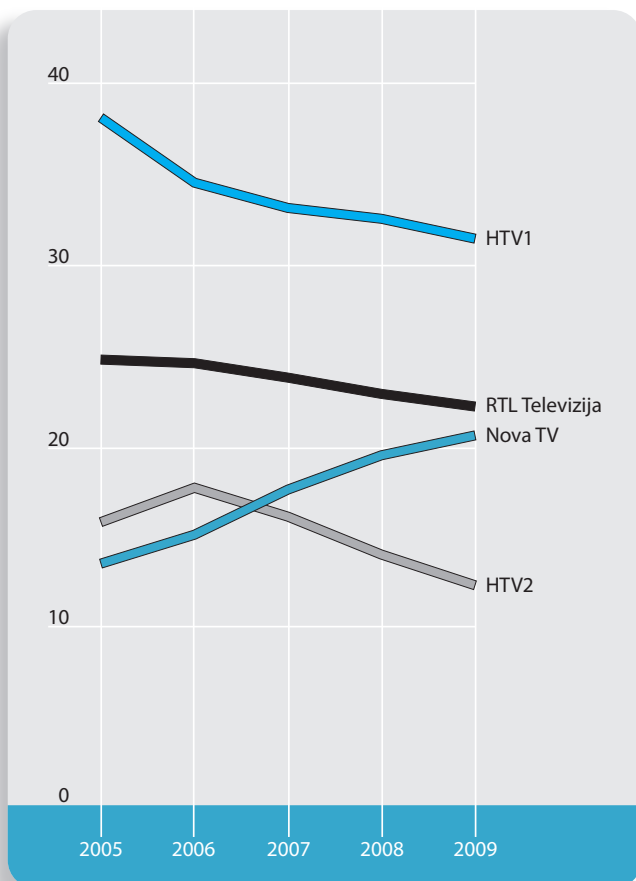


T.1.HR.3
G.1.HR.3TV audience market share in Croatia
2005-2009 In %, 4 years +.

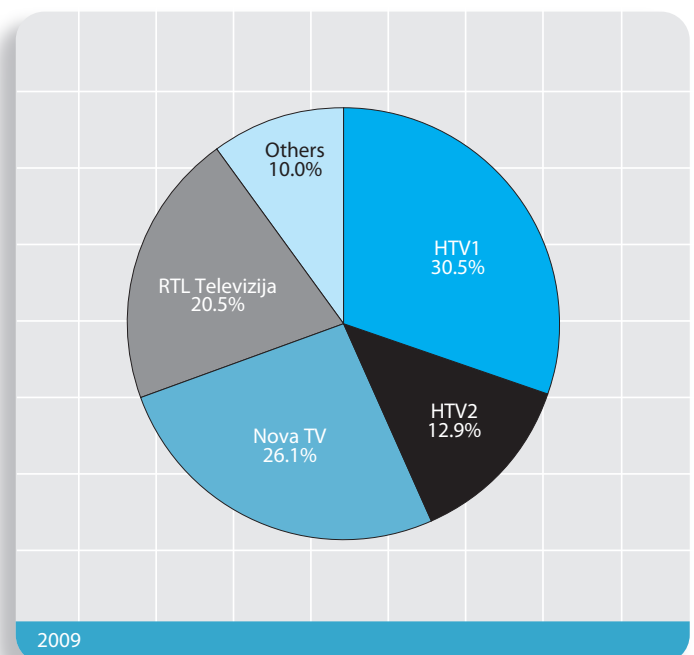
Channels	Daily share					Prime time (19:30-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
HTV1	38.2	34.6	33.2	32.6	31.5	44.2	37.9	34.2	33.2	30.5
HTV2	15.8	17.7	16.1	14.0	12.3	13.6	16.4	16.4	14.4	12.9
Croatian public channels	54.0	52.3	49.3	46.6	43.8	57.8	54.3	50.6	47.6	43.4
Nova TV	13.5	15.1	17.6	19.5	20.6	12.5	15.2	18.2	22.3	26.1
RTL Televizija	24.8	24.6	23.8	22.9	22.2	23.9	24.6	24.4	21.4	20.5
Main Croatian private channels	38.3	39.7	41.4	42.4	42.8	36.4	39.8	42.6	43.7	46.6
Others	7.7	8.0	9.3	11.0	13.4	5.8	5.9	6.8	8.7	10.0

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (19:30-22:00). In %, 4 years +.



The Hungarian market is dominated by the two private channels: RTL Klub (RTL Group) and TV2 (ProSiebenSat.1), who continue to have the biggest audience market shares. RTL Klub remained the market leader in 2009 with 23.1% (down from 27.1% in 2006) while TV2 had 19.7% (down from 25.6% in 2006). This gradual decline of market shares has also had an impact on the public service channels. M1 and M2 had a combined market share in 2009 of 13.6% (down from 18.6% in 2006). M1 is the more popular of the two with a share of 11%. Duna TV, the third public channel, was launched as a satellite channel in 1992 and targets the Hungarian minorities living outside the country. It has also been losing audience share in Hungary but recently launched a HD version which is available on the DTT platform.

Data from the National Media and Communications Authority of Hungary claimed that 47.2% of Hungarian households received digital television in August 2010. The most important platform for reception of television in Hungary is cable, which was available in approximately 58% of households at the end of 2009. The sector is made up of a considerable number of local and regional cable operators (more than 400) and a few larger operators (UPC Hungary, Fibernet, and T-Kabel). The digitisation rate for the cable networks rose to 16% at end of 2009 (from 10% a year earlier) but is still quite low. UPC's cable network in Hungary is experiencing a gradual decline in its number of subscribers. The company had approximately 590 000 subscribers at the end of June 2010. About 35% of their cable households are digital, which is a huge increase from the end of 2008 when 12% were digital. In September 2009 T-Kabel, which was formerly owned by subsidiary companies of Magyar Telekom was officially merged with Magyar Telekom. Magyar Telekom is active in cable, satellite, telephony and IPTV services (see below).

UPC also owns the satellite platform UPC Direct, which had about 179 500 subscribers in June 2010. The Satellite market has become very competitive with a total of 5 operators serving approximately 780 000 homes. In addition to UPC Direct and Digi TV, a third satellite operator – Hello HD – was launched in May 2008 (and had about 3 200 subscribers by August 2010). Antenna Hungaria also offers a limited package of channels. Magyar Telekom launched the T-Home package in 2008. In August 2010 Digi TV was the market leader with approximately 46% of subscribers. T-Home (32%) had moved into second place above UPC (23%), according to research of the National Media and Communications Authority of Hungary.

Le marché hongrois est dominé par les deux chaînes privées, RTL Klub (groupe RTL) et TV2 (ProSiebenSat.1 Media AG), qui rassemblent toujours les parts de marché d'audience les plus importantes. En 2009, RTL Klub domine encore le marché avec 23,1 % (27,1 % en 2006) contre 19,7 % pour TV2 (25,6 % en 2006). Ce recul progressif des parts de marché affecte également les chaînes de service public. M1 et M2 ont une part de marché cumulée de 13,6 % en 2009 (contre 18,6 % en 2006). Avec une part de 11 %, M1 est la plus populaire des deux. Duna TV, la troisième chaîne publique a fait son apparition en 1992 sur le satellite. Elle cible les minorités hongroises résidant hors du pays. Bien qu'elle perde également des parts de marché en Hongrie, elle a récemment lancé une version HD disponible sur la plate-forme TNT.

Les données de l'Autorité nationale hongroise des médias et communications indiquent que 47,2 % des ménages hongrois reçoivent la télévision numérique en août 2010. La plus importante plate-forme de réception de la télévision en Hongrie est le câble, présent dans quelque 58 % des foyers fin 2009. 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). Le taux de numérisation des réseaux câblés est passé à 16 % fin 2009 (contre 10 % en 2008), mais reste assez faible. Le réseau câblé d'UPC en Hongrie voit le nombre de ses abonnés diminuer progressivement. La société compte environ 590 000 abonnés fin juin 2010, dont environ 35 % sont abonnés à des services numériques, ce qui constitue une augmentation considérable par rapport aux 12 % de fin 2008. En septembre 2009, T-Kabel, précédemment détenue par des filiales de Magyar Telekom, a officiellement fusionné avec Magyar Telekom. Magyar Telekom propose des services par câble, satellite, téléphonie et IPTV (voir ci-dessous).

UPC est aussi propriétaire de la plate-forme satellitaire UPC Direct, qui compte quelque 179 500 abonnés en juin 2010. Le marché satellitaire est devenu très compétitif, avec 5 opérateurs desservant environ 780 000 foyers. Outre UPC Direct et Digi TV, un troisième opérateur satellite – Hello HD – a fait son apparition en mai 2008 et revendique quelque 3 200 abonnés en août 2010. Antenna Hungária propose également un bouquet limité de chaînes. Magyar Telekom a lancé le bouquet T-Home en 2008. En août 2010, Digi TV domine le marché avec environ 46 % des abonnés. T-Home (32 %) occupe la deuxième place, devançant UPC (23 %), selon une étude de l'Autorité nationale hongroise des médias et des communications.

Der Markt wird von den zwei Privatsendern dominiert: RTL Klub (RTL Group) und TV2 (ProSiebenSat.1), die nach wie vor die höchsten Einschaltquoten erzielen. Marktführer 2009 war mit einem Marktanteil von 23,1 % erneut RTL Klub (gegenüber 27,1 % 2006), vor TV2 mit 19,7 % (gegenüber 25,6 % 2006). Dieser schrittweise Rückgang der Marktanteile hat auch einen gewissen Einfluss auf die öffentlich-rechtlichen Sender gehabt. M1 und M2 zusammen hatten 2009 einen Marktanteil von 13,6 % (18,6 % im Jahr 2006), wobei M1 mit 11 % Marktanteil der deutlich beliebtere Sender ist. Duna TV, der dritte öffentlich-rechtliche Sender, wird seit 1992 über Satellit verbreitet. Er richtet sich an die ungarischen Minderheiten im Ausland. Duna TV musste ebenfalls Verluste bei den Marktanteilen hinnehmen, hat aber unlängst eine über DVB-T empfangbare HD-Version seines Programms gestartet.

Laut der nationalen Medien- und Kommunikationsbehörde konnten im August 2010 47,2 % der Haushalte digitales Fernsehen empfangen. Wichtigste Plattform für den Fernsehempfang in Ungarn ist das Kabelnetz, an das 58 % der Haushalte Ende 2009 angeschlossen waren. Der Sektor setzt sich aus einer Vielzahl lokaler und regionaler Kabelnetzbetreiber (über 400) und einigen größeren Betreibern zusammen (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). Die Digitalisierungsrate der Kabelnetze ist bis Ende 2009 auf 16 % angestiegen (gegenüber 10 % im Vorjahr), bleibt aber recht niedrig. Das ungarische Kabelnetz von UPC verzeichnet einen fortschreitenden Rückgang der Abonentenzahlen. Das Unternehmen hatte Ende Juni 2010 rund 590 000 Abonnenten, davon ca. 35 % mit digitalem Anschluss – eine deutliche Steigerung gegenüber den 12 % im Vorjahr. Im September 2009 erfolgte der offizielle Zusammenschluss zwischen T-Kabel (früher im Besitz von Tochterfirmen der Magyar Telekom) und eben dieser Magyar Telekom, die in den Bereichen Kabel, Satellit, Telefonie, und IPTV tätig ist (siehe unten).

UPC besitzt darüber hinaus die Satellitenplattform UPC Direct, die im Juni 2010 rund 179 500 Abonnenten hatte. Mit insgesamt fünf Betreibern, die ca. 780 000 Haushalte bedienen, ist der Satellitenmarkt inzwischen sehr umkämpft. Neben UPC Direct und Digi TV hat im Mai 2008 ein dritter Satellitenanbieter – Hello HD – den Betrieb aufgenommen (mit ca. 3 200 Abonnenten bis August 2010). Antenna Hungária bietet ebenfalls ein begrenztes Senderpaket an. Von der Magyar Telekom wurde 2008 das Paket T-Home gestartet. Nach einer Studie der nationalen Medien- und Kommunikationsbehörde war im August 2010 Digi TV Marktführer mit ca. 46 % der Abonnenten. Dahinter folgten T-Home (32 %) und UPC (23%).

The analogue switch off in Hungary is planned for 2011. Antenna Hungária was granted both licences for the free and pay DTT platforms in 2008. The free-to-air platform (Mindig TV) was launched on December 1st 2008 followed by the pay DTT platform Mindig Extra (formerly Terra+) in May 2010. In October 2010, there were nine free (including three versions of Euronews) and ten pay channels available on the platform. According to Screen Digest, there were 160 000 DTT homes at the end of 2009. By August 2010 Antenna Hungária claimed that more than 300 000 homes (8%) were equipped with DVB-T receivers. The licence also provides for operating a mobile television service (DVB-H) on the multiplex B. This tender was won by Antenna Hungária who launched its trial DVB-H service in December 2008, which currently features 6 channels. The service is available in and around Budapest and in 2010 it covered 16% of the population. It is uncertain as to whether DVB-H will be launched as a full service.

The main providers of IPTV are T-Online, a part of the national telecoms operator Magyar Telekom, Invitel (InviTV, 65% owned by Mid Europa Partners), and TVNet. A fourth service from Interware was launched in 2009. At the end of 2009 more than 74 000 Hungarian homes were subscribing to IPTV services. This was more than double the figure for the end of 2008. The growth is clearly continuing as Magyar Telekom claimed to have more than 87 000 subscribers by the second quarter of 2010.

2010 saw wide-reaching changes in Hungarian media law. A new 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 has been some international criticism of the new laws from the OSCE, the International Federation of Journalists and the International Press Institute (IPI). They claim the law will allow an increase in governmental control over broadcasting.

L'extinction du signal analogique en Hongrie est prévue pour 2011. 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 le 1^{er} décembre 2008, suivie par la plate-forme TNT payante Mindig Extra (anciennement Terra+) en mai 2010. En octobre 2010, neuf chaînes gratuites (y compris trois versions d'Euronews) et dix chaînes payantes sont disponibles sur la plate-forme. Selon Screen Digest, le pays compte 160 000 foyers TNT fin 2009. En août 2010, Antenna Hungária indique que plus de 300 000 foyers (8 %) sont équipés de récepteurs DVB-T. La licence prévoit en outre la possibilité d'opérer un service de télévision mobile (DVB-H) sur le multiplex B. Cet appel d'offres a été remporté par Antenna Hungária dont le service test DVB-H, lancé en décembre 2008, compte actuellement 6 chaînes. Le service est disponible à Budapest et autour de la capitale et, en 2010, il couvre 16 % de la population. Le lancement à l'échelle nationale de ce service DVB-H reste incertain.

Les principaux fournisseurs d'IPTV sont T-Online, une filiale de l'opérateur national de télécommunication Magyar Telekom, Invitel (InviTV, détenue à 65 % par Mid Europa Partners) et TVNet. Un quatrième service a été lancé en 2009 par Interware. Fin 2009, plus de 74 000 foyers hongrois sont abonnés à des services IPTV. Soit deux fois plus qu'en 2008. La croissance se poursuit alors que Magyar Telekom affirme compter plus de 87 000 abonnés au deuxième trimestre 2010.

Le droit hongrois des médias a été modifié en profondeur en 2010. Une nouvelle 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, la Fédération internationale des journalistes et l'Institut international de la presse (IIP) ont critiqué cette nouvelle loi. En effet, ils affirment qu'elle permettra de renforcer le contrôle gouvernemental sur la radiodiffusion.

Die Abschaltung des Analogbetriebs in Ungarn ist für 2011 vorgesehen. 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 am 1. Dezember 2008 auf Sendung, gefolgt vom Pay-DVB-T-Dienst Mindig Extra (ehemals Terra+) im Mai 2010. Im Oktober 2010 wurden 9 frei empfangbare (darunter drei Versionen von Euronews) und 10 Pay-TV-Dienste über DVB-T ausgestrahlt. Laut Screen Digest gab es Ende 2009 160 000 DVB-T-Haushalte. Laut Antenna Hungária verfügten im August 2010 ca. 300 000 Haushalte (8 %) über einen DVB-T-Receiver. Die Lizenz sieht darüber hinaus den Betrieb eines Mobilfernsehdienstes (DVB-H) über den Multiplex B vor. Den Zuschlag erhielt der Netzbetreiber Antenna Hungária, der mit seinem DVB-H-Dienst im Dezember 2008 an den Start gegangen ist. Der Dienst umfasst derzeit sechs Sender. Er ist im Großraum Budapest verfügbar und erreichte 2010 16 % der Bevölkerung. Es ist aber noch unklar, ob DVB-H weiter ausgebaut wird.

Die größten IPTV-Anbieter sind T-Online, eine Tochter des nationalen Betreibers Magyar Telekom, Invitel (InviTV, zu 65 % im Besitz von Mid Europa Partners) sowie TVNet. Ein vierter Dienst wurde 2009 von Interware gestartet. Ende 2009 waren über 74 000 Haushalte in Ungarn IPTV-Abonnenten. Dies sind mehr als doppelt so viele wie Ende 2008. Dieses Wachstum hält offenbar an, denn die Magyar Telekom hatte nach eigenen Angaben im zweiten Quartal 2010 über 87 000 Abonnenten.

2010 gab es einige weitreichende Änderungen des ungarischen Medienrechts. So ist mit dem Medienregulierungsgesetz vom August 2010 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 sind international mehrfach kritisiert worden, darunter von der OSZE, der Internationalen Journalisten-Föderation und dem Internationalen Presseinstitut (IPI), die alle befürchten, dass die Gesetze eine stärkere staatliche Kontrolle des Rundfunks ermöglichen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	10 130	Eurostat
Households		–	3 791	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.0%	3 677	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		57.6%	2 185	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		9.6%	365	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		22.9%	867	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		18.9%	718	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2.0%	74	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		4.2%	160	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		34.7%	1 317	European Audiovisual Observatory
Households with PC		62.9%	2 383	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		46.1%	1 748	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	8	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	34	Screen Digest

TV channels distributors	10.10	Companies
Cable operators	>400	Fibernet, UPC Hungary, Magyar Telekom (T-Kabel), Vidanet,...
Satellite packagers	5	Antenna Hungaria, Digi, HD Platform Kft, Magyar Telekom, UPC
IPTV packagers	4	Interware, Invitel, Magyar Telekom, TVNet
DTT multiplex operators / packagers	1	Antenna Hungaria (1 free platform and 1 pay package)
Mobile phone TV packagers	2	Magyar Telekom, Vodafone
Mobile broadcast TV packager	1	Antenna Hungaria

TV channels established in the country by kind of transmission	10.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	6	11
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	24	25
Regional/Local			ca 500	ca 500
Regional/Local windows		6		6
Channels targeting foreign markets			3	3
Total		12	533	ca 545
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	81	83

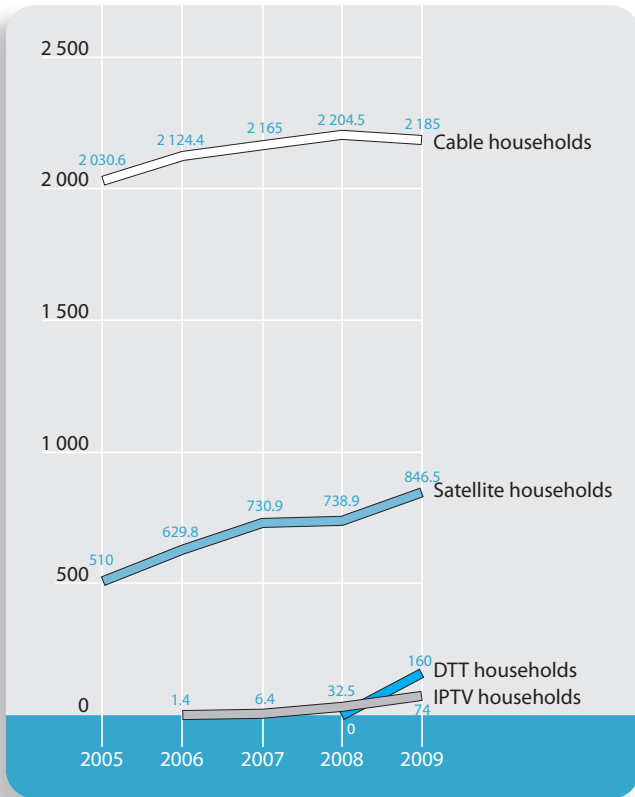
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Free DTT Antenna Hungary	Pay DTT Antenna Hungary	Cable UPC Hungary	Cable Magyar Telekom (T-Kabel)	Satellite Digi TV (full offer)	IPTV Magyar Telekom
Generalist - national		4	1	5	5	5	5
Generalist - foreign				8	4	23	6
Adult			1	3	6	2	5
Children			1	6	10	8	8
Culture/ education/ documentary		2	1	12	13	25	15
Minority interest groups							
Entertainment/ TV fiction/ games			2	17	16	34	19
Film			2	13	12	14	11
Home shopping					1		
International linguistic and cultural				6	2	2	2
Lifestyle/ specific leisure/ travel				5	7	6	6
Music				3	8	13	8
News/ business		3	1	13	17	11	7
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local (many only analogue)				16	11	6	1
Religion				1	2	3	1
Sports			1	8	15	20	11
Various				1		1	1
Total		9	10	117	129	173	106

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

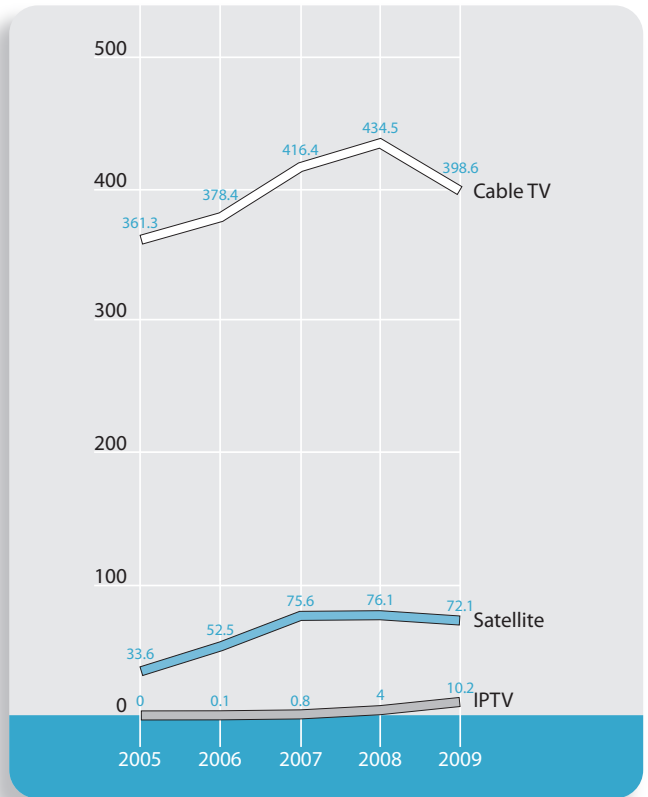
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

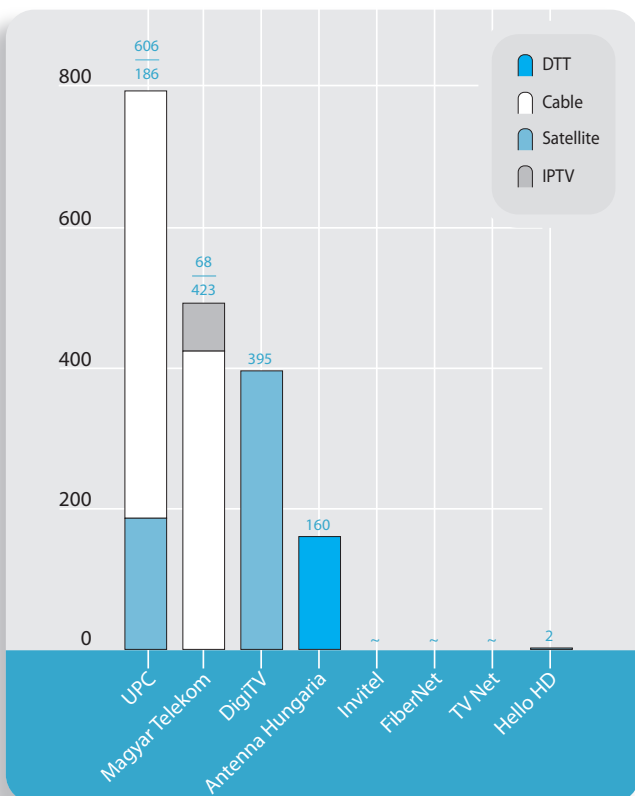
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

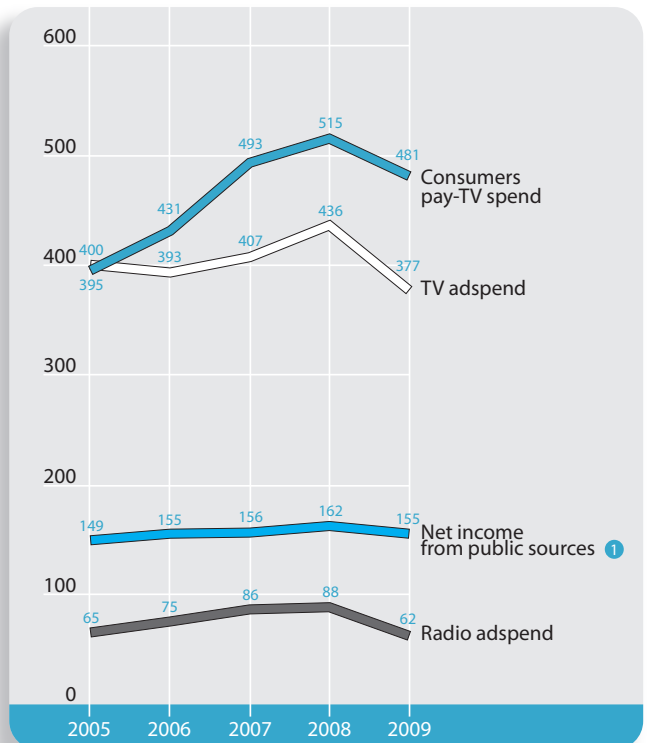
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



1 Public radio income not included.

Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and Magyar Televizio, Magyar Radio and Duna Televizio

T.1.HU.1
G.1.HU.1

Operating revenues of the main television companies in Hungary

2006-2009 HUF million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
MTV - Magyar Televízió	sptv	M1, M2	30 458	30 882	33 258	32 537	-2.2%
Magyar RTL Televízió Rt.	adtv	RTL	33 342	35 519	37 816	31 276	-17.3%
MTM-SBS Televízió Rt.	adtv	TV-2	26 583	25 523	26 393	~	~
Chello Central Europe	thtv	Sport 1, Sport 2, Sport M	5 393	6 650	3 417	10 782	215.5%
Duna Televízió	sptv	Duna TV	8 546	8 650	9 016	9 584	6.3%
Viasat Hungaria	adtv	Viasat 3	3 786	5 103	6 407	~	~
HIRTV	thtv	Hir TV	2 660	4 212	5 224	~	~
Origo Media es Kommunikacios ①	thtv	Ozone Network, Life Network	36 921	31 559	4 710	3 907	-17.0%
AGRO TV-ATV	thtv	Magyar ATV	1 492	1 792	2 235	~	~
Z+	thtv	VIVA	1 753	1 904	2 190	~	~
Spektrum TV	thtv	Spektrum TV	1 833	1 879	1 922	~	~
TV Paprika	thtv	TV Paprika	755	1 069	1 274	~	~
Digital Media	thtv	4 Story TV	~	801	1 039	~	~
Szolnok Televizio	rtv	Szolnok TV	554	641	665	~	~
Iko Produktion Media	thtv	Sorozat+	1 296	761	592	553	-6.6%
Hálózatok Televíziók	thtv	Halozat / HTV	619	527	580	~	~
Filmmuzeum	pay-tv	Filmmuzeum	777	797	557	~	~

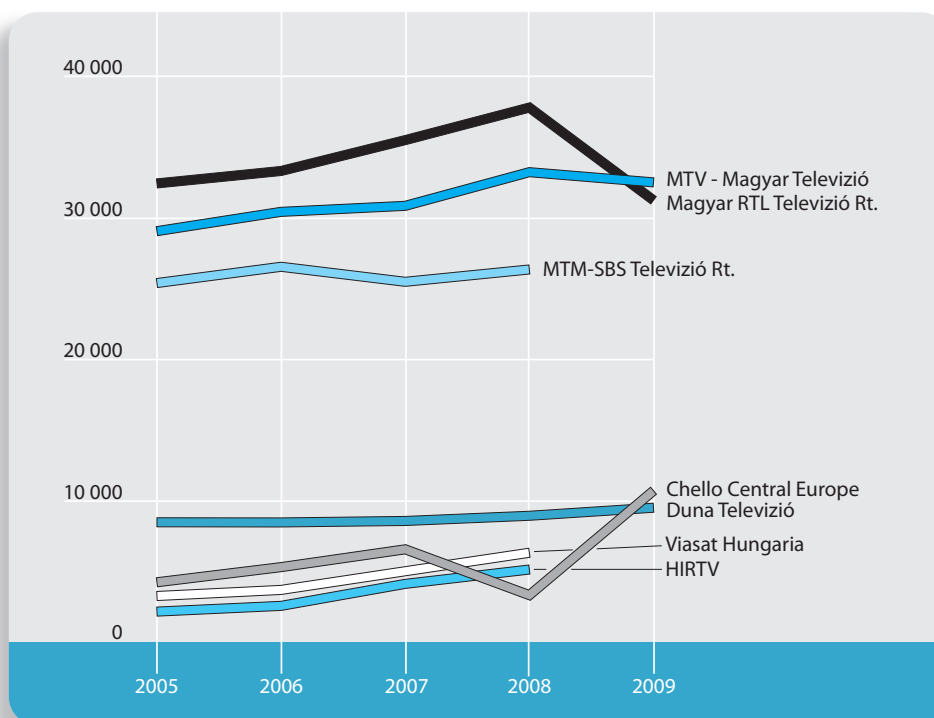
Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Magyar Telekom (cons.) ②	3play, sat-tv, 3G TV	T-Home TV, Kabel TV, Sat-TV, T-Mobil TV	493 041	520 672	527 502	499 902	-5.2%
Vodafone Hungary Ltd ②	3G TV	Life!	128 373	141 394	143 318	148 845	3.9%
UPC ②	3play, sat-tv	Kabel TV, Múholas TV, UPC Direct	49 090	54 793	63 790	68 412	7.2%
Digi Tavozelesi Kft ②	3play, sat-tv	KabelTV, DigiTV	11 767	13 109	20 727	22 033	6.3%
Fibernet ②	3play	Kabel TV	8 713	10 404	11 976	~	~
Vidonet ②	3play	Kabeltévé	4 405	4 735	5 122	5 160	0.7%

① Subsidiary of Magyar Telekom. Includes other activities.

② Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

HUF million.



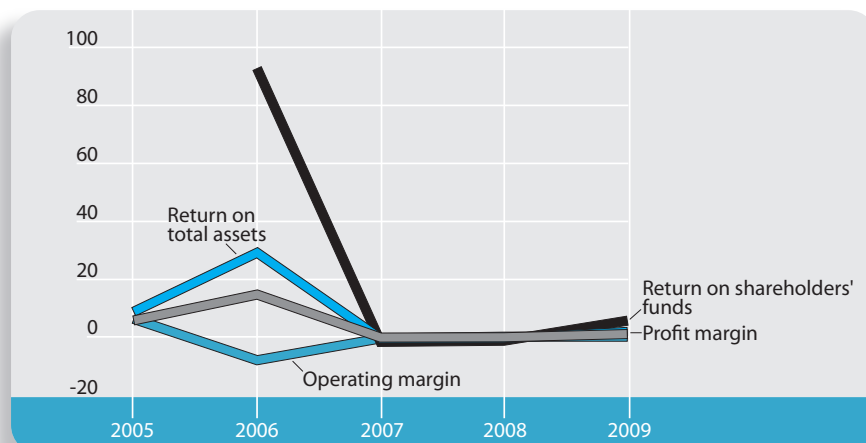
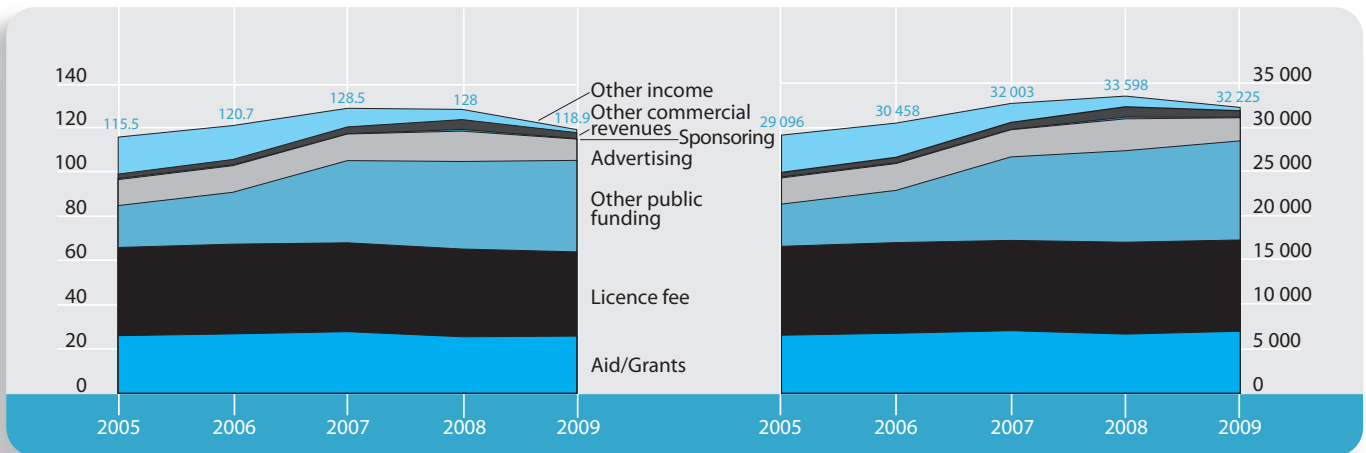
T.1.HU.2
G.1.HU.2Magyar Televizio financial situation
2006-2009 HUF million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	22 868	25 974	27 439	28 450	75.1%	81.2%	81.7%	88.3%	3.7%
- Aid/Grants	6 748	7 037	6 649	6 973	22.2%	22.0%	19.8%	21.6%	4.9%
- Licence fee	10 227	10 185	10 367	10 297	33.6%	31.8%	30.9%	32.0%	-0.7%
- Other public funding	5 893	9 419	10 326	11 179	19.3%	29.4%	30.7%	34.7%	8.3%
Total commercial income	3 725	3 882	4 950	3 394	12.2%	12.1%	14.7%	10.5%	-31.4%
- Advertising	3 027	3 061	3 593	2 610	9.9%	9.6%	10.7%	8.1%	-27.4%
- Sponsoring	90	33	203	60	0.3%	0.1%	0.6%	0.2%	-70.3%
- Other commercial revenues	608	789	1 154	725	2.0%	2.5%	3.4%	2.2%	-37.2%
Other income	3 865	2 146	1 209	381	12.7%	6.7%	3.6%	1.2%	-68.5%
TOTAL	30 458	32 003	33 598	32 225	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-4.1%
Operating revenues	30 458	30 882	33 258	32 537					
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	18 572	18 093	19 080	21 940	61.0%	58.6%	62.6%	67.4%	15.0%
Costs of personnel	11 362	12 214	10 654	9 760	37.3%	39.6%	35.0%	30.0%	-8.4%
Depreciation	524	576	724	837	1.7%	1.9%	2.4%	2.6%	15.6%
Operating expenditure	30 458	30 882	30 458	32 537	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	6.8%
Net result	4 406	90	166	293					76.4%
Operating margin (%)	-8.1	-0.7	0.0	0.0					

Source: Magyar Televizio, European Audiovisual Observatory

EUR million.

HUF million.



In %.

T.1.HU.3
G.1.HU.3TV audience market share in Hungary
2005-2009 In %, 4 years +.

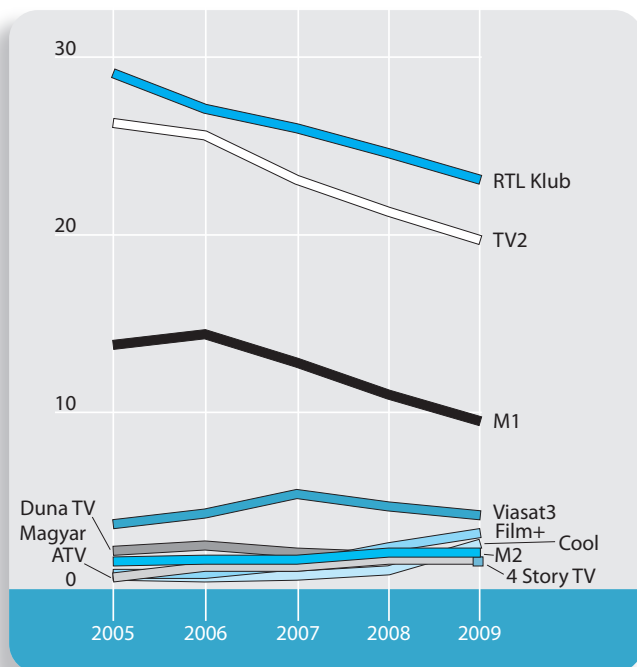
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
M1	13.8	14.4	12.8	11.0	9.5	14.5	14.5	13.6	11.9	10.2
M2	1.6	1.7	1.7	2.1	2.1	1.0	1.1	1.2	1.6	2.0
Duna TV	2.2	2.5	2.1	1.9	2.0	2.0	1.8	1.3	1.0	1.2
Hungarian public channels	17.6	18.6	16.6	15.0	13.6	17.5	17.4	16.1	14.5	13.4
RTL Klub	29.1	27.1	26.0	24.6	23.1	33.8	31.2	31.4	30.8	29.3
TV2	26.3	25.6	23.1	21.3	19.7	27.8	27.9	25.2	23.7	20.8
Viasat3	3.7	4.3	5.4	4.7	4.2	3.3	3.9	4.6	4.2	3.8
Film+	0.9	0.9	1.4	2.4	3.2	0.7	0.8	1.4	2.4	3.3
Magyar ATV ①	0.7	1.3	1.3	1.7	1.7	1.3	2.5	2.6	2.6	2.5
4 Story TV	-	-	-	-	1.6	-	-	-	-	1.1
Sport1	1.1	0.8	0.8	0.8	0.8	1.0	0.7	0.7	0.7	0.8
Echo TV	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	0.7
Spektrum	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7	0.5	0.6	-	0.4	0.4
Halozat	0.8	0.7	0.8	0.7	0.6	1.1	0.9	1.0	0.9	0.9
Viva	0.8	0.6	0.5	0.6	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Hungarian private channels	64.2	62.1	60.1	57.6	56.8	69.8	68.8	67.2	66.0	63.9
Cool	0.8	0.7	0.8	1.1	2.6	0.8	0.9	1.0	1.2	3.2
Disney Channel (ex Jetix / Foxkids)	0.5	0.5	0.6	1.4	1.6	0.3	0.2	0.3	0.8	1.1
Minimax	0.9	1.1	1.5	1.4	1.3	0.4	0.5	0.6	0.6	0.7
Cartoon Network	0.3	0.9	1.4	1.4	1.2	0.2	0.4	0.6	0.6	0.6
Hallmark	0.5	0.8	0.7	1.0	1.1	0.4	0.6	0.5	0.7	0.7
National Geographic	0.6	0.8	1.0	0.9	1.0	0.4	0.6	0.6	0.5	0.6
Discovery Channel	0.5	0.7	0.8	1.2	1.0	0.3	0.5	0.5	0.9	0.7
AXN	-	-	0.6	0.8	0.9	-	-	0.5	0.6	0.9
TV6 (Hungary)	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	0.3
Club TV/Irisz	0.2	0.2	-	-	-	0.2	0.3	-	-	-
MTV Europe ②	0.1	0.1	0.1	-	-	0.1	0.0	0.1	-	-
Other foreign channels	2.1	2.9	4.8	5.4	~	1.6	2.3	3.5	3.8	~
Foreign channels	6.5	8.7	12.3	14.6	11.1	4.9	6.6	8.2	9.9	~
Video	4.4	4.1	3.8	3.6	3.2	2.8	2.7	2.6	2.5	2.3

① Prior to 2008, Magyar ATV was measured from 17:00 to 25:59.

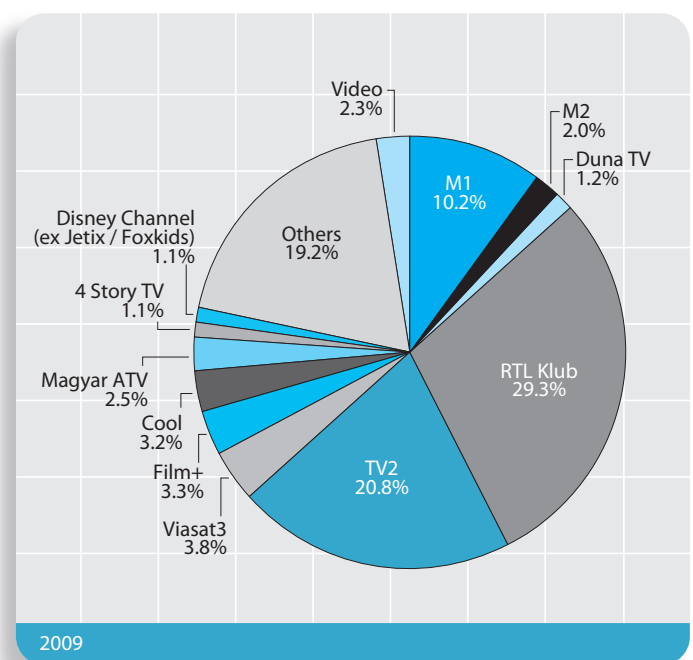
② MTV until September 2007 - MTV Europe; from October 2007 - MTV Hungary.

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.



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



In Ireland the national public service broadcaster remains the strongest player in the TV market while British channels and companies continue to play an important role. The two public service channels, RTÉ1 and RTÉ2, had a combined market share of 35.4% in 2009 (4% less than in 2006). The private channel, TV3 (launched in 1998) had an 11.9% market share, for the first time moving into second place above RTÉ2, with 10.2%. The other two national Irish broadcasters are the public service Irish language channel TG4, and the entertainment channel 3e (owned by TV3). The five most watched UK channels are ranked in the following order: BBC1, UTV, S4C, BBC2, and Sky 1 (with a combined share of 18.2% in 2009).

The introduction of DTT in Ireland has suffered ongoing set-backs. The original winner of the 2008 tender was Boxer Communicorp consortium who in April 2009 handed back the licence. The licence was also returned in May 2009 by the second group One Vision (TV3, Eircom and Setanta), and refused in May 2010 by the third group Easy TV (RTÉ and Liberty Global Inc). The first two companies have claimed that the financial crisis combined with problems in negotiating with RTÉNL (the transmission company) has made it impossible to establish the services, whereas Easy TV mainly referred to the economic crisis in Ireland. The Broadcasting Authority of Ireland announced in August 2010 that commercial DTT has been ruled out for the time being, but the tender for the Multiplexes may be re-launched in 2013 after switch-off. The multiplexes of the PSB RTÉ were launched in October 2010 as a trial. The first will carry the channels RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, and RTÉ News, while a seventh channel will be shared by three services. The second Multiplex will be used for HD services and future RTÉ digital channels.

According to data from ComReg for the second quarter of 2010, 64% of Irish households received digital television. Pay-TV households had reached 1.23m (78%) in May 2010, divided between satellite and cable/MMDS. The UK satellite packager BSKyB had over 600 000 Irish subscribers at the end of 2009. The success of this package has largely been due to the lack of any 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 425 200 cable customers in June 2010 (5% less than a year earlier). Of these 70% are digital cable customers. One of the last remaining smaller cable companies, South Coast TV, closed down in July 2010. So far there has been no strong develop-

En Irlande, le radiodiffuseur public reste le principal acteur du marché de la télévision, alors que les chaînes et sociétés britanniques continuent de jouer un rôle important. Les deux chaînes publiques, RTÉ1 et RTÉ2, ont obtenu en 2009 une part de marché cumulée de 35,4 % (-4 points par rapport à 2006). La chaîne privée TV3 (lancée en 1998) détient une part de 11,9 %, se classant pour la première fois en seconde position devant RTÉ2 (10,2 %). Les deux autres radiodiffuseurs nationaux irlandais sont TGA, chaîne publique diffusée en irlandais, et la chaîne de divertissement 3e (détenue par TV3). Les cinq chaînes britanniques les plus regardées sont par ordre décroissant: BBC1, UTV, S4C, BBC2 et Sky 1 (avec une part cumulée de 18,2 %).

Le processus d'introduction de la TNT a rencontré une succession d'échecs en 2009. Le vainqueur initial de l'appel d'offres de 2008, Boxer Communicorp, a rendu sa licence en avril 2009. En mai 2009, le second groupe en place, One Vision (TV3, Eircom et Setanta), a lui aussi rendu sa licence, qui a ensuite été refusée par le troisième groupe Easy TV (RTÉ et Liberty Global Inc). Les deux premiers groupes ont invoqué les effets conjugués de la crise financière en Irlande et du blocage des négociations avec RTÉNL (transmission) pour justifier leur défection, tandis qu'Easy TV a fait état en premier lieu de la crise économique. En août 2010, le régulateur irlandais de la radiodiffusion a annoncé que la TNT privée était momentanément suspendue, mais qu'un nouvel appel d'offres serait relancé en 2013, après extinction de l'analogique. Les multiplex du radiodiffuseur public RTÉ ont démarré leur transmission, sous la forme de tests, en octobre 2010. Le premier diffuseur les chaînes RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, et RTÉ News, et une septième chaîne sera partagée entre trois services. Le second multiplex sera utilisé pour les services HD et les futures chaînes numériques de RTÉ.

Selon les données de ComReg pour le premier trimestre 2010, 64 % des foyers irlandais reçoivent la télévision numérique. Les foyers abonnés à la télévision payante sont au nombre de 1,23 million (78 %) en mai 2010, répartis entre le satellite et le câble/SDMM. L'opérateur satellite britannique BSKyB comptait 600 000 abonnés en Irlande fin 2009. Le succès de son bouquet est principalement dû à l'absence d'alternative dans la réception de signaux télévisés numériques (et/ou de services de télévision à péage) en dehors des grandes villes. Le marché du câble est contrôlé par un opérateur, UPC Ireland (Liberty Global). Le rapport trimestriel de Liberty Global affiche un total de 425 200 abonnés au câble en juin 2010 (5 % de moins qu'un an auparavant), dont 70 % bénéficient

Nummer 1 auf dem irischen TV-Markt ist nach wie vor die nationale öffentlich-rechtliche Sendeanstalt, auch die britischen Sender konnten ihre starke Stellung behaupten. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender, RTÉ1 und RTÉ2, erreichten 2009 zusammen einen Marktanteil von 35,4 % (minus 4 % gegenüber 2006). Der Privatsender TV3 (1998 in Betrieb genommen) kam auf 11,9 % und erreichte erstmals vor RTÉ2 (10,2 %) Platz 2. Die beiden anderen irischen Sender sind der öffentlich-rechtliche Sender TG4, der sein Programm in Gälisch ausstrahlt, und der Unterhaltungskanal 3e (eine Tochter von TV3). Die fünf stärksten britischen Sender sind (nach Marktanteil): BBC1, UTV, S4C, BBC2 und Sky 1. Zusammen erreichten sie 2009 einen Marktanteil von 18,2 %.

Die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens in Irland hat mehrere Rückschläge erlebt. Zunächst hat im April 2009 das Boxer-Communicorp-Konsortium, der ursprüngliche Gewinner der Ausschreibung von 2008, seine Lizenz zurückgegeben. Im Mai 2009 wurde die Lizenz auch vom zweiten Konsortium (One Vision, bestehend aus TV3, Eircom und Setanta) zurückgegeben und im Mai 2010 von der Gruppe Easy TV (RTÉ und Liberty Global Inc) gleich abgelehnt. Als Grund haben die beiden ersten Unternehmen Schwierigkeiten bei den Verhandlungen mit der RTÉNL (dem Betreiber der Übertragungsplattform) sowie die Finanzkrise in Irland angegeben, während Easy TV vor allem auf die Finanzkrise verwiesen hat. Die irische Rundfunkbehörde hat im August 2010 bekannt gegeben, dass es auf absehbare Zeit keinen kommerziellen DVB-T-Betrieb geben wird, aber eine erneute Ausschreibung für die Multiplexe für 2013 nach der Abschaltung des Analogbetriebs in Aussicht gestellt. Die Multiplexe der RTÉ wurden in der zweiten Hälfte 2010 in Betrieb genommen. Über den ersten werden dann RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4 und RTÉ News übertragen, während sich drei Dienste einen siebten Kanal teilen werden. Der zweite Multiplex ist für HD-Dienste und zukünftige Digitalkanäle der RTÉ vorgesehen.

Laut Erhebung der Regulierungsbehörde ComReg für das erste Quartal 2010 empfangen 64 % der irischen Haushalte digitales Fernsehen. Die Zahl der Pay-TV-Haushalte (über Satellit oder Kabel/MMDS) beläuft sich auf 1,23 Mio. (78 %) im Mai 2010. Der britische Satellitenanbieter BSKyB hatte Ende 2009 600 000 Abonnenten in Irland. Der Erfolg dieses Pakets ist hauptsächlich auf das Fehlen jeglicher Alternative für den Empfang von digitalem Fernsehen (und/oder Pay-TV) außerhalb der großen Städte zurückzuführen. Der Kabelmarkt

ment in the IPTV market, although there are three operators (Magnet networks, 3Play Plus, and Smart Telecom) providing IPTV services in Ireland. Approximately 17 000 households are IPTV subscribers, while 77% of households had broadband Internet at the end of 2009 (Screen Digest).

Mobile television services (unicast or broadcast) are not very developed in the Irish market. Vodafone cancelled their TV services in July 2010. In 2007 DVB-H trials were carried out by network operator Arqiva and the mobile telephone operator O2 in Dublin. In April 2010 the regulator ComReg published an information notice outlining proposals for the award of a DVB-H licence for the five major cities. The aim is to launch a tender in the fourth quarter of 2010.

The Broadcasting Act of 2009 consolidated all previous broadcasting legislation. In particular it addressed the governance of public service broadcasting, requiring precise public service remits; explicit entrustment of new activities; independent supervision; transparency of accounts and enhanced controls. The Act also established the new broadcasting regulatory authority (the Broadcasting Authority of Ireland – BAI, which merged the Broadcasting Commission of Ireland (BCI) and Broadcasting Complaints Commission (BCC). The BAI was officially launched in October 2009 and now also has responsibility for the regulation of public service broadcasters in Ireland. The Act also proposed the creation of two new public service channels: an Irish film channel and a parliamentary channel (*Oireachtas*).

du câble numérique. L'un des derniers petits câblo-opérateurs, South Coast TV, a cessé son activité en juillet 2010. Jusqu'à présent, le marché de l'IPTV ne connaît pas d'évolution significative, malgré la présence de trois opérateurs (Magnet networks, 3Play Plus et Smart Telecom). Environ 17 000 foyers sont abonnés à l'IPTV, et 77 % des foyers étaient connectés à l'Internet haut débit fin 2009 (Screen Digest).

Les services de télévision mobile (unicast ou broadcast) ne sont pas très développés sur le marché irlandais. Vodafone a annulé ses services de télévision en juillet 2010. En 2007 l'opérateur de réseau Arqiva et l'opérateur de téléphonie mobile O2 à Dublin ont réalisé des tests commerciaux au format DVB-H. En avril 2010, le régulateur ComReg a publié des propositions pour l'octroi d'une licence DVB-H dans les cinq villes principales. L'objectif est de lancer un appel d'offres au quatrième trimestre 2010.

La loi de 2009 sur la radiodiffusion consolide toutes les lois antérieures relatives à l'audiovisuel. Elle encadre notamment la gouvernance de la radiodiffusion publique, définit précisément la mission de service public, fournit un mandat explicite pour les nouvelles activités, la surveillance indépendante, la transparence des comptes et le renforcement des contrôles. La loi a instauré un nouveau régulateur des contenus, la *Broadcasting Authority of Ireland* (BAI - Autorité irlandaise de la radiodiffusion), né de la fusion entre la *Broadcasting Commission of Ireland* (BCI - Commission irlandaise de la radiodiffusion) et la *Broadcasting Complaints Commission* (BCC - Commission d'examen des plaintes, de la radiodiffusion). Créée officiellement en octobre 2009, la BAI est chargée de la régulation des radiodiffuseurs publics en Irlande. Elle propose également la création de deux nouvelles chaînes publiques : une chaîne dédiée au cinéma irlandais et une chaîne parlementaire (*Oireachtas*).

wird von einem einzigen Anbieter – UPC Ireland (Liberty Global) – beherrscht. Laut Quartalsbericht von Liberty Global hatte das Unternehmen im Juni 2010 425 000 Kabelkunden (minus 5 % gegenüber 2009), von denen 70 % ein digitales Angebot nutzen. Einer der letzten kleineren Kabelnetzbetreiber, South Coast TV, hat im Juli 2010 den Betrieb eingestellt. Auf dem IPTV-Markt hat es noch keine nennenswerten Entwicklungen gegeben, obgleich es drei Betreiber gibt (Magnet networks, 3Play Plus und Smart Telecom), die in Irland IPTV-Dienste anbieten. Ende 2009 verfügten 77 % der Haushalte über einen Breitband-Internetanschluss, von denen rund 17 000 einen IPTV-Dienst abonniert hatten (Screen Digest).

Das mobile Fernsehen (Unicast oder Broadcast) hat sich auf dem irischen Markt noch nicht etablieren können. Im Juli 2010 hat Vodafone seine TV-Dienste wieder eingestellt. 2007 wurden vom Netzbetreiber Arqiva und vom Mobilfunkbetreiber O2 in Dublin erste Versuche durchgeführt. Im April 2010 hat die ComReg Vorschläge für die Vergabe einer DVB-H-Lizenz für die fünf größten Städte des Landes veröffentlicht. Ziel ist eine Ausschreibung im vierten Quartal 2010.

Mit dem Rundfunkgesetz von 2009 wurde die gesamte vorherige Rundfunkgesetzgebung in einem Gesetz zusammengefasst. Geregelt wurden insbesondere die Voraussetzungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, darunter ein genau definierter öffentlich-rechtlicher Auftrag, ein explizites Mandat für neue Aktivitäten, eine unabhängige Aufsicht, eine transparente Buchführung sowie verbesserte Kontrollen. Mit dem Gesetz wurde auch die neue Rundfunkbehörde BAI (Broadcasting Authority of Ireland) geschaffen, ein Zusammenschluss der bisherigen Rundfunkkommission (Broadcasting Commission of Ireland, BCI) und der Kommission für Rundfunkbeschwerden (Broadcasting Complaints Commission, BCC). Die BAI hat im Oktober 2009 offiziell ihren Betrieb aufgenommen und ist nun auch für die öffentlich-rechtlichen Sender in Irland zuständig. Im Gesetz wird darüber hinaus die Schaffung zweier neuer öffentlich-rechtlicher Sender vorgeschlagen: einen Kanal für irische Filme und einen Parlamentskanal (*Oireachtas*).

Sources: Broadcasting Authority of Ireland (BAI), <http://www.bai.ie>
 Commission for Communications Regulation (ComReg), <http://www.comreg.ie>
 Department of Communications, Marine and Natural Resources, <http://www.dcmnr.gov.ie>
 Legal aspects, IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	4 455	Eurostat
Households		–	1 487	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		99%	1 472	European Audiovisual Observatory
Cable TV households (incl. MMDS)		34%	505	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		24%	351	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		44%	648	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		40%	601	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1%	17	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0%	0	
Total digital TV households		65%	969	European Audiovisual Observatory
Households with PC		72%	1 118	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		50%	780	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	16	Screen Digest

TV channels distributors	08.10	Companies
Cable operators	2	Casey Cablevision, UPC Broadband Ireland
Satellite packagers	0	Irish viewers access the UK package BSkyB and may access Freesat
IPTV packagers	3	3Playplus (Homevision), Magnet Networks, Smart telecoms
DTT packagers	1	RTÉ (Currently no commercial DTT MUX)
Mobile phone TV packagers	1	Telefonica O2 Ireland

TV channels established in the country by kind of transmission	08.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	1	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	6	7
Regional/Local			7	7
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets			1	1
Total		4	15	19
<i>Foreign channels targeting the country</i>		<i>1</i>	<i>11</i>	<i>12</i>

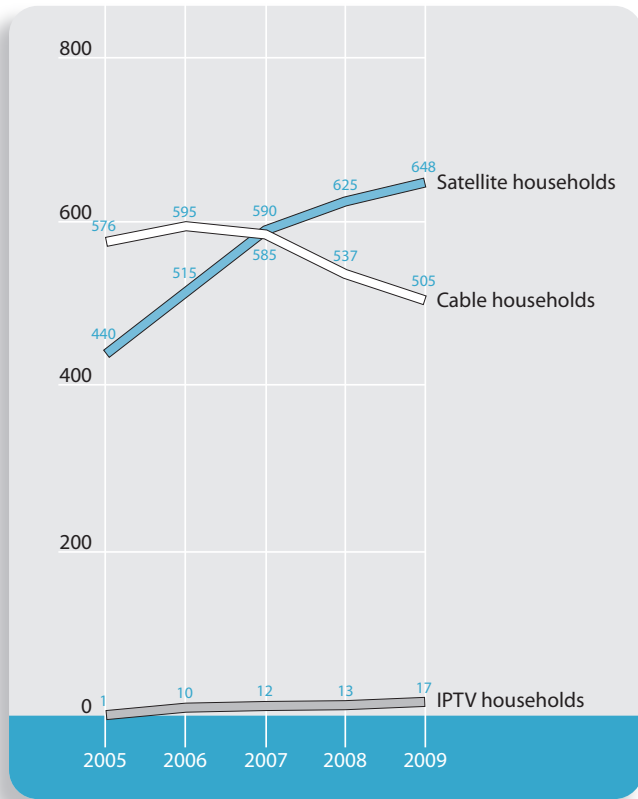
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	08.10	Terrestrial	Cable UPC Broadband Ireland	Satellite Sky (Full offer, Ireland)	IPTV Magnet
Generalist - national		4	4	4	4
Generalist - foreign			5	5	3
Adult			3	22	
Children			12	22	8
Culture/ education/ documentary			16	22	12
Minority interest groups				16	
Entertainment/ TV fiction/ games			28	57	17
Film			11	32	12
Home shopping			1	27	1
International linguistic and cultural			1	3	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			7	16	8
Music			15	22	2
News/ business			12	26	5
Parliament/ government/ administration				1	
Regional/ local			5	1	1
Religion			2	25	
Sports			16	30	6
Various			11	53	3
Total		4	149	384	82

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

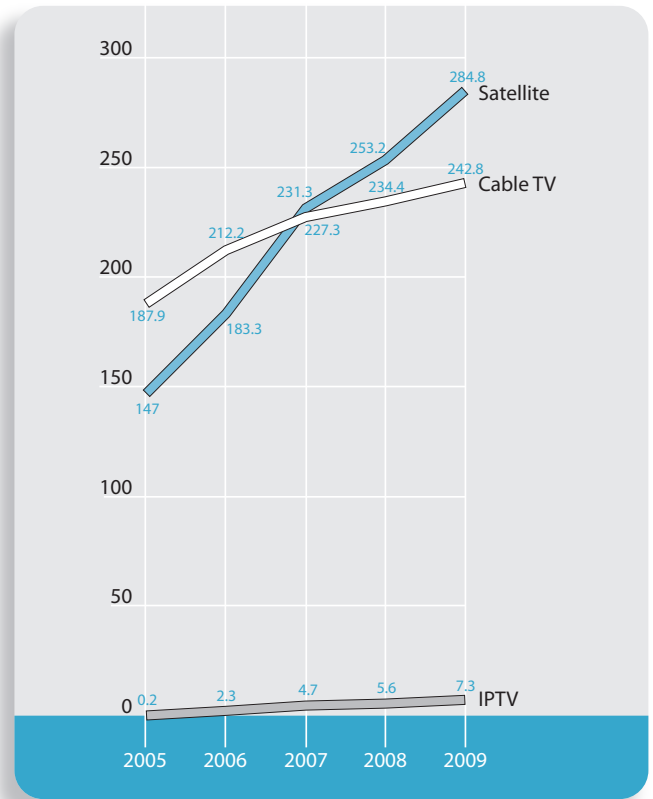
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

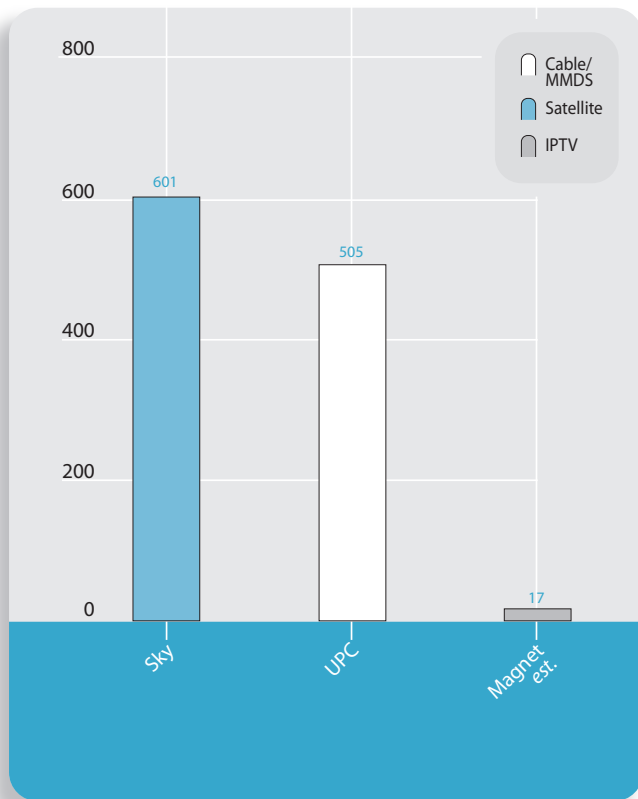
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

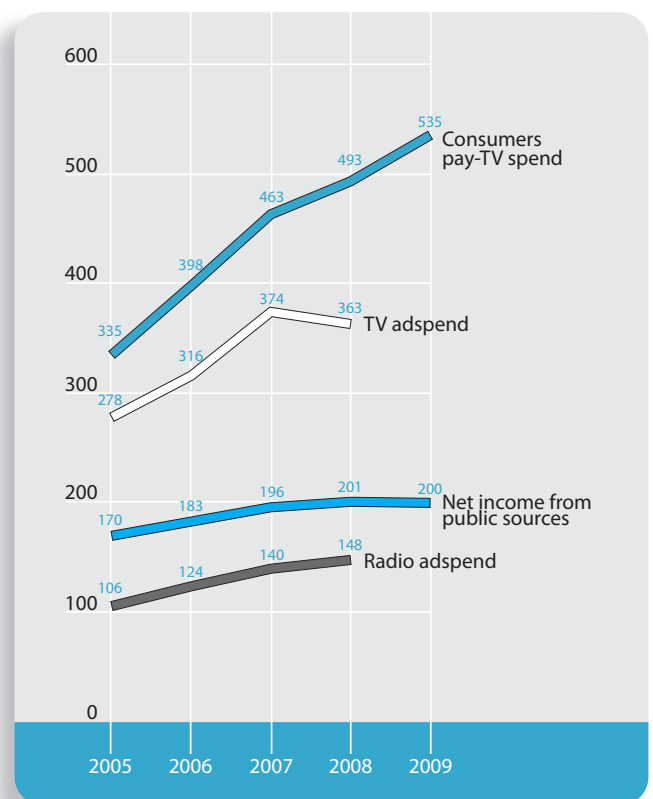
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and RTE

T.1.IE.1
G.1.IE.1

Operating revenues of the main television companies in Ireland 2005-2009

EUR million.

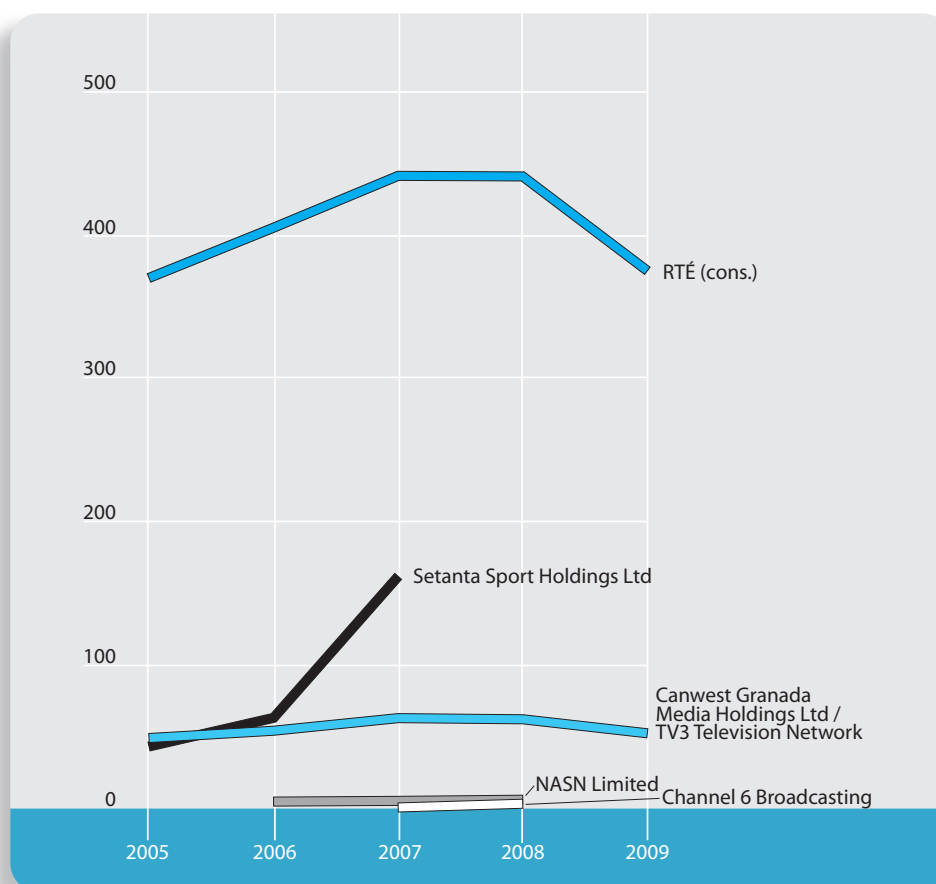
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
RTÉ (cons.)	sptv	RTE One, RTE two, radios	369.9	405.0	441.2	440.8	374.9	-14.9%
TV3 Television Networks Ltd	adtv	TV3	-	-	62.4	61.6	51.8	-15.9%
<i>p.m.</i> Canwest Granada Media Holdings Ltd	adtv	TV3	48.5	53.6	-	-	-	-
NASN Limited	thtv	NASN	-	4.1	~	5.4	~	~
Channel 6 Broadcasting	thtv	3e	-	-	-	2.6	~	~
<i>p.m.</i> Setanta Sport Holdings Ltd ¹	thtv	Setanta Sports	42.6	62.6	161.4	~	~	~

Main distributors ²		Packages	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
Vodafone Ireland Ltd ³	3G TV	Mobile TV	~	1 254.6	1 251.6	1 191.8	~	~
Telefonica O2 Ireland Ltd ³	3G TV	O2 TV	756.7	834.4	940.9	912.4	~	~
UPC Broadband Ireland ³	3play	Chorus / NTL TV	82.9	207.8	222.5	240.1	~	~
Magnet Networks Ltd ³	3play	Magnet Entertainment	-	-	4.9	8.3	~	~

¹ In receivership.² In practice, the main distributor in Ireland is the British company British Sky Broadcasting PLC.³ Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

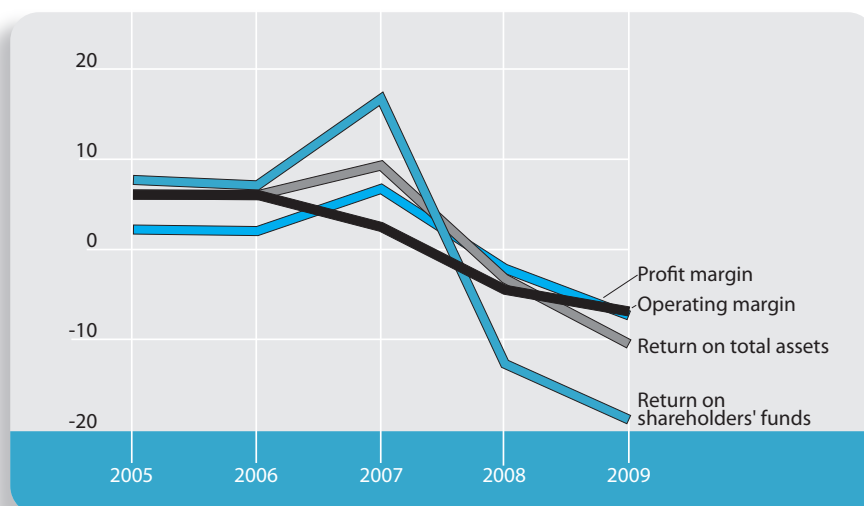
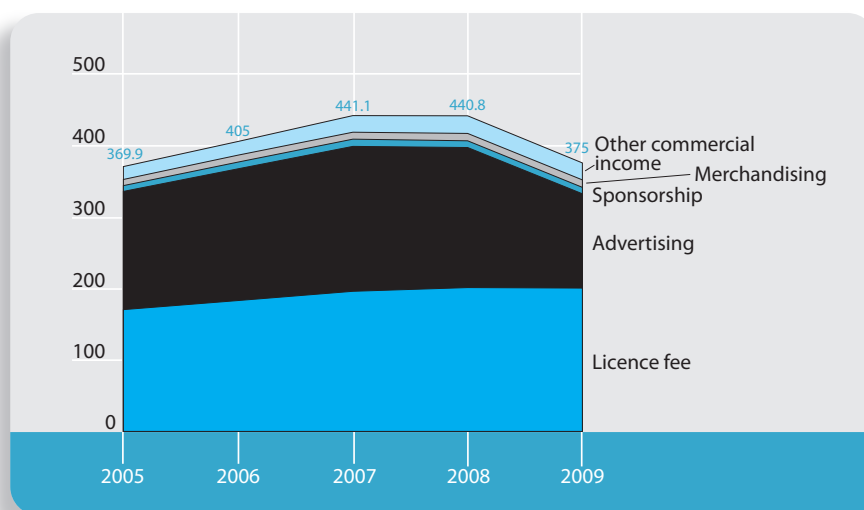
EUR million.



T.1.IE.2
G.1.IE.2RTE financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	182.8	195.7	200.9	200.2	45.1%	44.4%	45.6%	53.4%	-0.3%
- Licence fee	182.8	195.7	200.9	200.2	45.1%	44.4%	45.6%	53.4%	-0.3%
Total commercial income	222.2	245.5	239.9	174.7	54.9%	55.6%	54.4%	46.6%	-27.2%
- Advertising	184.0	202.4	195.6	131.7	45.4%	45.9%	44.4%	35.1%	-32.7%
- Sponsorship	9.4	10.1	9.4	9.0	2.3%	2.3%	2.1%	2.4%	-4.5%
- Merchandising	9.7	9.7	10.3	10.4	2.4%	2.2%	2.3%	2.8%	1.1%
- Other commercial income	19.1	23.2	24.6	23.7	4.7%	5.3%	5.6%	6.3%	-3.9%
TOTAL	405.0	441.2	440.8	374.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-14.9%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services est.	210.2	242.4	263.4	213.4	52.1%	56.3%	57.2%	53.3%	-19.0%
Costs of personnel	154.2	169.6	176.1	161.3	38.2%	39.4%	38.2%	40.2%	-8.4%
Depreciation	17.1	18.8	21.0	26.0	4.2%	4.4%	4.6%	6.5%	23.7%
Operating expenditure	403.7	430.2	460.5	400.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-13.0%
Net result	10.2	26.6	0.0	-27.8	-	-	-	-	-
Operating margin (%)	6.05	2.49	-4.48	-6.88	-	-	-	-	-

Source: RTE, European Audiovisual Observatory

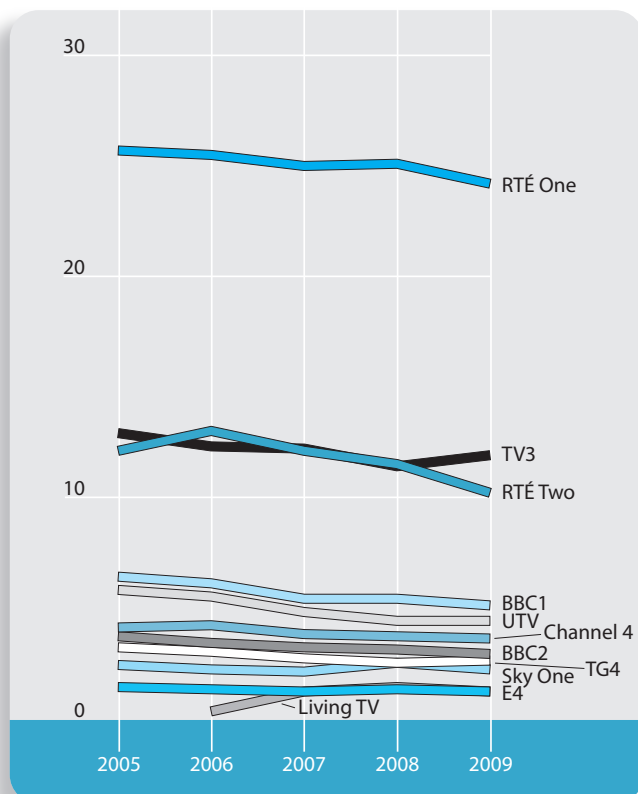


T.1.IE.3
G.1.IE.3TV audience market share in Ireland
2005-2009 In %, 4 years +.

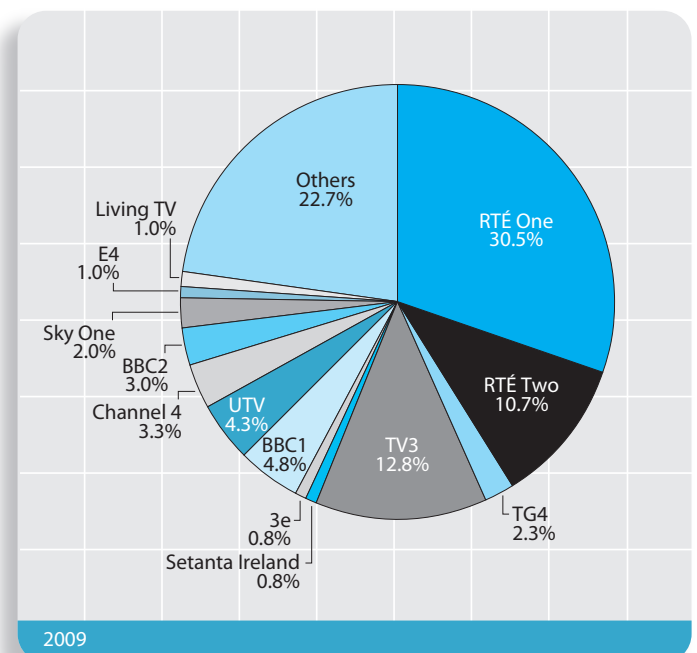
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:29)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
RTÉ One	25.7	25.5	25.0	25.1	24.2	32.6	32.1	31.5	31.0	30.5
RTÉ Two	12.1	13.0	12.1	11.5	10.2	11.6	12.9	12.2	12.1	10.7
TG4	3.2	3.0	2.7	2.5	2.6	2.9	2.6	2.4	2.2	2.3
Irish public channels	41.0	41.5	39.8	39.1	37.0	47.1	47.6	46.1	45.3	43.5
TV3	12.9	12.3	12.2	11.4	11.9	13.5	12.8	13.1	12.4	12.8
Setanta Ireland	0.2	0.5	0.6	0.8	0.9	0.2	0.4	0.5	0.7	0.8
3e (ex Channel 6)	-	0.4	0.6	0.8	0.8	-	0.3	0.5	0.7	0.8
Irish private channels	13.1	13.2	13.4	13.0	13.6	13.7	13.5	14.1	13.8	14.4
BBC1	6.4	6.1	5.4	5.4	5.1	5.8	5.5	4.8	5.0	4.8
UTV	5.8	5.5	4.8	4.4	4.4	6.5	6.1	5.1	4.5	4.3
Channel 4	4.1	4.2	3.8	3.7	3.6	3.7	3.8	3.6	3.5	3.3
BBC2	3.7	3.4	3.2	3.1	2.9	3.0	2.9	2.9	3.0	3.0
Sky One	2.4	2.2	2.1	2.5	2.2	2.6	2.4	2.3	2.6	2.0
E4	1.4	1.3	1.2	1.3	1.2	1.2	1.0	1.1	1.2	1.0
Living TV	-	0.3	1.2	1.4	1.2	-	0.2	1.1	1.2	1.0
Sky News	1.7	1.3	1.3	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8	0.8	0.7
Comedy Central (ex Paramount Comedy)	0.5	0.6	0.7	1.0	1.0	0.5	0.6	0.6	0.9	0.9
Sky Sports 1	1.1	1.1	1.1	1.1	0.9	0.9	0.8	0.8	0.7	0.6
MTV	1.1	0.9	0.9	1.0	0.8	0.7	0.6	0.6	0.7	0.6
Nickelodeon	1.1	1.2	1.0	1.0	0.8	0.4	0.5	0.4	0.5	0.4
Nick Jr	-	-	0.3	0.7	0.6	-	-	0.1	0.4	0.4
Sky Sports 2	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4
Sky Sports News	-	-	-	-	0.5	-	-	-	-	0.4
Comedy Central +1	-	-	-	-	0.5	-	-	-	-	0.3
E4 +1	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	0.4
Main foreign channels	29.8	28.6	27.5	28.4	27.7	26.8	25.8	24.7	25.5	24.5
Others	16.1	16.7	19.3	19.5	21.7	12.4	13.1	15.1	15.4	17.6

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (18:00-23:29). In %, 4 years +.



T.1.IE.4
G.1.IE.4

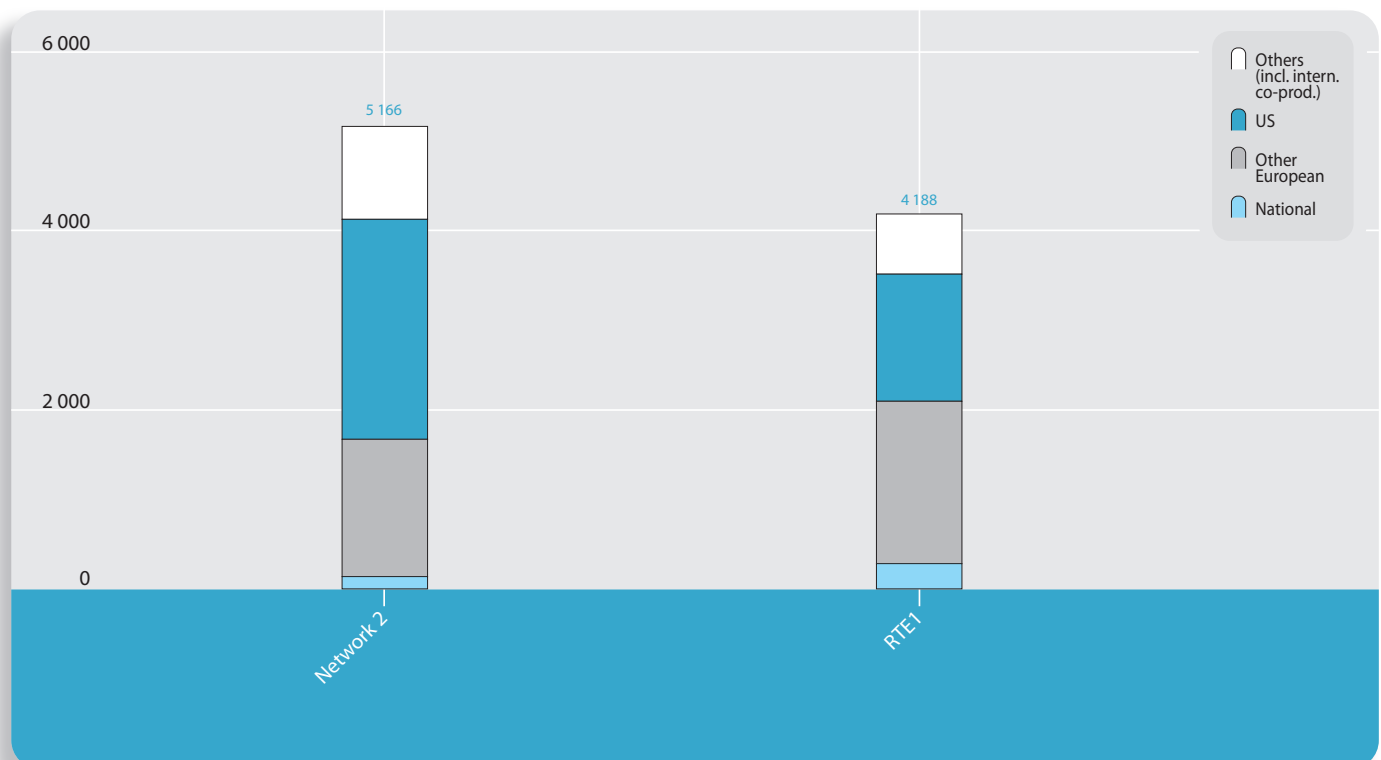
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod. EUR- EUR	Co-prod. EUR- Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
Network 2	8.7	12.6	30.4	519.2	3.5	137.3	148.2	215.7	595.4	351.8	2457.3	171.8	434.1	49.0	31.3
RTE1	2.0	0.0	0.0	1231.1	2.4	282.0	282.0	70.3	225.8	43.9	1420.0	34.8	593.7	0.0	0.0
Total	10.7	12.6	30.4	1750.2	5.9	419.3	430.2	286.0	821.2	395.8	3877.4	206.6	1027.8	49.0	31.3

Source: Infomedica

In hours.



Three television channels dominate the Icelandic market: the public channel Sjónvarpið (RÚV-TV) and two private channels: Stöð 2 (a pay-TV channel) and Skjár 1. These three channels share most of the country's television audience. In fact, the audience share of Sjónvarpið was 49% at the end of 2009, followed by Stöð 2 with 29% and Skjár 1 with 15%.

The Icelandic market has around fifteen operational channels. Four are national in scope: 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. The 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. Finally, Aksjon is a local channel available in about 5% of households. Eight channels belong to 365 ljósva-kamiðlar ehf., a subsidiary of Dagsbrún hf (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, which 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 16 June 2010, the Icelandic Parliament adopted a resolution on the protection of freedom of expression and information. In the resolution, the government is invited to find ways to strengthen freedom of expression, and the protection of sources of information and whistleblowers. The explanatory report talks about making Iceland an attractive environment for the establishment of international media and publishers, start-ups in the media sector, human rights organisations and data centres. The implementation of this resolution would strengthen democracy, encourage necessary reform in the country and increase transparency. It might also increase the nation's standing at international level and stimulate its economy.

Trois chaînes de télévision dominent le marché islandais : la chaîne publique Sjónvarpið (RÚV-TV) et deux chaînes privées, Stöð 2 (chaîne payante) et Skjár 1. Ces trois chaînes rassemblent pratiquement tous les téléspectateurs du pays. De fait, la part d'audience de Sjónvarpið était fin 2009 de 49 %, suivie par Stöð 2 avec 29 % et Skjár 1 avec 15 %.

Le marché islandais compte une quinzaine de chaînes actives. Quatre d'entre elles sont d'envergure nationale : les chaînes payantes Stöð 2 et Stöð 2 Sport et les chaînes gratuites Sjónvarpið (publique) et Skjár 1. Elles sont disponibles pour plus de 90 % de la population. Les 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. Enfin, Aksjon est une chaîne locale disponible dans environ 5 % des foyers. Huit chaînes appartiennent à 365 ljósvakamiðlar ehf., la filiale de Dagsbrún hf (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 16 juin 2010, le Parlement islandais a adopté une résolution sur la protection de la liberté d'expression et d'information. Dans cette résolution, le gouvernement est invité à trouver des solutions pour renforcer la liberté d'expression, la protection des sources d'information et les informateurs. Si l'on s'en réfère au rapport explicatif, cette résolution a pour ambition de faire de l'Islande un environnement attractif pour l'installation d'organes de presse et de médias internationaux, de jeunes entreprises (start-up) dans le secteur des nouveaux médias, d'organisations de défense des droits de l'homme et de centres de données informatiques. La mise en place de cette résolution renforcerait la démocratie, encouragerait une réforme nécessaire dans le pays et contribuerait à davantage de transparence. Cette résolution pourrait également promouvoir la position du pays au niveau international et stimuler son économie.

Drei Sender beherrschen den isländischen Markt: der öffentlich-rechtliche Sender Sjónvarpið (RÚV-TV) und die zwei Privatsender Stöð 2 (Pay-TV) und Skjár 1. Zusammen teilen sich diese drei praktisch alle Fernsehzuschauer des Landes. So hatte Sjónvarpið Ende 2009 einen Zuschaueranteil von 49 %, gefolgt von Stöð 2 mit 29 % und Skjár 1 mit 15 %.

Auf dem isländischen Markt gibt es rund 15 Sender, von denen vier landesweit tätig sind: 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. Die übrigen Sender wie Althingi (Parlamentskanal), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra und Stöð 2 Bio (Pay-TV) erreichen zwischen 50 und 90 % der Bevölkerung. Hinzu kommt noch der Lokalsender Aksjon, den ca. 5 % der Haushalte empfangen. Acht Sender gehören der Firma 365 ljósvakamiðlar ehf., eine Tochter von Dagsbrún hf. (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.

Das isländische Parlament verabschiedete am 16. Juni 2010 eine Resolution zum Schutz der Meinungs- und Informationsfreiheit. Darin wird die Regierung aufgefordert, nach Wegen zu suchen, um das Recht auf freie Meinungsäußerung sowie den Schutz von Informationsquellen und Informanten zu stärken. Im erläuternden Bericht war die Rede davon, das Land umzuwandeln, um attraktive Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von internationalen Presse- und Medienunternehmen, Start-ups, Menschenrechtsorganisationen und Rechenzentren zu schaffen. Dadurch würde die Demokratie gestärkt, ein notwendiger Reformprozess im Land begünstigt und die Transparenz erhöht. Zudem könnte so das internationale Ansehen des Landes steigen und die Wirtschaft in Schwung kommen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)			319	Statistics Iceland
Households		–	122	Statistics Iceland
TV households		95.9%	117	Statistics Iceland
Cable TV households (passed)		48.4%	59	Statistics Iceland
Digital cable TV households		9.84%	12	estimates OBS
DTH/SMATV households		9.0%	11	Statistics Iceland
IPTV subscriptions		~	~	
Installed DVB-T receivers		~	~	
Total Digital TV households		57.4%	70	Statistics Iceland
Households with PC		92.0%	112	Statistics Iceland
Households with broadband		88.0%	103	Statistics Iceland

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	3	Siminn
Satellite packagers	0	
IPTV packagers	2	Siminn, Vodafone (Dagsbrún group)
DTT packagers	1	Vodafone (Dagsbrún group)
Mobile phone TV packagers	1	Vodafone (Dagsbrún group)

TV channels established in the country by kind of transmission	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		1	9	10
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	3	5
Regional/Local			1	1
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets				
Total		3	13	16
<i>Foreign channels targeting the country</i>				

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

T.1.IS.1
G.1.IS.1

Operating revenues of the main television companies in Iceland

2005-2008 ISK Million.

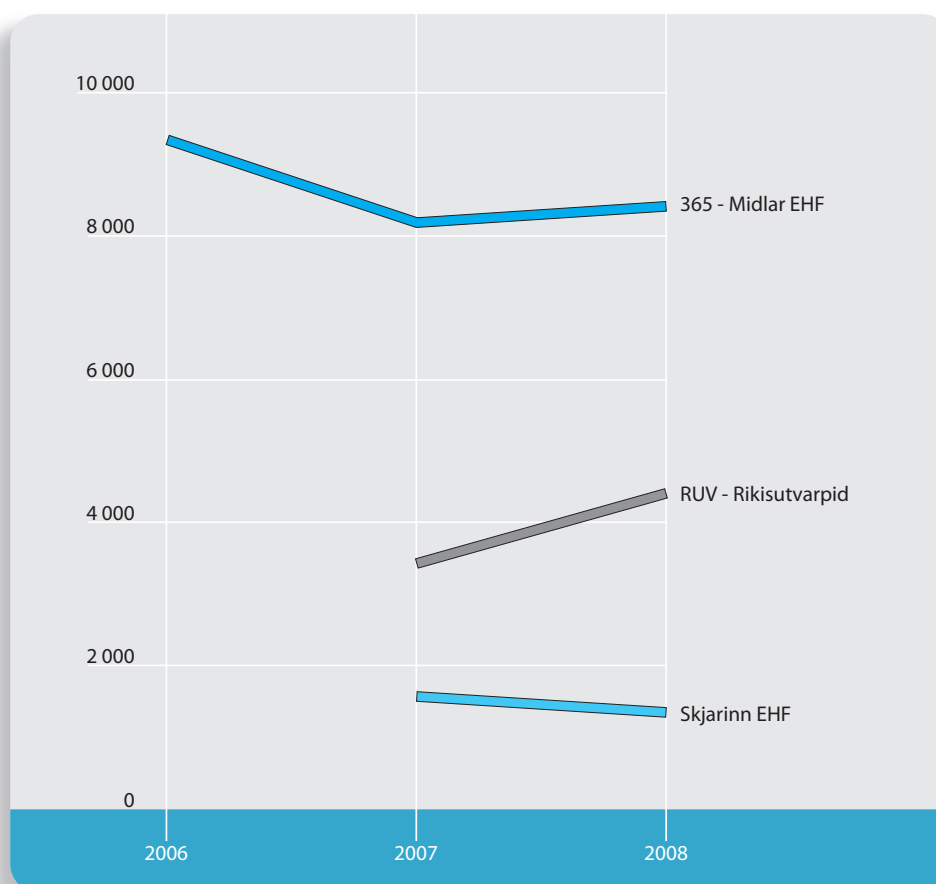
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
365 - Midlar EHF ¹	invest	Stöð2, Stöð2 Sport, Stöð2 Sport2, Stöð2 Extra, Stöð2 Bio, Skifan TV	~	9 337	8 182	8 409	2.8%
RUV - Ríkisutvarpid ²	sptv	RUV	~	~	1 710	4 399	-
Skjarinn EHF	adtv	Skjar 1, Skjar bio, Skjar heimur	~	~	1 561	1 339	-14.2%

Main distributors	Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Siminn HF (cons.) ³	3play	Siminn Television	22 041.0	22 038.0	24 392.0	27 573.0	13.0%
OG Fjarskipti EHF ³	4play	Vodafone Digital +	-	9 429.0	11 216.0	12 054.0	7.5%
Nova EHF ³	3G TV	Nova TV	-	~	31 021.0	1.3	-100.0%

¹ Includes radio and press publishing activities.² 2007 on 6 months.³ Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

ISK million.

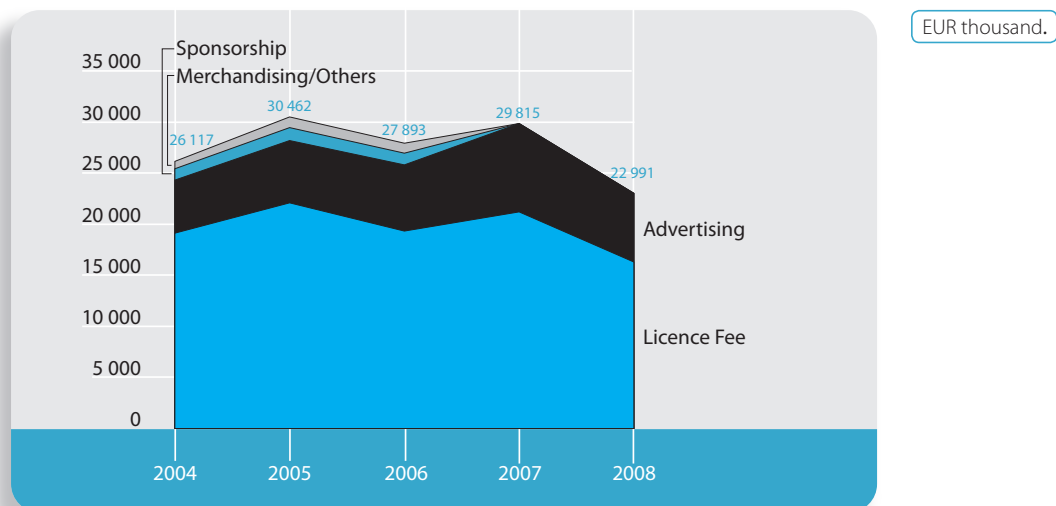


T.1.IS.2
G.1.IS.2Breakdown of RUV television revenues
2004-2008 EUR thousand.

	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
Licence Fee	19 101	22 062	19 303	21 178	16 278	-23.1%
Advertising	5 186	6 090	6 471	8 637	6 713	-22.3%
Sponsorship	1 108	1 267	1 145	①	①	0.0%
Merchandising/Others	722	1 043	974	~	~	~
Total revenues	26 117	30 462	27 893	29 815	22 991	-22.9%
Total expenses	~	~	~	~	34 575	
Net result	~	~	~	~	-3 957	
Operating margin (%)	~	~	~	~	4.2	

① Included in advertising.

Source: RUV, EBU and Statistics Iceland, European Audiovisual Observatory



T.1.IS.3
G.1.IS.3

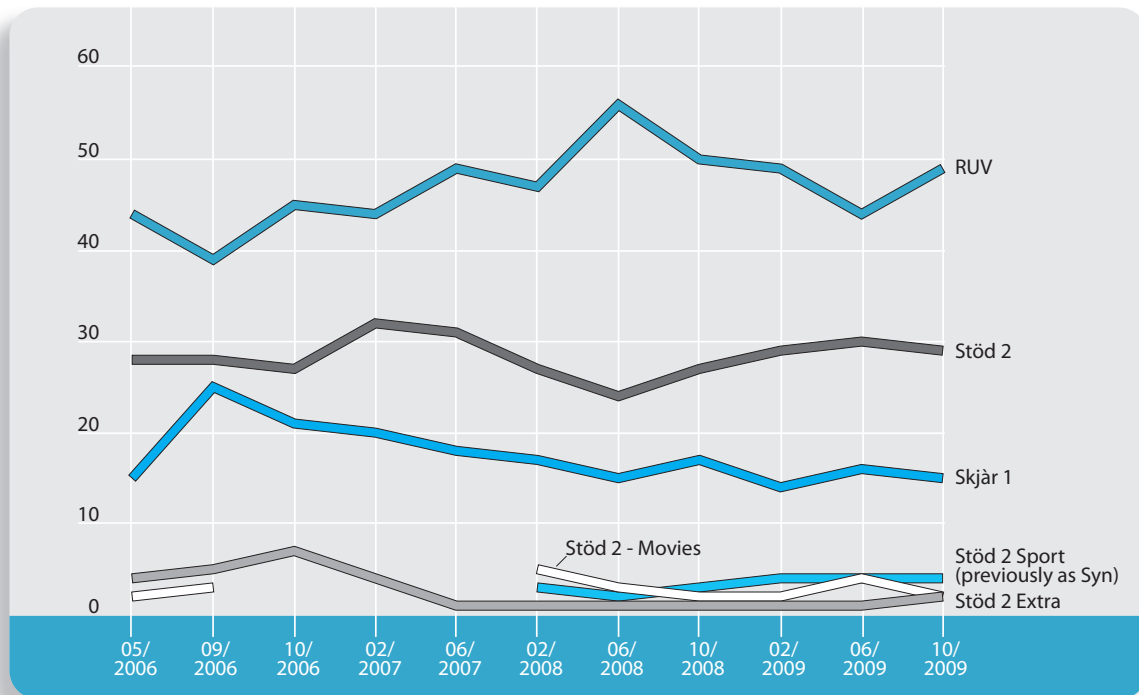
TV audience market share in Iceland

2006-2009 In %, 12-80 years old.

Channels	Daily share										
	05/2006	09/2006	10/2006	02/2007	06/2007	02/2008	06/2008	10/2008	02/2009	06/2009	10/2009
RUV	44	39	45	44	49	47	56	50	49	44	49
Stöd 2	28	28	27	32	31	27	24	27	29	30	29
Stöd 2 - Movies	2	3	~	~	~	5	3	2	2	4	2
Syn	~	~	~	~	~	3	2	3	4	4	4
Sirkus	4	5	7	4	1	1	1	1	1	1	2
Skjær 1	15	25	21	20	18	17	15	17	14	16	15
Others	7	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~

Source: Social Science Research Institute at the University of Iceland, IM Gallup/Capacent, Ríkisutvarpid/HÍ

Daily share. In %, 12-80 years old.



Italy's two most watched channels are still RAI Uno, the first public channel, and the private channel Canale 5 (Mediaset), which had daily audience market shares of 21.2 and 20.7% respectively in 2009. The gap between them is closing: it was two percentage points in 2006 but was only 0.5 percentage point three years later. Following these in terms of audience ratings are four channels that each have a daily audience share of approx. 10%: Italia 1 (Mediaset), RAI Due, RAI Tre and Rete 4 (Mediaset). All four had a slightly lower daily audience in 2009 compared with the previous year. Apart from the seventh terrestrial analogue channel La 7, with a stable market share of around 3%, no channel has a daily audience share of more than 1% in Italy. The incumbent terrestrial general-interest channels still pull in nearly 80% of viewers.

This concentration of audience share is all the more surprising in Italy as the country has a large number of channels: there are more than 400 national and nearly 600 regional and local channels. The leading channel operators are the public service broadcaster RAI and the private groups Mediaset and News Corporation. RAI broadcasts over twenty channels in Italy and five international channels. In May 2010, it absorbed its subsidiary Raisat and the Raisat channels were all renamed. A new channel, RAI 5, was launched in November 2010.

The Mediaset group controls 38 Italian channels (including one international channel). 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+.

Through its subsidiaries Sky Italia and Fox Italia, News Corporation operates more than 90 channels in Italy, 25 of them targeting other countries. In particular, the group launched Cielo, its first free-to-air channel, on the terrestrial network in December 2009.

As far as the distribution of television channels is concerned, Italy is a country historically characterised by the predominance of the reception of terrestrial transmissions. According to DGTVI, more than 17.5 million Italian homes, or 71% of the total, were equipped to receive DTT in August 2010 and 29.6 million DTT decoders had already been sold in the country.

The terrestrial analogue switchoff date, which has been set for 2012, could be brought forward to 2011 according to a statement by the Ministry of Economic Development. Ten regions, most of them in the north of the country, will have switched to fully digital terrestrial reception at the end of 2010.

Les deux chaînes les plus regardées en Italie demeurent RAI Uno, la première chaîne publique, et la chaîne privée Canale 5 (Mediaset). Elle rassemble respectivement 21,2 et 20,7 % de part de marché d'audience quotidienne en 2009, et l'écart entre elles tend à se resserrer : il était de deux points en 2006 mais n'est plus que de 0,5 point trois ans plus tard. Derrière elles, quatre chaînes rassemblent environ 10 % d'audience chacune : Italia 1 (Mediaset), RAI Due, RAI Tre et Rete 4 (Mediaset). Toutes les quatre affichent une audience quotidienne en légère baisse en 2009 par rapport à l'année précédente. Hormis la septième chaîne terrestre analogique La 7, stable autour de 3 % de part de marché, aucune chaîne ne dépasse 1 % de l'audience quotidienne en Italie. Les terrestres généralistes historiques réunissent toujours près de 80 % de l'audience.

La concentration de l'audience est d'autant plus surprenante en Italie qu'un grand nombre de chaînes sont établies dans le pays : plus de 400 chaînes nationales et près de 600 chaînes régionales et locales. Parmi les éditeurs de chaînes les plus importants se trouvent bien sûr le radiodiffuseur de service public, la RAI, mais aussi les groupes privées Mediaset et News Corporation.

La RAI diffuse plus d'une vingtaine de chaîne en Italie et 5 chaînes internationales. En mai 2010, elle a absorbé sa filiale Raisat et les chaînes Raisat ont été toutes renommées. Le lancement d'une nouvelle chaîne RAI 5 est prévu pour novembre 2010.

Le groupe Mediaset contrôle pour sa part 38 chaînes italiennes (dont une internationale). 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+.

News Corporation édite, via ses filiales Sky Italia et Fox Italia, plus de 90 chaînes en Italie (dont 25 ciblant d'autres pays que l'Italie). Le groupe a en particulier lancé en décembre 2009 Cielo, sa première chaîne gratuite sur le réseau terrestre.

Concernant la distribution de chaînes de télévision, l'Italie est un pays historiquement caractérisé par l'importance des transmissions terrestres. Selon DGTVI, en août 2010 plus de 17,5 millions de foyers, soient 71 % des foyers italiens, sont équipés pour la TNT, et 29,6 millions de décodeurs TNT ont déjà été vendus en Italie.

La date de l'extinction des transmissions analogiques terrestres, fixée à 2012, pourrait être avancée à 2011, selon une déclaration du ministère du développement économique. Dix régions, pour la plupart situées dans le nord du pays, auront basculé vers le tout numérique terrestre à la fin de l'année 2010.

Die zwei beliebtesten Sender in Italien waren 2009 nach wie vor der erste öffentlich-rechtliche Sender RAI Uno und der Privatsender Canale 5 (Mediaset) mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 21,2 bzw. 20,7 %, wobei der Abstand zwischen beiden immer geringer wird: 0,5 Prozentpunkte 2009 gegenüber zwei Prozentpunkten 2006. Dahinter folgen vier Sender mit jeweils rund 10 % Zuschaueranteil: Italia 1 (Mediaset), RAI Due, RAI Tre und Rete 4 (Mediaset). Alle vier verzeichnen 2009 leicht rückläufige Zuschaueranteile gegenüber dem Vorjahr. Vom siebten analogen terrestrischen Sender (La 7) abgesehen, der stabil bei rund 3 % Marktanteil liegt, erreicht keiner der übrigen Sender in Italien einen Zuschaueranteil von mehr als 1 %. Die traditionellen terrestrischen Vollprogrammanbieter erreichen nach wie vor einen Zuschaueranteil von zusammen knapp 80 %.

Diese Konzentration der Zuschauer ist umso erstaunlicher, als es in Italien sehr viele Sender gibt: über 400 landesweite und fast 600 regionale oder lokale Sender. Zu den größten Rundfunkanstalten gehören natürlich die öffentlich-rechtliche RAI, aber auch die privaten Medienkonzerne Mediaset und News Corporation.

Die RAI betreibt über 20 Sender in Italien sowie fünf internationale Sender. Im Mai 2010 wurde das Tochterunternehmen Raisat vollständig eingegliedert und die Raisat-Kanäle alle umbenannt. Im November 2010 wurde ein neuer Sender – RAI 5 – gestartet.

Die Mediaset-Gruppe kontrolliert ihrerseits 38 italienische Sender (darunter einen internationalen). Mediaset ist darüber hinaus auch in Spanien vertreten: neben dem Sender Telecinco hat der Konzern 2010 den Sender Cuatro übernommen und 22 % des Satellitenbetreibers Digital+ erworben.

Die News Corporation betreibt über ihre Tochterunternehmen Sky Italia und Fox Italia über 90 Sender in Italien (von denen 25 auf andere Länder ausgerichtet sind). Im Dezember 2009 hat die Gruppe ihren ersten frei empfangbaren terrestrischen Sender gestartet (Cielo).

Was die Plattformen für die Verbreitung des Fernsehprogramms betrifft, so ist Italien ein traditionell von der terrestrischen Übertragung geprägtes Land. Laut DGTVI waren im August 2010 über 17,5 Mio. Haushalte (d.h. 71 % der Haushalte in Italien) in der Lage, DVB-T zu empfangen. Landesweit waren bereits 29,6 Mio. DVB-T-Receiver verkauft worden.

Der auf 2012 festgesetzte Termin für die Abschaltung des analogen Antennenfernsehens könnte nach Aussage des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung auf 2011 vorgezogen werden. Zehn Regionen (überwiegend im Norden

The DTT network is made up of fifteen multiplexes offering a large number of free and paid channels. In November 2010, over forty free-to-air channels and some fifty paid channels were transmitted on the national DTT network – these are higher figures than those encountered in other European markets. In addition to the national channels, about 200 local channels were available free of charge on local DTT in 2010.

Three national pay-TV 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 3.6 million subscribers in September 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. The second service is offered by Dahlia, which replaced the Cartapiù service operated by Telecom Italia in March 2009. The platform is controlled by Sweden's AirplusTV group and provides fifteen channels (sports, documentaries and adult content). The third 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. Apart from the general-interest free-to-air Fly Channel, the package offers several premium film channels and pay-per-view as well as three pay-per-view adult channels.

The launch of Fly Channel and the Europa 7 HD platform marks the end of a long legal battle in Italy: in 1999 Centro Europa 7 was granted a licence for national terrestrial broadcasting but was unable to implement it because it could not obtain a frequency. The European Court of Justice delivered a judgment in January 2008 condemning Italy's transitional arrangements for the allocation of frequencies. In response to this judgment, AGCOM ruled in favour of Centro Europa 7 in October 2008 and the government allocated it a national terrestrial (analogue and digital) frequency in December 2008. It has now commenced its transmissions, which were to begin between July 2009 and June 2011 at the latest.

Three-quarters of Italian homes still depended on the terrestrial reception of television services at the end of 2009. The non-terrestrial multi-channel platform market is not very competitive in Italy. In the absence of a cable network, the country relies on satellite television and IPTV.

The satellite TV market is mainly controlled by Sky Italia (News Corporation). Sky claimed that its package had 4.7 million subscribers in June 2010, which represented a decline compared with the

Le réseau TNT se compose d'une quinzaine de multiplex proposant un nombre élevé de chaînes gratuites et payantes. En novembre 2010, plus d'une quarantaine de chaînes gratuites et une cinquantaine de chaînes payantes sont diffusées sur la TNT nationale, des chiffres supérieurs à ceux rencontrés sur les autres marchés européens. En plus des chaînes nationales, environ 200 chaînes locales sont proposées gratuitement sur la TNT locale en 2010.

Trois plates-formes payantes nationales, et plusieurs autres régionales, coexistent en Italie. La plus importante est Mediaset Premium (groupe Mediaset). Celle-ci fournit des chaînes de football en *pay-per-view*, des chaînes cinéma et des chaînes pour enfants. Mediaset revendique en septembre 2010 3,6 millions d'abonnés. En plus de la trentaine de chaînes transmises, Mediaset Premium propose depuis novembre 2009 un service de télévision à la demande (Premium on Demand). La seconde offre est celle de Dahlia, qui a remplacé en mars 2009 le service Cartapiù, opéré par Telecom Italia. La plate-forme, contrôlée par le groupe suédois AirplusTV, propose une quinzaine de chaînes (sport, documentaire et contenus pour adultes). La troisième plate-forme est celle de Centro Europa 7 qui a inauguré en octobre 2010 un bouquet de douze chaînes, transmises en norme DVB-T2, sous le nom « Europa 7 HD ». Le bouquet propose, outre la chaîne généraliste gratuite Fly Channel, plusieurs chaînes cinéma premium et *pay-per-view* et trois chaînes pour adultes en *pay-per-view*.

Le lancement de Fly Channel et de la plate-forme Europa 7 HD représente l'aboutissement d'une longue d'une bataille judiciaire en Italie. En effet, Centro Europa 7 s'est vu attribuer en 1999 une concession pour la radiodiffusion terrestre nationale qu'elle n'avait jamais pu mettre en œuvre, faute d'obtenir une fréquence. La Cour de justice des Communautés européennes a rendu un arrêt en janvier 2008 condamnant les régimes transitoires italiens d'attribution des radiofréquences. Suite à cet arrêt, l'AGCOM a statué en octobre 2008 en faveur de Centro Europa 7 et le gouvernement lui a alloué en décembre 2008 une fréquence nationale terrestre (analogique et numérique). Ses transmissions devait débuter entre juillet 2009 et juin 2011 au plus tard, c'est désormais chose faite.

Les trois quarts des foyers italiens reposent encore à la fin de l'année 2009 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.

Le marché de la télévision par satellite est essentiellement contrôlé par Sky Italia (News Corporation). Le bouquet

Italiens) werden die Umstellung auf DVB-T bereits bis Ende 2010 abgeschlossen haben.

Das DVB-T-Netz umfasst rund 15 Multiplexe, über die eine Fülle von kostenlosen und kostenpflichtigen Sendern ausgestrahlt werden. Im November 2010 konnten im nationalen DVB-T-Netz über 40 Free-TV- und ca. 50 Pay-TV-Sender empfangen werden, mehr als in jedem anderen Land Europas. Neben den landesweiten Sendern wurden 2010 auch rund 200 kostenlose Lokalsender über lokale DVB-T-Netze ausgestrahlt.

Es gibt drei landesweite sowie verschiedene regionale Pay-DVB-T-Plattformen in Italien. Die größte ist Mediaset Premium (des Mediaset-Konzerns), die neben *Pay-per-View*-Fußball, Kinokanäle und Kinderkanäle anbietet. Mediaset hatte nach eigenen Angaben im September 2010 3,6 Mio. Abonnenten. Mediaset Premium bietet neben den ca. 30 ausgestrahlten Sendern seit November 2009 einen TV-Abfrufdienst an (Premium on Demand). Das zweite Angebot ist die Plattform Dahlia, die im März 2009 die von Telecom Italia betriebene Plattform Cartapiù abgelöst hat. Die von der schwedischen AirplusTV-Gruppe kontrollierte Plattform bietet rund 15 Sender an (darunter Sport-, Dokumentar- und Erotikkanäle). Die dritte 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 an den Start gegangen ist. Das Bouquet umfasst neben dem frei empfangbaren Vollprogrammssender Fly Channel mehrere Premium-Kinofilmkanäle und drei Erotikkanäle, die jeweils als Pay-per-View angeboten werden.

Der Start von Fly Channel und der Plattform Europa 7 HD kennzeichnet das Ende einer langen juristischen Auseinandersetzung. So hatte Centro Europa 7 1999 eine Lizenz für ein nationales terrestrisches Rundfunkprogramm erhalten, konnte aber mangels Sendefrequenz nie auf Sendung gehen. Im Januar 2008 hat der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften ein Urteil erlassen, in dem die italienischen Übergangsregelungen für die Funkfrequenzvergabe verurteilt werden. Infolge dieses Urteils hat die AGCOM im Oktober 2008 eine Entscheidung zu Gunsten von Centro Europa 7 getroffen und die Regierung hat dem Unternehmen im Dezember 2008 eine nationale terrestrische Frequenz zugeteilt (analog und digital). Das Unternehmen sollte zwischen Juli 2009 und spätestens Juni 2011 auf Sendung gehen. Dies ist nun geschehen.

Ende 2009 waren noch drei Viertel der Haushalte in Italien auf das terrestrische Fernsehen angewiesen. Der Markt für

previous year and was the first drop in numbers recorded. The platform is suffering both because of competition from the pay-DTT packages, especially Mediaset Premium (which, like Sky, holds rights to broadcast Calcio matches), and as a result of the presence since the summer of 2009 of the TivùSat free-to-air satellite platform. Modelled on the Freesat package in the UK, TivùSat offers free access to the Italian free-to-air DTT channels. The company TIVU SRL is 48% owned by RAI, 48% by Mediaset and 4% by Telecom Italia.

The market for television via ADSL (IPTV) remains limited: 2.7% of homes were equipped at the end of 2009. The three operators (Fastweb, Telecom Italia and Wind) provide access to the free-to-air DTT channels and resell the Sky Italia and/or Mediaset Premium packages.

While the free-to-air market is mainly controlled by RAI and Mediaset, pay-TV is ultimately run by a duopoly made up of Mediaset and Sky Italia. The two groups have a stormy relationship, as shown by the statements by Tom Mockridge, Sky Italia's CEO, to the Italian press in September 2010 condemning Mediaset's dominant position in Italy's television market. This relationship is unlikely to improve following the European Commission's decision in July 2010 to allow Sky Italia to enter the Italian digital terrestrial television market (one of the conditions for the merger between Stream and Telepiù to form Sky Italia was that the company could not become involved in DTT before 2011).

Finally, in March 2010 a legislative decree implementing the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) was signed into law. The instrument, which transposes the directive, contains a number of additional provisions, such as an hourly advertising limit for pay-TV operators, a measure condemned by the Sky Italia management.

Sky revendique 4,7 millions d'abonnés en juin 2010, un chiffre en baisse par rapport à l'année précédente, pour la première fois. La plate-forme souffre de la concurrence des bouquets de TNT payante, en particulier de Mediaset Premium (qui détient comme Sky des droits de retransmission du Calcio) mais aussi de la présence depuis l'été 2009 de la plate-forme satellite gratuite Tivùsat. Créée sur le modèle du bouquet britannique Freesat, Tivùsat propose l'accès gratuit aux chaînes de la TNT gratuite italienne. La firme TIVU SRL est possédée à 48 % par la RAI, à 48 % par Mediaset et à 4 % par Telecom Italia.

Par ailleurs, le marché de la télévision par ADSL (IPTV) demeure limité : 2,7 % des foyers sont équipés à la fin de l'année 2009. Les trois opérateurs (Fastweb, Telecom Italia et Wind) proposent l'accès aux chaînes gratuites de la TNT et revendent des bouquets Sky Italia et/ou Mediaset Premium.

Au final, si le marché de la télévision gratuite est largement contrôlé par la RAI et Mediaset, celui de la télévision payante prend la forme d'un duopole entre Mediaset et Sky Italia. Les relations entre les deux groupes sont d'ailleurs houleuses, comme le montre les déclarations à la presse italienne en septembre 2010 de Tom Mockridge, le PDG de Sky Italia, dénonçant la position dominante de Mediaset sur le marché de la télévision en Italie. Les relations entre les deux groupes ne devraient pas s'améliorer avec la décision de la Commission européenne en juillet 2010 d'autoriser Sky Italia à entrer sur le marché italien de la télévision numérique terrestre (l'une des conditions de la fusion entre Stream et Telepiù, ayant donné naissance à Sky Italia, était que la firme ne se lance pas dans la TNT avant 2011).

Enfin, en mars 2010 a été promulgué un décret législatif d'application de la Directive sur les services de médias audiovisuels (SMASV). Le texte, qui transpose la directive, contient quelques dispositions additionnelles comme la limitation de la publicité par heure pour les opérateurs de télévision à péage, une mesure dénoncée par les responsables de Sky Italia.

nichtterrestrische Mehrkanal-Plattformen ist in Italien nur schwach entwickelt. In Ermangelung eines Kabelnetzes kommen in diesem Bereich nur Satellitenfernsehen und IPTV zum Einsatz.

Der Satelliten-TV-Markt wird im Wesentlichen von Sky Italia (News Corporation) beherrscht. Das Sky-Bouquet hatte nach eigenen Angaben im Juni 2010 4,7 Mio. Abonnenten und verzeichnet somit zum ersten Mal einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Die Plattform leidet unter der Konkurrenz durch Pay-DVB-T-Dienste, darunter insbesondere Mediaset Premium (der wie Sky über Übertragungsrechte für die italienische Fußballliga verfügt), aber auch durch die seit dem Sommer aktive kostenlose Satellitenplattform Tivùsat. Diese bietet nach dem Modell des britischen Bouquets Freesat einen kostenlosen Zugang zu frei empfangbaren DVB-T-Kanälen an. Anteilseigner der Firma TIVU SRL sind die RAI (48 %), Mediaset (48 %) und Telecom Italia (4 %).

Der Markt für Breitband-Fernsehen (IPTV) ist nach wie vor bescheiden: Ende 2009 waren 2,7 % der Haushalte entsprechend ausgestattet. Die drei Anbieter (Fastweb, Telecom Italia und Wind) bieten einen Zugang zu kostenlosen DVB-T-Sendern und vertreiben die Bouquets von Sky Italia und/oder Mediaset Premium.

Während der Free-TV-Markt weitestgehend von der RAI und Mediaset beherrscht wird, entwickelt sich der Pay-TV-Markt zu einem Duopol zwischen Mediaset und Sky Italia. Die Beziehungen zwischen beiden Konzernen sind im Übrigen durchaus gespannt, wie an den Presseerklärungen von Sky Italia-Chef Tom Mockridge im September 2010 zur marktbeherrschenden Stellung von Mediaset in Italien unschwer zu erkennen ist. Und mit der Entscheidung der Europäischen Kommission vom Juli 2010, Sky Italia den Einstieg in den italienischen DVB-T-Markt zu erlauben (eine der Bedingungen für den Zusammenschluss zwischen Stream und Telepiù, aus dem Sky Italia hervorgegangen ist, war, dass das Unternehmen nicht vor 2011 in den DVB-T-Markt einsteigt), dürften sich diese Beziehungen auch nicht verbessern.

Im März 2010 wurde eine Gesetzesverordnung zur Anwendung bzw. Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) erlassen. Darin enthalten sind einige zusätzliche Bestimmungen wie die Beschränkung der Werbezeit pro Stunde für Pay-TV-Anbieter, eine Maßnahme, die von Sky Italia kritisiert worden ist.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	60 340	Eurostat
Households		–	24 610	Eurostat
TV households		99%	24 364	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		0.0%	0	–
Digital cable TV households		0.0%	0	–
DTH/SMATV households		29.7%	7 302	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		19.3%	4 740	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscription		2.7%	675	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		62.1%	15 291	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		84.1%	20 706	European Audiovisual Observatory
Households with PC		54.5%	13 408	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		43.9%	10 812	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	39	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	558	Screen Digest

TV channels distributors	11.10	Companies
Cable operators	0	–
Satellite packagers	3 ¹	Orbit communications "Orbit Showtime network", Sky Italia (News Corporation), Tivù "Tivù Sat" (RAI, Mediaset, Telecom Italia)
IPTV packagers	3	Fastweb (Swisscom), Telecom Italia "Alice", Wind "Infostrada TV"
DTT multiplex operators and/or packagers	8 ²	Multiplex operators : Centro Europa 7, Elettronica Industriale (Mediaset), Prima TV, Rai Way (RAI), Rete A (L'Espresso), Telecom Italia. Packagers : Tivù (Free DTT), Centro Europa 7, Dahlia (AirPlus TV), Elettronica Industriale
Mobile phone TV packagers	3	H3G (Hutch. Whampoa), Telecom Italia «TIM», Vodafone Omnitel (Vodafone)
Mobile broadcast TV packagers	2	H3G (Hutchison Whampoa), Vodafone Omnitel (Vodafone)

¹ Orbit is established in Italy but targets the Arabic countries.

² In addition, there are several regional multiplex operators and/or packagers (for instance Profit Group or Conto TV).

TV channels established in the country by kind of transmission	11.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		14	89	103
Cable/Satellite/IPTV channels		11	309	320
Regional/Local		7	586	593
Regional/Local windows		20		20
Channels targeting foreign markets		5	45	50
Total		57	1 029	1 086
Foreign channels targeting the country		3	27	30

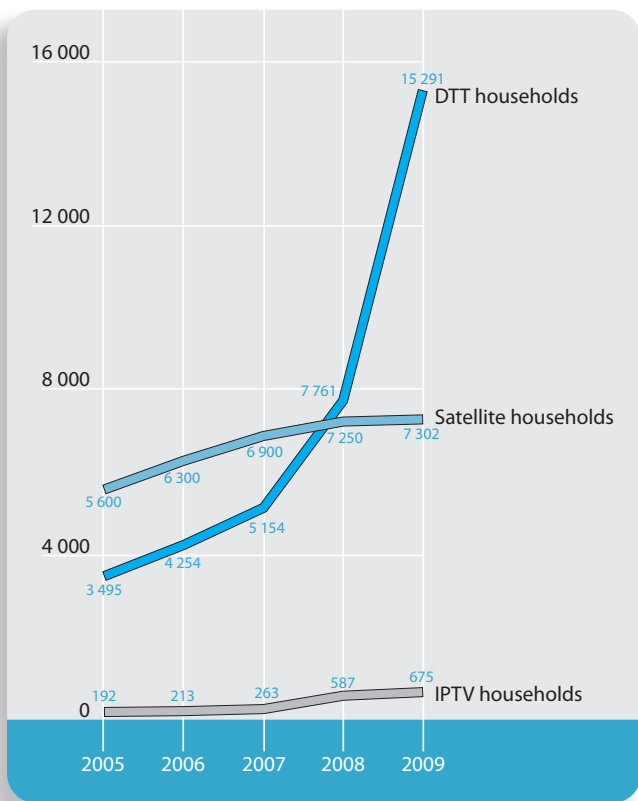
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	11.10	Free national digital terrestrial Tivu	Pay national digital terrestrial Mediaset Premium	Pay national digital terrestrial Dahlia	Satellite Sky Italia	IPTV Telecom Italia Alice	IPTV Fastweb
Generalist - national		11			13	9	11
Generalist - foreign					7		
Adult				4	9		
Children		5	4		17	15	15
Culture/ education/ documentary		1		1	15	7	7
Minority interest groups							
Entertainment/ TV fiction/ games		2	2		26	18	18
Film		3	6		11	15	16
Home shopping		1			9		2
International linguistic and cultural					13		
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1			19	10	8
Music		2		1	21	17	11
News/ business		4			37	21	8
Parliament/ government/ administration					3		
Regional/ local					32		
Religion		1			9		1
Sports		4	9		54	31	27
Various		8	6		35	24	7
Total		43	27	17	330	167	131

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

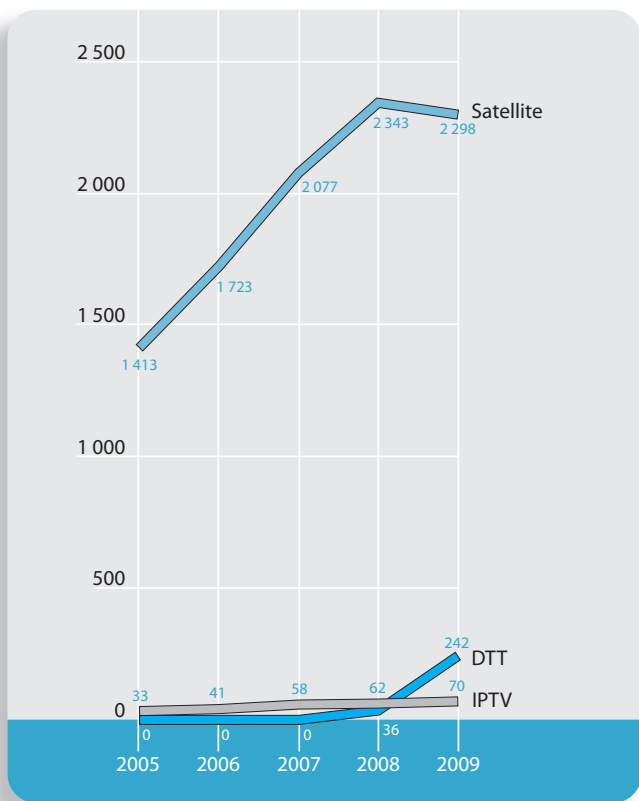
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

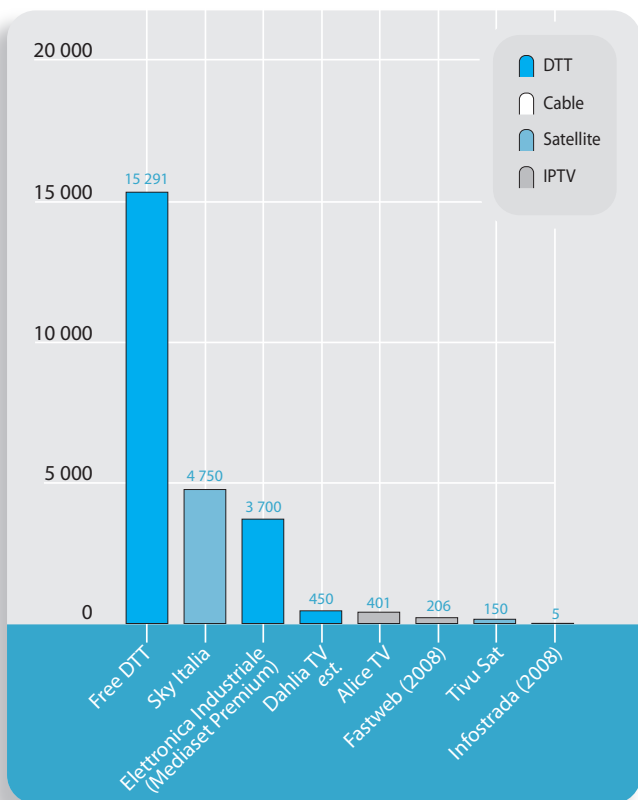
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

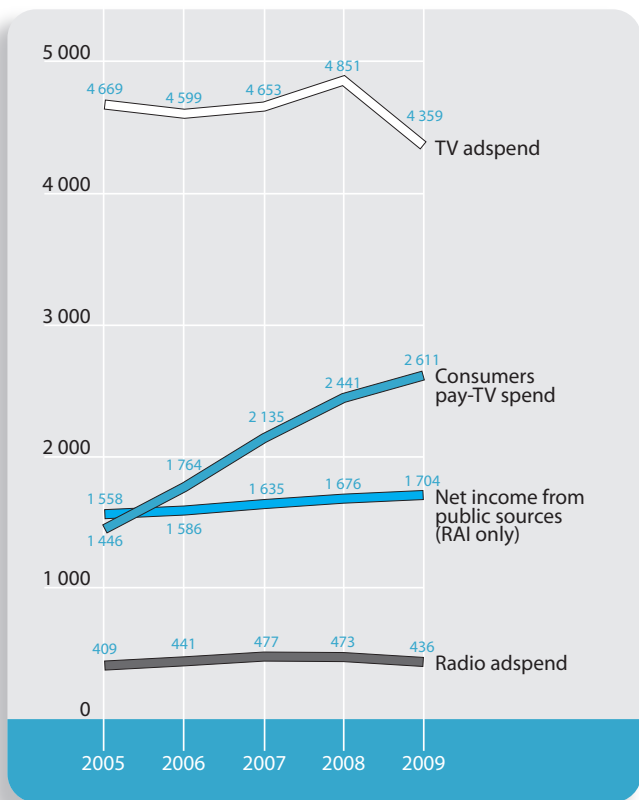
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and RAI

T.1.IT.1
G.1.IT.1

Operating revenues of the main television companies in Italy

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
RAI S.p.A.	sptv	RAI 1, RAI 2, RAI 3, ...	2 933.5	3 002.1	3 057.7	2 985.3	-2.4%
Reti Televisive Italiane R.T.I. ^①	adtv, thtv, DTT	Canale 5, Rete 4, Italia 1, Boing, ...	2 341.9	2 577.0	2 724.7	2 707.5	-0.6%
Telecom Italia Media (cons.) ^{② ③}	thtv	La 7, MTV Italia, DTT	221.2	277.6	228.5	230.3	0.8%
<i>p.m.</i> MTV Italia	thtv	MTV Italia	83.0	91.7	102.4	85.7	-16.3%
Fox International Channels Italy	thtv	Fox TV	87.9	124.4	152.7	171.9	12.6%
Telemarket (cons.)	hstv	Telemarket	73.1	79.9	69.4	~	~
RAISAT	sptv	Raisat	57.7	63.9	72.6	63.6	-12.4%
NBC Universal Global Networks Italia s.r.l.	thtv	Studio Universal	20.4	21.4	40.6	47.6	17.2%
Sitcom Televisioni SRL	thtv	Alice, Leonardo, Marco Polo, Nuvolari	-	-	30.1	~	~
Home Shopping Europe Broadcasting	hstv	Canale D (HSE)	29.8	29.5	~	~	~
<i>p.m.</i> Home Shopping Europe	hstv	Canale D (HSE)	-	-	-	-	-
Digicast S.P.A.	thtv	Y&S, Caccia e Pesca, lei	7.1	7.2	10.6	28.7	170.8%
Italia 7 Gold	thtv	Italia 7	19.1	23.0	28.7	~	~
Turner Broadcasting System Italia	thtv	Boing, Boomerang	25.0	27.9	26.7	28.9	8.2%
Tele Norba	rtv	Tele Norba	23.8	~	~	~	~
Telelombardia S.R.L.	rtv	Telelombardia	15.0	14.7	20.1	19.4	-3.5%
Telecitv S.P.A.	rtv	Telecitv	16.5	17.6	19.7	~	~
Radio Italia	thtv	Playlist Italia, Video Italia	22.6	20.6	21.0	19.4	-7.6%
Jetix Europe	thtv	Jetix Italia	19.7	22.0	25.6	17.3	-32.4%

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telecom Italia (cons.) ^{② ③}	3play, 3G TV, DTT	Alice TV	32 377.0	32 280.0	31 045.0	27 960.0	-9.9%
Vodafone Omnitel ^②	3G TV, dvb-h	Live!, Sky	8 408.7	8 864.9	9 230.0	~	~
Wind Telecomunicazioni ^②	3play, 3G TV, DTT	Infostrada, Wind Imode	4 789.9	5 130.7	5 502.4	~	~
Sky Italia ^③	sat-tv	Sky Italia	2 234.4	2 479.4	2 668.6	~	~
Fastweb (cons.) ^{② ③}	3play	Fastweb	1 277.5	1 565.8	1 806.6	1 944.0	7.6%
H3G S.P.A. ^{② ③}	3G TV, dvb-h	3 Internet e TV free	2 372.7	1 990.5	1 914.0	~	~
Tiscali Italia S.p.a. ^{② ③ ④}	3play	Tiscali TV	214.0	276.8	319.3	~	~
Dahlia TV s.r.l. ^{③ ⑤}	DTT	Dahlia TV	-	-	0.7	87.4	-
Prima TV S.p.A. ^③	DTT	dfree	22.2	27.8	37.4	~	~
Orbit Communications Company ^⑥	packtv	Orbit	21.7	11.1	8.5	6.2	-27.1%

^① Includes also the activities of packager for the pay-TV services on the DTT Mediaset 1 & 2 multiplexes.

^② Includes also telecommunication activities.

^③ Includes also broadcasting activities.

^④ Tiscali has interrupted its TV delivery service as at 31.12.2009.

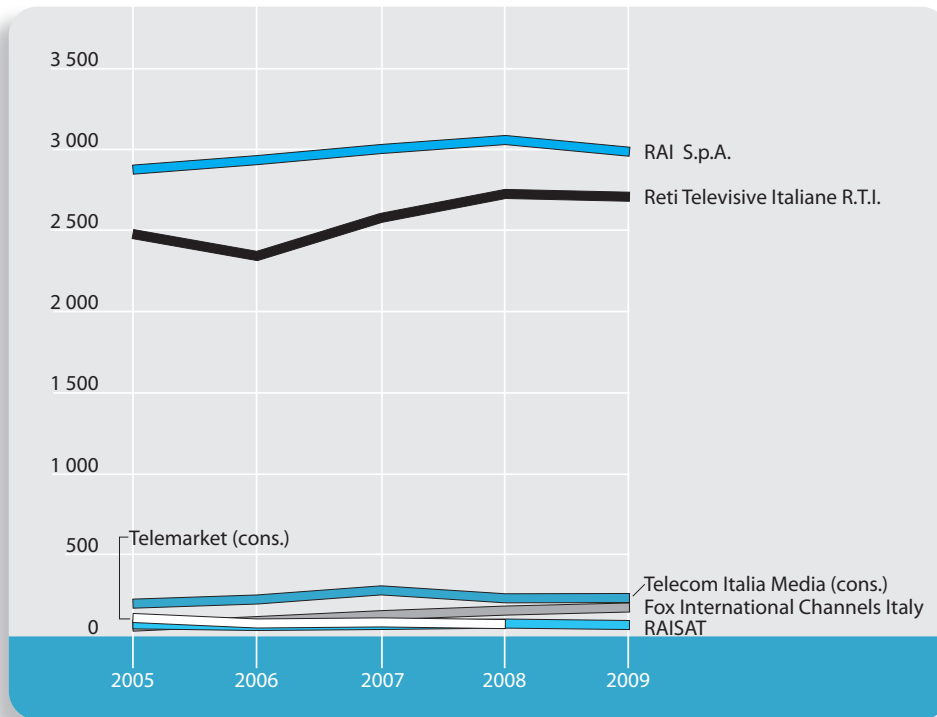
^⑤ In December 2008, the Swedish group Airplus has acquired the DTT PPV package La7Cartapiù from Telecom Italia Media and has created the package Dahlia TV.

^⑥ The Orbit package is targeting the Arabic markets.

T.1.IT.1
G.1.IT.1

Operating revenues of the main television companies in Italy (Continued)

2006-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

T.1.IT.2
G.1.IT.2

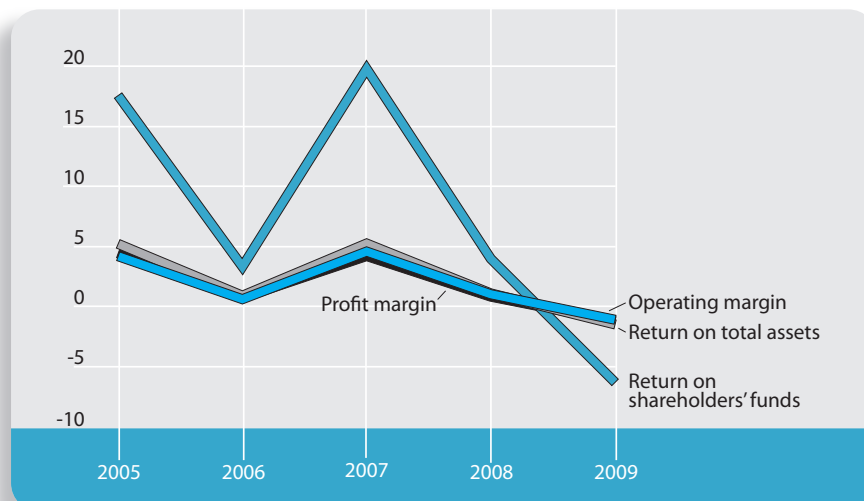
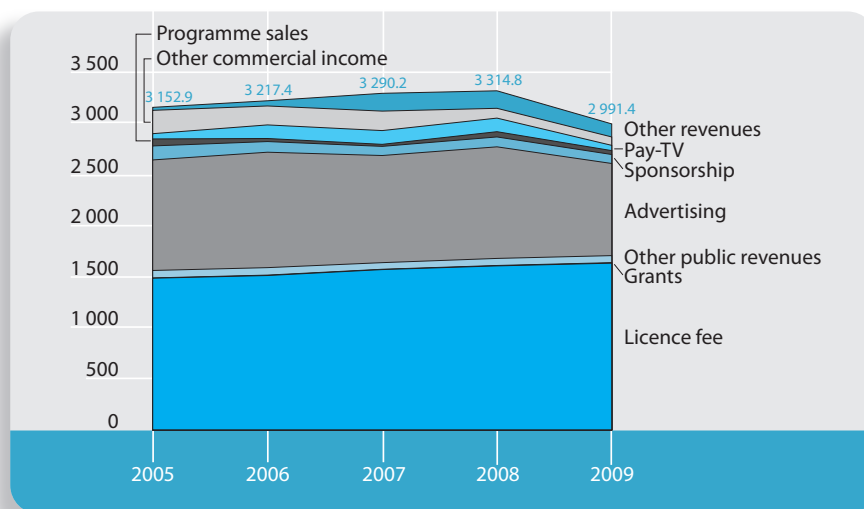
RAI financial situation (consolidated)

2006-2009 EUR million. Segments may be modified from one year to the other.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	1 585.9	1 634.7	1 676.0	1 703.5	49.3%	49.7%	50.6%	56.9%	1.6%
- Grants	4.1	3.1	3.9	5.1	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	30.8%
- Licence fee	1 508.8	1 566.9	1 603.0	1 629.6	46.9%	47.6%	48.4%	54.5%	1.7%
- Other public revenues	73.0	64.7	69.1	68.8	2.3%	2.0%	2.1%	2.3%	-0.4%
Total commercial income	1 580.6	1 481.5	1 467.7	1 160.2	49.1%	45.0%	44.3%	38.8%	-21.0%
- Advertising	1 128.5	1 047.4	1 091.0	900.7	35.1%	31.8%	32.9%	30.1%	-17.4%
- Sponsorship	104.2	89.4	96.7	87.8	3.2%	2.7%	2.9%	2.9%	-9.2%
- Programme sales	29.9	19.8	51.3	38.0	0.9%	0.6%	1.5%	1.3%	-25.9%
- Pay-TV	132.9	134.6	132.9	51.5	4.1%	4.1%	4.0%	1.7%	-61.2%
- Other commercial income	185.1	190.3	95.8	82.2	5.8%	5.8%	2.9%	2.7%	-14.2%
Other Income	50.9	174.0	171.1	127.7	1.6%	5.3%	5.2%	4.3%	-25.4%
TOTAL	3 217.4	3 290.2	3 314.8	2 991.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-9.8%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
- Purchase of goods and services	1 554.3	1 448.3	1 597.8	1 580.0	48.6%	46.1%	48.3%	47.8%	-1.1%
- Costs of personnel	979.9	1 004.4	1 009.6	1 009.6	30.6%	32.0%	30.5%	30.6%	0.0%
- Depreciation	663.1	686.8	699.9	712.8	20.7%	21.9%	21.2%	21.6%	1.8%
Operating expenditure	3 197.3	3 139.5	3 307.3	3 302.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.1%
Net result	-87.4	-4.9	-7.1	-61.8					770.4%
Operating margin (%)	0.6	4.6	1						

Source: European Audiovisual Observatory estimates on the basis of data available for the consolidated accounts of the RAI Group in the Annual Report



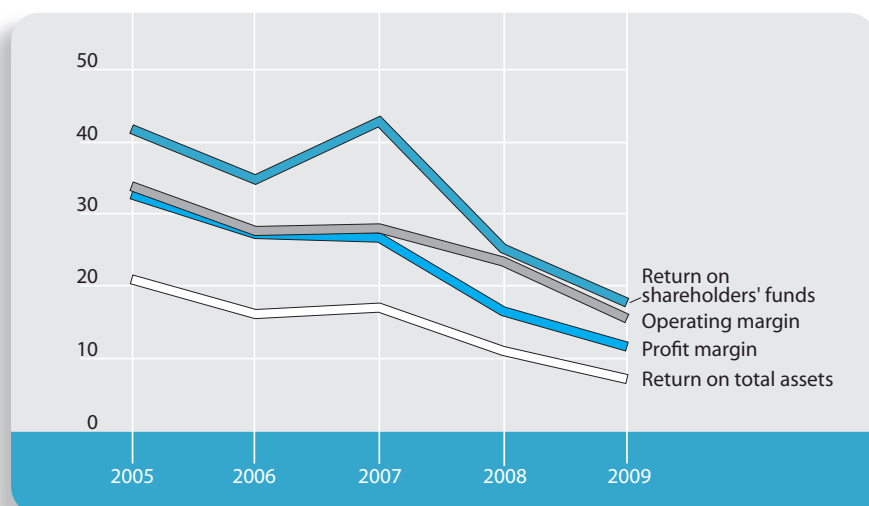
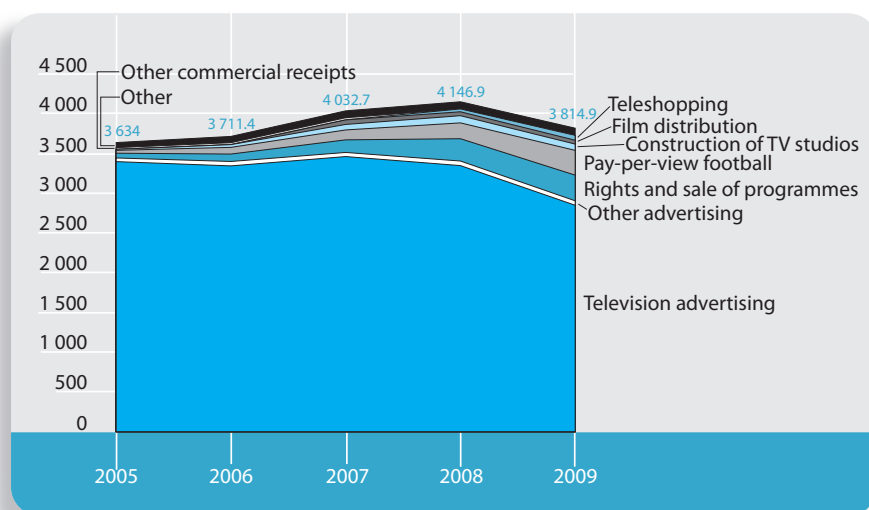
T.1.IT.3
G.1.IT.3

Mediaset Group financial situation 2006-2009

EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Television advertising	3 340.8	3 458.2	3 344.5	2 846.0	90.0%	85.8%	80.7%	74.6%	-14.9%
Other advertising	55.6	51.7	57.5	56.0	1.5%	1.3%	1.4%	1.5%	-2.6%
Rights and sale of programmes	93.4	158.3	280.5	322.6	2.5%	3.9%	6.8%	8.5%	15.0%
Pay-per-view football	84.2	124.6	199.1	311.5	2.3%	3.1%	4.8%	8.2%	56.5%
Construction of TV studios	33.9	69.1	90.2	78.9	0.9%	1.7%	2.2%	2.1%	-12.5%
Film distribution	-	56.8	49.5	48.6	-	1.4%	1.2%	1.3%	-1.8%
Teleshopping	-	-	35.6	61.2	-	-	0.9%	1.6%	71.9%
Other commercial receipts	25.4	27.8	-	-	0.7%	0.7%	-	-	-
Other	78.1	86.2	90.0	90.1	2.1%	2.1%	2.2%	2.4%	0.1%
TOTAL	3 711.5	4 032.8	4 146.9	3 815.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-8.0%
Operating revenues	3 747.6	4 105.1	4 199.5	3 882.9					-7.5%
Expenditure	2 712.4	2 933.1	3 215.9	3 281.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	2.0%
Purchase of goods and services	1 374.2	1 431.0	1 536.7	1 593.3	50.7%	48.8%	47.8%	48.6%	3.7%
Costs of personnel	452.5	485.1	519.1	507.6	16.7%	16.5%	16.1%	15.5%	-2.2%
Depreciation	885.7	1 017.0	1 160.1	1 180.6	32.7%	34.7%	36.1%	36.0%	1.8%
Net result	661.8	681.2	562.1	305.8					-45.6%
Operating margin (%)	27.6	28.0	23.4	15.50					

Source: Mediaset, European Audiovisual Observatory



T.1.IT.4
G.1.IT.4TV audience market share in Italy
2005-2009 In %, 4 years +.

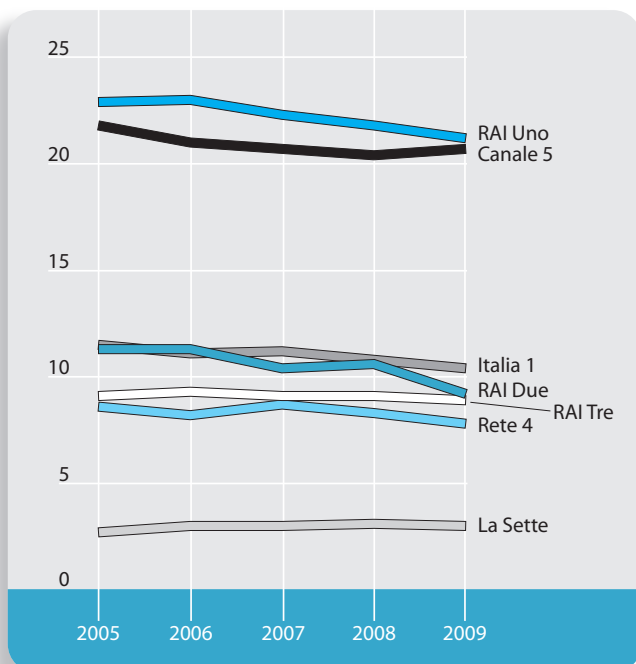
Channels	Daily share					Prime time (20:30-22:30)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
RAI Uno	22.9	23.0	22.3	21.8	21.2	23.9	24.2	23.3	22.5	22.4
RAI Due	11.3	11.3	10.4	10.6	9.2	10.6	10.5	10.3	10.7	10.0
RAI Tre	9.1	9.3	9.1	9.1	8.9	9.8	10.3	10.2	10.1	9.4
RAI 4	-	~	~	0.2	0.4	~	~	~	0.2	0.3
RAI Gulp	-	~	~	0.1	0.2	~	~	~	0.1	0.1
Raisat Cinema	-	~	~	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Raisat Extra	-	~	~	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Raisat Premium	-	~	~	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Raisat Yoyo	-	~	~	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1
RAI Sport Più	-	~	~	0.1	0.2	~	~	~	0.1	0.1
Rainews 24	~	~	~	~	0.1	~	~	~	~	0.1
RAI Storia	-	-	-	-	0.1	-	-	-	-	0.1
Italian main public channels ①	43.3	43.6	41.8	42.3	40.7	44.3	45.0	43.8	44.1	42.9
Canale 5	21.8	21.0	20.7	20.4	20.7	22.5	22.0	21.6	20.6	21.1
Italia 1	11.5	11.1	11.2	10.8	10.4	11.5	10.5	10.7	10.5	9.8
Rete 4	8.6	8.2	8.7	8.3	7.8	8.8	8.1	8.4	8.6	7.8
La Sette	2.7	3.0	3.0	3.1	3.0	2.1	2.4	2.3	2.8	2.6
Italian main private channels	44.6	43.3	43.6	42.6	41.9	44.9	43.0	43.0	42.5	41.3
Boing TV	~	~	~	~	0.7	~	~	~	~	0.5
7 Gold	~	0.6	0.6	0.5	0.5	~	0.7	0.7	0.7	0.7
Fox Crime	~	~	~	0.5	0.4	~	~	~	0.4	0.3
Sky Sport 1	~	~	~	0.4	0.4	~	~	~	0.8	0.9
Disney Channel	~	~	~	0.3	0.3	~	~	~	0.1	0.2
FOX	~	~	~	0.3	0.3	~	~	~	0.2	0.2
Playhouse Disney Italia	~	~	~	0.3	0.2	~	~	~	0.1	0.1
Sky Cinema 1	~	~	~	0.3	0.3	~	~	~	0.5	0.4
Italian main thematic channels ②	~	~	~	2.6	2.4	~	~	~	2.8	2.8
Foreign channels	~	~	~	0.6	1.4	~	~	~	0.3	0.8
Others	12.1	13.1	14.6	11.9	13.6	10.8	12.0	13.2	10.3	12.2

① RAI thematic channels included since 2008.

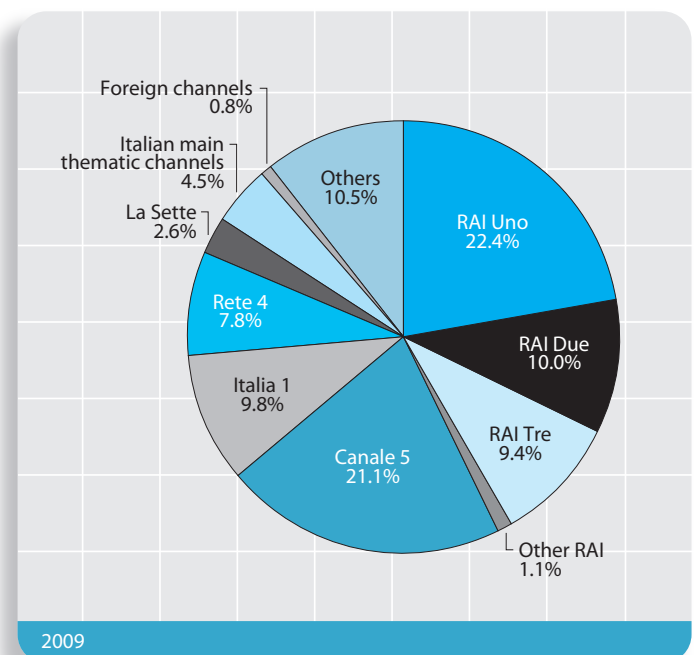
Source: Eurodata TV Worldwide, Auditel, AGB NMR Italy

② Channels with 0,2 % or more of daily market share.

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (20:30-22:30). In %, 4 years +.



T.1.IT.5
G.1.IT.5

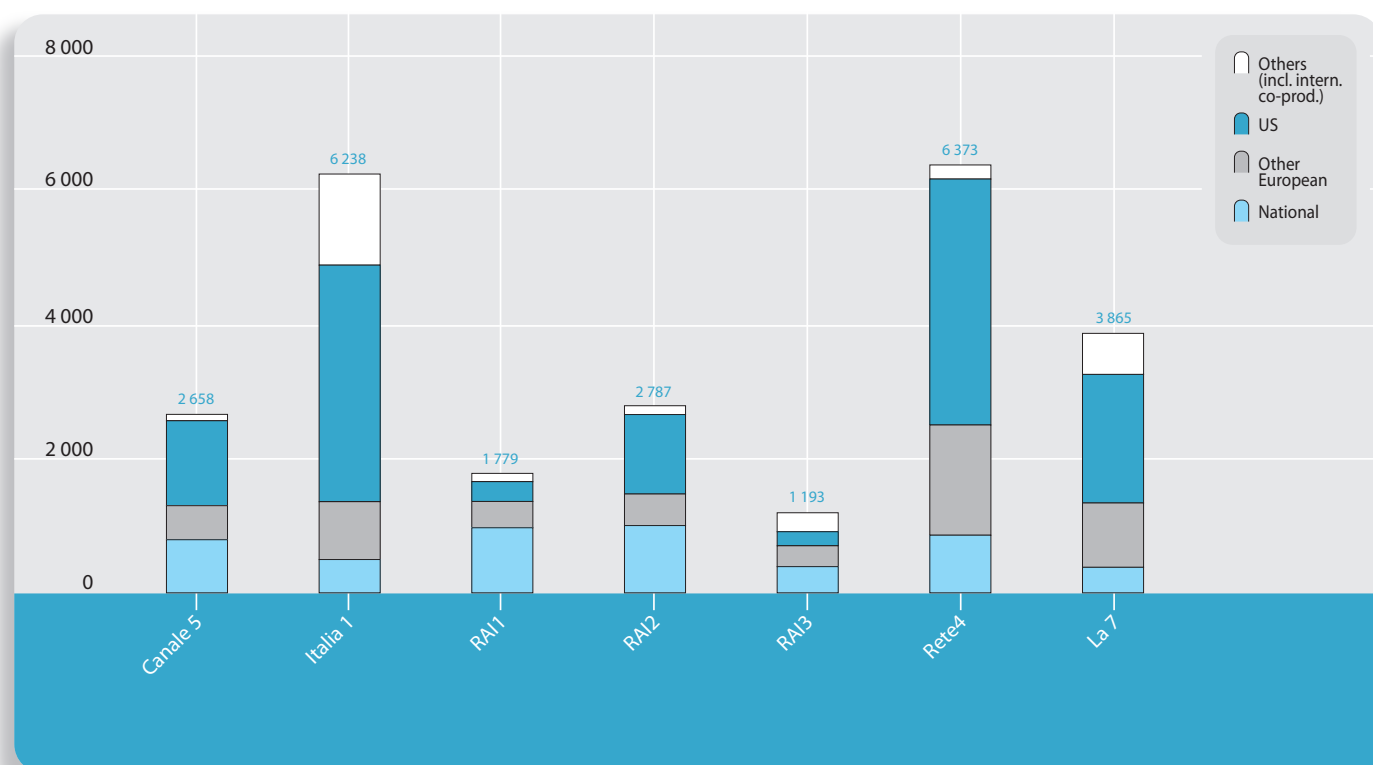
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	Other EUR	Co-prod. EUR- EUR	Co-prod. EUR- Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
Canale 5	143.1	0.0	10.7	11.6	791.0	73.6	109.6	158.6	67.1	1265.2	16.5	2.0	0.0	9.2
Italia 1	25.9	45.3	29.5	75.2	495.9	17.3	213.4	455.2	531.7	3523.1	21.7	45.0	601.1	157.5
RAI1	119.8	0.0	24.3	7.9	969.3	0.0	165.6	74.0	31.8	295.6	18.2	53.2	0.0	19.7
RAI2	282.8	0.0	30.7	58.4	1001.9	1.5	27.6	69.0	95.5	1183.4	10.2	0.0	20.5	5.3
RAI3	30.3	1.3	11.6	4.4	390.3	0.0	136.7	126.3	8.6	209.8	21.3	27.2	0.0	224.8
Rete4	706.1	12.5	181.5	86.0	857.5	7.5	343.2	305.1	102.7	3663.1	91.4	9.7	0.0	6.2
La 7	5.8	0.0	70.7	313.3	379.8	2.0	306.3	260.3	277.6	1915.1	262.6	63.4	3.3	4.5
Total	1313.8	59.1	358.9	556.8	4885.6	101.9	1302.3	1448.4	1115.0	12055.2	441.9	200.5	624.8	427.2

Source: Infomedia

In hours.



T.1.IT.6

The 30 leading TV production companies in Italy 2005-2009

Operating revenues in EUR million.

Rank	Companies	Genre	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
1	Taodue s.r.l.	Fiction	-	56.5	109.7	~	93.2	~
<i>p.m.</i>	Taodue Film s.r.l.	Fiction	41.8	27.0	6.1	52.1	~	~
2	Endemol Italia S.p.A.	Entertainment	72.5	127.9	93.8	86.0	~	~
3	Grundy Italia	Fiction	39.5	56.8	59.0	57.9	~	~
4	Cattleya S.P.A.	Fiction, feature films	51.3	35.6	57.5	~	~	~
5	Magnolia S.p.A.	Entertainment, fiction	33.9	45.5	48.0	53.9	41.0	-23.9%
6	Nova Films s.r.l.	Fiction, feature films	28.9	36.0	51.7	~	~	~
7	Publispei Pubblicità Spettacoli	Fiction	9.3	29.7	28.2	44.2	44.6	1.0%
8	Rainbow spa	Animation	19.0	23.6	31.3	41.1	~	~
9	Luxvide	Fiction	57.1	77.0	41.9	39.3	39.5	0.5%
10	Mediavivere	Fiction	50.0	44.9	52.0	49.0	32.4	-33.9%
11	Albatross Entertainment S.P.A.	Fiction, feature films	-	-	7.6	32.4	~	~
12	Ballandi Entertainment	Music, events	30.4	30.7	28.3	21.0	20.9	-0.4%
13	Einstein Fiction S.R.L.	Fiction	0.4	0.9	6.4	19.1	~	~
14	Casanova Entertainment	Fiction, feature films	6.6	6.7	17.8	~	~	~
15	Palomar S.p.A.	Fiction	31.7	23.0	25.2	17.2	~	~
16	Cosmo Production	Fiction	7.8	13.9	16.9	14.9	~	~
17	Janus International s.r.l.	Fiction	8.5	16.6	24.7	14.8	~	~
18	Triangle Production S.R.L.	Entertainment	1.4	8.9	2.7	2.7	13.1	385.2%
19	Rizzoli Audiovisivi S.P.A.	Fiction	38.1	20.7	22.8	12.0	~	~
20	ITC Movie	Fiction, feature films	5.5	11.1	8.5	10.5	~	~
21	Mondo TV S.p.A. (cons.)	Animation	50.5	34.7	42.9	44.7	10.3	-77.0%
22	Produzioni Alfa S.R.L.	Fiction	34.0	20.4	16.2	9.1	~	~
23	Titania Produzioni s.r.l.	Fiction, feature films	2.6	10.4	7.9	4.7	8.3	76.6%
24	Fidia Film Sarl	Fiction	10.7	22.9	18.4	2.6	6.2	138.5%
25	Rodeo Drive S.R.L.	Fiction	~	6.2	5.9	5.9	~	~
<i>p.m.</i>	Rodeo Drive Media	Fiction	1.2	10.3	~	5.1	~	~
26	Magnolia Fiction S.R.L.	Fiction	-	-	5.5	14.3	5.9	-58.7%
27	Cartoon One	Animation	0.7	1.9	1.8	5.9	~	~
28	Target Communications	-	4.7	5.4	4.8	5.7	5.3	-7.7%
29	Video 80	Fiction	7.8	3.1	11.6	5.0	~	~
30	11 Marzo Film	Fiction	3.7	4.0	6.1	4.5	~	~

Source: European Audiovisual Observatory

Despite the steady drop in its market share, TV3 (Sweden's MTG Group) was still the Lithuanian market leader in 2009 with a 23.5% daily audience, ahead of LNK (MG Baltic Group), whose share was stable at 20.7%. LTV, the main channel of the public service broadcaster LRT, was in third position, its daily audience having dropped to 12.8%. After these, there are only two channels with a share above 2%: BTV (Achemos Group) and the Russian-language channel PBK.

The market remains concentrated around these five channels, and television advertising revenues dropped by 37% in Lithuania in 2009. Against this background, several local channels and the music channel MTV Lithuania ceased transmissions in 2009 and 2010. Also, the MTG Group took so long to launch its channel 3+ in Lithuania that the Radio and Television Commission LRTK ended up cancelling the licence they had granted for it. However, after the launch of Sport1 in 2008, the local channel Eteris TV and the parliament channel Seimas-Tiesiogiai were launched in Lithuania in 2009.

Multichannel distribution is dominated by the offers of the cable operators (and MMDS providers). There are around fifty of these and they supplied about 30% of households at the end of 2009. However, the cable networks, which still have a low digitisation rate, are facing competition from the other digital platforms which are rapidly expanding. At the end of 2009, 16% of households subscribed to a digital television service (only 3% via cable), which amounted to a rise of 44% in one year. The Viasat satellite package is now received by 5% of households and the IPTV market is particularly dynamic in Lithuania, where there were seven operators in June 2010 and several others were about to launch their platforms. However, the sector is dominated by Teo LT (68% owned by Sweden's TeliaSonera group). Its Interactive GALA package had a 96.7% share of the IPTV market in December 2009 and recorded 58 000 subscribers in March 2010.

Teo LT also operates Digital GALA, the country's main pay-DTT platform (with more than 50 000 subscribers in March 2010). Three HD channels were launched on this platform in October 2009. The second DTT platform is distributed (only in Vilnius) by Balticum and had less than 2,000 subscribers at the end of 2009. Although the DTT network has covered 90% of the population since 2008, a majority of households still watch terrestrial analogue television. These transmissions are still scheduled to be switched off in October 2012.

Malgré la baisse régulière de sa part de marché, TV3 (groupe suédois MTG) demeure leader sur le marché lituanien en 2009 avec 23,5 % d'audience quotidienne, devant LNK (MG Baltic Group), stable à 20,7 %. LTV, la principale chaîne du radiodiffuseur public LRT se trouve en troisième position avec une audience quotidienne en baisse à 12,8 %. Derrière, seules deux chaînes dépassent les 2 % : BTV (Achemos Grupė) et la chaîne russophone PBK.

Le marché demeure concentré autour de ces cinq chaînes et les recettes publicitaires télévisées ont diminué de 37 % en Lituanie en 2009. Dans un tel contexte, plusieurs chaînes locales et la chaîne musicale MTV Lituanie ont cessé d'émettre en 2009 et 2010. De même, le groupe MTG a tant tardé à lancer sa chaîne 3+ en Lituanie que le LRTK a fini par annuler la licence qu'il lui avait accordée. Ceci dit, après Sport1 en 2008, la chaîne locale Eteris TV et la chaîne parlementaire Seimas Tiesiogiai ont tout de même été lancées en 2009 sur le marché lituanien.

La distribution multi-chaînes est dominée par les offres des câblo-opérateurs (et fournisseurs de MMDS). Ils sont une cinquantaine et équipent environ 30 % des foyers à la fin 2009. Mais les réseaux câblés, encore faiblement numérisés, affrontent la concurrence des autres plates-formes numériques, en plein essor. De fait, à la fin de l'année 2009, 16 % des foyers sont abonnés à un service de télévision numérique (dont seulement 3 % par câble), un chiffre en progression de 44 % en un an. Le bouquet satellite Viasat équipe désormais 5 % des foyers et le marché de l'IPTV est particulièrement dynamique en Lituanie. Sept opérateurs sont actifs en juin 2010 et plusieurs autres sont sur le point d'inaugurer leurs plates-formes. Mais le secteur est dominé par Teo LT (possédé à 68 % par le groupe suédois TeliaSonera). Son bouquet Interactive GALA affiche 58 000 abonnés en mars 2010 et rassemble une part de marché de 96,7 % sur le marché de l'IPTV en décembre 2009.

Teo LT opère par ailleurs Digital GALA, la principale plate-forme de TNT payante du pays (plus de 50 000 abonnés en mars 2010). Sur cette plate-forme ont été lancées trois chaînes HD en octobre 2009. La seconde plate-forme TNT est distribuée, uniquement à Vilnius, par Balticum et compte moins de 2 000 abonnés à la fin 2009. Même si la couverture du réseau TNT dépasse 90 % de la population depuis 2008, une majorité des foyers regarde toujours la télévision analogique terrestre. L'extinction de ces transmissions demeure programmée pour octobre 2012.

Trotz eines kontinuierlichen Rückgangs des Marktanteils blieb TV3 (schwedische MTG-Gruppe) 2009 mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 23,5 % Marktführer in Litauen, vor LNK (MG Baltic Group) mit stabilen 20,7 %. LTV, der wichtigste Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters LRT, belegte bei sinkender täglicher Einschaltquote mit 12,8 % den dritten Platz. Von den übrigen Sendern kamen nur zwei auf über 2 %: BTV (Achemos-Gruppe) und der russischsprachige Sender PBK.

Der Markt konzentrierte sich weiterhin um diese fünf Sender. Die Fernsehwerbeseinnahmen sanken 2009 in Litauen um 37 %. Vor diesem Hintergrund stellten mehrere lokale Sender und der Musikkanal MTV Litauen 2009 bzw. 2010 ihren Sendebetrieb ein, und die MTG-Gruppe zögerte den Sendestart von 3+ in Litauen so lange hinaus, bis die Medienanstalt LRTK schließlich die zuvor erteilte Lizenz wieder zurückzog. Allerdings wurden 2009 dennoch der Lokalsender Eteris TV und der Parlamentskanal Seimas Tiesiogiai auf dem litauischen Markt gestartet, nachdem 2008 schon Sport1 auf Sendung gegangen war.

Die Multikanalverbreitung wird von den Angeboten der Kabelnetzbetreiber (und MMDS-Betreiber) dominiert. Etwa fünfzig von ihnen versorgten Ende 2009 rund 30 % der Haushalte. Allerdings stehen die noch wenig digitalisierten Kabelnetze in Konkurrenz mit den anderen – digitalen – Plattformen, die boomen. Tatsächlich hatten Ende 2009 16 % der Haushalte ein Abonnement für einen digitalen Fernsehdienst (davon nur 3 % per Kabel), ein Anteil, der innerhalb eines Jahres um 44 % anstieg. 5 % der Haushalte haben das Satellitenbouquet Viasat abonniert. Der IPTV-Markt ist in Litauen besonders dynamisch. Sieben Betreiber waren im Juni 2010 aktiv und mehrere andere stehen kurz davor, ihre Plattform in Betrieb zu nehmen. Dominiert wird der Sektor aber von Teo LT (zu 68 % im Besitz der schwedischen TeliaSonera-Gruppe). Sein Bouquet Interactive GALA hatte im März 2010 58 000 Abonnenten und erzielte im Dezember 2009 einen Marktanteil von 96,7 % beim IPTV.

Teo LT betreibt außerdem Digital GALA, die wichtigste kostenpflichtige DVB-T-Plattform des Landes (mit über 50 000 Abonnenten im März 2010). Auf dieser Plattform wurden im Oktober 2009 drei HD-Sender gestartet. Die zweite DVB-T-Plattform wird von Balticum nur in Vilnius verbreitet und hatte Ende 2009 weniger als 2 000 Abonnenten. Auch mit einer DVB-T-Abdeckung von über 90 % der Bevölkerung seit 2008 empfangen die meisten Haushalte ihr Fernsehprogramm immer noch über das analoge terrestrische Signal. Dessen Abschaltung ist weiterhin für Oktober 2012 geplant.

Sources: LRTK - Lietuvos Radijo ir Televizijos Komisija (Radio and Television Commission of Lithuania) : <http://www.rtk.lt/lt>

RRT - Rysiu Reguliavimo Tarnyba (Communication Regulatory Authority) : <http://www.rrt.lt>

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

Audience data: Eurodata TV Worldwide / SIC Gallup Media

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	3 329	Eurostat
Households		–	1 393	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		96%	1 337	RTK / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		30%	420	RRT / European Audiovisual Observatory
Digital cable/ MMDS TV households		3%	48	RRT / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		8%	115	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		5%	75	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscription		5%	63	RRT / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		6%	78	RRT / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		19%	264	RRT / European Audiovisual Observatory
Households with PC		53%	744	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		15%	661	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	07.10	Companies
Cable operators (incl. MMDS)	56	Balticum TV, Init, Sugardas, Telerena, Vinita, Viginta...
Satellite packagers	1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	7	Teo LT (TeliaSonera), Dokeda, KavaMedia, Mikrovisatos TV, Parabole, Penkiu Kontinentu, Transteleservis
DTT multiplex operators and packagers	3	Transmission company: Lietuvos radijo ir televizijos centras & Teo LT (TeliaSonera) / Pay DTT packagers: Teo LT (TeliaSonera), Balticum TV (in Vilnius only)
Mobile phone TV packagers	1	Omnitel (TeliaSonera)

TV channels established in the country by kind of transmission	07.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	11	13
Cable/Satellite/IPTV/Mobile				
Regional/Local			43	43
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		1		1
Total		3	54	57
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	4	6

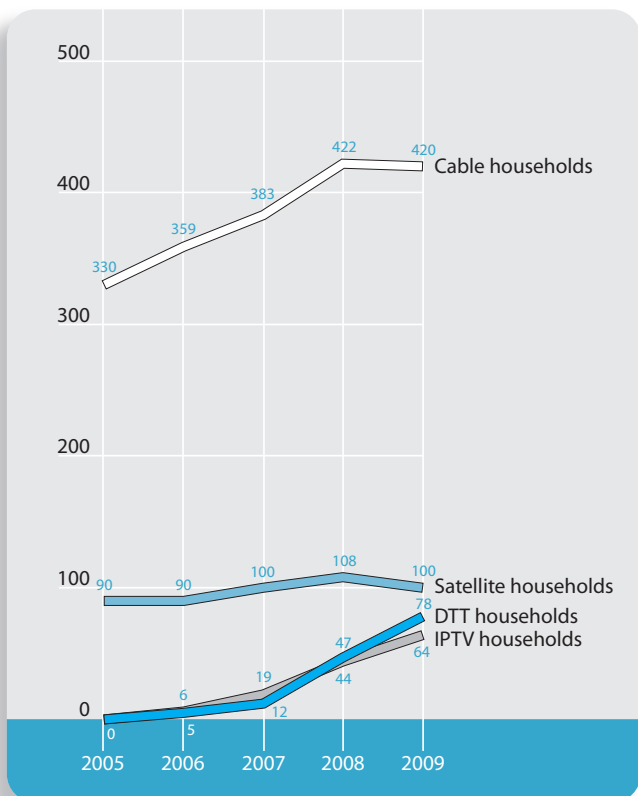
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	07.10	Free digital terrestrial	Digital terrestrial Balticum TV	Digital terrestrial TEO	Cable Balticum TV	Cable Vinita	Satellite (Full offer) Viasat	IPTV TEO
Generalist - national		4	4	4	4	4	3	4
Generalist - foreign				4	17	20	23	5
Adult				1	2	1	3	2
Children				6	14	15	26	14
Culture/ education/ documentary			6	12	30	34	35	12
Minority interest groups					1	1		
Entertainment/ TV fiction/ games		4	10	7	26	26	35	18
Film			4	3	8	14	44	5
Home shopping								
International linguistic and cultural		1	1	1	5	6	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel				5	21	11	2	8
Music		1	1	3	11	9	8	6
News/ business		2	2	5	19	17	10	14
Parliament/ government/ administration						1		1
Regional/ local		1	1	1	5	4		5
Religion					1	4	3	
Sports		1	1	6	23	20	28	16
Various					2	1	4	
Total		14	30	58	189	188	225	110

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

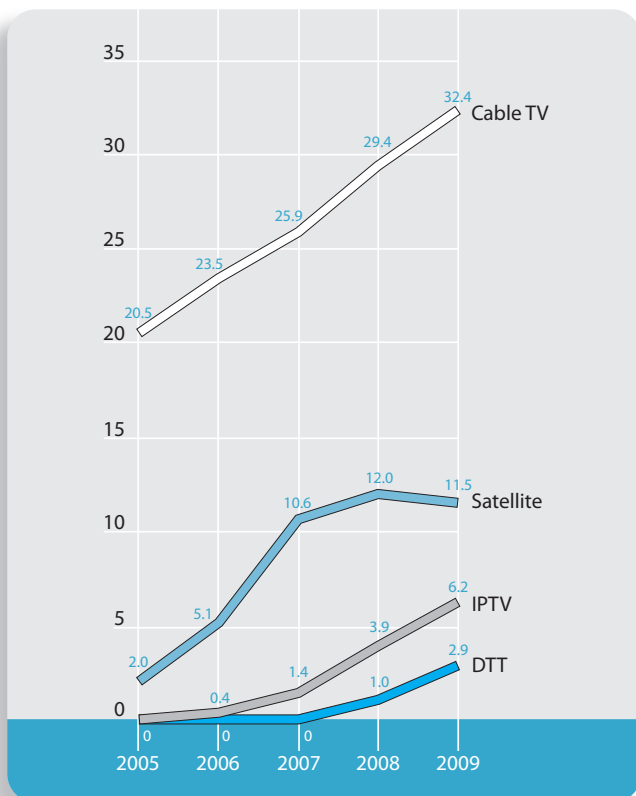
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

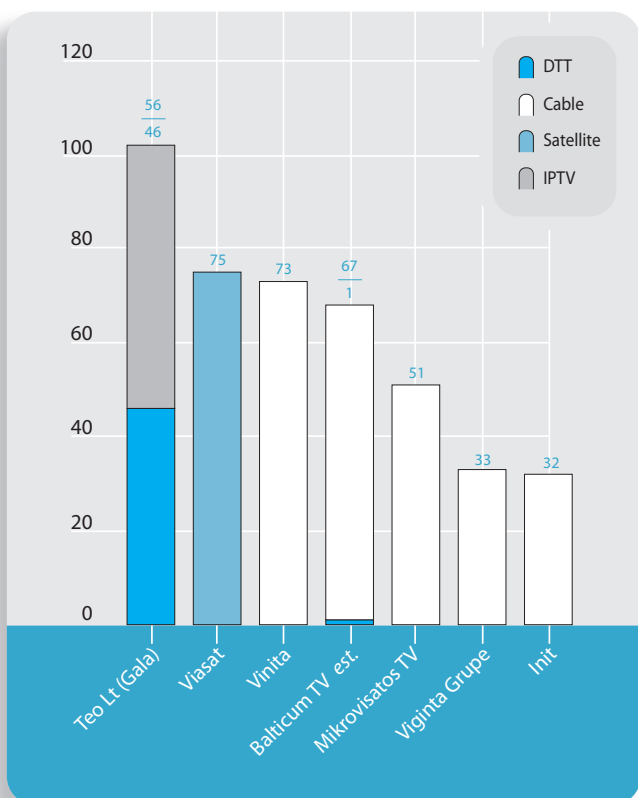
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

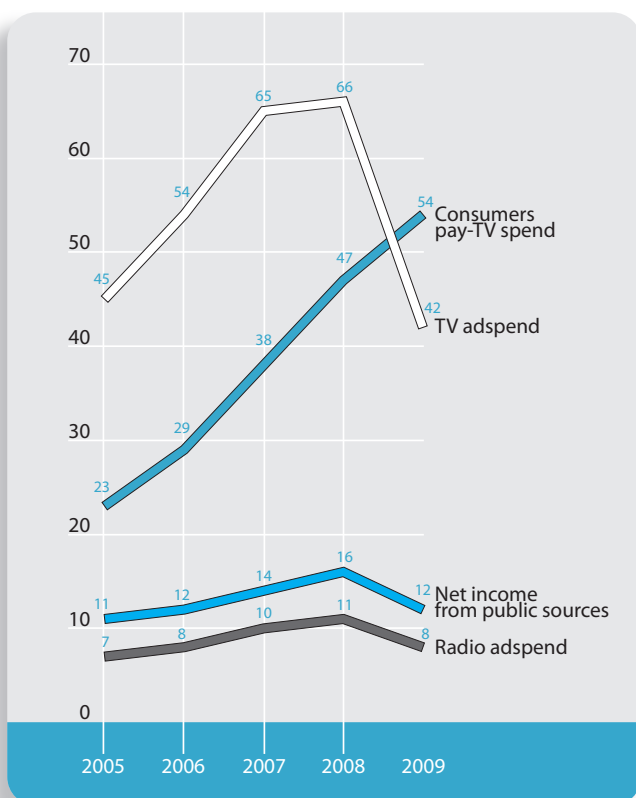
In thousands.



Source: RRT, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: Source : European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and AMADEUS data

T.1.LT.1
G.1.LT.1

Operating revenues of TV companies in Lithuania

2006-2009 LTL million.

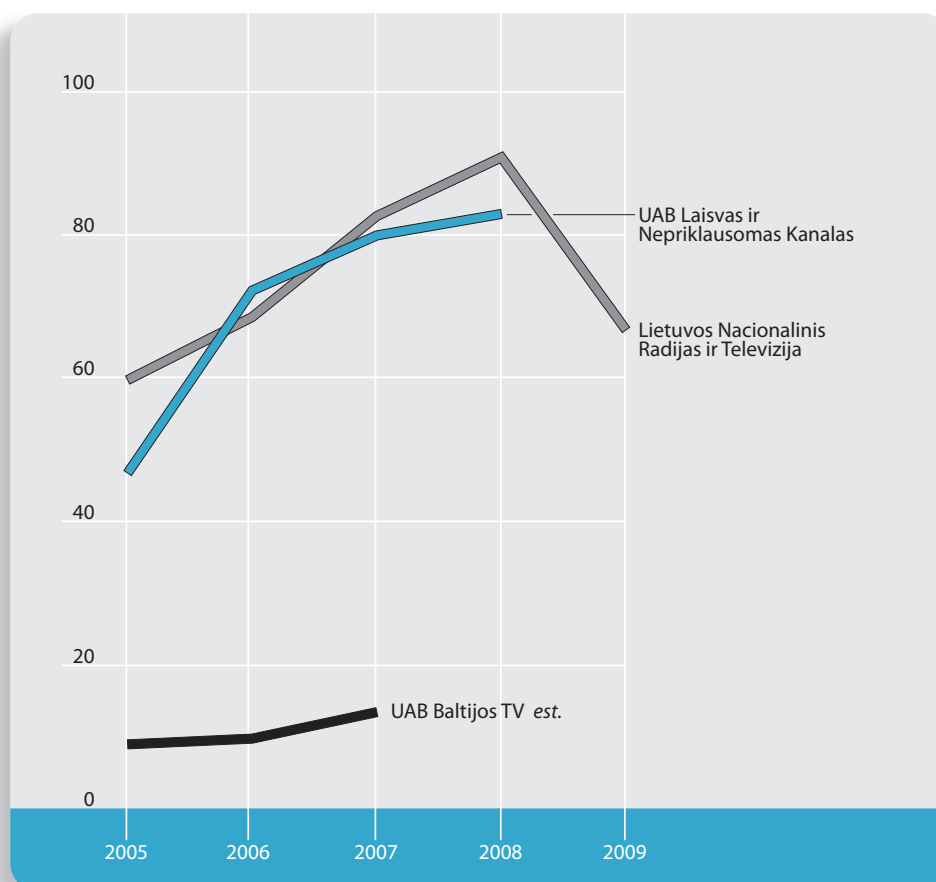
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
UAB Laisvas ir Nepriklausomas Kanalas	adtv	LNK, Info TV	72.2	79.9	82.9	~	~
Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija	sptv	LTV1, LTV2	68.5	82.6	90.8	66.7	-26.5%
UAB Baltijos TV est.	adtv	BTV	9.6	13.3	~	~	~

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Teo LT, AB ¹	3play	Gala TV	739.2	803.8	826.3	812.8	-1.6%
UAB Omnitel ¹	3G TV	Mobili TV	897.8	918.2	941.8	720.4	-23.5%
UAB Bité Lietuva ¹	3G TV	Bité TV ³	613.8	619.3	676.8	587.0	-13.3%
UAB Balticum TV ^{1 2}	3play	Balticum TV	21.5	25.5	30.0	~	~
UAB Vinita ^{1 2}	3play	KTV Vinita	14.1	15.5	18.5	~	~
UAB Init ^{1 2}	3play	Kabeline TV	12.7	20.6	14.5	~	~
UAB Telerena ^{1 2}	3play	Splius TV	9.3	11.5	~	~	~
UAB Sugardas ^{1 2}	3play	skaitmeninė TV	6.8	7.3	6.8	~	~

¹ Includes telecommunication activities.² Includes broadcasting activities.³ Service interrupted in 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

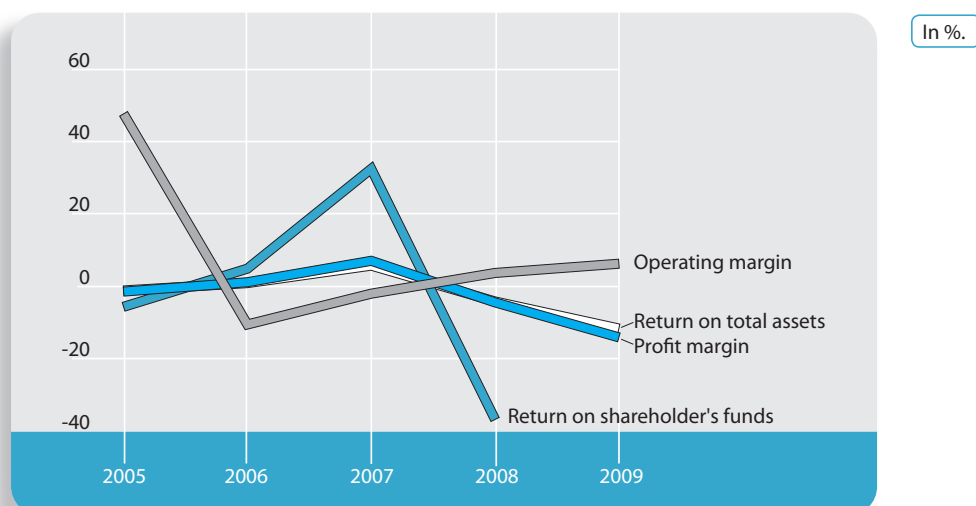
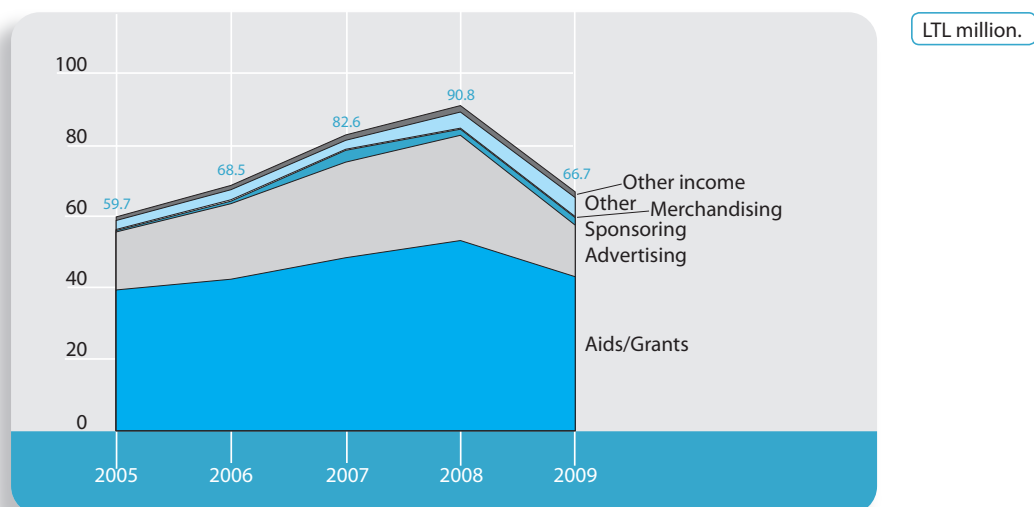
LTL million.



T.1.LT.2
G.1.LT.2LNRT financial situation
2006-2009 LTL million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public income	42.3	48.3	53.1	43.0	61.8%	58.5%	58.5%	64.5%	-19.0%
Aids / Grants	42.3	48.3	53.1	43.0	61.8%	58.5%	58.5%	64.5%	-19.0%
Commercial income	25.0	32.8	35.9	22.1	36.5%	39.7%	39.5%	33.1%	-38.4%
Advertising	21.1	26.7	29.4	14.4	30.8%	32.3%	32.4%	21.6%	-51.0%
Sponsoring	0.7	3.3	1.7	2.1	1.0%	4.0%	1.9%	3.1%	23.5%
Merchandising	0.4	0.3	0.3	0.3	0.6%	0.4%	0.3%	0.4%	0.0%
Other	2.8	2.5	4.5	5.3	4.1%	3.0%	5.0%	7.9%	17.8%
Other income	1.2	1.5	1.8	1.6	1.8%	1.8%	2.0%	2.4%	-11.1%
Total revenues	68.5	82.6	90.8	66.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-26.5%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	33.6	37.0	44.8	31.0	49.8%	48.2%	47.2%	40.9%	-30.9%
Costs of personnel	28.3	34.9	41.8	34.8	42.0%	45.5%	44.1%	46.0%	-16.8%
Depreciation	5.6	4.8	8.3	9.9	8.2%	6.3%	8.7%	13.1%	20.2%
Operating expenditure	67.6	76.7	94.8	75.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-20.2%
P/L for period	-1.2	2.9	-6.6	-11.0					67.2%
Operating margin (%)	3.2	18.9	-11.4	-44.6					

Source: LNRT, European Audiovisual Observatory

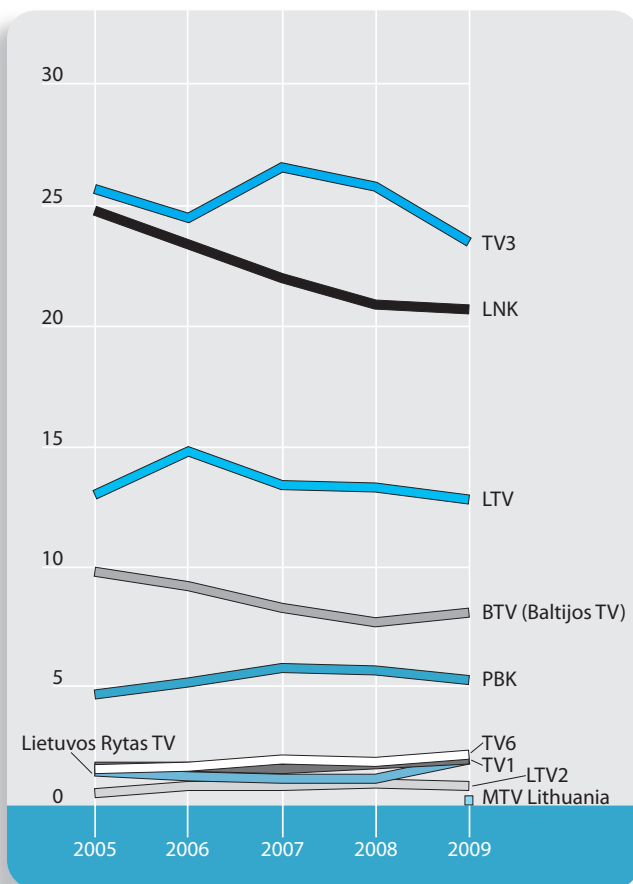


T.1.LT.3
G.1.LT.3TV audience market share in Lithuania
2005-2009 In %, 4 years +.

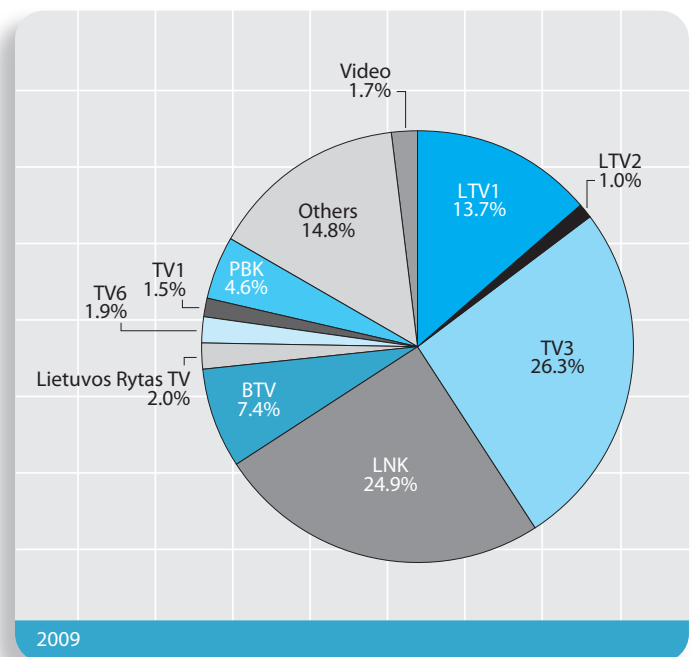
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
LTV	13.0	14.8	13.4	13.3	12.8	14.0	15.3	13.4	13.1	13.7
LTV2	0.6	0.9	0.9	1.0	0.9	0.7	1.1	1.0	1.1	1.0
Lithuanian public channels	13.6	15.7	14.3	14.3	13.7	14.7	16.4	14.4	14.2	14.7
TV3	25.7	24.5	26.6	25.8	23.5	26.4	26.1	27.5	26.3	26.3
LNK	24.8	23.4	22.0	20.9	20.7	28.6	27.6	27.9	27.2	24.9
BTV (Baltijos TV)	9.8	9.2	8.3	7.7	8.1	9.8	9.3	8.1	7.3	7.4
Lietuvos Rytas TV (ex 5 Kanalas)	1.5	1.3	1.2	1.2	2.0	1.1	1.1	1.0	1.1	2.0
TV6 (ex Tango TV)	1.6	1.7	2.0	1.9	2.2	1.1	1.0	1.3	1.6	1.9
TV1	1.7	1.7	1.6	1.8	2.0	1.2	1.2	1.0	1.3	1.5
Lithuanian private channels	65.1	61.8	61.7	59.3	58.5	68.2	66.3	66.8	64.8	64.0
PBK	4.7	5.2	5.8	5.7	5.3	4.9	4.8	5.6	5.7	4.6
MTV Lithuania	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	0.2
Main foreign channel	4.7	5.2	5.8	5.7	5.6	4.9	4.8	5.6	5.7	4.8
Others	15.8	16.2	16.7	18.2	20.1	11.8	11.8	12.2	13.3	14.8
Video	0.8	1.1	1.5	2.5	2.1	0.4	0.7	1.0	2.0	1.7

Source: Eurodata TV Worldwide, SIC GALLUP MEDIA

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +.



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, to the iTunes Music store (Apple) and to the RTL Group, Europe's leading audiovisual group. Based in Luxembourg, the latter transmits channels to the Netherlands (RTL4, RTL5, RTL7, RTL8), France (RTL 9) and Belgium (RTL-TVI, Club RTL and Plug RTL).

In the Grand Duchy of Luxembourg, the private sector has traditionally prevailed over the extremely small public sector, which is confined to one community radio station (100.7) and the parliamentary news channel Chamber TV. Rather than setting up a national public-service broadcaster, the legislature entrusted a number of public-service functions to a commercial operator, CLT-UFA (RTL Group).

Despite a slight fall in its audience, RTL Lëtzebuerg continued to dominate the market with a 10.7% daily audience market share in 2008/09 (which increases to as much as 39% between 7pm and 8pm), ahead of the foreign channels TF1, Pro7, RTL and ARD, which are posting improved results in terms of their audience share.

Via CLT-UFA, the RTL Group also operates Luxembourg's digital terrestrial platform, which provides access to a dozen channels, eleven of which are controlled by the RTL Group. They include RTL Télé Lëtzebuerg HD, which was launched in June 2010, thus beginning the transmission of high definition signals on Luxembourg's digital terrestrial network. The terrestrial analogue switchoff took place in September 2006. However, terrestrial reception remains fairly marginal in Luxembourg, and it is the digitisation of the cable networks that represents the main element of the digital switchover in Luxembourg.

Most Luxembourg households are on cable reception. According to the Luxembourg *Association des Antennes collectives*, AAC (a non-profit association that ensures community access to cable and terrestrial networks), it served about 140 000 households in April 2010. Most of the fifty or so operators identified in the country are local authorities or non-profit associations. There are only four companies operating in this sector. Eltrona (a subsidiary of Entreprise des P&T) and Nokia Siemens Network together dominate the sector with their Imagin package, which had 100 000 subscribers at the end of 2009. Their main competitors are Coditel (with its Numéricable brand) and Sogel.

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, d'iTunes Music store (Apple) ainsi que de RTL Group, premier groupe audiovisuel européen. Ce dernier diffuse depuis le territoire luxembourgeois des chaînes à destination des Pays-Bas (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8), de la France (RTL 9) et de la Belgique (RTL-TVI, Club RTL et Plug RTL).

Le secteur privé est traditionnellement prédominant au Grand-Duché du Luxembourg face à un secteur public extrêmement réduit qui se limite à une station de radio à vocation socioculturelle (100,7) et à la chaîne d'information parlementaire Chamber TV. Au lieu de créer un radiodiffuseur public luxembourgeois, le législateur a confié à un acteur privé, la CLT-UFA (RTL Group), un certain nombre de missions de service public.

Malgré un léger recul, RTL Lëtzebuerg continue de dominer le marché avec 10,7 % de parts de marché d'audience quotidienne en 2008/09 (une part qui monte jusqu'à 39 % entre 19 et 20 heures), devant TF1, Pro7, RTL et ARD, des chaînes étrangères qui voient toutes leurs résultats progresser.

Le groupe RTL, via CLT-UFA, opère aussi la plate-forme numérique terrestre luxembourgeoise. Celle-ci propose l'accès à une douzaine de chaînes, dont onze dépendent du groupe RTL. Parmi elles a été lancée en juin 2010 la chaîne RTL Télé Lëtzebuerg HD, inaugurant ainsi la transmission de signaux en haute définition sur le réseau terrestre numérique luxembourgeois. L'extinction des transmissions analogiques terrestres a eu lieu dès septembre 2006, mais la réception par voie terrestre demeure quasi marginale au Luxembourg : c'est la numérisation des réseaux câblés qui constitue le véritable enjeu de la transition numérique luxembourgeoise.

Le câble est en effet prédominant dans les foyers luxembourgeois. Selon l'AAC, l'association des antennes collectives luxembourgeoises, il équipe en avril 2010 environ 140 000 foyers. Parmi la cinquantaine d'opérateurs répertoriés dans le pays, la plupart sont des administrations communales ou des associations sans but lucratif. Et seulement quatre sociétés sont actives sur le secteur : Eltrona (filiale de Entreprise des P&T) et Nokia Siemens Network dominant le secteur avec leur bouquet Imagin, qui compte 100 000 abonnés à la fin de l'année 2009. Leurs principaux concurrents sont Coditel (sous la marque Numéricable) et Sogel.

L'opérateur historique Entreprise des P&T opère depuis 2008 « la Télé des P&T », l'unique bouquet IPTV acces-

Luxembourg verfolgt seit langem eine offizielle Standortpolitik, die Unternehmen mit gesamt europäischem Anspruch anzieht. So befindet sich hier der Gesellschaftssitz von SES Global, dem weltweit wichtigsten Satellitenbetreiber mit seinem Satellitensystem Astra, von iTunes Music Store (Apple) und der RTL Group, dem führenden europäischen audiovisuellen Medienkonzern. Dieser sendet aus Luxemburg in die Niederlande (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8) und nach Frankreich (RTL 9) und Belgien (RTL-TVI, Club RTL und Plug RTL).

Im Großherzogtum Luxemburg dominiert der Privatsektor traditionell einen extrem kleinen öffentlich-rechtlichen Bereich, der sich auf eine Radiostation mit soziokulturellem Anspruch (Radio 100,7) sowie den Parlamentskanal Chamber TV beschränkt. Anstatt einen eigenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter zu schaffen, zog es der Gesetzgeber vor, eine Reihe von öffentlich-rechtlichen Aufgaben an ein Privatunternehmen, CLT-UFA (RTL Group), zu übertragen.

Mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 10,7 % (bis zu 39 % zwischen 19 und 20 Uhr) ist RTL Lëtzebuerg 2008/2009 nach wie vor der dominierende Sender am Markt. Dahinter folgen mit TF1, Pro7, RTL und ARD vier ausländische Sender, die alle steigende Zuschauerzahlen verzeichnen.

Die RTL-Gruppe betreibt auch – über CLT-UFA – die terrestrische Digitalplattform des Landes. Diese bietet Zugang zu einem Dutzend Sender, von denen elf zur RTL Group gehören. Einer davon, RTL Télé Lëtzebuerg HD, ging im Juni 2010 auf Sendung und wurde als erster in hochauflösender Qualität über das digitale terrestrische Netz Luxemburgs verbreitet. Die analoge terrestrische Ausstrahlung wurde bereits im September 2006 eingestellt, dennoch ist das Antennenfernsehen in Luxemburg nur sehr schwach vertreten. So ist die Digitalisierung der Kabelnetze die eigentliche Herausforderung bei der Umstellung auf Digitaltechnik.

Denn die meisten Luxemburger Haushalte empfangen ihr Fernsehprogramm über Kabel. Nach Angaben des luxemburgischen Vereins der Gemeinschaftsantennenbetreiber AAC waren im April 2010 etwa 140 000 Haushalte verkabelt. Bei den rund fünfzig erfassten Betreibern handelt es sich mehrheitlich um kommunale Verwaltungen oder nicht gewinnorientierte Vereine. In diesem Segment sind nur vier Unternehmen tätig: Eltrona (Tochter von Entreprise des P&T) und Nokia Siemens Network beherrschen den Markt mit ihrem Bouquet Imagin, das Ende 2009 auf 100 000 Abonnenten kam. Ihre wichtigsten Konkurrenten sind Coditel (unter der Marke Numéricable) und Sogel.

The incumbent operator Entreprise des P&T has operated "la Télé des P&T", the only IPTV package available in Luxembourg, since 2008. It had 9 000 subscribers in December 2009.

The first satellite package dedicated to the Luxembourg market was launched in early 2010: TéléSAT Luxembourg was created on the basis of the Belgian package TéléSAT by the M7 group, which in 2009 grouped together under one company in Luxembourg the satellite packages CanalDigitaal, TV Vlaanderen and TéléSAT, which target Belgium and the Netherlands.

UPC Broadband (Liberty Global) announced in February 2010 that it also wanted to consolidate its satellite broadcasting activities (targeting Hungary, the Czech Republic, Slovakia and Romania) under one company in Luxembourg.

sible au Luxembourg, qui a convaincu 9 000 abonnés en décembre 2009.

Enfin, le premier bouquet satellite dédié au marché luxembourgeois a été lancé début de l'année 2010 : il s'agit de TéléSAT Luxembourg, créé sur le modèle du bouquet belge TéléSAT par le groupe M7, qui a regroupé en 2009 au Luxembourg les bouquets satellites CanalDigitaal, TV Vlaanderen et TéléSAT, ciblant la Belgique et les Pays-Bas.

UPC Broadband (Liberty Global) a annoncé en février 2010 vouloir aussi consolider ses activités satellitaires (ciblant la Hongrie, la République Tchèque, la République Slovaque et la Roumanie) au Luxembourg dans le courant de l'année 2010.

Das klassische Telekomunternehmen P&T betreibt seit 2008 „La Télé des P&T“, das einzige in Luxemburg empfangbare IPTV-Bouquet, das im Dezember 2009 auf 9 000 Abonnenten kam.

Schließlich wurde Anfang 2010 das erste für den Luxemburger Markt bestimmte Satellitenbouquet gestartet: TéléSAT Luxembourg, nach dem Vorbild des belgischen Bouquets TéléSAT von der M7-Gruppe gegründet, die 2009 in Luxemburg die Satellitenbouquets Canal-Digitaal, TV Vlaanderen und TéléSAT mit Zielpublikum in Belgien und den Niederlanden betrieb.

UPC Broadband (Liberty Global) kündigte im Februar 2010 die Absicht an, im Laufe des Jahres seine Satellitenaktivitäten in Luxemburg (mit Zielpublikum in Ungarn, der Tschechischen Republik, der Slowakischen Republik und Rumänien) zu konsolidieren.

Sources: Conseil national des programmes : <http://www.cnpl.lu>

Commission indépendante de la radiodiffusion : <http://www.mediacom.public.lu>

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

T.1.LU.1

Operating revenues of TV companies in Luxembourg

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
CLT-UFA	adtv	RTL Tele Lëtzebuerg, RTL4, RTL5, RTL7, RTL8, RTL9, RTL-TVi, Club RTL, ...	638.6	687.4	681.9	~	~
DVL.TV ¹	thtv	Luxe TV	0.1	~	~	~	~
Main distributors		Package	2006	2007	2008	2009	2009/08
Entreprise des P&T ²	3play, 3G TV	La Télé des P&T, Mobile TV	533.2	546.8	521.3	520.6	-0.1%
iTunes SARL ³	3G TV	iPhone App Store	132.2	224.5	353.4	515.4	45.8%
Voxmobile SA ²	3G TV	Voxvision	27.7	~	~	~	~
Sogel	CATV	Télédistribution	26.3	25.5	~	~	~
Eltrona Interdiffusion S.A. (2)	CATV, ISP	Eltrona Câble TV	12.2	14.1	18.1	~	~
Numéricâble (formerly Coditel S.A.)	3play	Numéricâble TV	13.3	14.3	~	~	~

¹ In bankruptcy in November 2010.

² Includes telecommunication activities. Taken over by Orange in October 2009. The mobile phone TV offer has been interrupted but should be relaunched in 2010.

³ iTunes SARL is the company operating the iTunes Stores in various European countries. Since 2009, the AppStore also releases applications for the iPhone allowing the access to individual TV channels.

Source: European Audiovisual Observatory

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	502	Eurostat
Households		–	202	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97%	196	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		67%	136	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		66%	134	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		25%	50	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		~	~	
IPTV subscriptions		4%	9	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		58%	118	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		94%	190	European Audiovisual Observatory
Households with PC		78%	157	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		61%	124	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	07.10	Companies
Cable operators	56	4 companies (Eltrona, Numéricable, Nokia Siemens Networks, Sogel), 23 municipal administrations and 34 associative collective antennas (ASBL)
Satellite packagers	1	M7Group (TéléSat Luxembourg but also four other packages targeting the Netherlands, Belgium and Austria)
IPTV packagers	1	Entreprise des P&T
DTT multiplex operators	1	CLT-UFA (RTL group)
Mobile phone TV packagers	2	Entreprise des P&T, iTunes SARL ①

① iTunes SARL operates the iTunes Store, which provides applications for the iPhone allowing reception of TV channels in various European countries.

TV channels established in the country by kind of transmission	07.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)			10	10
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	6	7
Regional/Local		1	3	4
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		2	21	23
Total		4	40	44

Foreign channels targeting the country

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	07.10	Free digital terrestrial	Cable Numericable	Cable Eltrona	Satellite M7 Group (TéléSat) ②	IPTV Entreprise des P&T
Generalist - national		5	5	5	1	5
Generalist - foreign		1	22	26	7	29
Adult			2	7	5	7
Children			19	14	6	20
Culture/ education/ documentary			22	20	6	19
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		4	17	19	6	20
Film			6	13	5	11
Home shopping			2	1	1	1
International linguistic and cultural			6	5		5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	16	8	2	11
Music			15	10	6	9
News/ business			23	21		19
Parliament/ government/ administration			1	1		1
Regional/ local			4	3		2
Religion				1		1
Sports			16	16	2	21
Various			7	5		3
Total		11	183	175	47	184

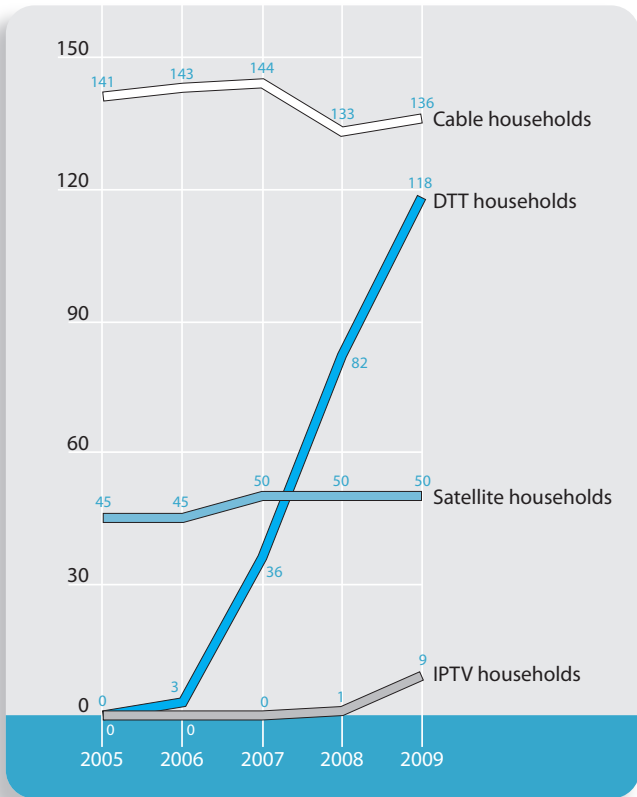
② In addition to 47 pay TV channels, TéléSat also gives access to more than 700 free to air satellite channels.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

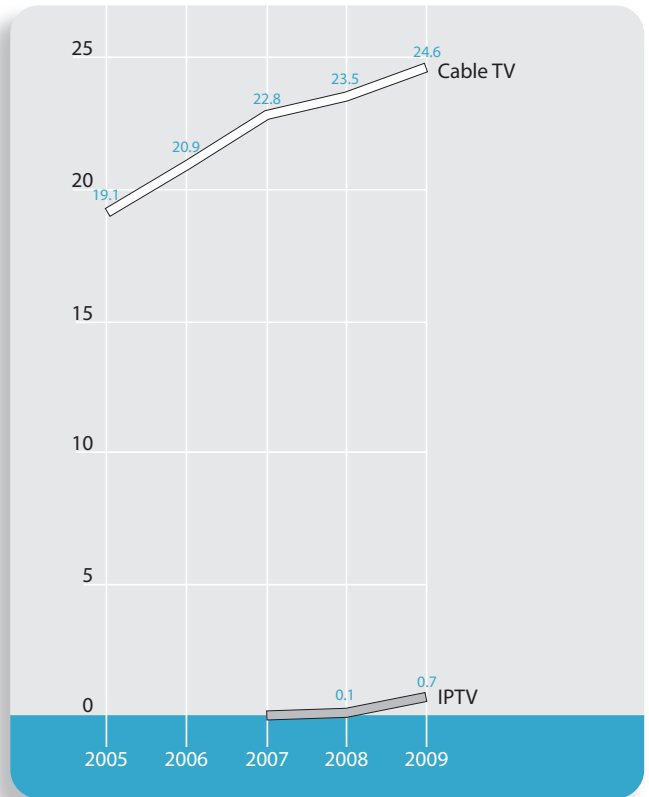
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

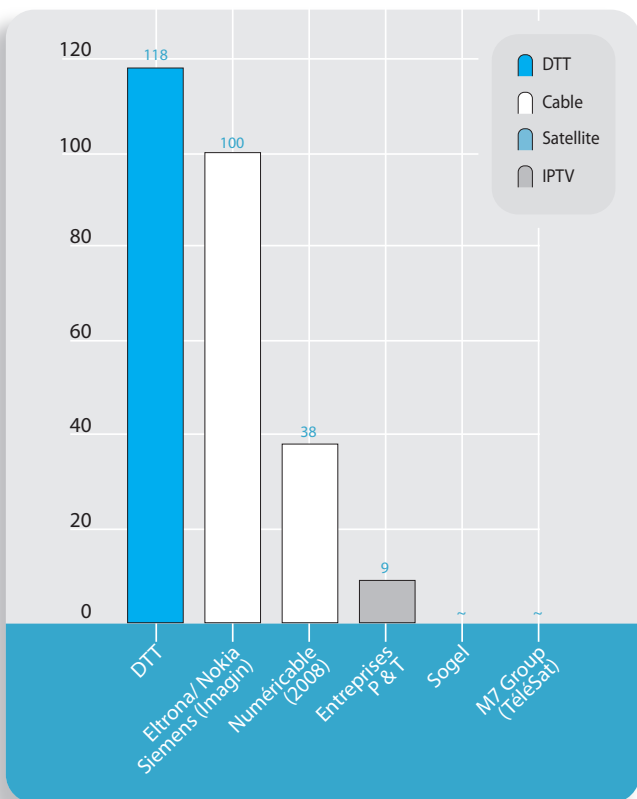
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

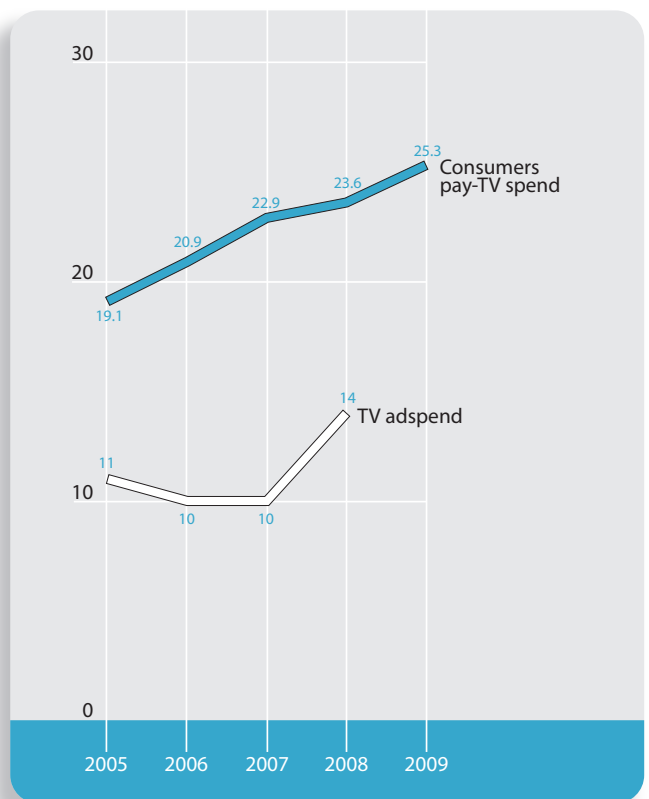
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest and IP Key Facts

AL
AT
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LT
LU
LV
MK
MT
NL
NO
PL
PT
RO
RU
SE
SI
SK
TR

T.1.LU.2
G.1.LU.1

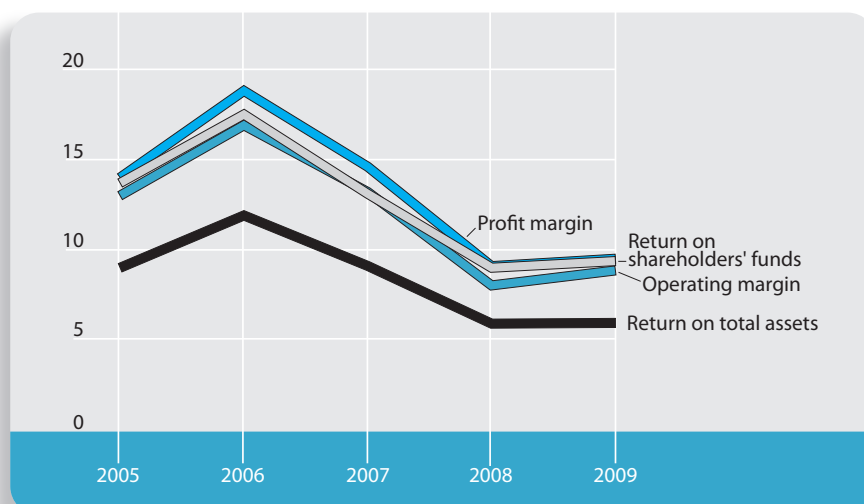
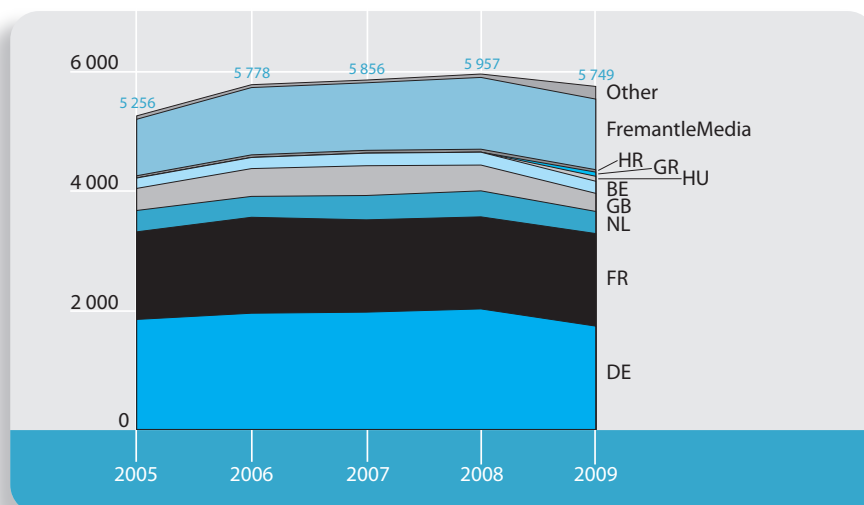
RTL Group financial situation 2006-2009

EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
RTL Deutschland (DE)	1 948	1 966	2 020	1 732	34.0%	33.8%	34.2%	31.3%	-14.3%
Groupe M6 (FR)	1 410	1 357	1 354	1 377	24.6%	23.4%	22.9%	24.9%	1.7%
RTL Radio (FR)	198	190	189	174	3.5%	3.3%	3.2%	3.1%	-7.9%
RTL Nederland (NL)	350	408	436	371	6.1%	7.0%	7.4%	6.7%	-14.9%
Five Group (GB)	466	499	432	303	8.1%	8.6%	7.3%	5.5%	-29.9%
RTL Belgium (BE)	186	210	216	203	3.2%	3.6%	3.7%	3.7%	-6.0%
RTL Klub (HU)	-	-	-	83	-	-	-	1.5%	-
Alpha Media Group (GR)	-	-	-	70	-	-	-	1.3%	-
RTL Televizija (HR)	44	48	50	41	0.8%	0.8%	0.8%	0.7%	-18.0%
FremantleMedia	1 128	1 132	1 203	1 183	19.7%	19.5%	20.4%	21.4%	-1.7%
Others	48	46	57	212	0.8%	0.8%	1.0%	3.8%	271.9%
Eliminations	-217	-235	-280	-246					
Total	5 730	5 810	5 900	5 537	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-6.2%
Operating revenues after eliminations	5 726	5 778	5 811	5 455					-6.1%

	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Expenditures	4 576	5 016	5 345	4 972	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.0%
of which Depreciation	217	213	161	191	4.7%	4.2%	3.0%	3.8%	18.6%
Net result	1 111	674	296	298					0.7%
Operating margin (%)	16.94	13.19	8.02	8.85					

Source: RTL Group, European Audiovisual Observatory



T.1.LU.3
G.1.LU.2

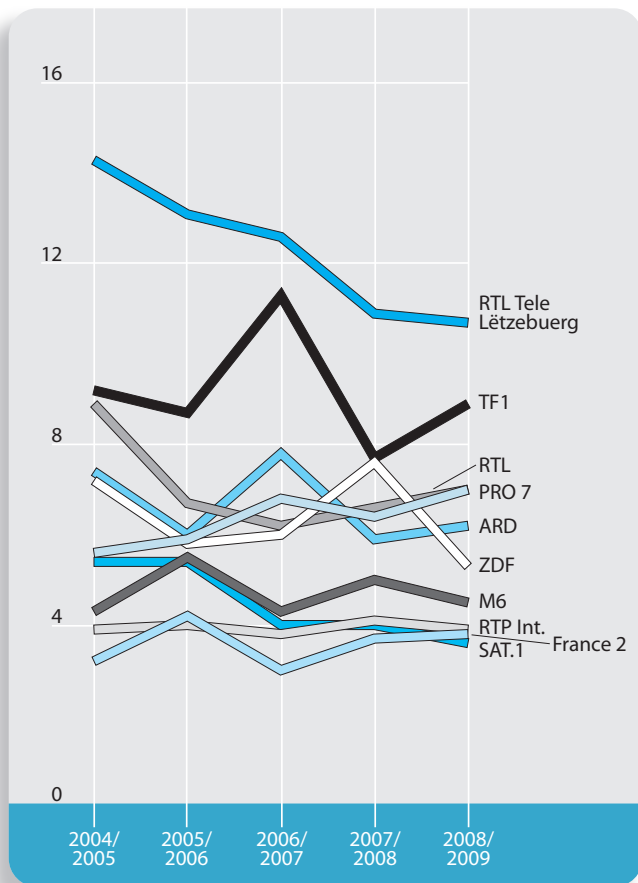
TV audience market share in Luxembourg 2005-2009

In %, 12 years +.

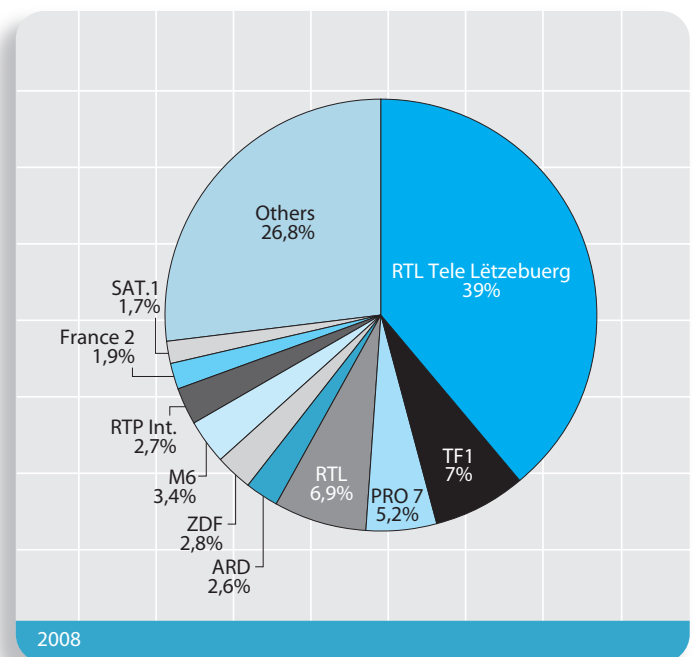
Channels	Daily share					Timeslot 19:00-20:00				
	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009
RTL Tele Lëtzebuerg	14.3	13.1	12.6	10.9	10.7	53.5	44.5	42	41.9	39
TF1	9.2	8.7	11.3	7.7	8.9	6.6	8.4	9.4	4.9	7
PRO 7	5.6	5.9	6.8	6.4	7.0	3.1	5	3.8	4.3	5.2
RTL	8.9	6.7	6.2	6.6	7.0	4.8	4	6.3	6.1	6.9
ARD	7.4	6.0	7.8	5.9	6.2	2.4	2.5	3.7	2.7	2.6
ZDF	7.2	5.8	6.0	7.6	5.3	3.5	3.2	3.3	3.7	2.8
M6	4.3	5.5	4.3	5.0	4.5	2.7	3.1	1.5	3.2	3.4
RTP Int.	3.9	4.0	3.8	4.1	3.9	2.3	~	2.1	4.1	2.7
France 2	3.2	4.2	3.0	3.7	3.8	1.2	2.4	2.2	1.7	1.9
SAT.1	5.4	5.4	4.0	4.0	3.6	2.2	4.1	2.6	1.7	1.7
Others	30.6	34.7	34.2	38.1	39.1	17.7	22.8	23.1	25.7	26.8

Source: ILReS TV/IP for 2004-2006, TNS-ILReS Plurimedia for 2006-2009

Daily share. In %, 12 years +.



Timeslot 19:00-20:00. In %, 12 years +.



2009 and 2010 saw the launch and rapid development of digital terrestrial television (DTT), with the company Lattelecom selected and confirmed in 2009 as the platform operator. Despite persistent privatisation efforts, Lattelecom is 51% owned by the Latvian state and, indirectly, 49% owned by Sweden's Telia-Sonera group. The first paid and free-to-air packages were launched during the summer of 2009 and the network was gradually extended to cover 99% of the population by spring 2010. The analogue switchoff took place on 1 April 2010 in Riga and on 1 June 2010 in the rest of Latvia. Lattelecom estimates that there were 160 000 households equipped to receive DTT at the time of the digital switchover.

This rapid transition has not been without its difficulties. After protests from Baltkom against the decision to award its main competitor Lattelecom the right to distribute the DTT channels, the private channel TV3 (Sweden's MTG group) refused for a long time to be distributed on the DTT network as it objected to a retransmission price it considered to be too high. The two parties finally reached agreement on the eve of the terrestrial analogue switchoff and TV3 is now distributed on the Latvian DTT network. One remaining problem is that the local terrestrial channels say they cannot afford to pay the costs of digital transmission and are therefore continuing to transmit in analogue.

The introduction of DTT has not had any impact on the audience hierarchy since 2009. However, while LNT is still the market leader its daily audience share is now only 16.8%, and hence the gap with TV3, whose share is stable at 15.4%, has narrowed. The market share of the Russian-language channel PBK has risen to 11.2% and that of the public channel LTV1 has dropped slightly to 10.1%.

Multi-channel packages are mainly offered by the cable operators. The sector, which is dominated by Baltkom and Izzi, is still fragmented despite a number of consolidation operations (for example, Baltkom took over TVT in 2010). Viasat (MTG Group) operates the country's only commercial satellite package and Lattelecom provides Latvia's main IPTV service.

News Corp., which entered the Latvian market in 2007 with its takeover of LNT and TV5, sold its stakes in March 2010. These two channels are now controlled by NNM (Neatkarīgā Nacionālā Mediji), which is run by LNT's CEO Andrejs Ekis.

2009 et 2010 ont été marquées par le lancement et l'essor de la télévision numérique terrestre (TNT). C'est l'entreprise Lattelecom qui a été choisie et confirmée en 2009 pour opérer la plateforme. En dépit de projets persistants de privatisation, Lattelecom est toujours possédée à 51 % par l'Etat letton et à 49 %, indirectement, par le suédois Telia-Sonera. Les premiers bouquets TNT gratuits et payants ont été lancés au cours de l'été 2009 et le réseau a été progressivement étendu jusqu'à couvrir 99 % de la population au printemps 2010. L'extinction des transmissions analogiques terrestres a été opérée le 1^{er} avril 2010 à Riga puis le 1^{er} juin 2010 dans le reste de la Lettonie. Lattelecom estime à 160 000 le nombre de foyers équipés pour recevoir la TNT au moment du basculement vers le tout numérique.

Cette transition rapide n'a pas été sans difficultés. Après les protestations de Baltkom, le principal concurrent de Lattelecom, contre la décision de lui confier la distribution des chaînes TNT, c'est la chaîne privée TV3 (groupe suédois MTG) qui a longtemps refusé d'être distribuée sur le réseau TNT, protestant contre un prix de retransmission jugé trop élevé. Les deux parties se sont finalement mises d'accord à la veille de l'extinction des transmissions analogiques terrestres et TV3 est désormais distribuée sur le réseau TNT letton. Dernier problème, les chaînes terrestres locales disent ne pas pouvoir supporter les coûts de la transmission numérique, aussi elles continuent d'émettre en analogique.

L'introduction de la TNT n'a pas eu de conséquences dès 2009 sur la hiérarchie des audiences. Mais si LNT demeure leader sur le marché, sa part d'audience quotidienne n'est plus que de 16,8 %. L'écart se réduit donc avec TV3, stable à 15,4 %. La chaîne russophone PBK progresse à 11,2 % de part de marché, puis la chaîne publique LTV1 recule légèrement à 10,1 %.

L'offre multichaines provient essentiellement des câblo-opérateurs. Le secteur, dominé par Baltkom et Izzi, est encore fragmenté malgré quelques opérations de consolidations (ainsi Baltkom a racheté TVT en 2010). Viasat (groupe MTG) commercialise l'unique bouquet satellite du pays et Lattelecom propose le principal service IPTV letton.

News Corp. qui était entré sur le marché letton en 2007 avec le rachat de LNT et TV5 a revendu ses intérêts en mars 2010. Ces deux chaînes sont désormais contrôlées par NNM (Neatkarīgā Nacionālā Mediji), entreprise dirigée par Andrejs Ekis, le directeur général de LNT.

2009 und 2010 waren von dem Start und dem Boom des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) geprägt. Als Betreiber der Plattform wurde das Unternehmen Lattelecom ausgewählt und 2009 bestätigt. Trotz der Pläne zur Privatisierung des Senders ist Lattelecom nach wie vor zu 51 % im Besitz des lettischen Staates und zu 49 % indirekt im Besitz des schwedischen Konzerns Telia-Sonera. Die ersten frei empfangbaren und kostenpflichtigen DVB-T-Bouquets wurden im Sommer 2009 gestartet. Das Netz wurde schrittweise ausgeweitet und erreichte im Frühjahr 2010 99 % der Bevölkerung. Die Abschaltung des analogen terrestrischen Signals erfolgte am 1. April 2010 in Riga und am 1. Juni 2010 im Rest des Landes. Nach einer Schätzung von Lattelecom waren zum Zeitpunkt der vollständigen Umstellung auf Digitaltechnik 160 000 Haushalte für den DVB-T-Empfang gerüstet.

Dieser rasche Übergang verlief nicht ohne Schwierigkeiten. Nach den Protesten von Baltkom, dem Hauptkonkurrenten von Lattelecom, gegen die Entscheidung, Lattelecom mit der Verbreitung der DVB-T-Sender zu betrauen, weigerte sich der Privatkanal TV3 (der schwedischen MTG-Gruppe) aus Protest gegen einen als zu hoch eingestuften Übertragungspreis lange, über das DVB-T-Netz ausgestrahlt zu werden. Die beiden Parteien gelangten schließlich am Tag vor der Abschaltung des analogen terrestrischen Signals zu einer Einigung und TV3 wird nun über das DVB-T-Netz verbreitet. Problematisch ist nun noch, dass die terrestrischen Lokalsender nach eigenen Angaben die hohen digitalen Übertragungskosten nicht tragen können, weshalb sie ihre Programme weiterhin analog ausstrahlen.

Die Einführung von DVB-T hatte 2009 noch keine Auswirkungen auf die Rangfolge bei den Einschaltquoten, aber auf die Marktanteile: LNT blieb zwar Marktführer, aber der tägliche Zuschauermarktanteil lag nur noch bei 16,8 %. Der Abstand zu den stabilen 15,4 % von TV3 wurde also geringer. Der russischsprachige Sender PBK legte auf einen Marktanteil von 11,2 % zu und der öffentlich-rechtliche Sender LTV1 gab leicht nach auf 10,1 %.

Das Multikanalangebot stammt im Wesentlichen von Kabelnetzbetreibern. Der von Baltkom und Izzi dominierte Markt ist trotz einiger Konsolidierungen (Baltkom übernahm 2010 TVT) noch fragmentiert. Viasat (MTG-Gruppe) vermarktet das einzige Satellitenbouquet des Landes und Lattelecom bietet den wichtigsten lettischen IPTV-Dienst an.

News Corp. war 2007 mit der Übernahme von LNT und TV5 auf den lettischen Markt vorgestoßen, verkaufte aber im März 2010 seine Beteiligungen. Diese beiden Sender werden nun von NNM (Neatkarīgā Nacionālā Mediji) kontrolliert, einem Unternehmen, das von Andrejs Ekis, dem Generaldirektor von LNT, geführt wird.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	2 248	Eurostat
Households		–	863	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		100.0%	863	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		39.2%	338	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		5.3%	46	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		11.6%	100	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		7.6%	66	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		5.1%	44	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		1.4%	12	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		19.5%	168	European Audiovisual Observatory
Households with PC		65.8%	568	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		47.0%	406	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	07.10	Companies
Cable operators	56	Balticom, Baltkom TV, Dautkom, Elektronis & K SIA, Izzi, Ostkom,...
Satellite packagers	1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	2	Lattelecom (TeliaSonera), Livas Telecommunications
DTT multiplex operators and packagers	2	Transmission company: Digitalais Latvijas Run TV Centrs Pay DTT packager: Lattelecom (TeliaSonera)
Mobile phone TV packagers	1	Latvijas Mobilais Telefons (TeliaSonera)

TV channels established in the country by kind of transmission	07.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	6	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			19	19
Regional/Local			22	22
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets			6	6
Total		2	53	55
Foreign channels targeting the country		2	6	8

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	07.10	Free digital terrestrial	Pay digital terrestrial Lattelecom	Cable Baltkom	Cable Izzi	Cable Balticom	Satellite (Full offer) Viasat	IPTV Lattelecom
Generalist - national		3	5	3	4	5	7	4
Generalist - foreign			2	12	10	3	19	9
Adult				4	7		3	3
Children			4	8	9	3	26	15
Culture/ education/ documentary			8	14	19	10	35	17
Minority interest groups					1			
Entertainment/ TV fiction/ games		1	17	23	22	7	35	22
Film			4	5	9	2	44	11
Home shopping								
International linguistic and cultural				2	2	1	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel				5	6	6	2	6
Music			1	13	13	4	8	11
News/ business			4	11	15	7	10	13
Parliament/ government/ administration								
Regional/ local				3	3			
Religion				2	2		3	
Sports			4	10	14	3	28	11
Various				1	1		4	1
Total		4	49	116	137	51	225	123

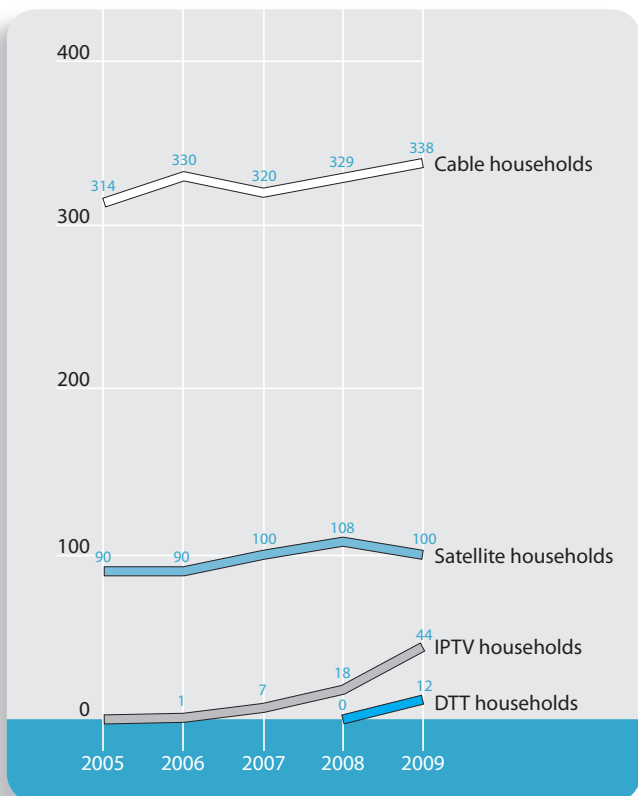
① Includes free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

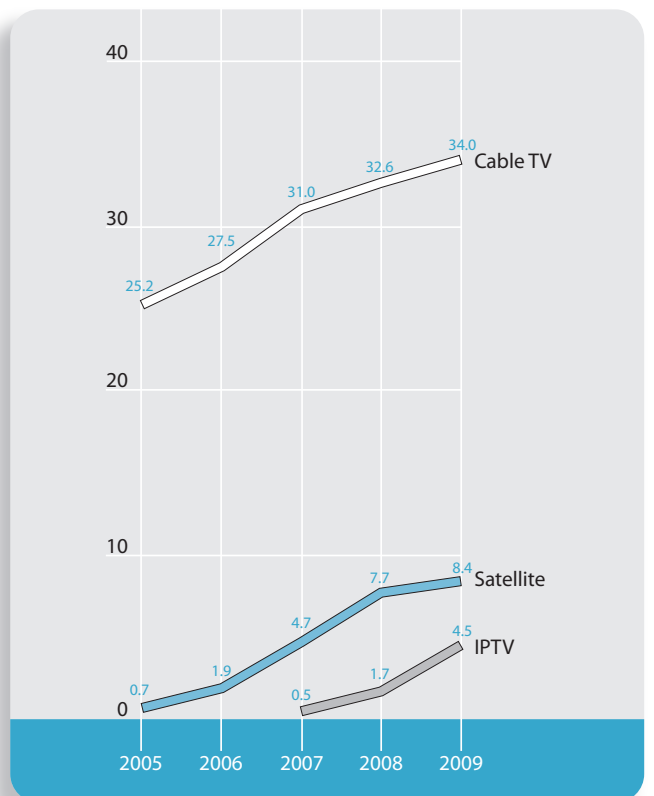
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

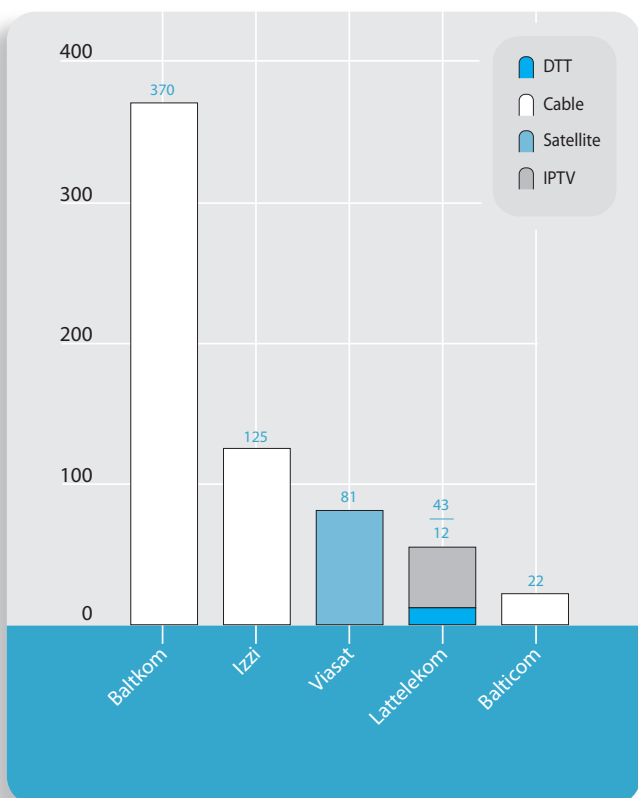
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

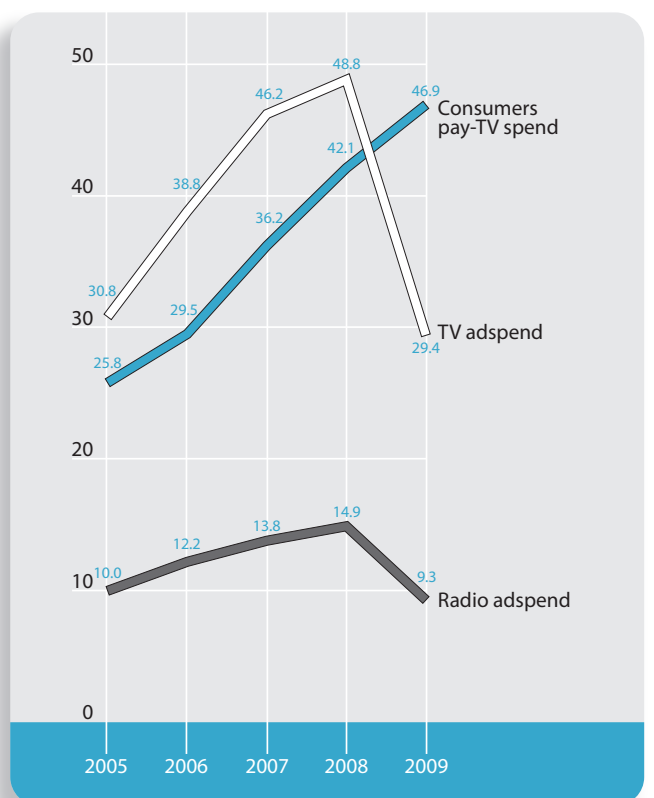
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, and IP Key Facts

T.1.LV.1
G.1.LV.1

Operating revenues of the main television companies in Latvia

2006-2009 LVL million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Latvijas Televizija	sptv	LTV 1, LTV 7	13	14	~	~	~
Latvijas Neatkarīga Televizija	adtv	LNT	9.2	10.0	11.1	~	~
TV 3 Latvia SIA	adtv	TV3	8.6	11.2	12.0	8.6	-28.8%
Pirmais Baltijas Kanals SIA	thtv	PBK Latvia	6	9	3	~	~

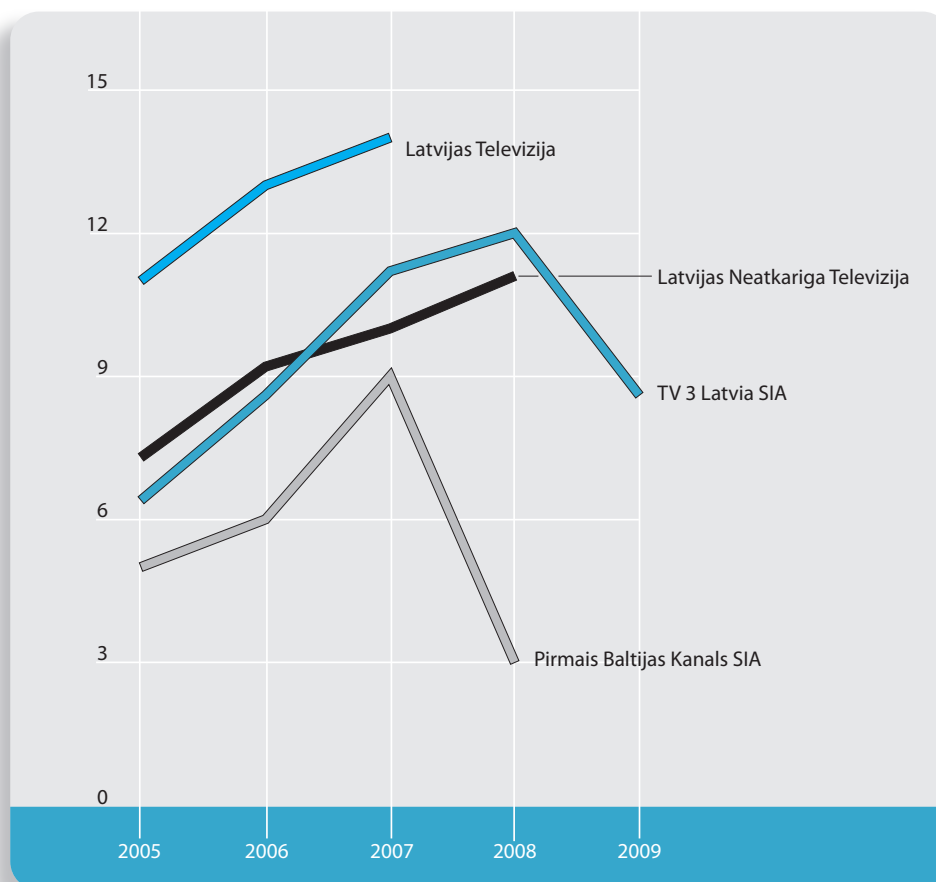
Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Latvijas Mobilais Telefons ①	3G TV	Mobila TV	185.7	195.3	187.4	~	~
Lattelecom SIA ①	3play, DTT	Interaktīva TV	145.6	153.7	160.6	141.7	-11.8%
Bité Latvija SIA ①	3G TV	Bité Latvia TV	~	~	~	~	~
Baltkom TV SIA ①	3play	Baltkom Digital TV	9.0	10.6	13.1	~	~
Izzi SIA ①	3play	Izzi TV	1.6	0.9	~	~	~
Dautkom TV SIA	CATV	Dautkom TV	~	~	~	~	~
Balticom AS ①	3play	Balticom Televizija	1.2	2.3	2.6	~	~
Elektrons & K SIA	CATV	Elektrons	~	~	~	~	~
Skatvis SIA ① ②	3play	Kabel televīzija	0.6	0.7	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

② Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

LVL million.

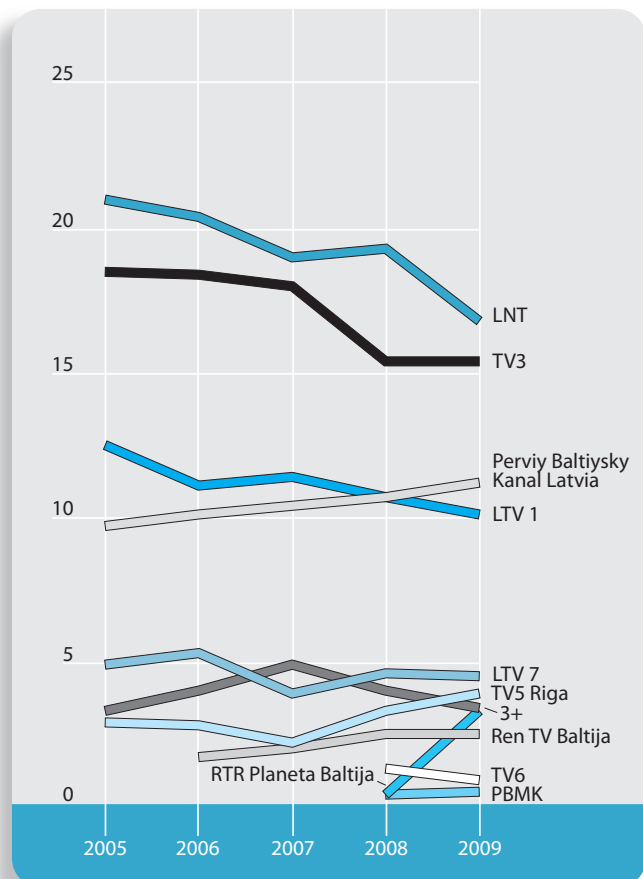


T.1.LV.2
G.1.LV.2TV audience market share in Latvia
2005-2009 In %, 4 years +.

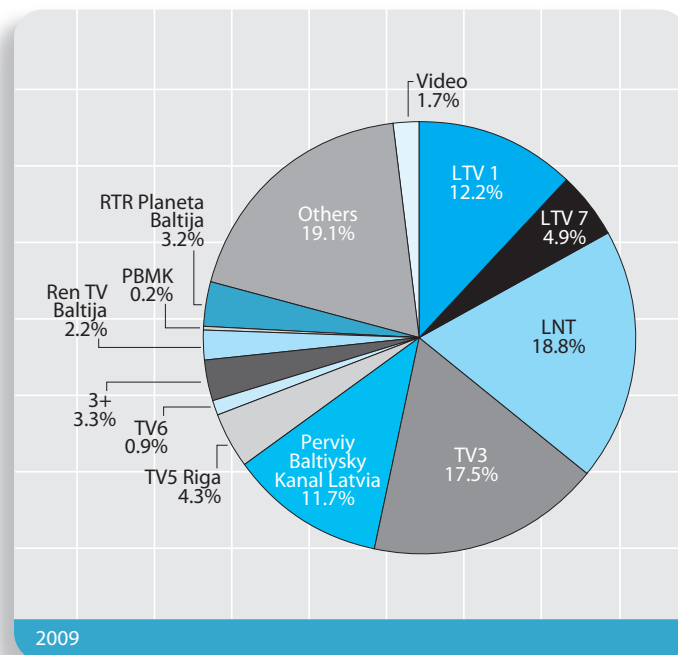
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
LTV 1	12.5	11.1	11.4	10.7	10.1	18.5	16.1	15.5	14.6	12.2
LTV 7	4.9	5.3	3.9	4.6	4.5	4.2	5.0	3.6	4.3	4.9
Latvian public channels	17.4	16.4	15.3	15.3	14.6	22.7	21.1	19.1	18.9	17.1
LNT	21.0	20.4	19.0	19.3	16.8	21.0	20.5	19.3	19.8	18.8
TV3	18.5	18.4	18.0	15.4	15.4	18.7	18.4	19.1	16.3	17.5
Perviy Baltiysky Kanal Latvia	9.7	10.1	10.4	10.7	11.2	10.9	11.0	11.1	11.5	11.7
TV5 Riga	2.9	2.8	2.2	3.3	3.9	2.2	2.5	2.4	3.6	4.3
TV6				1.3	0.9				1.4	0.9
Main Latvian private channels	52.1	51.7	49.6	50.0	48.2	52.8	52.4	51.9	52.6	53.2
3+	3.3	4.0	4.9	4.0	3.4	3.5	4.3	5.8	4.1	3.3
Ren TV Baltija	-	1.7	2.0	2.5	2.5	-	1.9	1.8	2.2	2.2
MTV Latvija			0.2	0.2	-			0.1	0.1	-
PBMK				0.4	0.5				0.2	0.2
RTR Planeta Baltija				0.4	3.3				0.3	3.2
Main foreign channels	3.3	5.7	7.1	7.5	9.7	3.5	6.2	7.7	6.9	8.9
Others	25.0	24.4	25.8	24.7	25.4	19.2	19.0	19.6	19.6	19.1
Video	2.2	1.8	2.2	2.5	2.1	1.8	1.3	1.7	2.0	1.7

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS LATVIA

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +.



The audiovisual landscape in “the former Yugoslav Republic of Macedonia” is made up of 52 private and 4 public channels, the latter operated by the public service broadcaster MRT. Five of the 52 private channels have national coverage (A1 TV, 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 intended to foster the cultural identity of the ethnic minority communities in the Republic of Macedonia (Albanians, Turks, Serbs, Roma, Vlachs and Bosniaks), and the third channel is the Assembly channel. The 4th channel is an international satellite channel that broadcasts the programmes offered by the other MTV stations.

The two private channels AT1 and TV Sitel dominate the market. The Broadcasting Act was amended in 2010. These amendments should finally give the Macedonian public service broadcaster, MRTV, a degree of independence and financial stability after years of underfunding and reliance on state aid to cover its operating costs.

The market for the distribution of television services underwent significant changes in 2008 and 2009. The cable operators, which reach about half of households, have been subject to several consolidation processes. At the same time, new methods of distribution are emerging. For example Makedonski Telekom (controlled by Deutsche Telekom) launched MaxTV, the first Macedonian IPTV package, in November 2008. It had 1,952 subscribers at the end of 2008 and 8 301 in September 2009. Cosmofon (a subsidiary of Telekom Slovenije) launched a four-channel 3G package for its mobile telephone network in the summer of 2009.

At the initiative of the Telekom Slovenia Group, three telecommunications companies (Cosmofon, Germanos and On.Net) merged in 2010 under the name One. Cosmofon had launched a four-channel 3G package, Boom TV, in summer 2009. In September 2009, Cosmofon had launched a DTT network covering 95% of homes. This is also under the brand of Boom. In September 2010, Boom TV had 40 000 subscribers.

Le paysage audiovisuel macédonien se compose de 52 chaînes privées et de 4 chaînes publiques, opérées par le radiodiffuseur de service public MRT. Parmi les 52 chaînes privées, 5 bénéficient d’une couverture nationale – A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel, TV Telma – 10 sont régionales et 37 sont locales. La première chaîne publique, MTV1, est de type généraliste ; la deuxième, MTV2, a pour objectif d’entretenir l’identité culturelle des minorités ethniques présentes en République de Macédoine (Albanais, Turcs, Serbes, Roms, Valaques et Bosniaques) ; la troisième est la chaîne parlementaire ; enfin la quatrième est une chaîne satellite à vocation internationale qui reprend les programmes proposés par les autres stations MTV.

Les deux chaînes privées AT1 et TV Sitel dominent le marché. La loi sur la radiodiffusion a été modifiée en 2010. Ces amendements à la loi sur la radiodiffusion devraient permettre au radiodiffuseur macédonien de service public, Radiotélévision macédonienne (MRTV), de pouvoir jouir, enfin, d’une certaine indépendance et d’une stabilité financière après des années en sous-financement et de dépendance aux aides de l’Etat pour couvrir ses frais d’exploitation.

Le marché de la distribution des services de télévision a connu d’importantes évolutions en 2008 et 2009. Les câblo-opérateurs, qui équipent environ la moitié des foyers, ont connu plusieurs mouvements de consolidations. Parallèlement, de nouveaux modes de distribution émergent. Ainsi Makedonski Telekom (contrôlé par Deutsche Telekom) a lancé MaxTV en novembre 2008, le premier bouquet IPTV macédonien. Celui-ci enregistrait 1 952 clients à la fin de l’année 2008 et 8 301 abonnés en septembre 2009.

A l’initiative du Telekom Slovenia Group, trois entreprises de télécommunication (Cosmofon, Germanos and On.Net) ont fusionné en 2010 sous le nom de One. Cosmofon avait lancé pendant l’été 2009 un bouquet 3G, Boom TV, composé de 4 chaînes. En septembre 2009, Cosmofon a lancé un réseau TNT, sous le même nom de Boom TV et couvrant 95 % des foyers. En septembre 2010, Boom TV comptait 40 000 abonnés.

Die audiovisuelle Landschaft Mazedoniens umfasst 52 Privatsender sowie die vier Sender der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt MRT. Von den 52 Privatsendern sind fünf landesweit zu empfangen: A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel, TV Telma. Dazu kommen 37 Regional- und 10 Lokalsender. Das erste öffentlich-rechtliche Programm, MTV1, ist ein Vollprogramm, der zweite Kanal, MTV2, will die kulturelle Identität der ethnischen Minderheiten in der Republik Mazedonien bewahren (Albaner, Türken, Serben, Roma, Walachen und Bosnier), und der dritte Dienst ist der Parlamentskanal; der vierte Sender ist ein international ausgerichteter Satellitenkanal, der ausgewählte Sendungen der anderen MTV-Sender übernimmt.

Der Markt wird von den beiden Privatsendern AT1 und TV Sitel beherrscht. Das Rundfunkgesetz wurde 2010 novelliert. Mit dieser Novelle dürfte der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter Mazedoniens (MRTV) nach Jahren der Unterfinanzierung und der Abhängigkeit von staatlichen Beihilfen zur Deckung seiner Betriebskosten endlich über eine gewisse Unabhängigkeit und finanzielle Stabilität verfügen.

Der Markt für die Verbreitung von Fernsehdiensten hat 2008 und 2009 deutliche Veränderungen erlebt, darunter mehrere Konsolidierungswellen bei den Kabelnetzbetreibern, die rund die Hälfte der Haushalte versorgen. Parallel hierzu entstehen neue Distributionsformen. So hat Makedonski Telekom (eine Tochter der Deutschen Telekom) im November 2008 das erste mazedonische IPTV-Paket (MaxTV) auf den Markt gebracht. Ende 2008 zählte es 1 952 und im September 2009 8 301 Abonnenten.

Auf Betreiben der Telekom Slovenia Group fusionierten 2010 drei Telekommunikationsunternehmen (Cosmofon, Germanos und On.Net) zum Unternehmen One. Cosmofon ging im Sommer 2009 mit einem aus vier Sendern bestehenden 3G-Bouquet, Boom TV, auf Sendung und startete im September 2009 ein DVB-T-Netz (auch Boom TV genannt), das 95 % der Haushalte abdeckt. Im September 2010 hatte Boom TV 40 000 Abonnenten.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)			2 052	Eurostat (2009)
Households			507	
TV households		98.92%	502	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		28.37%	144	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		0.60%	3	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		9.70%	3	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		0.10%	1	Broadcasting Council (June 2010)
IPTV subscription		0.60%	14	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		6.11%	31	Broadcasting Council (June 2010)
Total digital TV households		~	~	
Households with PC		~	~	
Households with broadband connections		37.20%	189	State Statistical office / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.10	Total	Companies
Cable operators		53	
Satellite packagers		1	Total TV
IPTV packagers		1	Makedonski Telekom (a subsidiary of Deutsche Telekom) with the package "MaxTV"
DTT packagers		1	One (Boom TV)
Mobile phone TV packagers		1	One (Boom TV)

TV channels established in the country by kind of transmission	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	5	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1		1
Regional/Local			10	10
Regional/Local windows			37	37
Channels targeting foreign markets				
Total		4	52	56
Foreign channels targeting the country			~	~

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

T.1.MK.1

Operating revenues of TV companies in the "Former Yugoslav Republic of Macedonia" 2005-2009 MKD million.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2009
MKRT	sptv	MKTV1, 2, 3	~	~	~	~	~
A1 Televizija Doel	adtv	A1	99.9	315.8	424.6	~	~
Televizija Sitel	adtv	Sitel	~	~	253.4	~	~
Kanal 5 d.o.o.el.	adtv	Kanal 5	~	~	188	~	~
Telma d.o.o.el.	thtv	telma	~	~	106.6	~	~
Main distributors		Package	2005	2006	2007	2008	2009
Makedonski Telekom AD ¹	3play	MaxTV	16 636	17 144	17 192	15 118	~
Cosmofon ^{1 2}	3G TV	Live TV	2 509	3 372	3 899	4 126	~
Robi Doel	CATV	Telekabel	~	~	172.7	~	~
KTV zora	CATV	KTV zora	~	~	27.3	~	~

¹ Includes telecommunication activities.

² The Live TV package was launched in August 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.MK.2
G.1.MK.1

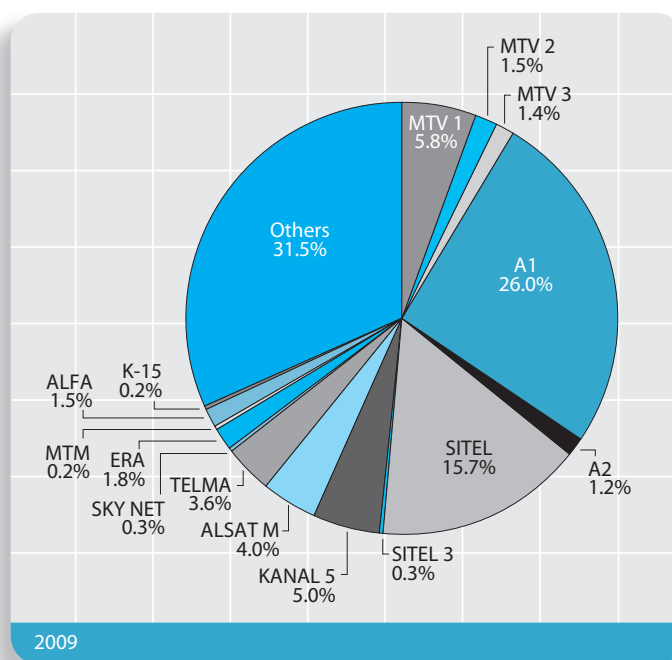
TV audience market share in the “Former Yugoslav Republic of Macedonia” 2009

In %, 4 years +.

Channels	Daily share	Prime time (17:00-23:00)
	2009	2009
MTV 1	6.8	5.8
MTV 2	1.4	1.5
MTV 3	1.6	1.4
Public channels	9.8	8.7
A1	21.0	26.0
A2	1.4	1.2
SITEL	14.0	15.7
SITEL 3	0.5	0.3
KANAL 5	4.9	5.0
ALSAT M	3.5	4.0
TELMA	3.9	3.6
SKY NET	0.4	0.3
ERA	1.6	1.8
MTM	0.3	0.2
ALFA	1.8	1.5
K-15	0.3	0.2
Main private channels	53.6	59.8
Others	36.6	31.5

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Prime time (17:00-23:00). In %, 4 years +.



An important feature of the Maltese audiovisual landscape is the link between the main private channels and the political parties: 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 April and June 2010, the public channel TVM continues to dominate the market with 34.3% of the average daily audience. It is followed by One TV with 13.6% and the Italian public channel Rai Uno with 7.2%. Italian channels are very popular in Malta, capturing a market share of more than 22%. Faced with competition from the Italian channels and international English-language channels such as the Discovery channel, MTV and the BBC channels, the main Maltese channels only represent 54% of daily audiences.

Few new Maltese channels were created in 2009 and 2010. In summer 2010, the cable operator Melita launched a new package of sports channels dedicated to football, including Stars HD, Malta's first high-definition channel.

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 2009, had approximately 94,000 subscribers (more than 65,000 of whom subscribed to a digital package). Melita offers more than 150 channels, including the only package of HD channels available in Malta. Meanwhile, GO operates a subscription-based digital terrestrial television (DTT) platform offering more than 60 channels. GO had around 45,000 subscribers in December 2009 (52,000 in June 2010).

The launch of the multiplex operated by the public broadcaster is expected to result in the emergence of a free DTT service to complement the offering of the pay-TV platform GO. Due to be launched in 2009, the free DTT platform was still not operational in September 2010. In March 2010, the regulatory authority launched a consultation on the eligibility criteria for channels meeting general interest objectives, which will be part of the free DTT service. The analogue switchoff is still scheduled for December 2010.

Finally, Malta transposed the Audiovisual Media Services Directive in June 2010 by adopting eight different legislative texts.

Le paysage audiovisuel maltais se caractérise par le lien entre les principales chaînes privées et les partis politiques : ainsi, le Parti nationaliste détient la chaîne Net TV et le Malta Labour Party la chaîne One TV.

Selon les études d'audience menées par l'autorité de régulation de la radiodiffusion entre avril et juin 2010, la chaîne publique TVM continue de dominer le marché avec 34,3 % de part de marché d'audience quotidienne. Derrière elle se trouve One TV avec 13,6 % puis la chaîne publique italienne Rai Uno avec 7,2 %. Les chaînes italiennes sont très regardées à Malte : elles rassemblent plus de 22 % de part de marché. Face aux chaînes italiennes et aux chaînes internationales en anglais, comme Discovery channel, MTV ou les chaînes de la BBC, les principales chaînes maltaïses ne réunissent que 54 % de l'audience quotidienne.

Peu de nouvelles chaînes maltaïses ont d'ailleurs été créées en 2009 et 2010. Le câble-opérateur Melita a inauguré un nouveau bouquet de chaînes sportives, dédiées au football, pendant l'été 2010. A cette occasion a été lancée Stars HD, la première chaîne maltaïse en haute-définition.

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 enregistre à la fin de l'année 2009 environ 94 000 abonnés (dont plus de 65 000 abonnés à une offre numérique). Melita propose plus de 150 chaînes, dont l'unique bouquet de chaînes HD disponible à Malte. Face à Melita, Go opère une plate-forme payante de télévision numérique terrestre (TNT) qui transmet plus d'une soixantaine de chaînes. Go compte en décembre 2009 environ 45 000 abonnés (chiffre porté à 52 000 en juin 2010).

Le lancement du multiplex opéré par le radiodiffuseur public devait permettre l'émergence d'une offre de TNT gratuite complémentaire à celle de la plate-forme payante GO. Prévue pour 2009, la plate-forme TNT gratuite n'a toujours pas été lancée en septembre 2010. En mars 2010, l'autorité de régulation a lancé une consultation sur les critères d'éligibilité des chaînes à objectifs d'intérêt général (OIG), qui seront les chaînes de la TNT gratuite. L'extinction du signal analogique demeure prévue pour décembre 2010.

Enfin, Malte a transposé en juin 2010 la Directive Services de médias audiovisuels, cela à travers huit textes législatifs différents.

Die Fernsehlandschaft Malτας zeichnet sich durch eine Verflechtung zwischen den größten Privatsendern und den politischen Parteien aus: Die Nationalistische Partei besitzt Net TV, während der Malta Labour Party One TV gehört.

Nach Zuschauermessungen der Rundfunkregulierungsbehörde von April bis Juni 2010 dominierte der öffentlich-rechtliche Sender TVM mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 34,3 % weiterhin den Markt. Auf den Plätzen finden sich One TV mit 13,6 % und der italienische öffentlich-rechtliche Sender Rai Uno mit 7,2 %. Die italienischen Sender waren in Malta sehr beliebt: Sie kamen auf einen Marktanteil von über 22 %. Gegenüber der italienischen und internationalen englischsprachigen Konkurrenz wie Discovery Channel, MTV oder die BBC-Sender kamen die wichtigsten maltesischen Sender nur auf einen täglichen Zuschauermarktanteil von 54 %.

2009 und 2010 wurden nur wenige maltesische Sender neu gegründet. Der Kabelbetreiber Melita startete im Sommer 2010 ein neues, ganz dem Fußball gewidmetes Sport-Bouquet. Bei dieser Gelegenheit ging Stars HD, der erste hochauflösende Kanal Malτας, auf Sendung.

Viele maltesischen Haushalte haben sich für ein Bezahlfernsehabonnement entschieden, obwohl es nur wenige Verbreitungsunternehmen gibt: Melita und GO bilden weiterhin ein Duopoly in diesem Markt. Melita ist der einzige Kabelnetzbetreiber des Landes und hatte Ende 2009 etwa 94 000 Abonnenten (davon über 65 000 für ein Digitalangebot). Melita hat über 150 Sender im Angebot, darunter auch das einzige Bouquet in Malta mit HD-Kanälen. GO betreibt eine Bezahlpattform für digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) mit über sechzig Sendern und hatte im Dezember 2009 etwa 45 000 Abonnenten (im Juni 2010 waren es 52 000).

Der Start des vom öffentlich-rechtlichen Sender betriebenen Multiplex sollte die Bereitstellung eines kostenlosen DVB-T-Angebots als Ergänzung zum kostenpflichtigen Angebot der Plattform GO ermöglichen. Die für 2009 geplante frei empfangbare DVB-T-Plattform war im September 2010 jedoch immer noch nicht auf Sendung. Im März 2010 hat die Regulierungsbehörde ein Konsultationsverfahren zu den Kriterien für die Anerkennung von Sendern mit Programm von allgemeinem Interesse gestartet, die als frei empfangbare DVB-T-Sender verbreitet werden sollen. Die Abschaltung des Analogbetriebs ist weiterhin für Dezember 2010 geplant.

Malta hat im Juni 2010 die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umgesetzt und dazu acht verschiedene Gesetze erlassen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	413	Eurostat
Households		–	142	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		99.3%	141	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		66.2%	94	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		46.5%	66	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		10.6%	15	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		~	~	
IPTV subscriptions		0.0%	0	
Installed DVB-T receivers		35.2%	50	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		81.7%	116	European Audiovisual Observatory
Households with PC		61.5%	88	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Household with broadband connections		61.2%	87	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	1	Melita (GMT Communications Partners)
Satellite packagers	0	
IPTV packagers	0	
DTT multiplex operators and packagers	1	Go
Mobile phone TV packagers	1	Go edits two packages "Go Mobile" & "MTV Mobile"

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	12	14
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			18	18
Regional/Local				
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets				
Total		2	30	32
Foreign channels targeting the country		2		2

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	09.10	Digital terrestrial Go	Cable Melita Digital
Generalist - national		4	5
Generalist - foreign		7	16
Adult			
Children		7	11
Culture/ education/ documentary		9	16
Minority interest groups			
Entertainment/ TV fiction/ games		8	13
Film		2	6
Home shopping			3
International linguistic and cultural			5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	18
Music		4	17
News/ business		6	12
Parliament/ government/ administration			
Regional/ local			
Religion		1	4
Sports		14	26
Various		2	4
Total		66	156

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

T.1.MT.1

Operating revenues of the main television companies in Malta 2005-2009

EUR million.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public Broadcasting Services Ltd	sptv	TVM	5.7	5.6	6.5	6.1	5.8	-4.1%
Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
Go PLC ¹	4play, 3G TV	Go TV	130.2	130.9	133.1	128.0	124.7	-2.6%
Melita PLC ¹	4play	Melita TV	27.5	31.6	33.1	38.9	~	17.7%

¹ Includes telecommunication and broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.MT.2

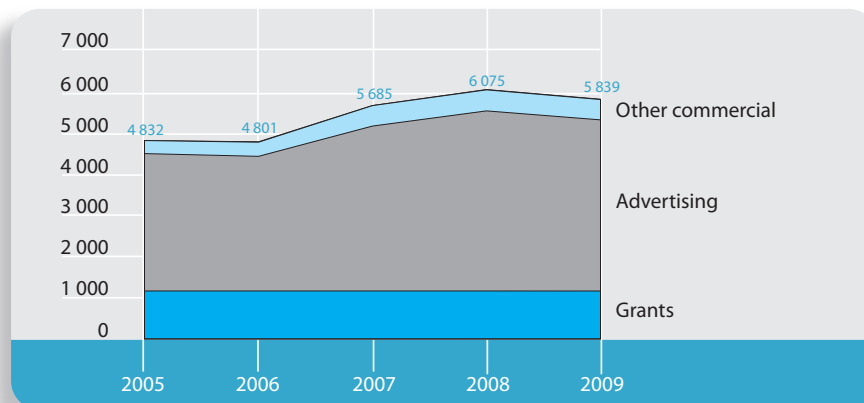
PBS financial situation 2005-2009

G.1.MT.1

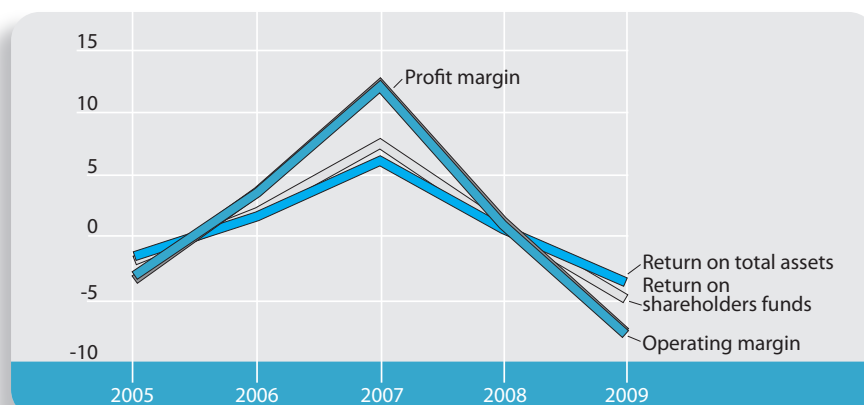
EUR thousand.

	2005	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public income	1 165	1 165	1 165	1 165	1 164	-0,1%
Grants	1 165	1 165	1 165	1 165	1 164	-0,1%
Commercial income	3 667	3 627	4 519	4 903	4 668	-4,8%
Advertising	3 349	3 282	4 020	4 390	4 172	-5,0%
Other commercial	318	345	499	513	496	-3,3%
Others		9	1	7	7	0,0%
Total	4 831	4 792	5 884	6 068	5 832	-3,9%
Purchase of goods and services	3 582	3 441	3 919	4 025	4 244	5,4%
Costs of personnel	1 595	777	834	1 850	1 885	1,9%
Depreciation	299	404	242	136	164	20,6%
Expenditure	5 476	4 622	4 995	6 011	6 293	4,7%
P/L for period	398	98	443	-12,0	-311,0	2 491,7%
Operating margin (%)	-3,2	3,5	12,1	0,94	-7,90	

Source: European Audiovisual Observatory



EUR thousand.



In %.

T.1.MT.3
G.1.MT.2

TV audience market share in Malta 2007-2010

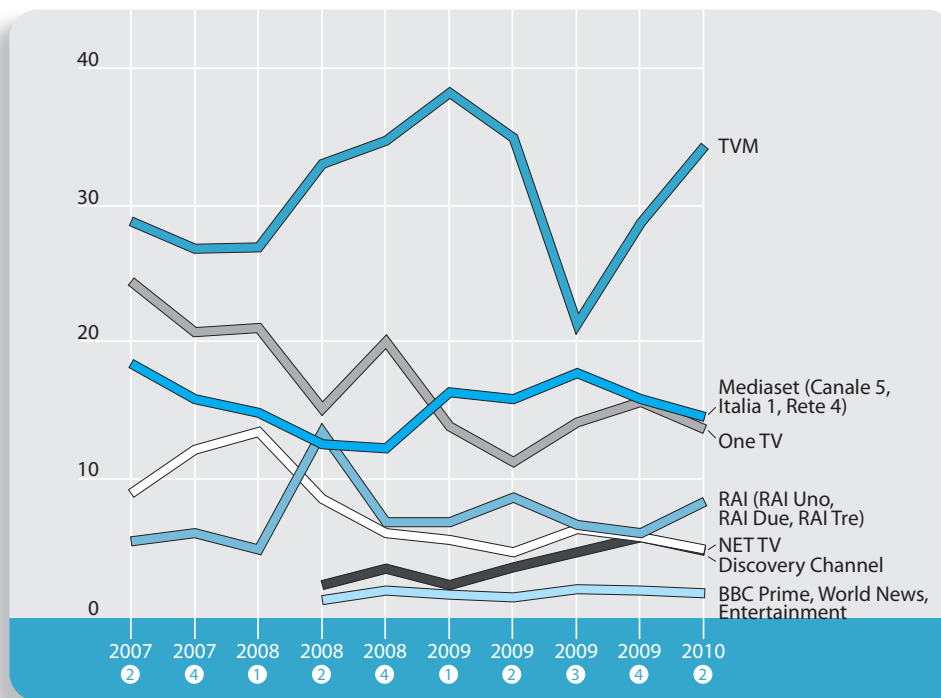
In %, 12 years +.

Channels	Daily share									
	2007 ^②	2007	2008 ^①	2008 ^②	2008 ^④	2009 ^①	2009 ^②	2009 ^③	2009 ^④	2010 ^②
TVM	28.8	26.8	26.9	33.0	34.7	38.2	34.9	21.3	28.7	34.3
One TV	24.4	20.7	21.0	15.1	20.0	13.8	11.2	14.1	15.6	13.6
NET TV	8.9	12.1	13.4	8.5	6.0	5.5	4.6	6.3	5.7	4.8
Family TV	-	-	-	1.9	0.2	0.7	0.3		0.0	0.0
Smash TV	0.7	0.7	0.5	0.6	0.2	0.4	1.0	4.6	1.4	0.2
Favourite Channel						1.3	0.8	1.6	1.4	0.5
Education 22		0.1	0.1	0.1		~	0.1		0.2	0.2
RAI (RAI Uno, RAI Due, RAI Tre)	5.4	6.0	4.8	13.4	6.8	6.8	8.6	6.6	6.0	8.3
- RAI Uno		4.2		11.6	4.5	3.9	6.5	4.5	4.0	7.2
- RAI Due		1.4		1.1	1.8	2.1	1.5	1.5	1.2	0.6
- RAI Tre		0.4		0.7	0.5	0.8	0.6	0.6	0.8	0.5
Mediaset (Canale 5, Italia 1, Rete 4)	18.4	15.8	14.8	12.5	12.2	16.3	15.8	17.7	15.8	14.5
- Rete 4		2.5		2.9	1.9	3.8	3.5	2.8	3.1	3.2
- Canale 5		6.0		4.5	6.3	6.8	5.6	6.8	5.5	4.6
- Italia 1		7.3		5.1	4.0	5.7	6.7	8.1	7.2	6.7
Discovery Channel		1.8		2.2	3.4	2.2	3.5	4.6	5.7	4.7
MTV		0.4		1.1	0.8	0.6	2.1	1.3	1.3	0.8
BBC Prime, World News, Entertainment		13.7		1.1	1.8	1.5	1.3	1.9	1.8	1.6
Others	13.4	1.9	18.5	12.4	14.1	13.4	16.1	20.0	16.4	16.5

- ① January-March.
- ② April-June.
- ③ July-September.
- ④ October-December.

Source: Broadcasting Authority Malta

Daily share. In %, 12 years +.



The most important channel providers on 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, as well as the RTL group, whose channels RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 and RTL Lounge are transmitted under Luxembourg law, and SBS Broadcasting (ProSiebenSat.1 Media AG) with its NET 5, SBS 6 and Veronica channels.

In 2009, the daily audience share of Ned 1 decreased slightly to 20% after several years of strong growth. Following the public channel in audience share terms are the private channels RTL4 and SBS6 with 13.6 and 10.9% respectively. Their market shares have actually risen in the past two years. The two other public channels (Ned 2 and Ned 3) each have a daily share of about 7%, while the figure for the four private channels - NET 5, RTL 7, RTL 5 and Veronica - is between 3 and 5%. Seven other channels have a daily audience of between 1 and 2%.

The Dutch audience shares seem less concentrated than in other European countries, which can be partly explained by the cable network penetration. In 2009, more than 75% of households had access via cable to a multi-channel platform, and the Netherlands was the second largest European cable television market after Germany. This market is dominated by four companies. The leaders are Zesko (with its Ziggo package), with 3.12 million subscribers in June 2010, and UPC Nederland (Liberty Global), with 1.93 million. Following behind them are CAIW and Delta.

The concentration of the cable networks in the hands of just a few providers led the Dutch telecommunications regulator OPTA in 2009 to make it compulsory to open up these networks to competitors. The European Commission gave the green light in December 2009 to the regulations that guarantee third-party distributors access to the four largest digital networks and also forcing Zesko and UPC to rent out their analogue networks at wholesale rates. However, a court in The Hague thwarted this plan in May 2010 as it was of the opinion that UPC and Zesko could not be forced to resell their products to other providers as that would risk contravening their contractual obligations. This decision has rekindled the debate on opening up the Dutch cable networks.

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 on the multi-channel television market. Although the cable subscription rate is still high, it has been decreasing for several years.

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 groupe RTL, dont les chaînes RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 et RTL Lounge émettent sous juridiction luxembourgeoise et SBS Broadcasting (ProSiebenSat.1 Media AG) avec NET 5, SBS 6 ou Veronica.

En 2009, l'audience quotidienne de Ned 1 décroît légèrement, après plusieurs années de forte croissance, pour atteindre 20 %. Derrière la chaîne publique se trouvent les chaînes privées RTL4 et SBS6 avec respectivement 13,6 et 10,9 %, des parts de marché plutôt en progression depuis deux ans. Les deux autres chaînes publiques (Ned 2 et Ned 3) rassemblent environ 7 % de l'audience chacune puis quatre chaînes privées, RTL7, RTL5, NET5 et Veronica, se situent entre 3 et 5 % de part de marché. Sept autres chaînes rassemblent entre 1 et 2 % de d'audience quotidienne.

L'audience aux Pays-Bas apparaît moins concentrée que dans d'autres pays européens, ce qui s'explique en partie par le taux de raccordement des foyers aux réseaux câblés. En 2009, ce sont ainsi plus de 75 % des ménages qui ont accès, par le câble, à une plate-forme multichaines et les Pays-Bas constituent d'ailleurs le second plus important marché européen de la télévision par câble, derrière l'Allemagne. Ce marché est dominé par quatre entreprises. Les leaders sont Zesko (avec son bouquet Ziggo) avec 3,12 millions d'abonnés en juin 2010 et UPC Nederland (Liberty Global) avec 1,93 million de clients TV. Derrière se trouvent CAIW et Delta.

La concentration des réseaux câblés dans les mains de quelques fournisseurs a poussé l'autorité de régulation des télécommunications néerlandaises (OPTA) à légiférer en 2009 en faveur de l'ouverture à la concurrence de leurs réseaux. La Commission européenne a donné son feu vert en décembre 2009 aux textes garantissant aux distributeurs tiers l'accès aux quatre plus importants réseaux numériques, et obligeant aussi Zesko et UPC à louer leur réseaux analogiques à prix de gros. Mais le tribunal de La Haye a contrarié ce projet en mai 2010, estimant que UPC et Zesko ne pouvaient être obligés de revendre leurs produits à d'autres fournisseurs, au risque d'enfreindre leurs obligations contractuelles. Cette décision a relancé le débat sur l'ouverture des réseaux câblés néerlandais.

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

Wichtigste Rundfunkanbieter auf dem niederländischen Markt sind 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-Gruppe, deren Sender RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 und RTL Lounge luxemburgischem Recht unterliegen, sowie SBS Broadcasting (ProSiebenSat.1 Media AG) mit den Sendern NET 5, SBS 6 und Veronica.

Der durchschnittliche Zuschaueranteil von Ned 1 ist nach mehreren Jahren starken Wachstums 2009 wieder leicht zurückgegangen und liegt nun bei rund 20 %. Dahinter folgen die Privatsender RTL4 und SBS6 mit einem Marktanteil von 13,6 bzw. 10,9 % – ein leichtes Plus gegenüber 2008 bzw. 2007. Auf die beiden anderen öffentlich-rechtlichen Sender (Ned 2 und Ned 3) entfallen jeweils ca. 7 %, während die verbleibenden Privatsender (RTL 7, RTL 5, NET 5 und Veronica) auf 3 bis 5 % Marktanteil kommen. Sieben weitere Sender erreichen jeweils einen Marktanteil zwischen 1 und 2 %.

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 zurückzuführen ist. So hatten 2009 über 75 % der Haushalte über das Kabelnetz Zugang zu einer Multikanalplattform, und die Niederlande sind nach Deutschland der zweitgrößte Kabelfernsehmarkt Europas. Dieser Markt wird von vier Betreibern beherrscht. Marktführer sind Zesko (Bouquet Ziggo) mit 3,12 Mio. Abonnenten im Juni 2010 und UPC Nederland (Liberty Global) mit 1,93 Mio. TV-Kunden. Dahinter folgen CAIW und Delta.

Die starke Konzentration der Kabelnetze auf einige wenige Betreiber hat die niederländische Regulierungsbehörde für Telekommunikation (OPTA) 2009 veranlasst, die Öffnung dieser Kabelnetze für den Wettbewerb anzuordnen. Die Europäische Kommission hat im Dezember grünes Licht für die Regelungen gegeben, wonach Drittanbieter Zugang zu den vier größten Digitalnetzen erhalten sowie Zesko und UPC verpflichtet werden, ihre Analognetze zu Großhandelskonditionen zu vermieten. Das Gericht in Den Haag hat diesem Vorhaben allerdings im Mai 2010 einen Riegel vorgeschoben und entschieden, dass UPC und Zesko nicht gezwungen werden könnten, ihre Produkte an andere Anbieter zu verkaufen, da dies die Einhaltung ihrer vertraglichen Verpflichtungen gefährden würde. Diese Entscheidung hat die Debatte um die Öffnung der niederländischen Kabelnetze neu entfacht.

CAIW war der erste Betreiber, der im Oktober 2010 das analoge Kabelfernsehen

2010 was marked by the launch of fibre optic cable television (fibre to the home – FTTH). Glashart Media (Reggefiber) offers several analogue and digital packages that include a number of HD channels on the country's fibre optic networks (such as Concepts ICT, Solcon and XMS). At the same time, the CanalDigitaal satellite package, which gives access to more than 200 channels and is operated from Luxembourg by the M7 group, continues to provide an alternative to cable TV. The platform has about 800 000 subscribers in 2010. Television via ADSL (IPTV) has so far only attracted a minority of households but is already offered by at least four Internet access providers: KPN, Lijbrandt Telecom, Online Breedband and Tele2.

Finally, digital terrestrial television has met with success in the Netherlands, which is all the more unexpected as the penetration rate of terrestrial transmissions was low in the country when the terrestrial analogue switch-off took place in 2006. The DTT network is operated by KPN and the Digtienne package is now distributed by at least four companies in addition to KPN: EDPnet, Scarlet, Tele2 and Technos. A fifth (Online.nl) is expected to join them at the end of 2010. The DTT penetration has reached more than 13% of homes and KPN said it had 899 000 subscribers in September 2010, a figure that is steadily rising.

The Dutch public service broadcasting system is made up of some twenty national and 350 local broadcasters. After a number of modifications were made, in January 2010 the European Commission approved the system for funding the public service broadcasters. In September 2010, several professional associations began legal proceedings against the public broadcasters' digital plans (extension of the catch-up TV service, new mobile TV channels and radio stations).

In December 2009, the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) was transposed in the Netherlands via changes to the Media Act and the Tobacco Act.

télévision multichânes. Le taux d'abonnement au câble, s'il demeure élevé, n'en est pas moins en baisse depuis plusieurs années.

L'année 2010 a en effet vu le lancement de la télévision par câble en fibre optique (FTTH). Glashart Media (Reggefiber) propose plusieurs bouquets, analogiques et numériques, incluant de nombreuses chaînes HD sur les réseaux en fibre optique du pays (Concepts ICT, Solcon ou encore XMS). Parallèlement, le bouquet satellite CanalDigitaal, qui propose l'accès à plus de 200 chaînes et est édité par le groupe M7 depuis le Luxembourg, continue de représenter une alternative à la télévision par câble. La plate-forme compte environ 800 000 abonnés en 2010. La télévision par ADSL (IPTV) ne séduit qu'une minorité de foyers, mais est déjà proposée par au moins quatre fournisseurs d'accès à internet : KPN, Lijbrandt Telecom, Online Breedband ou encore Tele2.

Enfin bien sûr, la télévision numérique terrestre remporte aux Pays-Bas un succès d'autant plus inattendu que le pays ne dépendait que faiblement des transmissions terrestres au moment de l'extinction de l'analogique terrestre, en 2006. Le réseau TNT est opéré par KPN et le bouquet Digtienne est désormais distribué par au moins quatre firmes (KPN bien sûr mais aussi EDPnet, Scarlet, Tele2 et Technos), une cinquième étant attendue à la fin de l'année 2010 (Online.nl). La TNT équipe plus de 13 % des foyers et KPN revendique 899 000 abonnés en septembre 2010, un chiffre en progression régulière.

Le système néerlandais de service public se compose d'une vingtaine de radiodiffuseurs nationaux et d'environ 350 radiodiffuseurs locaux. En janvier 2010, la Commission européenne a validé, après modifications, le régime de financement des radiodiffuseurs de service public. En septembre 2010, plusieurs associations professionnelles ont entamé une action juridique à l'encontre des projets numériques des radiodiffuseurs publics (extension du service de télévision de rattrapage, nouvelles chaînes de télévision mobile et stations de radio).

En décembre 2009, les Pays-Bas ont officialisé la transposition de la Directive Services de médias audiovisuels (SMVA) dans la loi relative aux médias et dans la loi relative à la lutte contre le tabagisme.

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.

2010 ist in den Niederlanden das Fernsehen über Glasfaserkabel (FTTH) an den Start gegangen. Der Betreiber Glashart Media (Reggefiber) bietet über die bestehenden Glasfasernetze (Concepts ICT, Solcon, XMS) mehrere analoge und digitale Pakete an, darunter zahlreiche HD-Kanäle. Darüber hinaus ist auch das Sat-TV-Paket CanalDigitaal, das über 200 Kanäle umfasst und von Luxemburg aus von der M7-Gruppe betrieben wird, nach wie vor eine echte Alternative zum Kabelfernsehen. Die Plattform hat rund 800 000 Abonnenten im 2010. Das Breitband-Fernsehen (IPTV) ist nur in wenigen niederländischen Haushalten vertreten, wird aber bereits von mindestens vier Internet Providern angeboten: KPN, Lijbrandt Telecom, Online Breedband und Tele2.

Einen großen Erfolg feiert in den Niederlanden das digitale terrestrische Fernsehen. Dieser Erfolg ist umso überraschender, als zum Zeitpunkt der Analogabschaltung 2006 nur wenige Haushalte auf das Antennenfernsehen angewiesen waren. Das DVB-T-Netz wird von KPN betrieben und das DVB-T-Bouquet Digtienne wird inzwischen von mindestens vier weiteren Unternehmen neben KPN vermarktet (EDPnet, Scarlet, Tele2 und Technos). Ein fünftes will Ende 2010 an den Start gehen (Online.nl). DVB-T ist in über 13 % der Haushalte vertreten, KPN meldet kontinuierlich steigende Abonnentenzahlen (nach eigenen Angaben 899 000 im September 2010).

Der niederländische öffentlich-rechtliche Rundfunk umfasst rund 20 nationale und 350 lokale Sender. Das System zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Sender wurde im Januar 2010 von der Europäischen Kommission nach einigen Änderungen genehmigt. Im September 2010 haben mehrere Fachverbände juristische Schritte gegen Digitalprojekte der öffentlich-rechtlichen Sender (Ausbau des Catch-Up-TV, neue Mobil-TV-Sender und Radiosender) eingeleitet.

Im Dezember 2009 wurde die Umsetzung der Richtlinie 2007/65/EG über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) in das Mediengesetz und das Tabakgesetz in den Niederlanden offiziell bekannt gegeben.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	16 578	Eurostat
Households		–	7 270	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		98.7%	7 175	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		75.8%	5 512	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		34.3%	2 491	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		12.7%	920	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		12.3%	895	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2.1%	154	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		12.1%	879	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		60.8%	4 419	European Audiovisual Observatory
Households with PC		92.1%	6 694	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		69.8%	5 071	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	39	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	38	Screen Digest

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	21	CAIW, Cogas, Delta, UPC Nederland (Liberty Global), Zesko "Ziggo" (Warburg Pincus and Cinven), Glashart Media (FTTH) etc.
Satellite packagers	1	Canal Digitaal (M7 Group)
IPTV packagers	5 ¹	KPN, Lijbrandt, Online Breedband, Tele2, Glashart Media (FTTH)
DTT multiplex operators and packagers	5	Transmitter: KPN. Packager: KPN, EDPnet, Scarlet, Tele2, Technos
Mobile phone TV packagers	2	T-Mobile Nederlands (Deutsche Telekom), Vodafone Libertel (Vodafone)
Mobile broadcast TV packagers	1	KPN (DVB-H). MTV NL (in tests) and Call Max were also attributed DMB licences in 2009.

¹ In addition, Telefonía Bonairiano provides IPTV services in the Bonaire Island.

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	8	11
Cable/Satellite/IPTV/ Mobile		19	80	99
Regional/Local		223		223
Regional/local windows			20	20
Channels targeting foreign markets		1	86	87
Total		246	194	440
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	42	44

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Free digital terrestrial	¹ Pay digital terrestrial Digitenne	Cable Zesko Ziggo	Cable UPC	Satellite CanalDigitaal	IPTV Tele2
Generalist - national (incl. dedicated)		3	5	7	7	6	6
Generalist - foreign			1	16	14	21	4
Adult			1	6	8	4	1
Children			3	11	14	12	3
Culture/ education/ documentary			4	17	17	25	4
Minority interest groups				3	1	1	
Entertainment/ TV fiction/ games			6	19	18	22	6
Film				11	9	5	4
Home shopping						3	
International linguistic and cultural				4	4	16	
Lifestyle/ specific leisure/ travel				4	4	8	
Music			2	13	11	18	2
News/ business			1	8	12	29	2
Parliament/ government/ administration						2	
Regional/ local		13	13	14	9	17	14
Religion				2	1	8	
Sports			2	14	13	19	4
Various				10	4	2	4
Total		3 ²	26 ²	159	146	218	54

¹ Includes free DTT.

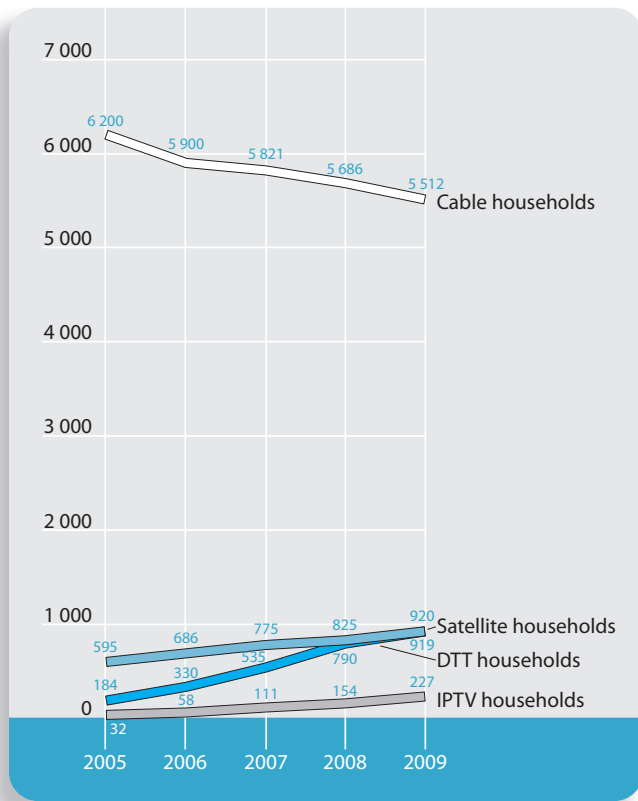
² In addition, 13 regional channels are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

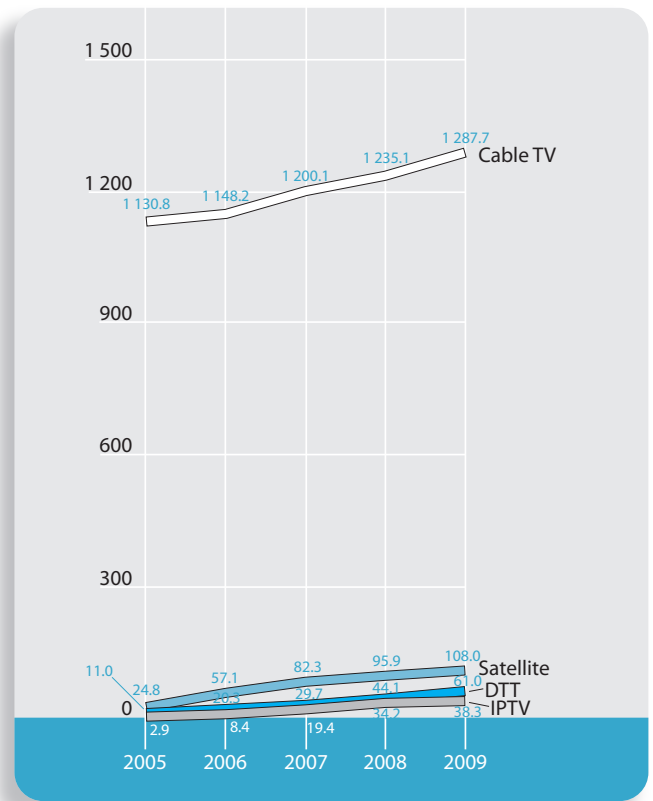
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

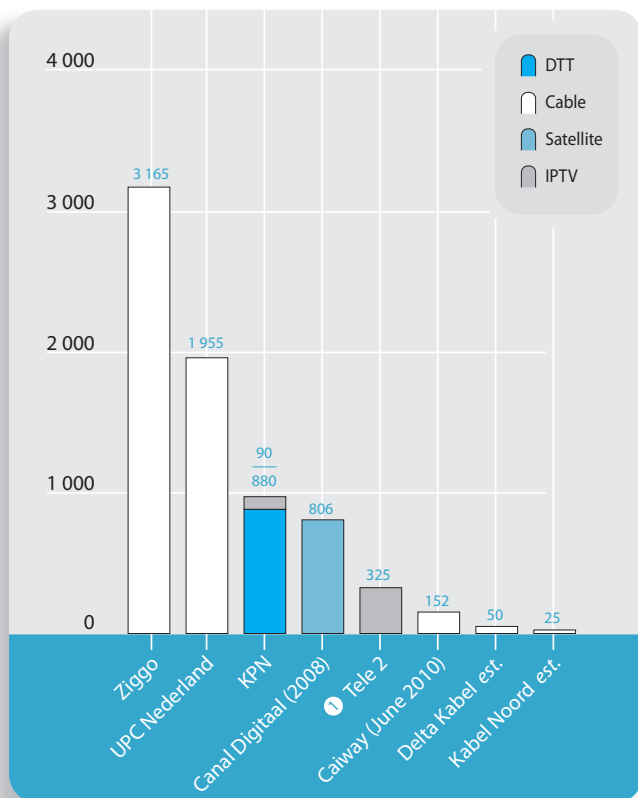
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

In thousands.

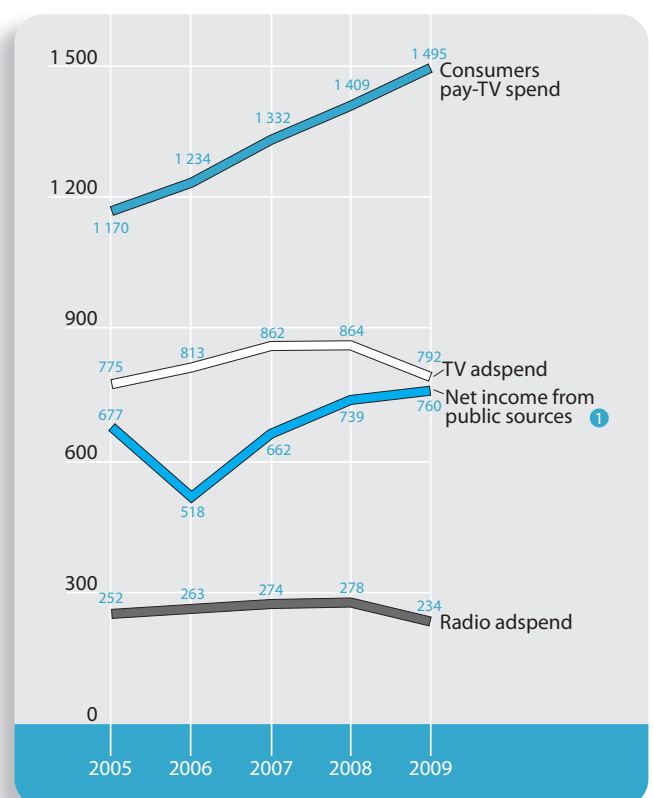


1 Multiplayers subscribers.

Source: IP Key Facts, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



1 NPO only. RWN and regional organisations not included.

Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and NPO

T.1.NL.1

Operating revenues of the main television companies in the Netherlands

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
NPO - Nederlandse Publiek Omroep			630.3	842.6	821.5	780.8	-5.0%
- Nederlandse Omroep Stichting (NOS)	sptv	Ned 1, Ned 2, Ned 3	553.1	768.4	~	-	-
- Nederlandse Omroep Stichting ^①	sptv	Ned 1, Ned 2	-	-	-	153.6	-
- Stichting Etherreclame (STER)	sptv	(advertising sales house)	207.1	203.6	238.1	202.1	-15.1%
- Omroepvereniging VARA	sptv		71.4	72.2	79.7	~	~
- AVRO	sptv	Ned 2	71.4	77.8	77.1	~	~
- Katholieke Radio Omroep (KRO)	sptv	Ned 1	~	69.1	73.2	~	~
- Vereniging TROS	sptv	Ned 2	~	66.0	66.9	72.3	8.1%
- Evangelische Omroep (EO)	sptv	Ned 1	69.5	62.5	63.8	~	~
- Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRCV)	sptv	Ned 1	~	~	63.8	~	~
- VPRO	sptv	Ned 3	57.5	62.0	61.6	~	~
- Bart's Neverending Network	sptv	Ned 1, Ned 3 (BNN)	~	~	34.0	32.1	-5.6%
- Stichting Teleac/Not	sptv	Ned 1, Ned 2, Ned 3	~	~	27.2	~	~
- Nederlandse Programma Stichting	sptv	Ned 3	~	~	~	~	~
SBS Broadcasting Holding B.V.B.V.	adtv	Net 5, SBS6	1 003.0	549.3	~	~	~
<i>p.m.</i> SBS Broadcasting B.V.	adtv	Net 5, SBS6	~	~	~	~	~
Jetix Europe N.V.	thtv	Jetix	162.8	166.4	136.9	~	~
Talpa Service II N.V.	adtv	Talpa	134.0	~	~	~	~
Radio Nederland Wereldomroep	sptv	BVN	49.7	49.4	49.8	51.7	3.9%
Chello Media Programming	thtv	Film1, Sport1	41.4	43.3	49.6	~	~
MTV Networks B.V.	thtv	MTV	69.9	41.7	~	~	~

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
KPN ^②	3play, DTT, DVB-H	Interactive TV, Digitenne, Mobile TV	12 169.0	12 775.0	14 602.0	13 509.0	-7.5%
Delta N.V. ^②	3play	Delta Kabel	1 338.4	1 732.2	2 252.9	2 033.4	-9.7%
Zesko B.V.	CATV	Ziggo	238.0	1 093.9	1 238.6	1 284.4	3.7%
UPC Nederland ^②	3play	UPC Televisie	701.8	773.5	803.7	~	~
Tele2 Netherlands Holding N.V. ^②	3play	Tele2 TV	434.5	582.4	650.1	~	~
Online Breedband B.V. ^②	3play, 3G TV	Online TV, Orange Mobile TV	100.4	106.1	108.4	~	~
Caiw Diensten B.V. ^②	3play	Caiway Televisie	43.3	53.5	~	~	~
Canal Digitaal B.V.	sattv	Canal Digitaal	~	~	~	~	~

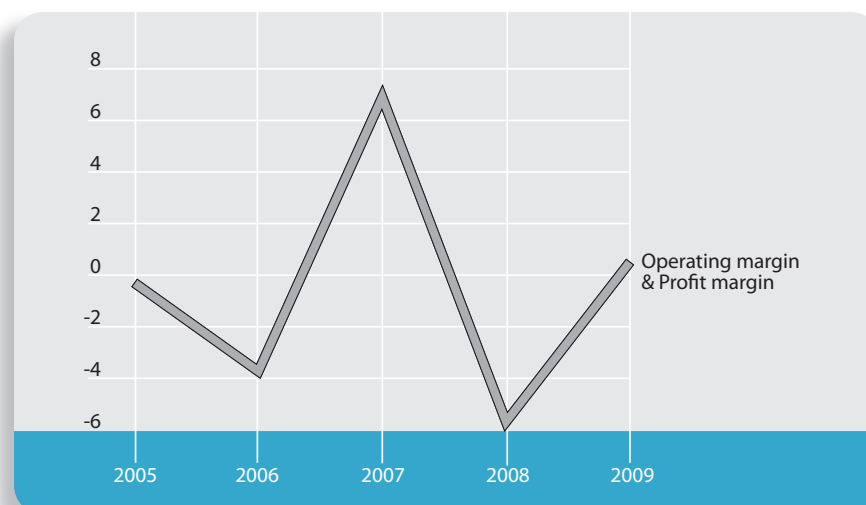
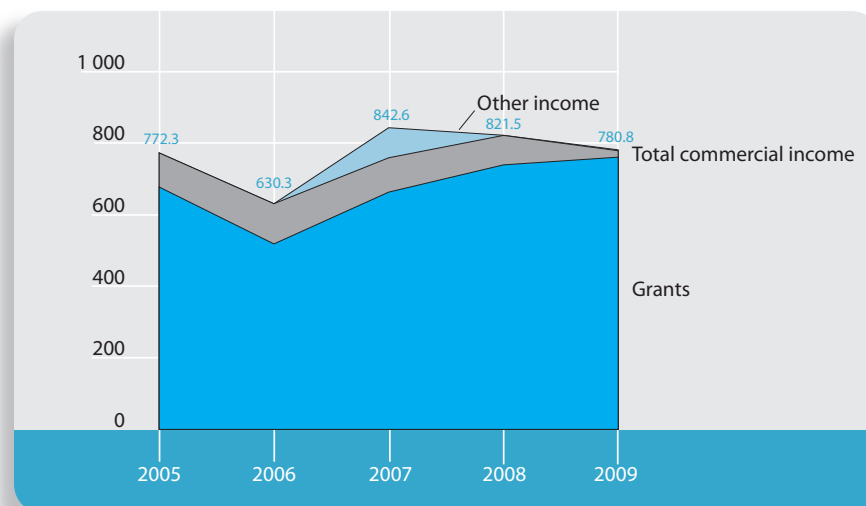
^① New company created by the Mediawet 2008.^② Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.NL.2
G.1.NL.1Revenues of the Dutch public broadcasting system
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public revenues	518.0	662.7	738.8	760.4	82.2%	78.6%	89.9%	97.4%	2.9%
- Aid/Grants	518.0	662.7	738.8	760.4	82.2%	78.6%	89.9%	97.4%	2.9%
Total commercial income	112.3	95.9	82.3	17.9	17.8%	11.4%	10.0%	2.3%	-78.3%
Other income		84.0	0.4	2.5	0.0%	10.0%	0.0%	0.3%	525.0%
Total operating revenues	630.3	842.6	821.5	780.8	100%	100%	100%	100%	-5.0%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Operating expenditure	653.9	784.3	868.3	777.0					-10.5%
Net result	-23.6	58.3	-46.8	3.7					-107.9%
Operating margin (%)	-3.74	6.90	-5.70	0.50					

Source: NPO, European Audiovisual Observatory



T.1.NL.3
G.1.NL.2TV audience market share in the Netherlands
2005-2009 In %, 6 years +.

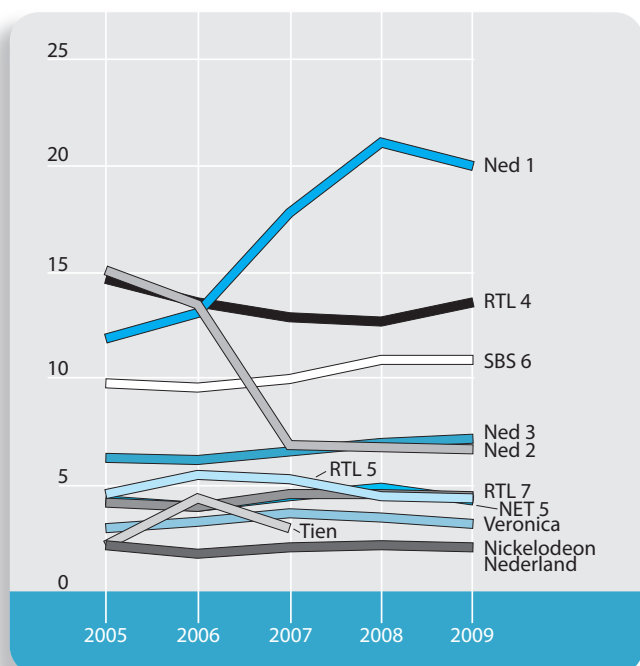
Channels	Daily share					Prime time (18:00-00:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Ned 1	11.9	13.1	17.8	21.1	20.0	12.6	14.0	19.0	22.5	21.9
Ned 2	15.1	13.5	6.9	6.8	6.7	15.9	13.2	6.8	7.1	6.9
Ned 3	6.3	6.2	6.6	7.0	7.2	6.5	6.7	7.3	7.7	8.0
Regional channels	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.9	1.7	1.6	1.5	1.4
Main Dutch public channels	35.5	34.9	33.3	36.8	35.7	36.9	35.6	34.7	38.8	38.2
SBS 6	9.8	9.6	10.0	10.9	10.9	11.8	11.5	11.8	12.5	12.6
NET 5	4.3	4.0	4.5	4.9	4.3	5.2	4.7	5.2	5.2	4.7
Veronica (ex V8/FOX8)	3.0	3.3	3.7	3.5	3.2	4.1	4.3	4.9	4.7	4.3
Comedy Central (ex The Box)	0.3	0.4	0.7	0.9	1.0	0.2	0.2	0.6	0.7	0.9
MTV (Netherlands)	~	~	~	~	0.8	~	~	~	~	0.4
TMF (Netherlands)	~	~	~	~	0.7	~	~	~	~	0.4
AT5	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.1
Tien (ex Talpa) ①	2.2	4.4	3.0	-	-	3.1	6.2	3.8	-	-
Main Dutch private channels	19.6	21.7	21.9	20.2	21.1	24.4	26.9	26.3	23.1	23.4
RTL 4	14.7	13.6	12.9	12.7	13.6	16.0	14.7	14.1	14.2	15.1
RTL 7 (ex Yorin/Veronica)	4.2	4.0	4.6	4.6	4.5	4.9	4.2	4.8	4.7	4.6
RTL 5	4.6	5.5	5.3	4.5	4.4	5.1	7.1	6.5	5.7	5.5
Nickelodeon Nederland	2.2	1.8	2.1	2.2	2.1	0.9	0.0	0.6	0.8	0.8
Discovery	1.7	1.7	1.7	1.8	1.8	1.1	1.0	0.9	1.0	1.0
RTL 8 ②	-	-	0.7	1.8	1.7	-	-	0.9	2.3	2.2
Jetix	2.2	1.9	1.8	1.7	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Één (VRT)	1.4	1.2	1.1	1.1	1.3	1.1	0.8	0.8	0.7	0.8
Animal Planet	0.7	0.8	0.7	0.9	1.1	0.3	0.3	0.3	0.4	0.5
Ketnet/Canvas (VRT)	1.2	1.0	1.0	0.9	0.9	1.0	0.8	0.9	0.8	0.8
Eurosport	0.9	0.9	0.9	0.9	0.8	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
National Geographic Channel Nederland	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5
Main foreign channels	34.5	33.1	33.6	33.9	34.6	31.4	29.9	30.8	31.7	32.3
Video / Others	10.4	10.3	11.2	9.1	8.6	7.3	7.6	8.2	6.4	6.1

① Tien was broadcast until 17.08.2007.

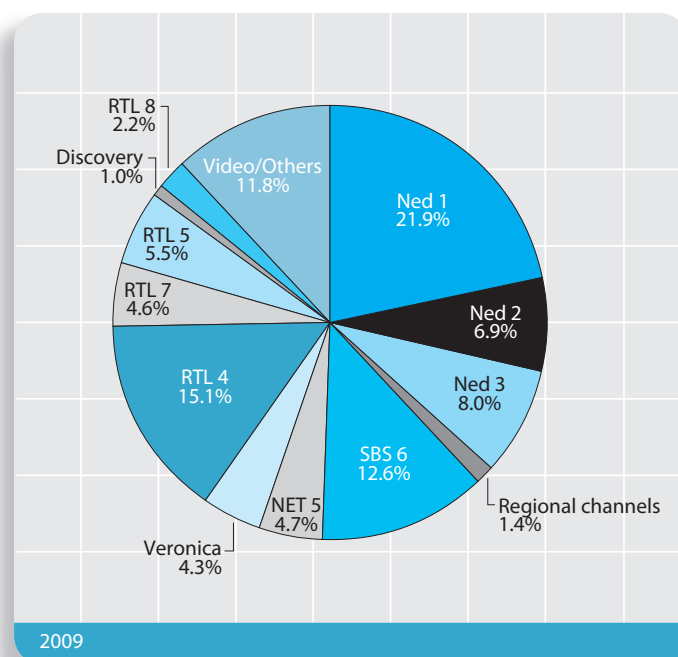
② RTL 8 started broadcasting on 18.08.2007.

Source: Eurodata TV Worldwide, Stichting Kijkonderzoek

Daily share. In %, 6 years +.



Prime time (18:00-00:00). In %, 6 years +.



T.1.NL.4
G.1.NL.3

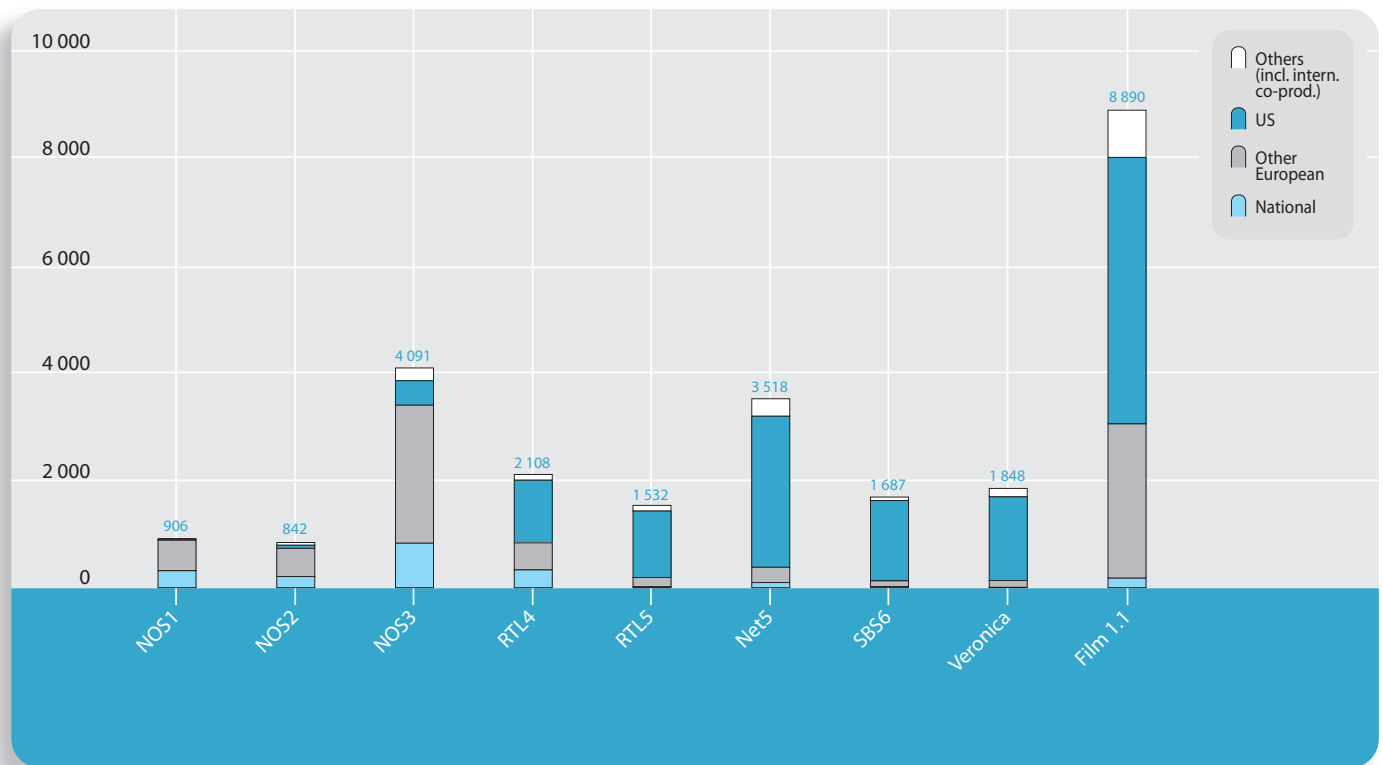
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	Co-prod.											Other		JP	Others
	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	EUR-EUR	EUR-Others	Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ		
NOS1	9.2	0.0	0.0	104.6	0.0	315.6	358.6	32.3	63.1	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.1
NOS2	11.1	4.6	13.3	128.2	0.0	207.9	235.1	63.3	67.9	9.0	58.8	5.7	8.1	3.3	25.4
NOS3	49.9	0.0	127.8	467.9	0.0	827.4	1134.8	419.4	369.6	37.9	457.1	85.6	106.4	0.0	7.4
RTL4	7.6	3.1	0.0	77.7	0.0	330.9	334.3	8.1	73.3	100.0	1165.9	5.6	1.8	0.0	0.0
RTL5	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	15.4	15.4	21.4	131.7	100.2	1237.6	1.7	3.7	0.0	0.0
Net5	0.0	0.0	0.0	37.4	2.2	95.8	115.4	6.5	122.1	65.3	2812.7	39.0	219.1	2.1	0.0
SBS6	2.0	0.0	0.0	4.4	0.0	21.1	22.3	0.0	78.2	32.3	1495.1	30.3	1.9	0.0	0.0
Veronica	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.8	5.8	0.0	121.0	115.5	1558.9	17.0	21.9	0.0	2.2
Film 1.1	20.4	66.3	276.1	404.9	57.1	177.0	260.6	449.4	1337.8	398.3	4960.6	74.3	132.2	7.5	267.4
Total	79.7	7.7	141.1	825.5	2.2	1814.1	2216.0	551.0	905.9	344.7	7249.3	167.8	340.9	5.3	32.8

Source: Infomedica

In hours.



The audience of the three public channels of the group NRK increased their share in 2009, with a daily audience share of 39.1% versus 37.5% in 2008. Nonetheless, the channel NRK1, with 31.1%, was ahead of its private competitors. TV 2 had a 21.3% market share, with TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) trailing behind with 7.1% and TV3 (Modern Times Group) with 6.1%.

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 Television without Frontiers Directive but not with specific provisions under Norwegian legislation, particularly in respect of programming and advertising.

Several new channels emerged in the Norwegian market in 2008 and 2009. 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. Finally, 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.

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.

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 73% of homes have broadband Internet access, the sector is developing apace and there were six competing services in 2009: Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel and Telenor.

In June 2006, the licence to build and operate the digital terrestrial television 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

Les 3 chaînes publiques du groupe NRK ont regagné de l'audience en 2009 puisqu'elles ont réalisé 39,1 % de part de marché d'audience quotidienne, contre 37,5 % en 2008. La chaîne NRK1 demeure en tête des audiences (31,1 %), devant ses concurrentes privées. TV 2 réunit 21,3 % de part de marché, suivie de loin par TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) avec 7,1 % et TV3 (Modern Times Group) avec 6,1 %.

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 Télévision sans frontières 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 en 2008 et 2009. 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).

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.

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 plates-formes 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 73 % des foyers ont un accès à Internet à large bande, le secteur se développe et six services sont en concurrence en 2009 : Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel et Telenor.

En juin 2006, la licence pour la construction et l'exploitation du réseau de télévision numérique terrestre a été attribuée

Die drei öffentlich-rechtlichen Sender des Norwegischen Rundfunks (NRK) konnten 2009 mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 39,1 % (gegenüber 37,5 % im Vorjahr) Zuschauer zurückgewinnen. Der Sender NRK1 lag bei den Zuschauerzahlen erneut vor der privaten Konkurrenz auf Platz eins (31,1 %). TV 2 erreichte einen Marktanteil von 21,3 %, mit großem Abstand gefolgt von TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) mit 7,1 % und TV3 (Modern Times Group) mit 6,1 %.

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 „Fernsehen ohne Grenzen“ einhalten müssen, nicht aber die einzelnen Bestimmungen des norwegischen Rechts, insbesondere im Hinblick auf Programmierung und Werbung.

2008 und 2009 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 nichtkommerzieller Sender im Besitz von ca. 60 Nichtregierungsorganisationen.

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.

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 Satellitenfernsehendienst abonniert. Auf 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 73 % der Haushalte über einen Breitbandzugang zum Internet verfügen, ist dieses Marktsegment deutlich auf dem Vormarsch. 2009 gab es bereits sechs Anbieter am Markt: Comvie,

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. This platform claimed to have 420 000 subscribers in October 2009. The analogue switchoff took place in December 2009, freeing up two additional multiplexes.

In May 2009, a personal mobile television service using the DMB technology (instead of the DVB-H standard recommended in the European Union) was launched. The Mini TV service offers six free-to-air channels and is operated by NMTV (Norwegian Mobile TV Corporation), a joint venture between NRK, TV 2 and the Swedish group MTG. NMTV is a member of IDAG, an association set up in June 2009 and aiming to promote the DMB and DAB formats. The DMB service coexists in Norway with the two mobile television services (using 3G technology) offered by NetCom and Telenor. On 25 August 2010 the Ministry of Cultural Affairs circulated for public consultation a report assessing whether the current activities on the new media platforms of Norsk rikskringkasting AS (Norwegian public service broadcaster – NRK) qualify as public service. The examination, carried out by the Norwegian Media Authority has been undertaken as a preparatory step towards a new *ex ante* regime requiring a public value test for any significant new service NRK wants to launch. The main conclusion in the report is that most of NRK's existing services are in compliance with the public service remit as stated in the Charter and consequently may be funded by license fees. However, the Media Authority has expressed concern that some specific services may be problematic when it comes to requirements in the Charter guaranteeing NRK's editorial independence and that NRK's public services shall be non-commercial.

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. La plate-forme payante Riks TV revendique 420 000 abonnés en octobre 2009. L'extinction des transmissions analogiques a eu lieu en décembre 2009, libérant deux multiplex supplémentaires.

En mai 2009, un service de télévision mobile personnelle utilisant la technologie DMB (et non le standard DVB-H recommandé dans l'Union européenne) a été inauguré. Le service Mini TV propose six chaînes en clair et est opéré par la société NMTV (Norwegian Mobile TV Corporation), une joint-venture entre NRK, TV 2 et le groupe suédois MTG. NMTV est donc membre de l'IDAG, association créée en juin 2009 et visant à promouvoir les formats DMB et DAB. Le service DMB coexiste en Norvège avec les deux offres de télévision sur téléphone portable (utilisant la technologie 3G) proposées par NetCom et Telenor.

Le 25 août 2010, le ministère de la Culture a fait circuler pour consultation publique un rapport visant à définir si les activités des nouvelles plates-formes de *Norsk rikskringkasting AS* (la chaîne de télévision de service public - NRK) peuvent être considérées comme un service public. L'examen organisé par l'autorité norvégienne des médias a été mené comme une démarche préparatoire vers un nouveau régime *ex ante* demandant un test d'évaluation de l'intérêt public pour tout nouveau service envisagé par NRK. La principale conclusion du rapport est que la plupart des services publics NRK existants sont en concordance avec le mandat de service public de la chaîne tel qu'il est défini dans la charte et que, par conséquent, elle peut être financée par les redevances. L'autorité des médias a cependant exprimé la crainte que certains services spécifiques puissent aller à l'encontre des exigences de la charte qui garantit l'indépendance éditoriale de NRK, et le fait que les services publics NRK soient non commerciaux.

FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel und 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. Diese hatte im Oktober 2009 nach eigenen Angaben 420 000 Abonnenten. Die Abschaltung des Analogbetriebs erfolgte im Dezember 2009, wodurch zwei weitere Multiplexe verfügbar wurden.

Im Mai 2009 wurde ein Dienst für Mobilfernsehen in der DMB-Norm (und nicht DVB-H, wie in der EU empfohlen) in Betrieb genommen. Der Dienst Mini TV bietet sechs unverschlüsselte Kanäle und wird von NMTV (Norwegian Mobile TV Corporation) betrieben, einem Gemeinschaftsunternehmen von NRK, TV 2 und der schwedischen MTG-Gruppe. NMTV ist Mitglied der IDAG, eines 2009 gegründeten Konsortiums, das den Einsatz der Standards DMB und DAB forcieren will. Neben dem DMB-Dienst gibt es in Norwegen noch zwei weitere Handy-TV-Dienste (3G-Technologie), die von NetCom bzw. Telenor angeboten werden.

Am 25. August legte das Ministerium für kulturelle Angelegenheiten ein Gutachten zur öffentlichen Konsultation vor, in dem es um die Frage geht, ob die Aktivitäten der neuen Medienplattformen des öffentlich-rechtlichen *Norsk rikskringkasting AS* (NRK) als Angebote der Grundversorgung eingestuft werden können. Die von Norwegens *Medietilsynet* (Medienaufsicht) durchgeführte Untersuchung gilt als vorbereitender Schritt in Richtung eines Vorabprüfungsverfahrens, bei dem ein Public-Value-Test für jeden wesentlichen neuen Dienst notwendig wird, den NRK aufnehmen möchte. Die zentrale Schlussfolgerung aus diesem Bericht ist, dass die meisten der bestehenden NRK-Angebote mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag in Einklang stehen, wie er in der Satzung definiert ist, und daher durch Rundfunkgebühren finanziert werden können. Die Medienbehörde äußerte sich jedoch besorgt darüber, dass einige spezielle Angebote nicht im Einklang mit der Satzung stehen könnten, nach der NRK redaktionell unabhängig sein müsse und die Grundversorgungsangebote von NRK nicht kommerziell sein dürften.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	4 858	Eurostat
Households		–	2 171	Statistics Norway
TV households		98.0%	2 128	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		43.1%	936	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		24.6%	535	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		36.3%	788	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		32.0%	695	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		9.4%	205	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		20.7%	450	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		86.8%	1 885	European Audiovisual Observatory
Households with PC		86.0%	1 868	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		73.5%	1 595	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	24	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	18	Screen Digest

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	30	Canal Digital (Telenor), Get, etc.
Satellite packagers	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (Modern Times Group MTG)
IPTV packagers	6	Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel, Telenor.
DTT multiplex operators and packagers	2	Norges Televisjon - NTV (multiplex operator), Riks TV (pay DTT packager)
Mobile phone TV packagers	2	Netcom (TeliaSonera), Telenor
Mobile broadcast TV packagers	1	Norwegian Mobile TV Corporation - NMTV (joint venture NRK, TV 2 and MTG)

TV channels established in the country by kind of transmission	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	8	12
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			5	5
Regional/Local			25	25
Regional/Local windows		12		12
Channels targeting foreign markets				
Total		16	38	54
<i>Foreign channels targeting the country</i>			37	37

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.09	Digital terrestrial Riks TV	Cable GET	Satellite Canal Digital (Full Nordic offer)	Satellite Viasat (Full Nordic offer)	IPTV NexGenTel
Generalist - national		6	5	3	3	5
Generalist - foreign			13	13	20	5
Adult			3	3	3	
Children		2	7	19	20	5
Culture/ education/ documentary		3	10	16	31	7
Minority interest groups			3			
Entertainment/ TV fiction/ games		2	12	27	32	5
Film		3	18	28	45	10
Home shopping						
International linguistic and cultural			6		1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	6	6	1	3
Music		1	9	8	8	3
News/ business		2	10	11	8	4
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		25				
Religion			2	2	2	2
Sports		3	22	26	20	7
Various		1	1		4	
Total		24 ¹	127	162	198	56

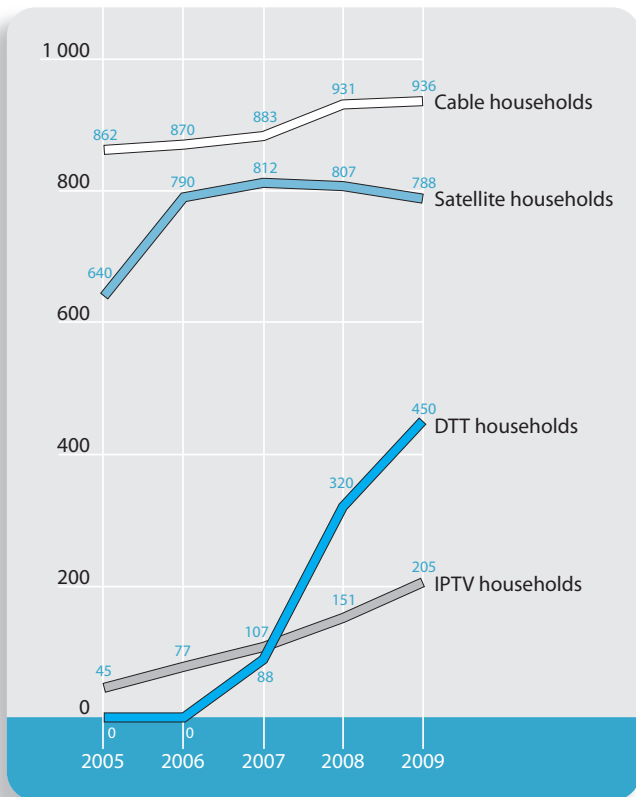
¹ In addition 25 local stations are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

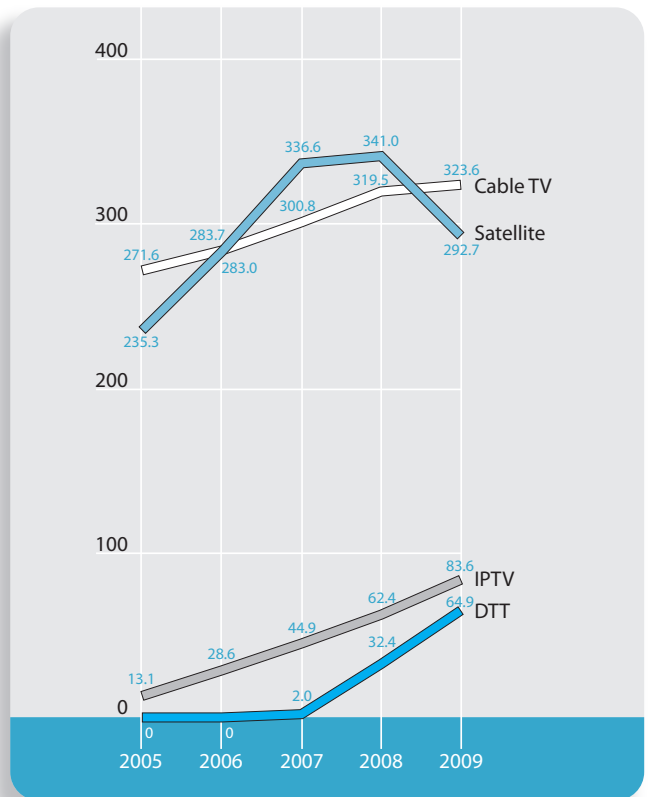
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

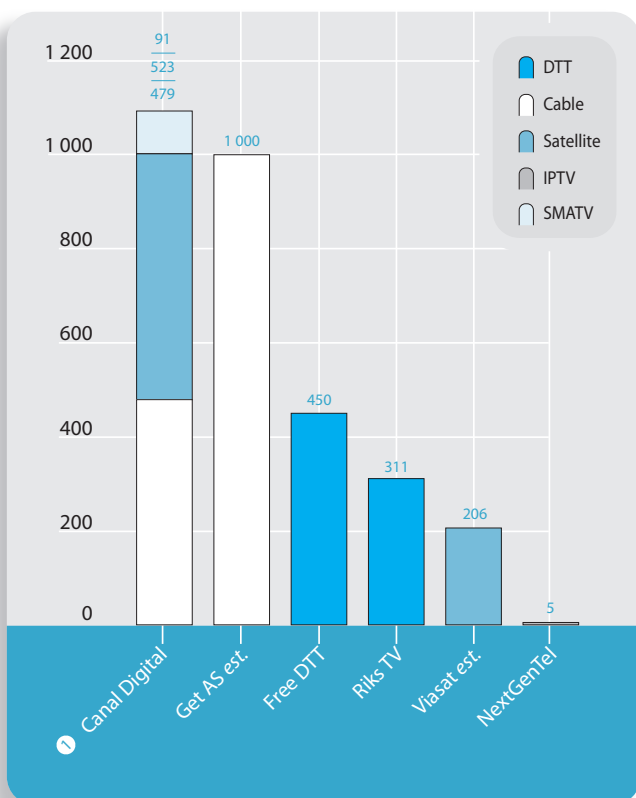
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

In thousands.

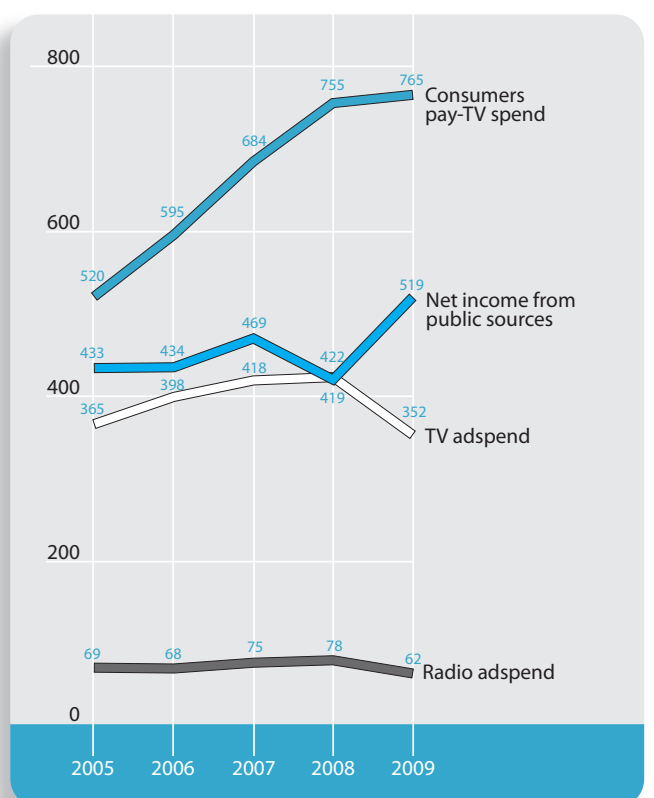


1 Data for 2010 Q1.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and NRK

T.1.NO.1
G.1.NO.1

Operating revenues of the main television companies in Norway

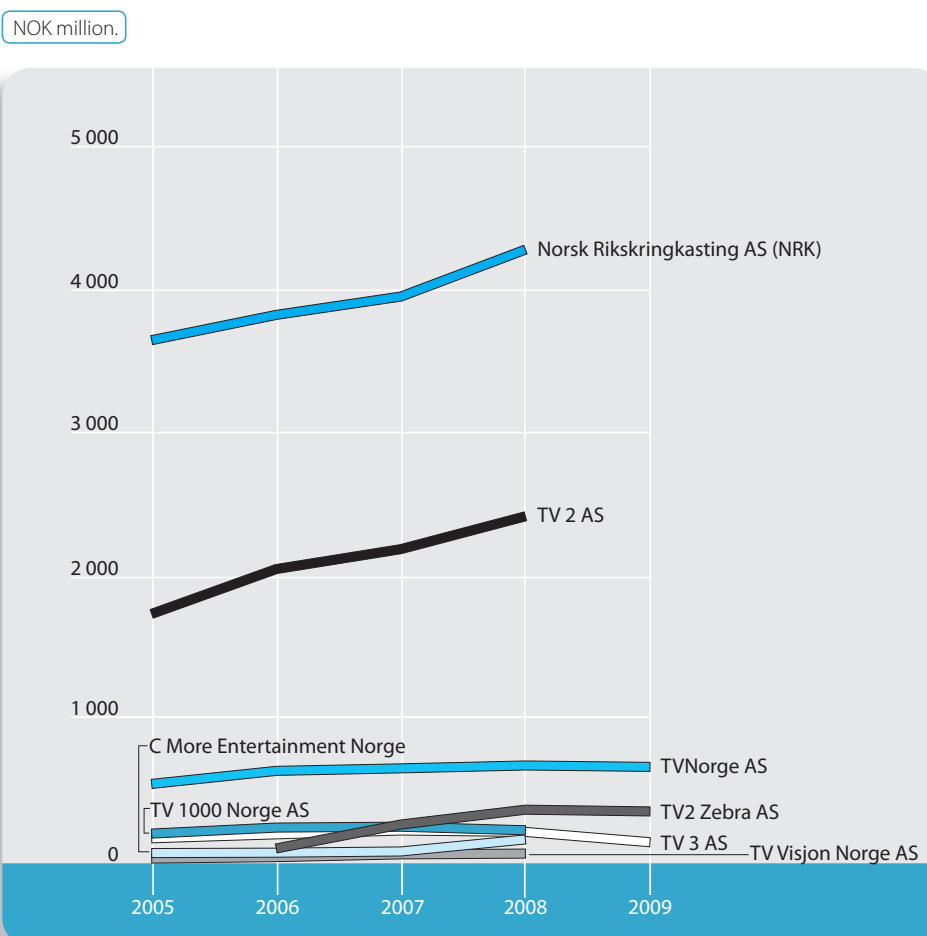
2006-2009 NOK million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Norsk Rikskringkasting AS (NRK)	sptv	NRK 1, NRK 2	3 823.2	3 951.2	4 279.4	~	~
TV 2 AS	adtv	TV2	2 047.6	2 186.8	2 416.2	~	~
TVNorge AS	adtv	TV Norge	637.9	655.5	675.6	665.8	-1.5%
TV2 Zebra AS	thtv	TV2 Zebra	96.1	263.1	366.8	354.6	-3.3%
TV 1000 Norge AS	thtv	TV 1000	241.9	247.9	222.9	~	~
C More Entertainment Norge	thtv	Canal+	66.5	75.0	159.1	~	~
TV 3 AS	adtv	TV 3	194.7	221.5	211.6	139.3	-34.2%
TV Visjon Norge AS	thtv	Visjon TV	35.6	54.7	60.1	~	~

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telenor ASA (cons.) ^①	4play, packTV	TelenorTV	91 077	92 473	97 194	97 650	0.5%
<i>p.m.</i> Canal Digital Norge AS	sat-tv	Canal Digital	1 448	1 637	1 856	~	~
<i>p.m.</i> Canal Digital Kabel TV AS ^①	3play	Canal Digital Kabel-TV	1 066	1 309	1 550	~	~
Netcom AS ^①	3GTV	NetCom Mobil TV	7 315	7 568	7 586	~	~
GET AS ^①	3play	Get Digital TV	942	1 112	1 297	1 452	11.9%
NextGenTel AS ^①	3play	NextGenTelL Digital-TV	728	772	780	916	17.4%
Viasat AS	packtv	Viasat	690	724	731	~	~
Rikstv AS	DTT	Rikstv	-	56	406	575	41.4%
Lyse AS ^①	4play	Lyse Tele AS	1 294	175	229	422	~

① Includes telecommunication activities.

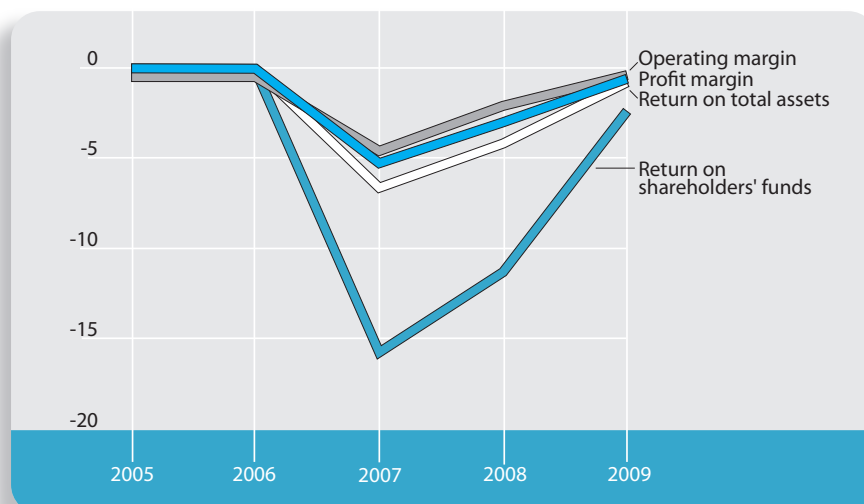
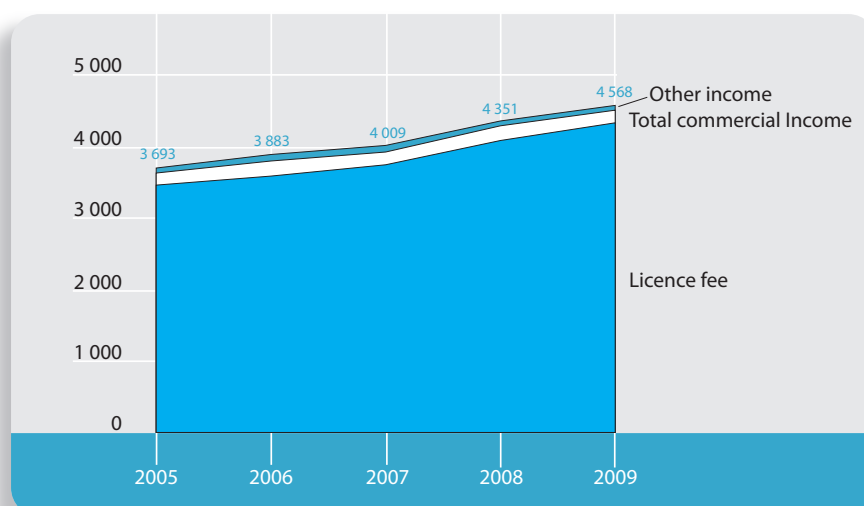
Source: European Audiovisual Observatory



T.1.NO.2
G.1.NO.2NRK financial situation
2006-2009 NOK million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	3 580.9	3 738.9	4 077.9	4 325.0	92.2%	93.3%	93.7%	94.7%	6.1%
- Licence fee	3 580.9	3 738.9	4 077.9	4 325.0	92.2%	93.3%	93.7%	94.7%	6.1%
Total commercial income	210.7	178.2	205.3	176.5	5.4%	4.4%	4.7%	3.9%	-14.1%
Other income	90.8	92.1	67.6	66.7	2.3%	2.3%	1.6%	1.5%	-1.4%
TOTAL	3 882.5	4 009.1	4 350.9	4 568	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	5.0%
Operating revenues (consolid.)									
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	1 750.1	1 752.4	1 912.9	1 942.2	44.9%	41.8%	43.0%	42.4%	1.5%
Costs of personnel	1 918.3	2 187.6	2 267.6	2 378.5	49.2%	52.2%	51.0%	51.9%	4.9%
Depreciation	232.5	253.1	263.3	265.1	6.0%	6.0%	5.9%	5.8%	0.7%
Operating expenditure	3 900.8	4 193.1	4 443.8	4 585.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	3.2%
Net result	-4.4	-212.2	-131.7	-28.4					-78.4%
Operating margin (%)	-0.5	-4.6	-2.1	-0.4					

Source: NRK, European Audiovisual Observatory



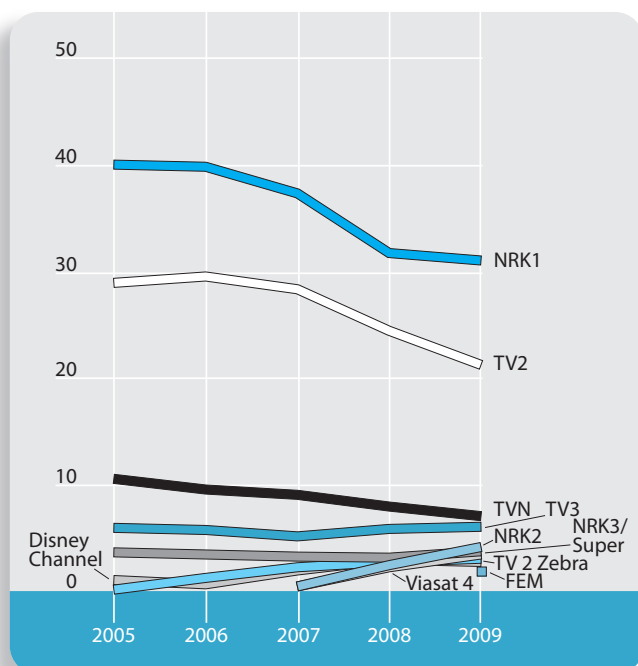
T.1.NO.3
G.1.NO.3TV audience market share in Norway
2005-2009 In %, 2 years +. ①

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
NRK1	40.1	39.9	37.4	31.8	31.1	45.3	45.2	42.3	37.5	38.2
NRK2	3.7	3.5	3.3	3.2	3.8	3.7	3.4	3.1	2.6	3.4
NRK3/Super			0.5	2.5	4.2			0.5	1.9	2.9
Norwegian public channels	43.8	43.4	41.2	37.5	39.1	49.0	48.6	45.9	42.0	44.5
TV2	29.0	29.6	28.4	24.5	21.3	28.3	29.7	29.3	26.6	23.6
TVN	10.6	9.6	9.1	8.0	7.1	11.2	9.7	9.4	8.7	7.7
TV3	6.0	5.8	5.2	5.9	6.1	5.3	4.8	4.4	5.6	6.0
TV 2 Zebra	0.2	1.3	2.3	2.8	3.1	0.2	1.5	2.5	3.2	3.2
FEM	-	-	-	-	1.9	-	-	-	-	1.6
TV2 Nyhetskanalen			0.5	1.0	1.6			0.2	0.5	0.8
TV2 Film			0.5	0.7	0.8			0.4	0.5	0.5
Norwegian public channels	46.9	47.2	46.5	43.1	42.2	45.7	46.3	46.7	45.2	45.2
Viasat 4			0.5	2.3	3.5			0.6	2.2	3.0
Disney Channel	1.1	0.7	2.0	3.0	2.8	0.4	0.0	0.9	1.4	1.3
Discovery	1.1	1.0	1.4	1.8	1.7	0.8	0.6	0.9	1.2	1.1
National Geographic			0.5	0.8	0.8			0.4	0.6	0.6
Animal Planet			0.4	0.8	0.8			0.3	0.5	0.5
Playhouse Disney			0.4	0.6	0.7			0.0	0.0	0.0
Eurosport	0.5	0.4	0.5	0.5	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Cartoon Network			0.5	0.7	0.5			0.2	0.4	0.3
Toon Disney			0.4	0.6	0.4			0.2	0.3	0.1
SVT1	0.5	0.7	0.5	0.4	0.4	0.4	0.6	0.4	0.4	0.4
TV4 (SE)	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
MTV Nordic	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
Voice	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.2
Canal+ Sport 1	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.2
Canal+ Sport	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.2
Main foreign channels	4.0	3.5	7.7	12.1	13.7	2.4	2.0	4.6	7.7	8.6
Others	5.3	5.9	4.6	7.3	5.0	2.9	3.1	2.8	5.1	1.7

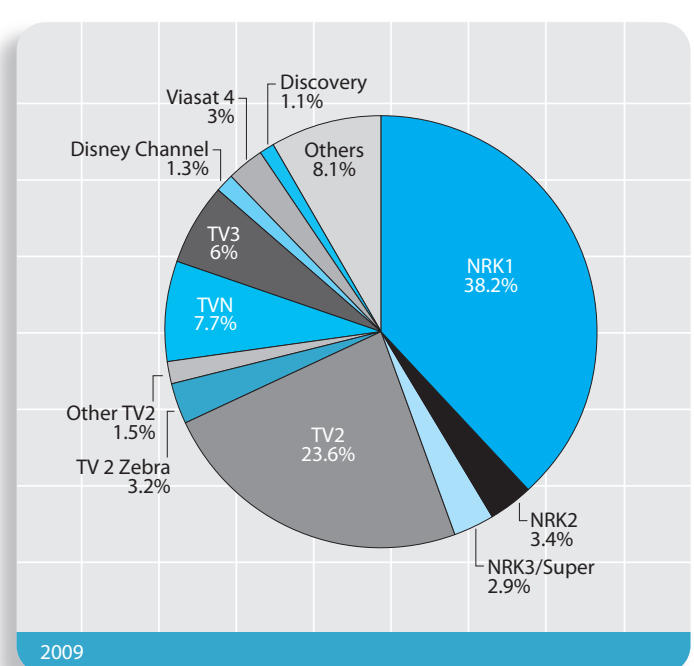
① Before 2008: 3 years and +.

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS Gallup

Daily share. In %, 2 years +. ①



Prime time (19:00-23:00). In %, 2 years +.



T.1.NO.4
G.1.NO.4

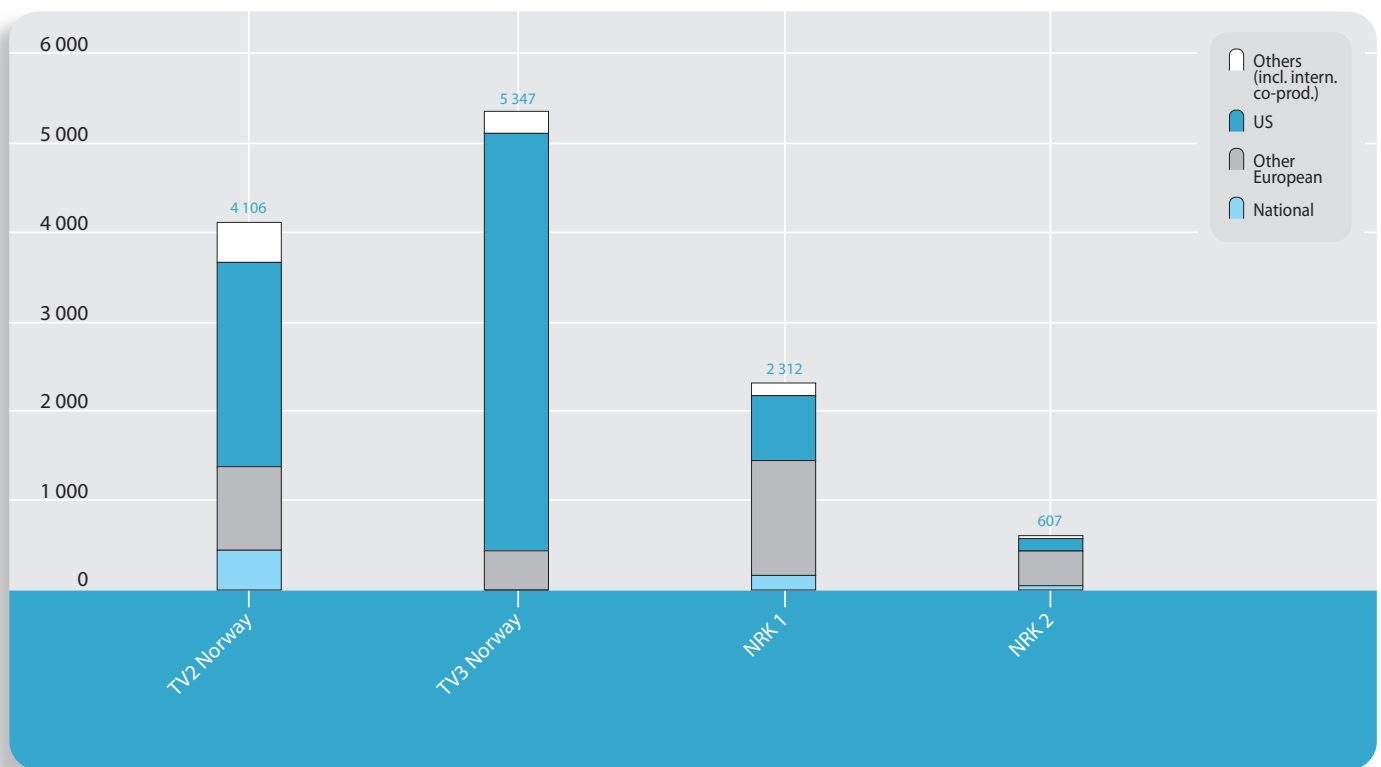
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Other EUR	Co-prod.		Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others
								EUR-EUR	EUR- Others						
TV2 Norway	9.2	4.5	7.8	113.0	11.7	443.9	595.7	28.3	163.5	89.9	2281.8	5.1	324.0	8.0	19.6
TV3 Norway	5.3	5.1	6.9	42.1	0.0	0.0	20.9	37.2	320.2	211.3	4662.9	23.7	0.0	5.5	5.7
NRK 1	61.1	0.9	27.7	519.1	0.9	162.5	444.2	98.3	130.8	25.6	725.6	33.6	74.7	1.4	5.8
NRK 2	19.5	4.3	14.5	71.3	0.0	48.0	92.3	47.4	137.9	9.4	138.8	0.0	0.0	4.0	19.5
Total	95.1	14.7	57.0	745.5	12.6	654.4	1153.1	211.1	752.3	336.2	7809.0	62.4	398.7	18.9	50.6

Source: Infomedia

In hours.



The Polish audiovisual scene at the end of 2009 and the beginning of 2010 was marked by the lack of progress on several important matters (DTT, DVB-H, the public satellite platform, the reform of the public broadcaster, and the transposition of the directive, etc.). However, there might be more movement on these issues before the end of 2010.

As far as broadcasting is concerned, the most important players are still the public group TVP and the two private groups TVN (ITI Gruppe) and Polsat.

In 2009, TVN propelled itself into second place on the market with a 15.9% daily audience share, behind the public channel TVP1 (20.9%). With 15.4%, the second public channel, TVP2, thus now only occupies third place, ahead of Polsat, with an audience of 14.8%.

These four main channels had a combined daily audience share of 67% in 2009, compared with 77% in 2006. Following these, there were seven channels that commanded between 1 and 5% of the audience share, compared with just five channels a year earlier. TV Puls (the regional channel formerly owned by the Franciscan Order and had News Corporation in 2007 and 2008 as a shareholder but is now owned by its president, Dariusz Dabski) and Disney Channel Polska crossed the 1% audience share threshold for the first time in 2009.

The fragmentation of the audience is encouraging the most important groups, which see the audience of their main channels shrinking, to increase the number of special interest channels. For example, TVP now has 9 national channels and 16 regional services, TVN directly provides 10 channels (and the ITI group controls 19), Polsat has 12 and Canal+ 13. These groups are continuing to announce the establishment of new special interest channels.

These diversification strategies have enabled the Polish groups to cushion the impact of the economic crisis, which affected the audiovisual sector in 2009 (with a drop in TV advertising investments of 11.9% according to StarLink), by maintaining stable audience shares. For example, in 2009 the TVN channels commanded a 21.2% audience share, compared with 20.8% in 2006. Similarly, the Polsat channels had a combined audience of 17.4% in 2009 compared to 17.1% in 2006.

On the other hand, the audience share of the TVP group's channels fell from 49.8% in 2006 to 41.8% in 2009, although it is still large. After three years of debates, an act amending the Broadcasting and Licence Fees Act was passed in August 2010. It makes changes to the operation of the public audiovisual group's management bodies and to the procedures for moni-

Le paysage audiovisuel polonais a été marqué à la fin de l'année 2009 et au début de l'année 2010 par l'enlèvement de plusieurs dossiers importants (TNT, DVB-H, plate-forme satellite publique, réforme du radiodiffuseur public, transposition de la directive, etc.); situations qui pourraient toutefois se débloquer avant la fin de l'année 2010.

Au niveau de la radiodiffusion, les acteurs les plus importants sont toujours le groupe public TVP et les deux groupes privés TVN (groupe ITI) et Polsat.

En 2009, pour la première fois, TVN se hisse, avec 15,9 % de part de marché d'audience quotidienne, à la seconde place sur le marché, derrière la chaîne publique TVP1 (20,9 % de l'audience quotidienne). La seconde chaîne publique, TVP2, n'arrive donc plus qu'en troisième position, avec 15,4 % d'audience, devant Polsat à 14,8 %.

Ces quatre principales chaînes rassemblent 67 % de l'audience quotidienne en 2009, contre près de 77 % en 2006. Derrière elles, sept chaînes rassemblent entre 1 et 5 % de l'audience, contre cinq chaînes seulement un an plus tôt. En effet, TV Puls (la chaîne régionale possédée par l'Ordre franciscain et au capital de laquelle a participé News Corporation en 2007 et 2008, est désormais possédée par son président, Dariusz Dabski) et Disney Channel Polska franchissent pour la première fois le seuil de 1 % d'audience en 2009.

La fragmentation de l'audience pousse donc les groupes les plus importants, qui voient l'audience de leurs chaînes principales s'éroder, à multiplier les chaînes thématiques. Ainsi, en 2010 TVP regroupe 9 chaînes nationales et 16 fenêtres régionales, TVN édite directement 10 chaînes (et le groupe ITI en contrôle 19), Polsat en rassemble 12 et Canal+ représente 13 chaînes. Et ces groupes ne cessent d'annoncer de nouvelles créations de chaînes thématiques.

Ces stratégies de diversification ont permis aux groupes polonais d'amortir les effets de la crise économique qui a touché le secteur audiovisuel en 2009 (avec une baisse des investissements publicitaires TV de 11,9 % selon StarLink), en maintenant des parts d'audience stables. Par exemple, en 2009, les chaînes TVN rassemblent 21,2 % d'audience, contre 20,8 % en 2006. De la même manière les chaînes Polsat regroupent 17,4 % de l'audience en 2009 contre 17,1 % en 2006.

Les chaînes du groupe TVP passent en revanche de 49,8 % d'audience en 2006 à 41,8 % en 2009, ce qui demeure toutefois une proportion considérable. Après trois ans de débats, une loi amendant la loi sur la radiodiffusion et sur la redevance a finalement été adoptée en août 2010. Le texte modifie le fonctionnement des organes de

In Polen war die Lage Ende 2009/Anfang 2010 bei mehreren wichtigen audiovisuellen Themen verfahren (DVB-T, DVB-H, öffentlich-rechtliche Satellitenplattform, Reform der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt, Umsetzung der Richtlinie usw.), doch könnte noch vor Ablauf des Jahres eine Lösung gefunden werden.

Beim Rundfunk sind die wichtigsten Akteure nach wie vor die öffentlich-rechtliche TVP-Gruppe und die beiden privaten Konzerne TVN (ITI-Gruppe) und Polsat.

TVN erreichte 2009 mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 15,9 % zum ersten Mal den zweiten Platz, hinter dem öffentlich-rechtlichen Sender TVP1 (20,9 %). Das zweite öffentlich-rechtliche Programm, TVP2, lag damit nur noch an dritter Stelle (15,4 %), vor Polsat (14,8 %).

Diese vier Hauptsender kamen 2009 zusammen auf eine tägliche Einschaltquote von 67 %, während es 2006 noch fast 77 % waren. Dahinter erreichten sieben Sender zwischen 1 und 5 % der Zuschauer. Nur ein Jahr vorher waren das lediglich fünf Sender. TV Puls (der vom Franziskanerorden kontrollierte Regionalsender, an dessen Kapital 2007 und 2008 die News Corporation beteiligt war und der nun im Besitz seines Präsidenten Dariusz Dabski ist) und Disney Channel Polska erzielten 2009 zum ersten Mal eine Einschaltquote von über 1 %.

Die Zersplitterung des Fernsehpublikums treibt die führenden Unternehmen, die bei ihren wichtigsten Sendern mit rückläufigen Zuschauerzahlen zu kämpfen haben, dazu, das Angebot an Spartenkanälen zu erhöhen. So hatte TVP 2010 9 landesweite und 16 regionale Fenster, TVN betrieb direkt 10 Sender (und die ITI-Gruppe kontrollierte 19), Polsat kam auf 12 und Canal+ auf 13 Sender. Gleichzeitig kündigen diese Gruppen ständig weitere Neugründungen von Spartenkanälen an.

Dank dieser Diversifizierungsstrategien konnten die polnischen Unternehmen die Auswirkungen der Wirtschaftskrise, die den audiovisuellen Bereich 2009 (mit einem Rückgang der Investitionen in die Fernsehwerbung um 11,9 % nach Angaben von StarLink) traf, abmildern und ihre Zuschauermarktanteile stabil halten. So kamen die TVN-Sender 2009 beispielsweise auf 21,2 % der Zuschauer gegenüber 20,8 % 2006. Die Polsat-Sender erreichten 2009 17,4 % der Zuschauer gegenüber 17,1 % 2006.

Die Sender der TVP-Gruppe hingegen fielen von 49,8 % 2006 auf 41,8 % 2009 zurück, womit ihr Anteil jedoch immer noch beträchtlich ist. Nach einer drei Jahre andauernden Debatte wurde im August 2010 schließlich eine Novelle zum Rundfunk- und Gebührengesetz verabschiedet. Der Text ändert die Funktionsweise der Leitungsgremien des öffent-

toring the fulfilment of its public service functions. It does not abolish the licence fee, which was an option considered for some time. However, TVP expected a fall in revenue and in spring 2010 the Polish press carried reports about a restructuring plan combining staff reductions with a possible drop in the number of special interest programmes. Nonetheless, TVP obtained licences for two new channels in 2010, TVP Seriale and TVP Parlament, and established a working party on the project to set up TVP Wilno (a channel aimed at Lithuania).

According to the KRRiT (National Broadcasting Council), 689 cable operators were registered in 2010. Four operators dominate the market: UPC, a subsidiary of the Liberty Global group, remains the market leader with 1.013 million subscribers in June 2010, ahead of Vectra, Multimedia Polska and Aster City Cable. Even though there have been a number of company takeovers in the past few years, the market is still fragmented and the main players expect a major wave of consolidations. Strong rumours were circulating in 2010 that Aster, the country's fourth largest operator, might be sold.

The satellite television market is also very competitive, with four operators and five pay-TV packages: Cyfrowy Polsat is still the most popular with 3.2 million subscribers, ahead of Cyfra+ (owned by Canal+), N and TNK (both 100% owned since December 2009 by TVN, itself a subsidiary of the ITI group) and Orange Polska (TP, the incumbent telecommunications operator controlled by France Télécom). The number of satellite TV subscribers has exceeded the number of cable subscribers since 2008.

A sixth package, operated by TVP, was due to be added to these five but the ambitious project that Piotr Farfał, the controversial president of TVP, wanted to develop came to a sudden end after his departure in September 2009, and the TVP satellite platform, launched at that time only offers a few Polish public channels.

Four IPTV services, which are still of marginal importance, are also available in Poland. TP and its Neostrada package had 109 000 subscribers in December 2009, ahead of Dialog and Multimedia Polska. The regional operator Wist inaugurated its IPTV platform in January 2010. Despite Netia frequently announcing its intention to launch a broadband television service, which could revitalise this market, this has been postponed several times.

A licence for operating a mobile television service was granted to Info TV-FM in March 2009. This company was favoured over the consortium formed by the four mobile telephone operators. The licence covers 31 cities until 2015, followed by

direction du groupe audiovisuel public et les procédures de contrôle de la réalisation de ses missions de service public. Il ne supprime pas la redevance, hypothèse longtemps envisagée. TVP a toutefois anticipé une baisse de ses recettes et la presse polonaise s'est fait l'écho au printemps 2010 d'un plan de restructuration combinant réduction d'effectifs et une possible diminution de l'offre thématique. TVP a pourtant obtenu en 2010 des licences pour deux nouvelles chaînes, TVP Seriale et TVP Parlament, et a constitué un groupe de réflexion autour du projet TVP Wilno (une chaîne à destination de la Lituanie).

Selon le KRRiT, 689 câblo-opérateurs sont enregistrés en 2010. Quatre opérateurs dominent le marché : UPC, la filiale du groupe Liberty Global, demeure le leader avec 1,013 million d'abonnés en juin 2010, devant Vectra, Multimedia Polska et Aster. Même si quelques rachats d'entreprises ont eu lieu depuis plusieurs années, le marché demeure fragmenté et les principaux acteurs attendent un mouvement majeur de consolidation. Des rumeurs persistantes en 2010 évoquent une possible mise en vente de Aster, le quatrième opérateur du pays.

Le marché de la télévision par satellite est aussi très concurrentiel, avec quatre opérateurs et cinq bouquets payants : Cyfrowy Polsat demeure le plus populaire avec 3,2 millions d'abonnés, devant Cyfra+ (Canal+), N et TNK (tous les deux possédés à 100% par TVN depuis décembre 2009, lui-même filiale du groupe ITI) et Orange Polska (TP, l'opérateur historique de télécommunications contrôlé par France Télécom). Le nombre d'abonnés à la télévision par satellite dépasse depuis 2008 celui de la télévision par câble.

A ces cinq bouquets aurait dû s'ajouter un sixième, opéré par la TVP. Mais le projet ambitieux voulu par Piotr Farfał, président controversé de la TVP, a tourné court après son départ en septembre 2009, et la plate-forme satellite de la TVP, lancée en septembre 2009, ne propose finalement que quelques chaînes publiques polonaises.

Quatre offres IPTV, encore marginales, sont aussi disponibles en Pologne. TP et son bouquet Neostrada rassemble 109 000 abonnés en décembre 2009, devant Dialog et Multimedia Polska. L'opérateur régional Wist a inauguré sa plate-forme IPTV en janvier 2010. Le lancement d'un service de télévision par ADSL par Netia, régulièrement annoncé, pourrait dynamiser ce marché, mais il a déjà été plusieurs fois repoussé.

La licence permettant d'opérer un service de télévision mobile a été octroyée à la firme Info TV-FM en mars 2009. Elle a été préférée au consortium formé par les quatre opérateurs de téléphonie mobile. La

lich-rechtlichen Rundfunkunternehmens sowie die Verfahren zur Kontrolle der Erfüllung seines öffentlich-rechtlichen Auftrags. Durch das neue Gesetz wird allerdings nicht die Fernsehgebühr abgeschafft – eine Option, die lange im Raum stand. Dennoch erwartete TVP einen Einnahmerückgang und die polnische Presse berichtete im Frühjahr 2010 von einem Umstrukturierungsplan, der einen Stellenabbau und möglicherweise ein verringertes Angebot an Spartenkanälen beinhalten soll. Dabei hat TVP 2010 die Lizenzen für zwei neue Sender erhalten (TVP Seriale und TVP Parlament) und eine Arbeitsgruppe zum Projekt TVP Wilno (einem Sender mit Zielpublikum in Litauen) eingesetzt.

Nach Angaben der Rundfunkbehörde KRRiT waren 2010 in Polen 689 Kabelnetzbetreiber zugelassen. Vier Betreiber beherrschten den Markt: Von ihnen blieb die Liberty-Global-Tochter UPC Spitzenreiter mit 1,013 Mio. Abonnenten im Juni 2010, vor Vectra, Multimedia Polska und Aster City Cable. Auch wenn in den letzten Jahren einige Unternehmensübernahmen erfolgten, blieb der Markt zersplittert und die wichtigsten Akteure rechnen mit einer umfassenden Konsolidierung. 2010 hielt sich das Gerücht, der Verkauf von Aster, des viertgrößten Betreibers des Landes, stehe möglicherweise bevor.

Der Markt für Satellitenfernsehen ist mit vier Betreibern und fünf Bezahlbouquets ebenfalls stark vom Wettbewerb geprägt: Cyfrowy Polsat blieb mit 3,2 Mio. Abonnenten am beliebtesten, vor Cyfra+ (Canal+), N und TNK (alle beide seit Dezember 2009 zu 100 % im Besitz von TVN, einer Tochter der ITI-Gruppe) sowie Orange Polska (TP, dem von France Télécom kontrollierten etablierten Telekommunikationsbetreiber). Die Zahl der Abonnenten des Satellitenfernsehens ist seit 2008 höher als die des Kabelfernsehens.

Zusätzlich sollte ein sechstes, von TVP betriebenes Bouquet gestartet werden. Aber das von Piotr Farfał, dem umstrittenen Präsidenten von TVP, angestrebte ehrgeizige Projekt wurde nach seinem Ausscheiden im September 2009 nicht weiter verfolgt und die im September 2009 gestartete Satellitenplattform von TVP bietet nun lediglich einige wenige öffentlich-rechtliche polnische Sender an.

In Polen gibt es auch vier IPTV-Angebote, die jedoch noch kaum eine Rolle spielen. TP kam im Dezember 2009 mit seinem Bouquet Neostrada auf 109 000 Abonnenten, vor Dialog und Multimedia Polska. Der regionale Betreiber Wist ging mit seiner IPTV-Plattform im Januar 2010 auf Sendung. Der immer wieder angekündigte Start eines Fernsehdienstes per DSL von Netia könnte dem Markt neuen Schwung geben, wurde aber bereits mehrere Male verschoben.

national coverage until 2023. The service should have been operational by the end of 2009 but was still only in the test phase in eleven Polish towns and cities in August 2010. This delay is due to the difficulty in reaching an agreement between Info TV-FM and the Polish mobile telephone operators.

Finally, the major undertaking as far as the Polish audiovisual scene is concerned is still digital terrestrial television (DTT). The first multiplex, carrying the seven national terrestrial analogue channels, was launched in September 2009 and is operated by Emitel, a subsidiary of the incumbent operator TP (which has announced the possible sale of its transmission subsidiary by the end of 2010). However, as TVP has encountered legal difficulties in confirming Emitel as the carrier this multiplex is still officially being tested and its coverage remains limited one year after it was launched.

The launch of two new multiplex in October 2010 and the planned switch of the public and private channels to these should encourage some progress, even though there is a danger that the rejection by the RCL (Government Legislation Centre) in August 2010 of this plan, drawn up by the KRRiT, will once again delay the award of frequencies. Analogue signals are still due to be switched off on 31 July 2013.

Regarding legal issues, 2010 was notable for the amendment to the Broadcasting and Licence Fees Act (see above) as well as the dissolution of the National Broadcasting Council following the rejection of its annual report in June 2010. The Council was completely renewed in August 2010 and is now presided over by Mr Jan Dworak. Finally, the delay in transposing the Audiovisual Media Services Directive earned Poland, along with eleven other countries, a reprimand from the European Commission in June 2010. In July, the government adopted a plan for a draft legislation amending the Broadcasting and Licence Fees Act for the purpose of transposing the Directive. This draft should be presented to the parliament (Sejm) in autumn 2010.

licence prévoit la couverture de 31 villes jusqu'en 2015 puis une couverture nationale jusqu'en 2023. Le service devait être opérationnel à la fin de l'année 2009, mais en août 2010 il n'est toujours qu'en phase de test dans 11 villes polonaises. Ce retard est dû à la difficulté de parvenir à un accord entre Info TV-FM et les opérateurs de téléphonie mobile polonais.

Enfin, le chantier majeur du paysage audiovisuel polonais demeure celui de la télévision numérique terrestre (TNT). Le premier multiplex, reprenant les sept chaînes analogiques terrestres nationales, a été inauguré en septembre 2009 et est opéré par Emitel, une filiale de l'opérateur historique TP (qui a d'ailleurs annoncé une possible mise en vente de sa filiale de transmission pour la fin de l'année 2010). Mais TVP ayant rencontré des difficultés juridiques pour confirmer Emitel comme entreprise de transmission, ce multiplex est toujours officiellement en test et sa couverture encore limitée, un an après son inauguration.

Le lancement de deux autres multiplex en octobre 2010, et le basculement prévu des chaînes publiques et privées sur ces nouveaux multiplex, devrait permettre de débloquer la situation, même si l'invalidation en août 2010 par le RCL (Centre gouvernemental de législation) de ce plan élaboré par le KRRiT risque de repousser encore l'attribution des fréquences. La date pour l'extinction des transmissions analogiques demeure fixée au 31 juillet 2013.

Au niveau juridique, l'année 2010 a été marquée par l'amendement de la loi sur la radiodiffusion (cf. supra) mais aussi par la dissolution du KRRiT (Conseil national de l'audiovisuel de la Pologne) à la suite du rejet de son rapport annuel en juin 2010. Le Conseil a été entièrement renouvelé en août 2010 et est désormais présidé par M. Jan Dworak. Enfin, le retard dans la transposition de la Directive sur les services de média audiovisuels a valu à la Pologne, avec onze autres pays, un rappel à l'ordre de la Commission européenne en juin 2010. En juillet, le gouvernement a adopté un plan pour un projet de loi amendement la loi sur la radiodiffusion en vue de transposer la directive, projet qui pourrait être présenté au Parlement (Sejm) à l'automne 2010.

Die Lizenz zum Betrieb eines Fernsehdienstes für mobile Empfangsgeräte wurde im März 2009 an das Unternehmen Info TV-FM vergeben. Es erhielt den Zuschlag vor dem Konsortium aus den vier Mobilfunkbetreibern. Die Lizenz sieht eine Abdeckung von 31 Städten bis 2015 vor und eine landesweite Abdeckung bis 2023. Der Dienst sollte bis Ende 2009 operationell sein, war aber im August 2010 immer noch nur in der Testphase in 11 polnischen Städten. Diese Verzögerung ist darauf zurückzuführen, dass Info TV-FM und die polnischen Mobilfunkbetreiber Schwierigkeiten haben, sich zu einigen.

Die größte Herausforderung in der polnischen Fernsehlandschaft bleibt das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T). Der erste Multiplex, über den die sieben landesweiten analogen terrestrischen Sender verbreitet werden, ging im September 2009 auf Sendung und wird von Emitel betrieben, einer Tochter des etablierten Betreibers TP (der übrigens einen möglichen Verkauf seines Übertragungsunternehmens für Ende 2010 angekündigt). Da aber TVP bei dem Versuch, Emitel als Übertragungsunternehmen bestätigt zu bekommen, in juristisch schweres Fahrwasser geriet, ist dieser Multiplex ein Jahr nach seinem Start offiziell immer noch in der Testphase und hat eine begrenzte Reichweite.

Der Start zweier weiterer Multiplexe im Oktober 2010 und die geplante Umschaltung der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender auf diese neuen Multiplexe dürfte die Situation entspannen, auch wenn die Außerkraftsetzung dieses von der Rundfunkbehörde KRRiT ausgearbeiteten Plans durch das Gesetzgebungszentrum der Regierung, RCL, im August 2010 die Zuweisung der Frequenzen nun noch weiter zu verzögern droht. Das Datum für die Abschaltung der analogen Übertragung ist weiterhin der 31. Juli 2013.

Was die rechtliche Lage betrifft, war das Jahr 2010 von der Novellierung des Rundfunkgesetzes geprägt (siehe oben), aber auch von der Auflösung der Rundfunkbehörde KRRiT nach der Ablehnung ihres Jahresberichts im Juni 2010. Die Behörde wurde im August 2010 komplett erneuert und wird nun von Jan Dworak geleitet. Außerdem wurde Polen, ebenso wie elf andere Länder, von der Europäischen Kommission im Juni 2010 gerügt, weil es bei der Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste zu Verzögerungen kam. Im Juli nahm die Regierung im Hinblick auf die Umsetzung der Richtlinie einen Plan für einen Novellierungsentwurf für das Rundfunkgesetz an. Dieser Entwurf könnte im Herbst 2010 dem Parlament (Sejm) vorgelegt werden.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	38 167	Eurostat
Households		–	13 319	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		97.3%	12 959	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		33.7%	4 485	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		5.8%	772	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		51.1%	6 812	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		44.5%	5 928	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1.1%	151	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0.8%	100	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		52.2%	6 951	European Audiovisual Observatory
Households with PC		61.7%	8 223	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		31.5%	4 194	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	111	Screen Digest

TV channels distributors	08.10	Companies
Cable operators	689	UPC Telewizja Kablowa, Vectra, Multimedia Polska, Aster, Toya etc.
Satellite packagers	5	Canal+ Cyfrowy "Cyfra+" (Vivendi), ITI Neovision "N" and "TNK" (ITI), Polsat Cyfrowy, TP SA "Orange Polska" (France Télécom), TVP
IPTV packagers	4	Multimedia Polska, TP SA (France Télécom), Telefonía Dialog, Wist (launched Dec 2009)
DTT multiplex operators and packagers	1	TP Emitel (trials only in August 2010)
Mobile phone TV packagers	2	CenterTel SP "Orange" (France Télécom), Polska Telefonía Cyfrowa "Era" (Deutsche Telekom)
Mobile broadcast TV packagers	1	Info-TV-FM (trials only in August 2010)

TV channels established in the country by kind of transmission	08.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	4	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		4	52	56
Regional/Local			212	212
Regional/Local windows		16		16
Channels targeting foreign markets		2	2	4
Total		25	270	295
<i>Foreign channels targeting the country</i>		7	74	81

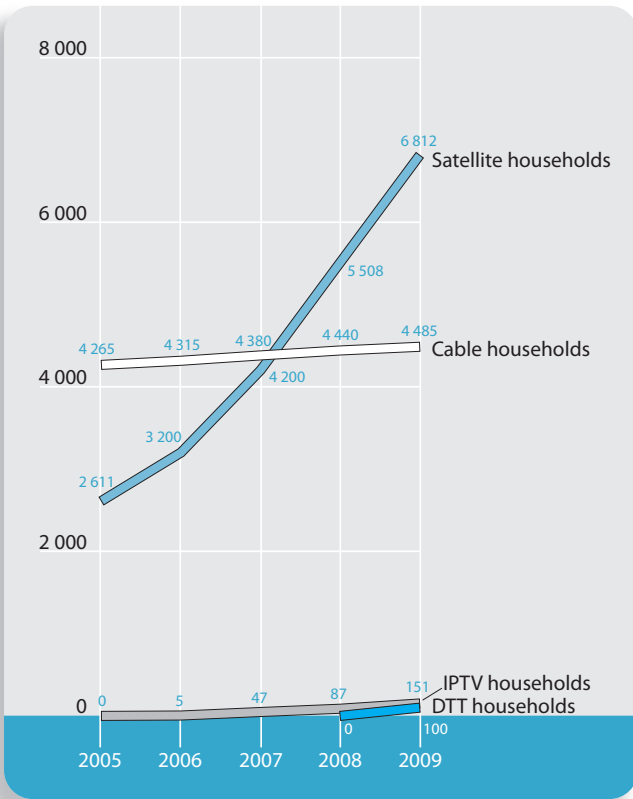
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	08.10	Digital terrestrial (Mux1 - trials only)	Cable UPC Polska	Cable Vectra	Satellite Cyfrowy Polsat	Satellite Canal+ Cyfrowy Cyfra+	IPTV TP SA Videostada
Generalist - national		5	7	6	5	6	5
Generalist - foreign			2	7	1	5	4
Adult			3	7	2	1	
Children			9	22	12	7	10
Culture/ education/ documentary			30	26	9	16	10
Minority interest groups							
Entertainment/ TV fiction/ games	1		21	26	13	21	15
Film			21	17	15	19	9
Home shopping			1	1	1	1	2
International linguistic and cultural			3	4	2	1	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel			14	17	12	12	7
Music			10	9	3	8	7
News/ business	1		19	18	5	6	13
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local	1		2	2	1	2	2
Religion			2	3		1	2
Sports			20	13	33	36	14
Various			5	2	2	1	1
Total		8	169	180	116	143	106

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

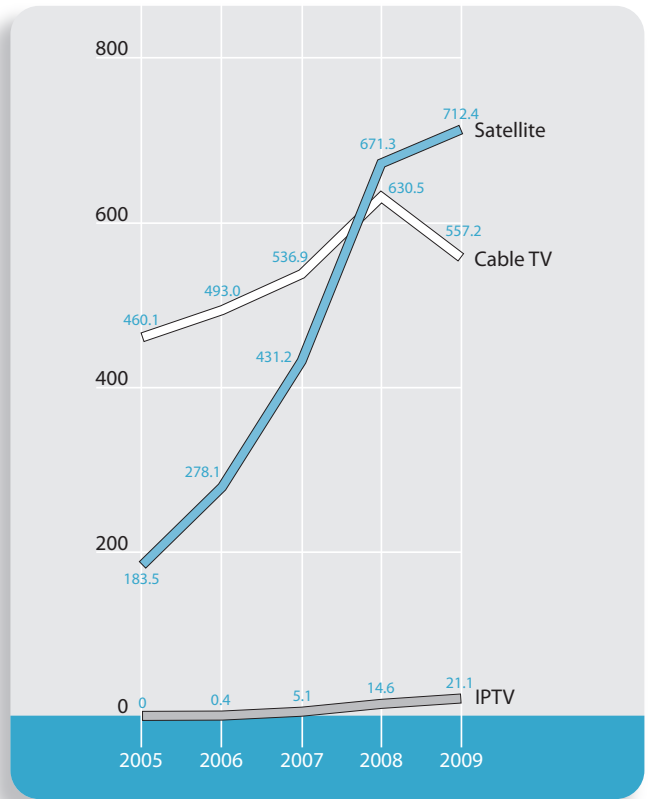
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

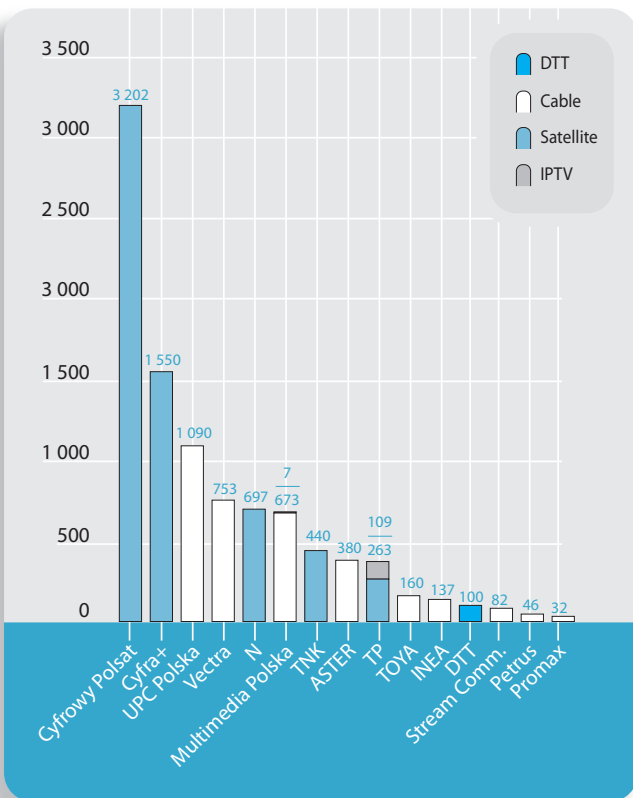
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

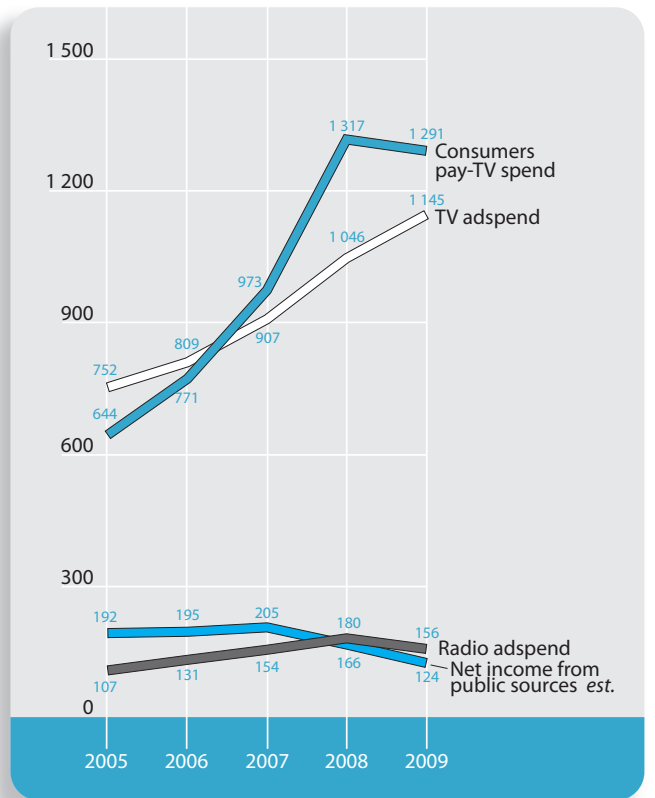
In thousands.



Source: PIKE, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, TVP and PR

T.1.PL.1
G.1.PL.1

Operating revenues of the main television companies in Poland

2006-2009 PLN million.

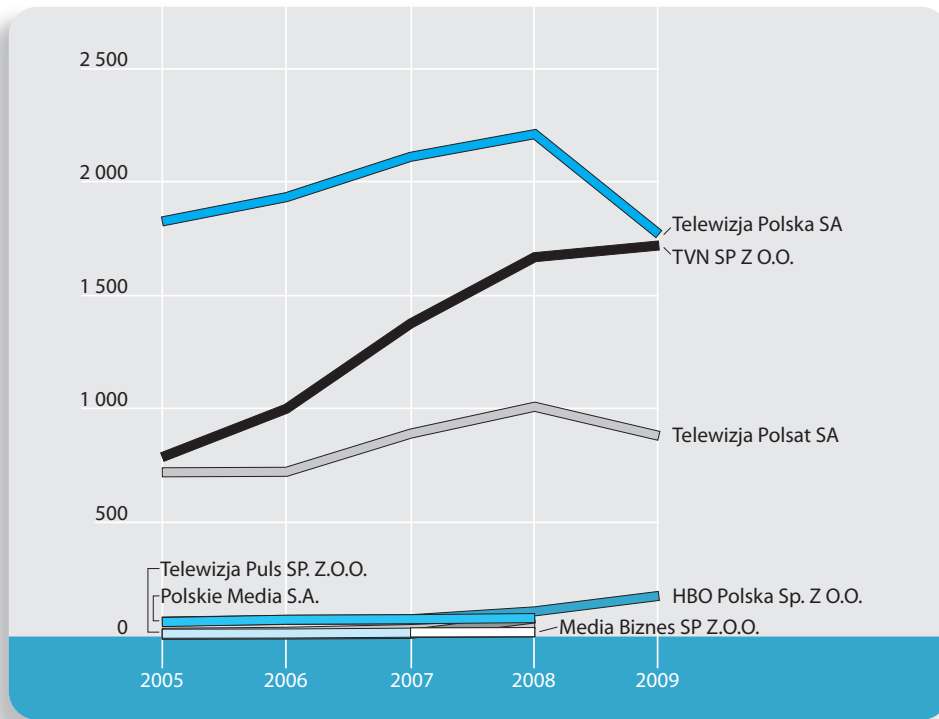
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telewizja Polska SA	sptv, sat-tv	TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia	1 932.7	2 110.4	2 210.4	1 769.8	-19.9%
TVN SP Z O.O.	adtv	TVN, TVN Siedem, TVN Style	999.8	1 375.0	1 667.9	1 719.4	3.1%
Telewizja Polsat SA	adtv	Polsat, Polsat 2, Polsat Sport	721.6	889.8	1 008.4	880.1	-12.7%
HBO Polska Sp. Z O.O.	paytv	HBO	68.4	71.3	106.1	174.3	64.3%
Polskie Media S.A.	adtv	TV4 Polska	69.3	71.5	76.6	~	~
Telewizja Puls SP. Z.O.O.	adtv	Puls TV	4.0	6.8	75.0	~	~
Mango Media	hstv	Telezakupy Mango 24	16.1	28.0	50.6	~	~
Media Biznes SP Z.O.O.	thtv	TV Biznes	~	13.3	14.6	~	~
Kino Polska TV SP. Z.O.O.	pay-tv	Kino Polska	8.6	12.2	14.6	~	~
4Fun Media S.A.	thtv	4fun.tv	7.5	11.6	14.1	~	~
Telewizja Odra SP Z.O.O.	rtv	TV Odra	6.6	9.1	10.4	~	~
Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Telekomunikacja Polska S.A. ①	3Play, sat-tv	Videostrada TV	18 265.0	18 559.0	18 406	~	~
Polska Telefonia Cyfrowa SP Z.O.O. ①	3GTV	Era TV & Video	7 233.3	7 611.8	8 049	~	~
Centertel SP Z.O.O. ①	3GTV	Orange Mobilna Telewizja i Wideo	7 626.0	8 207.0	8 779	7 825	-10.9%
Netia S.A. ①	3Play	Netia Telewizja Kablowa	758.4	831.0	972	1 490	53.3%
Canal + Cyfrowy SP. Z.O.O. ②	sat-tv	Cyfra+ (Canal+, Ale Kino,...)	879.9	952.1	1 090	1 348	23.7%
Polsat Cyfrowy S.S.	sat-tv	Polsat Cyfrowy	469.7	793.9	1 131	1 280	13.2%
UPC Polska SP. Z.O.O. ①	3Play	Telewizja UPC	-	332.3	752	~	~
p.m. UPC Telewizja Kablowa SP Z.O.O.	CATV	Telewizja UPC	532.6	-	-	-	-
Telefonia Dialog S.A. ①	3Play	Dialog Telewizja Cyfrowa	511.6	525.4	558.1	~	~
Multimedia Polska S.A. ①	3Play	Multimedia Telewizja	302.6	356.3	423.4	486	14.8%
Aster SP Z.O.O. ①	3Play	Aster Telewizja	229.3	295.5	390.8	420.9	7.7%
Vectra S.A. ①	3Play	Vectra Telewizja	231.7	281.5	363.6	~	~
ITI Neovision SP Z.O.O.	sat-tv	N	14.8	111.9	270.7	~	~
Toya SP Z.O.O. ①	3Play	Toya Telewizja	71.2	87.6	105.3	~	~
Inea S.A. ①	3Play	Telewizja INEA	34.3	39.8	82.9	~	~
Asta-Net Maldzinski ①	3play	Asta-Net TV	12.0	15.8	18.4	~	~

① Includes telecommunication activities.

② Includes broadcasting activities.

T.1.PL.1
G.1.PL.1

Operating revenues of the main television companies in Poland (Continued)
2006-2009 PLN million.



Source: European Audiovisual Observatory

AL
AT
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LT
LU
LV
MK
MT
NL
NO
PL
PT
RO
RU
SE
SI
SK
TR

T.1.PL.2
G.1.PL.2TVP financial situation
2006-2009 PLN million.

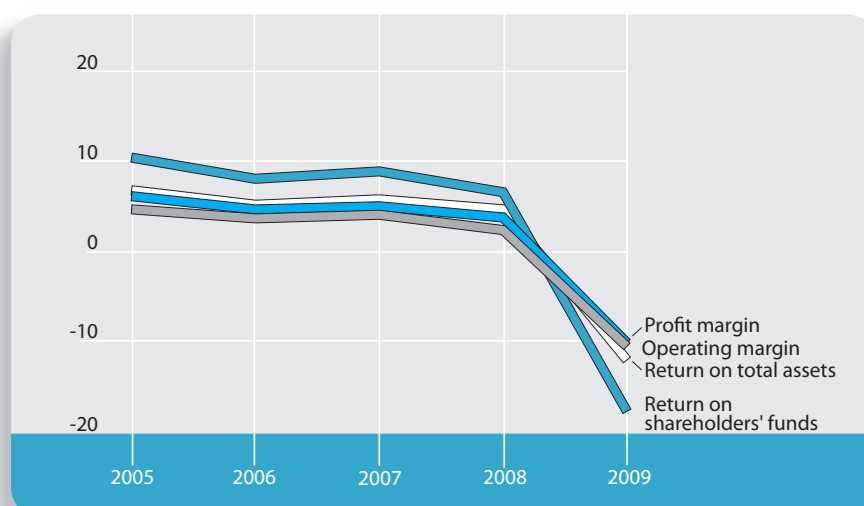
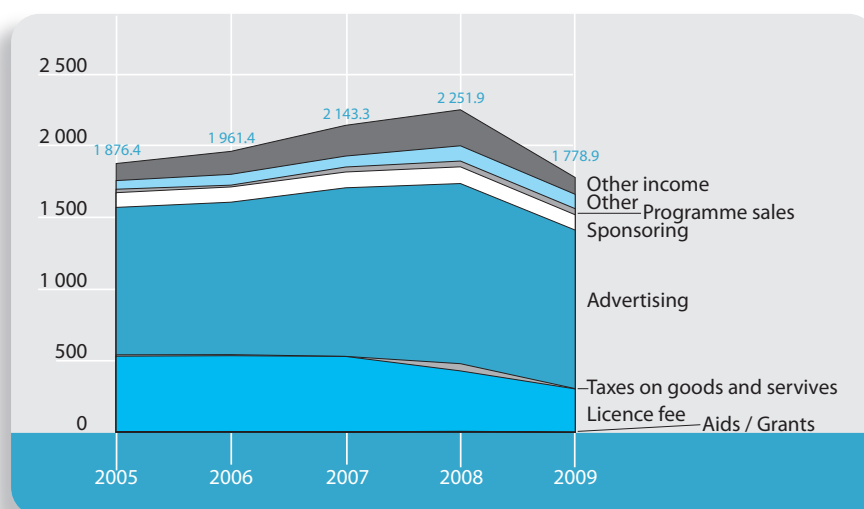
Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public income	542.0	529.6	478.7	304.6	27.6%	24.7%	21.3%	17.1%	-36.4%
- Aids / Grants	5.2	3.1	6.4	1.4	0.3%	0.1%	0.3%	0.1%	-77.9%
- Licence fee	529.3	526.2	421.9	301.0	27.0%	24.6%	18.7%	16.9%	-28.7%
- Taxes on goods and services	7.4	0.3	50.4	2.2	0.4%	0.0%	2.2%	0.1%	-95.6%
Commercial income	1 259.1	1 399.0	1 521.6	1 356.9	64.2%	65.3%	67.6%	76.3%	-10.8%
- Advertising	1 064.6	1 177.4	1 258.0	1 107.0	54.3%	54.9%	55.9%	62.2%	-12.0%
- Sponsoring	106.5	110.2	116.8	106.9	5.4%	5.1%	5.2%	6.0%	-8.4%
- Programme sales	12.5	34.9	40.4	42.6	0.6%	1.6%	1.8%	2.4%	5.5%
- Other	75.6	76.5	106.5	100.4	3.9%	3.6%	4.7%	5.6%	-5.8%
Other income	160.3	214.7	251.5	117.3	8.2%	10.0%	11.2%	6.6%	-53.3%
Total revenues	1 961.4	2 143.3	2 251.9	1 778.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-21.0%

Total operating revenues	1 932.7	2 210.4	2 210.4	1 769.8					-19.9%
---------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	--	--	--	--	---------------

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	1 100	1 205	1 235	1 113	59.1%	59.5%	57.2%	56.9%	-9.9%
Costs of personnel	463	522	595	524	24.9%	25.8%	27.6%	26.8%	-11.9%
Depreciation	298	297	327	319	16.0%	14.7%	15.2%	16.3%	-2.6%
Operating expenditure	1 861	2 023	2 157	1 955	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-9.4%

Net result	57	86	101	-206					-304.6%
Operating margin (%)	3.7	4.1	2.4	-10.5					

Source: Amadeus, European Audiovisual Observatory

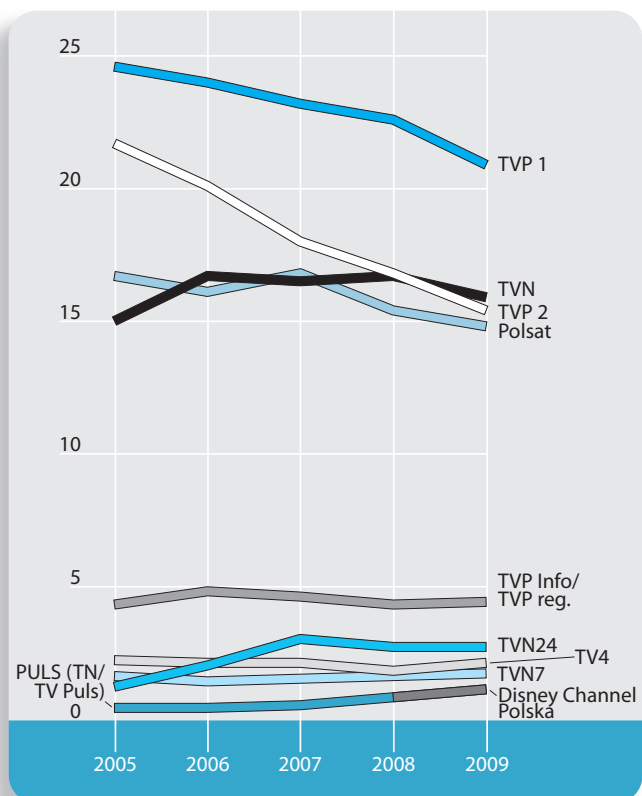


T.1.PL.3 TV audience market share in Poland
G.1.PL.3 2005-2009 In %, 4 years +.

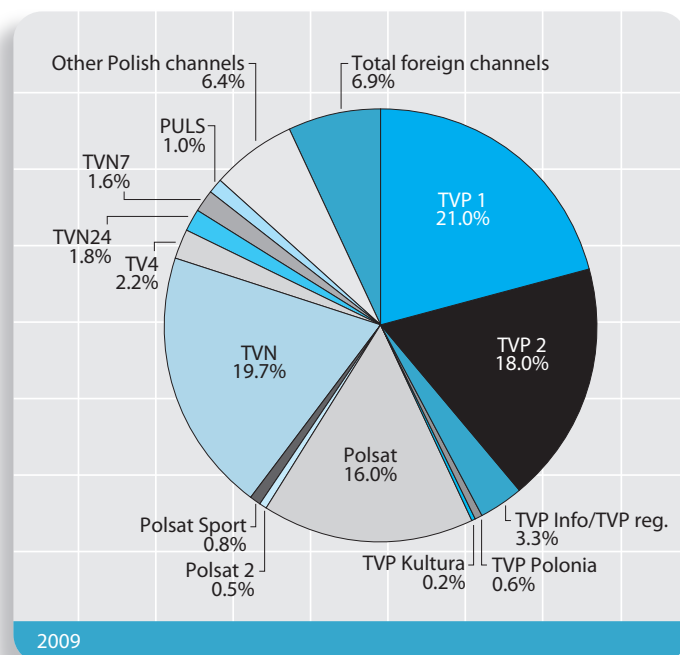
Channels	Daily share					Prime time (18:30 - 22:30)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
TVP 1	24.6	24.0	23.2	22.6	20.9	25.0	25.1	23.6	22.5	21.0
TVP 2	21.7	20.1	18.0	16.8	15.4	21.7	19.9	18.3	17.9	18.0
TVP Info/TVP reg.	4.3	4.8	4.6	4.3	4.4	3.6	3.6	3.3	3.1	3.3
TVP Polonia	1.0	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6
TVP Kultura	0.0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.0	0.1	0.1	0.2	0.2
Polish public channels	51.6	49.8	46.6	44.5	41.6	51.0	49.3	45.8	44.2	43.1
Polsat	16.7	16.1	16.8	15.4	14.8	18.0	17.0	18.3	17.4	16.0
Polsat 2	0.4	0.5	0.6	0.8	0.9	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5
Polsat Sport	0.3	0.4	0.5	0.6	0.8	0.3	0.3	0.4	0.5	0.8
TVN	15.0	16.7	16.5	16.7	15.9	17.7	20.9	20.6	20.9	19.7
TV4	2.2	2.1	2.1	1.8	2.1	2.2	1.9	2.0	1.8	2.2
TVN24	1.2	2.0	3.0	2.7	2.7	0.7	1.2	1.9	1.8	1.8
TVN7	1.6	1.4	1.5	1.6	1.7	1.6	1.4	1.4	1.6	1.6
PULS (TN/TV Puls)	0.4	0.4	0.5	0.8	1.1	0.4	0.4	0.5	0.8	1.0
MiniMini	0.4	0.4	0.6	1.0	0.8	0.2	0.2	0.3	0.5	0.5
Other Polish channels	~	~	~	~	4.8	~	~	~	~	4.1
Main Polish private channels	38.2	40.0	42.1	41.4	45.6	41.4	43.7	45.9	45.8	48.2
Disney Channel Polska	~	~	~	0.8	1.1	~	~	~	0.4	0.6
AXN Polska	~	0.4	0.4	0.6	0.7	~	0.4	0.5	0.7	0.7
Cartoon Network	0.8	0.8	0.6	0.7	0.6	0.4	0.4	0.3	0.5	0.3
Jetix/FoxKids	0.6	0.7	0.7	0.7	0.6	0.3	0.5	0.5	0.4	0.4
Discovery	0.5	0.4	0.4	0.5	0.6	0.4	0.3	0.3	0.4	0.5
Viva	0.4	0.5	0.5	0.8	0.6	0.2	0.3	0.3	0.5	0.3
Eurosport	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.3	0.4	0.3
Total foreign channels	2.9	3.4	3.1	4.6	4.7	1.8	2.3	2.2	3.3	3.1
Others	7.3	6.8	8.2	9.5	8.1	5.8	4.7	6.1	6.7	5.6

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.



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



The Portuguese television market is dominated by three channels, which had a combined audience share of more than 75%. In 2009, TVI (Grupa Media Capital) still had the largest audience market share with 28.7%. At the end of 2009, the public RTP1 with 24% had moved just ahead of the private channel SIC (Impresa) with 23.4%. The second public service channel RTP2 had a share of 5.8%.

The level of digitisation in Portugal was close to 50% at the end of 2009 (a large increase from 34% the year before). The digitisation of cable has been an important contributor to this development, but also the take-up of satellite packages, IPTV services and the launch of DTT have caused a leap in this process.

According to the *Autoridade Nacional da Comunicações* (Communications Regulatory Authority – Anacom), in August 2010 about 1.44 million households were able to receive TV by cable, of which 67% (965 000) were digital, while 657 000 households subscribed to a satellite pay-TV service. Several pay-TV operators offer services on different platforms. Zon Multimedia (formerly PT Multimedia and separated from PT Comunicações (Portugal Telecom) in 2007 is the main pay-TV player in Portugal through its cable and satellite broadcasting subsidiary Zon TV Cabo, which had over 1.6 million subscribers at the end of 2009. In July 2009, a significant further consolidation of the cable market occurred when the three cable companies Bragatel, TVTEL and Pluricanal were incorporated into Zon TV Cabo. The company Cabovisao (owned by the Canadian company Cogeco Cable) is the second player in the cable market with over 260 000 customers in August 2010. Almost 40% of these were digital television customers.

Portugal Telecom offers both an IPTV and a satellite television service known as Meo TV, which in total had more than 769 000 subscribers in October 2010. PT now also operates the DTT Multiplexes (see below). There are two other IPTV services available in Portugal: Sonaecom (a subsidiary of Sonae and France Télécom) offers the triple-play service (Clix SmarTV); and Vodafone offers “Casa TV” as part of double and triple play services. According to Anacom data from August 2010, 470 000 homes were subscribed to IPTV 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

Le marché télévisuel portugais est dominé par trois chaînes, dont la part d'audience cumulée dépasse 75 %. En 2009, TVI (Grupa Media Capital) réalise toujours la meilleure part de marché (28,7 %). Fin 2009, la chaîne publique RTP1 dépasse, avec 24 %, la chaîne privée SIC (Impresa) et ses 23,4 %. La deuxième chaîne de service public RTP2 a une part de 5,8 %.

Fin 2009, le niveau de numérisation au Portugal atteint presque 50 % (en forte augmentation par rapport aux 34 % de l'année précédente). La numérisation du câble est un élément important de cette évolution, de même que les bouquets par satellite, les services IPTV et le lancement de la TNT.

Selon l'Autoridade Nacional da Comunicações (autorité de régulation des communications – Anacom), en août 2010, la diffusion par câble concerne environ 1,44 million de foyers, dont 67 % (965 000) en numérique, tandis que 655 000 foyers sont abonnés à un service de télévision payante par satellite. Plusieurs opérateurs de la télévision à péage proposent leurs services sur différentes plates-formes. Zon Multimedia, anciennement PT Multimedia, séparée de PT Comunicações (Portugal Telecom) en 2007, constitue le principal acteur de la télévision payante au Portugal à travers sa filiale de diffusion par câble et satellite Zon TV Cabo, qui compte plus de 1,6 million d'abonnés fin 2009. En juillet 2009, la consolidation du marché du câble se poursuit avec le regroupement de trois câblo-opérateurs, Bragatel, TVTEL et Pluricanal, pour créer Zon TV Cabo. La société Cabovisao (appartenant à l'entreprise canadienne Cogeco Cable) est le deuxième acteur du marché du câble avec plus de 260 000 clients en août 2010, dont presque 40 % bénéficient de l'offre de télévision numérique.

Portugal Telecom offre un service de télévision par IPTV et par satellite, Meo TV, qui compte plus de 769 000 abonnés en octobre 2010. Désormais, PT gère également les multiplex TNT (voir ci-dessous). Deux autres services IPTV existent au Portugal : Sonaecom (filiale de Sonae et de France Télécom) propose un service triple-play (Clix SmarTV) et Vodafone qui propose son service “Casa TV” dans le cadre de ses offres double et triple play. Selon les données de l'Anacom datant d'août 2010, 470 000 foyers sont abonnés à des services IPTV.

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 avec couverture nationale, B et C, et trois autres avec une couverture partielle, D, E et F). La licence pour le multiplex gratuit

Der portugiesische Fernsehmarkt wird von drei Sendern beherrscht, die zusammen einen Zuschaueranteil von über 75 % erreichen. Den höchsten Marktanteil hatte 2009 nach wie vor TVI (Grupa Media Capital) mit 28,7 %. Der öffentlich-rechtliche Sender RTP1 hat Ende 2009 mit 24 % den Privatsender SIC (Impresa, 23,4 %) vom zweiten Platz verdrängt. Der zweite öffentlich-rechtliche Sender RTP2 kam auf einen Anteil von 5,8 %.

Ende 2009 konnten knapp 50% der Haushalte in Portugal digitales Fernsehen empfangen (ein deutlicher Zuwachs gegenüber den 34 % im Vorjahr). Ein wichtiger Motor für diese Entwicklung war die Digitalisierung des Kabelnetzes. Hierzu beigetragen haben aber auch die zunehmende Zahl von Satellitenbouquets und IPTV-Diensten sowie die Einführung von DVB-T.

Nach Angaben der Autoridade Nacional da Comunicações (Regulierungsbehörde für Kommunikation – Anacom) hatten im August 2010 rund 1,44 Mio. Haushalte Zugang zu Pay-TV-Sendern über Kabel, davon 67 % (965 000) digital, während 657 000 Haushalte Abonnenten eines kostenpflichtigen Satellitenfernsehdienstes waren. Pay-TV-Dienste werden von mehreren Betreibern über verschiedene Plattformen angeboten. Größter Pay-TV-Akteur in Portugal ist das Unternehmen Zon Multimedia (ehemals PT Multimedia und 2007 aus PT Comunicações (Portugal Telecom) ausgegliedert) mit seinem Tochterunternehmen für Kabel- und Satellitenfernsehen Zon TV Cabo, das Ende 2009 über 1,6 Mio. Abonnenten hatte. Im Juli 2009 gab es mit der Übernahme der drei Kabelnetzbetreiber Bragatel, TVTEL und Pluricanal durch Zon TV Cabo eine weitere deutliche Konsolidierung des Kabelmarktes. Zweitgrößter Akteur auf dem Kabelmarkt ist mit über 260 000 Kunden im August 2010, davon knapp 40 % digital, die Firma Cabovisao (im Besitz des kanadischen Betreibers Cogeco Cable).

Portugal Telecom (PT) bietet unter dem Namen Meo TV sowohl einen IPTV-Dienst als auch einen Sat-TV-Dienst an, die im Oktober 2010 zusammen über 769 000 Abonnenten hatten. PT betreibt inzwischen auch die DVB-T-Multiplexe (siehe weiter unten). Es gibt noch zwei weitere IPTV-Dienste in Portugal: Sonaecom (eine Tochtergesellschaft von Sonae und France Télécom), der einen Triple-Play-Dienst anbietet (Clix SmarTV) und Vodafone, der auch einen Dienst (Casa TV) als Teil eines Double- oder Triple-Play-Pakets anbietet. Nach den Zahlen der Anacom vom August 2010 haben 470 000 Haushalte IPTV-Dienste abonniert.

Die Einführung von DVB-T wurde Anfang 2008 mit einer Ausschreibung für eine Multiplex-Plattform für frei

the license for the free-to-air Multiplex, 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. By October 2010, the service coverage was at 85% of the population. Portugal Telecom also won the tender for the pay-TV Multiplex licenses (B to F). PT was due to launch the Pay-DTT services in January 2010 but instead the company informed the regulator that they could no longer do this because of the economic crisis in Portugal. They handed back the licences in March 2010. At this time they reached an agreement with the regulator Anacom that they would be reimbursed their deposit and they proposed to provide a bouquet of HD channels. This was, however, considered unacceptable by the second regulator the ERC. By Autumn 2010, it was not yet decided what the future content of these multiplexes would be. The licences granted to PT were revoked in June 2010, and a new switch-off plan was approved in July 2010 by Anacom. Switch-off will take place in three phases in 2012.

Plans to introduce a fifth national terrestrial channel to be broadcast on the DTT platform have been delayed. The regulatory authority (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social* - ERC) decided in April 2009 to exclude two applicants for the license tender. One of these, Telecinco, secured an injunction through the courts delaying the tender process. This was overturned by the Central Administrative Tribunal in May 2010.

Regarding legal issues, a draft law on pluralism and non-concentration of the media; approved in June 2008 by the Council of Ministers of the Portuguese government, was twice vetoed by the Portuguese president in March and in May 2009. It had proposed for the first time to introduce rules on cross media ownership in Portugal. It also proposed provisions preventing government and state authorities from owning the media.

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. En octobre 2010, la couverture du service s'étend à 85 % de la population. Portugal Telecom a également remporté l'appel d'offres concernant les licences pour les multiplex de télévision à péage (B à F). PT devait lancer ses services de TNT payante en janvier 2010 mais la société a informé le régulateur de son incapacité à honorer ses engagements en raison de la crise économique. Elle a rendu ses licences en mars 2010. Elle est alors parvenue à un accord avec le régulateur Anacom sur le remboursement de son acompte et a proposé un bouquet de chaînes HD. Toutefois, le second régulateur, l'ERC, a considéré cette pratique comme inacceptable. A l'automne 2010, le futur contenu de ces multiplex n'est pas encore décidé. En juin 2010, les licences accordées à PT ont été révoquées et, en juillet 2010, Anacom a approuvé un nouveau plan d'abandon de l'analogique. L'arrêt de l'analogique aura lieu en trois phases en 2012.

Le lancement d'une cinquième chaîne terrestre nationale, basée sur la plate-forme TNT, est retardé. En avril 2009, l'autorité de régulation (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social* - ERC) a décidé d'exclure deux candidats de l'appel d'offres pour l'octroi de licences. L'un d'eux, Telecinco, a obtenu une injonction des tribunaux retardant le processus d'appel d'offres. Le Tribunal central administratif l'a annulé en mai 2010.

En ce qui concerne les questions juridiques, un projet de loi sur le pluralisme et la non-concentration des médias, approuvé en juin 2008 par le Conseil des ministres du Gouvernement portugais, a été par deux fois rejeté par le président portugais, en mars et mai 2009. Ce texte propose pour la première fois d'introduire des règles sur la propriété croisée de médias au Portugal. Il contient également des dispositions empêchant le Gouvernement et les autorités nationales de posséder des médias.

empfangbare Sender (A) und eine weitere 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 (RTP1 und 2, TVI und SIC) und zweier autonomer Regionalsender ausgestrahlt. Im Oktober 2010 lag die DVB-T-Abdeckung bei 85 % der Bevölkerung. Portugal Telecom wurden auch die Lizenzen für den Betrieb der Pay-TV-Multiplexe (B bis F) zugesprochen. PT wollte im Januar 2010 mit den DVB-T-Diensten an den Start gehen, musste aber die Regulierungsbehörde darüber informieren, dass das Unternehmen auf Grund der Finanzkrise hierzu nicht mehr der Lage war. PT hat die Lizenzen im März 2010 zurückgegeben. Das Unternehmen hatte sich bis dahin mit der Regulierungsbehörde Anacom über die Rückerstattung der Vorauszahlung geeinigt und vorgeschlagen, ein HD-Paket auszustrahlen. Dies wurde allerdings von der zweiten Regulierungsbehörde (ERC) für inakzeptabel erklärt. Im Herbst 2010 war noch unklar, wie die zukünftigen Inhalte dieser Multiplexe aussehen würden. Die an PT vergebenen Lizenzen wurden im Juni 2010 aufgehoben und im Juli 2010 wurde von der Anacom ein neuer Plan für die Analogabschaltung verabschiedet. Diese soll nun in drei Schritten 2012 erfolgen.

Die geplante Einführung eines fünften landesweiten terrestrischen Senders über die DVB-T-Plattform musste zurückgestellt werden. Die Medienregulierungsbehörde (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social* - ERC) hat im April 2009 zwei Bewerber aus dem Ausschreibungsverfahren ausgeschlossen. Einer von ihnen, Telecinco, erwirkte vor Gericht eine einstweilige Verfügung, wodurch das Ausschreibungsverfahren verzögert wurde. Die einstweilige Verfügung wurde im Mai 2010 vom höchsten Verwaltungsgericht aufgehoben.

Was die juristische Entwicklung betrifft, so ist ein vom portugiesischen Kabinett im Juni 2008 verabschiedeter Gesetzentwurf für Medienvielfalt und gegen Medienkonzentration im März 2009 und erneut im Mai 2009 am Veto des Staatspräsidenten gescheitert. Zum ersten Mal wurde die Einführung von Vorschriften für diagonale Medienkonzentration in Portugal vorgeschlagen. Hinzu kommen Vorschläge, die eine Beteiligung von Regierungsorganen oder staatlichen Stellen an Medien verhindern sollen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	10 638	Eurostat
Households		–	3 926	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		99.3%	3 899	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		36.6%	1 438	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		20.0%	787	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		19.0%	746	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		14.9%	586	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		9.8%	383	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		4.5%	176	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		49.2%	1 932	European Audiovisual Observatory
Households with PC		59.3%	2 330	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		43.0%	1 690	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	146	Screen Digest

TV channels distributors	11.10	Companies
Cable operators	6	Cabovisao, Lazer Visao, Zon TV Cabo,...
Satellite packagers	2	Portugal Telecom (Meo), Zon Multimedia (TV Cabo)
IPTV packagers	3	Portugal Telecom (Meo), Soneacom, Vodafone
DTT multiplex operators	1	Portugal Telecom
Mobile phone TV packagers	3	Portugal Telecom, TMN, Vodafone

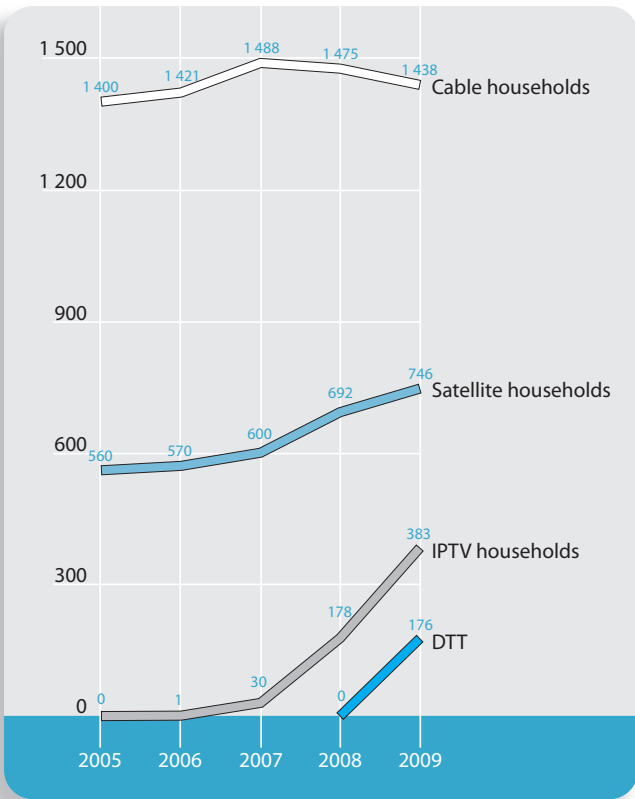
TV channels established in the country by kind of transmission	11.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		5	58	63
Regional/Local		2	2	4
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		4	6	10
Total		13	68	81
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	49	51

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	11.10	Digital terrestrial	Cable Zon Multimedia	Cable Cabovisao	Satellite Zon Multimedia	Satellite MEO Portugal Telecom	IPTV MEO Portugal Telecom
Generalist - national		4	5	5	5	5	5
Generalist - foreign			6	4	3		3
Adult			2	3	2	2	3
Children			10	9	5	6	8
Culture/ education/ documentary			12	11	7	8	7
Minority interest groups			3	1			2
Entertainment/ TV fiction/ games			15	13	11	12	14
Film			8	8	7	7	9
Home shopping							
International linguistic and cultural			8	6	3	5	9
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	8	6	5	8
Music			9	10	8	7	12
News/ business			17	10	12	15	16
Parliament/ government/ administration			1		1		1
Regional/ local		2	3	3	3	2	3
Religion			1	2			
Sports			16	13	13	19	23
Various			5	3	2	1	3
Total		6	127	109	88	94	126

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

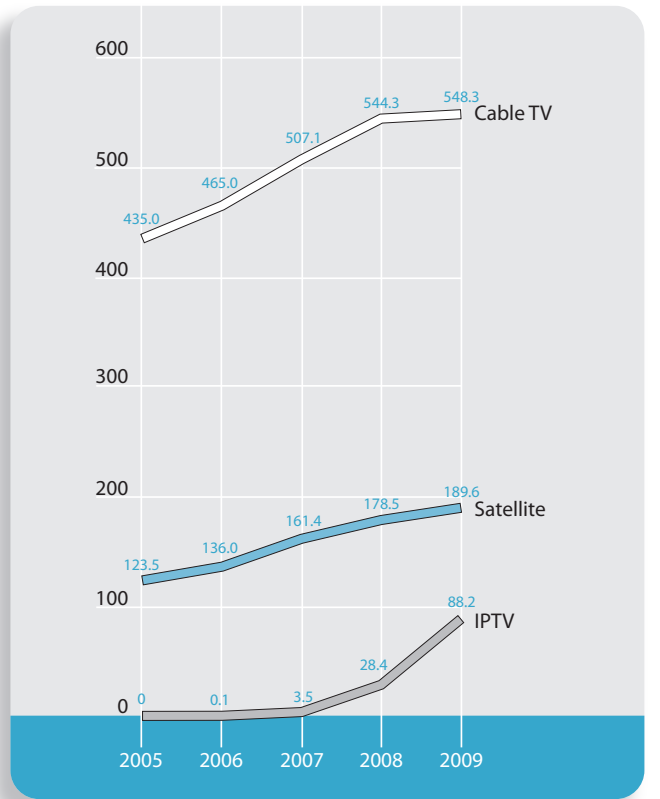
Market trends

Households TV equipment 2005-2009 In thousands.



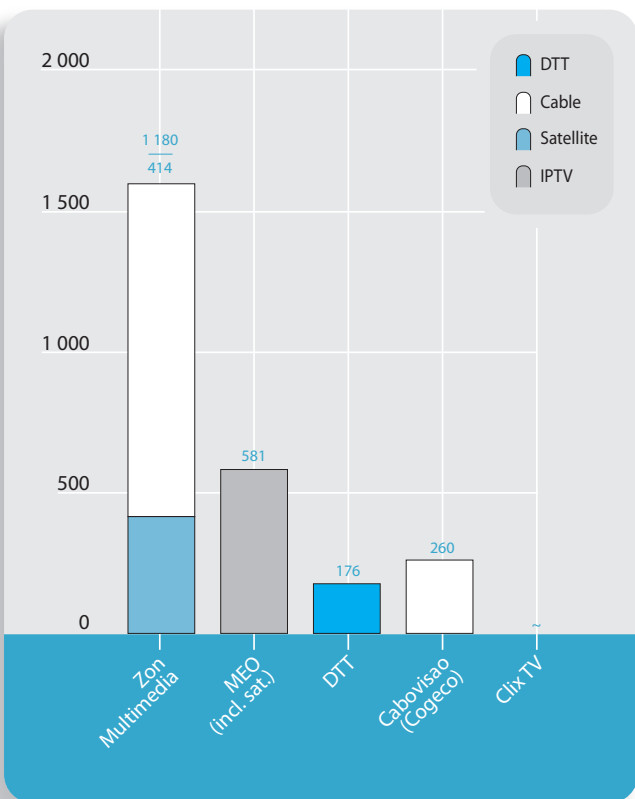
Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009 EUR million.



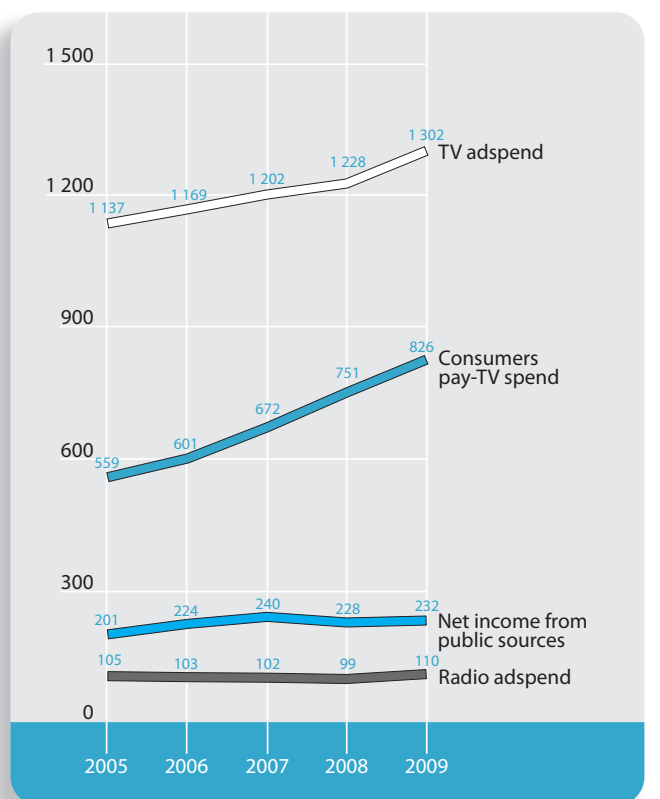
Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009 In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC, RTP.

T.1.PT.1
G.1.PT.1

Operating revenues of the main television companies in Portugal

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Radio e Televisao de Portugal S.A. (cons.)	sptv	RTP1, LaDos	292.2	314.9	303.9	323.8	6.5%
TVI	adtv	TVI	155.7	159.2	168.4	157	-7.0%
SIC (cons.)	adtv	SIC	163.4	184.7	173.8	154	-11.6%
Sport TV Portugal	thtv	Sport TV	103.6	106.5	129.6	~	~
Zon Conteudos S.A.	thtv	TV Cine, Canal 21, MOV	60.8	58.3	61.4	~	~
Lisboa Informação e Multimédia	thtv	SIC Noticias	19.4	21.3	24.2	~	~
MTV Networks LDA	thtv	MTV Portugal	2.7	2.8	3.5	~	~

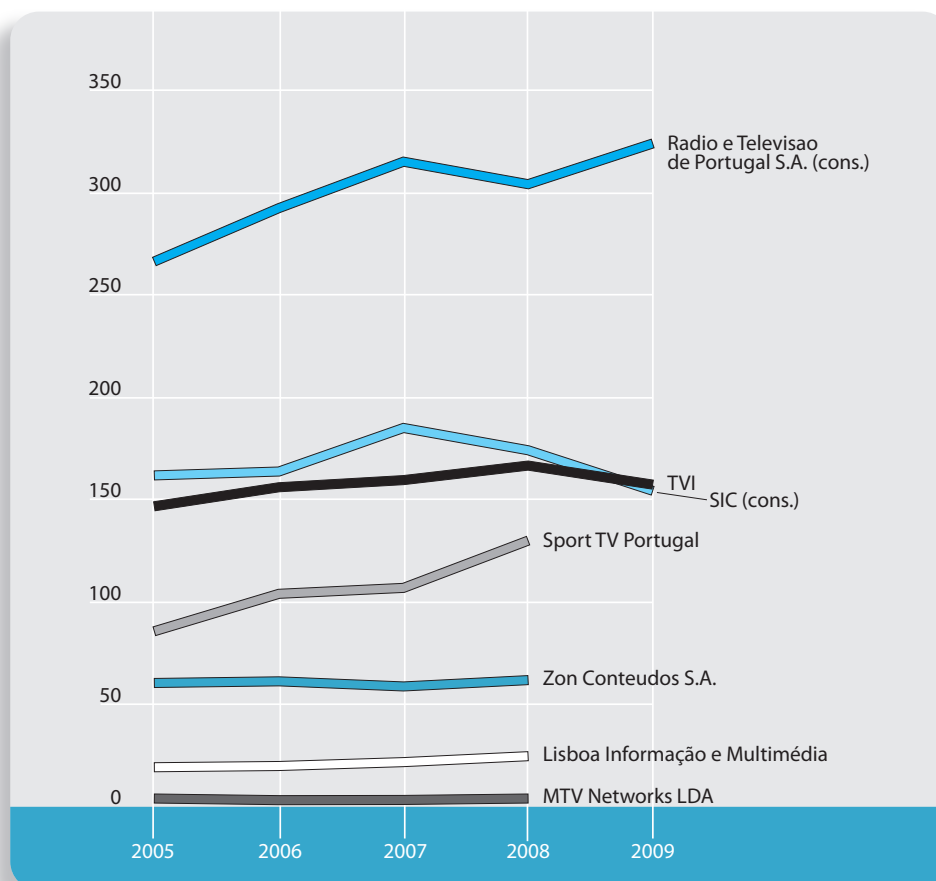
Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Portugal Telecom S.A. (cons.) ①	4play, Tv-sat, 3G TV	Meo TV, Meo, Satellite TV	6 343	6 148	6 734	6 785	0.7%
p.m. TMN - Telecomunicações Móveis Nacionais S.A. ①	3G TV	Meo Mobile	1 505	1 553	1 619	~	~
Vodafone Portugal S.A. ①	3G TV	Vodafone Mobile TV	1 393	1 511	1 496	~	~
Soanecom - Serviços de Comunicações S.A. ①	3play	Clix TV	205	349	872	~	~
Zon TV Cabo Portugal S.A. ①	4play	Zon TV	531	590	634	~	~
Cabovisao	3play	Cabovisao	149	168	~	~	~
Pluricanal Leiria Televisao por Cabo S.A. ① ②	3play	Zon Pluricanal	4	5	4	-	-
Bragatel ① ②	3play	Zon Bragatel	4	5	~	-	-
TV Tel Comunicações S.A. ① ②	CATV, ISP	Zon TVTEL	13	20	20	-	-

① Includes telecommunication activities.

② Taken over by Zon.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



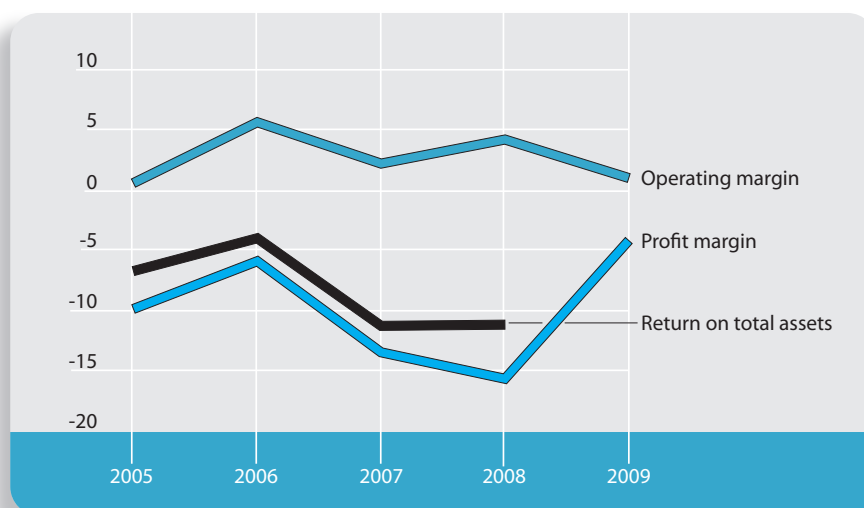
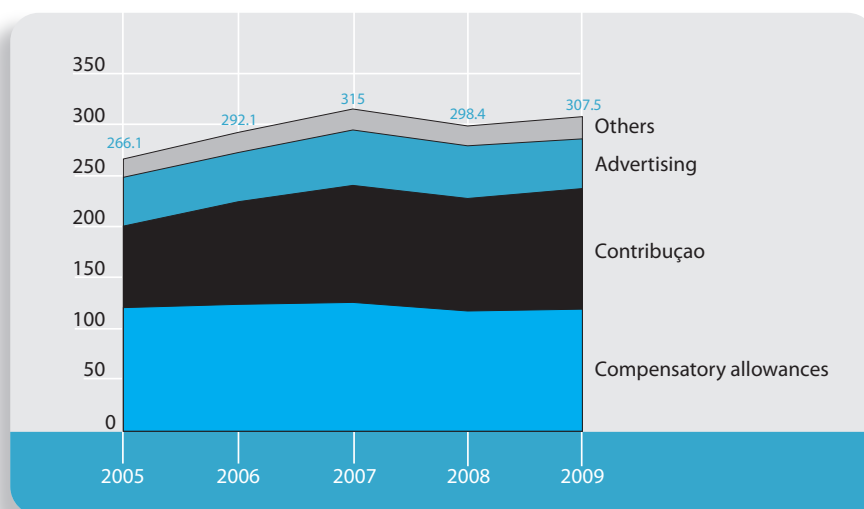
T.1.PT.2
G.1.PT.2Rádio e Televisão de Portugal S.A. financial situation (consolidated)
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Publics funds	224.3	240.3	227.5	237.2	76.8%	76.3%	76.2%	77.1%	4.3%
- Compensatory allowances	124	125.9	117.5	119.3	42.5%	40.0%	39.4%	38.8%	1.5%
- Contribução do Audiovisual	100.3	114.4	110	117.9	34.3%	36.3%	36.9%	38.3%	7.2%
Commercial revenues	67.8	74.6	70.9	70.3	23.2%	23.7%	23.8%	22.9%	-0.8%
- Advertising	48.1	54.2	51.5	48.6	16.5%	17.2%	17.3%	15.8%	-5.6%
- Others	19.7	20.5	19.4	21.7	6.7%	6.5%	6.5%	7.1%	11.9%
Total	292.1	314.9	298.4	307.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	3.0%
Operating revenues	292.2	314.9	303.9	323.7					6.5%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
- Purchase of goods and services	151.3	181.1	162.0	191.4	54.9%	58.8%	55.6%	59.7%	18.1%
- Costs of personnel	107.2	109.9	111.7	113.0	38.9%	35.7%	38.4%	35.2%	1.2%
- Depreciation	17.2	16.9	17.5	16.2	6.2%	5.5%	6.0%	5.1%	-7.4%
Operating expenditure	275.7	307.9	291.2	320.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	10.1%

Net result	-24.7	-36.1	-46.9	-13.8					-70.6%
Operating margin (%)	5.64	2.2	4.2	1.0					

Source: RTP, European Audiovisual Observatory



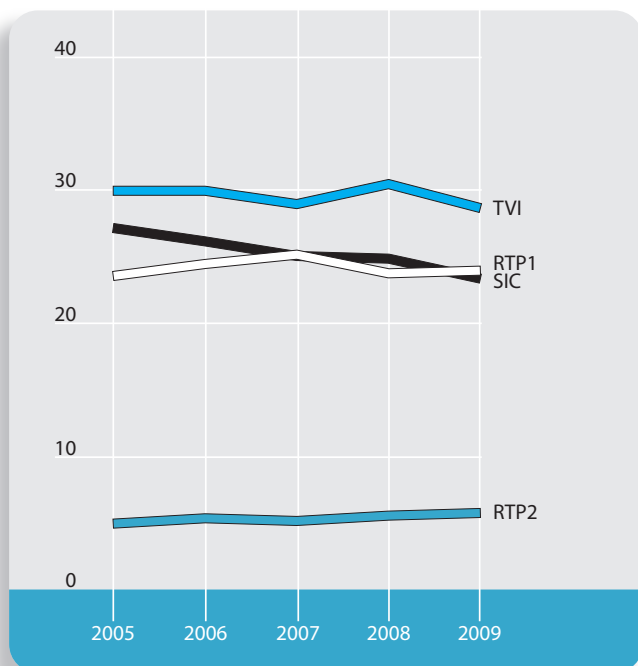
T.1.PT.3
G.1.PT.3
TV audience market share in Portugal
2005-2009 In %, 4 years +.

All households Channels	Daily share					Prime time (20:00-00:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
RTP1	23.6	24.5	25.2	23.8	24.0	22.3	22.4	24.4	21.8	22.2
RTP2	5.0	5.4	5.2	5.6	5.8	4.5	4.9	4.8	4.9	4.7
Main Portuguese public channels	28.6	29.9	30.4	29.4	29.8	26.8	27.3	29.2	26.7	26.9
TVI	30.0	30.0	29.0	30.5	28.7	34.1	34.7	33.0	35.8	34.2
SIC	27.2	26.2	25.1	24.9	23.4	27.9	26.7	24.9	24.2	23.7
Main Portuguese private channels	57.2	56.2	54.1	55.4	52.1	62.0	61.4	57.9	60.0	57.9
Others	13.5	13.2	14.6	14.0	17.0	10.7	10.8	12.2	12.3	14.3
Video	0.7	0.7	0.9	1.2	1.1	0.5	0.5	0.7	1.0	0.9

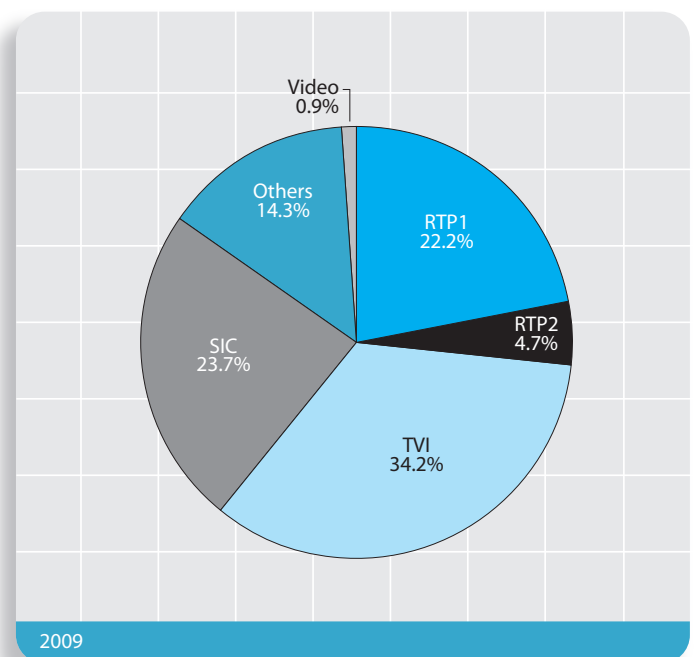
Cable/satellite households	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
RTP1	19.1	20.5	20.4	19.1	19.0	19.3	20.2	21.4	18.6	18.3
RTP2	3.0	3.4	3.1	3.3	3.3	2.9	3.2	3.0	3.0	3.0
RTPN	1.2	1.4	1.6	1.6	1.7	0.8	0.9	1.1	1.1	1.3
RTP Memoria	~	~	~	~	1.0	~	~	~	~	0.8
RTP Africa	~	~	~	~	0.4	~	~	~	~	0.4
Total Portuguese public channels	23.3	25.3	25.1	24.0	25.0	23.0	24.3	25.5	22.7	23.4
TVI	26.9	26.8	24.9	27.1	24.7	31.8	32.0	28.4	32.1	30.0
TVI24	~	~	~	~	1.0	~	~	~	~	0.9
SIC	21.0	19.6	18.9	18.5	17.8	22.0	20.2	19.8	19.1	19.4
SIC Noticias	3.9	3.6	3.7	3.8	4.0	2.7	2.4	2.6	2.8	3.2
SIC Radical	1.5	1.3	1.0	1.3	1.3	1.1	1.3	1.0	1.0	0.9
SIC Comedia	0.8	0.9	-	-	-	0.7	0.8	-	-	-
SIC Mulher	1.1	0.9	1.1	1.2	1.1	0.9	0.8	1.0	1.3	1.1
SportTV	1.2	1.1	1.2	1.2	1.2	1.9	1.6	1.7	1.7	1.6
Other Portuguese	~	~	~	~	2.3	~	~	~	~	2.1
Total Portuguese private channels	56.4	54.2	50.8	53.1	53.4	61.1	59.1	54.5	58.0	59.2
AXN	2.1	3.1	3.3	2.8	2.9	1.9	2.9	3.4	3.1	3.0
Panda	2.2	2.3	2.6	2.5	2.5	1.7	1.7	2.0	1.9	1.8
Hollywood	1.5	1.5	1.6	1.7	2.1	1.3	1.4	1.6	1.6	1.9
Fox	0.6	1.4	1.7	1.6	1.4	0.5	1.3	1.7	1.5	1.1
Odisseia	0.9	0.9	1.0	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7	0.4	0.4
Total foreign channels	7.3	9.2	10.2	9.3	19.2	6.1	7.9	9.4	8.5	15.2
Others	13.0	11.3	13.9	13.6	2.4	9.8	8.7	10.6	10.8	2.2

Source: Eurodata TV Worldwide, Markttest Audimetria

Daily share. In %, 4 years +.



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



The Romanian television market is highly competitive, not just in terms of the competition between broadcasters but also that between pay-TV operators. Central European Media Enterprises (CME) and the Intact Media Group are two of the main players in the private TV sector. The Realitatea Media Group is also making its presence felt and has recently launched several thematic channels. On the pay-TV market, three companies are competing in practically all communications sectors: RCS-RDS, UPC Romania and Romtelecom, each with a variety of interests in cable, satellite, broadband and in some cases also telecommunications and IPTV.

Pro TV (CME) managed to increase its audience share in 2009 to 14.1% (similar to the level of 2007). Antena 1 (Intact Media Group) also saw an increase to 11% in 2009 (up from 9.1% in 2008). The channel now in third place as regards audience share is the news channel Realitatea TV with 5.7% in 2009. This is followed by Acasa TV (also from CME) which in 2009 had a share of 5.2%. This channel targets women and presents mainly entertainment with drama, tele-novelas and films. Hence CME has a total market share of about 19%. The most dramatic loss of audience share has been that of the public service broadcaster TVR1 with a share in 2009 of 5.1% (down from 16.7% in 2006). The share of TVR2 also declined from 5.3% to 2% between 2006 and 2009. Several other channels have a share of around 4% of the audience: Prima TV (ProSiebenSat.1 Media AG); and Kanal D (Dogan Media Group) The development of access to multi-channel television, whereby at the end of 2009 more than 75% of households had cable or satellite television, is outlined below.

Cable is the most important reception mode in Romania (over 47% of households). The cable network is mainly split between two operators: RCS-RDS and UPC Romania. RCS-RDS has taken over as the main player in the market with 1.6 million subscribers in mid 2010. In October 2010, UPC Romania had 957 000 subscribers of which about 30% had digital services. The third company Digital Cable Systems (DCS) had about 200 000 subscribers in mid 2010. Romtelecom has also moved into the cable sector, via its subsidiary NextGen, by taking over smaller operators (and claimed 160 000 subscribers in June 2010).

The satellite broadcasting market is developing rapidly with more than 32% of households subscribing to services at the end of 2009. There are currently five satellite platforms competing in the Romanian market. DigiTV (RCS-RDS) had 1.1 million subscribers in 2009 in Romania (the service also operates

Le marché télévisuel roumain est très compétitif, qu'il s'agisse de concurrence entre les radiodiffuseurs ou entre les opérateurs de télévision payante. Central European Media Enterprises (CME) et l'Intact Media Group sont deux des principaux acteurs du secteur de la télévision privée. Le Realitatea Media Group, qui a récemment lancé plusieurs chaînes thématiques, commence à se faire sa place. 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 toutes divers intérêts dans le câble, le satellite, l'ADSL, voire dans les télécommunications et l'IPTV.

En 2009, la part d'audience de Pro TV (CME) augmente pour atteindre 14,1 % (comparable au niveau de 2007), celle d'Antena 1 (Intact Media Group) progresse également à 11 % (contre 9,1 % en 2008). Avec 5,7 %, la chaîne d'information Realitatea TV arrive en troisième position. Elle est suivie par Acasa TV (appartenant également à CME) et ses 5,2 %. Cette chaîne cible les femmes et diffuse principalement des programmes de divertissement tels que drames, telenovelas et films. CME a donc une part de marché totale d'environ 19 %. La perte d'audience la plus importante est celle enregistrée par le radiodiffuseur de service public, TVR1, dont la part de marché en 2009 est de 5,1 % (contre 16,7 % en 2006). La part de TVR2 a également reculé, de 5,3 % à 2 % entre 2006 et 2009. Plusieurs autres chaînes ont une part d'audience aux alentours de 4 % : Prima TV (ProSiebenSat.1 Media AG), et Kanal D (Dogan Media Group). Le développement de l'accès à la télévision multichaines, grâce auquel, fin 2009, plus de 75 % des foyers reçoivent la télévision par câble ou satellite, est présenté ci-dessous.

Le câble est le principal mode de réception en Roumanie (plus de 47 % des foyers sont concernés). Le réseau câblé est principalement réparti entre deux opérateurs : RCS-RDS et UPC Romania. RCS-RDS occupe la première place sur le marché, avec 1,6 million d'abonnés mi-2010. En octobre 2010, UPC Romania comptait 957 000 d'abonnés dont environ 30 % à des services numériques. La troisième société, Digital Cable Systems (DCS), revendique environ 200 000 abonnés mi-2010. Romtelecom est également passée au câble, via sa filiale NextGen, en reprenant de plus petits opérateurs (elle annonce 160 000 abonnés en juin 2010).

Le marché de la diffusion par satellite se développe rapidement, avec plus de 32 % des foyers abonnés fin 2009. Le marché roumain compte actuellement cinq plates-formes satellitaires. DigiTV (RCS-RDS), avec 1,1 million d'abonnés en 2009 en Roumanie (le service est également

Der rumänische Fernsehmarkt ist ausgesprochen umkämpft, und dies nicht nur zwischen Rundfunksendern, sondern auch zwischen Pay-TV-Betreibern. Die zwei wichtigsten Akteure auf dem privaten TV-Markt sind die Central European Media Enterprises (CME) und die Intact Media Group. Dazu kommt noch die Realitatea Media Group, die unlängst mehrere Spartenkanäle gestartet hat. Auf dem Pay-TV-Markt konkurrieren mit RCS-RDS, UPC Romania und Romtelecom drei Unternehmen in nahezu allen Kommunikationsbranchen. Alle drei sind in den Bereichen Kabel, Satellit und Breitband und zum Teil auch als Telekommunikations- und IPTV-Anbieter aktiv.

Pro TV (CME) konnte 2009 seinen Marktanteil auf 14,1 % steigern (in etwa der Stand von 2007). Einen Zuwachs (11 % 2009 gegenüber 9,1 % 2008) verzeichnet auch Antena 1 (Intact Media Group). Auf Platz 3 liegt 2009 erstmals der Nachrichtensender Realitatea TV mit einem Zuschaueranteil von 5,7 %. Dahinter folgen Acasa TV (auch CME) mit 5,2 % Marktanteil im Jahr 2009. Dieser Sender wendet sich an Frauen und bietet in erster Linie eine Mischung aus Drama, Telenovelas und Filmen. Die beiden CME-Sender erreichen somit zusammen einen Marktanteil von rund 19 %. Den stärksten Einbruch der Marktanteile musste der öffentlich-rechtliche Sender TVR1 hinnehmen (5,1 % 2009 gegenüber 16,7 % 2006). Auch der Marktanteil von TVR2 ist zwischen 2006 (5,3 %) und 2009 (2 %) deutlich zurückgegangen. Einige weitere Sender erreichen 2009 einen Zuschaueranteil von rund 4 %, darunter Prima TV (ProSiebenSat.1 Media AG) und Kanal D (Dogan Media Group). Es folgt eine kurze Beschreibung der Entwicklung des Zugangs zum Vielkanalfernsehen, wonach Ende 2009 mehr als 75 % der Haushalte Kabel- oder Satellitenfernsehen hatten.

Kabelfernsehen ist die in Rumänien am häufigsten genutzte Plattform (über 47 % der Haushalte). Das Kabelnetz teilen sich im Wesentlichen zwei Betreiber: RCS-RDS und UPC Romania. RCS-RDS hat Mitte 2010 mit 1,6 Mio. Abonnenten die Position des Marktführers übernommen. Im Oktober 2010 hatte UPC Romania 957 000 Abonnenten, von denen rund 30 % digitale Dienste nutzen. Das dritte Unternehmen, Digital Cable Systems (DCS), hatte Mitte 2010 rund 200 000 Abonnenten. Romtelecom ist über die Tochterfirma NextGen, die einige kleinere Betreiber übernommen hat, ebenfalls in den Kabelsektor eingestiegen (und hatte im Juni 2010 nach eigenen Angaben 160 000 Abonnenten).

Der Satelliten-TV-Markt in Rumänien wächst sehr schnell. So nutzten Ende 2009 bereits über 32 % der Haushalte entsprechende Dienste. Derzeit gibt es auf dem

in Croatia, the Czech Republic, Hungary, Serbia and Slovakia). Dolce (Romtelecom) had over 880 000 subscribers in December 2009. The other three packages are: Akta TV (owned by DCS) with 80 000 subscribers in August 2010; Boom TV (DTH Television Group) with about 130 000 subscribers; and FocusSat (UPC), which had more than 187 400 subscribers in June 2010.

The launch of DTT services in Romania has undergone some turmoil in 2010. In July 2009, the Romanian government published its plan for the digital switchover, and establishing that there would be 6 national DTT multiplexes and 1 regional. In August 2009, the two main channels of the public service broadcaster – TVR1 and TVR2 – were granted DTT licenses. In July 2010, the regulatory authority ANCOM, launched tenders for the first two multiplexes. Later in July ANCOM announced that a third Multiplex would be granted without a tender to Radiocom (National Radiocommunications Company). This move was blocked by the National Audiovisual Council (CNA). In August the Romanian government announced its intention to delay analogue switch-off until 2015, and soon afterwards cancelled the DTT tender. The Ministry for communications began drafting a new digital strategy in October 2010. According to IRIS Merlin reports the decision was explained as being necessary as citizens would not be able to buy the equipment during the economic crisis. At the same time, it is alleged that the decision was taken in order to find a solution to offer one of the licenses to Radiocom, without breaching EU legislation.

In 2006, the first IPTV platform, Ines, was launched by the Ines group. In 2010, there were four IPTV offers. The major players are also taking note of this new distribution market. Romtelecom launched an IPTV package in mid 2009 (and claimed 12 500 subscribers by August 2010). The Airbites company providing an IPTV service was taken over by RCS-RDS in February 2010.

disponible en Croatie, République tchèque, Hongrie, Serbie et Slovaquie). Dolce (Romtelecom) comptait plus de 880 000 abonnés en décembre 2009. Les trois autres bouquets sont : Akta TV (appartenant à DCS) avec 80 000 abonnés en août 2010, Boom TV (DTH Television Group) avec environ 130 000 abonnés et FocusSat (UPC) qui comptait plus de 187 400 abonnés en juin 2010.

Le lancement des services TNT en Roumanie a connu quelques turbulences en 2010. En juillet 2009, le Gouvernement roumain a publié son plan pour le passage au numérique, et prévu 6 multiplex TNT nationaux et 1 régional. En août 2009, les deux principales chaînes du radiodiffuseur de service public (TVR1 et TVR2) se sont vues accorder des licences de TNT. En juillet 2010, l'autorité de régulation, l'ANCOM, a lancé des appels d'offres pour les deux premiers multiplex. Dans le même mois, elle a annoncé qu'un troisième multiplex sera accordé sans appel d'offres à Radiocom (société de radiocommunication publique). Cette initiative a été bloquée par le Conseil national de l'audiovisuel (CNA). En août, le Gouvernement roumain a annoncé son intention de retarder l'abandon de l'analogique jusqu'en 2015, avant d'annuler l'appel d'offres TNT. Le ministère des Communications a commencé à rédiger une nouvelle stratégie numérique en octobre 2010. Selon les articles d'IRIS Merlin, cette décision a été justifiée par le fait que les citoyens n'auraient pas les moyens d'acheter l'équipement requis en période de crise économique. Parallèlement, certains soutiennent que cette décision a été prise afin de trouver une solution permettant d'offrir l'une des licences à Radiocom, sans enfreindre la législation européenne.

En 2006, la première plate-forme IPTV baptisée Ines a été lancée par le groupe Ines. En 2010, quatre offres IPTV sont disponibles. Les principaux acteurs s'intéressent également à ce nouveau marché de distribution. Romtelecom a lancé un bouquet IPTV mi-2009 (revendiquant 12 500 abonnés en août 2010). La société Airbites qui fournissait un service IPTV a été rachetée par RCS-RDS en février 2010.

rumänischen Markt fünf konkurrierende Satellitendienste. DigiTV (RCS-RDS) hatte 2009 1,1 Mio. Abonnenten in Rumänien (der Dienst ist auch in Kroatien, der Tschechischen Republik, Ungarn, Serbien und der Slowakei vertreten). Dolce (Romtelecom) hatte im Dezember 2009 880 000 Abonnenten. Die drei übrigen Pakete sind: Akta TV (DCS) mit 80 000 Abonnenten im August 2010, Boom TV (DTH Television Group) mit 130 000 Abonnenten und FocusSat (UPC), der über 187 400 Abonnenten im Juni 2010 hatte.

Der für 2010 geplante Start von DVB-T-Diensten war alles andere als reibungslos. Im Juli 2009 hat die rumänische Regierung ihre Planung für die Umstellung bekannt gegeben und dabei festgelegt, dass es sechs nationale und einen regionalen Multiplex geben sollte. Im August 2009 haben die beiden Hauptsender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters (TVR1 und TVR2) DVB-T-Lizenzen erhalten. Im Juli 2010 wurden von der Regulierungsbehörde Ancom die beiden ersten Multiplexe ausgeschrieben. Später im Juli hat die Ancom die geplante Vergabe einer dritten Multiplex-Lizenz ohne Ausschreibung an die Radiocom (einem staatlichen Rundfunkunternehmen) bekannt gegeben. Dieses Vorhaben wurde vom Nationalen Rat für Audiovisuelle Medien (CNA) gestoppt. Im August hat die Regierung ihre Absicht bekannt gegeben, die Analogabschaltung auf 2015 zu verschieben, und kurz darauf die DVB-T-Ausschreibung abgesagt. Das Ministerium für Kommunikation hat im Oktober 2010 mit der Ausarbeitung einer neuen Digitalstrategie begonnen. Laut Angaben in IRIS Merlin wurde diese Entscheidung damit begründet, dass die Bürger wegen der Finanzkrise nicht in der Lage gewesen wären, die notwendige Ausstattung zu kaufen. Gleichzeitig heißt es, dass diese Entscheidung getroffen wurde, um einen Weg zu finden, eine der Lizenzen Radiocom anzubieten, ohne gegen EU-Recht zu verstoßen.

2006 wurde von der Ines Group der erste IPTV-Dienst (Ines) gestartet. 2010 gab es vier IPTV-Angebote. Inzwischen interessieren sich auch die großen Akteure für diese neue Form der Distribution. So hat Romtelecom Mitte 2009 ein IPTV-Paket auf den Markt gebracht (das nach eigenen Angaben im August 2010 12 500 Abonnenten hatte). Der IPTV-Anbieter Airbites wurde im Februar 2010 von RCS-RDS übernommen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	21 462	Eurostat 2009
Households		–	7 396	Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households		96.0%	7 100	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		47.2%	3 490	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		4.3%	320	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		35.0%	2 590	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		32.0%	2 365	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0.0%	3	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0.1%	10	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		36.5%	2 698	European Audiovisual Observatory
Households with PC		46.6%	3 450	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		32.8%	2 425	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	10.10	Companies
Cable operators	>600	Digital Cable Systems, RCS & RDS, Romtelecom (NetGen), UPC Romania, ...
Satellite packagers	5	Digital Cable (Akta TV), DTH Television (Boom), Focus Sat (UPC), RCS & RDS (Digi TV), Romtelecom (Dolce)
IPTV packagers	4	Ines Group, Gemenii Network, Romtelecom (Dolce), Sky Internet
DTT packagers	1	Radiocom
Mobile phone TV packagers	2	Orange Romania, Vodafone Romania

TV channels established in the country by kind of transmission	10.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		4	103	107
Regional/Local			16	16
Regional/local windows		5		5
Channels targeting foreign markets		1	32	33
Total		12	153	165
Foreign channels targeting the country		2	54	56

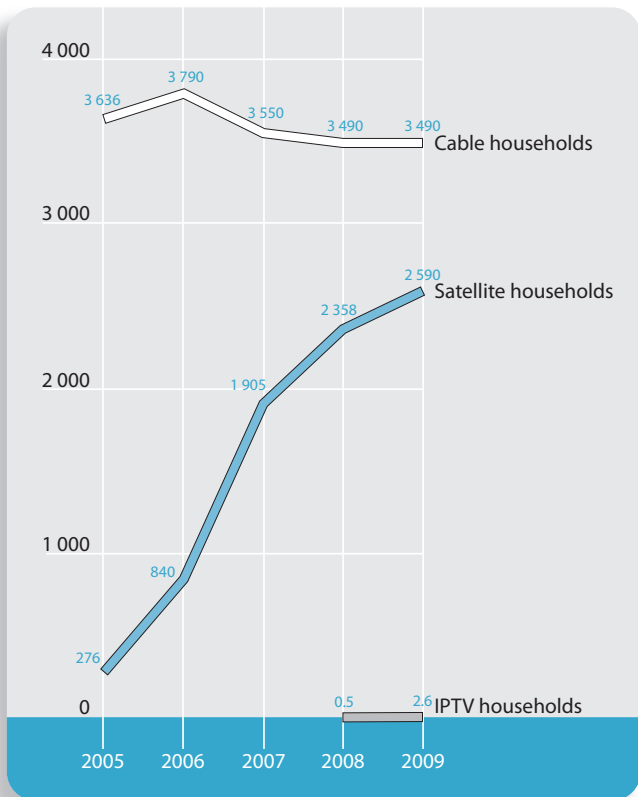
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	10.10	Terrestrial	Cable RCS RDS	Cable UPC Romania	Satellite Dolce	Satellite Digi TV (full)	IPTV Ines
Generalist - national		4	8	9	9	8	9
Generalist - foreign			9	6	3	20	13
Adult			2	4	4	2	10
Children			6	7	10	8	10
Culture/ education/ documentary			12	14	12	25	21
Minority interest groups					7		
Entertainment/ TV fiction/ games			7	12	10	34	16
Film			7	9	10	14	10
Home shopping			1	1			2
International linguistic and cultural			1	1	2	2	4
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	7	6	6	11
Music			8	16	10	13	15
News/ business			12	18	8	11	16
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local		5	3	1		6	2
Religion			1	2	1	3	3
Sports			7	11	6	20	12
Various				1	1	1	3
Total		9	89	119	99	173	157

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

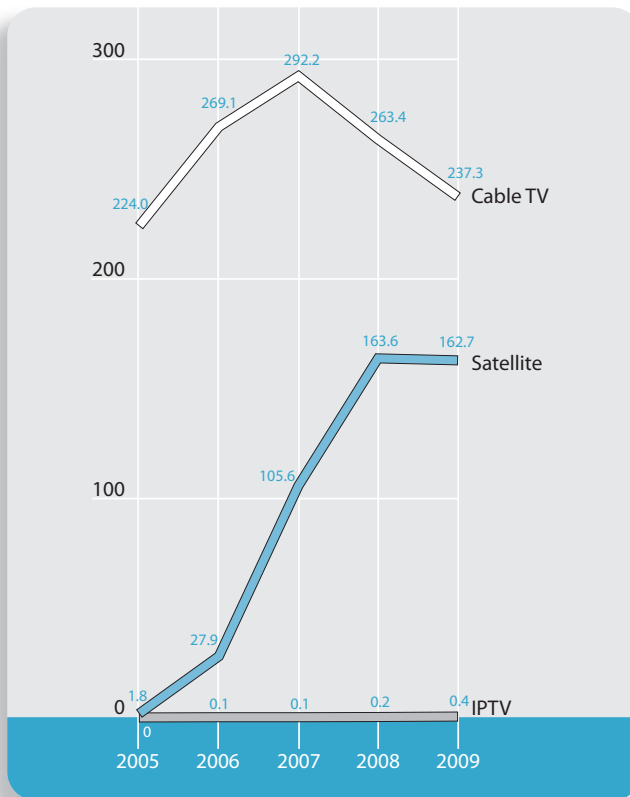
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

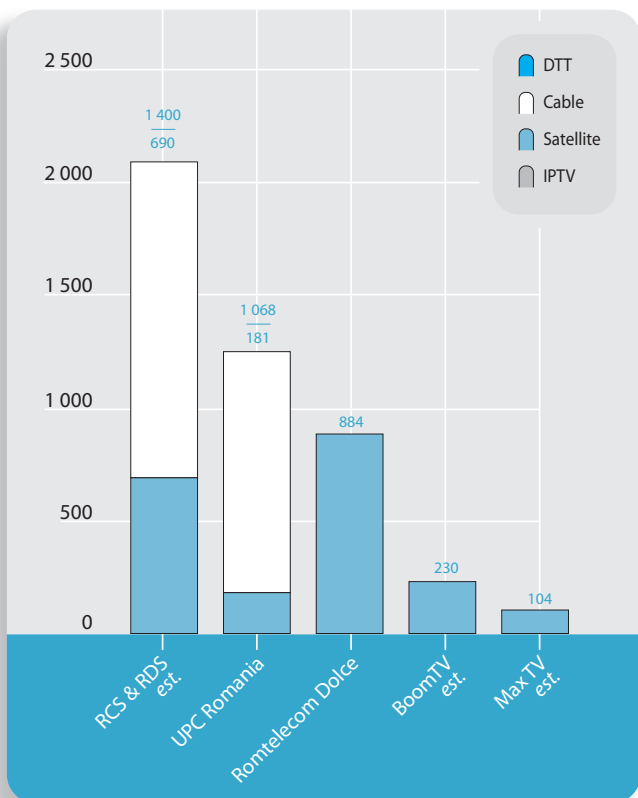
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

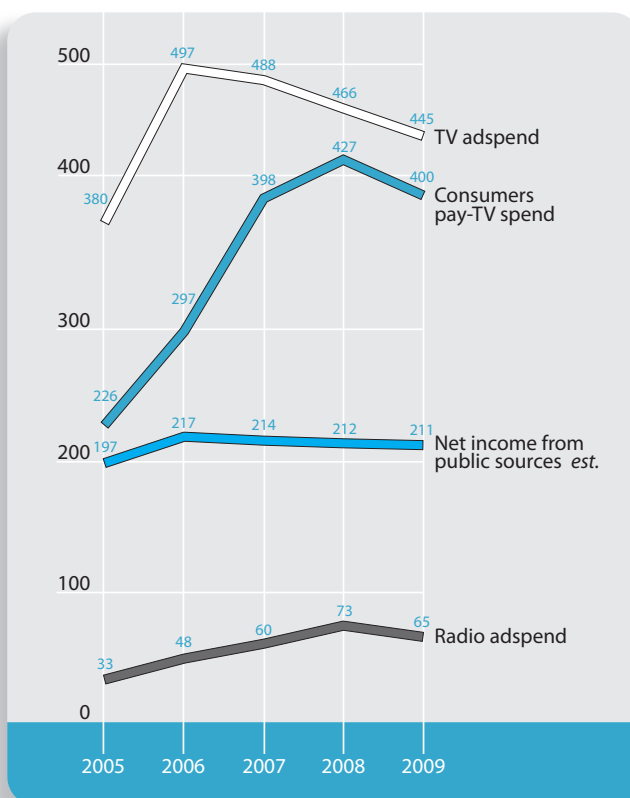
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, TVR, RR and IP Key Facts

T.1.RO.1
G.1.RO.1

Operating revenues of the main television companies in Romania

2006-2009 RON million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Pro TV SA	adtv	Pro TV, Acasa, Pro Cinema	416.9	525.4	686.0	~	~
<i>p.m.</i> Media Pro International SA	adtv	ProTV, Acasa	51.5	9.9	9.5	~	~
<i>p.m.</i> Sport Radio TV Media Srl ²	thtv	Sport.ro	15.7	5.5	0.7	~	~
<i>p.m.</i> Music Television System ¹	thtv	MTV Romania	6.8	9.9	0.5	~	~
TVR	sptv	TVR1, TVR2, TVR Cultural, TVRi, TVR HD	502.0	519.7	565.9	570.3	0.8%
TV Antena 1 SA	adtv	Antena1	186.6	244.0	254.6	~	~
SBS Broadcasting Media SRL	adtv	Prima TV	~	~	~	~	~
Realitatea Media SRL	thtv	Realitatea TV	81.1	105.9	100.9	~	~
<i>p.m.</i> Telesport Intermedia srl	thtv	Telesport	28.2	29.8	~	~	~
Antena 3 SA	adtv	Antena 3	30.3	41.6	68.5	~	~
Dogan Media International SA	thtv	Kanal D	~	18.8	52.9	~	~
Global Video Media SA	rtv	Alpha TV	21.0	26.5	~	~	~
Antena 4 SA	thtv	Eufora Lifestyle TV	5.5	13.5	17.3	~	~
HBO Romania Srl	thtv	HBO	6.7	10.8	13.0	~	~
Minimax Romania Srl	thtv	Minimax Romania	8.1	9.2	12.3	~	~
Antena 2 SA	thtv	Antena 2	~	1.9	12.1	~	~
News Television Romania SA	thtv	B1 TV	12.5	10.0	12.0	~	~
Iko Romania Srl	thtv	Cool TV, Film+, Sport Klub, Film+, DOQ	6.2	11.5	~	~	~
Ocram Televizijne	thtv	OTV	3.3	7.9	8.7	~	~
Etno Folclor Media Srl	thtv	Etno TV	4.3	5.3	7.1	~	~
Senso TV SRL	thtv	Senso	0.8	3.9	7.0	~	~
Davino SRL	thtv	Cosmos TV	0.2	2.3	3.0	~	~
Terra Vision Srl	thtv	Credo Television Network	0.4	~	~	~	~
Mass Media Romania de Maine	thtv	TV Romania de Maine					

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Orange Romania SA ³	3G TV	Orange TV Live	3 777	4 060.1	4 748.2	~	~
Vodafone Romania SA ³	3G TV	Vodafone TV Mobil	3 641.1	3 897.8	4 542.4	~	~
Romtelecom SA ³	ISP, sat-TV	Dolce	3 387.3	3 152.5	3 225.5	~	~
RCS & RDS SA ³	3play, sat-TV	Digi TV, Digi TV cable	841.7	1 290.7	1 580.8	~	~
UPC Romania Srl	CATV, sat-TV	UPC Romania	271.6	661	640.9	~	~
Digital Cable System SA ³	3play, sat-TV	Akta TV (MaxTV)	23.7	67.3	98.2	~	~
Focus Sat Romania SA	sat-tv	Focus-Sat	6	~	41	~	~
INES Group ³	3play	INES IPTV	19	20	26	~	~
DTH Television Grup SA ⁴	sat-TV	Boom TV	1	19	70	~	~
Air Bites SRL ³	3play	Airbites	2	10	11	~	~

¹ In December 2007, Pro TV acquired MTS. In connection with this acquisition, Pro TV entered into a trademark and programming agreement with MTV Networks Europe ("MTVNE") to operate the MTV ROMANIA channel.

² In March 2007 Pro TV acquired full control of Sport Radio TV Media.

³ Includes telecommunication activities.

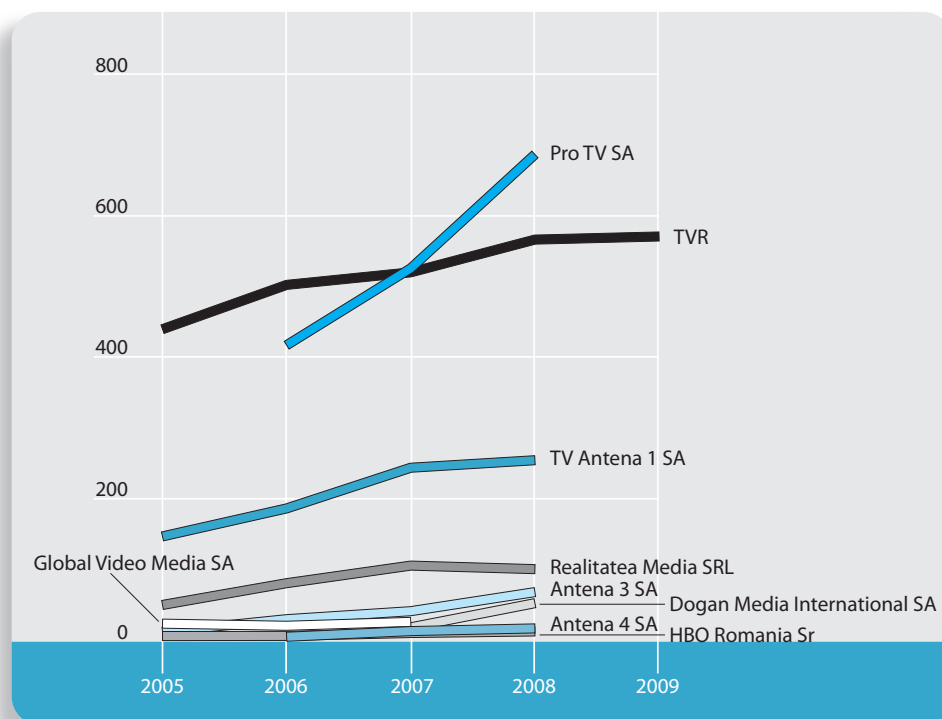
⁴ Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.RO.1
G.1.RO.1

Operating revenues of the main television companies in Romania (Continued)

2006-2009 RON million.



Source: European Audiovisual Observatory

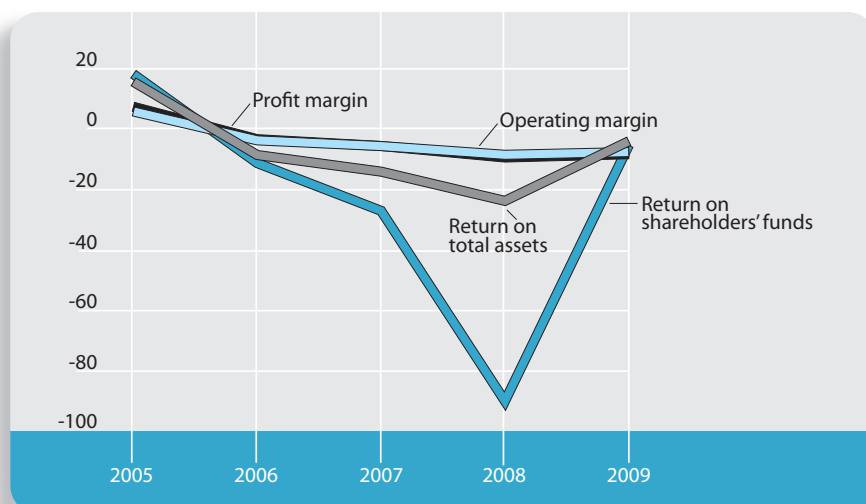
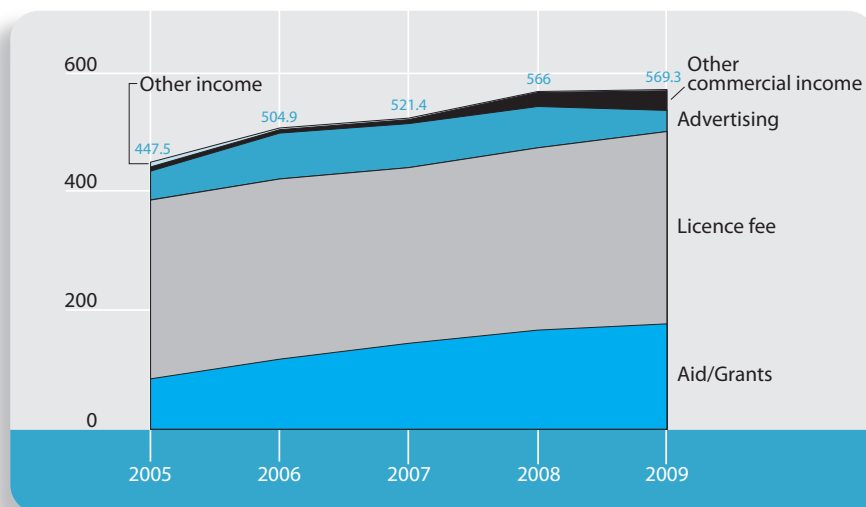
T.1.RO.2
G.1.RO.2TVR financial situation
2006-2009 RON million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	419.4	438.5	471.6	498.9	83.1%	84.0%	83.1%	87.2%	5.8%
- Aid/Grants	117.4	144.0	166.1	176.6	23.2%	27.6%	29.3%	30.8%	6.3%
- Licence fee	302.0	294.4	305.5	322.3	59.8%	56.4%	53.8%	56.3%	5.5%
- Other public income	0.0	-	-	-	0.0%	-	-	-	-
Total commercial income	82.6	81.2	94.3	71.4	16.4%	15.6%	16.6%	12.5%	-24.3%
- Advertising	76.9	73.8	69.3	35.4	15.2%	14.1%	12.2%	6.2%	-48.9%
- Other commercial income	5.7	6.7	23.4	32.9	1.1%	1.3%	4.1%	5.7%	40.5%
Other income	2.9	2.5	1.7	2.1	0.6%	0.5%	0.3%	0.4%	26.3%
TOTAL	504.9	522.2	567.6	572.4	100%	100%	100%	100%	0.8%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	303.0	297.1	354.8	346.9	58.2%	54.1%	57.7%	56.5%	-2.2%
Costs of personnel	176.0	187.1	191.5	197.8	26.5%	32.0%	30.5%	32.2%	5.7%
Depreciation	42.0	65.3	68.3	69.4	8.1%	11.9%	11.1%	11.3%	1.6%
Operating expenditure	520.9	549.5	614.6	614.1	100%	100%	100%	100%	-0.1%

Net result	-17.2	-29.5	-53.8	-48.0					-10.8%
Operating margin (%)	-3.8	-5.7	-8.6	-7.7					

Source: TVR, European Audiovisual Observatory



T.1.RO.3
G.1.RO.3

TV audience market share in Romania
2005-2009 In %, 4 years +.

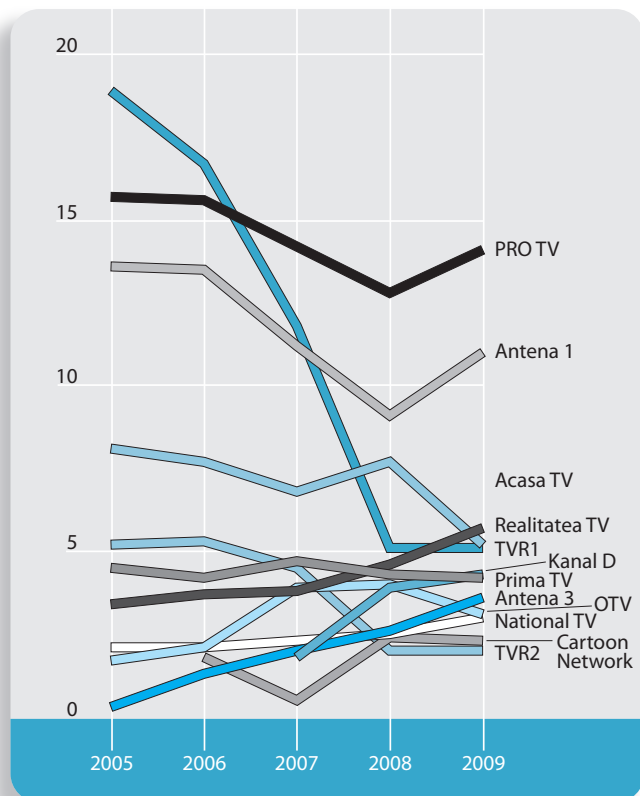
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
TVR1	18.9	16.7	11.8	5.1	5.1	22.1	19.4	13.5	6.0	5.7
TVR2	5.2	5.3	4.5	2.0	2.0	4.0	4.3	4.2	1.8	1.9
Romanian public channels	24.1	22.0	16.3	7.1	7.1	26.1	23.7	17.7	7.8	7.6
PRO TV	15.7	15.6	14.2	12.8	14.1	16.7	17.1	16.4	14.9	16.4
Antena 1	13.6	13.5	11.2	9.1	11.0	16.6	16.7	14.2	11.7	12.4
Realitatea TV	3.4	3.7	3.8	4.6	5.7	2.4	2.7	2.9	3.3	4.3
Acasa TV	8.1	7.7	6.8	7.7	5.2	9.2	8.0	6.1	9.2	7.4
Kanal D			1.8	3.9	4.3			2.0	4.5	4.6
Prima TV	4.5	4.2	4.7	4.3	4.2	5.1	5.2	5.9	5.0	5.3
Antena 3 ①	0.3	1.3	2.0	2.6	3.6	0.2	1.1	1.6	2.1	3.0
OTV	1.7	2.1	3.9	4.0	3.1	1.5	1.9	3.9	4.0	3.2
National TV	2.1	2.1	2.3	2.5	3.0	1.8	1.9	2.2	2.6	3.1
Sport.ro (ex TV Sport)	1.4	1.4	1.8	1.5	1.6	1.2	1.2	1.4	1.2	1.5
ETNO	~	1.6	1.7	1.8	1.5	~	1.2	1.4	1.4	1.2
B1TV	1.2	1.4	1.4	1.3	1.4	1.1	1.4	1.4	1.4	1.7
Taraf TV	-	-	0.4	2.0	1.3	-	-	0.3	1.2	0.7
Pro Cinema	0.8	1.0	1.3	1.2	1.2	0.7	0.9	1.1	1.1	1.0
Favorit TV	0.6	1.0	1.2	1.4	1.1	0.5	0.9	1.4	1.6	1.2
Other Romanian private channels	~	~	~	~	4.1	~	~	~	~	4.0
Romanian private channels	53.4	56.6	58.5	60.7	66.4	57.0	60.2	62.2	65.2	71.0
Cartoon Network	~	1.8	0.5	2.4	2.3	~	1.1	0.3	1.5	1.4
Minimax	1.2	1.4	1.6	2.0	1.8	0.4	0.6	0.6	0.7	0.5
Disney Channel (ex JETIX)	1.0	1.1	1.2	1.8	1.8	0.5	0.7	0.7	1.2	1.2
Discovery	0.8	0.7	0.9	0.7	0.8	0.5	0.5	0.7	0.6	0.6
Eurosport	~	0.7	0.7	0.7	0.6	~	0.6	0.5	0.6	0.5
Foreign channels	3.0	5.7	10.9	9.0	8.9	1.4	3.5	4.6	6.7	6.3
Others	19.5	15.7	14.3	23.2	17.6	15.5	12.6	15.5	20.3	15.1

① Broadcast since 1st July 2005.

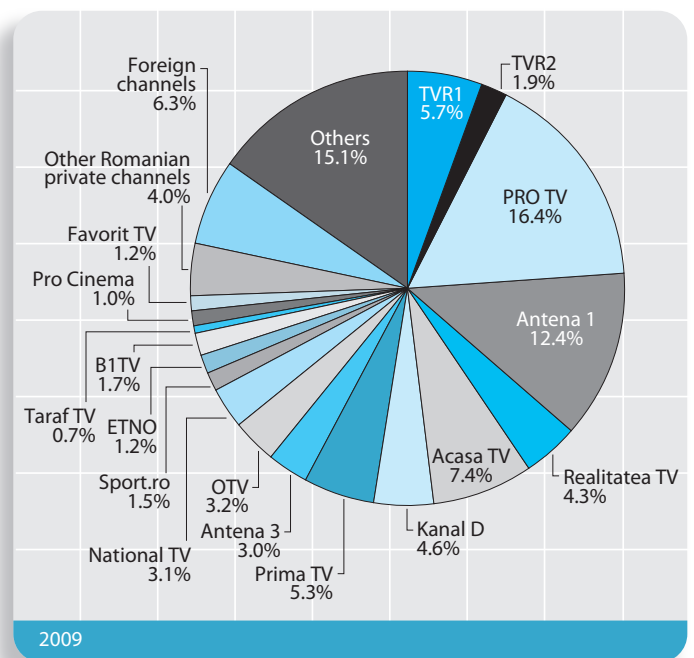
② Before 2008: Eurodata TV Worldwide, TNS, AGB INTERNATIONAL, ARMADATA SRL

Source: Eurodata TV Worldwide, GfK Romania, Copyright: Armadata SRL ②

Daily share. In %, 4 years +.



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



In the last few years, several trends have emerged on the Russian media market. Firstly, all the national channels are now owned by the state or industrial groups controlled by the state, that is to say closely linked to the government. Secondly, competition has intensified and audiences have naturally become segmented. Moreover, new television projects have materialised and new transmission technologies have been developed. However, in 2010 the pay-TV market, especially cable, has undergone a concentration process.

2010 has been marked by a number of mergers and acquisitions in the media and telecommunications sector:

- In April, Bank Rossiya, which already owns the National Media Group (the main cable operator and principal shareholder of RENTV and Channel 5), said it had acquired Video International, one of the main advertising agencies.
- In June, the company Comstar, the Russian pay-TV market leader, merged with MTS.
- In June, the Rostelecom group increased its stake in Svyazinvest, the main telecommunications group.
- In June, the Onexim Group acquired a 51.1% stake in the RBC group, which in particular operates the business information channel RBC-V.
- In July, the company Media-1, which controls 33 regional stations and whose agreement with Walt Disney was rejected by the federal anti-monopoly regulator, merged with AF Media Holding, which operates the national channel 7TV and a music channel, to form the YUTV group.
- In July, the telecommunications group MTS, which owns 62% of Comstar-UTS, acquired the Multiregion group, which serves 37 towns and cities.
- In August, there were suggestions that the RTL Group may sell its stake in REN TV, in which it holds 30%. The sale is unlikely to take place in 2010 but could materialise in 2011.
- Akada, the third largest cable-operator, has become a target for investors, especially Svyazinvest.

The advertising market slumped in 2008 and 2009, but according to a study by the M Group published in early November 2010 it has recovered well in 2010 and should reach 228 billion roubles (5.4 billion euros), equivalent to a growth of 12%. 15% growth is expected in 2011. According to an Aegis Media study, television accounted for 56% of the advertising market in 2010 even though the cost per mille is significantly higher than for other media. Although product placement is illegal, this market is estimated to be worth 9 billion roubles (21.3 million euros).

Les dernières années ont révélé plusieurs tendances au sein du marché russe des médias. D'une part, toutes les chaînes nationales sont désormais la propriété de l'Etat ou de groupes industriels qui sont soit contrôlés par l'Etat, soit liés de près au gouvernement. D'autre part, la concurrence s'est intensifiée, les publics se sont naturellement segmentés, de nouveaux projets télévisuels ont vu le jour et de nouvelles technologies de diffusion ont été mises au point. En 2010 cependant le marché de la télévision à péage, et en particulier du câble, a connu un processus de concentration.

L'année 2010 a été marquée par un nombre assez important de mouvements capitalistiques dans le secteur des médias et des télécommunications :

- En avril, la banque Rossiya, déjà propriétaire du National Media Group (principal câblo-opérateur et principal actionnaire de RENTV et de Channel 5) aurait acquis Video International, une des principales régies publicitaires.
- En juin, la société Comstar, leader du marché russe de la télévision à péage, a été complètement fusionnée dans la société MTS.
- En juin, le groupe Rostelecom a renforcé ses positions au sein de Svyazinvest, principal groupe de télécommunication.
- En juin, le Onexim Group a acquis 51,1 % du capital du groupe RBC, qui édite notamment la chaîne d'information financière RBC-V.
- En juillet, la société Media-1, qui contrôle 33 stations régionales, et dont l'accord avec Walt Disney avait été refusé par le service fédéral anti-monopole, a fusionné avec AF Media Holding, une société éditrice de la chaîne nationale 7TV et d'une chaîne musicale, pour former le groupe YUTV.
- En juillet, le groupe de télécommunication MTS, qui détient 62 % de Comstar-UTS a acquis le groupe Multiregion, qui dessert 37 villes.
- En août, a été évoquée l'hypothèse d'un retrait du RTL Group du capital de REN TV, dont il détient 30%. Le retrait ne devrait pas être effectif en 2010 mais pourrait se concrétiser en 2011.
- Akada, le troisième câblo-opérateur est devenu une cible pour les investisseurs, et en particulier pour Svyazinvest.

Le marché publicitaire a connu une forte récession en 2008 et 2009. Cependant, une étude du Group M, publiée début novembre 2010, indique qu'il est marqué par une nette reprise en 2010 et devrait atteindre 228 milliards de roubles (soit 5,4 milliards d'euros) en 2010, ce qui représente une croissance de 12%. Une croissance de 15% est attendue en 2011.

Die vergangenen Jahre haben mehrere Trends auf dem russischen Medienmarkt aufgezeigt. Zum einen befinden sich nunmehr sämtliche landesweiten Fernsehsender im Besitz des Staates oder von Konzernen, die entweder unter der Kontrolle des Staates stehen oder eng mit der Regierung verbunden sind. Zum anderen hat sich der Wettbewerb verschärft, was zu einer natürlichen Aufteilung der Zuschauer geführt hat. Es sind neue Fernsehprojekte entstanden und es wurden neue Verbreitungstechnologien entwickelt. 2010 hat allerdings eine Konzentration des Pay-TV-Marktes stattgefunden, insbesondere im Bereich Kabelfernsehen.

Das Jahr 2010 war durch eine vergleichsweise hohe Anzahl an kapitalintensiven Transaktionen in der Medien- und Telekommunikationsbranche gekennzeichnet:

- Im April hat die Bank Rossiya, der bereits die National Media Group gehört (der größte Kabelnetzbetreiber und Hauptaktionär von RENTV und Channel 5), angeblich die Firma Video international, eines der größten Werbeunternehmen, übernommen.
- Im Juni wurde Comstar, der Marktführer auf dem russischen Pay-TV-Markt, vollständig von MTS übernommen.
- Im Juni hat der Konzern Rostelecom seine Position innerhalb von Svyazinvest, dem größten Telekommunikationsunternehmen, verstärkt.
- Im Juni hat die Onexim Group 51,1 % der Anteile an der RBC-Gruppe, die u.a. den Wirtschaftskanal RBC-V betreibt, übernommen.
- Im Juli hat die Firma Media-1, die 33 Regionalsender kontrolliert und deren Abkommen mit Walt Disney von der Kartellbehörde abgelehnt worden war, mit der AF Media Holding fusioniert, dem Betreiber des landesweiten Senders 7TV und eines Musiksenders, und das Unternehmen YUTV gegründet.
- Im Juli hat der Telekommunikationskonzern MTS, der 62 % der Anteile an Comstar-UTS hält, die Multiregion-Gruppe übernommen, die in 37 Städten tätig ist.
- Im August ist über einen Rückzug der RTL Group aus der 30%-Beteiligung an REN TV spekuliert worden. Der Rückzug dürfte 2010 nicht mehr stattfinden, könnte aber 2011 konkrete Formen annehmen.
- Akada, der drittgrößte Kabelnetzbetreiber, ist ein Ziel für Investoren geworden, darunter insbesondere für Svyazinvest.

Der Werbemarkt hat 2008 und 2009 eine starke Rezession erlebt, dürfte sich aber laut einer Studie von Group M von Anfang November 2010 wieder deutlich erholt haben und 2010 ein Marktvolumen von 228 Mio. Rubel (5,4 Mrd. Euro)

According to a study by J'son & Partners Consulting, the pay-TV market should be worth USD 940 million in 2010, which is an increase of 110 million over 2009. The number of households that subscribe to a pay-TV service is likely to reach 16.3 million in 2010 (compared with 14.5 million in 2009), then 18 million in 2011 and more than 22 million in 2014. According to the same source, the main pay-TV operators in 2010 are Tricolor TV (4.6 million subscribers), Comstar-UTS (2.1 million), ER-Telecom (1.1 million), Multiregion (750 000), NTV-Plus (650 000) and Svyazinvest (510 000). According to Rostelecom, the pay-TV market will probably be worth USD 2.6 billion in 2015, with cable accounting for 1.2 billion, satellite 1.1 billion and IPTV services 324 million. Rostelecom, which is present in all three segments, anticipates holding 50% of the market in 2015.

In the last few years, the cable television market has developed rapidly. According to the association of cable operators AKTR, 25 of the 45 million Russian households are likely to subscribe to cable in 2015, whereas 15 million will use the satellite services and only 5 million terrestrial broadcasting services. The 6 principal cable distributors are Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Svyazinvest, ERTelecom Holding (Perm) and Multiregion (which has been taken over by Comstar-UTS). There are two main players on the regional cable market, UCN and NKS, which cover 16 and 7 regions respectively. In October 2010, Rostelecom obtained five-year licences from the Federal Service for the Supervision of Telecommunications to provide cable services in 75 regions.

There are five satellite operators in the Russian market today and the number of homes using this method of reception is estimated at over 6 million (2009): NTVPlus, Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD (launched in 2008) and Raduga TV (launched in 2009). Most of them have added channels to their packages in 2010. The launch of a sixth platform, Telekarta, was announced in September 2010. Transmission in HD and 3D has become an important issue for the platforms and Orion Express and NTV Plus carried out their first transmissions during the summer.

IPTV services are continuing to develop, especially in the big cities, as a result of broadband internet access. The four main services are run by four telecommunications companies: Stream-TV (Comstar-Direct, 2005), Webstream-TV (Sibirtelecom, 2006), Disel-TV (UTK, 2006) and Qwerty.tv (Central Telegraph, 2006). Stream-TV is the market leader. A large number of projects are either

Selon une étude Aegis Media, la télévision représenterait 56 % du marché publicitaire en 2010, malgré le fait que son coût pour mille reste nettement plus élevé que celui des autres médias. Le marché du placement de produits, bien qu'illégal, est évalué à 9 milliards de roubles, soit 21,3 millions d'euros.

Selon une étude de J'son & Partners Consulting, le marché de la télévision à péage devrait représenter 940 millions de USD en 2010, soit une augmentation de 110 millions par rapport à 2009. Le nombre de foyers abonnés à un service de télévision à péage devrait atteindre 16,3 millions en 2010 (contre 14,5 millions en 2009) puis 18 millions en 2011 et plus de 22 millions en 2014. Selon la même source, les principaux opérateurs de la télévision à péage en 2010 sont Tricolor TV (4,6 millions d'abonnés), Comstar-UTS (2,1 millions), ER-Telecom (1,1 million), Multiregion (750 000), NTV-Plus (650 000) et Svyazinvest (510 000). Selon Rostelecom, le marché de la télévision à péage devrait représenter 2,6 milliards de dollars en 2015. Le câble en représenterait 1,2 milliard, le satellite 1,1 et les services IPTV 324 millions. Rostelecom, qui est présent sur les trois segments, envisage de détenir 50 % du marché en 2015.

Au cours des dernières années, le marché de la télévision câblée s'est développé activement. Selon l'association des câblo-opérateurs AKTR, 25 des 45 millions de foyers russes devraient être abonnés au câble en 2015, alors que 15 millions utiliseraient les services satellite et seulement 5 millions les services de diffusion terrestre. Les 6 principaux distributeurs par câble sont Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Sviyazinvest, ERTelecom Holding (Perm) et Multiregion (racheté par Comstar-UTS). Le marché régional du câble comprend deux acteurs principaux, UCN et NKS, qui couvrent respectivement 16 et 7 régions. En octobre 2010, Rostelecom a obtenu du Service fédéral pour la supervision des télécommunications des licences de 5 ans pour fournir des services de câble dans 75 régions.

Il existe aujourd'hui cinq opérateurs satellite sur le marché russe, le nombre de foyers utilisant ce mode de réception étant estimé à plus de 6 millions (2009) : NTVPlus, Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD (lancé en 2008) et Raduga TV (lancé en 2009). La plupart d'entre eux ont renforcé leurs bouquets en 2010. Le lancement d'une sixième plate-forme, Telekarta, a été annoncé en septembre 2010. La transmission en HD et 3D est devenue un enjeu pour les plates-formes : Orion Express et NTV Plus ont réalisé leurs premières transmissions durant l'été.

Les services IPTV continuent de se développer, surtout dans les grandes villes

erreichen (plus 12 %). Für 2011 wird ein Wachstum von 15 % erwartet. Nach einer Studie von Aegis Media entfallen 2010 56 % des Werbemarktes auf das Fernsehen, und dies obwohl der Tausenderpreis höher als bei anderen Medien ist. Produktplatzierung ist zwar verboten, dennoch wird das Volumen dieses Marktes auf 9 Mrd. Rubel (21,3 Mio. Euro) geschätzt.

Nach einer Studie von J'son & Partners Consulting beläuft sich das Pay-TV-Marktvolumen 2010 auf 940 Mio. USD, ein Anstieg um 110 Mio. gegenüber 2009. Die Anzahl der Pay-TV-Abonnenten dürfte 2010 16,3 Mio. (gegenüber 14,5 Mio. 2009), 2011 rund 18 Mio. und 2014 über 22. Mio. Haushalte erreichen. Die größten Pay-TV-Betreiber sind 2010 laut der gleichen Quelle Tricolor TV (4,6 Mio. Abonnenten), Comstar-UTS (2,1 Mio.), ER-Telecom (1,1 Mio.), Multiregion (750 000), NTV-Plus (650 000) und Svyazinvest (510 000). Laut Rostelecom wird das Pay-TV-Marktvolumen bis 2015 auf 2,6 Mrd. USD ansteigen. Davon werden 1,2 Mrd. auf Kabelfernsehen, 1,1 Mrd. auf Satellitenfernsehen und 324 Mio. auf IPTV entfallen. Die Rostelecom, die in allen drei Marktsegmenten vertreten ist, will bis 2015 einen Marktanteil von 50 % erreichen.

Der Kabelfernsehmarkt hat sich seit einigen Jahren stetig weiterentwickelt. Nach einer Schätzung des Verbands der Kabelnetzbetreiber AKTR werden 2015 zwischen 25 und 45 Mio. Haushalte Kabelfernsehen, 15 Mio. Satellitenfernsehen und nur 5 Mio. terrestrisches Fernsehen nutzen. Die sechs größten Kabelunternehmen sind Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Svyazinvest, ERTelecom Holding (Perm) und Multiregion (übernommen von Comstar-UTS). Auf dem regionalen Kabelmarkt gibt es zwei große Anbieter, UCN und NKS, die 16 bzw. 7 Regionen abdecken. Im Oktober 2010 hat Rostelecom von der russischen Aufsichtsbehörde für Telekommunikation Fünfjahreslizenzen für die Bereitstellung von Kabelfernsehdiensten in 75 Regionen erhalten.

Es gibt heute fünf Satellitenbetreiber auf dem russischen Markt, die geschätzte mehr als sechs Millionen Haushalte versorgen (Stand 2009): NTVPlus, Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD (seit 2008) und Raduga TV (seit 2009). Die meisten dieser Plattformen haben ihre Bouquets 2010 ausgebaut. Im September 2010 wurde der Start einer sechsten Plattform, Telekarta, angekündigt. Zu einem zunehmend wichtigen Geschäftsfeld dieser Plattformen entwickelt sich das HD- und 3D-Fernsehen: Orion Express und NTV Plus sind als erste mit entsprechenden Angeboten im Sommer an den Start gegangen.

Die Zahl der IPTV-Dienste steigt dank des verfügbaren Breitbandzugangs insbe-

under consideration or in the process of being launched.

VimpelCom conducted new tests of personal mobile television using the DVB-H standard in Moscow in December 2009. Several tests of this type have been carried out but no service has yet been officially launched.

On 3 December 2009, Prime Minister Vladimir Putin signed an order approving the Federal Programme for the Development of Radio and Television Broadcasting for the period 2009-2015. This was the normal legislative action required in response to the approval, on 21 September 2009, of the Government Resolution on the model of the Federal Target Programme and the development and approval by the government in 2007 of the conceptual framework for the development of broadcasting between 2008 and 2015.

With its order of 3 December 2009, the Government allocated a maximum budgetary provision of 76 million roubles for the implementation of the programme, out of an estimated total cost of 122 million. Once the Federal Target Programme is completed, the government will spend 4.6 million a year for the broadcasting of must-carry free-to-air programmes. The entire population will be guaranteed access to 20 free-to-air television channels, including 8 must-carry programmes (approved by the decree of the President of the Russian Federation of 24 June 2009) and DTT penetration will reach 98.8%. The analogue switchoff will take place when more than 95% of households are equipped with decoders, which they will have to acquire individually and at their own cost (currently about RUB 1000). In August 2010, the Government Commission on the Development of TV and Radio Broadcasting called for a regional channel also to be provided. The analogue switchoff remains set for 2015.

grâce à l'accès Internet haut débit. Les quatre principales offres sont gérées par quatre sociétés de télécommunications : Stream-TV (Comstar-Direct, 2005), Webstream-TV (Sibirtelecom, 2006), Disel-TV (UTK, 2006) et Qwerty.tv (Central Telegraph, 2006). Stream-TV est leader du marché. De multiples projets sont à l'étude ou en cours de lancement.

VimpelCom a effectué à Moscou en décembre 2009 de nouveaux tests de transmissions de télévision mobile personnelle, via la norme DVB-H. Plusieurs opérations de ce type ont déjà été menées, mais aucun service n'est encore officiellement lancé.

Le 3 décembre 2009, le Premier ministre Vladimir Poutine a signé une ordonnance approuvant le Programme fédéral de développement de la radiodiffusion télévisuelle et radiophonique pour la période 2009-2015). Il s'agit de la suite législative naturelle à l'approbation, le 21 septembre 2009, de la Résolution du Gouvernement relative au modèle du Programme fédéral ciblé de ainsi qu'au développement et à l'approbation en 2007 par le Gouvernement du cadre conceptuel pour le développement de la radiodiffusion entre 2008 et 2015.

Par l'ordonnance du 3 décembre 2009, le Gouvernement attribue une enveloppe maximale de 76 millions de roubles sur le budget fédéral pour la mise en œuvre du programme, sur un coût total estimé de 122 millions. Le gouvernement dépensera 4,6 millions chaque année, une fois le programme fédéral ciblé terminé, pour la diffusion des programmes gratuits soumis au *must-carry*. L'accès à 20 chaînes de télévision gratuites, incluant 8 programmes soumis au *must-carry* (approuvé par le décret du Président de la Fédération de Russie du 24 juin 2009) sera garanti à l'ensemble de la population, alors que la pénétration de TNT atteindra 98,8 %. L'extinction de l'analogique interviendra lorsque plus de 95 % des foyers seront équipés de décodeurs, que les ménages doivent acquérir individuellement et à leurs frais (actuellement, ils coûtent environ 1 000 RUB). En août 2010, la Commission gouvernementale pour le développement de la radiodiffusion a demandé qu'une chaîne régionale soit également proposée. La date de l'extinction des transmissions analogiques terrestres demeure fixée en 2015.

sondere in den großen Städten weiter. Die vier größten Dienste werden von vier Telekommunikationsunternehmen angeboten: Stream-TV (Comstar-Direct, 2005), Webstream-TV (Sibirtelecom, 2006), Disel-TV (UTK, 2006) und Qwerty.tv (Central Telegraph, 2006). Marktführer ist Stream-TV. Zahlreiche Vorhaben stecken noch in der Planung oder stehen kurz vor der Einführung.

Des Weiteren hat VimpelCom im Dezember 2009 in Moskau neue Tests für personalisiertes Mobilfernsehen im DVB-H-Standard durchgeführt. Es wurden bereits mehrere Versuche in dieser Richtung unternommen, aber Dienste wurden offiziell noch keine gestartet.

Am 3. Dezember 2009 hat Premierminister Vladimir Putin eine Verordnung zur Genehmigung des staatlichen Programms für die Entwicklung von Fernsehen und Hörfunk für die Jahre 2009-2015 unterzeichnet. Das Dekret folgt im Gesetzgebungsverfahren der Verabschiedung des Regierungsbeschlusses der Regierung der Modalitäten für dieses staatliche Programm am 21. September 2009 sowie der Entwicklung und Verabschiedung (2007) des konzeptionellen Rahmens für die Entwicklung des Rundfunks zwischen 2008 und 2015 durch die Regierung.

Mit der Verordnung vom 3. Dezember 2009 stellt die Regierung einen Höchstbetrag von 76 Mio. Rubel aus dem Staatshaushalt für die Umsetzung des Programms zur Verfügung, dessen Gesamtkosten auf 122 Mio. Rubel geschätzt werden. Nach Ablauf des staatlichen Programms wird die Regierung pro Jahr 4,6 Mio. Rubel für die Übertragung kostenloser Programme bereitstellen, die den *Must-Carry*-Regeln unterliegen. So soll für die gesamte Bevölkerung der Zugang zu 20 frei empfangbaren Fernsehsendern, davon 8 gemäß *Must-Carry*-Regeln, gewährleistet werden (per Dekret des Präsidenten der Russischen Föderation vom 24. Juni 2009 bestätigt). Gleichzeitig soll die DVB-T-Haushaltsdurchdringung 98,8 % erreichen. Die Abschaltung des Analogfernsehens soll erfolgen, wenn über 95 % der Haushalte mit einem entsprechenden Decoder ausgestattet sind, den die Haushalte auf eigene Kosten anschaffen müssen (Kostenpunkt derzeit rund 1 000 Rubel). Im August 2010 hat die Regierungskommission für die Entwicklung des Rundfunks auch die Bereitstellung eines Regionalsenders gefordert. Das Datum für die Abschaltung des analogen Antennenfernsehens bleibt für 2015 vorgesehen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.07	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	142 200	GKS
Households		–	50 604	European Audiovisual Observatory estimates
TV households		98.0%	49 592	TNS / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		28.0%	14 169	Groteck / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		3.95%	2 000	Groteck / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		4.9%	2 500	Groteck / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households		4.9%	2 500	Groteck / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0.2%	100	Groteck / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0.2%	100	Groteck / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		9.3%	4 700	Groteck / European Audiovisual Observatory
Households with PC		22.0%	11 133	Groteck / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		7.2%	3 643	Groteck / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.07	Companies
Cable operators	600	Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Sviyazinvest, ERTelecom Holding, Multiregion,...
Satellite packagers	7 ¹	NTV-Plus, Tricolor TV, Orion Express, Plaforma HD, Raduga TV, Continent TV (March 2010), Telekarta (September 2010)
IPTV packagers	21	Comstar-Direct, Sibirtecom, UTK, Central Telegraph,...
DTT packagers	4	~
Mobile phone TV packagers	3	~

¹ Data as at 1st November 2010.

TV channels established in the country by kind of transmission	09.06	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)		6	9	15
DTT/Cable/Satellite/IPTV/Mobile		3	61	64
Regional/Local		~	~	1 500
Regional/Local windows			12	12
Channels targeting foreign markets		4	2	6
Total				1 597
<i>Foreign channels targeting the country</i>			14	14

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

T.1.RU.1
G.1.RU.1

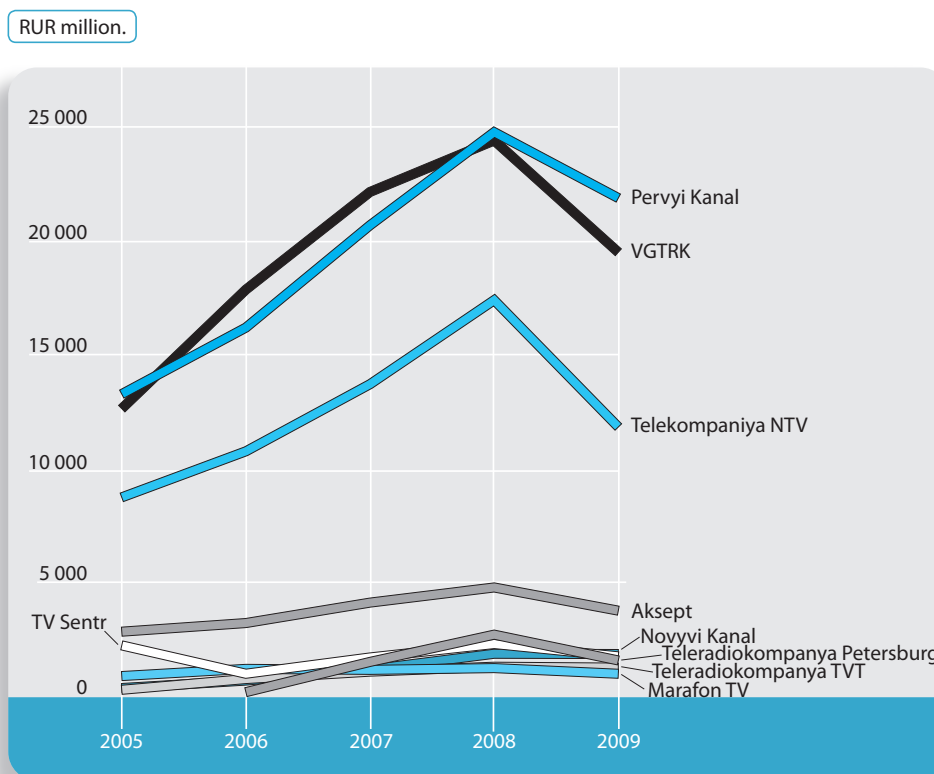
Operating revenues of the main television companies in the Russian Federation 2006-2009 RUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Pervyi Kanal	sptv	Pervyi Kanal	16 251.3	20 762.6	24 869.4	21 962.7	-11.7%
VGTRK	sptv		17 925.3	22 232.0	24 500.3	19 572.8	-20.1%
- Telekanal Rossiya	sptv	Rossiia	3 284.0	1 296.5	1 523.9	1 243.7	-18.4%
Telekompaniya NTV	adtv	NTV	10 796.1	13 756.4	17 461.1	11 867.2	-32.0%
Aksept	adtv	Ren TV	3 223.3	4 124.5	4 792.6	3 769.5	-21.3%
Novyyi Kanal	adtv	Domashny	686.6	1 176.7	1 868.7	1 856.7	-0.6%
TV Sentr	adtv	TV Sentr (Center TV)	988.2	1 705.9	2 299.0	1 754.7	-23.7%
Teleradiokompanya Petersburg	rtv	TV Petersburg	176.7	1 510.0	2 711.5	1 574.3	-41.9%
Teleradiokompanya TVT	adtv	TBT	755.0	1 080.5	1 297.3	1 259.3	-2.9%
Marafon TV	adtv	CTC (STS)	1 202.5	1 159.1	1 236.2	986.8	-20.2%

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Vimpel Communications ①	3play	Beeline TV	116 533.3	155 566.3	179 673.6	200 391.2	11.5%
Mobilnye Telesystemy (MTS) ①	3GTV	MTS TV	115 533.3	147 302.8	188 580.2	~	~
Tsentrlnaya Telekommunikatsionnaya Kompaniya ①	3play	CenterTelecom TV	28 395.3	32 409.1	33 715.2	36 433.7	8.1%
Severo-Zapadnyi Telekom ①	3play	Avangard TV	20 524.7	23 661.4	24 499.9	26 295	7.3%
Yuzhnaya Telekommunikatsionnaya Kompaniya ①	3play	Disel-TV (UTK)	17 664.4	18 772.4	20 883.8	21 857	4.7%
Komstar-Obyedinnyye Telesistemy ①	3play	Stream TV	3 505.3	6 205.2	8 974.8	11 066.1	23.3%
NTV Plyus	packtv	NTV+	4 960.8	6 529.8	7 502.2	~	~
Tsentrlnyi Telegraf ①	3play	Qwerty.tv	2 536.4	3 399.1	3 420.7	3 613.7	5.6%
Orion Ekspres	packtv	Orion Ekspres	48.9	98.2	224.2	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: Creditreform, BVDEP (Amadeus), European Audiovisual Observatory



T.1.RU.2
G.1.RU.2

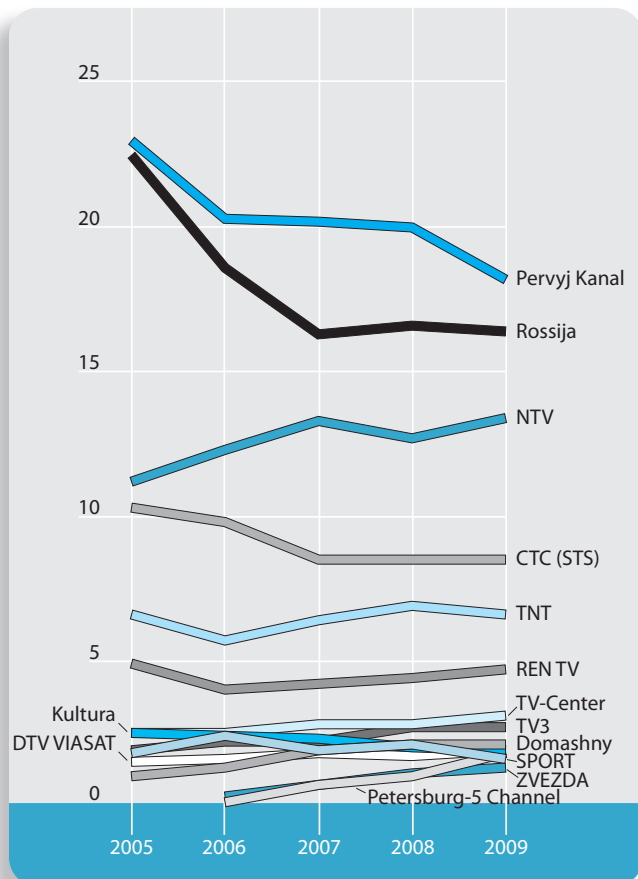
TV audience market shares in urban population of the Russian Federation 2005-2009 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Pervyj Kanal	23.0	20.3	20.2	20.0	18.2	23.9	20.7	22.4	21.1	17.6
Rossija	22.5	18.6	16.3	16.6	16.4	25.2	20.3	17.6	18.2	18.8
NTV	11.2	12.3	13.3	12.7	13.4	11.5	12.5	14.9	13.8	14.9
CTC (STS)	10.3	9.8	8.5	8.5	8.5	10.4	11.3	8.7	8.7	9.1
TNT	6.6	5.7	6.4	6.9	6.6	6.3	5.9	6.5	7.2	7.1
REN TV	4.9	4.0	4.2	4.4	4.7	4.5	3.6	3.7	3.9	4.1
TV-Center	2.5	2.5	2.8	2.8	3.1	2.3	2.2	2.3	2.4	2.6
TV3	1.9	2.2	2.2	2.7	2.7	1.7	2.0	1.9	2.3	2.6
Domashny	1.0	1.3	1.9	2.1	2.1	0.9	1.2	1.6	1.9	1.8
Kultura	2.5	2.4	2.3	2.0	1.9	2.2	2.2	2.2	2.1	1.9
DTV VIASAT	1.5	1.6	1.8	1.7	1.9	1.2	1.3	1.4	1.4	1.7
Petersburg-5 Channel		0.1	0.7	1.0	1.8		0.1	0.6	0.9	1.5
SPORT	1.8	2.4	1.9	2.1	1.6	1.5	2.0	1.5	1.8	1.5
ZVEZDA		0.3	0.7	1.1	1.3		0.3	0.6	0.9	1.1
MTV Russia	1.1	1.1	0.9	1.0	1.0	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7
Vesti			0.3	0.8	0.9			0.2	0.5	0.6
Muz TV	1.0	1.3	1.3	1.0	0.7	0.7	0.9	1.0	0.7	0.5
2X2	~	~	~	~	0.6	~	~	~	~	0.7
7TV	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
Euronews	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
Rambler	0.3	0.3	0.1	-	-	0.3	0.2	0.1	-	-
Others	7.3	13.4	13.8	12.1	12.1	6.4	12.2	11.9	11.2	10.9

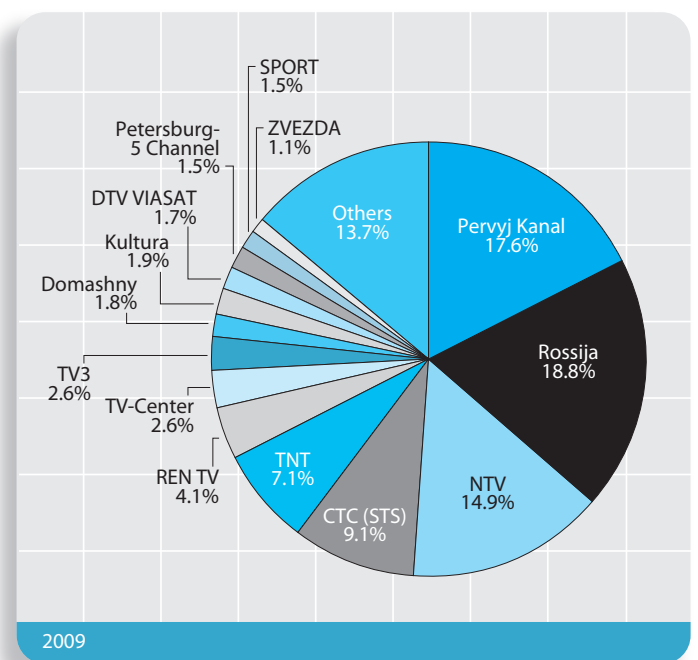
From 2006, market shares are normalised (not taking into account external devices such as DVD, VCR ...)

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS Gallup Media

Daily share. In %, 4 years +.



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



The main players in the Swedish broadcasting market are public broadcaster SVT, private Swedish groups Bonnier (TV4 and Nordic Canal+ 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.

In 2009, the public channel SVT1 regained its position as the most watched channel in Sweden, with an increased daily audience share of 20.9%, ahead of TV4 (Bonnier), which fell below the 20% mark. SVT2, Sweden's second public channel, dropped to 7.5% (a market share that has virtually been halved in the space of three years) and lost third place to TV3 (MTG) with 8.4%. It is followed by Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) and TV6 (MTG), two established channels, and TV3, broadcast from the United Kingdom.

The combined audience share of these six main channels was only 68.8% in 2009, compared to almost 80% three years earlier. Due to this audience fragmentation, the broadcasting groups have increased their range of specialist channels. In terms of total audience share per group, the six SVT channels saw their market share fall from 39.3% in 2006 to 35.9% in 2009, in contrast to the nine TV4 channels, whose share rose from 26% to 28.3% in 2009.

As far as channel distribution is concerned, 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 (Carlyle Group and Providence Equity) dominates the cable television market with 1.76 million subscribers at the end of 2009, including more than 575,000 households with a subscription to one of its digital pay-TV packages.

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 with 418,000 subscribers on 30 June 2010. 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) announced that it would be dropping out of the IPTV market in 2010 in order to concentrate on digital terrestrial television, numerous other operators are active in the IPTV market, such as Fast TV or B2 broadband (Telenor).

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.

En 2009, la chaîne publique SVT1 est redevenue la chaîne la plus regardée en Suède, avec une part de marché d'audience quotidienne en progression à 20,9 %, devant TV4 (Bonnier), qui passe sous la barre des 20 %. SVT2, la seconde chaîne publique suédoise, recule à 7,5 % (une part de marché pratiquement divisée par deux en trois ans) et perd sa troisième position au profit de TV3 (MTG) qui affiche 8,4 %. Derrière se trouvent Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) et TV6 (MTG), deux chaînes établies, comme TV3, au Royaume-Uni.

La part d'audience de ces six chaînes dominantes ne représente plus que 68,8 % en 2009 contre presque 80 % trois ans plus tôt. Devant la fragmentation des audiences, les groupes de radiodiffusion ont multiplié leurs chaînes thématiques. Lorsque l'on tient compte de l'audience cumulée par groupe, les chaînes SVT (6 chaînes) voient leur part de marché diminuer de 39,3 % en 2006 à 35,9 % en 2009, contrairement aux chaînes TV4 (9 chaînes), qui passent de 26 % à 28,3 % en 2009.

Au niveau de la distribution de chaînes, les principaux acteurs du marché demeurent les groupes suédois MTG, TeliaSonera et Teracom, ainsi que le câblo-opérateur Com Hem et le groupe norvégien Telenor.

Com Hem (Carlyle Group et Providence Equity) domine le marché de la télévision par câble avec 1,76 million d'abonnés à la fin de l'année 2009, dont plus de 575 000 foyers souscrivant à l'un de ses bouquets numériques payants.

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 418 000 abonnés au 30 juin 2010. 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 broadband (Telenor).

Die wichtigsten Akteure des schwedischen Rundfunkmarktes sind das öffentlich-rechtliche Unternehmen SVT, die schwedischen Privatkonzerne Bonnier (TV4-Dienste und die nordischen Programme von Canal+), 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.

Der öffentlich-rechtliche Sender SVT1 hatte 2009 mit einer auf 20,9 % gestiegenen täglichen Einschaltquote wieder die meisten Zuschauer in Schweden, vor TV4 (Bonnier) mit weniger als 20 %. SVT2, das zweite öffentlich-rechtliche Programm, fiel auf 7,5 % zurück (womit sich sein Marktanteil innerhalb von drei Jahren praktisch halbierte) und verlor damit seinen dritten Platz an TV3 (MTG) mit 8,4 %. 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.

Die Einschaltquoten dieser sechs führenden Sender lagen 2009 bei mehr als 68,8 %; drei Jahre zuvor waren es noch fast 80 %. Aufgrund der Aufsplittung der Zuschauer bieten die Rundfunkunternehmen vermehrt Spartenkanäle an. Berücksichtigt man die kumulierten Zuschauerzahlen aller Dienste eines Unternehmens, sank der Marktanteil der sechs SVT-Kanäle von 39,3 % 2006 auf 35,9 % 2009, im Gegensatz zu den neun TV4-Sendern, die von 26 % auf 28,3 % 2009 zulegten.

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 (Carlyle Group und Providence Equity) dominierten den Kabelfernsehmarkt mit 1,76 Mio. Abonnenten Ende 2009, von denen über 575 000 eines der kostenpflichtigen Digitalbouquets abonniert hatten.

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) schließlich dominierte weiterhin den IPTV-Markt mit 418 000 Abonnenten am 30. Juni 2010. Dank der deutlich steigenden Abonnentenzahl behauptete sich Telia als drittgrößter Pay-TV-Betreiber, hinter Com Hem (Kabel) und Boxer (DVB-T). Auch wenn Boxer (Teracom) für 2010 den Rückzug aus dem IPTV-Markt zugunsten des digitalen terrestrischen Fernsehens

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 did, however, in 2009 face a drop in its number of subscribers, which fell to 533 000 in December 2009.

Nevertheless, the Swedish authority RTVV awarded broadcasting licences to 11 new channels, including seven high definition channels, on the DTT network in June 2010. The launch of these channels at the end of 2010 could breathe new life into the Swedish DTT market.

Three mobile telephony operators offer 3G television services: TeliaSonera, Tele2 and Hi3G. The first two provide in particular access to a package of five streamed TV4 channels, which was launched in May 2010. In September 2010, the audience measuring body, MMS, announced the publication of a report on the growing audience for mobile television in Sweden.

Several investment changes occurred in 2009/10. After buying C More Entertainment Group (Nordic Canal+ channels) from ProSiebenSat.1 Media AG in December 2008, TV4 (Bonnier group) announced in May 2010 that it had sold 35% of the group to Telenor. C More Entertainment had more than 1 million subscribers in the Nordic countries in 2010. Meanwhile, MTG announced in February 2010 that it had bought 50% of Raduga Holdings S.A., the company that distributes the Russian satellite package Raduga, launched in February 2009. Finally, in March 2010 Luxembourg-based group SES Astra acquired the final 10% of satellite operator SES Sirius, as a result of which the Sirius 4 satellite was renamed Astra 4A in June 2010.

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 audiovisual authority), which replaces the radio and television authority (Radio-och TV-Verket, RTVV) and the Swedish audiovisual commission (Granskningsnämnden för radio och TV, GRN).

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, pour atteindre 533 000 en décembre 2009.

Toutefois, l'autorité suédoise RTVV a attribué en juin 2010 des licences de diffusion pour 11 nouvelles chaînes sur le réseau TNT, dont 7 en haute-définition. Le lancement de ces chaînes à la fin de l'année 2010 pourrait redynamiser le marché de la TNT suédoise.

Trois opérateurs de téléphonie mobile proposent des services de télévision 3G : TeliaSonera, Tele2 et Hi3G. Les deux premiers proposent en particulier l'accès à un bouquet de 5 chaînes TV4 proposées en streaming et inauguré en mai 2010. L'institut de mesure d'audience MMS annonce en septembre 2010 la publication d'un rapport sur l'audience grandissante de la télévision mobile en Suède.

Plusieurs opérations économiques se sont déroulées en 2009/2010. Après avoir racheté C More Entertainment Group (chaînes Canal+ nordiques) en décembre 2008 à ProSiebenSat.1 Media AG, TV4 (groupe Bonnier) a annoncé en mai 2010 en avoir cédé 35 % à Telenor. C More Entertainment affiche en 2010 plus d'un million d'abonnés dans les pays nordiques. MTG a, quant à lui, annoncé en février 2010 avoir acheté 50 % de Raduga Holdings S.A., l'entreprise distribuant le bouquet satellite russe Raduga, lancé en février 2009. Enfin, le groupe Luxembourgeois SES Astra a racheté en mars 2010 les 10 % de l'opérateur satellite SES Sirius qu'il ne possédait pas encore. De ce fait, en juin 2010, le satellite Sirius 4 a été renommé Astra 4A.

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 (Radio-och TV-Verket, RTVV) et la Commission suédoise de l'audiovisuel (Granskningsnämnden för radio och TV, GRN).

angekündigt hat, gibt es noch zahlreiche andere IPTV-Betreiber, wie etwa Fast TV oder B2 broadband (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 Digitaltechnik in Schweden (die Abschaltung der analogen terrestrischen Signale erfolgte bereits 2007), verzeichnete aber 2009 sinkende Abonnenzenzahlen, die im Dezember 2009 bei 533 000 lagen.

Die schwedische Hörfunk- und Fernsehbehörde RTVV erteilte allerdings im Juni 2010 Lizenzen für elf neue DVB-T-Sender, von denen sieben hochauflösend verbreitet werden. Ihr für Ende 2010 Sendestart könnte dem schwedischen DVB-T-Markt neuen Schwung verschaffen.

Drei Mobilfunkbetreiber bieten Mobilfernsehdienste an: TeliaSonera, Tele2 und Hi3G. Die beiden Erstgenannten bieten insbesondere den Zugang zu einem Bouquet aus 5 TV4-Kanälen, die seit Mai 2010 per Streaming empfangbar sind. Das Institut für Zuschauerforschung MMS kündigte im September 2010 die Veröffentlichung eines Berichts über die steigenden Zuschauerzahlen des Mobilfernsehens in Schweden an.

2009/2010 erfolgten mehrere Übernahmen. Nachdem TV4 (Bonnier-Gruppe) im Dezember 2008 die C More Entertainment Group (mit den nordischen Kanälen von Canal+) von der ProSiebenSat.1 Media AG übernommen hatte, teilte das Unternehmen im Mai 2010 mit, dass es 35 % seiner Anteile an Telenor abgetreten hat. C More Entertainment hatte 2010 in den nordischen Ländern über eine Million Abonnenten. MTG gab im Februar 2010 die 50 %ige Übernahme von Raduga Holdings S.A. bekannt, dem Betreiber des im Februar 2009 gestarteten russischen Satellitenbouquets Raduga. Die Luxemburger Gruppe SES Astra übernahm im März 2010 die restlichen noch fehlenden 10 % des Satellitenbetreibers SES Sirius. Aufgrund dieser Tatsache wurde der Satellit Sirius 4 im Juni 2010 in Astra 4A umbenannt.

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.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	9 341	Eurostat
Households		–	4 210	European Audiovisual Observatory estimates
TV households		97.5%	4 105	European Audiovisual Observatory estimates
Cable TV households		57.8%	2 435	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		21.0%	884	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		20.2%	850	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		15.8%	666	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		11.1%	469	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T Receivers		55.1%	2 320	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		100.0%	4 210	European Audiovisual Observatory
Households with PC		87.6%	3 688	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		64.3%	2 706	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	56	Screen Digest

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	111	Com Hem, Canal Digital (Telenor), Tele 2, etc.
Satellite packagers	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	>10	B2 Bredband "Bredbands Bolaget" (Telenor), Canal Digital (Telenor), Fast TV Net, Telia (TeliaSonera). Also at least 7 packagers serving the various municipal open broadband networks: Bahnhof, Disatra, IPSweden, Kramnet, Serverado, Telge, Viasat (MTG).
DTT multiplex operators and packagers	2	Multiplex operator: Teracom Pay-DTT packager: Boxer TV-Access (owned by Teracom)
Mobile phone TV packagers	3	Hi3G Access, Tele 2, TeliaSonera

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	16	20
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		3	44	47
Regional/Local			80	80
Regional/Local windows		13	16	29
Channels targeting foreign markets		1	96	97
Total		21	252	273
Foreign channels targeting the country		2	61	63

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	09.10	Free digital terrestrial	① Digital terrestrial Boxer	Cable Comhem	Satellite (full offer) Canal Digital	Satellite (full offer) Viasat	IPTV Telia- Sonera
Generalist - national		3	3	4	4	4	3
Generalist - foreign			2	19	16	22	7
Adult				2	3	3	2
Children		1	4	6	25	26	6
Culture/ education/ documentary		1	6	19	22	37	11
Minority interest groups			1	2			
Entertainment/ TV fiction/ games		1	7	12	29	34	10
Film			6	18	32	49	16
Home shopping							
International linguistic and cultural		1	1	9		1	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			1	4	9	2	1
Music			2	4	8	7	2
News/ business		1	4	10	12	10	4
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local							
Religion				2	2	3	
Sports			4	25	42	40	23
Various				1			1
Total		8	41	137	204	238	89

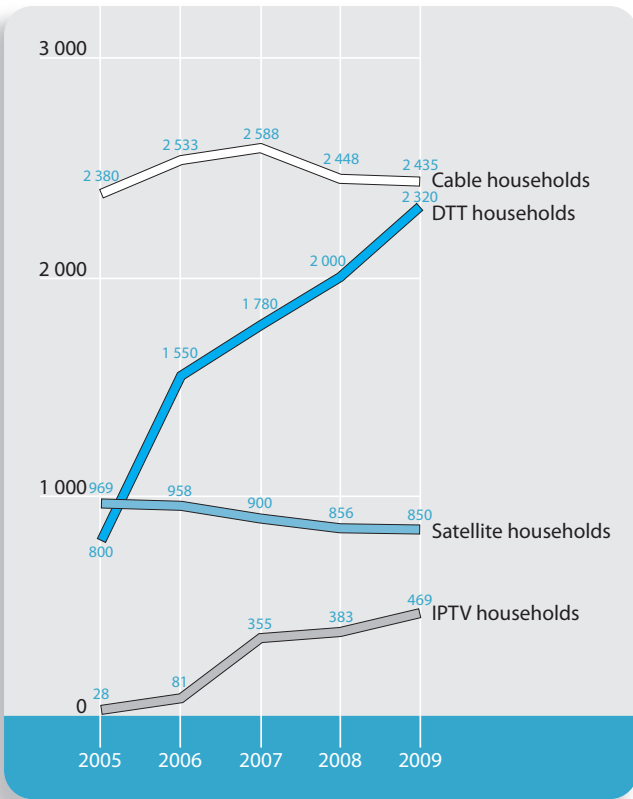
① Includes free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

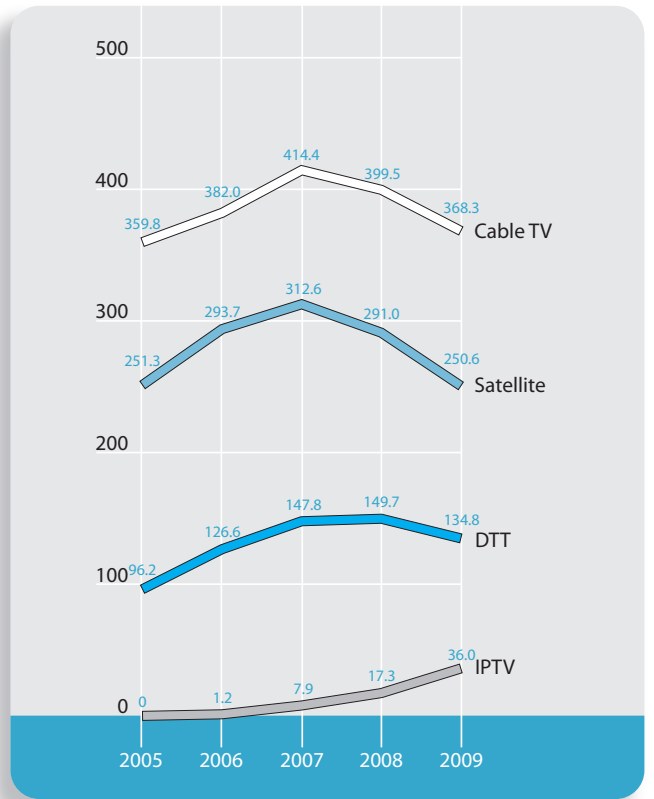
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

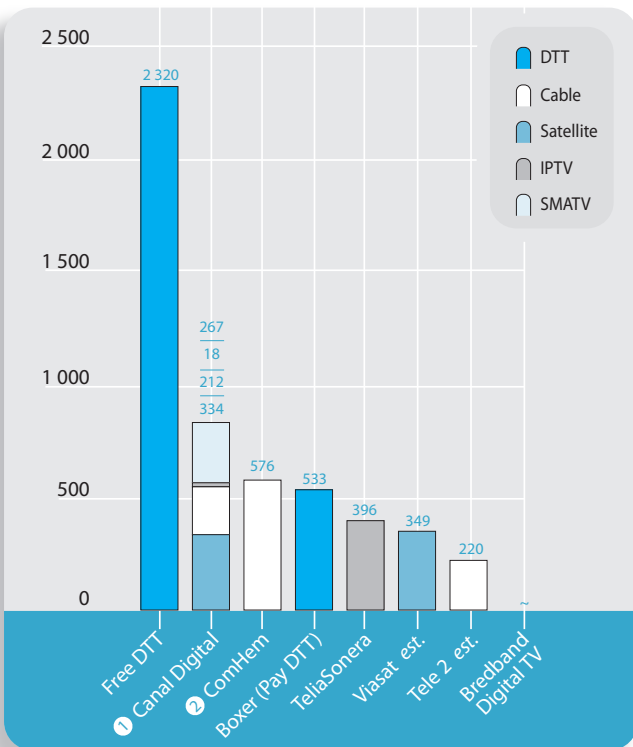
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

In thousands.



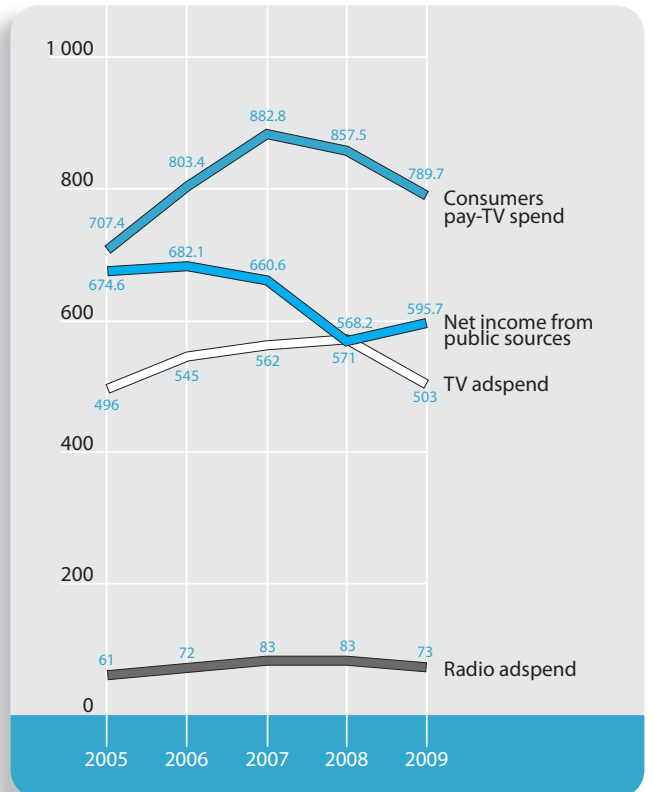
1 Data 31/03/2010.

Source: European Audiovisual Observatory

2 Com Hem also has 1,2 million subscribers through 'landlords contracts'. Those contracts are signed, on the behalf of the end-users, between the cable operators and the landlords, who include a basic cable TV package in the rent.

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



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

T.1.SE.1
G.1.SE.1

Operating revenues of the main television companies in Sweden

2006-2009 SEK million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Sveriges Television AB	sptv	STV1, SVT2, SVT24, ...	4 094	4 029	3 952	3803.5	-3.7%
C More Entertainment	paytv	Canal+, ...	2 103	2 197	2 302	2468.4	7.2%
TV4 AB	adtv	TV4, TV4 Film, ...	2 593	2 657	2 781	2464.9	-11.4%
Kanal 5 AB	adtv	Kanal 5	1 033	1 133	1 171	1059.3	-9.5%
TV1000 AB	paytv	TV 1000	613	713	749	~	~
TV4 Syd AB	rtv	TV4 Syd	314	383	478	493.5	3.3%
Sveriges Utbildningsradio AB	sptv	UR, Kunskapskanalen	321	328	314	319.8	1.8%
Guthy-Renker Europe AB	hstv	TV-Shop	256	247	175	~	~
Viasat Pay Channels AB	thtv	Viasat Nature/Action	200	187	173	~	~
TV4 Sport AB	thtv	Sportexpressen	22	31	115	160.7	40.3%
NonStop Television 1.0 AB ^①	thtv	Star!	57	81	67	87.8	-
Nonstop Television AB 2.0 ^①	paytv	Showtime	40	48	36	49.2	-

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
TeliaSonera Sverige AB ^②	3play	Telia TV	31 397.6	33 804.9	28 928.9	29 599.4	2.3%
TeliaSonera Mobile Networks AB ^②	3G TV	Start	17 335.6	11 053.7	12 164.9	14 842.0	22.0%
Tele2 Sverige AB ^②	3play	Tele2 TV	10 560.8	11 594.5	12 139.3	11 924.6	-1.8%
Telenor Sverige AB	4play, 3G TV	Telenor TV, Mobil TV	5 155.5	7 962.1	8 360.6	9 727.9	16.4%
Hi3G Access AB ^{② ③}	3G TV	3Mobil-TV	3 106.0	3 527.4	3 621.4	~	~
Com Hem AB ^②	3play	Com Hem TV	1 993.0	2 730.9	3 606.8	~	~
B2 Bredband AB ^②	3play	Bredband Digital TV	1 791.8	2 375.6	2 498.2	~	~
Boxer TV-Access AB	DTT, 3play	Boxer	1 552.4	1 824.9	1 966.9	2 041.3	3.8%
Canal Digital Sverige AB	CATV, IPTV, sat-tv	Canal Digital, Kiosk	1 625.3	1 630.8	1 765.6	~	~
Viasat AB	sat-tv	Viasat	1 213.2	1 286.9	1 431.1	~	~
Telge Nät AC ^②	3play	Kabel-TV Telge	741.8	805.6	863.6	934.1	8.2%

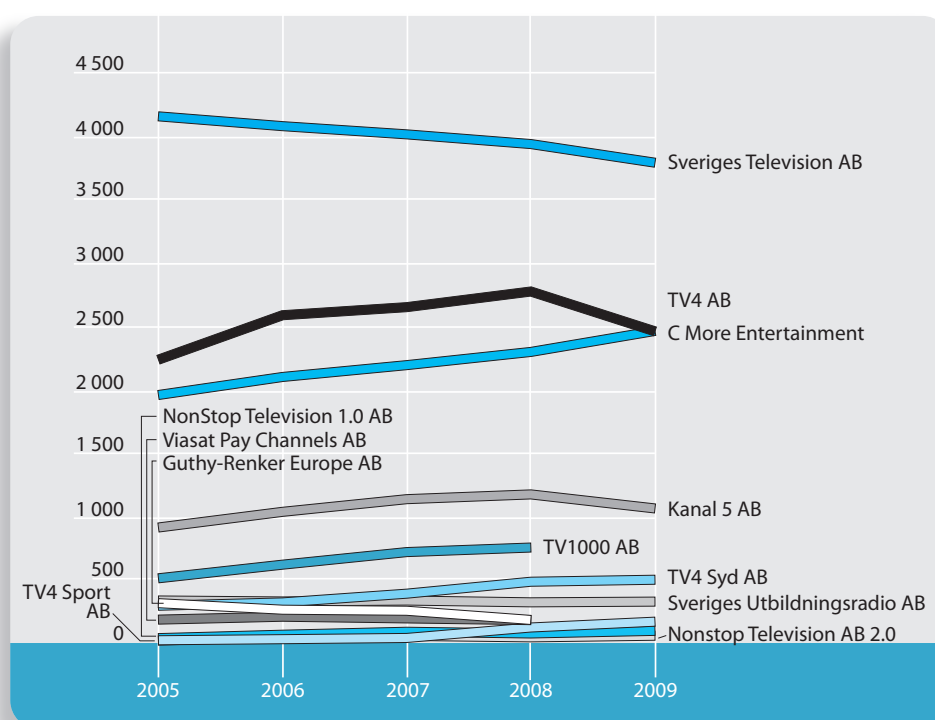
① 2008 on 8 months.

② Includes telecommunication activities.

③ 2006 on 10 months.

Source: European Audiovisual Observatory

SEK million.



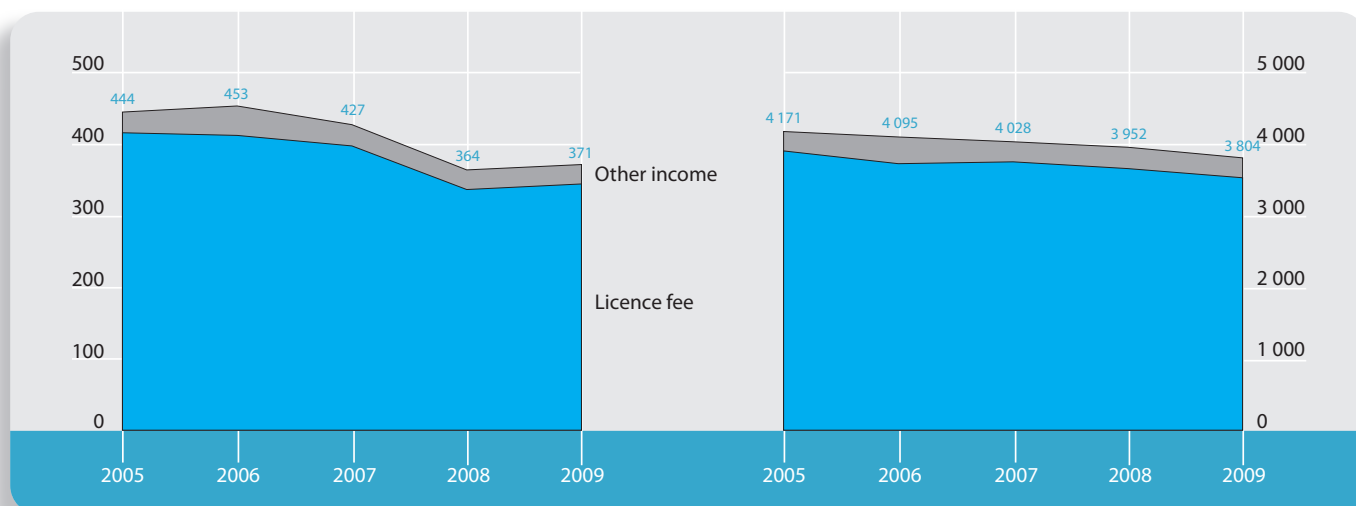
T.1.SE.2
G.1.SE.2SVT financial situation
2006-2009 SEK million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	3 722.1	3 748.0	3 653.5	3 525.5	90.9%	93.0%	92.5%	92.7%	-3.5%
- Licence fee	3 722.1	3 748.0	3 653.5	3 525.5	90.9%	93.0%	92.5%	92.7%	-3.5%
Other income	373.0	280.0	298.0	278.0	9.1%	7.0%	7.5%	7.3%	-6.7%
TOTAL	4 095.1	4 028.0	3 951.5	3 803.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-3.7%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
- Purchase of goods and services	2 909.9	~	~	~	70.9%	~	~	~	~
- Costs of personnel	1 119.0	~	~	~	27.3%	~	~	~	~
- Depreciation	74.5	88.1	90.6	96.0	1.8%	2.2%	2.3%	2.5%	6.0%
Operating expenditure	4 103.4	3 987.7	3 928.5	3 794.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-3.4%
Net result	6.4	1.0	6.0	4.2					-30.0%
Operating margin (%)	-0.24	1.01	0.58	0.24					

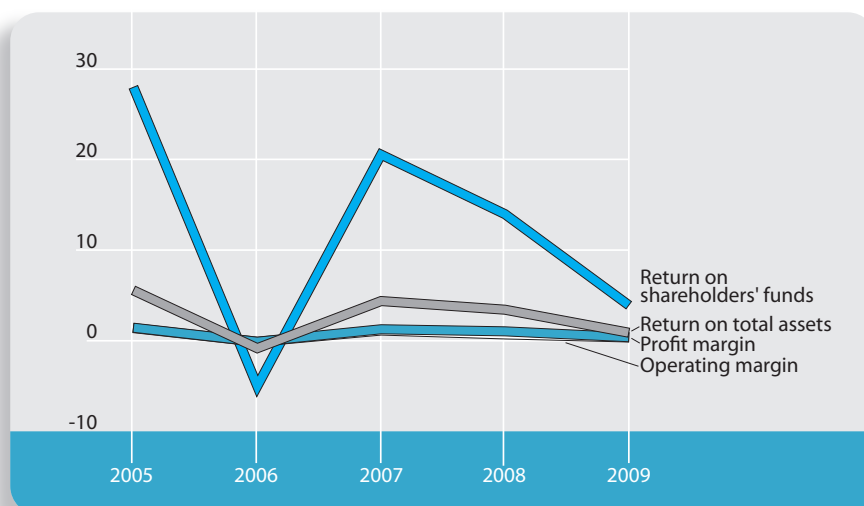
Source: SVT, European Audiovisual Observatory

EUR million.

SEK million.



In %.

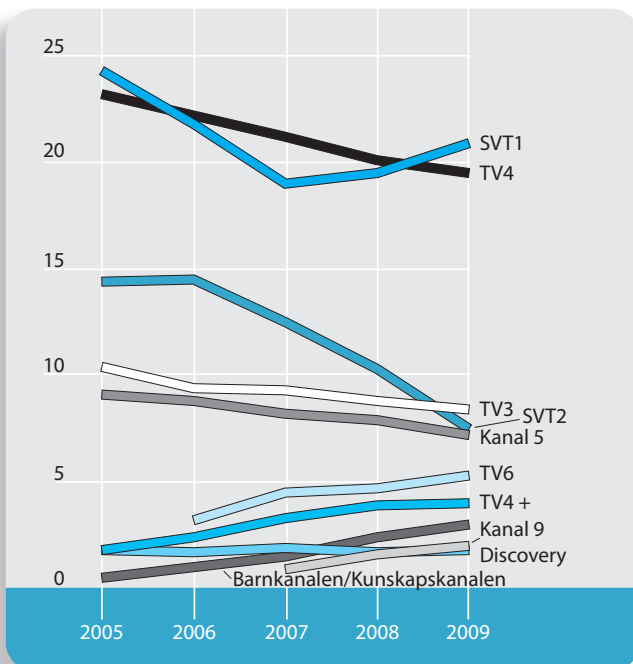


T.1.SE.3
G.1.SE.3TV audience market share in Sweden
2005-2009 In %, 3 years +.

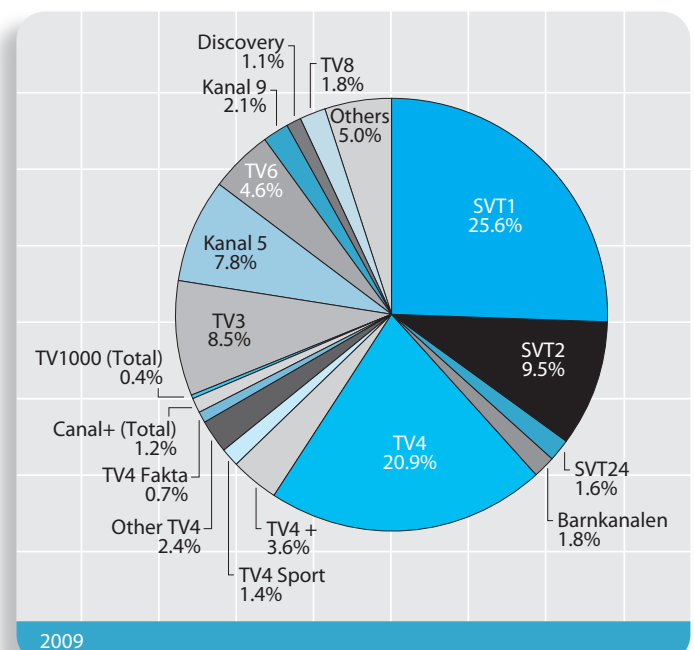
Channels	Daily share					Prime time (19:00 - 22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
SVT1	24.3	21.8	19.0	19.5	20.9	28.9	28.5	28.2	24.6	25.6
SVT2	14.4	14.5	12.5	10.3	7.5	15.2	14.2	11.2	11.2	9.5
SVT24	0.5	1.0	1.4	2.0	1.5	0.3	0.8	1.2	1.8	1.6
Barnkanalen (SVTB)/Kunskapskanalen	0.5	1.0	1.5	2.4	3.0	0.1	0.4	0.6	1.3	1.8
Swedish public channels	39.7	38.3	34.4	34.2	32.9	44.5	43.9	41.2	38.9	38.5
TV4	23.2	22.2	21.2	20.1	19.5	22.8	23.3	23.6	21.8	20.9
TV4 +	1.8	2.4	3.3	3.9	4.0	1.9	2.4	3.4	3.8	3.6
TV4 Sport	-	-	0.3	1.1	1.4	-	-	0.3	1.1	1.4
TV4 Fakta	0.1	0.4	0.6	0.7	1.1	0.0	0.4	0.4	0.5	0.7
TV4 Film	0.3	0.6	0.8	0.9	0.9	0.3	0.4	0.6	0.7	0.8
TV400	0.4	0.6	0.6	0.6	0.6	0.3	0.5	0.5	0.4	0.4
TV4 Guld	-	-	0.2	0.3	0.4	-	-	0.1	0.2	0.2
TV4 Komedi	-	-	0.2	0.2	0.3	-	-	0.1	0.1	0.2
Canal+ (Total)	~	~	~	~	1.1	~	~	~	~	1.2
TV1000 (Total)	~	~	~	~	0.7	~	~	~	~	0.4
Swedish private channels	25.8	26.2	27.2	27.8	30.1	25.3	27.0	29.0	28.6	29.9
TV3	10.4	9.4	9.3	8.8	8.4	10.0	8.8	8.7	8.7	8.5
Kanal 5	9.1	8.8	8.2	7.9	7.2	9.0	8.5	7.0	7.9	7.8
TV6	-	3.2	4.5	4.7	5.3	-	2.8	3.7	4.3	4.6
Kanal 9	-	-	0.9	1.6	2.0	-	-	0.7	1.7	2.1
Discovery	1.8	1.7	1.9	1.7	1.8	1.5	1.1	1.0	1.0	1.1
TV8	~	~	~	~	1.8	~	~	~	~	1.8
Disney Channel	0.8	1.0	1.3	1.1	1.0	0.3	0.5	0.9	0.7	0.6
Eurosport	1.6	1.6	1.4	0.9	0.9	1.0	1.0	0.7	0.5	0.5
MTV	0.9	1.1	1.1	1.1	0.9	0.6	0.7	0.6	0.7	0.5
Nickelodeon	0.4	0.8	0.6	0.9	0.9	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1
Total Foreign channels	25.0	31.8	34.0	33.8	34.7	22.5	26.3	26.5	28.9	30.6
Others	9.5	3.7	4.4	4.2	2.3	7.7	2.8	3.3	3.6	1.0

Source: Eurodata TV Worldwide, MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB

Daily share. In %, 3 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 3 years +.



T.1.SE.4
G.1.SE.4

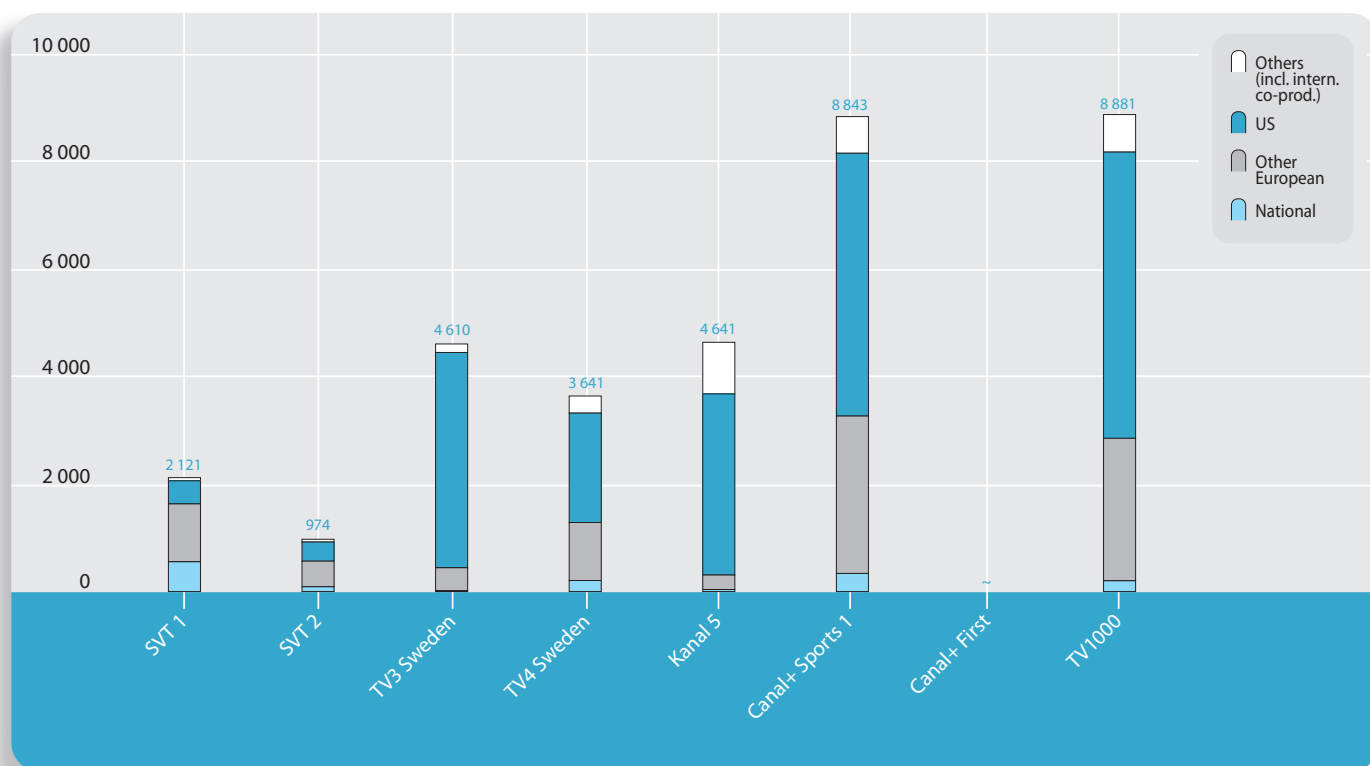
Origin of fiction broadcast by TV channels

2009 Hours broadcast. Includes feature films, short films, TV films, series and soaps, animation.

Channel	DE	ES	FR	GB	IT	National	Co-prod.		Not EUR co-prod.	US	CA	AU +NZ	JP	Others	
							Other EUR	EUR- EUR							
SVT 1	41.7	4.8	14.0	166.8	12.3	555.2	662.4	35.0	139.8	12.3	430.4	0.8	10.8	4.0	31.0
SVT 2	6.7	4.3	28.1	132.2	9.4	89.5	131.5	68.4	95.8	9.1	356.7	9.8	12.5	0.0	20.2
TV3 Sweden	5.8	6.7	3.7	94.8	0.0	15.8	26.5	30.9	258.8	125.8	4008.6	4.7	8.6	10.4	9.1
TV4 Sweden	2.5	0.0	2.3	507.0	12.3	206.1	289.8	69.4	196.7	181.8	2036.2	11.2	100.7	12.3	12.7
Kanal 5	0.0	0.0	3.7	73.7	0.0	38.3	38.3	14.7	139.2	845.0	3372.2	41.5	70.5	2.7	1.6
Canal+ Sports 1	0.0	24.8	201.9	433.8	6.3	337.3	670.6	561.7	1031.5	290.2	4892.7	25.2	102.3	157.4	107.4
Canal+ First	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TV1000	17.5	51.5	52.8	190.0	27.0	201.3	780.5	336.5	1196.0	386.7	5329.0	47.3	128.5	47.8	88.5
Total	74.2	92.0	306.5	1598.2	67.4	1443.6	2599.5	1116.7	3057.7	1851.0	20425.8	140.5	433.7	234.6	270.5

Source: Infomedias

In hours.



The main players in the Slovenian television market are the public service broadcaster RTV Slovenija, and the Central European Media Enterprises (CME) group (Pop TV, Kanal A and Pop Brio which was formerly TV Pika). The audience share of Pop TV was 24.4% in 2009 (4% less than 2006). The share of public channel TVSLO1 has dropped two percentage points in the last year (20.7% in 2009). Kanal A has a more or less steady audience (11% end 2009). The third private channel TV3 (Modern Times Group) continues to increase its audience share (5.7% in 2009).

About 45% of households receive cable television. The main cable operator is Telemach (formerly UPC and sold to Mid Europa Partners in July 2009), which had 157 200 subscribers in December 2008. Slovenia has quite a developed IPTV market. The first platform was launched by SiOL (Telekom Slovenije) in 2003. In August 2010 SiOL had 113 088 IPTV subscribers. Data from the regulator, APEK, claims that SiOL had 61% of the IPTV market in April 2010. The second main operator is T-2 and had a 32% share. These figures and those of AGB Nielsen, imply that IPTV was accessible in almost 30% of households by mid 2010. The two other IPTV operators are Tus Telekom and Amis. Although the IPTV market is very competitive, prices are expected to rise in 2010 due to tax increases. There is just one satellite package, Total TV (Mid Europa Partners), launched in 2007.

Analogous terrestrial switch-off takes place in December 2010, when there will be two multiplexes with national coverage. RTV Slovenija runs the first, which carries the channels TV SLO1, TV SLO2, TV SLO3, Pop TV, Kanal A, TV Pika, TV3, and three regional channels. This multiplex has approximately 87% coverage. According to AGB Nielsen data, 4.5% of households were DTT in spring 2010. More than one quarter of the remaining analogue terrestrial TV households are expected to switch to cable or IPTV. The Norwegian company Norkring holds the licence for Multiplex B which was due to launch in September 2010, when it would have achieved coverage of 85%. Pink TV became the first commercial channel licensed on the second Multiplex.

A draft media law was presented to the Minister for Culture in July 2010. One major aim of the law is to implement the Audiovisual Media Services Directive. A draft public service law was open for public consultation until 20th September 2010.

Les principales chaînes du marché de la télévision slovène sont celles du radiodiffuseur public RTV Slovenija et du groupe Central European Media Enterprises (Pop TV, Kanal A et Pop Brio [ex-TV Pika]). La part d'audience de Pop TV est de 24,4 % en 2009 (- 4 points depuis 2006), la chaîne publique TVSLO1 a perdu deux points en un an (20,7 % en 2009) et l'audience de Kanal A reste stable (11 % fin 2009). Quant à la troisième chaîne privée, TV3 (Modern Times), elle poursuit sa progression (5,7 % en 2009).

Environ 45 % des foyers sont câblés. Le principal opérateur est Telemach (ancienement UPC, cédé à Mid Europa Partners en juillet 2009), avec 157 200 abonnés en décembre 2008. Le marché IPTV est relativement développé. La première plate-forme IPTV a été lancée en 2003 par SiOL (Telekom Slovenije). En août 2010, SiOL comptait 113 088 abonnés IPTV et représentait, selon le régulateur APEK, 61 % du marché IPTV en avril 2010. Le second opérateur est T-2 (32 % du marché). Selon ces chiffres et ceux d'AGB Nielsen, près de 30 % des foyers avaient accès à l'IPTV mi-2010. Les deux autres opérateurs IPTV sont Tus Telekom et Amis. En dépit d'un marché très concurrentiel, les prix devraient augmenter en 2010, du fait d'une hausse des taxes. Le marché ne compte qu'un seul bouquet satellite : Total TV (Mid Europa Partners), lancé en 2007.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres aura lieu en décembre 2010, avec deux multiplexes de couverture nationale. RTV Slovenija exploite le premier, qui diffuse les chaînes TV SLO1, TV SLO2, TV SLO3, Pop TV, Kanal A, TV Pika, TV3, et trois chaînes régionales. Ce multiplex a une couverture d'environ 87 %. Selon AGB Nielsen, 4,5 % des foyers avaient accès à la TNT au printemps 2010. Plus d'un quart des foyers analogiques restants devraient passer au câble ou à l'IPTV. Le norvégien Norkring détient la licence du multiplex B, dont le lancement est prévu en septembre 2010, avec une couverture de 85 %. Pink TV est la première chaîne privée titulaire d'une licence pour le second multiplex.

Un projet de loi sur les médias visant à appliquer la Directive Services de médias audiovisuels a été présenté au ministre de la Culture en juillet 2010. Un projet de loi sur le service public est ouvert à la consultation publique jusqu'au 20 septembre 2010.

Wichtigste Akteure auf dem slowenischen TV-Markt sind die öffentlich-rechtliche Anstalt RTV Slovenija und die Central European Media Enterprises (CME) mit den Sendern Pop TV, Kanal A und Pop Brio (ehemals TV Pika). Der Marktanteil von Pop TV lag 2009 bei 24,4 % (minus 4 % gegenüber 2006). Dahinter folgt der öffentlich-rechtliche Sender TVSLO1 mit 20,7 % (minus 2 % gegenüber 2008). Kanal A erreicht mit 11 % Ende 2009 einen stabilen Marktanteil. Der dritte Privatsender (TV3, Modern Times Group) verzeichnet mit 5,7 % erneut einen Anstieg seines Anteils.

Rund 45 % der Haushalte haben einen Kabelanschluss. Größter Anbieter ist Telemach (ehemals UPC, im Juli 2009 an Mid Europa Partners verkauft) mit 157 200 Abonnenten Ende 2008. In Slowenien gibt es einen gut entwickelten IPTV-Markt. Die erste Plattform wurde 2003 von SiOL (Telekom Slovenije) gestartet. Im August 2010 hatte SiOL 113 088 IPTV-Abonnenten. Laut Regulierungsbehörde (APEK) lag der Marktanteil von SiOL im April 2010 bei 61 %. Zweitgrößter Anbieter ist T-2 mit 32 %. Aus den Zahlen der APEK und AGB Nielsen ergibt sich, dass Mitte 2010 knapp 30 % der Haushalte Zugang zu IPTV hatten. Weitere IPTV-Anbieter sind Tus Telekom und Amis. Trotz des hohen Wettbewerbs wird für 2010 auf Grund von Steuererhöhungen mit steigenden Preisen für IPTV gerechnet. Es gibt nur ein Satellitenpaket, Total TV (Mid Europa Partners), das 2007 gestartet wurde.

Die analoge Abschaltung soll Ende 2010 erfolgen, wenn es zwei Multiplexe mit landesweiter Abdeckung geben wird. Der erste wird mit einer Abdeckung von 87 % von RTV Slovenija betrieben und für die Sender TV SLO1, TV SLO2, TV SLO3, Pop TV, Kanal A, TV Pika, TV3 sowie drei Regionalsender genutzt. Laut AGB Nielsen nutzen im Frühjahr 2010 4,5 % der Haushalte DVB-T. Von den übrigen „analogen“ Haushalten wird voraussichtlich über ein Viertel auf Kabel oder IPTV umsteigen. Die norwegische Firma Norkring hält die Lizenz für Multiplex B, der mit Erreichen einer Abdeckung von 85 % im September 2010 in Betrieb genommen werden soll. Pink TV ist der erste Privatsender, der eine Lizenz für Multiplex B erworben hat.

Im Juli 2010 wurde dem Minister für Kultur ein Entwurf für ein Mediengesetz vorgelegt. Ein Hauptziel des Entwurfs ist die Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste. Für einen Gesetzesentwurf über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk lief bis zum 20. September 2010 eine öffentliche Konsultation.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	2 046	Eurostat
Households		–	747	Eurostat
TV households		98.8%	738	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		37.5%	280	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		7.5%	56	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		13.0%	97	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		2.1%	16	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		21.7%	162	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		11.4%	85	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		42.7%	319	European Audiovisual Observatory
Households with PC		76.7%	576	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		53.8%	404	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	7	Screen Digest

TV channels distributors	08.10	Companies
Cable operators	73	Elektro Turnsek, Skyline, Telemach...
Satellite packagers	1	Total TV
IPTV packagers	4	Amis, Siol, T-2, TUS Telekom
DTT multiplex operator	2	RTVSLO, Norkring
Mobile phone TV packagers	1	Mobitel

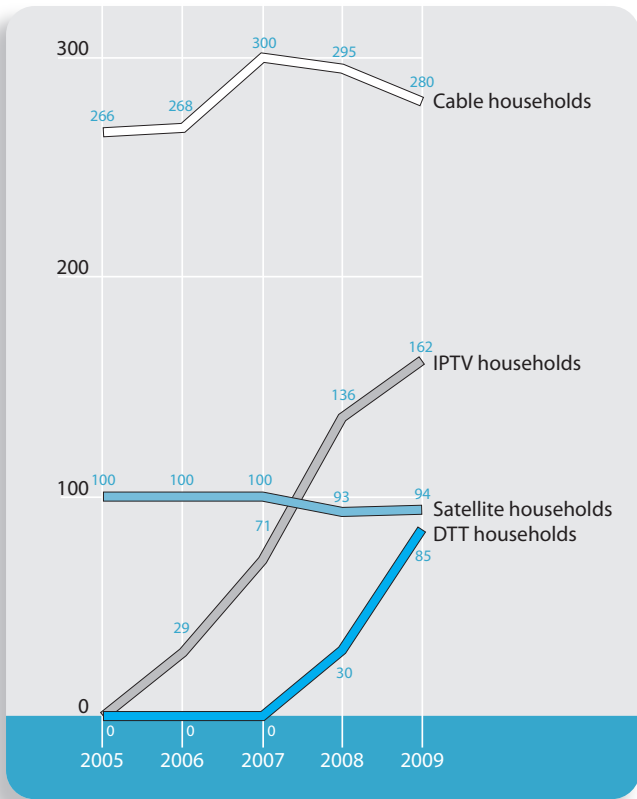
TV channels established in the country by kind of transmission	08.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	4	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			34	34
Regional/Local		3	34	37
Regional/local windows				
Channels targeting foreign markets				
Total		6	72	78
<i>Foreign channels targeting the country</i>			25	25

TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	08.10	DTT RTV SLO	Cable Telemach	IPTV SIOL	Satellite Total TV
Generalist - national		4	5	7	4
Generalist - foreign			24	19	3
Adult			3	7	4
Children			7	9	3
Culture/ education/ documentary			14	15	11
Minority interest groups			1	1	1
Entertainment/ TV fiction/ games		1	15	14	15
Film			5	5	4
Home shopping					1
International linguistic and cultural			4	4	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	6	2
Music			10	11	7
News/ business			6	8	1
Parliament/ government/ administration		1	1	1	
Regional/ local		7	5	7	4
Religion				1	
Sports			14	15	10
Various			2	2	1
Total		13	120	132	72

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

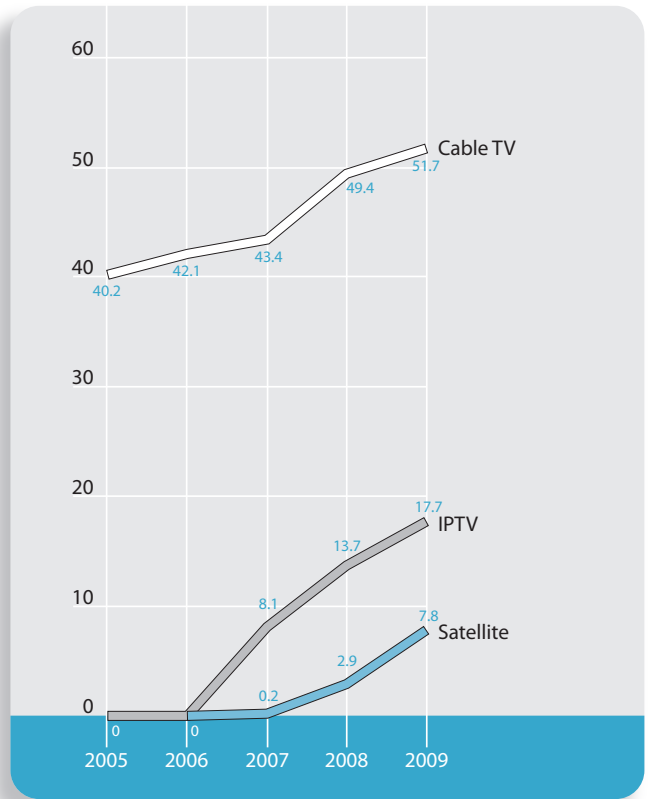
Market trends

Households TV equipment 2005-2009 In thousands.



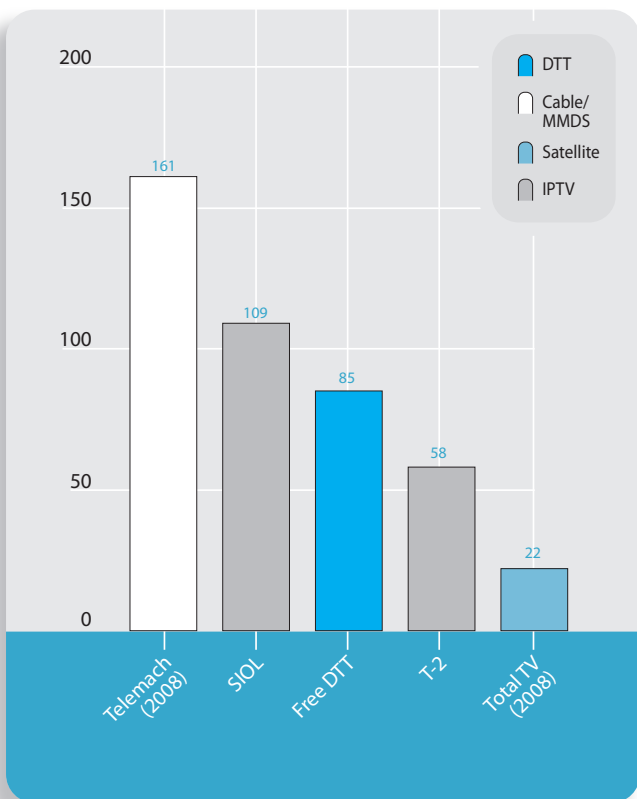
Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009 EUR million.



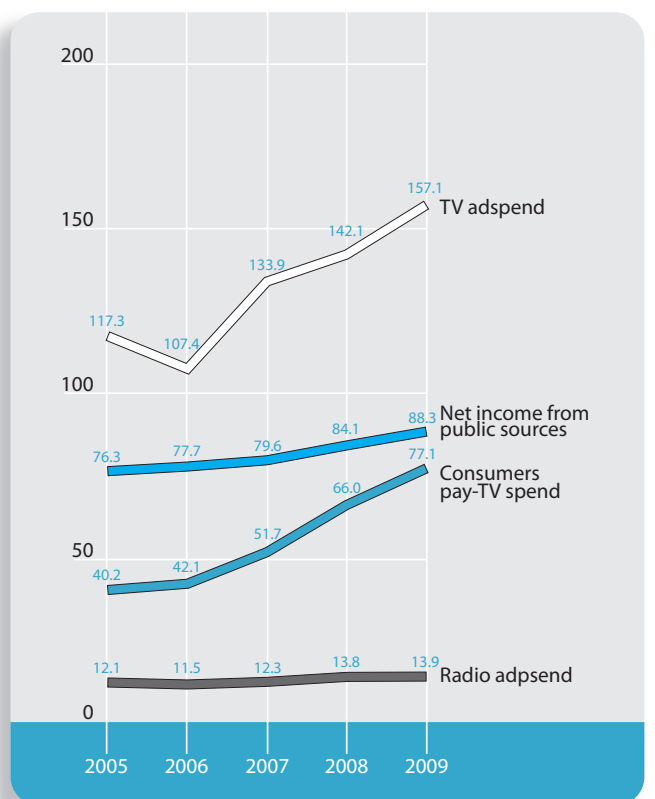
Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009 In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, IP Key Fracts and RTVSLO

T.1.SI.1
G.1.SI.1

Operating revenues of the main television companies in Slovenia

2006-2009 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
RTVSLO	sptv	TVS-1, TVS-2, Televizija Koper, Televizija Maribor	116.9	114.5	114.2	117	2.5%
Central European Media Enterprises Ltd est. ¹	adtv	Pop TV, Kanal A, Pop Brio	41.3	47.3	58.2	46.5	-20.1%

Mains distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Mobitel ²	3GTV	Mobilna TV	395.5	434.5	450.5	~	~
Telekom Slovenije D.D. ²	3play	Siol TV	406.7	402.9	413.8	~	~
UPC Telemach ³	3play	Telemach Televizija	23.0	26.8	27.2	~	~
AMIS D.O.O. ²	3play	Amis TV	14.1	16.7	25.3	~	~
T-2 D.O.O. ²	4play	T2 Televizija	3.8	12.4	23.1	~	~
TUS Telekom ²	3play	TUS TV	10.1	20.1	~	~	~
EVJ Elektroprom Trgovina ²	3play	Kabelska TV	10.6	11.7	11.8	~	~
Skyline Telekomunikacije D.O.O. ²	3play	Skyline Televizija	1.7	~	~	~	~
Total TV d.o.o.	packtv	Total TV	-	-	~	~	~

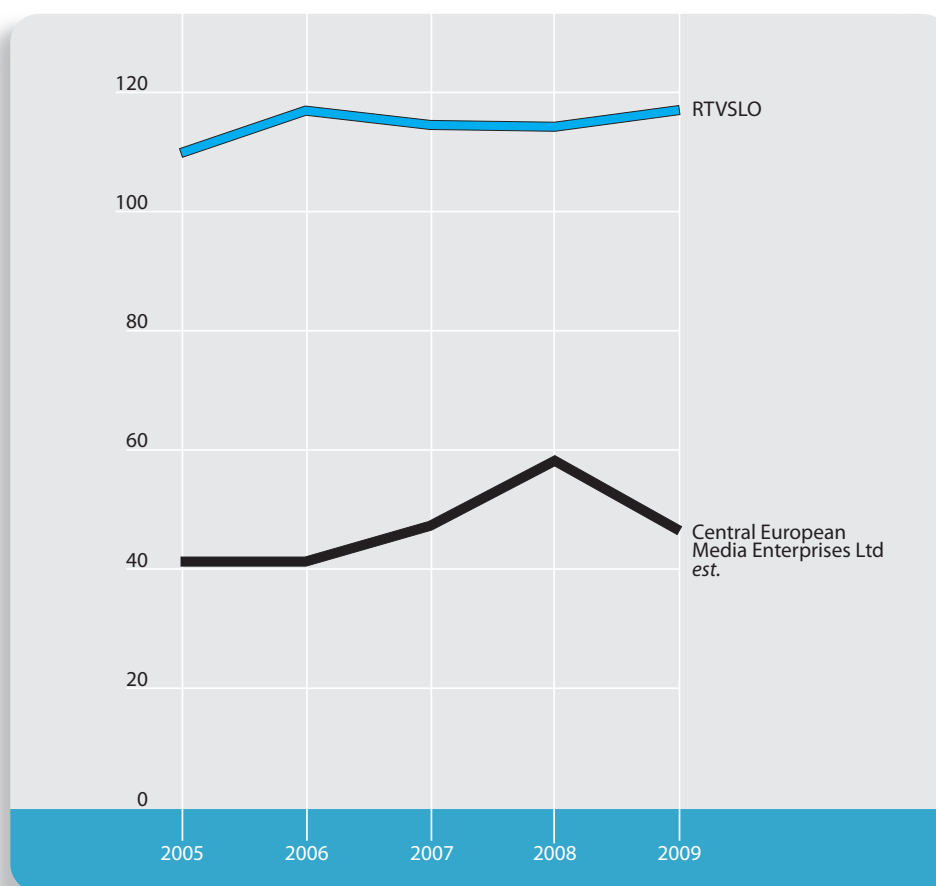
¹ Converted from data in USD. Turnover in thousand USD: 2005: 48770; 2006: 54 534; 2007: 69 647; 2008: 80 967; 2009: 66 710.

Source: European Audiovisual Observatory

² Includes telecommunication activities.

³ Sold in July 2009 by Liberty Corp. to Mid Europa Partners LLP.

EUR million.



T.1.SI.2
G.1.SI.2

RTVSLO financial situation 2006-2009

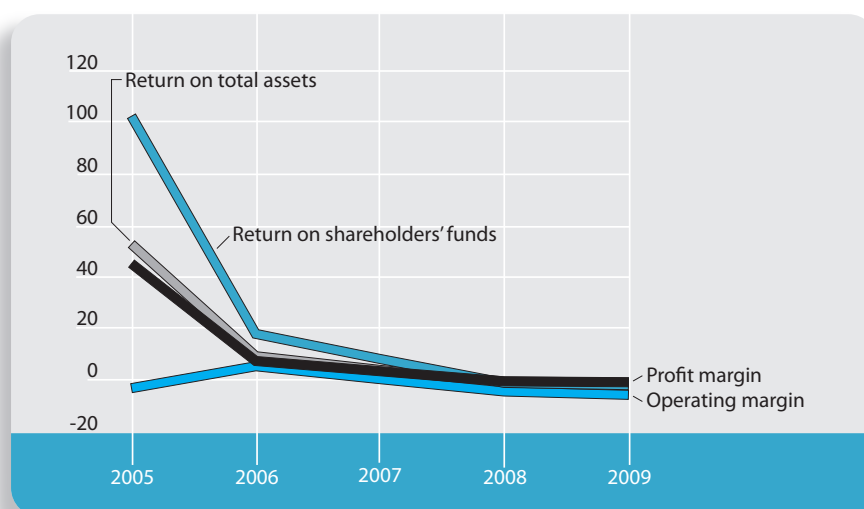
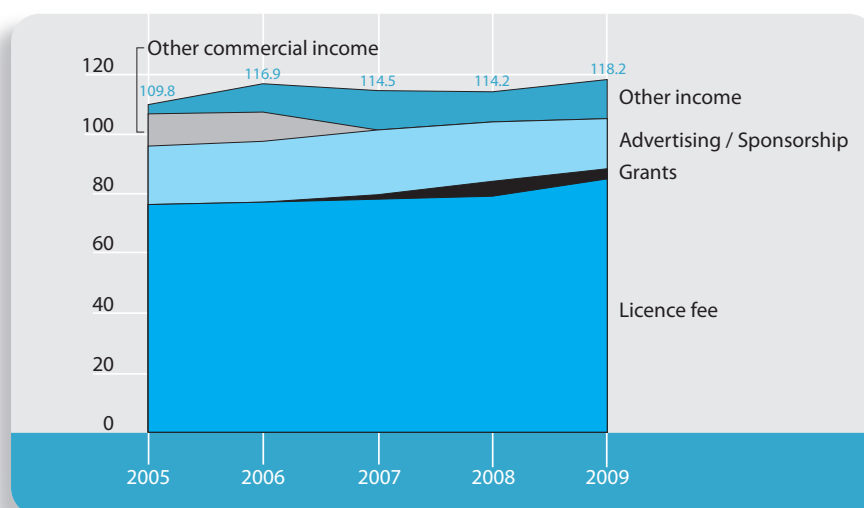
EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	77.1	79.6	84.1	88.3	66.0%	69.5%	73.7%	75.5%	5.0%
- Licence fee	77.1	78.1	79.1	84.9	66.0%	68.2%	69.3%	72.6%	7.3%
- Grants	-	1.5	5.0	3.4	-	-	4.3%	2.9%	-31.5%
Total commercial income	30.2	21.7	19.9	16.8	25.8%	18.9%	17.5%	14.4%	-15.8%
- Advertising / Sponsorship	20.4	21.7	19.9	16.8	17.5%	18.9%	17.5%	14.4%	-15.8%
- Other commercial income	9.8	~	~	~	8.4%	~	~	~	~
Other income	9.5	13.2	10.1	13.1	8.2%	11.6%	8.9%	11.2%	29.5%
TOTAL	116.9	114.5	114.2	117.0	100%	100%	100%	100%	2.5%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	45.9	48.7	51.7	52.9	41.5%	42.7%	43.4%	42.8%	2.4%
Costs of personnel	55.0	54.6	56.3	59.2	49.7%	47.9%	47.3%	47.9%	5.1%
Depreciation	9.8	10.8	11.0	11.6	8.9%	9.5%	9.3%	9.4%	5.3%
Operating expenditure	110.6	114.1	119.0	123.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	3.9%

Net result	6.4	3.5	0.1	0.1					7.3%
Operating margin (%)	5.4	0.4	-4.4	-5.7					

Source: RTVSLO, European Audiovisual Observatory

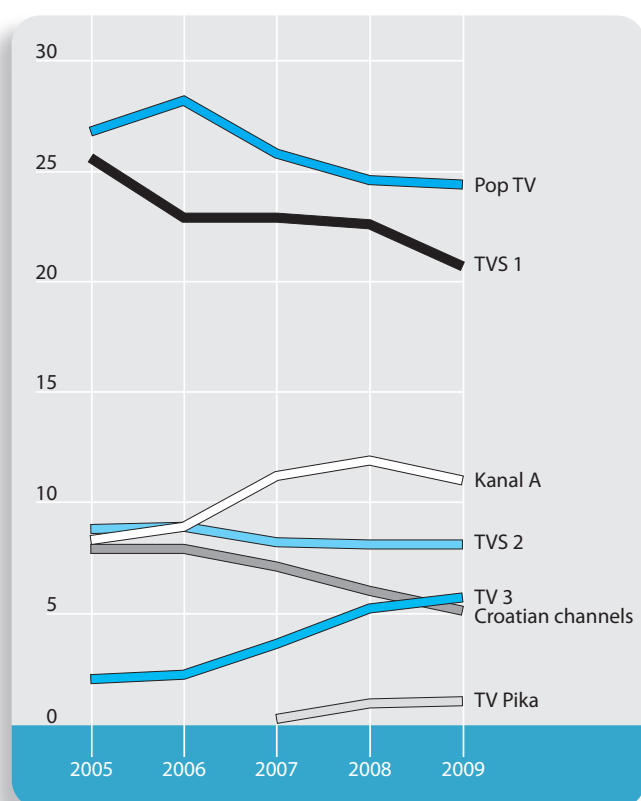


T.1.SI.3
G.1.SI.3TV audience market share in Slovenia
2005-2009 In %, 4 years +.

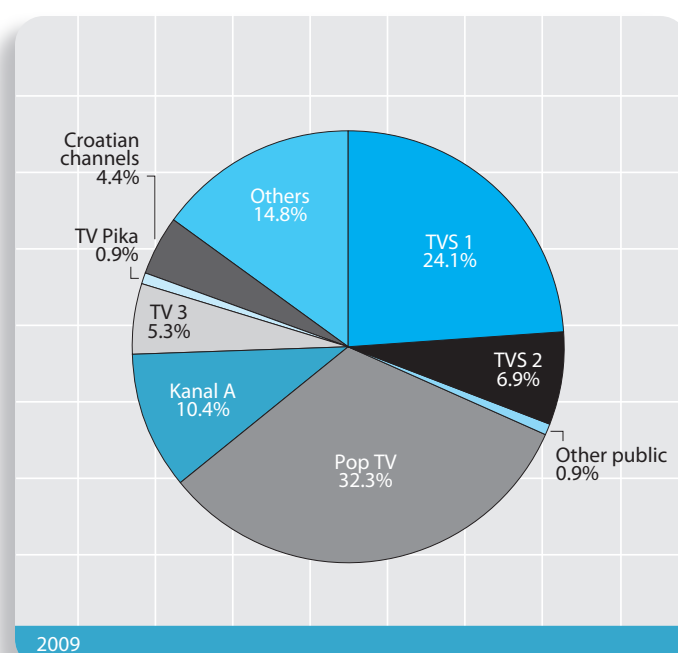
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
TVS 1	25.6	22.9	22.9	22.6	20.7	28.0	25.1	26.5	26.1	24.1
TVS 2	8.8	8.9	8.2	8.1	8.1	7.4	7.5	6.9	6.3	6.9
TVS 3	-	-	-	-	0.4	-	-	-	-	0.3
Koper	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
Tele Maribor	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5
Slovenian public channels	35.0	32.4	31.8	31.3	29.8	35.8	33.0	34.0	32.9	31.9
Pop TV	26.8	28.2	25.8	24.6	24.4	32.1	34.3	31.9	31.4	32.3
Kanal A	8.3	8.9	11.2	11.9	11.0	9.8	9.9	11.2	11.5	10.4
TV 3	2.0	2.2	3.6	5.2	5.7	1.7	1.9	3.0	4.8	5.3
TV Pika (TV Brio from 2010)	-	-	0.2	0.9	1.0	-	-	0.2	1.0	0.9
Golica	-	-	-	-	0.8	-	-	-	-	0.4
Sport TV1	-	-	-	-	0.8	-	-	-	-	0.6
Info TV	-	-	-	-	0.5	-	-	-	-	0.3
SportTV 2	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	0.2
Main Slovenian private channels	37.1	39.3	40.8	42.6	44.4	43.6	46.1	46.3	48.7	50.4
HRT1	~	~	~	~	2.5	~	~	~	~	2.0
HRT2	~	~	~	~	1.3	~	~	~	~	1.1
RTL Croatia	~	~	~	~	1.1	~	~	~	~	1.1
Croatian channels	7.9	7.9	7.1	6.0	5.1	6.2	6.2	5.9	5.1	4.4
Discovery	~	~	~	~	1.4	~	~	~	~	0.7
TV1000 Balkan	~	~	~	~	1.3	~	~	~	~	0.9
Hallmark	~	~	~	~	1.2	~	~	~	~	0.7
Cartoon	~	~	~	~	0.8	~	~	~	~	0.3
Total main foreign channels	7.9	7.9	7.1	6.0	9.8	6.2	6.2	5.9	5.1	7.0
Others	20.0	20.4	20.3	20.1	16.0	14.4	14.7	13.8	13.3	10.7

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB NMR Slovenia

Daily share. In %, 4 years +.



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



In the Slovak Republic, the commercial channels dominate the market. TV Markiza (Central European Media Enterprises) had a 31.1% market share in 2009 (down from 35% in 2008). The public service channels of STV continue to lose audience share. The second commercial channel, TV Joj, had a greater audience share in 2009 (19.9%) than the three public service channels combined (19.7%). The main players have all launched new channels recently: the sports channel STV3 in 2008; Joj Plus in 2008; and TV Doma (CME) in 2009.

Cable and satellite both served approximately 42% of households each at the end of 2009. In June 2010, the main cable operator, UPC (Liberty Global) had 228 200 subscribers, of which almost 50% had digital services (compared with 10% at the end of 2008). The market for satellite (DTH) services in the Slovak Republic is very competitive. Most operators provide the same service to both the Slovak Republic and the Czech Republic. There are two major players both with approximately 300 000 customers in the Slovak Republic. One is DIGI TV (Romanian operator RCS/RDS) who launched a Digi Sport channel for Slovakia in August 2010 and also secured the rights for the Slovak premiere football league. Skylink (Trade Tec and Towercom) had by mid 2010 more than one million customers in the Czech and Slovak Republics (approximately 280 000 in the Slovak Republic). The CS Link (Media s.r.o.) package had approximately 500 000 customers in the Czech and Slovak at the end of 2009. UPC Direct (Liberty Global) had 31 200 subscribers in June 2010. In fact there is now a fifth satellite service as the IPTV provider T-Com is now making parts of its Magio service available over satellite. The IPTV service Magio (T-Com AS, 51% controlled by Deutsche Telekom) had more than 60 000 subscribers by the end of 2009. IPTV is offered by three other companies: Orange, Slovanet, and Swan.

Towercom won the tender for two DTT Multiplexes (one free-to-air and one Pay-TV) in May 2009. The DTT service on the first Multiplex was launched in December 2009. Currently the service has the three public service channels, and two channels each from the two main private operators. Switch-off is scheduled for 2012. The Audiovisual Media Services Directive has been transposed via an amendment to the Broadcasting Act, which came into force at the end of 2009.

En République slovaque, les chaînes commerciales dominent le marché. TV Markiza (Central European Media Enterprises) a une part de marché de 31,1 % en 2009 (contre 35 % en 2008). Les chaînes de service public de STV continuent à perdre des parts d'audience. La deuxième chaîne commerciale, TV Joj, a une plus grande part d'audience en 2009 (19,9 %) que les trois chaînes de service public réunies (19,7 %). Les principaux acteurs ont tous lancé récemment de nouvelles chaînes : chaîne de sport STV3 en 2008, Joj Plus en 2008 et TV Doma (CME) en 2009.

Environ 42 % des foyers reçoivent le câble ou le satellite fin 2009. En juin 2010, le principal câblo-opérateur, UPC (Liberty Global), compte 228 200 abonnés, dont presque 50 % à des services numériques (contre 10 % fin 2008). Le marché de la télévision par satellite (DTH) est très concurrentiel. La plupart des opérateurs fournissent le même service en République slovaque et en République tchèque. Les deux acteurs majeurs comptent chacun environ 300 000 clients en République slovaque : DIGI TV (de l'opérateur roumain RCS/RDS), a lancé la chaîne Digi Sport pour la Slovaquie en août 2010 et obtenu les droits pour la ligue 1 de football slovaque ; et Skylink (Trade Tec et Towercom) avec, à la mi-2010, plus d'un million de clients dans les Républiques tchèque et slovaque (environ 280 000 en République slovaque). Le bouquet CS Link (Media s.r.o.) compte environ 500 000 clients dans les Républiques tchèque et slovaque fin 2009. UPC Direct (Liberty Global) revendique 31 200 abonnés en juin 2010. Il existe même désormais un cinquième service par satellite car le fournisseur IPTV T-Com diffuse une partie de son service Magio par satellite. Le service IPTV Magio (T-Com AS, contrôlé à 51 % par Deutsche Telekom) compte plus de 60 000 abonnés fin 2009. L'IPTV est proposé par trois autres sociétés : Orange, Slovanet et Swan.

Towercom a remporté l'appel d'offres pour deux multiplex TNT (un gratuit et un payant) en mai 2009. Le service TNT sur le premier multiplex a été lancé en décembre 2009. Actuellement, le service comprend les trois chaînes de service public et quatre chaînes des deux principaux opérateurs privés. L'abandon de l'analogique est prévu pour 2012. La Directive Services de médias audiovisuels a été transposée par une modification de la loi sur la radiodiffusion, entrée en vigueur fin 2009.

In der Slowakischen Republik dominieren die kommerziellen Sender die Fernsehlandschaft. TV Markiza (Central European Media Enterprises) erzielte 2009 einen Marktanteil von 31,1 % (gegenüber 35 % 2008). Die Sender der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt STV verlieren weiter an Boden. Der zweite Privatsender, TV Joj, hatte 2009 mehr Zuschauer (19,9 %) als die drei STV-Sender zusammen (19,7 %). Die Hauptakteure sind unlängst mit neuen Kanälen auf Sendung gegangen: der Sportkanal STV3 2008, Joj Plus 2008 und TV Doma (CME) 2009.

Ende 2009 empfangen jeweils ca. 42 % der Haushalte ihr Programm über Kabel- oder Satellit. Im Juni 2010 hatte der größte Kabelnetzbetreiber UPC (Liberty Global) 228 200 Abonnenten, von denen knapp 50 % digitale Angebote nutzen (gegenüber 10 % Ende 2008). Der slowakische Markt für Satellitendienste (DTH) ist sehr umkämpft. Die meisten Betreiber bieten den gleichen Dienst in der Slowakei und in der Tschechischen Republik an. In der Slowakischen Republik gibt es zwei große Anbieter mit jeweils rund 300 000 Abonnenten. Der erste, DIGI TV (RCS/RDS, Rumänien), hat im August 2010 den Kanal Digi Sport für die Slowakei gestartet und auch die Übertragungsrechte für die erste slowakische Fußballliga erworben. Der zweite, Skylink (Trade Tec und Towercom), hatte Mitte 2009 über eine Million Kunden in der Tschechischen Republik und der Slowakei (in letzterer ca. 280 000). Die Plattform CS Link (Media s.r.o.) hatte Ende 2009 rund 500 000 Kunden in der Tschechischen Republik und der Slowakei. UPC Direct (Liberty Global) hatte im Juni 2010 31 200 Abonnenten. Inzwischen gibt es sogar einen fünften Satellitendienst, da T-Com einen Teil seines IPTV-Dienstes Magio über Satellit bereitstellt. Der Dienst Magio (T-Com AS, 51 % Deutsche Telekom) hatte Ende 2009 über 60 000 Abonnenten. Es gibt noch drei weitere IPTV-Anbieter: Orange, Slovanet und Swan.

Towercom hat im Mai 2009 die Ausschreibung für den Betrieb zweier DVB-T-Multiplexe (einer Free-TV, einer Pay-TV) gewonnen. Der DVB-T-Dienst auf dem ersten Multiplex ist im Dezember 2009 an den Start gegangen. Derzeit umfasst er die drei öffentlich-rechtlichen Sender sowie jeweils zwei Sender der beiden größten privaten Betreiber. Die Analogabschaltung soll 2012 erfolgen. Die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste wurde im Rahmen einer Änderung des Rundfunkgesetzes umgesetzt, die Ende 2009 in Kraft getreten ist.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	5 424	Eurostat (2009)
Households		–	1 757	Eurostat as at 1.1.2009
TV households		99.3%	1 745	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		42.4%	745	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		5.6%	98	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		42.1%	740	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		20.4%	358	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		5.1%	89	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0.3%	5	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		31.3%	550	European Audiovisual Observatory
Households with PC		91.4%	1 607	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		35.2%	618	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	09.10	Companies
Cable operators	22	Slovcable, Trnavatel, UPC Broadband Slovakia,...
Satellite packagers	3	Digislovakia, Towercom, UPC Broadband Slovakia
IPTV packagers	4	Orange Slovensko, Slovanet, Swan, T-Com A.S.
DTT multiplex operators	1	Towercom
Mobile phone TV packagers	0	

TV channels established in the country by kind of transmission	09.10	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	4	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile channels			19	19
Regional/Local			80	80
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets			3	3
Total		3	106	109
Foreign channels targeting the country		2	3	5

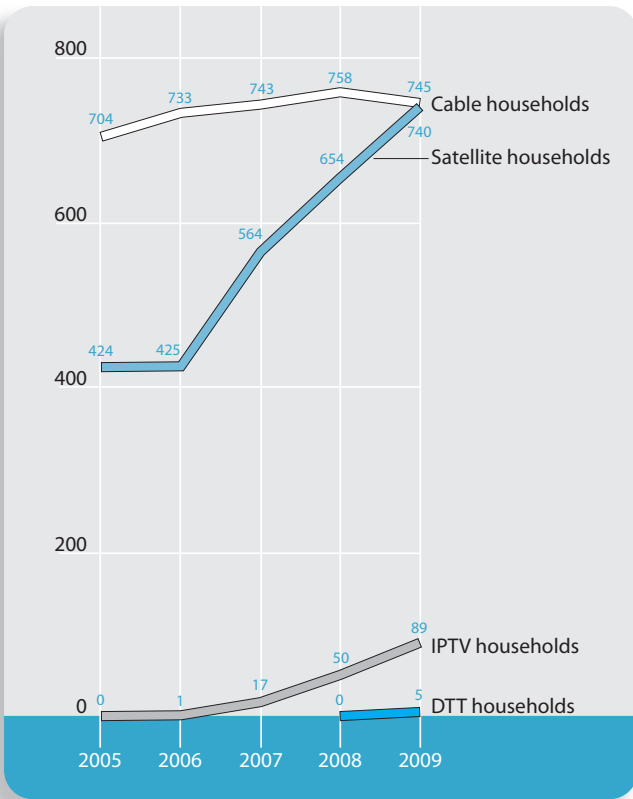
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	09.10	DTT	Satellite Digi TV (full offer)	Cable UPC Slovakia	IPTV MAGIO	Satellite CS Link	Satellite Skylink
Generalist - national		4	5	5	4	4	5
Generalist - foreign			23	8	9	5	5
Adult			2	3	5	2	3
Children			8	4	4	3	4
Culture/ education/ documentary			25	14	16	7	18
Minority interest groups							
Entertainment/ TV fiction/ games		2	34	11	11	7	6
Film			14	10	11	9	9
Home shopping				1			
International linguistic and cultural			2	1	2		
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	8	5	1	1
Music			13	10	4	3	2
News/ business			11	12	4	2	3
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local			6	1	1		
Religion			3	2		1	1
Sports		1	20	10	8	7	9
Various			1	1	1		
Total		7	173	101	85	51	66

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

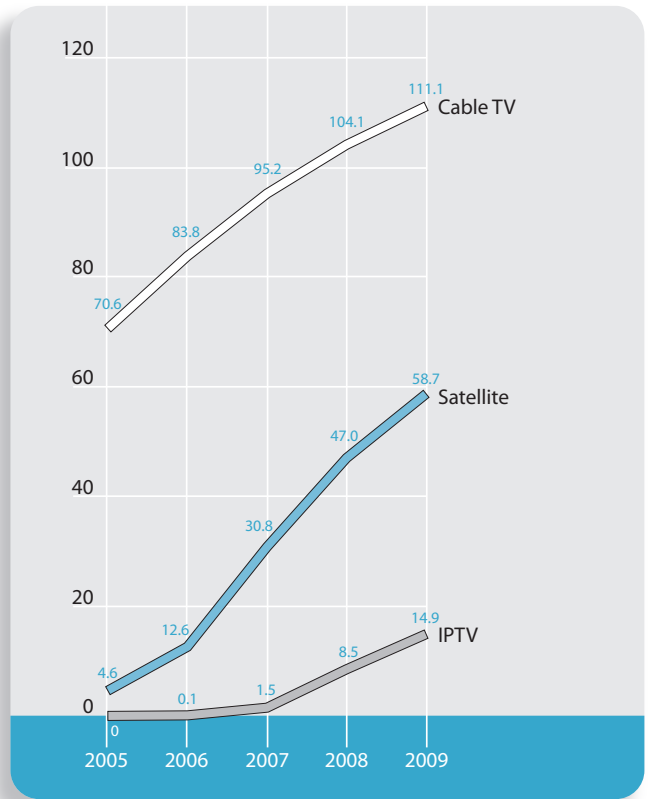
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

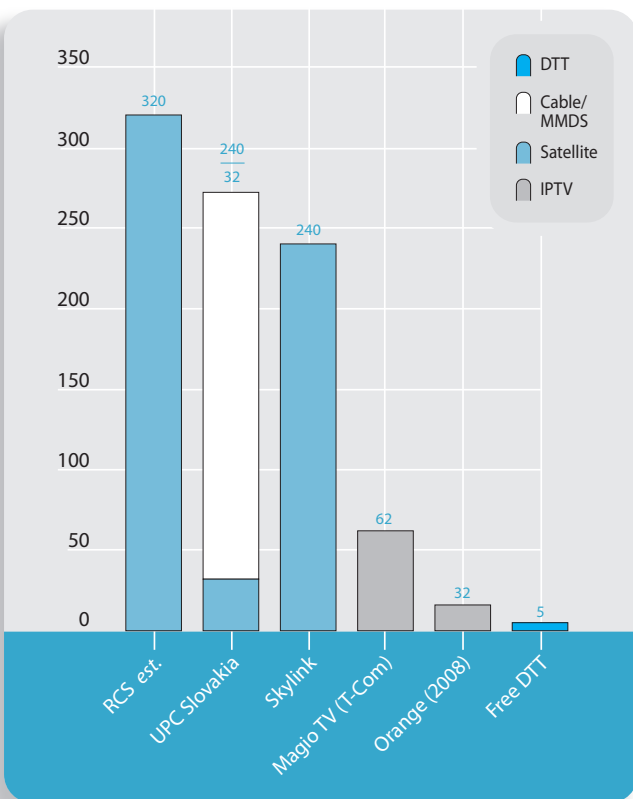
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

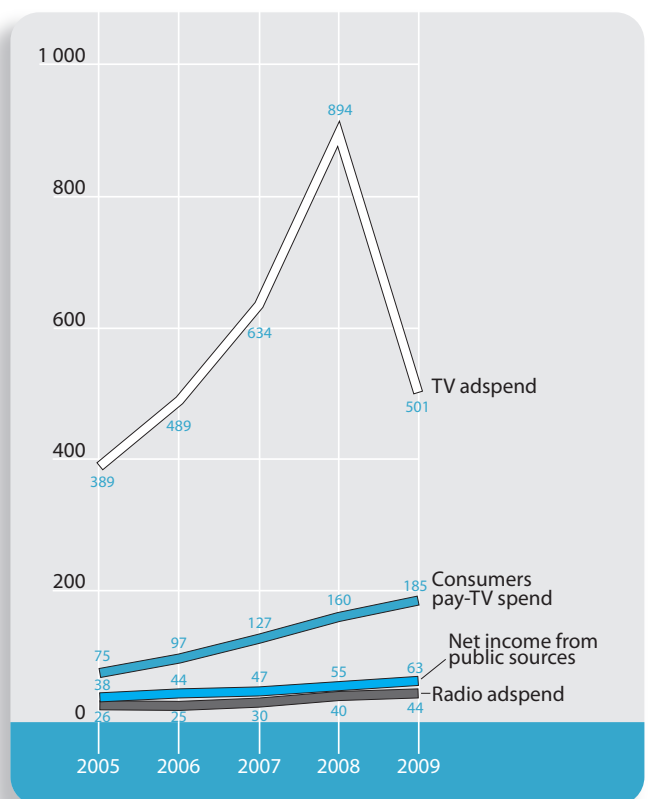
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, IP Key Facts and SVT

T.1.SK.1
G.1.SK.1Operating revenues of the main television companies in Slovakia
2006-2009 EUR million.

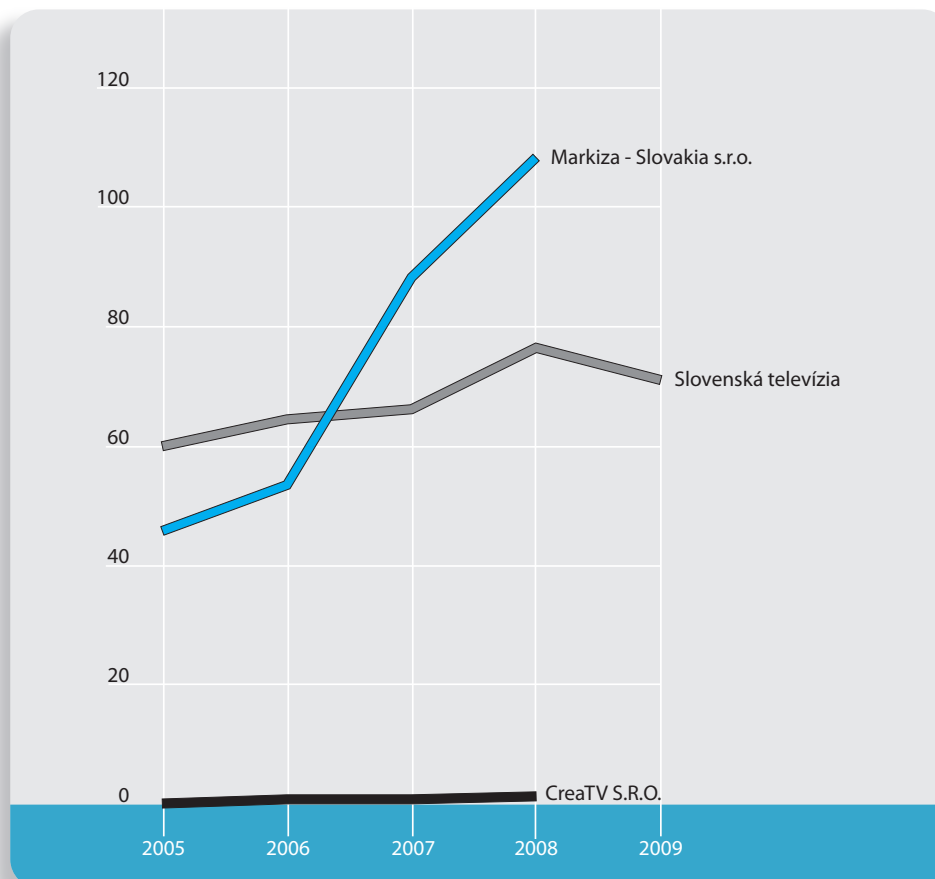
Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2009/08
Markiza - Slovakia s.r.o.	adtv	Markiza TV	53.4	88.2	108.3	~	~
Slovenská televízia	sptv	Jednotka, Dvojka, Trojka	64.4	66.1	76.4	71	-7.1%
MACTV	adtv	Joj TV, Joj Plus	~	~	~	~	~
CreaTV S.R.O.	thtv	Music Box	0.7	0.7	1.2	~	~

Main distributors		Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Orange Slovensko A.S. ①	3play	Fiber TV	~	~	~	~	~
T-Com A.S. ①	3play	Magio TV	~	~	~	~	~
Digi Slovakia ①	sat-tv, catv, ISP	Digi TV	17.2	43.0	~	~	~
Slovanet A.S. ①	3play	Slovanet Televizia	16.0	20.6	25.1	~	~
Swan A.S. ①	3play	Max TV	17.1	~	~	~	~
UPC Broadband ①	3play, sat-tv	UPC Televizia	~	3.4	4.3	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.

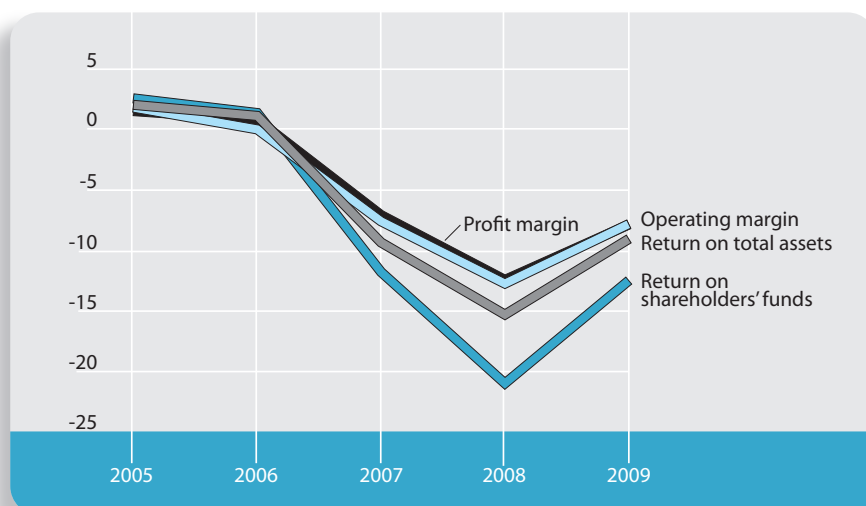
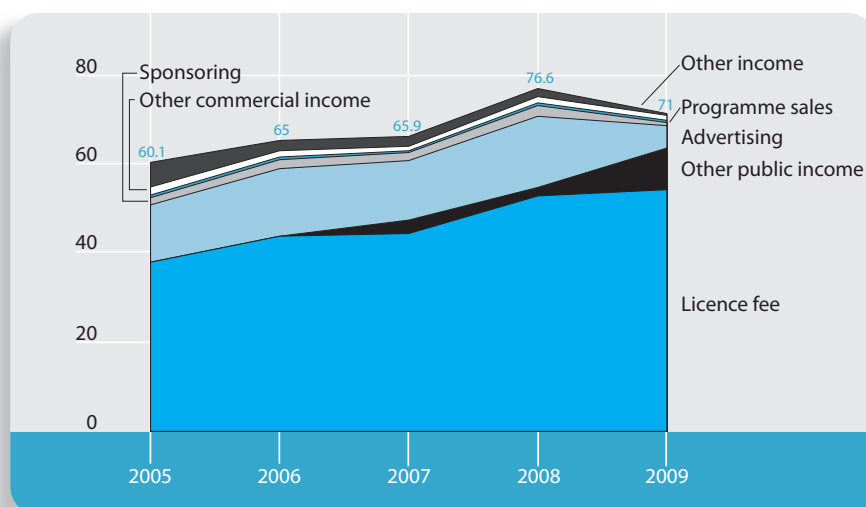


T.1.SK.2
G.1.SK.2STV financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	43.6	47.2	54.6	63.3	67.0%	71.6%	71.1%	89.1%	16.0%
- Aid/Grants	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	-85.7%
- Licence fee	43.6	44.2	52.6	54.0	67.0%	67.0%	68.5%	76.0%	2.7%
- Other public income	0.0	3.0	1.9	9.3	0.0%	4.5%	2.5%	13.1%	389.5%
Total commercial income	19.1	16.6	20.4	7.3	29.4%	25.1%	26.5%	10.3%	-63.9%
- Advertising	15.1	13.3	15.9	5.0	23.2%	20.1%	20.7%	7.1%	-68.4%
- Sponsoring	2.0	1.8	2.4	0.7	3.0%	2.8%	3.1%	1.0%	-69.3%
- Programme sales	0.6	0.4	0.6	0.5	1.0%	0.6%	0.8%	0.7%	-22.1%
- Merchandising	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	7.4%
- Other commercial income	1.4	1.0	1.4	1.1	2.2%	1.6%	1.9%	1.5%	-24.6%
Other income	2.3	2.2	1.8	0.4	3.6%	3.3%	2.4%	0.5%	-80.0%
TOTAL	65.0	66.0	76.8	71.0	100%	100%	100%	100%	-7.5%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	48.6	53.3	61.7	52.3	75.5%	74.9%	71.5%	68.3%	-15.2%
Costs of personnel	11.2	13.4	19.3	19.1	17.4%	18.8%	22.3%	25.0%	-0.8%
Depreciation	4.6	4.5	5.4	5.1	7.1%	6.3%	6.2%	6.7%	-3.9%
Operating expenditure	64.4	71.1	86.3	76.6	100%	100%	100%	100%	-11.3%
Net result	0.4	-4.8	-9.6	-5.6					-41.3%
Operating margin (%)	0.0	-7.7	-12.8	-7.9					

Source: STV, European Audiovisual Observatory

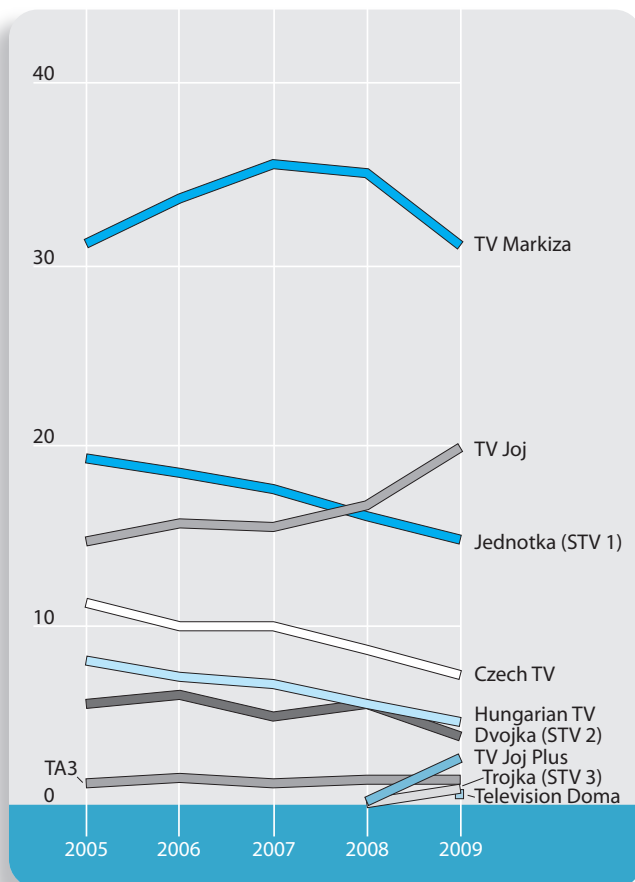


T.1.SK.3
G.1.SK.3TV audience market share in Slovakia
2005-2009 In %, 4 years +.

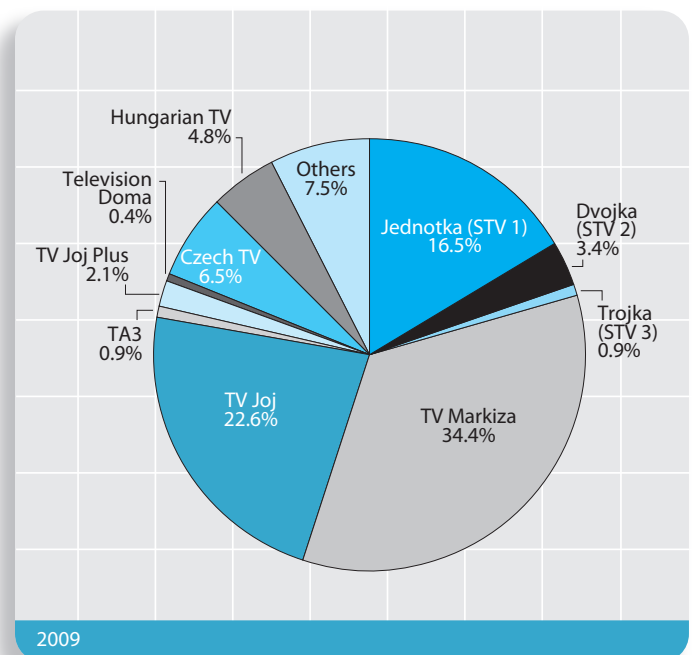
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
Jednotka (STV 1)	19.3	18.5	17.6	16.1	14.8	21.3	20.0	18.8	17.5	16.5
Dvojka (STV 2)	5.7	6.2	5.0	5.7	3.9	4.8	5.6	4.4	4.9	3.4
Trojka (STV 3)	-	-	-	0.2	1.0	-	-	-	0.2	0.9
Slovak public channels	25.0	24.7	22.6	22.0	19.7	26.1	25.6	23.2	22.6	20.8
TV Markiza	31.2	33.7	35.6	35.1	31.1	32.9	35.9	39.6	37.7	34.4
TV Joj	14.7	15.7	15.5	16.7	19.9	16.1	17.0	16.9	19.5	22.6
TA3	1.3	1.6	1.3	1.5	1.5	0.8	1.0	0.9	1.0	0.9
TV Joj Plus	-	-	-	0.3	2.7	-	-	-	0.2	2.1
Television Doma	-	-	-	-	0.7	-	-	-	-	0.4
Slovak private channels	47.2	51.0	52.4	53.6	55.9	49.8	53.9	57.4	58.4	60.4
Czech TV	11.3	10.0	10.0	8.7	7.3	10.7	9.1	8.4	7.2	6.5
Hungarian TV	8.1	7.2	6.8	5.7	4.7	7.7	6.9	6.4	5.7	4.8
Main foreign channels	19.4	17.2	16.8	14.4	12.0	18.4	16.0	14.8	12.9	11.3
Others	8.4	7.1	8.2	10.0	12.4	5.7	4.5	4.6	6.1	7.5

Source: Eurodata TV Worldwide, PMT, TNS SK

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +.



The Turkish audiovisual market is one of the largest in Europe with almost 18 million television households. Kanal D (Doğan Group) had the largest daily audience market share in 2009 with 14.1%, ahead of Show TV (Çukurova group, with 10.7%), ATV (Çalık Group, 8.9%), Fox Türk (News Corp group, 8%) and Star (Doğan Group, 8%). The public channels of the broadcaster TRT are a long way behind their private competitors, with the first public channel TRT 1 only recording a 3.1% daily audience market share in 2009.

TRT has launched a series of new channels since 2008: at the national level, the children's channel TRT Çocuk in November 2008, followed in January 2009 by the regional channel TRT 5 Anadolu and TRT 6, which broadcasts exclusively in Kurdish. It was possible to launch the latter following the modification of Law No. 2 954 of 11 June 2008, which authorised TRT to broadcast in languages and dialects other than Turkish. Also in 2009 a music channel TRT Müzik was launched, while in 2010, the TRT launched an Arabic language channel, a sports channel and a HD channel. Reorganisation has also taken place at the international level. TRT Avaz, the Turkish channel broadcast to Asia, was re-launched in March 2009. In particular, TRT INT changed its name to TRT Türk in May 2009 and the tourism channel TRT Turizm (Belgesel), which broadcasts programmes in Turkish, English, German and Russian, went on air in October 2009. Finally, TRT acquired a 15.7% stake in Euronews SA in February 2009, thus becoming the fourth largest shareholder after France Télévisions, RAI and RTR. The Turkish version of Euro-news was launched in January 2010.

The most important reception platforms are terrestrial and satellite, with almost 50% of homes using satellite TV services (of these 15% were pay services) at the end of 2009. 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 2.5 million subscribers in March 2010. D-Smart had 1.09 million in December 2009 (of which 276 000 were pay-TV subscribers). Data from the RTÜK (Turkish Radio and Television Supreme Council) in June 2010 claimed that there were a total of 1 174 000 analogue cable subscribers and 120 000 digital cable households. Three mobile TV services, operated by Avea, Türkcell and Türk Telekom, are competing with one another in Turkey. Regarding IPTV, in September 2010 a test service was launched by TTNET (a subsidiary of Türk Telekom), having received a licence from the regulator in June 2010. The service,

La Turquie représente l'un des marchés les plus importants d'Europe avec près de 18 millions de foyers télévisés. Kanal D (groupe Dogan) arrive en tête des audiences pour l'année 2009 avec 14,1 %, devant Show TV (groupe Çukurova, 10,7 %), ATV (groupe Çalık, 8,9 %), Fox Türk (groupe Newscorp, 8 %) et Star (groupe Doğan, 8 %). Les chaînes publiques du radiodiffuseur TRT se trouvent loin derrière leurs concurrentes privées, TRT 1, la première chaîne publique, ne rassemblant que 3,1 % de part de marché d'audience quotidienne en 2009.

La TRT a lancé une série de nouvelles chaînes depuis 2008. Au niveau national ont été inaugurées TRT Çocuk, une chaîne pour enfants en novembre 2008, suivie en janvier 2009 par les chaînes TRT 5 Anadolu, une chaîne régionale, et TRT 6, diffusant intégralement en kurde. Cette dernière chaîne a pu être lancée grâce à la modification de la loi n° 2 954 du 11 juin 2008. L'autorisation a alors été donnée à la TRT de diffuser des émissions dans des langues et dialectes autres que le turc. La chaîne musicale TRT Müzik a été lancée en 2009 et, en 2010, la TRT a inauguré une chaîne en langue arabe, une chaîne sportive et une chaîne HD. A l'échelon international, une refonte a aussi été menée. TRT Avaz, la chaîne en turc à destination de l'Asie, a été relancée en mars 2009. Surtout, TRT Int s'est transformée en TRT Türk en mai 2009 et la chaîne touristique TRT Turizm (Belgesel), diffusant des programmes en turc, anglais, français, allemand et russe a été inaugurée en octobre 2009. Enfin, la TRT est devenue actionnaire de Euronews SA en février 2009, à hauteur de 15,7 %, devant ainsi le quatrième actionnaire le plus important derrière France Télévisions, la RAI et RTR. Une version turque d'Euronews a été lancée en janvier 2010

Les principales plates-formes de réception sont terrestres et satellitaires, près de 50 % des foyers recevant des services de télévision par satellite (dont 15 % sont des services payants) fin 2009. 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 2,5 millions d'abonnés en mars 2010. En décembre 2009, D-Smart déclare 1,09 million d'abonnés (dont 276 000 à la télévision payante). En juin 2010, le RTÜK (conseil suprême turc de la radio et la télévision) comptabilise 1 174 000 abonnés au câble analogique et 120 000 au câble numérique. Trois services de télévision sur téléphones portables sont en concurrence dans le pays, par les opérateurs Avea, Türkcell et Türk Telekom. En ce qui concerne l'IPTV, TTNET, filiale de Türk Telekom ayant reçu une licence

Mit knapp 18 Millionen Fernsehhaushalten gehört die Türkei zu den wichtigsten Märkten in Europa. Platz eins der Zuschauerzahlen erreicht 2009 der Sender Kanal D (Dogan) mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 14,1 %. Dahinter folgen Show TV (Çukurova, 10,7 %), ATV (Çalık, 8,9 %), Fox Türk (Newscorp, 8 %) und Star (Doğan, 8 %). Die Sender der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt TRT liegen weit hinter ihren privaten Konkurrenten. So erreicht der stärkste öffentlich-rechtliche Sender TRT 1 2009 nur einen durchschnittlichen Zuschaueranteil von 3,1 %.

TRT hat seit 2008 eine ganze Reihe neuer Kanäle auf den Markt gebracht, darunter auf nationaler Ebene den Kinderkanal TRT Çocuk im November 2008 sowie den Regionalsender TRT 5 Anadolu und den rein kurdischen Sender TRT 6 im Januar 2009. Letzterer konnte erst auf Grund der Änderung des Gesetzes Nr. 2 954 vom 11. Juni 2008 auf Sendung gehen. Zuvor war es TRT nicht erlaubt, Sendungen in einer anderen Sprache als türkisch oder in einem türkischen Dialekt auszustrahlen. 2009 wurde von TRT der Musikkanal TRT Müzik gestartet, 2010 folgten ein Kanal in arabischer Sprache, ein Sportkanal und ein HD-Kanal. Auch auf internationaler Ebene hat es deutliche Veränderungen gegeben. So ist beispielsweise im März 2009 TRT Avaz, ein auf Asien ausgerichteter Sender in türkischer Sprache, neu gestartet worden. Des Weiteren wurde im Mai 2009 der Sender TRT Int in TRT Türk umbenannt und im Oktober 2009 ist der Touristiksender TRT Turizm (Belgesel) mit einem Programm in türkischer, englischer, französischer und deutscher Sprache an den Start gegangen. Ferner ist TRT im Februar 2009 mit 15,7 % bei Euronews SA eingestiegen und so hinter France Télévisions, RAI und RTR zum viertgrößten Anteilseigner avanciert. Die türkische Version von Euronews ist im Januar 2010 an den Start gegangen.

Wichtigste Empfangsplattformen sind Antenne und Satellit. So nutzten Ende 2009 fast 50 % der Haushalte Satelliten-TV-Dienste (davon 15 % Pay-TV-Dienste). Dieser Markt wird von drei Angeboten beherrscht: die Sat-TV-Plattformen Digitürk (Çukurova) und D-Smart (Doğan) sowie das Kabel-TV-Paket Türksat (nationaler Betreiber). Digitürk hatte nach eigenen Angaben im März 2010 2,5 Mio. Abonnenten. D-Smart hatte im Dezember 2009 1,09 Mio. Abonnenten (davon 276 000 Pay-TV). Laut Angaben des RTÜK (Oberster Radio- und Fernsehrat) gab es im Juni 2010 insgesamt 1 174 000 analoge und 120 000 digitale Kabelhaushalte. Auf dem Handy-TV-Markt konkurrieren drei Anbieter: Avea, Türkcell und Türk Telekom. Was das Internetfernsehen betrifft, so wurde im

called IPTivibu, includes 101 national and foreign channels and 10 HD channels. TTNET also offer the online Tivibu combining streamed TV services and VOD services. Tests of digital terrestrial television have been carried out since 2007. A launch date has not yet been announced and is most likely linked to the outcome of the draft broadcasting law (see below). Switch-off is planned for 2015.

The Doğan audiovisual group (which operates Kanal D, Star TV, CNN Türk and the D-Smart satellite platform), was forced to close down eleven channels on the D-Smart platform in October 2008 because they did not possess any licences. This issue was resolved at the end of 2009 and the beginning of 2010 when the regulator gave them time to properly organise their licences. In addition, the group 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. As a result the Doğan group must pay taxes, fines and interests amounting to approximately EUR 1 436 million. A tax amnesty announced by the Turkish government in November 2010 (regarding interest and repayments) may ease this situation. In September 2010 the group announced a 30% increase in their advertising revenues in comparison to one year earlier.

A draft Broadcasting law was presented for public consultation in October 2009, which would serve to implement the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) and address issues such as the switch-over to digital broadcasting, new broadcasting technologies such as IPTV, DVB-H, HDTV, and on demand services. The draft law also proposes that the public service broadcaster TRT will in future be under the supervision of the RTÜK.

du régulateur en juin 2010, a lancé un service test en septembre 2010. Ce service, appelé IPTivibu, comprend 101 chaînes nationales et étrangères et 10 chaînes HD. TTNET propose également Tivibu, offre en ligne associant services de télévision en flux continu et services en VOD. Des tests de télévision numérique terrestre sont effectués depuis 2007. La date de lancement n'a pas encore été annoncée et sera très probablement liée au contenu du projet de loi sur la radiodiffusion (voir ci-dessous). L'abandon de l'analogique est prévu pour 2015.

En octobre 2008, le groupe audiovisuel Doğan (qui exploite Kanal D, Star TV, CNN Türk et la plateforme satellitaire D-Smart) a été contraint de fermer onze chaînes sur la plate-forme D-Smart parce qu'il ne possédait pas les licences nécessaires. Ce problème a été résolu fin 2009 et début 2010, lorsque le régulateur lui a donné le temps d'organiser correctement ses licences. En outre, le groupe 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. En conséquence, le groupe Doğan doit s'acquitter d'impôts, d'amendes et d'intérêts s'élevant à environ EUR 1 436 millions. Une amnistie fiscale annoncée par le Gouvernement turc en novembre 2010 (concernant les intérêts et remboursements) pourrait améliorer cette situation. En septembre 2010, le groupe a annoncé une augmentation de 30 % de ses recettes publicitaires par rapport à l'année précédente.

En octobre 2010, un projet de loi sur la radiodiffusion a été présenté pour consultation publique ; il vise à mettre en œuvre la Directive Services de médias audiovisuels (SMAV) et traite de questions telles que le passage au numérique, les nouvelles technologies de radiodiffusion comme IPTV, DVB-H, HDTV, et les services à la demande. Le projet de loi propose que le radiodiffuseur de service public TRT soit placé à l'avenir sous la supervision du RTÜK.

September 2010 von TTNET (eine Tochter der Türk Telekom) unter dem Namen IPTivibu ein Test-IPTV-Dienst gestartet, nachdem das Unternehmen im Juni 2010 eine entsprechende Lizenz erhalten hatte. Der Dienst umfasst 101 nationale und ausländische Sender sowie 10 HD-Kanäle. TTNET bietet zudem das Tivibu-Paket auch online als Kombination aus Streaming- und VoD-Diensten an. Tests des digitalen terrestrischen Fernsehens werden bereits seit 2007 durchgeführt. Das Datum für seine Einführung wurde bislang noch nicht festgelegt und dürfte sehr wahrscheinlich vom Schicksal des Rundfunkgesetzentwurfs (siehe weiter unten) abhängen. Die Analogabschaltung ist für 2015 vorgesehen.

Der Medienkonzern Doğan (dem die Sender Kanal D, Star TV, CNN Türk sowie die Satellitenplattform D-Smart gehören) musste im Oktober 2008 wegen fehlender Lizenzen elf über D-Smart ausgestrahlte Kanäle einstellen. Diese Frage wurde Ende 2009 und Anfang 2010 gelöst, als die Regulierungsbehörde den Kanälen Zeit für eine ordnungsgemäße Lizenzierung einräumte. Darüber hinaus wurde der Konzern 2009 wegen Steuerhinterziehung zu hohen Geldstrafen verurteilt. Die Höhe der Geldstrafen übersteigt 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 eingereicht, den Fall aber verloren. Dies bedeutet, dass der Konzern Steuern, Geldstrafen und Zinsen in Höhe von insgesamt ca. 1,436 Mrd. EUR zahlen muss. Eine im November 2010 von der türkischen Regierung angekündigte Steueramnestie (bzgl. der Zinsen und der Tilgung) könnte die Situation entschärfen. Im September 2010 hat der Konzern eine Steigerung seiner Werbeeinnahmen um 30 % gegenüber dem Vorjahr bekanntgegeben.

Im Oktober 2009 wurde eine öffentliche Anhörung über einen Rundfunkgesetzentwurf eingeleitet, mit dem die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) umgesetzt sowie Fragen wie die Umstellung auf Digitalrundfunk, neue Rundfunktechnologien wie IPTV, DVB-H oder HDTV sowie On-Demand-Dienste geregelt werden soll. Der Gesetzentwurf sieht auch vor, dass die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt TRT in Zukunft der Aufsicht des RTÜK unterliegen soll.

Basic figures

Population and equipment	31.12.09	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		–	72 561	Eurostat 2010
Households		–	18 321	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		98.0%	17 955	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		6.9%	1 266	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		0.2%	38	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		48.3%	8 841	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		14.5%	2 656	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0.0%	2	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0.0%	0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		14.7%	2 696	European Audiovisual Observatory
Households with PC		31.6%	5 790	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		27.2%	4 980	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.10	Companies
Cable operators	6	Turksat A.S.
Satellite packagers	2	Digitürk, D-Smart
IPTV packagers	1	TTNET (subsidiary of Türk Telekom carrying out official trials)
DTT multiplex operators	~	
Mobile phone TV packagers	3	Avea, Turkcell, Türk Telekom (announced)

TV channels established in the country by kind of transmission	11.10	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)		6	20	26
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	117	119
Regional/Local		3	220	223
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		4	2	6
Total		15	359	374
<i>Foreign channels targeting the country</i>		1	36	37

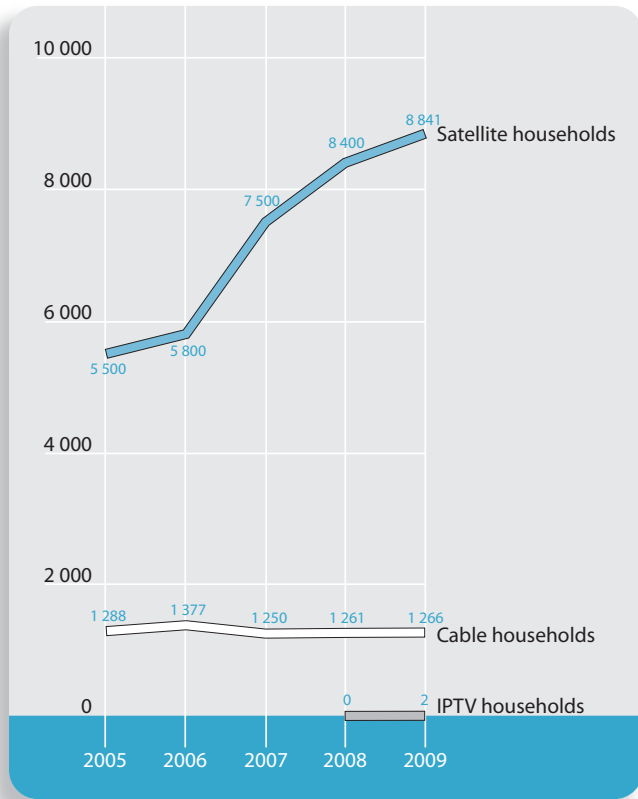
TV channels available in the country by genre and platform (incl. foreign channels)	11.10	Analogue terrestrial	Satellite DigiTürk	Satellite D-Smart
Generalist - national		21	19	23
Generalist - foreign			3	3
Adult			3	2
Children			9	5
Culture/ education/ documentary		1	10	13
Minority interest groups			1	1
Entertainment/ TV fiction/ games			12	6
Film			16	9
Home shopping			1	3
International linguistic and cultural			4	4
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	5
Music		1	6	10
News/ business		4	21	19
Parliament/ government/ administration				
Regional/ local			1	9
Religion				
Sports		1	16	8
Various			1	3
Total		28	127	123

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2005-2009

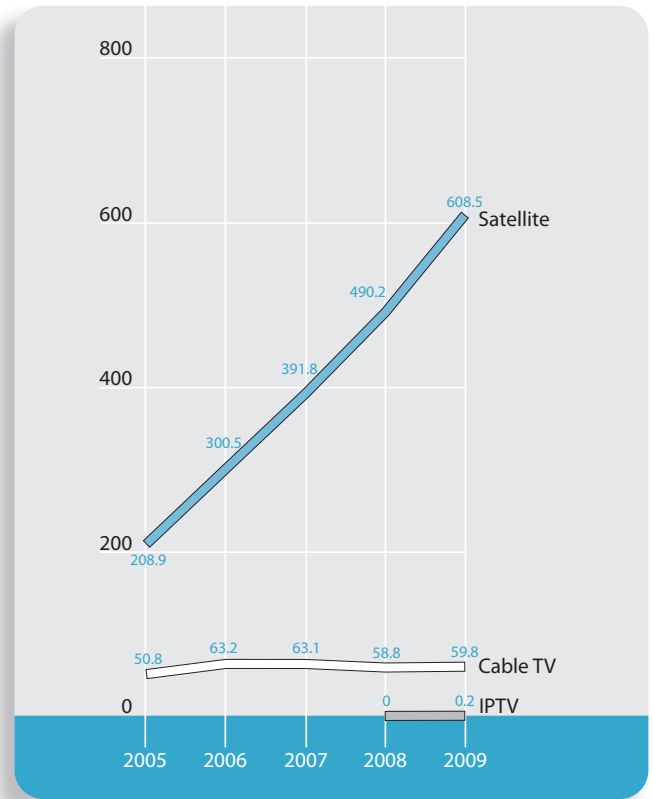
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2005-2009

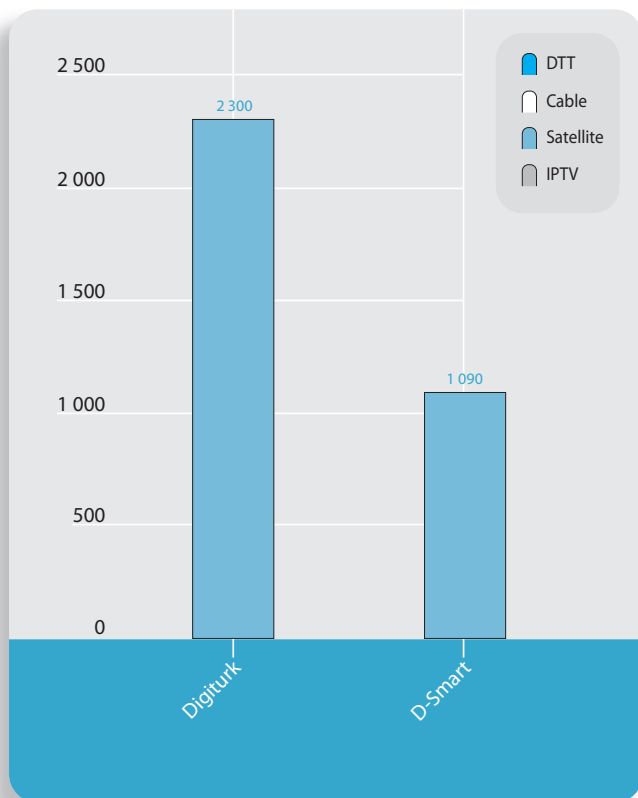
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2009

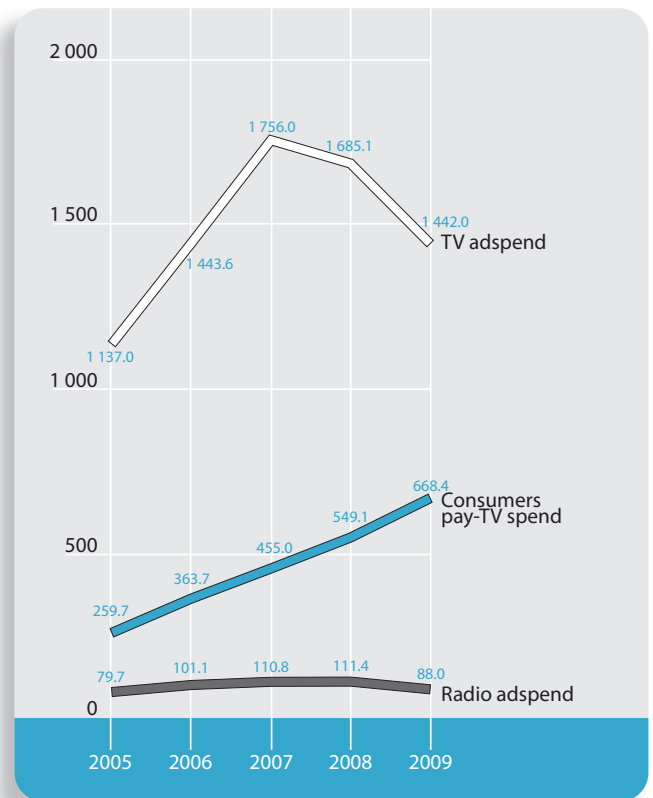
In thousands.



Source: TV International

Gross revenues of radio-television 2005-2009

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory from Screen Digest and WARC data

T.1.TR.1
G.1.TR.1

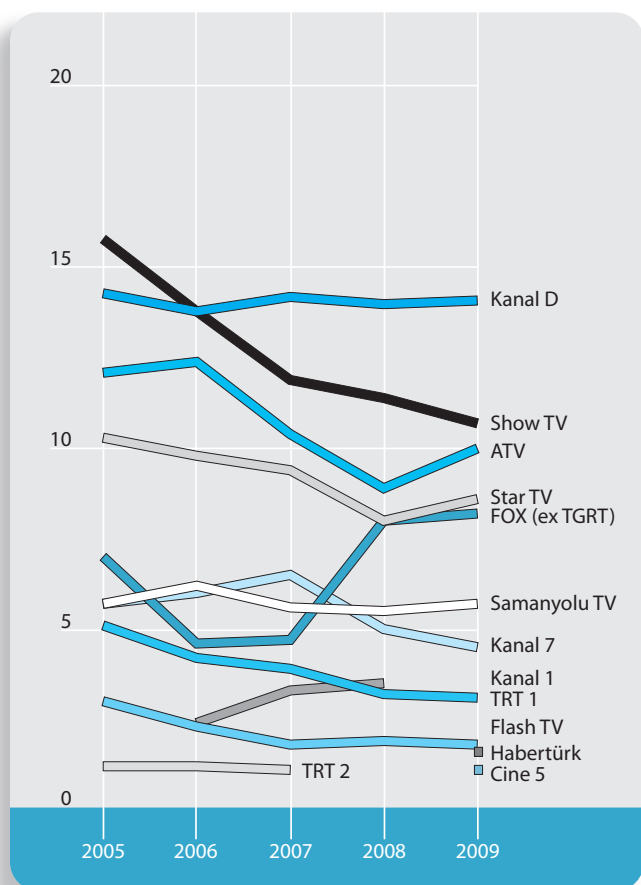
TV audience market share in Turkey 2005-2009

In main urban areas. In %, 5 years +.

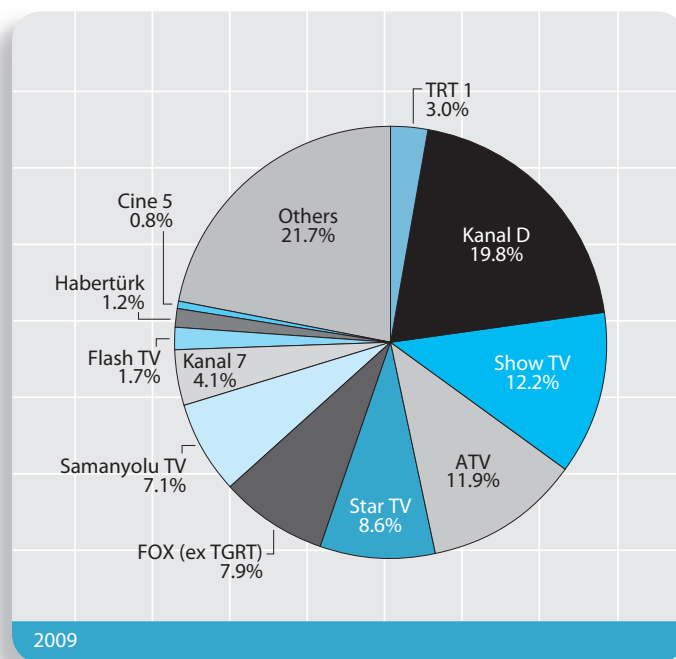
Channels	Daily share					Prime time (20:00-23:00)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
TRT 1	5.1	4.2	3.9	3.2	3.1	4.1	3.8	3.5	3.6	3.0
TRT 2	1.2	1.2	1.1	~	~	0.8	0.7	0.6	~	~
Main Turkish public channels	6.3	5.4	5.0	3.2	3.1	4.9	4.5	4.1	3.6	3.0
Kanal D	14.3	13.8	14.2	14.0	14.1	15.2	14.9	17.3	18.2	19.8
Show TV	15.8	13.8	11.9	11.4	10.7	16.5	15.2	14.8	15.3	12.2
ATV	12.1	12.4	10.4	8.9	10.0	14.4	14.5	12.4	10.1	11.9
Star TV	10.3	9.8	9.4	8.0	8.6	10.6	11.1	10.7	8.0	8.6
FOX (ex TGRT)	7.0	4.6	4.7	8.0	8.2	7.8	4.8	4.6	6.8	7.9
Samanyolu TV	5.7	6.2	5.6	5.5	5.7	7.1	7.6	7.0	7.1	7.1
Kanal 7	5.7	6.0	6.5	5.0	4.5	6.1	6.1	5.9	4.0	4.1
Flash TV	3.0	2.3	1.8	1.9	1.8	2.6	1.7	1.6	1.6	1.7
Habertürk	~	~	~	~	1.6	~	~	~	~	1.2
Cine 5	~	~	~	~	1.1	~	~	~	~	0.8
Kanal 1	~	2.4	3.3	3.5	-	~	1.9	2.0	3.8	-
Main Turkish private channels	73.9	68.9	64.5	62.7	63.6	80.3	75.9	74.3	71.1	73.3
Others	19.8	25.7	30.5	34.1	33.3	14.8	19.6	21.6	25.3	23.7

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research, TIAK

Daily share. In main urban areas. In %, 5 years +.



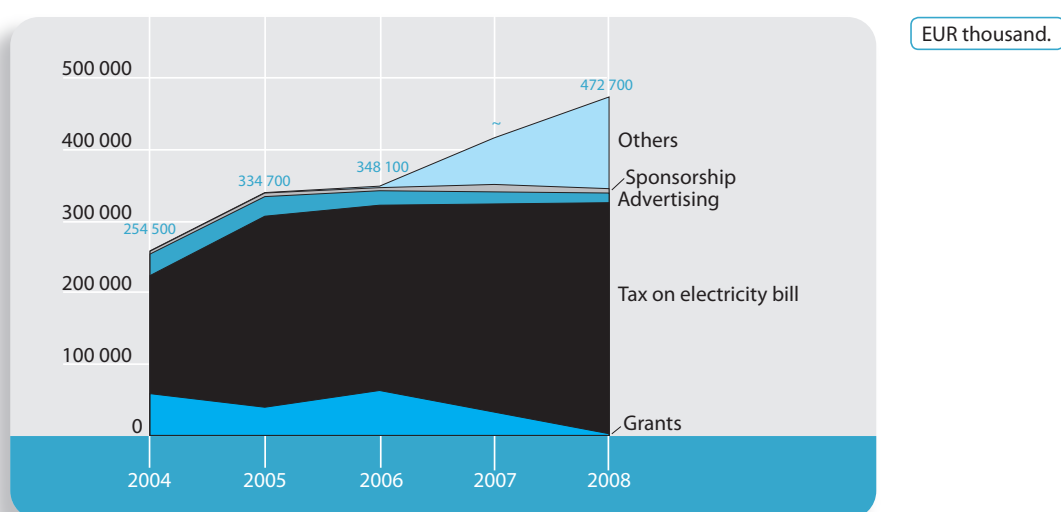
Prime time (20:00-23:00). In main urban areas. In %, 5 years +.



T.1.TR.2
G.1.TR.2Revenues and expenditure of TRT
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Public funds	306 100	321 500	~	325 000	91.5%	92.4%	~	68.8%	-
- Grants	39 300	62 700	~	2 300	11.7%	18.0%	~	0.5%	-
- Tax on electricity bill	266 800	258 800	~	322 700	79.7%	74.3%	~	68.3%	-
Commercial revenues	28 000	24 500	~	19 600	8.4%	7.0%	~	4.1%	-
- Advertising	27 400	20 200	~	13 500	8.2%	5.8%	~	2.9%	-
- Sponsorship	5 000	4 300	~	6 100	1.5%	1.2%	~	1.3%	-
Others	600	2 100	~	128 100	0.2%	0.6%	~	27.1%	-
TOTAL	334 700	348 100	~	472 700	100.0%	100.0%	~	100.0%	-

Source: TRT, EBU-UER, European Audiovisual Observatory



EUR thousand.

This IRIS *Special* focuses on issues relating to the transposition of the Audiovisual Media Services Directive into national law. In particular, it discusses the importance of this task for general concepts and key definitions contained in the Directive. On the basis of these concepts, it looks at practical issues and possible solutions that are emerging in the transposition arrangements of the various EU member states. Finally, it examines a number of subsidiary regulatory and monitoring issues.

In this discussion, it becomes clear on the one hand how big the differences in the transposition of the Directive from one state to another are and to what extent the different legal traditions of individual states have an impact. Numerous examples make it clear that the, in some cases, broadly defined concepts and targets of the Directive leave room for different national solutions, especially in the case of non-linear services. On the other hand, attention is also drawn to the fact that the current regulatory culture in some EU member states will change since a number of the Directive's provisions will result in the lasting adaptation and simplification of their legislation.

A discussion of the aims of the Audiovisual Media Services Directive and the interests involved, taking as examples:

- The promotion of cultural diversity
- Protection against hate speech and other unacceptable content
- Protection for underage users in particular
- The limits to advertising
- Product placement
- The right to short reporting

The challenges of transposing the Directive into national law:

- Intelligibility, acceptance, manageability of the solutions chosen
- Incorporation into existing media law of the concepts set out
- Drawing a distinction between linear and non-linear services
 - Definition of editorial responsibility
 - Co-regulation – for what areas and how is it organised?
 - Rights of citizens and the industry to be heard or have a say in matters
- Monitoring of compliance with the law
- The roles of the regulatory authorities
- Responsibility for ensuring the implementation of, and compliance with, the rules in individual cases

Ready, Set ... Go? The Audiovisual Media Services Directive

Published by the European Audiovisual Observatory
Strasbourg 2009, 131 pages - ISBN 978-92-871-6665-4 – 89 EUR

Available in English, French and German

For further information, consult <http://www.obs.coe.int/avmsd>

Order online at <http://www.coe.int/about/order>
or by Email: orders-obs@coe.int, by fax: +33 3 90 21 60 19



Sources

Sources

Quellen

Contents	Sommaire	Inhalt	
Sources	Sources	Quellen	282
Glossary and methodology	Glossaire et méthodologie	Glossar und Methodik	284
Abbreviations	Abréviations	Abkürzungen	288

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>

Strategic Information Service (SIS)

Service d'information stratégique (SIS)

Strategic Information Service (SIS)



The SIS is the research unit of the EBU specializing in economic and market analysis and works with all functional departments within the EBU.

It conducts data collection, primary research, and surveys; compiles and analyses information; and makes results available through published reports, presentations, and other communication. In addition, SIS procures existing published studies/expertise and maintains one of the most extensive and up-to-date repositories of media publications in Europe.

SIS is engaged in the ongoing study of media markets throughout Europe. The unit collects information about all EBU Members; tracks actual market conditions and trends in the television, radio, and new media; analyses industry structures; and investigates the competitive environment.

Head of SIS: Alexander Shulzycki

Le SIS constitue l'unité de recherche de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) pour l'analyse économique et l'étude des marchés.

Le SIS œuvre en collaboration avec les divers départements de l'UER afin de recueillir l'information, mener à bien études, recherche primaire et enquêtes, compiler et analyser les données et mettre à disposition les résultats sous forme de publications, présentations et toute autre forme de communication. De plus, le SIS facilite l'accès aux études et aux connaissances spécialisées existant par ailleurs, et maintient un référentiel de publications média parmi les plus complets et les plus à jour en Europe.

Le SIS poursuit actuellement une étude au long cours portant sur les différents marchés médiatiques à travers l'Europe, recueillant des données relatives aux activités de tous les membres de l'UER, suivant de près l'évolution des marchés ainsi que les tendances des secteurs télévision, radio et nouveaux médias, analysant les structures du paysage audiovisuel et étudiant la situation en matière de concurrence.

Responsable du SIS: Alexander Shulzycki

SIS ist die Recherche-Abteilung der EBU. Sie ist auf Wirtschafts- und Marktanalysen spezialisiert und arbeitet mit allen operativen Abteilungen der EBU zusammen.

SIS führt Datensammlungen, -erhebungen und Umfragen durch; trägt Informationen zusammen und analysiert sie und veröffentlicht die Ergebnisse in Publikationen, Präsentationen und durch andere Kommunikationswege. Darüber hinaus stellt SIS bestehende publizierte Studien/Gutachten zur Verfügung und pflegt eine der umfangreichsten und aktuellsten Sammlungen von Medienpublikationen in Europa.

SIS befasst sich mit der laufenden Beobachtung der europäischen Medienmärkte. Die Abteilung sammelt Informationen zu allen EBU-Mitgliedern; verfolgt aktuelle Marktlagen und Entwicklungen in den Bereichen Fernsehen, Radio und Neue Medien; analysiert Industriestrukturen; und untersucht das Wettbewerbsumfeld.

Leiter SIS: Alexander Shulzycki

SCREEN DIGEST <http://www.screendigest.com>



Publisher of European audiovisual information and statistics for the past thirty years. The main activity of Screen Digest is

the publication of a monthly magazine, Screen Digest, which contains the latest news and references on European and global audiovisual developments, as well as statistics.

Thematic information areas: market and economic information from the whole of Europe, especially relating to video, new technologies and multimedia.

Screen Digest édite des informations et des statistiques sur l'audiovisuel depuis 30 ans. Son activité principale est la publication mensuelle du magazine Screen Digest, contenant des informations récentes sur l'audiovisuel, des références bibliographiques sur les développements dans le secteur de l'audiovisuel en général et en Europe en particulier, ainsi que des statistiques.

Domaine thématique : informations sur les marchés d'Europe, plus particulièrement sur les industries du cinéma, de la vidéo, des nouvelles technologies et du multimédia.

Verlag für europäische audiovisuelle Informationen und Statistiken aus den letzten 30 Jahren. Die Haupttätigkeit von Screen Digest ist die Veröffentlichung der Monatsschrift Screen Digest, die die neuesten Nachrichten und Hinweise auf weitere Informationen über europäische und internationale audiovisuelle Entwicklungen sowie Statistiken enthält.

Themenbereich: Markt- und Wirtschaftsinformationen aus ganz Europa, besonders für die Bereiche Film, Video, neue Technologien und Multimedia.

Organisations which provided pan-European data for this volume

Organismes ayant fourni des données paneuropéennes pour ce volume

Organisationen, die mit gesamt-europäischen Angaben zu diesem Band beigetragen haben

(Continued)
(Suite)
(Fortsetzung)

EURODATA-TV WORLDWIDE <http://www.eurodatatv.com>



Eurodata TV is the international data bank for TV programme 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 1200 channels in 73 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 ratings of any TV programme on all the channels measured: title, genre, date, channel, starting time, duration, average audience rating and average market share by target group. All this information is readily available via modem, fax, email in a standardised computer file format.

Eurodata TV clients are broadcasters, TV programme 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 copyrights on TV. It allows the analysis of TV markets from a strategic, legal or marketing point of view, in order to back up sales argumentation or buying decisions, to identify the success or failure of programmes, etc.

Eurodata TV 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 1 200 chaînes de télévision dans 73 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 par modem, fax ou e-mail.

Les clients d'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, ... 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.

Eurodata TV ist die internationale Datenbank mit sendungsbezogenen Daten 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 1 200 Fernsehsender in 73 Ländern aus und erweitert sein Erfassungsgebiet regelmäßig auf diejenigen 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 Sehbeileiligung ist das Referenzwerkzeug bei der Untersuchung der Fernsehprogrammierung und -einschaltquoten. Eurodata TV bietet zeitnah sämtliche offiziellen Informationen über Ausstrahlung und Einschaltquoten jedes einzelnen Programms auf den erfassten Sendern: Sendetitel, Datum, Kanal, Anfangszeit, Dauer, Genre, Sehbeileiligung und durchschnittlicher prozentualer Marktanteil für jede Standardzielgruppe in den einzelnen Ländern. Diese Informationen sind in einem einheitlichen Format per Modem, Fax oder E-Mail erhältlich.

Kunden von Eurodata TV sind Sendeanstalten, Produzenten, Käufer und Verkäufer von Fernsehprogrammen, Planungs- und Entwicklungsabteilungen, Sponsoren von Sportevents, Sportverbände, Rechtsabteilungen von audiovisuellen Unternehmen, Verwertungsgesellschaften, Agenturen, Zentralen zum Einkauf von Werbeflächen 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.

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	1
Households	Ménages	Haushalte	1
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	2
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Angeschlossene Kabelhaushalte	3
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	3
DTH/SMATV households	Foyers avec réception directe par satellite	Satellitendirektempfang	4
Digital DTH/SMATV households	Foyers avec réception directe par satellite numérique	Haushalte mit digitalem Satellitendirektempfang	5
Pay DTH/SMATV households	Foyers avec réception payante par satellite	Haushalte mit gebührenpfl. Sat.-Empfang	3
IPTV subscriptions	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	3
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Empfänger	6
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	7
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	8
Households with broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitband	3
Mobile phone TV subscriptions	Abonnements aux services TV pour téléphone mobile	Abonnenten Mobil-TV Unicast	3
Mobile broadcast TV subscriptions/receivers	Abonnements/récepteurs de télévision mobile personnelle (TMP)	Abonnenten Handy-TV	

Penetration (in % HH)	Pénétration (en % des foyers)	Penetration (in % der Haushalte)
In thousand	En milliers	In Tausend
Sources	Sources	Quellen

- 1 In general we have used data provided by Eurostat rather than by national sources, as in principal they have a higher level of harmonisation.
- 2 Estimates by the Observatory. The figures are calculated from the number of households and the latest available rate of penetration.
- 3 Absolute figures are in general provided by Screen Digest on the basis of data collected directly from national professional organisations, national public sources and individual companies. Rate of penetration calculated by the Observatory on the basis of number of households and data provided by Screen Digest.
- 4 Absolute figures provided by Screen Digest on the basis of data published by Eutelsat and SES Astra.
- 5 Absolute figures elaborated by Screen Digest or the Observatory on the basis of declaration by the satellite packagers.
- 6 Absolute figures established by Screen Digest on the basis of data provided by national sources. In general the data are obtained by modelisation on the basis of sales of syntonisers.
- 7 The total of households with digital equipment is not always easy to calculate, as some households may have double equipment (for example subscribing to a satellite pay-TV package and to an IPTV triple play offer). In countries where no data are available from a specific monitoring, the estimates by the Observatory may be relatively inflated.
- 8 Data calculated by Screen Digest from national sources.

- 1 Le plus souvent, nous avons eu recours aux données communiquées par Eurostat plutôt que par les sources nationales, dans la mesure où, en principe, elles ont un plus grand degré d'harmonisation.
- 2 Estimations par l'Observatoire. Les chiffres sont calculés à partir du nombre de foyers et du dernier taux de pénétration disponible.
- 3 Les chiffres absolus sont fournis par Screen Digest, sur la base de données collectées directement auprès d'organisations professionnelles nationales, d'organismes publics et des entreprises elles-mêmes. Taux de pénétration calculé par l'Observatoire sur base du nombre de foyers et des données fournies par Screen Digest
- 4 Chiffres absolus fournis par Screen Digest sur base des données publiées par Eutelsat et SES Astra.
- 5 Chiffres absolus élaborés par Screen Digest ou l'Observatoire sur base des déclarations des opérateurs de bouquets satellitaires.
- 6 Chiffres absolus établis par Screen Digest sur la base de données fournies par les sources nationales. Le plus souvent, les données sont élaborées par modélisation sur base des ventes de syntoniseurs.
- 7 Le nombre total de foyers dotés d'un équipement numérique n'est pas toujours aisé à calculer, dans la mesure où certains foyers peuvent être dotés d'un double équipement (par exemple être à la fois abonné à une offre satellitaire et à une offre «triple play» en IPTV). Dans les pays où des données spécifiques ne sont pas publiées, les estimations de l'Observatoire peuvent être surévaluées.
- 8 Données calculées par Screen Digest à partir de sources nationales.

- 1 Üblicherweise haben wir aufgrund der größeren Einheitlichkeit eher auf die von Eurostat übermittelten Daten zurückgegriffen als auf die Angaben nationaler Quellen.
- 2 Schätzungen der Informationsstelle. Die Berechnung beruht auf der Zahl der Haushalte und der letzten verfügbaren Penetrationsrate.
- 3 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten, die direkt bei nationalen Berufsverbänden, öffentlichen Einrichtungen und den Unternehmen selbst ermittelt wurden. Die Penetrationsrate wurde von der Informationsstelle auf der Grundlage der Zahl der Haushalte und der von Screen Digest übermittelten Daten berechnet.
- 4 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten, die von Eutelsat und SES Astra veröffentlicht wurden.
- 5 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest oder der Informationsstelle, auf der Grundlage von Angaben der Anbieter von Satellitenbouquets.
- 6 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten aus nationalen Quellen. Meist wurden die Daten über Modellbildung anhand des Tuner-Verkaufs ermittelt.
- 7 Die Gesamtzahl der digital ausgestatteten Haushalte lässt sich nicht immer leicht berechnen, da einige Haushalte über eine doppelte Ausstattung verfügen (etwa über ein Abonnement für ein Satellitenangebot und eines für ein Triple-Play-Angebot per IPTV). In Ländern, in denen spezifische Daten nicht veröffentlicht werden, können die Schätzungen der Informationsstelle auch leicht überbewertet sein.
- 8 Die Daten wurden von Screen Digest aus Angaben nationaler Quellen berechnet.

Basic figures (Continued)

Chiffres clés (Suite)

Schlüsselzahlen (Fortsetzung)

TV channels distributors	Distributeurs de chaînes de TV	Anbieter	
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	1
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2
DTT multiplex operators / packagers	Opérateurs de multiplex TNT / Fournisseurs de bouquet payant pour la TNT	Betreiber DVB-T-Multiplex / Anbieter DVB-T-Bezahlbouquet	2
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2
Mobile broadcast TV packagers	Ensembleurs de télévision mobile personnelle (TMP)	Mobil-TV-Anbieter	

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	2
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	Câble/satellite/IPTV/Mobile	Kabel/Satellit/IPTV/Mobil	2
Regional/Local	Régionale/Locale	Regional/Lokal	2
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Regionale/lokale Fenster	2
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	2
Total	Total	Gesamt	2
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländ. Dienste mit Inlands-Zielmarkt	2 3

Public	Public	Öffentlich-rechtlich
Private	Privé	Privat
Total	Total	Summe

Supply of TV channels by genre and by platform 4	Offre de chaînes TV par genre et par plate-forme 4	Angebot an TV-Diensten nach Genre und Plattform 4	
Generalist - national (incl. dedicated)	Généraliste - national (y compris les chaînes dédiées)	Vollprogramme (mit ausländischen Sendern für das Inland)	5
Generalist - foreign	Généralistes étrangères	Vollprogramme aus dem Ausland	
Adults	Chaînes pour adultes	Erwachsene	
Children	Chaînes pour enfants	Kinder	
Film	Chaînes de films	Spielfilme	
Culture/Documentary/Education	Culture/Documentaires/Education	Kultur/Dokumentation/Bildung	
Entertainment/TV Fiction/Games	Divertissement/Fiction télévisuelle/Jeux	Unterhaltung/Fernsehfiktion/Spiele	
Cultural minorities	Chaînes pour les minorités culturelles	Kulturelle Minderheiten	
Home shopping	Téléachat	Homeshopping	
News/Business	Chaînes d'information (y compris information économique)	Nachrichten/Wirtschaft	
International channels	Chaînes internationales	Internationale Sender	
Lifestyle/Specific leisure/Travel	Styles de vie/Loisirs/Voyage	Lifestyle/Freizeit/Reise	
Music	Musique	Musik	
Parliamentary	Chaînes parlementaires	Parlamentskanäle	
Regional/Local	Régionales / locales	Regionale/lokale Sender	
Religion	Religion	Religion	
Sports	Sports	Sport	
Various	Divers	Verschiedenes	

Terrestrial	Terrestre	Terrestrisch
Cable	Câble	Kabel

1 Data from national associations or national regulatory authority.
 2 Data from the MAVISE database.
 3 Channels originating from one other country in the language of the country of destination, when different from the country of origin.
 4 Data are elaborated from the MAVISE database. The harmonised indexation by genre is elaborated by the Observatory and does not necessarily correspond to the indexation by the providers.
 5 Dedicated channels are channels established in another country but obviously targeting the considered country.

1 Données communiquées par les associations nationales ou les instances de régulation.
 2 Données élaborées à partir de la base de données MAVISE.
 3 Chaînes provenant d'un autre pays, dans la langue du pays de destination, lorsqu'elle est différente de celle du pays d'origine.
 4 Les données sont élaborées à partir de la base de données MAVISE. L'indexation harmonisée par genre est réalisée par l'Observatoire et ne correspond pas nécessairement à celle proposée par les opérateurs.
 5 Les chaînes dédiées sont établies dans un autre pays mais visent de toute évidence le pays considéré.

1 Daten der nationalen Vereinigungen oder der Regulierungseinrichtungen.
 2 Angaben aus der Datenbank MAVISE.
 3 Dienste aus dem Ausland in der Sprache des Ziellandes, wenn sich diese vom Ursprungsland unterscheidet.
 4 Die Daten wurden auf der Grundlage der Datenbank MAVISE ermittelt. Die harmonisierte Indexierung nach Genre erfolgte durch die Informationsstelle und entspricht nicht notwendigerweise der Sicht der Anbieter.
 5 Die ausländischen Sender für das Inland haben ihren Sitz im Ausland, strahlen ihr Programm aber offensichtlich gezielt für das jeweilige untersuchte Land aus.

Market trends

Tendances du marché

Markttrends

Households TV equipments	Équipement des foyers TV	Ausstattung der Fernsehhaushalte
DTT households	Foyers TNT	DVB-T
Satellite households	Foyers avec réception satellite directe	Satellitendirektempfang
Cable households	Foyers abonnés au câble	Kabel
IPTV households	Foyers abonnés IPTV	IPTV

Consumers pay-TV spend	Dépenses des ménages en télévision à péage	Ausgaben der Haushalte für Bezahlfernsehen
Satellite consumers spend	Dépenses abonnement satellite	Ausgaben für Satellitenabonnement
Cable TV consumers spend	Dépenses abonnement câble	Ausgaben für Kabelabonnement
DTT consumers spend	Dépenses abonnement TNT	Ausgaben für DVB-T-Abonnement
IPTV consumer spend	Dépenses abonnement IPTV	Ausgaben für IPTV-Abonnement

For most of the countries, data are elaborated by Screen Digest from pay-TV operators revenues. Data are for subscription pay TV revenue only, include taxes but do not include income from technology sale or rental or advertising.

Pour la plupart des pays, les données sont élaborées par Screen Digest. Les données concernent les dépenses d'abonnement. Les taxes sont incluses, mais non les recettes liées à la vente ou location de matériel ou à la publicité.

Für die meisten Länder stammen die Daten von Screen Digest. Die Angaben betreffen die Abonnementkosten. Steuern sind enthalten, aber nicht die Einnahmen aus Verkauf bzw. Vermietung von Filmtechnik oder aus der Werbung.

Number of households accessing multichannel platforms	Nombre de foyers accédant aux plates-formes numériques	Anzahl der Haushalte mit Zugang zu digitalen Plattformen
---	--	--

Data were collected by the Observatory from operators or trade press.

Les données ont été collectées par l'Observatoire auprès des opérateurs ou dans la presse professionnelle.

Die Daten wurden von der Informationsstelle über die Betreiber oder die Fachpresse ermittelt.

Gross revenues of radio and television	Revenus bruts de la radio et de la télévision	Bruttoeinnahmen in Hörfunk und Fernsehen
Consumers pay-TV spend	Dépenses des consommateurs en télévision à péage	Verbraucherausgaben für Bezahlfernsehen ¹
TV adspend	Investissements publicitaires TV bruts	Bruttoinvestitionen in die Fernsehwerbung ²
Radio-TV licence fee	Redevance radio-télévision	Rundfunkgebühren ³
Radio adspend	Investissements publicitaires radio bruts	Bruttoinvestitionen in die Hörfunkwerbung ⁴
State grants	Subvention publique	Öffentliche Fördermittel ⁵

¹ Screen Digest data.

² Gross advertising expenses as analysed by WARC or IP Keyfact.

³ When possible gross expenses as paid by consumers. In other cases, broadcasters net licence fee revenues.

⁴ Gross advertising expenses as analysed by WARC.

⁵ As communicated in broadcasters net revenues.

¹ Données Screen Digest.

² Données élaborées par WARC ou IP Keyfacts.

³ Lorsque disponibles, données brutes relatives aux montants payés par les consommateurs ; dans les autres cas, recettes nettes des diffuseurs.

⁴ Données élaborées par WARC.

⁵ Montant communiqué dans les recettes nettes des diffuseurs.

¹ Daten von Screen Digest.

² Daten von WARC oder IP Keyfacts ermittelt.

³ Wenn verfügbar, Bruttoausgaben der Verbraucher, ansonsten Nettogebühreneinnahmen der Rundfunkveranstalter.

⁴ Daten von WARC ermittelt.

⁵ Nach Angaben der Rundfunkveranstalter über ihre Nettoeinnahmen.

TV company financial situation (consolidated)

Situation financière d'une entreprise de télévision (consolidé)

Wirtschaftliche Lage von Fernsehunternehmen (konsolidiert)

Income	Recettes	Erträge
Total public income	Total recettes publiques	Öffentliche Erträge
Aid/Grants	Subventions	Subventionen
Licence fee	Redevance	Gebühr
Other public revenues	Autres revenus publics	Sonstige öffentliche Erträge
Total commercial income	Total recettes commerciales	Kommerzielle Erträge
Advertising and sponsorship	Publicité et parrainage	Werbung und Sponsoring
Facilities	Services techniques	Technische Dienstleistungen
Merchandising	Ventes de produits	Merchandising
Programme sales	Ventes de programmes	Programmverkauf
Other commercial income	Autres recettes commerciales	Sonstige kommerzielle Erträge
Other income	Autres recettes	Andere Erträge
Total	Total des recettes	Summe
Operating revenues	Produit d'exploitation	Betriebserträge

Expenditure	Dépenses	Aufwendungen
Purchase of goods and services	Achats de biens et services	Waren- und Dienstleistungskäufe
Costs of personnel	Dépenses de personnel	Personalaufwendungen
Depreciation	Amortissements	Abschreibung
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	Betriebsaufwendungen
Net result	Résultat net	Nettoergebnis

Ratios	Ratios	Kennzahlen
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite

- 1 Data are collected from companies' annual reports or provided by EBU-SIS.
- 2 Discrepancies between total income (as communicated by EBU-SIS) and operational revenues (as collected in AMADEUS database) may arise from inclusion by EBU-SIS of non-operation revenues (in particular financial revenues) in the calculation of total incomes.
- 3 Data collected by the Observatory from the AMADEUS database.
- 4 Approximate data, calculated as the Operating expenses less the Costs of personnel and Depreciation.

- 1 Les données sont collectées dans les rapports d'activités des entreprises ou communiquées par l'UER-SIS.
- 2 Les divergences entre «Total des recettes» (tel que communiqué par l'UER-SIS) et le «Produit opérationnel» (tel qu'élaboré dans la base AMADEUS) s'expliquent généralement par le fait que l'UER-SIS inclut des recettes non opérationnelles (notamment recettes financières) dans «Autres recettes».
- 3 Données collectées par l'Observatoire à partir de la base de données AMADEUS.
- 4 Données estimées, calculées comme Dépenses opérationnelles moins les dépenses de personnel et les amortissements.

- 1 Die Daten stammen aus den Jahresberichten der Unternehmen oder von EBU-SIS.
- 2 Unterschiede zwischen der „Summe“ der Erträge (wie von EBU-SIS übermittelt) und dem „Betriebsertrag“ (wie in der Datenbank AMADEUS dargestellt) sind üblicherweise darauf zurückzuführen, dass EBU-SIS nicht-operative Einnahmen unter „Sonstiges“ erfasst.
- 3 Die Angaben wurden von der Informationsstelle aus der Datenbank AMADEUS zusammengestellt.
- 4 Schätzung, berechnet aus Betriebsausgaben minus Personalkosten und Abschreibungen.

Other tables and graphs

Autres tableaux et graphiques

Sonstige Tabellen und Grafiken

TV audience market share	Parts de marché d'audience des chaînes de télévision	Marktanteile der Fernsehdienste
In %, 4 years +.	En %, 4 ans et +.	In %, ab 4 Jahre.
Daily share	Ensemble de la journée	Ganztägig
Prime-time	Heures de grande écoute	Primetime

For most of the countries the data are provided by Médiamétrie / Eurodata TV Worldwide on the basis of data communicated by the national audience reference company.

Pour la plupart des pays, les données sont fournies par Médiamétrie / Eurodata TV Worldwide sur la base des données fournies par les entreprises nationales de référence en matière de données d'audience.

Für die meisten Länder stammen die Daten von Médiamétrie/Eurodata TV Worldwide auf Basis der von den nationalen Referenzunternehmen übermittelten Zuschauerergebnissen.

Leading TV production companies	Principales sociétés de production de programmes de télévision	Die führenden Fernsehproduktionsunternehmen
---------------------------------	--	---

Rankings are elaborated by the Observatory from data available in the AMADEUS database.

Les classements sont établis par l'Observatoire à partir des données disponibles dans la base de données AMADEUS.

Die Ranglisten werden von der Informationsstelle auf der Grundlage von Angaben in der Datenbank AMADEUS erstellt.

List of abbreviations
used in this volume

Liste des abréviations utilisées
dans le présent volume

In diesem Band
verwendete Abkürzungen

–	not applicable	ne s'applique pas	trifft nicht zu
~	not available	non communiqué	keine Angabe
adtv	private television company financed by advertising	entreprise privée de télévision financée par la publicité	werbefinanzierte private Fernsehunternehmen
CATV	Cable Television	Télévision par câble	Kabelfernsehen
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
hs	home shopping	téléachat	Homeshopping
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	Fournisseurs 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
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)
PPV	pay-per-view	péage à la consommation	Pay-per-View
PR	private	privé	privat
PS	public service	service public	öffentlich-rechtlich
rtv	regional or local television company	entreprise de télévision régionale ou locale	regionales oder lokales Fernsehunternehmen
Sat-TV	Television by satellite	Télévision par satellite	Satellitenfernsehen
SMATV	Satellite Master Antenna Television	Satellite Master Antenna Television	Satellite Master Antenna Television
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
TNT	(=DTT)	télévision numérique terrestre	(=DVB-T)
VoD	Video on Demand	vidéo à la demande	Video-on-Demand

Data in italics are estimated or provisional.

Les données en italiques sont estimées
ou provisoires.

Kursiv gedruckte Daten sind geschätzt
oder vorläufig.

Members of the
European Audiovisual
Observatory

Membres de
l'Observatoire européen
de l'audiovisuel

Mitglieder der
Europäischen Audiovisuellen
Informationsstelle

AL	Albania	Albanie	Albanien
AT	Austria	Autriche	Österreich
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 du Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein
LT	Lithuania	Lituanie	Litauen
LU	Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg
LV	Latvia	Lettonie	Lettland
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 15	European Community prior to 1 May 2004	Communauté européenne avant le 1 ^{er} mai 2004	Europäische Gemeinschaft vor dem 1. Mai 2004

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

BA	Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien-Herzegowina
BY	Belarus	Bielorussie	Weißrussland
MD	Moldova	Moldavie	Moldawien
UA	Ukraine	Ukraine	Ukraine

Non-European States

Etats non-européens

Außereuropäische Staaten

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

Film, television and video in Europe

YEARBOOK 2010

The three-volume European Audiovisual Observatory Yearbook offers a comprehensive overview of the audiovisual sector in the Observatory's 36 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 three volumes of the Yearbook constitute an outstanding source for all those involved in the audiovisual sector, whether policy makers, professionals or academics.

Film, télévision et vidéo en Europe

ANNUAIRE 2010

L'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel présente en trois volumes une analyse complète du secteur audiovisuel (cinéma, télévision et vidéo) dans ses 36 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 trois volumes constitue de ce fait une remarquable source d'information pour les professionnels, les décideurs et les scientifiques.

Film, Fernsehen und Video in Europa

JAHRBUCH 2010

Das Jahrbuch der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle gibt für ihre 36 Mitgliedstaaten in drei 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 drei Bänden eine hervorragende Informationsquelle für alle Zielgruppen in der Politik, in der Industrie und in der Wissenschaft.

VOLUME
BAND

1

Television in 36 European States

La télévision dans
36 Etats européens

Fernsehen in
36 europäischen Staaten

195 €

288 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6872-6
PDF VERSION

VOLUME
BAND

2

Trends in European television

Les tendances de la
télévision européenne

Trends im
europäischen Fernsehen

195 €

224 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6874-0
PDF VERSION

VOLUME
BAND

3

Film and home video

Cinéma
et vidéo

Film und
Video

142,50 €

128 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6876-4
PDF VERSION

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/yb_premium/