



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

YEARBOOK • ANNUAIRE • JAHRBUCH

VOLUME
BAND

1

Television in 37 European States

La télévision dans
37 Etats européens

*Fernsehen in
37 europäischen Staaten*

2011

PDF VERSION



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



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, Yearbook 2011. Film, Television and Video in Europe, 2011 Edition, Vol. 1, "Television in 37 European States", European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2011.

OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL, Annuaire 2011. Cinéma, télévision et vidéo en Europe, Edition 2011, Vol. 1, "La télévision dans 37 Etats européens", Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2011.

EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE, Jahrbuch 2011. Film, Fernsehen und Video in Europa, 2011, Bd 1, Fernsehen in 37 europäischen Staaten, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2011.

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, European Audiovisual Observatory).

BUREAU VAN DIJK ELECTRONIC PUBLISHING (Vincent Leray), EBU (Alexander Shulzyki, Lisa Benjamin, Anna-Sara Stalvik), EPRA (Emmanuelle Machet), EURODATA-TV (Jacques Braun, Alexandre Callay, Noëlle Rigot), LYNGSAT (Christian Lyngemark and his network), SCREEN DIGEST (Maria Aguete, Guy Bisson, Ben Keen), WARC (Matthew Coombs).

Pedro Brauman (RTP, PT), Miguel Angel Fontan (Kantar Media, ES), Eva Harrie (NORDICOM, SE),

Constantinos Papavasiliopoulos (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, Bernard Ludewig, Ralf Pflieger.

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

© 2011 European Audiovisual Observatory Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Strasbourg

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

ISBN : 978-92-871-7205-1

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 17th edition of the European Audiovisual Observatory's Yearbook confirms the upward trend recorded by the European television sector in 2010, a fragile recovery that differs from one country to another and remains threatened by a new period of economic crisis in the second half of 2011. Looking through the pages, the reader will in particular note that nearly half of all public broadcasters posted a deficit in 2010 and that the concentration process in the case of distribution platforms is ongoing, especially in Central and Eastern Europe.

In this first volume, we have followed the model used for the two previous editions 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; in the "Basic Data" table, the "Primary" column now makes it possible to determine the number of households using what type of platform (DTT, cable, satellite, IPTV) as their main means of reception.
- 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.

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

Le premier volume de cette 17^{ème} édition de l'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel confirme la tendance à la reprise enregistrée par le secteur européen de la télévision en 2010, reprise fragile, inégale suivant les pays, et qui reste menacée par une nouvelle phase de crise financière durant le second semestre 2011. Au fil des pages, on pourra notamment noter que près de la moitié des organismes publics de radio-télévision ont enregistré un déficit en 2010 et que le processus de concentration des plates-formes de diffusion se poursuit, en particulier en Europe centrale et orientale.

Dans ce premier volume, nous avons suivi le modèle de présentation des données nationales adopté pour les deux précédentes éditions :

- 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. Dans le tableau « Données de base » (« Basic data »), la colonne « Primary » permet à présent de déterminer le nombre de foyers dont tel ou tel type de plateforme (TNT, câble, satellite, IPTV) est le mode de réception principal ;
- 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.

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

Der erste Band dieser 17. Ausgabe des Jahrbuchs der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle bestätigt den Trend der Erholung im europäischen Fernsehsektor 2010, die jedoch in den einzelnen Ländern ganz unterschiedlich verläuft und von einem erneuten Schub der Finanzkrise in der zweiten Jahreshälfte 2011 bedroht ist. Insbesondere lässt sich feststellen, dass fast die Hälfte der öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter 2010 ein Defizit verzeichnet und der Konzentrationsprozess der Verbreitungsplattformen besonders in Mittel- und Osteuropa sich fortsetzt.

In diesem ersten Band präsentieren wir die nationalen Daten nach dem gleichen Modell wie in den beiden vorangegangenen Ausgaben:

- 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. In der Tabelle mit den „Schlüsselzahlen“ („Basic data“) zeigt die Spalte „Primary“ die Zahl der Haushalte für die jeweilige Plattform des Hauptempfangsgeräts (DVB-T, Kabel, Satellit, IPTV).
- 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.

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; ebenso

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 continue our collaboration with Screen Digest, which appears to provide significant guarantees of reliability in its attempt to prepare harmonised data.

The completion of this first volume would not have been possible without the MAVISE database on television companies and channels set up by the European Audiovisual Observatory under a contract (2007-2011) with the European Commission's DG COMM.

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) 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 2011.

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 continuer notre collaboration avec Screen Digest, qui nous paraît fournir d'importantes garanties de sérieux dans la tentative de procéder à l'élaboration de données harmonisées.

La réalisation de ce premier volume ne serait pas possible sans l'existence de la base de données MAVISE sur les entreprises et chaînes de télévision, créée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel dans le cadre d'un contrat (2007-2011) avec la DG COMM de la Commission européenne.

Je voudrais remercier ici nos différents fournisseurs de données au niveau pan-européen (Bureau van Dijk Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata TV Worldwide, Screen Digest, le S.I.S. de l'UER-EBU, WARC) 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 2011.

wenig werden die Einnahmen aus der Verbreitung audiovisueller Dienste durch die Betreiber von „Triple-play“- oder auch „Quadruple-play“-Angeboten 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, weiter mit dem Medienforschungsinstitut Screen Digest zusammenzuarbeiten, das unserer Ansicht nach bei der Ausarbeitung harmonisierter Daten äußerst seriös vorgeht.

Dieser erste Band hätte ohne die Datenbank MAVISE über die Fernsehunternehmen und -sender, die von der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle in Zusammenarbeit mit der DG COMM der Europäischen Kommission (2007-2011) erstellt wurde, nicht realisiert werden können.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei den verschiedenen gesamteuropäischen Datenlieferanten (Bureau van Dijk Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata TV Worldwide, Screen Digest, EBU Information Statistics Network, WARC) 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 2011.

Country by country reports

Les paysages
télévisuels,
pays par pays

Länderberichte

Country	Pays	Land		
Albania	Albanie	Albanien	7	AL
Austria	Autriche	Österreich	9	AT
Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien-Herzegowina	16	BA
Belgium	Belgique	Belgien	19	BE
Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien	29	BG
Switzerland	Suisse	Schweiz	35	CH
Cyprus	Chypre	Zypern	44	CY
Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik	49	CZ
Germany	Allemagne	Deutschland	56	DE
Denmark	Danemark	Dänemark	68	DK
Estonia	Estonie	Estland	76	EE
Spain	Espagne	Spanien	82	ES
Finland	Finlande	Finnland	92	FI
France	France	Frankreich	99	FR
United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich	112	GB
Greece	Grèce	Griechenland	126	GR
Croatia	Croatie	Kroatien	133	HR
Hungary	Hongrie	Ungarn	140	HU
Ireland	Irlande	Irland	147	IE
Iceland	Islande	Island	154	IS
Italy	Italie	Italien	159	IT
Liechtenstein	Principauté de Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein	169	LI
Lithuania	Lituanie	Litauen	170	LT
Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg	176	LU
Latvia	Lettonie	Lettland	182	LV
"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"	188	MK
Malta	Malte	Malta	191	MT
Netherlands	Pays-Bas	Niederlande	196	NL
Norway	Norvège	Norwegen	203	NO
Poland	Pologne	Polen	210	PL
Portugal	Portugal	Portugal	219	PT
Romania	Roumanie	Rumänien	226	RO
Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation	234	RU
Sweden	Suède	Schweden	240	SE
Slovenia	Slovénie	Slowenien	247	SI
Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik	253	SK
Turkey	Turquie	Türkei	259	TR

MAVISE

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

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

MAVISE
Database of TV companies and TV channels in the European Union and candidate countries

[Home](#) [Advanced search](#) [Glossary](#) [About MAVISE](#) [Contact](#)

Advanced search

Select a filter:

Country TV Channel Company

Channel name:

Country in which the channel is available:

Country of establishment:

Genre:

Type of coverage:

Main Language:

Include:

Active channels only

Specific target audience:

With service for disabled viewers

With news or current affairs programmes

With other news programmes
(cultural news, sport news...)

Available in HD

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

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 seventy channels. Top Media also controls the digital terrestrial television platform DigitAlb, which was launched in 2004. It announced in January 2011 that it had consolidated until June 2020 the satellite resources made available to it by Eutelsat. It claims to have an audience of more than 300 000 direct reception subscribers both in Albania and elsewhere in Europe, plus 100 000 households supplied by the Albanian DTT network, the transmitters of which are themselves fed by Eutelsat. 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.

In 2011, the licence fee each household pays for the public broadcasting service has doubled. After a joint decision of the Ministry of Finances and the director of the public broadcaster Radio Televizioni Shqiptar (Albanian Radio and Television) each family in 2011 will pay ALL 1,200 (approximately EUR 8.7 per year, instead of ALL 600, EUR 4.34). For years Albania has had one of the lowest licence fees for public broadcasting in the region. This fee is paid through the payment of the respective electricity bills. Until last year, the fee was paid as a lump sum, in the first trimester of each year. The sum will be divided in monthly rates of ALL 100 (EUR 0.72) in order to evenly distribute the amount that the population owes to the public broadcasting service through the year.

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. Top Media contrôle aussi la plate-forme de télévision numérique terrestre DigitAlb, qui a été lancée dès 2004. Il a annoncé en janvier 2011 avoir consolidé jusqu'en juin 2020 les ressources satellitaires mises à sa disposition par Eutelsat. Il revendique une audience de plus de 300 000 abonnés en réception directe tant en Albanie qu'en Europe. S'y ajoutent 100 000 foyers alimentés par le réseau terrestre de TNT albanais dont les émetteurs sont eux-mêmes alimentés par Eutelsat. Face à lui, le 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.

En 2011, le montant de la redevance audiovisuelle de la radiodiffusion de service public dont chaque foyer doit s'acquitter a été multiplié par deux. Conformément à une décision commune du ministère des Finances et du directeur du radiodiffuseur de service public, Radio Televizioni Shqiptar (Radiotélévision albanaise), chaque foyer doit verser en 2011 la somme de 1 200 ALL (environ 8,7 EUR par an, au lieu des 600 ALL, 4,34 EUR versés auparavant). Depuis de nombreuses années, la redevance audiovisuelle albanaise était l'une des moins élevées de la région. Son montant est acquitté en même temps que celui des factures d'électricité. La somme en question est dorénavant prélevée mensuellement par tranches de 100 ALL (0,72 EUR) afin de répartir uniformément le montant dû annuellement par la population au radiodiffuseur de service public.

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 etwa 70 Kanäle. Top Media kontrolliert auch die DVB-T-Plattform DigitAlb, die bereits 2004 gestartet wurde. Der Konzern teilte im Januar 2011 mit, dass die von Eutelsat bereitgestellten Satellitenkapazitäten bis Juni 2020 vertraglich gesichert seien. Er hat nach eigenen Angaben über 300 000 Abonnenten, die in Albanien und in Europa das Programm direkt empfangen. Zusätzlich werden noch 100 000 Haushalte mit dem albanischen terrestrischen Digitalnetz versorgt, dessen Sendestationen die Signale über Eutelsat erhalten. 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).

2011 wurde die Gebühr, die jeder Haushalt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zahlt, verdoppelt. Nach einer gemeinsamen Entscheidung des Finanzministeriums und des Direktors des öffentlich-rechtlichen Senders Radio Televizioni Shqiptar (Albanisches Radio und Fernsehen) muss im Jahr 2011 jede Familie 1 200 ALL (ca. 8,70 EUR) statt 600 ALL (4,34 EUR) pro Jahr zahlen. Seit Jahren hatte Albanien die niedrigsten Rundfunkgebühren für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in der Region. Die Gebühr wird über die Stromrechnung erhoben. Bis zum letzten Jahr wurde die Summe als Pauschale im ersten Quartal jedes Jahres gezahlt. Ab jetzt wird die Summe in Monatsraten von 100 ALL (0,72 EUR) fällig, um die Summe, die die Bevölkerung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk aufzubringen hat, gleichmäßig über das Jahr zu verteilen.

Basic figures

A 31.12.2009. C 11.2011.
B 11.2011. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)	–	3 195	Albanian Institute of Statistics 2010
Households	–	742	
TV households	94.5%	701	Albanian Media Monitoring Center
Cable TV households	5.4%	40	
Digital cable TV households	~	~	
DTH/SMATV households	~	~	
Pay DTH/SMATV subscriptions	27.0%	200	Digitalb (taking account of foreign subs)
IPTV subscriptions			
Installed DVB-T receivers	13.5%	100	Digitalb (2011) / NRCT estimates
Total digital TV households	40.4%	300	European Audiovisual Observatory estimate
Households with PC	4.8%	35	

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	50
Satellite packagers	2 DigitAlb (subsidiary of Top Media), Albanian Satellite Communications (Tring package),
IPTV packagers	
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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)	1	3	4
DTT/Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	52	53
Regional/local		71	71
Regional/Local windows	3		3
Channels targeting foreign markets	1		1
Total	6	126	132
Foreign channels targeting the country	0	1	1

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Analogue Terrestrial Tirana	Digital Terrestrial DigitAlb	Satellite DigitAlb	Satellite Tring
Generalist - national	3	3	3	3
Generalist - foreign		5	6	4
Adult		2	4	2
Children		3	4	2
Culture/ education/ documentary		3	11	3
Entertainment/ TV fiction/ games			4	7
Film		8	15	3
HD Simulcast of an existing channel			5	
Home shopping		1	1	
International linguistic and cultural			1	2
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	1	
Music		2	3	2
News/ business		7	5	1
Parliament/ government/ administration				
Regional/ local				1
Sports		5	5	4
Total (including HD channels)	3	40	68 (13)	34

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

The most important broadcaster in Austria is still the public service ORF, which has gradually been losing market share since the introduction of private television. The channels ORF1 and ORF2 had a combined average market share of 37% in 2010 (down almost 10% since 2006). ORF2 is still the most popular channel, with 22.5% of viewers on average. German television is also popular in Austria. The main German private channels have Austrian versions, with a combined audience share in 2010 of more than 25% (the most important of these being RTL Österreich, Sat.1 Österreich and ProSieben Austria). German public service channels had a combined audience share of more than 10%. The main private channel is ATV (launched in 2003) with an audience share of 3.4% in 2010. 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.

The 2010 Communications Report published by the regulatory authority, KommAustria, shows that the number of digital television households reached 64% in December 2010. Digital satellite reception has traditionally played an important role in this development as satellite is received in approximately 50% of households (96% of these were digital at the end of 2010). The digitisation of cable has increased in 2010. About 33% of households rely on cable and 11% 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.

Digital terrestrial television 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 was launched 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. It was planned to complete switch-off by the end of 2010 but in reality, the very last regional analogue transmitters were switched off in June 2011.

Satellite is the most important mode of television reception in Austria, followed by cable. The public service broadcaster ORF provides a digital satellite package. Another important operator is the platform Sky Österreich, (formerly Premiere Österreich), which was rebranded in July 2009 after the News Corporation's

Le principal radiodiffuseur autrichien demeure le radiodiffuseur de service public ORF, qui perd toutefois des parts de marché depuis l'introduction de la télévision privée. En 2010, les chaînes ORF1 et ORF2 cumulent une part de marché moyenne de 37 % (en recul de presque 10 points depuis 2006). ORF2 reste la chaîne la plus populaire, avec une audience moyenne de 22,5 %. La télévision allemande est également appréciée en Autriche. Les grandes chaînes privées allemandes ont des versions autrichiennes, avec une part d'audience cumulée en 2010 supérieure à 25 % (les principales étant RTL Österreich, Sat.1 Österreich et ProSieben Austria). Les chaînes de service public allemandes ont une part d'audience cumulée supérieure à 10 %. La principale chaîne privée est ATV (lancée en 2003), avec une part d'audience de 3,4 % en 2010. De nouvelles chaînes privées ont été lancées récemment : Austria 9 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.

Le rapport 2010 sur les communications publié par l'autorité de régulation, KommAustria, montre que le nombre de foyers recevant la télévision numérique s'élève à 64 % en décembre 2010. La réception numérique par satellite a toujours joué un rôle important dans ce développement, le satellite étant reçu dans environ 50 % des foyers (dont 96 % de numériques fin 2010). La numérisation du câble a progressé en 2010. Environ 33 % des foyers sont câblés et 11 % des foyers autrichiens bénéficient de services câblés numériques. 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.

La télévision 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. L'abandon de l'analogique était prévu pour fin 2010 mais les derniers émetteurs analogiques régionaux n'ont été éteints qu'en juin 2011.

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

Wichtigster Sender in Österreich ist nach wie vor der öffentlich-rechtliche ORF, dessen Marktanteil seit der Einführung des Privatfernsehens kontinuierlich zurückgegangen ist. Die beiden Sender ORF1 und ORF2 erreichten 2010 zusammen einen Marktanteil von 37 % (fast minus 10 % seit 2006). Mit einer durchschnittlichen Einschaltquote von 22,5 % ist ORF2 immer noch der beliebteste Sender. Auch deutsche Sender sind in Österreich sehr beliebt. Die größten deutschen Privatsender gibt es in österreichischen Versionen, die zusammen einen Marktanteil von über 25 % erreichen (darunter insbesondere RTL Österreich, Sat.1 Österreich und ProSieben Austria). Die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender kommen zusammen auf einen Marktanteil von über 10 %. Größter österreichischer Privatsender ist ATV (2003 gestartet) mit einem Marktanteil von 3,4 % im Jahr 2010. 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 dem 2010 veröffentlichten Kommunikationsbericht der Regulierungsbehörde KommAustria konnten im Dezember 2010 64 % der Haushalte digitales Fernsehen empfangen. Das Satellitenfernsehen spielt in dieser Entwicklung traditionell eine wichtige Rolle: Rund 50 % der Haushalte empfangen Satellitenfernsehen, davon 96 % digitales Fernsehen (Stand Ende 2010). Auch die Digitalisierung des Kabelnetzes hat 2010 zugenommen. Rund 33 % der Haushalte sind an das Kabelfernsehen angeschlossen, 11 % der 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.

DVB-T 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 der neun Bundesländer die Umstellung von analog auf digital bereits abgeschlossen. Ursprünglich war geplant, die Abschaltung bis Ende 2010 abzuschließen, tatsächlich aber wurden die letzten Analogtransmitter erst im Juni 2011 abgeschaltet.

Der Fernsehempfang in Österreich erfolgt in erster Linie über Satellit und in zweiter Linie über Kabel. Ein Paket für digitales

takeover of Premiere AG, A third service – Austria Sat – was launched in October 2010 by the M7 Group, and in September 2011 the same company launched the HD package, HD Austria.

There are many cable operators in Austria, the most important of these being UPC. At the end of 2010, UPC Telekabel, had approximately 527 000 subscribers (more than 50% are digital customers).

In 2006, Telekom Austria launched the IPTV platform aonTV (now known as A1TV) in Vienna. The service announced that it had exceeded 174 800 subscribers in June 2011. 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, had a license to operate a multiplex platform for mobile terrestrial broadcasting for 10 years on Multiplex D. Broadcasting services were offered by ONE (Orange Austria), mobilkom (Telekom Austria) and 3 Austria. However, at the end of 2010 these services ended when Media Broadcast GmbH returned its licence. The lack of success of the service was blamed on a lack of consumer interest and also on a lack of a range of receivers.

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, was given responsibility for legal supervision of the public service broadcaster (ORF). The financing of the ORF should follow EU standards regarding commercial and non-commercial activities, and a clear public service remit of the broadcaster should be developed. New services have to undergo a “public interest test”.

(ex-Premiere Österreich), rebaptisée en juillet 2009 après la reprise de Premiere AG par News Corporation. Un troisième service, Austria Sat, a été lancé en octobre 2010 par le groupe M7 qui propose également, depuis septembre 2011, un bouquet HD, HD Austria.

L'Autriche compte de nombreux câblo-opérateurs, le principal étant UPC. Fin 2010, UPC Telekabel compte quelque 527 000 abonnés (dont plus de 50 % de clients numériques).

En 2006, Telekom Austria a lancé la plate-forme IPTV aonTV (Aon Digital) à Vienne. En juin 2011, le service annonçait plus de 174 800 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, disposait d'une licence pour exploiter une plate-forme multiplex de radiodiffusion terrestre mobile pendant 10 ans sur le multiplex D. Les services de radiodiffusion étaient proposés par ONE (Orange Austria), mobilkom (Telekom Austria) et 3 Austria. Toutefois, fin 2010, ces services ont été interrompus quand Media Broadcast GmbH a rendu sa licence. Le manque de succès de ce service a été imputé à un manque d'intérêt des consommateurs et à l'absence d'une gamme de récepteurs.

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 adopté en juillet 2010. L'autorité de régulation KommAustria a été chargée de la supervision juridique du radiodiffuseur de service public (ORF). Le financement de l'ORF devrait respecter les 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 ».

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

Es gibt in Österreich zahlreiche Kabelnetzbetreiber, von denen UPC der größte ist. Ende 2010 hatte UPC Telekabel ca. 527 000 Abonnenten (davon über die Hälfte digital).

2006 hat Telekom Austria in Wien die IPTV-Plattform aonTV (Aon Digital) in Betrieb genommen. Nach eigenen Angaben hatte der Dienst im Juni 2011 über 174 800 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, hatte eine 10-Jahres-Lizenz für den Betrieb einer Multiplex-Plattform für DVB-H. Entsprechende Dienste wurden von ONE (Orange Austria), mobilkom (Telekom Austria) und 3 Austria angeboten. Ende 2010 wurden diese Dienste jedoch eingestellt, als die Media Broadcast GmbH ihre Lizenz zurückgab. Für den fehlenden Erfolg wurde fehlendes Interesse seitens der Verbraucher und ein ungenügendes Angebot an Receivern verantwortlich gemacht.

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 nicht-kommerzielle 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

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 11.2011. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	8 404		Eurostat
Households	–	3 623		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	95.3%	3 453		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	37.0%	1 339		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	20.6%		748	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	51.7%		1 872	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	51.7%		1 872	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions ¹	0.2%	7		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	4.3%		154	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	4.3%	154		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	4.0%		144	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	80.5%		2 918	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions ¹	41.4%	1 500		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	77.6%	2 810		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	53.2%	1 927		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	76		Screen Digest

¹ Does not include Sky Österreich (figures in the Sky Deutschland total).

TV channels distributors ^B	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 and packagers	14	1 national ORS (MUX A, MUX B) and 13 operators for 16 regional areas (MUX C)
Mobile TV packagers	3	Hutchinson 3G Austria, Telekom Austria - A1, T-Mobile
Mobile broadcast TV packagers	0	All services ended at the end of 2010

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	4	3	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	3	51	54
Regional/Local	2	76	78
Regional/Local windows	10		10
Channels targeting foreign markets	1	2	3
Total	20	132	152
Foreign channels targeting the country		6	6

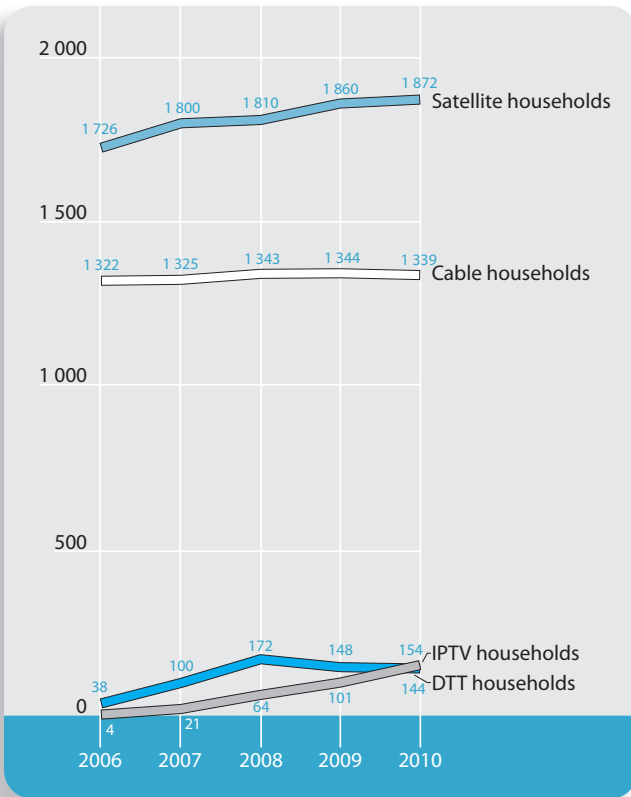
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	(Free DTT) ORS (and regional operators)	Cable UPC Telekabel	Satellite ORF Satellit	Satellite Sky Österreich	IPTV Aon Digital Full offer
Generalist - national	4	7	4		7
Generalist - foreign		20		7	21
Adult		2	1	7	1
Children		6		9	8
Culture/ education/ documentary	2	16	1	8	15
Minority interest groups		1			1
Entertainment/ TV fiction/ games	1	17	2	13	20
Film		4		13	4
Home shopping		3			3
HD simulcast of an existing channel		14	2	11	14
International linguistic and cultural		8	1		11
Lifestyle/ specific leisure/ travel		4		2	5
Music		12	2	4	6
News/ business		13		1	14
Regional/ local/ windows	33	21	13		21
Religion			1		2
Sports	1	13	2	12	7
Various			2	3	1
Total (including HD)	41	161 (15)	31	90 (21)	161 (16)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

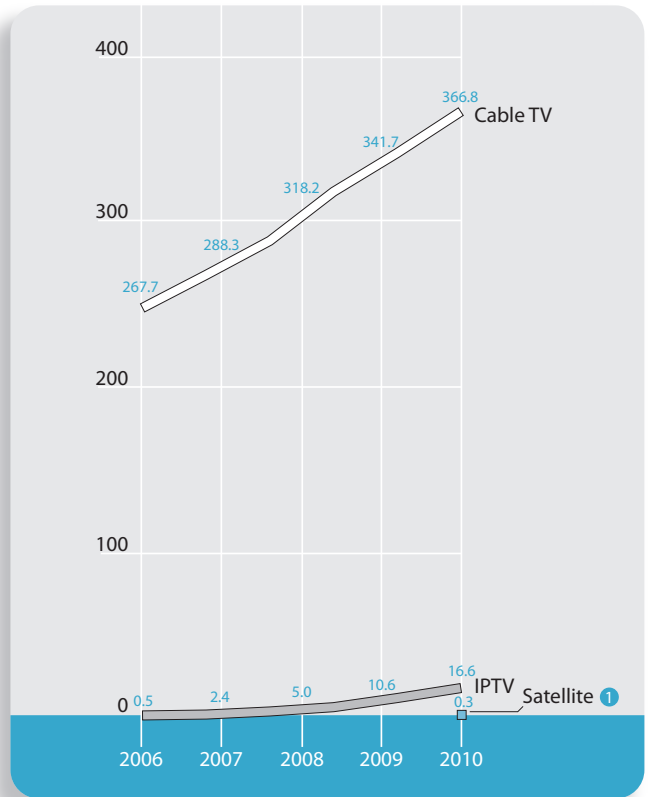
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

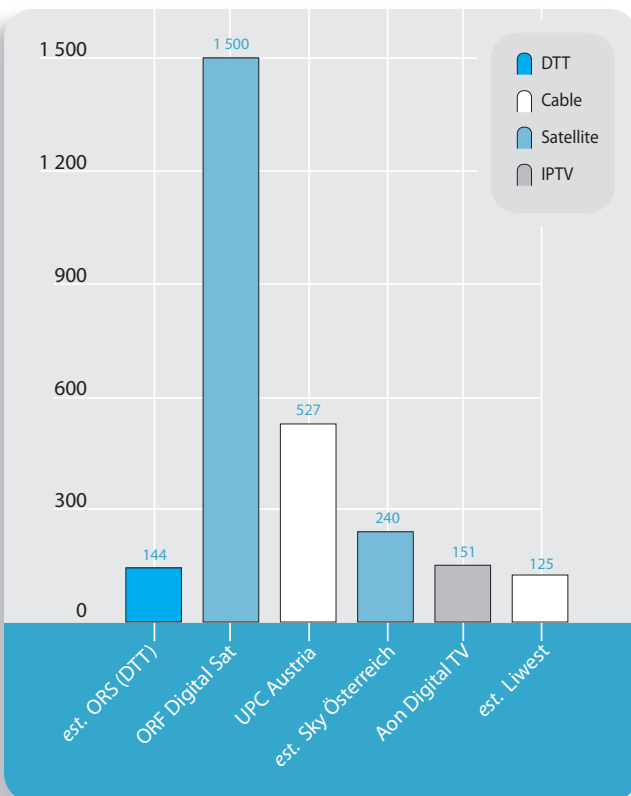
EUR million.



1 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 31.12.2010

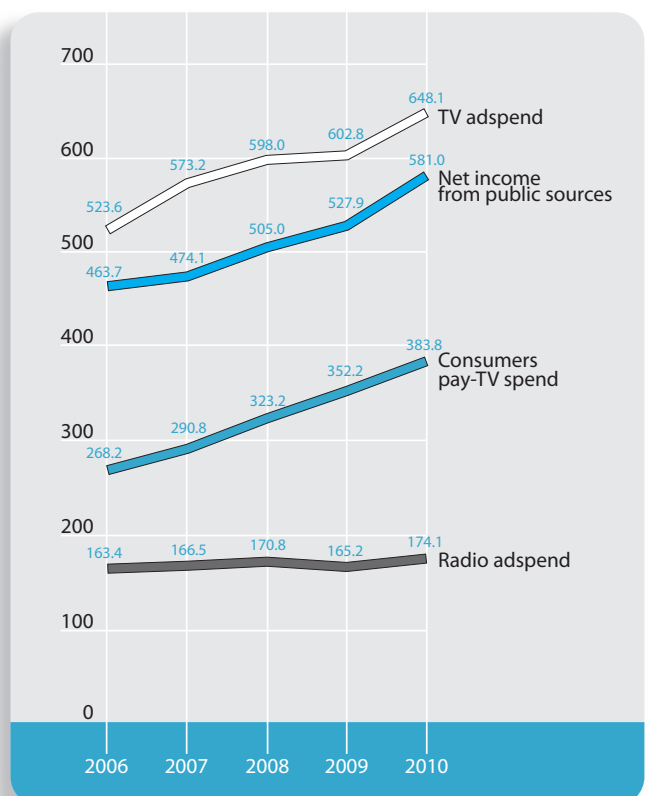
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 EUR million.

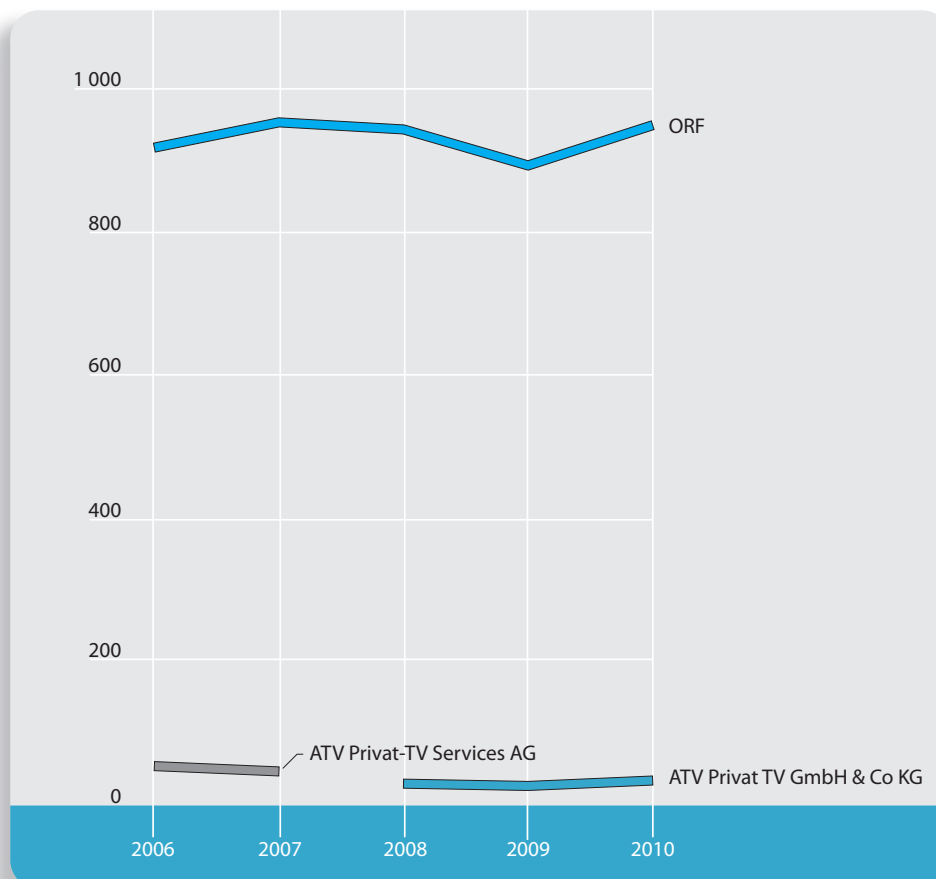
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
ORF ¹	sptv, sprad	ORF-1, ORF-2, ORF Sat, TW1	952.9	943.0	892.7	948.9	6.3%
ATV Privat TV GmbH & Co KG	adtv	ATV	-	29.0	25.8	33.4	29.5%
<i>p.m.</i> ATV Privat-TV Services AG	adtv	ATV	46.1	~	~	~	~
Puls City TV GmbH	thtv	Puls4	~	~	~	~	~
ServusTV Fernseh GmbH	thtv	ServusTV	~	~	~	~	~
Austria 9 TV GmbH	thtv	Austria 9	~	~	~	~	~

Main distributors		Services	TV Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telekom Austria AG ²	3Play	AonTV		4 919.0	5 170.3	4 899.0	4 742.0	-3.2%
T-Mobile Austria GmbH ²	3GTV	Mobile TV		1 255.6	~	~	~	~
Orange GmbH ²	3GTV	Orange HandyTV		629.3	614.2	~	~	~
UPC Austria (est.) ²	3Play	UPC Austria		341.8	386.6	350.0	~	~
Hutchinson 3G Austria GmbH ²	3GTV	3		192.3	183.7	~	~	~
Sky Österreich GmbH	Sat-TV	Sky Österreich		92.8	83.4	~	~	~
Liwest Kabelmedien GmbH ²	3Play	Liwest		40.4	~	41.4	41.4	0.0%
Kabelsignal AG ²	3Play	kabelTV		29.6	29.2	27.3	~	~
<i>p.m.</i> B.Net Burgenland Telekom ^{2 3}	3Play	B.NET kabel TV		16.0	17.4	-	-	-

¹ Also active as satellite packager (ORF-Digital-Sat).² Includes telecommunication activities.³ Taken over in 2009 by Kabelsignal AG.

Source: European Audiovisual Observatory

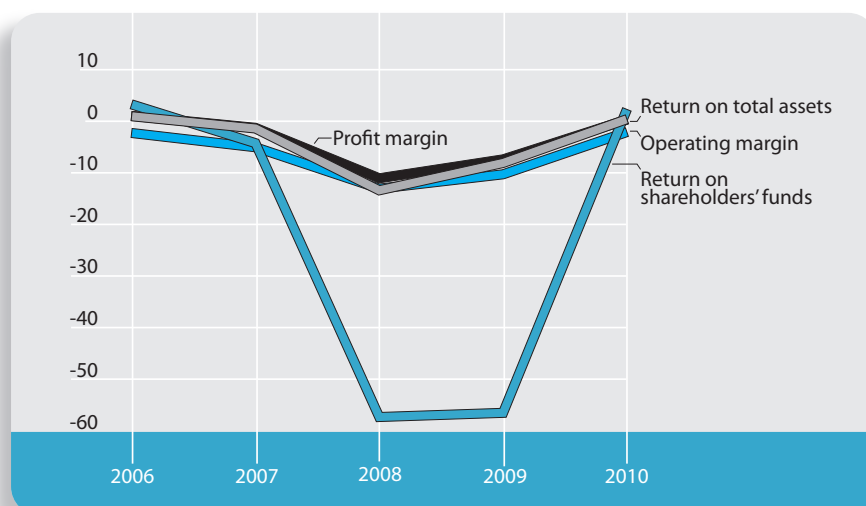
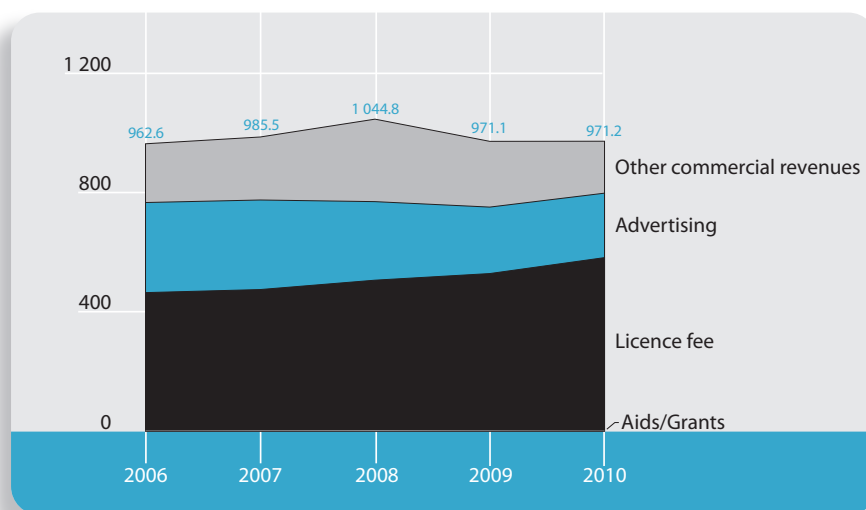
EUR million.



T.1.AT.2
G.1.AT.2ORF financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	474.1	505.0	527.9	581.0	48.1%	48.3%	54.4%	59.8%	10.1%
- Aid/Grants	1.3	1.5	1.2	0.8	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	-37.1%
- Licence fee	472.7	503.9	526.4	580.2	48.0%	48.2%	54.2%	59.7%	10.2%
Total commercial income	511.4	539.8	443.2	390.3	30.5%	25.2%	22.9%	22.3%	-11.9%
- Advertising	300.2	263.3	222.8	216.1	30.5%	25.2%	22.9%	22.3%	-3.0%
- Other commercial revenues	211.2	276.5	220.4	174.1	21.4%	26.5%	22.7%	17.9%	-21.0%
Total	985.5	1 044.8	971.1	971.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	586.2	619.8	567.8	584.3	58.5%	58.1%	57.7%	60.3%	2.9%
Costs of personnel	373.5	404.7	375.3	346.0	37.3%	38.0%	38.1%	35.7%	-7.8%
Depreciation	41.6	41.9	41.3	38.2	4.2%	3.9%	4.2%	3.9%	-7.5%
Operating expenditure	1 001.3	1 066.4	984.4	968.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-1.6%
Net result	-12.2	-104.4	-65.8	2.5					-103.8%
Operating margin (%)	-5.1	-13.1	-10.3	-2.1					

Source: ORF, European Audiovisual Observatory

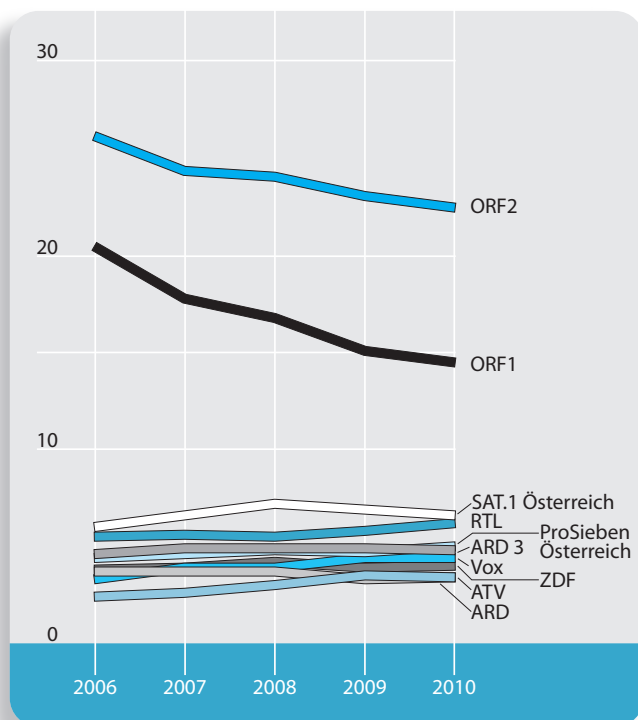


T.1.AT.3
G.1.AT.3TV audience market share in Austria
2006-2010 In %, 3 years +.

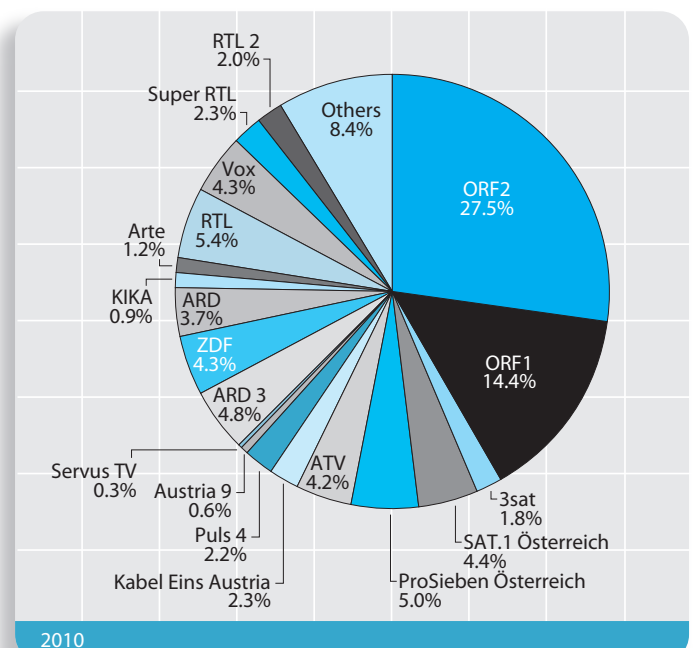
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
ORF2	26.2	24.4	24.1	23.1	22.5	30.6	29.1	29.1	28.3	27.5
ORF1	20.5	17.8	16.8	15.1	14.5	21.1	17.9	17.0	14.7	14.4
3sat	1.3	1.5	1.6	1.9	1.8	1.3	1.5	1.5	1.8	1.8
Austrian public channels	48.0	43.7	42.5	40.1	38.8	53.0	48.5	47.6	44.8	43.7
SAT.1 Österreich	6.0	6.6	7.2	6.9	6.6	5.0	4.9	4.8	4.6	4.4
ProSieben Österreich	4.4	4.6	4.8	4.7	5.0	4.0	4.3	4.5	4.5	5.0
ATV	2.4	2.6	3.0	3.5	3.4	2.8	3.0	3.4	4.2	4.2
Kabel Eins Austria	2.4	2.5	2.5	2.8	2.8	2.2	2.4	2.4	2.4	2.3
Puls 4	-	-	-	1.9	2.4	-	-	-	1.7	2.2
Austria 9	-	-	-	0.6	0.4	-	-	-	0.7	0.6
Servus TV	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	0.3
Austrian private channels	15.2	16.3	17.5	20.4	20.9	14.0	14.6	15.1	18.1	19.0
ARD 3	4.6	4.9	4.9	4.9	4.8	4.5	4.8	4.7	4.8	4.8
ZDF	3.8	3.9	4.2	3.9	4.0	3.8	4.0	4.4	4.2	4.3
ARD	3.7	3.7	3.7	3.3	3.4	3.9	4.0	3.8	3.6	3.7
KIKA	~	~	~	1.0	1.0	~	~	~	0.9	0.9
Arte	-	0.8	0.8	1.0	0.9	-	0.9	0.9	1.2	1.2
Foreign public channels	12.1	13.3	13.6	14.1	14.1	12.2	13.7	13.8	14.7	14.9
RTL	5.5	5.6	5.5	5.8	6.2	4.5	5.1	5.3	5.3	5.4
Vox	3.3	3.9	3.9	4.4	4.4	3.2	4.2	3.8	4.2	4.3
Super RTL	2.8	3.0	2.7	2.8	2.6	2.7	2.6	2.5	2.6	2.3
RTL 2	2.5	2.6	2.5	2.4	2.3	2.1	2.3	2.1	2.1	2.0
Nick / Viva Austria	-	-	-	-	0.8	-	-	-	-	0.5
Eurosport	0.9	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4
DSF / Sport 1	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4
MTV Austria	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	0.2
Foreign private channels	15.0	16.0	15.4	16.1	17.7	13.1	14.8	14.2	14.7	15.5
Others	9.7	10.7	11.0	9.3	8.5	7.7	8.4	9.3	7.7	6.9

Source: Eurodata TV Worldwide, AGTT, GfK Teletest

Daily share. In %, 3 years +.



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



The public service television system reflects the political system of Bosnia and Herzegovina. There is one state-wide PSB channel BHT1, and two public channels of the two political entities of the federation – FTV (Radio Television of the Federation of Bosnia and Herzegovina) and RTRS (Radio Television of Republika Srpska). There are a further 45 terrestrial channels and 32 cable and satellite channels licensed in Bosnia and Herzegovina, and most of these are regional or local. Only five channels aside from public service channels have a significant national coverage and the most important of these are OBN (now 40% owned by Liberty Global subsidiary Chellomedia), NTV Hayat and Pink BH.

Terrestrial television remains the most important mode of reception in BH. According to data supplied by the regulator, almost 27% of households subscribe to package TV (cable, satellite and IPTV) and, of these, cable is the most important (with 22% of households at the end of 2010). There are about 45 cable operators in the country and the most important of these is Telemach d.o.o. (sister company of Telemach Slovenia and owned by Mid Europa Partners). The satellite package offer is from Total TV (also operating in Montenegro, Macedonia, Croatia, Slovenia and Serbia, and owned by Mid Europa Partners). There are three IPTV offers in the market, from Logosoft, BH Telecom, and Telekomunikacije RS.

The transition to digital terrestrial broadcasting is underway but has been delayed. The original strategy foresaw the launch of the public service multiplex by April 2010. However due to financial problems, and the restructuring of public service, the multiplex has not yet been launched. At the same time, the regulatory agency (CRA) is planning a tender for the multiplexes B and C. The development of DTT is also considered an opportunity for more of the television channels to achieve national coverage.

The CRA recently carried out consultations (to May 2011) on changes to the media legislation, which will implement the Audiovisual Media Services Directive.

En Bosnie-Herzégovine, la télévision de service public reflète le système politique du pays. Il existe une chaîne publique nationale, BHT1, et une chaîne publique pour chacune des deux entités politiques de la fédération : FTV (Radiotélévision de la Fédération de Bosnie-Herzégovine) et RTRS (Radiotélévision de la Republika Srpska). En outre, 45 autres chaînes terrestres et 32 chaînes du câble et du satellite disposent d'une licence en Bosnie-Herzégovine, la plupart d'entre elles étant régionales ou locales. Mis à part les chaînes de service public, seules cinq chaînes ont une couverture nationale importante, les principales étant OBN (aujourd'hui détenue à 40 % par Chellomedia, filiale de Liberty Global), NTV Hayat et Pink BH.

La télévision terrestre reste le principal mode de réception en Bosnie-Herzégovine. Selon les données fournies par le régulateur, près de 27 % des foyers sont abonnés à un bouquet (câble, satellite et IPTV) et principalement au câble (22 % des foyers fin 2010). Le pays compte environ 45 câblo-opérateurs, le principal étant Telemach d.o.o. (société sœur de Telemach Slovenia, appartenant à Mid Europa Partners). Le bouquet satellite est proposé par Total TV (opérant également au Monténégro, en Macédoine, en Croatie, en Slovénie et en Serbie, et appartenant à Mid Europa Partners). Le marché compte trois offres IPTV : Logosoft, BH Telecom et Telekomunikacije RS.

Le passage à la radiodiffusion numérique terrestre est en cours mais a pris du retard. La stratégie initiale prévoyait le lancement du multiplex de service public en avril 2010. Cependant, en raison de problèmes financiers et de la restructuration du service public, le multiplex n'a pas encore été lancé. Parallèlement, l'agence de régulation (CRA) prévoit un appel d'offres pour les multiplex B et C. Le développement de la TNT est également considéré par plusieurs chaînes de télévision comme l'occasion d'assurer une couverture nationale.

La CRA a récemment mené des consultations (jusqu'en mai 2011) sur la modification de la législation sur les médias, afin de mettre en œuvre la Directive Services de médias audiovisuels.

Das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem spiegelt das politische System von Bosnien und Herzegovina wider. Es gibt einen landesweiten öffentlich-rechtlichen Sender (BHT1) sowie jeweils einen öffentlich-rechtlichen Sender in den beiden Entitäten bzw. Teilrepubliken – FTV (Radio und Fernsehen der Föderation Bosnien und Herzegovina) und RTRS (Radio und Fernsehen der Republika Srpska). Hinzu kommen 45 terrestrische sowie 32 Kabel- oder Satellitensender, von denen die meisten auf lokaler oder regionaler Ebene tätig sind. Neben den öffentlich-rechtlichen Sendern spielen nur fünf Sender auf nationaler Ebene eine nennenswerte Rolle, von denen OBN (heute zu 40 % im Besitz der Liberty Global-Tochter Chellomedia), NTV Hayat und Pink BH die wichtigsten sind.

Wichtigste Empfangsart in Bosnien und Herzegovina ist nach wie vor das terrestrische Fernsehen. Laut Angaben der Regulierungsbehörde hatten Ende 2010 knapp 27 % der Haushalte ein TV-Paket abonniert (Kabel, Satellit oder IPTV). Von diesen war das Kabelfernsehen (mit 22 % der Haushalte) die wichtigste Empfangstechnik. Es gibt landesweit rund 45 Kabelnetzbetreiber, von denen der wichtigste Telemach d.o.o. (eine Schwestergesellschaft von Telemach Slowenien und im Besitz von Mid Europa Partners) ist. Ein Satelliten-TV-Paket wird von Total TV angeboten (auch in Montenegro, Mazedonien, Kroatien, Slowenien und Serbien tätig, im Besitz von Mid Europa Partners). Es gibt drei IPTV-Angebote auf dem Markt - von Logosoft, BH Telecom und Telekomunikacije RS.

Die Umstellung auf DVB-T wurde bereits auf den Weg gebracht, hat sich aber verzögert. Ursprünglich war die Inbetriebnahme der öffentlich-rechtlichen Multiplex-Plattform bis spätestens April 2010 vorgesehen. Dieses Vorhaben konnte aber auf Grund finanzieller Probleme und wegen der Umstrukturierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bislang nicht umgesetzt werden. Gleichzeitig plant die Regulierungsbehörde (CRA) die Ausschreibung für die Multiplexe B und C. Die Entwicklung des digitalen Antennenfernsehens gilt als gute Chance dafür, dass mehr Fernsehsender überregional empfangen werden.

Die CRA hat unlängst (bis Mai 2011) Konsultationen zu den Änderungen der Mediengesetzgebung zur Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste durchgeführt.

Basic figures

A 31.12.2010. C 08.2011.
B 08.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		3 840	Federal Office of Statistics 2010
Households		1 165	Communications Regulatory Agency (RAK)
TV households	98.0%	1 142	European Audiovisual Observatory
Cable TV households	22.5%	262	Communications Regulatory Agency (RAK)
Digital cable TV households	-	~	Communications Regulatory Agency (RAK)
DTH/SMATV households	-	~	Communications Regulatory Agency (RAK)
Dig. DTH/SMATV households	2.9%	34	Communications Regulatory Agency (RAK)
IPTV subscription	1.2%	14	Communications Regulatory Agency (RAK)
Installed DVB-T receivers	-	~	
Total digital TV households	26.7%	311	European Audiovisual Observatory (estimate)
Households with PC	51.0%		UNDP/ Ministry of Communications and Transport 2010
Households with broadband connections	37.2%		State Statistical Office 2010

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators	45	BHB Cable TV, HS cable television, Monet Catv, Telemach, ...
Satellite packagers	1	Total TV
IPTV packagers	3	BH Telecom (Moja TV), Logosoft d.o.o., Telekomunikacije RS
DTT packagers	0	
Mobile phone TV packagers	1	BH Telecom

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	5	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		32	32
Regional / Local	14	26	40
Regional / Local windows			
Channels targeting foreign markets			
Total	17	63	80
Foreign channels targeting the country	~	~	~

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

T.1.BA.1

Operating revenues of the main television companies in Bosnia and Herzegovina 2007-2010

BAM thousand.

Main broadcasters	Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Radio-Televizija Federacije Bosne i Hercegovine	sptv Federalna TV (FTV)	~	~	~	~	~
Radio-Televizija Bosne i Hercegovine	sptv BHRT	~	~	~	~	~
Radio-Televizija R.S. J.P.	sptv RTRS	17 848	20 999	22 987	22 818	-0.7%
Pink BH Company D.O.O.	adtv Pink BH	12 672	15 211	9 798	9 673	-1.3%
Hayat TV D.O.O.	adtv Hayat TV	~	~	~	~	~
OPEN BROADCAST NETWORK	thtv OBN	~	~	~	~	~
RTV BN D.O.O.	adtv Televizija BN	5 307	6 017	6 167	6 931	12.4%
Alternativna Televizija D.O.O.	adtv ATV	2 706	3 761	3 420	3 281	-4.1%
JP RTV Istocno Sarajevo	rtv Teleteka	440	830	852	682	-20.0%
BEL Kanal D.O.O.	rtv BEL Kanal TV	51	50	35	666	1 808.3%
Kanal 3 D.O.O.	rtv Televizija Kanal 3	589	673	678	660	-2.6%
Nezavisna TV D.O.O.	rtv Nezavisna TV	~	263	455	617	35.6%
Radio Televizija Slobomir D.O.O.	rtv RTV Slobomir	49	386	416	451	8.4%
Vikom , Radio i Telev. D.O.O.	rtv Televizija Vikom	555	613	610	376	-38.4%
RTV Visegrad	rtv RTV Visegrad	91	117	117	~	~
NTV Patria D.O.O.	rtv NTV Patria	71	82	48	45	-4.8%

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.BA.2
G.1.BA.1

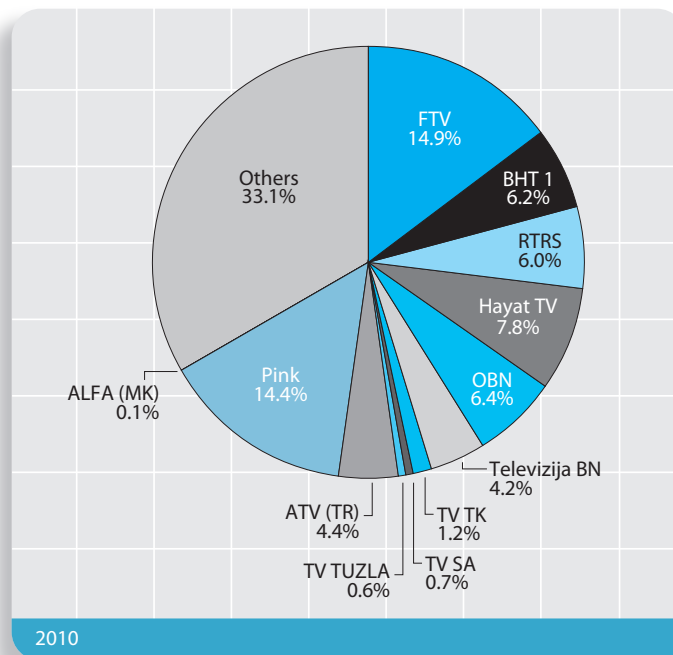
TV audience market share in Bosnia and Herzegovina
2010 In %, 4 years +.

Channels	Daily share	Prime time (19:00-23:00)
	2010	2010
FTV	14.9	16.9
BHT 1	6.2	6.9
RTRS	6.0	5.9
Total public channels	27.1	29.7
Pink	14.4	14.0
Hayat TV	7.8	8.9
OBN	6.4	5.6
ATV	4.4	5.6
Televizija BN	4.2	4.0
TV TK	1.2	1.2
TV SA	0.7	0.6
TV TUZLA	0.6	0.6
TV ZENICA	0.4	0.4
RTV MOSTAR	0.3	0.3
RTV USK	0.2	0.3
HTV OSCAR C	0.2	0.2
TV BEL	0.2	0.2
RTV VIKOM	0.2	0.1
TV JASMIN	0.1	0.1
ALFA	0.1	0.1
TV SIMIC	0.0	0.0
Main private channels	41.4	42.2
Main foreign channels	0.2	0.2
Others	31.3	27.9

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

Source: Eurodata TV Worldwide, Mareco Index Bosnia

Daily share. In %, 4 years +.



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

The main players in the Flemish Community are the VRT, which operates the public channels *Één*, *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 33% in 2010 (compared with 28.7% in 2006). Behind *Één* in audience terms are the channel *VTM* (20.4%) 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 21.5% daily audience (and a prime time market share of 28.8%). The second most important Belgian channel is *La Une* (RTBF), with a 14.5% 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 Global*),

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

Les principaux acteurs du marché en Communauté flamande sont d'un côté la VRT, qui édite les chaînes publiques *Één*, *Ketnet* et *Canvas*, et de l'autre *VMMa* (*Vlaamse Media Maatschappij*), editrice 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 33 % en 2010 (contre 28,7 % en 2006). Derrière *Één* se trouvent la chaîne privée *VTM* (20,4 %), 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 21,5 % de l'audience quotidienne (et une part de marché de 28,8 % aux heures de grande écoute). La seconde chaîne belge la plus importante est *La Une* (RTBF) avec 14,5 % 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. Le premier câblo-opérateur belge, *Telenet* (possédé à 50,2 % par *Liberty Global*), revendique

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

Hauptakteure in der Flämischen Gemeinschaft sind die VRT mit den öffentlich-rechtlichen Sendern *Één*, *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 33 % im Jahr 2010 einen stetig steigenden Zuschaueranteil verzeichnet (28,7 % 2006). Dahinter folgen der Privatsender *VTM* (20,4 %), 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 21,5 % (und 28,8 % Marktanteil in der Hauptsendezeit). Zweitgrößter belgischer Sender ist *La Une* (RTBF) mit einem Marktanteil von 14,5 %. 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 Glo-*

says it has more than 2.274 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. The market entry of Coditel in 2011 led some to consider a three-way merger.

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 1.807 million subscribers in June 2011. 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. In 2011 Belgacom TV launched the TV Partout service, which enables 11 channels to be received on a tablet or smartphone with Android, on an iPad or iPhone, on a PC and on a mobile.

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 TéléSAT 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

ainsi plus de 2,274 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 câblo-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 câblo-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 mise sur le marché de Coditel en 2011 conduit certains à envisager une fusion à trois.

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 1,087 million d'abonnés en juin 2011. Le succès de l'offre repose en partie sur le fait que le groupe de télécommunication a remporté les droits de retransmission du championnat de football belge (Jupiler League). Le bouquet Belgacom TV est aussi commercialisé par Scarlet. 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. Belgacom TV a lancé en 2011 le service TV Partout qui permet de recevoir 11 chaînes sur tablette et sur smartphone avec Android, sur iPad et iPhone, sur PC et sur portable.

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 TéléSAT pour la Communauté française au début de l'année 2009. Les deux bouquets, aujourd'hui contrôlés depuis le Luxembourg par le M7 Group, 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.

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.

bal), hat nach eigenen Angaben über 2,274 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. Nachdem Coditel 2011 auf dem Markt erschien, ziehen manche nunmehr eine Dreierfusion in Betracht.

Größter Konkurrent für das Kabel ist IPTV. Belgacom hat bereits 2005 sein IPTV-Bouquet auf den Markt gebracht und verzeichnet 1,087 Mio. Abonnenten im Juni 2011. 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. Belgacom TV hat 2011 den Fernsehdienst TV Partout gestartet, der den Empfang von 11 Sendern auf einem Tablet-PC oder Smartphone unter Android, auf iPad, iPhone, PC und Laptop ermöglicht.

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 TéléSAT für die Französische Gemeinschaft gestartet. Beide Bouquets, die heute von der M7 Group aus Luxemburg kontrolliert werden, hatten Ende 2009 zusammen rund 100 000 Abonnenten. Im Oktober 2010 wurde von Mobistar (France Télécom)

Community, analogue transmissions were 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 Telenor on the establishment of a pay-DTT platform. In October 2011, 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).

Dans la Communauté flamande, les transmissions analogiques terrestres ont été éteintes dès novembre 2008. La VRT, qui opérait le premier multiplex 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 Telenor concernant la mise en place d'une plate-forme de TNT payante. En octobre 2011, 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).

ein weiteres, hybrides Bouquet (DVB-T, Satellit und IPTV) gestartet.

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 Telenor zum Aufbau einer Pay-DVB-T-Plattform bekannt gegeben. Derzeit (Oktober 2011) 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).

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	10 918		Eurostat
Households	–	4 622		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	98.6%	4 557		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	76.8%	3 548		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	31.6%		1 461	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	7.1%		329	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	7.1%		329	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	2.5%	115		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	17.1%		789	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	18.2%	839		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	4.9%		225	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	60.6%		2 803	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	97.4%	4 502		European Audiovisual Observatory
Households with PC	74.2%	3 430		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	63.7%	2 944		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	19		Screen Digest

TV channels distributors ^B	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 M7 Group (established in Luxembourg) "TV Vlaanderen" and "TéléSAT"; Mobistar (France Télécom)
IPTV packagers	3 Belgacom, Favco SPRL "Billi" (Alpha Networks), Scarlet (Belgacom)
DTT multiplex operators and packagers	2 Norkring Belgie (25% owned by the VRT) in the Flemish Community and RTBF in the French Community
Mobile phone TV	2 Belgacom Mobile "Proximus" (Belgacom), Mobistar (France Télécom)

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	French Community			Flemish Community			German speaking Community Total
	Public	Private	Total	Public	Private	Total	
Terrestrial (national)	3		3	4	1	5	1
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	3	21	24	2	45	47	1
Regional / Local	12		12		10	10	0
Regional / Local windows	1		1			0	0
Channels targeting foreign markets			0		1	1	0
Total	19	21	40	6	57	63	2
Foreign channels targeting the country		5	5			0	0

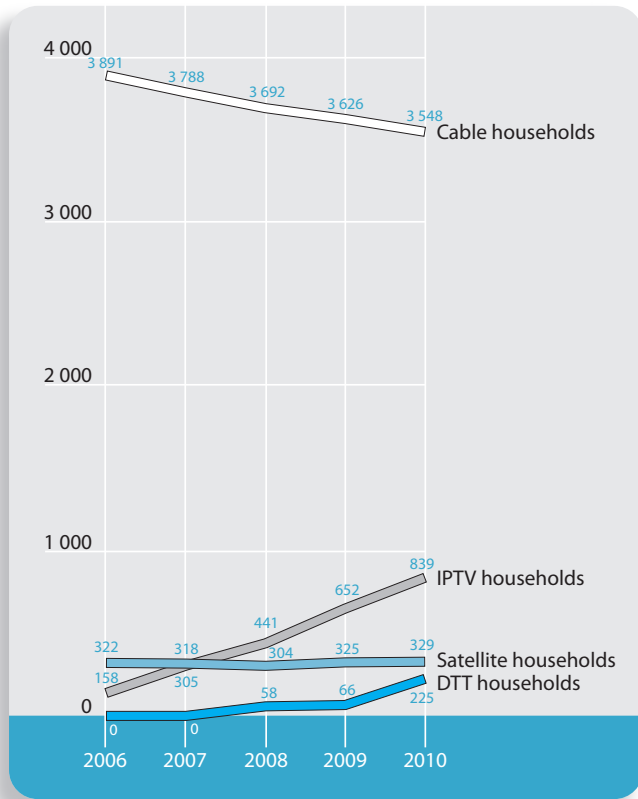
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial VLG	Free digital terrestrial CFB	Cable Telenet	Cable Tecteo Voo	Satellite TV Vlaanderen	IPTV Belgacom TV
Generalist - national (incl. dedicated)	2	3	5	5	2	6
Generalist - foreign			21	17	22	17
Adult			7	3	6	3
Children			23	16	6	24
Culture/ education/ documentary	2	1	21	14	13	18
Entertainment/ TV fiction/ games			23	15	11	16
Film			15	8		4
HD simulcast of an existing channel			14	10	3	16
Home shopping			1	4	10	2
International linguistic and cultural			7	5	14	4
Lifestyle/ specific leisure/ travel			18	12	4	14
Music			19	12	16	14
News/ business	1	1	15	12	30	6
Parliament/ government/ administration					1	
Regional/ local			15	16	7	19
Religion					11	1
Sports			17	11	13	17
Various			4	4	1	12
Total (including HD channels)	5 (0)	5 (0)	225 (20)	164 (11)	170 (4)	193 (21)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

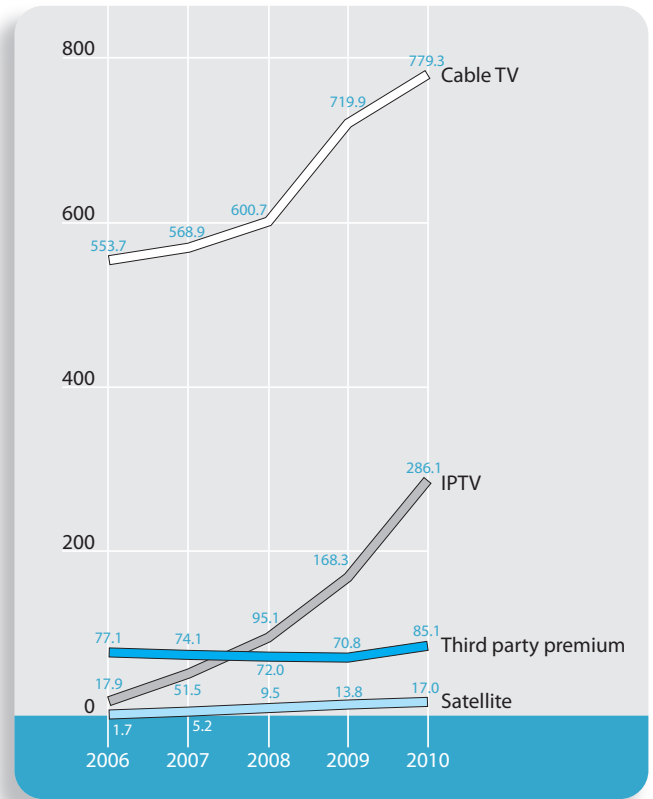
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

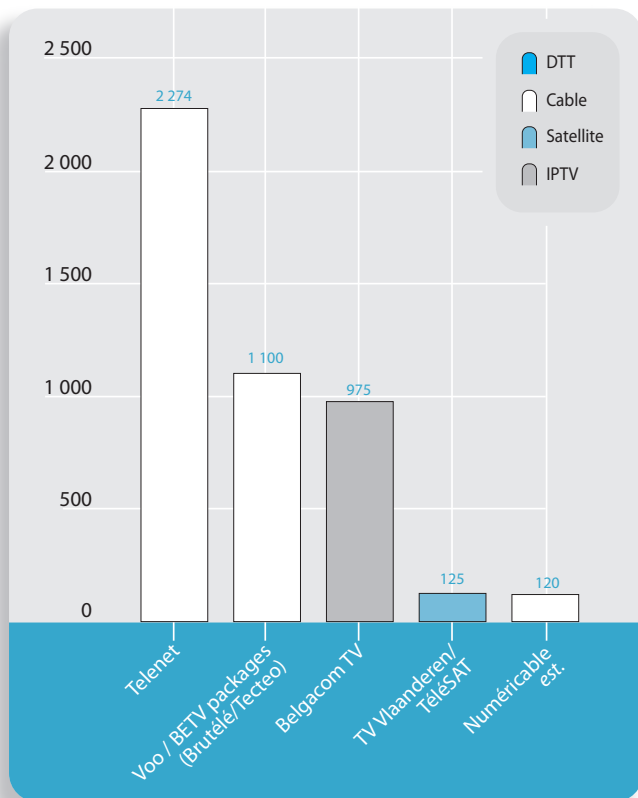
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

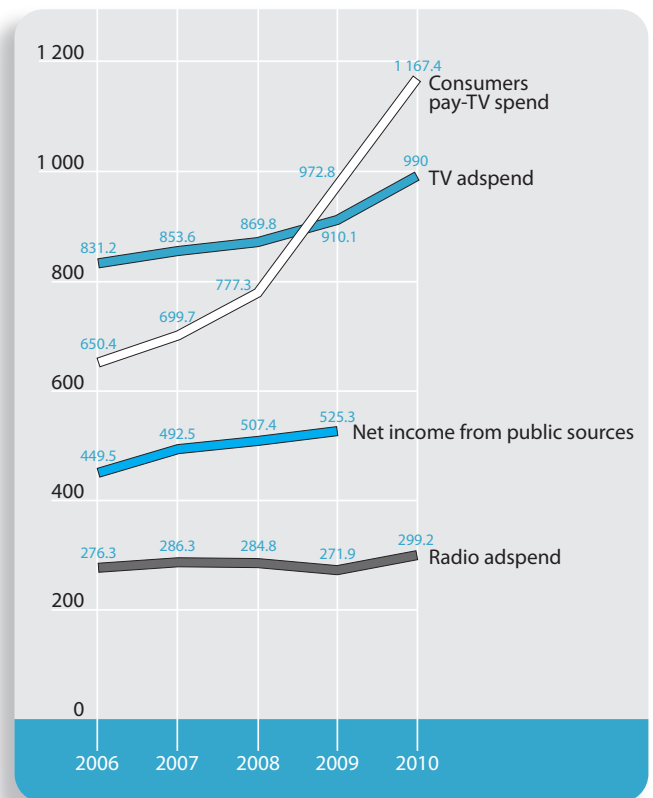
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

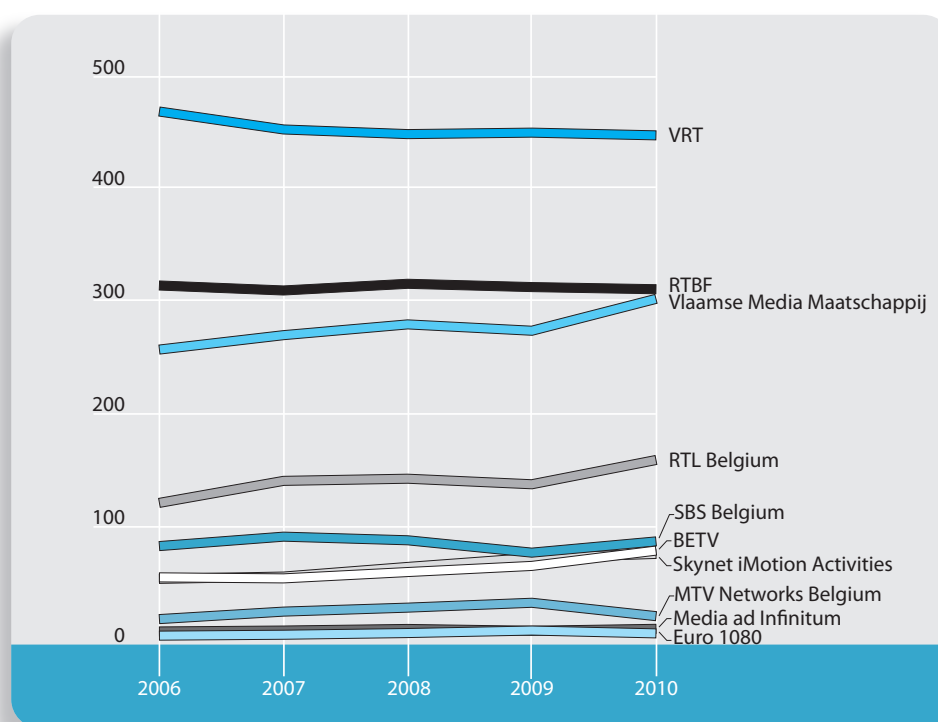
2007-2010 EUR million.

Main broadcasters (local TV not included)		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
VRT	sptv	Één, Canvas, Ketnet	453.3	449.2	450.5	448.1	-0.5%
RTBF	sptv	La Une, La Deux, La Trois	311.3	317.2	314.3	312.4	-0.6%
Vlaamse Media Maatschappij	adtv	VTM, 2BE, JimTV	271.9	281.4	275.8	303.9	10.2%
RTL Belgium	adtv	RTL-TVI, RTL Club	143.4	145.3	140.4	161.8	15.2%
SBS Belgium ¹	adtv	VT4, Vijftv	94.2	91.0	80.1	90	12.4%
BETV	packtv	BeTV package	57.4	63.0	68.4	81.9	19.7%
Skynet iMotion Activities	thtv	11TV	59.0	67.5	75.5	79	4.6%
MTV Networks Belgium ²	thtv	TMF	28.1	31.6	35.9	24.1	-
Media ad Informatum	thtv	Vitaya TV	11.4	12.8	11.2	12.9	15.2%
Belgium Television	thtv	AB3, AB4	20.9	19.0	11.3	10.8	-4.4%
Euro 1080	thtv	HD1, EXQI	7.7	9.2	11.4	8.9	-21.9%
BRF	sptv	Das BRF-Fernsehen	5.7	6.0	6.4	6.3	-1.6%
Bites Europe	thtv	Acht TV	-	-	1.7	2.7	58.8%
MCM Belgique	thtv	MCM Belgique	3.4	3.7	2.1	~	~
Belgian Business Television	thtv	Kanaal Z, Canal Z	5.1	4.4	2.6	1.9	-26.9%
Event TV Network	thtv	Liberty TV	1.3	0.8	0.8	1.3	67.7%
Life TV broadcasting	thtv	Life! TV	0.6	0.4	0.3	~	~
Event TV Vlaanderen ³	thtv	Liberty TV Vlaams	0.5	0.2	0.1	~	~

Main distributors	Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Belgacom S.A. (cons.) ^{4 5}	3play, 3GTV, thtv.	Proximus Mobile TV	6 065.0	5 986.0	6 064.0	7 039.0	16.1%
<i>p.m.</i> Belgacom Mobile ^{4 6}	3G TV	Proximus Mobile TV	2 093.0	2 016.3	1 984.9	-	-
Mobistar ⁴	3G TV	Orange TV	1 564.9	1 567.7	1 604.8	~	~
Telenet Group Holding ⁴	3Play	Telenet	813.5	931.9	1 018.8	1 197.4	17.5%
Tecteo ⁴	3Play + electricity	Voo	336.5	365.5	440.3	~	~
Belgacom Skynet ⁴	3Play	Belgacom TV	46.4	55.5	69.5	-	-
Coditel Brabant ⁴	3Play	Coditel Numéricable	39.8	43.1	46.9	48.5	3.4%
Airfield Media Group	packtv	TV Vlaanderen, TéléSat	15.2	22.2	22.4	~	~

¹ Acquired in 2011 by the Sanoma Group.² 2010 on 9 months.³ Bankruptcy in April 2011.⁴ Includes other activities (telecommunication, electricity...).⁵ includes broadcasting activities (Skynet iMotion Activities).⁶ Merged in Belgacom S.A. in 2010.

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.BE.2
G.1.BE.2RTBF financial situation
2007-2010 EUR million.

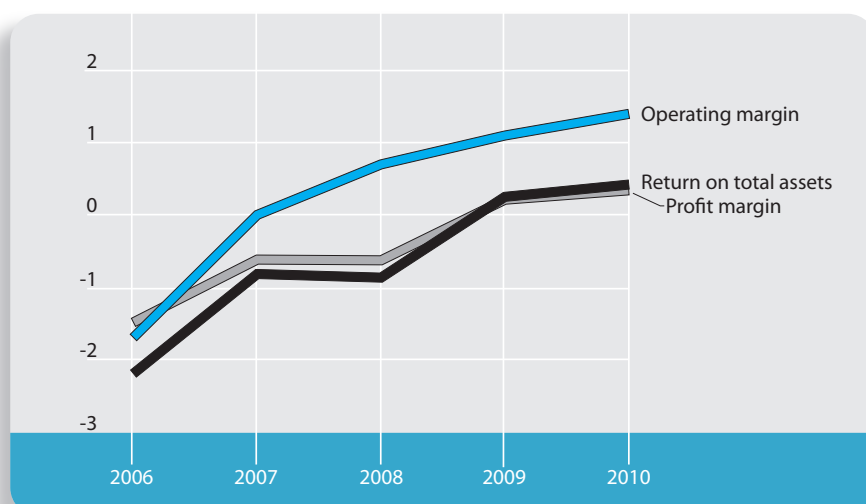
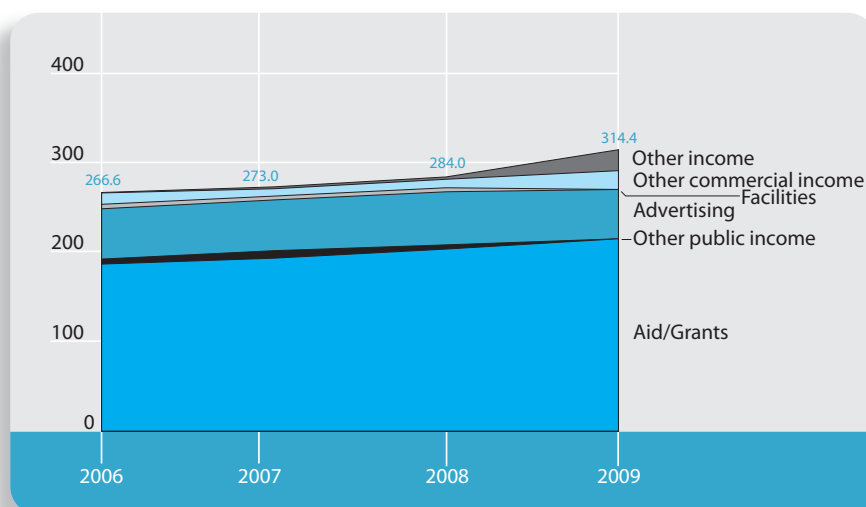
Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	201.6	208.1	214.9	~	73.9%	73.3%	68.4%	~	~
- Aid/Grants	193.2	203.4	214.9	~	70.8%	71.6%	68.4%	~	~
- Other public income	8.4	4.7	-	~	3.1%	1.6%	-	~	~
Total commercial income	69.2	73.4	76.1	~	25.4%	25.8%	24.2%	~	~
- Advertising	56.7	59.3	55.1	~	20.8%	20.9%	17.5%	~	~
- Facilities	4.3	4.5	~	~	1.6%	1.6%	~	~	~
- Other commercial income	8.2	9.5	21.0	~	3.0%	3.3%	6.7%	~	~
Other income	2.1	2.6	23.4	~	0.8%	0.9%	7.4%	~	~
TOTAL	273.0	284.0	314.3	~	100%	100%	100%	~	~

Total operating revenues	311.3	317.2	314.3	312.5					-0.6%
---------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--	--	--	--	--------------

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	147.7	145.1	131.6	128.5	47.4%	46.1%	42.4%	41.7%	-2.4%
Costs of personnel	149.7	156.3	163.9	163.6	48.1%	49.6%	52.7%	53.0%	-0.2%
Depreciation	13.9	13.6	15.3	16.4	4.5%	4.3%	4.9%	5.3%	7.2%
Operating expenditure	311.3	315.0	310.8	308.5	100%	100%	100%	100%	-0.7%

Net result	11.8	-0.6	-1.2	8.4					-829.2%
Operating margin (%)	0.0	0.7	1.1	1.4					

Source: RTBF, European Audiovisual Observatory



T.1.BE.3
G.1.BE.3TV audience market share in the French Community of Belgium (CFB)
2006-2010 In %, 4 years +.

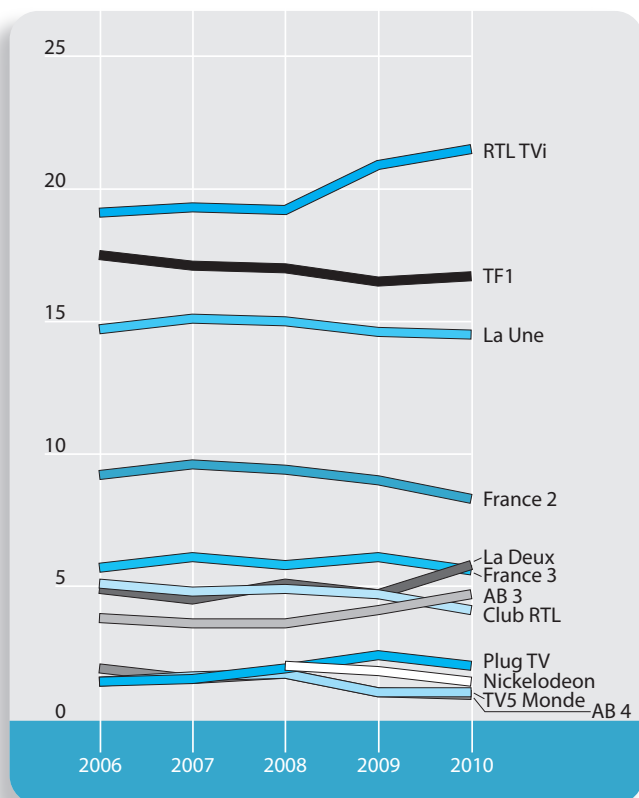
Channels	Daily share					Prime time (18:55-22:30)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
La Une	14.7	15.1	15.0	14.6	14.5	16.7	16.8	17.4	17.3	17.1
La Deux	4.9	4.5	5.1	4.7	5.8	4.8	4.7	5.6	5.4	6.2
La Trois ①	-	-	-	-	0.9	-	-	-	-	0.6
Public channels of the CFB	19.6	19.6	20.1	19.3	21.2	21.5	21.5	23.0	22.7	23.9
AB 3	3.8	3.6	3.6	4.1	4.7	3.6	3.4	3.1	3.1	3.6
MTV Wallonia			2.0	1.8				0.7	0.6	
AB 4	1.9	1.5	1.7	1.0	0.9	1.8	1.9	1.9	1.1	1.0
Be1	0.4	0.5	0.4	0.3	0.3	0.5	0.6	0.6	0.5	0.4
Private channels of the CFB	6.1	5.6	7.7	7.2	5.9	5.9	5.9	6.3	5.3	5.0
RTL TVi	19.1	19.3	19.2	20.9	21.5	27.3	27.1	27.5	28.1	28.8
Club RTL	5.1	4.8	4.9	4.7	4.1	6.6	6.8	6.9	6.7	5.5
Plug RTL	1.4	1.5	1.9	2.4	2.0	1.8	1.8	2.2	2.7	2.1
TF1	17.5	17.1	17.0	16.5	16.7	13.1	12.9	12.8	12.6	12.9
France 2	9.2	9.6	9.4	9.0	8.3	6.7	6.7	6.5	6.8	6.7
France 3	5.7	6.1	5.8	6.1	5.6	4.9	4.9	4.5	5.2	4.8
TV5Monde	1.4	1.6	1.7	1.5	1.0	0.8	1.2	1.2	0.7	0.8
Nickelodeon/MTV (version in French)			2.0	1.8	1.4			0.7	0.6	0.4
Foreign channels	59.4	60.0	61.9	62.9	60.7	61.2	61.4	62.3	63.4	62.0
Één (VRT)	0.8	0.8	0.7	0.6	0.6	1.0	0.9	~	~	0.5
Ketnet / Canvas	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.4	0.4	~	~	0.2
VTM	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	~	~	0.2
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
Vitaya	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	~	~	0.0
Flemish channels	1.6	1.5	1.3	1.1	1.2	1.9	1.7	0.0	0.0	1.1
Others	13.3	13.3	9.0	9.5	11.0	9.5	9.5	8.4	8.6	8.0

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

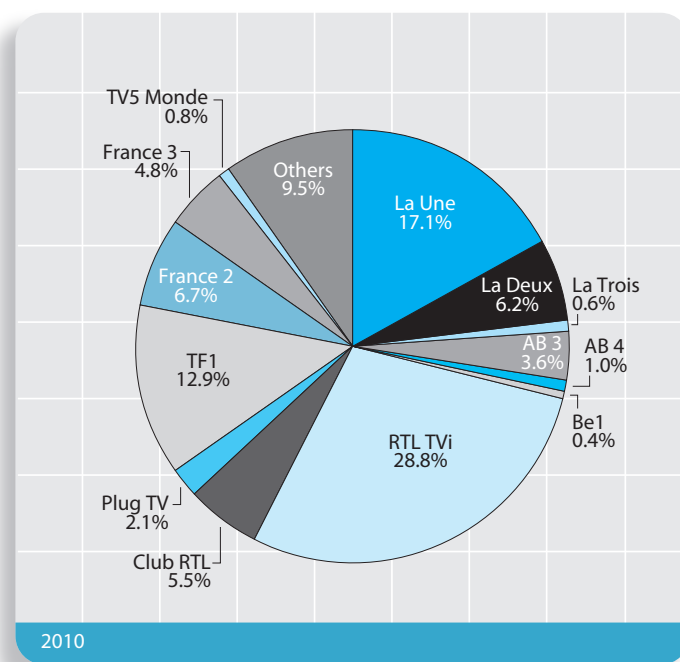
Source: Eurodata TV Worldwide, CIM - GfK Audimetric SA, RTBF

① Measured only since 1st September 2010. Data are for the period 1/9/2010 - 31/12/2010.

Daily share. In %, 4 years +.



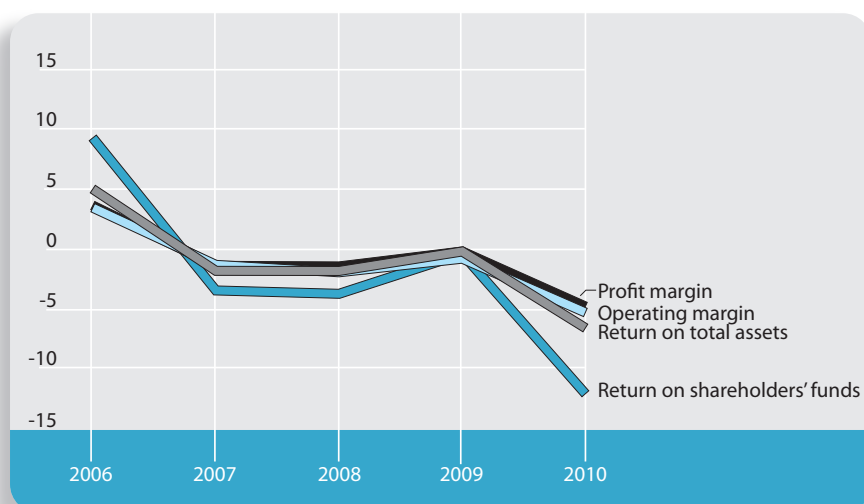
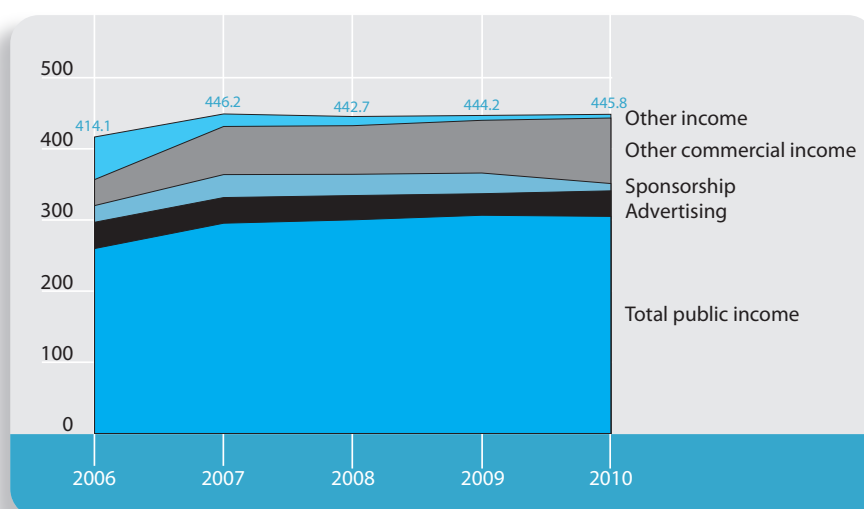
Prime time (18:55-22:30). In %, 4 years +.



T.1.BE.4
G.1.BE.4VRT financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	293.7	298.4	304.8	303.2	65.8%	67.4%	68.6%	68.3%	-0.5%
Total commercial income	135.0	131.6	132.6	137.4	30.3%	29.7%	29.9%	31.0%	3.6%
- Advertising	35.8	33.9	30.1	35.7	8.0%	7.7%	6.8%	8.0%	18.6%
- Sponsorship	32.1	29.7	28.9	10.2	7.2%	6.7%	6.5%	2.3%	-64.7%
- Other commercial income	67.2	67.9	73.6	91.5	15.1%	15.3%	16.6%	20.6%	24.3%
Other income	17.5	12.8	6.8	5.2	3.9%	2.9%	1.5%	1.2%	-23.5%
TOTAL	446.1	442.8	444.2	443.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.1%
Operating revenues	462.5	457.9	450.5	448.1					-0.5%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	254.1	264.3	249.2	256.9	55.1%	56.6%	4.0%	-5.7%	3.1%
Costs of personnel	182.5	180.0	180.9	189.8	39.6%	38.5%	-1.4%	0.5%	4.9%
Depreciation	24.5	22.5	23.9	24.9	5.3%	4.8%	-8.0%	6.0%	4.2%
Operating expenditure	461.0	466.8	454.0	471.6	100.0%	100.0%	1.3%	-2.7%	3.9%
Net result	-6.8	-6.7	-0.7	-2.4					242.9%
Operating margin (%)	-1.3	-1.9	-0.8	-5.3					

Source: VRT, European Audiovisual Observatory



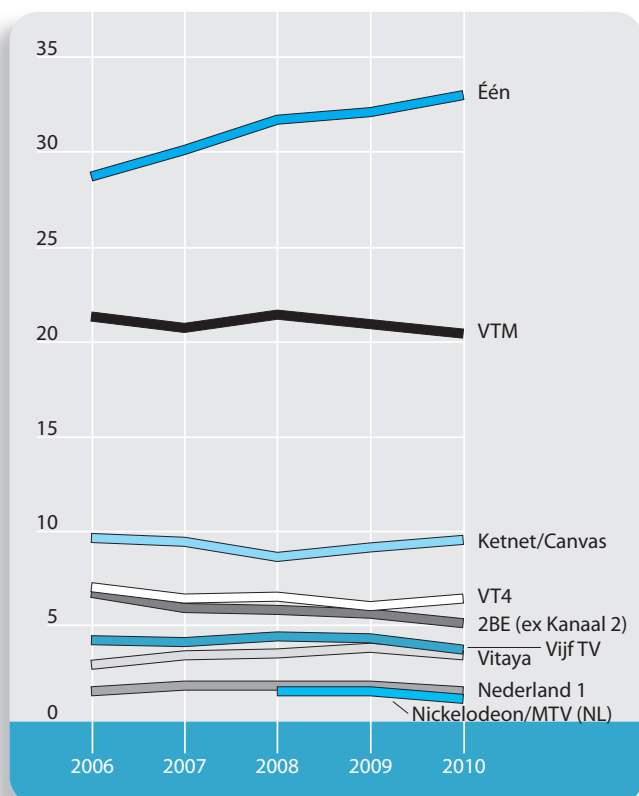
T.1.BE.5
G.1.BE.5TV audience market share in the Flemish Community of Belgium (VLG)
2006-2010 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:55 - 22:30)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Één	28.7	30.1	31.7	32.1	33.0	32.2	33.5	34.2	35.0	36.0
Ketnet/Canvas	9.6	9.4	8.6	9.1	9.5	7.8	7.9	7.6	8.2	8.7
Flemish public channels	38.3	39.5	40.3	41.2	42.5	40.0	41.4	41.8	43.2	44.7
VTM	21.3	20.7	21.4	20.9	20.4	27.3	26.6	26.9	26.3	25.6
2BE (ex Kanaal 2)	6.7	5.9	5.8	5.6	5.1	7.3	6.1	6.4	6.4	5.5
VT4	7.0	6.4	6.5	6.0	6.4	7.6	7.4	7.3	6.6	7.6
Vijf TV	4.2	4.1	4.4	4.3	3.7	3.3	3.4	3.6	3.8	3.0
Vitaya	2.9	3.4	3.5	3.8	3.4	1.7	2.1	1.8	1.9	1.6
Regional TV	1.7	1.7	1.4	~	1.2	1.5	1.6	1.3	~	0.9
Flemish private channels	43.8	42.2	43.0	40.6	40.2	48.7	47.2	47.3	45.0	44.2
La Une	0.8	0.7	~	~	0.3	0.5	0.5	~	~	0.3
La Deux	0.4	0.3	~	~	0.2	0.3	0.3	~	~	0.2
Channels of the CFB	1.2	1.0	~	~	0.5	0.8	0.8	~	~	0.5
Ned 1	1.5	1.8	1.8	1.8	1.5	1.6	1.9	~	~	1.5
Ned 2	1.5	1.0	~	~	0.8	1.4	0.7	~	~	0.7
Ned 3	1.0	1.0	~	~	0.7	0.6	0.7	~	~	0.6
Nickelodeon/MTV (NL)			1.5	1.5	1.1			0.5	0.5	0.4
RTL-TVI	0.6	0.4	~	~	~	0.6	0.4	~	~	0.3
France 2	0.8	0.7	~	~	~	0.3	0.3	~	~	0.1
France 3	0.1	0.1	~	~	~	0.1	0.1	~	~	0.1
TF1	0.2	0.2	~	~	~	0.2	0.1	~	~	0.1
Foreign channels	5.7	5.2	~	~	~	4.8	4.2	~	~	3.8
Others	11.0	12.1	16.7	18.2	17.3	5.7	6.4	10.9	11.8	11.1

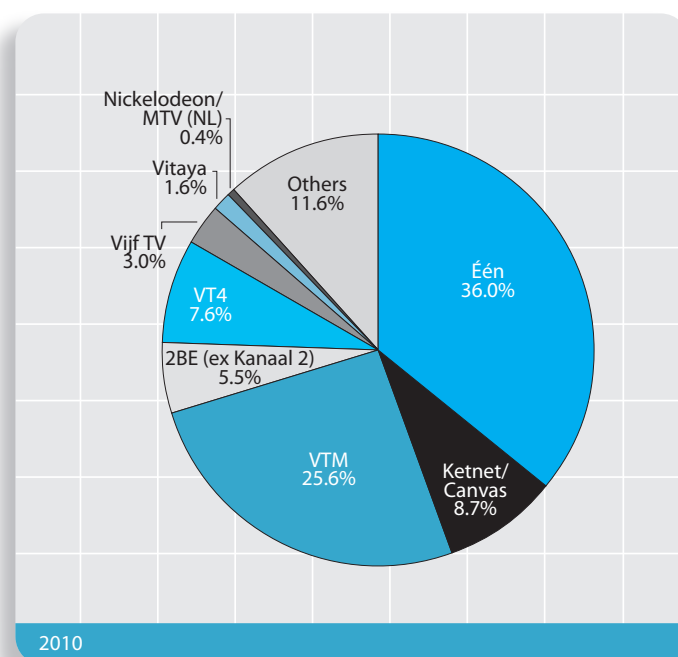
Market shares from 01/01/2006 are calculated over Total TV without taking into account external devices such as DVD, VCR ...

Source: Eurodata TV Worldwide, CIM - GfK Audimetrie SA

Daily share. In %, 4 years +.



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



The important broadcasters in Bulgaria are bTV, BNT and Nova TV. The commercial broadcaster bTV leads the market with an audience share of 38.2% in 2010. The channel now belongs to Central European Media Enterprises (CME) after its purchase from the Balkan News Corporation in April 2010. BNT, the state-owned broadcaster, has three television channels: BNT1, a national terrestrial channel, BNT2 (launched 2011) and the satellite channel BNT Sat. BNT1's share dropped to 9.7% in 2010 (compared to 16.4% in 2006).

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 Mobilitel) bought into the Bulgarian market (acquiring Megalan and Spectrum). Bulgaria now has three satellite platforms: Bulsatcom; Satellite BG (a merger of the former Total TV package and the new SES Astra service in January 2011); and Vivacom TV (launched in September 2010 by the Telecom operator Vivacom). Vivacom TV had over 70,000 subscribers in June 2010. About 25% of homes had satellite services (19% pay satellite) at the end of 2010. There are also four IPTV services available.

DTT was expected to be launched in Bulgaria in 2010 but was delayed by arguments about the award of licences to multiplex operators. Following tenders in 2009 and 2010, Towercom will operate two nation-wide DDT multiplexes, and Hannu Pro three nation-wide DTT multiplexes and the public service multiplex. Complaints against this decision of the Regulatory Commission led to the opening of infringement proceedings by the European Commission. In preparation 18 channels were issued with DTT licences in May 2010 (on the basis of the Amendment of the Radio and Television Act February 2009 that set out the main principles and rules for digital TV broadcasting). Several changes were made to the Radio and Television Act in March and November 2010 as well as in January and April 2011 for the purpose of transposing the Audiovisual Media Services Directive.

Les principaux radiodiffuseurs bulgares sont bTV, BNT et Nova TV. Avec une part d'audience de 38,2 % en 2010, le radiodiffuseur commercial bTV domine le marché. Il appartient désormais à Central European Media Enterprises (CME), qui l'a racheté à Balkan News Corporation en avril 2010. BNT, le radiodiffuseur d'Etat, a trois chaînes de télévision : BNT1, chaîne nationale terrestre, BNT2 (lancée en 2011) et BNT Sat, chaîne par satellite. La part de BNT1 en 2010 est tombée à 9,7 % (contre 16,4 % en 2006).

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 Mobilitel) est arrivée sur le marché bulgare (par l'acquisition de Megalan et Spectrum). La Bulgarie compte désormais trois plateformes satellitaires : Bulsatcom, Satellite BG (née de la fusion entre l'ancien paquet Total TV et le nouveau service SES-Astra en janvier 2011) et Vivacom (lancée en septembre 2010 par l'opérateur télécom Vivacom). Vivacom TV comptait plus de 70 000 abonnés en juin 2010. Quatre services IPTV sont également disponibles.

Le lancement de la TNT en Bulgarie était prévu en 2010 mais a été retardé par des polémiques sur l'attribution de licences aux opérateurs de multiplexes. Après les appels d'offres lancés en 2009 et 2010, Towercom avait obtenu les licences pour deux multiplex TNT nationaux, et Hannu Pro pour trois multiplex TNT nationaux ainsi que le multiplex de service public. Des plaintes contre cette décision de la Commission de régulation ont conduit à une procédure d'infraction de la part de Commission européenne. 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). La loi sur la Radio et la Télévision a fait l'objet de diverses modifications en mars et novembre 2010, ainsi qu'en janvier et avril 2011 en vue de transposer la Directive sur les Services de médias audiovisuels.

Die wichtigsten Sender in Bulgarien sind bTV, BNT und Nova TV. Marktführer war 2010 der Privatsender bTV mit einem Zuschaueranteil von 38,2 %. 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 drei Sender: den landesweiten terrestrischen Sender BNT1, BNT2 (gestartet 2011) und den Satellitensender BNT. Der Anteil von BNT1 fiel 2010 auf 9,7 % (gegenüber 16,4 % 2006).

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 Mobilitel) in den bulgarischen Markt eingestiegen. In Bulgarien gibt es inzwischen drei Satellitenplattformen: Bulsatcom, Satellite BG (das aus der Fusion vom ehemaligen Package Total TV mit dem neuen Dienst SES Astra im Januar 2010 erstanden ist) sowie Vivacom TV (vom Telekom Betreiber Vivacom im September 2010 gestartet). Vivacom TV hatte im Juni 2010 über 70 000 Abonnenten. Ende 2010 nutzten ca. 25 % der Haushalte Satellitendienste (davon 19 % Pay-TV). Darüber hinaus gibt es auch vier IPTV-Dienste.

Die Einführung des DVB-T-Fernsehens in Bulgarien war für 2010 vorgesehen, verzögerte sich aber aufgrund der Kritik an der Lizenzvergabe an die Multiplexbetreiber. 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. Aufgrund von Beschwerden gegen diese Entscheidung des Regulierungsausschusses leitete die Europäische Kommission ein Vertragsverletzungsverfahren ein. 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). Das Radio- und Fernsehgesetz wurde im März und November 2010 sowie im Januar und April 2011 mit Blick auf die Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste novelliert.

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2010.
B 11.2010. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	7 505		Eurostat
Households	–	2 843		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	95.0%	2 700		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	42.7%	1 214		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	12.2%		348	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	24.0%		682	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	24.0%		682	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	19.2%	545		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	0.3%		8	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	0.3%	8		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	36.5%		1 038	European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	62.2%	1 767		European Audiovisual Observatory
Households with PC	44.0%	1 252		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	32.1%	912		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors [Ⓞ]	Companies
Cable operators	>650 Blizoo, MSAT AD, SKAT OOD, Tele-Sat, Vereya Kabel, ...
Satellite packagers	3 Bulsatkom, Satellite BG (SES), Vivacom
IPTV packagers	4 Mobiltel, Neterra, Networx Bulgaria, Vestitel
DTT multiplex operator	(tender suspended)
Mobile phone TV packagers	2 Cosmo Bulgaria Mobile, Mobiltel

TV channels established in the country by kind of transmission [Ⓞ]	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	4	6
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	84	85
Regional / Local		56	56
Regional / Local windows			4
Channels targeting foreign markets			
Total	6	144	151
Foreign channels targeting the country		42	42

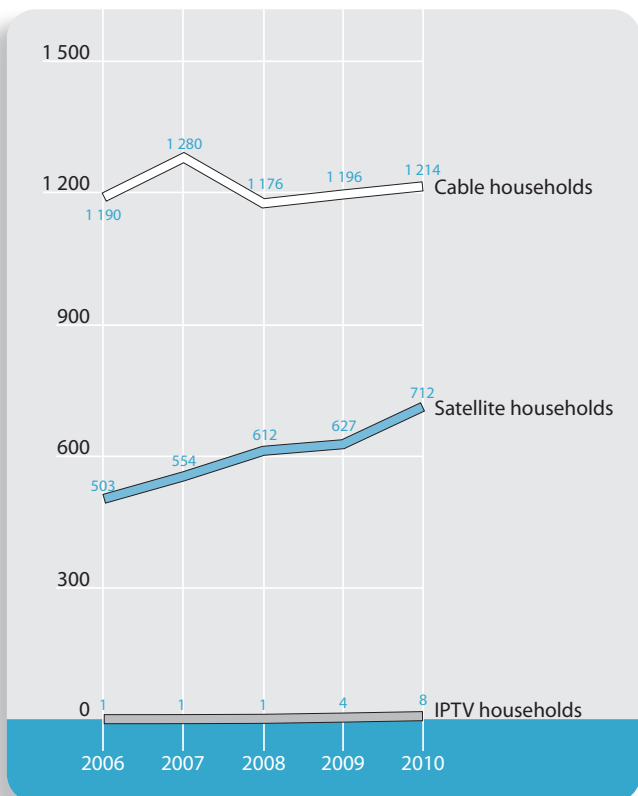
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) [Ⓞ]	Analogue terrestrial	Cable Blizoo	Satellite Bulsatcom	Satellite Satellite BG Bulgaria	IPTV Mobiltel
Generalist - national	6	7	6	4	8
Generalist - foreign		9	4		16
Adult		6	4	4	11
Children		10	9	4	10
Culture/ education/ documentary		15	16	19	15
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		22	24	9	24
Film		6	7	3	5
HD simulcast of an existing channel		7	5	15	3
Home shopping		1			
International linguistic and cultural		7	3	1	8
Lifestyle/ specific leisure/ travel		12	8	8	11
Music		20	11	7	22
News/ business		22	4		20
Parliament/ government/ administration			1		
Regional/ local		1	1		1
Religion			1		
Sports		6	7	8	8
Various		3			2
Total (including HD channels)	6	154 (14)	111 (8)	82 (22)	164 (9)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

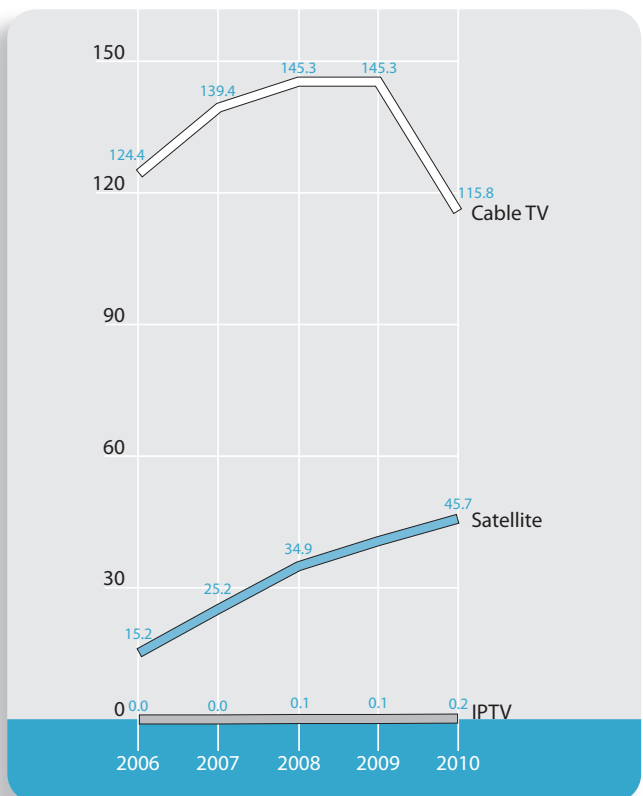
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

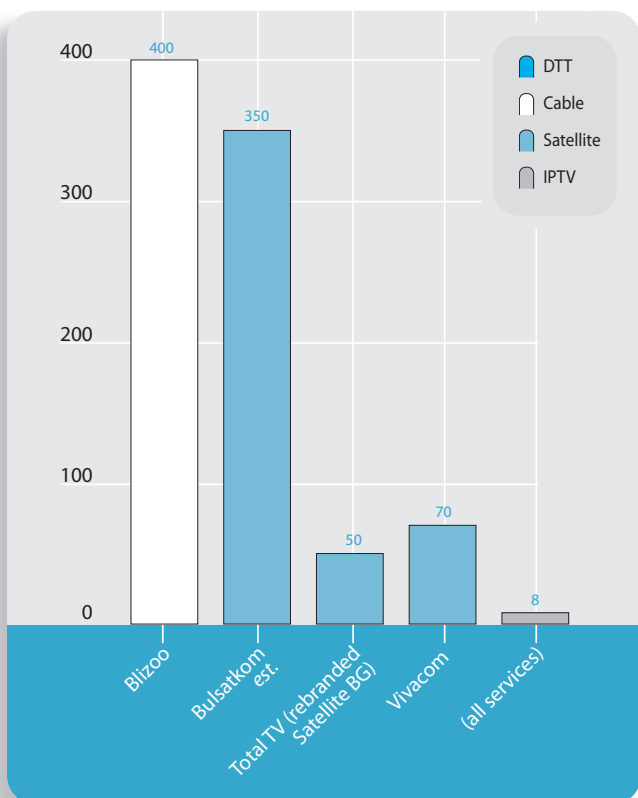
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

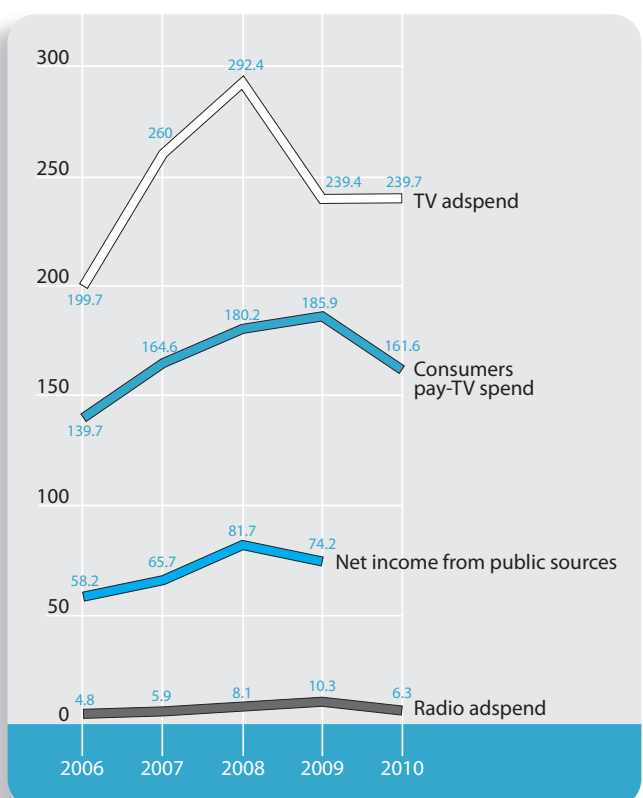
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



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

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

Operating revenues of the main television companies in Bulgaria

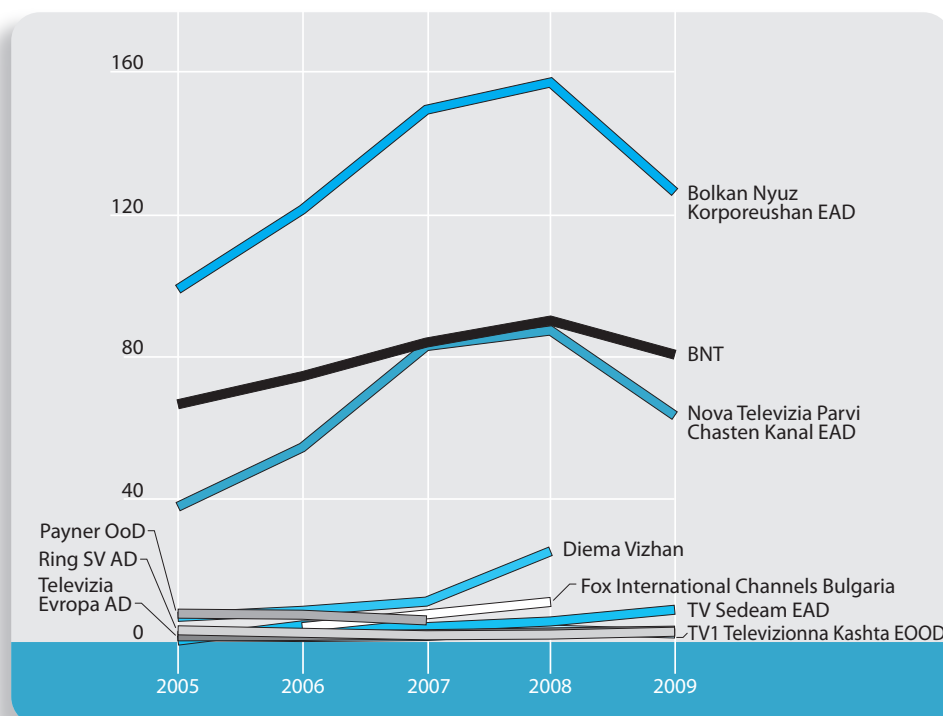
2007-2010 BGN million. Local television non included.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Bolkan Nyuz Korporeushan EAD	adtv	bTV	149.9	157.6	126.7	~	~
BNT	sptv	Kanal 1 (BNT1)	84.2	90.4	80.8	~	~
Nova Televizia Parvi Chasten Kanal EAD	adtv	Nova Televizia	83.2	87.6	63.6	~	~
<i>p.m.</i> Diema Vizhan ^①	thtv	Diema+. Diema2. DiemaExtra. Diema Family	11.1	25.3	26.8	~	-
Fox International Channels Bulgaria	thtv	Fox TV Bulgaria	7.5	11.0	18.9	~	~
TV Sedeam EAD	thtv	TV-7	3.9	5.5	8.8	~	~
Payner OoD	thtv	Planeta TV	5.8	~	~	~	~
Televizia Evropa AD	thtv	Evropa TV	1.9	2.4	2.9	~	~
Ring SV AD	thtv	Ring TV	1.6	1.8	2.6	2.9	11.5%
TV1 Televizionna Kashta EOOD	adtv	TV1	1.4	3.2	2.1	~	~
Evrokom Natsionalna Kabelna Televizia OOD	thtv	DKTE. Evrokom	2.5	2.9	2.0	~	~
M-SAT TV ODD	adtv	M-SAT	2.0	2.1	1.6	~	~
Elit Media Bulgaria Ood	thtv	SofiaCable Film. SK Folk. Kanal 3	1.2	1.3	1.6	~	~
Balkan Bulgarska Televizia AD	adtv	BBT	4.6	2.8	1.5	~	~
Telestar Bulgaria Food	hstv	Telestar	2.1	2.0	1.5	~	~

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Mobiltel EAD ^②	IPTV. 3GTV	Mobiltel		1 279.4	1 303.9	1 217.0	1 115.6	-8.3%
Cosmo Bulgaria Mobile EAD ^②	3G TV	Globul TV		806.6	899.8	876.5	~	~
Bulsatkom AD	SATV	Bulsatkom		40.2	68.6	98.2	~	~
Blizoo Media and Broadband EAD ^②	CATV	Evrokom Bulgaria		40.4	57.4	56.6	~	~
Neterra EooD ^②	IPTV	Neterra TV		17.0	22.0	21.3	23.9	12.2%
Interaktivni Tehnologii AD	SATV	ITV Partner		11.4	22.2	15.3	~	~
M SAT AD	3 play	M SAT		7.1	9.0	9.6	10.1	5.2%
Vestitel BG AD ^②	3play	Vestitel		0.8	1.6	6.5	~	~
Networx Bulgaria OOD ^②	3Play	Networx		3.0	4.8	4.1	5.9	43.9%
Kabel Sat Zapad OOD ^②	3Play	Kabel sat Zapad		3.4	4.5	4.9	5.0	2.0%
Telekabel AD ^②	3Play	Telekabel Digital		2.6	3.9	4.4	~	~

^① Merged in 2009 with Nova Televizia Parvi Chasten Kanal EAD.^② Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

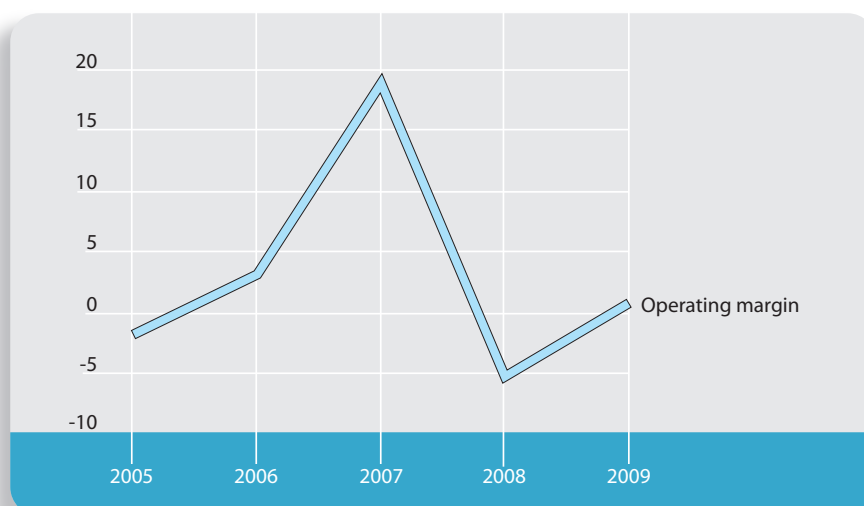
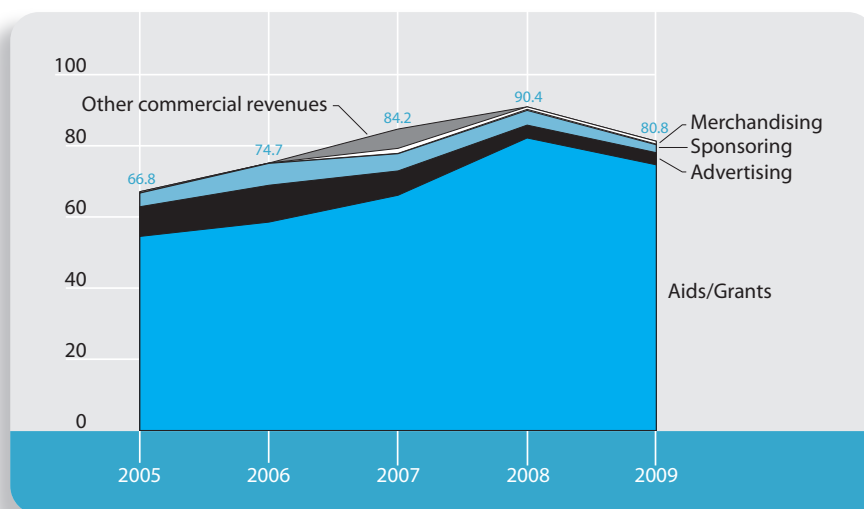


T.1.BG.2
G.1.BG.2Bulgarska Nationalna Televizija financial situation
2006-2009 BGN million.

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

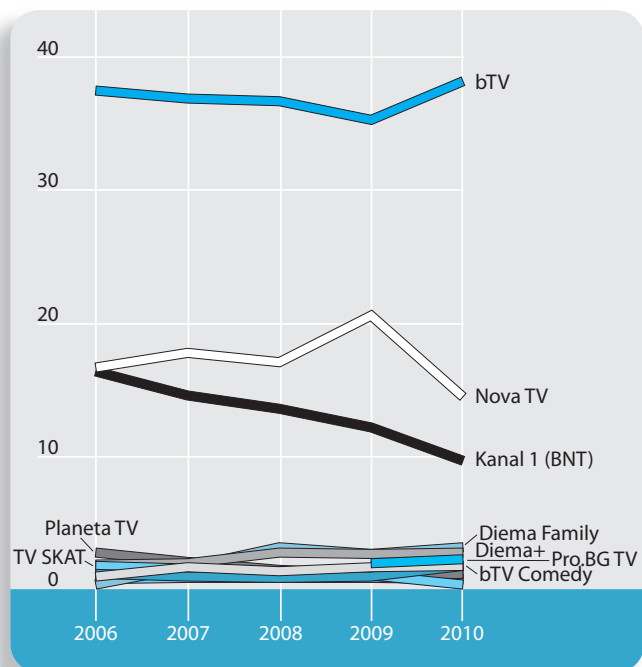


T.1.BG.3
G.1.BG.3TV audience market share in Bulgaria
2006-2010 In %, 4 years +.

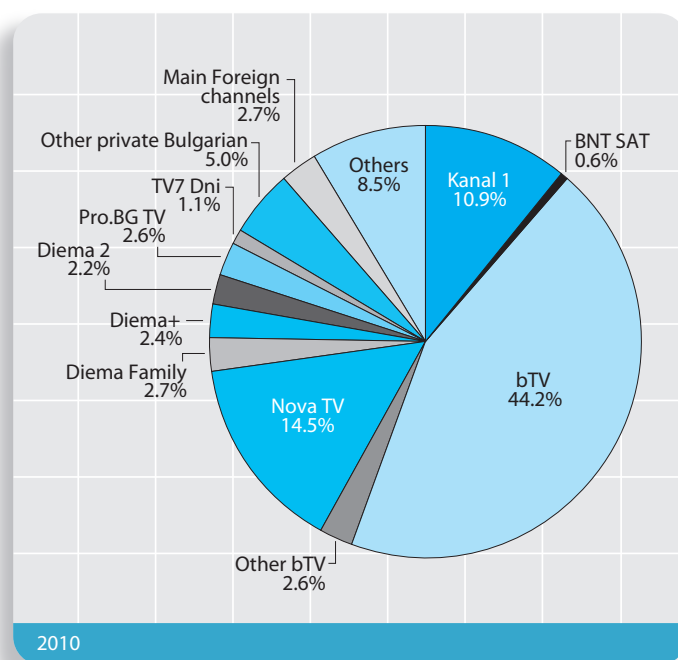
Channels	Daily share					Prime time (20:00-22:30)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Kanal 1 (BNT 1)	16.4	14.6	13.6	12.2	9.7	21.5	18.7	13.8	14.6	10.9
TV Bulgaria / BNT SAT	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.6	0.5	0.6	0.6
Bulgarian public channel	17.1	15.2	14.2	12.8	10.3	22.2	19.3	14.3	15.2	11.5
bTV	37.5	36.9	36.7	35.3	38.2	32.4	35.1	38.0	39.2	44.2
bTV cinema	-	-	-	-	1.1	-	-	-	-	1.2
bTV Comedy (ex GTV Gotinata Televizija)	1.0	1.7	1.4	1.7	1.8	0.8	1.2	0.9	1.3	1.4
Nova TV	16.7	17.8	17.1	20.6	14.5	22.0	21.7	18.7	19.8	14.5
Diema Family	0.4	1.7	3.2	2.7	3.2	0.3	1.6	3.3	2.7	2.7
Diema+	1.9	2.0	2.8	2.7	2.8	1.4	1.7	2.8	2.7	2.4
Diema 2	1.2	1.0	0.9	1.0	1.8	0.9	0.7	0.7	0.7	2.2
Pro.BG TV	-	-	-	2.0	2.3	-	-	-	2.2	2.6
TV7 Dni	0.4	0.7	0.8	0.8	1.3	0.4	0.7	0.6	0.7	1.1
Planeta TV	2.8	2.1	1.5	1.2	1.2	1.8	1.3	1.1	0.7	0.8
TV Evropa	0.8	0.9	0.9	0.9	1.2	0.5	0.5	0.8	0.5	0.6
Ring TV	-	-	-	0.9	0.8	-	-	-	0.8	0.7
Folklor TV	-	-	-	0.7	0.7	-	-	-	0.6	0.6
Super 7	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	0.2
TV SKAT	1.8	1.6	1.4	1.1	0.4	2.6	2.3	0.8	1.3	0.4
FEN TV	0.7	0.8	0.6	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.2	0.2
Kanal 3	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4
BBT Balkan Bulgarian TV	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	0.5	0.4	0.4	0.4	0.2
City TV	-	0.5	0.3	0.3	0.3	-	0.2	0.2	0.1	0.1
Evrokom	1.2	0.9	0.3	0.3	0.2	0.9	0.7	0.2	0.2	0.2
Other private Bulgarian channels	-	-	-	0.3	0.5	-	-	-	0.3	0.5
Bulgarian private channels	66.2	68.1	68.2	74.0	74.1	64.6	68.1	69.0	75.0	77.2
Disney Channel	-	-	-	1.8	1.8	-	-	-	1.1	0.9
Fox Life Bulgaria	1.5	1.9	1.6	1.1	1.1	0.7	1.0	1.7	0.5	0.7
National Geographic Channel Europe	-	-	-	0.6	0.8	-	-	-	0.4	0.5
Eurosport	0.5	0.5	0.6	0.5	0.2	0.4	0.4	0.5	0.3	0.1
Hallmark Channel Central Europe	0.6	0.4	0.6	0.5	0.1	0.5	0.4	0.5	0.4	0.1
Foreign channels	2.6	2.8	2.8	5.0	4.8	1.6	1.8	2.7	2.9	2.7
Others	14.1	13.9	14.8	8.2	10.8	11.6	10.8	14.0	6.9	8.6

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 June 2010, the Federal Council decided not to increase the fee for the years 2011 to 2014, although it acknowledged that SSR needed more resources in order to be able to finance the services it offered. These requirements will have to be covered by savings made within the company, more liberal advertising, greater efficiency in collecting the reception fee, and an increase in income by increasing the number of persons required to pay the fee. As a result, the Federal Council has made a number of further amendments to the ORTV in order to relax somewhat the regulations on advertising during television programmes broadcast by SSR. These new arrangements, which will come into force on 1 January 2011, will allow SRG SSR idée suisse to receive additional income. The Federal Council's revision does not however alter the scheme that applies to news broadcasts and political current affairs magazines, which may only include a commercial break if the programme is longer than 90 minutes. On the other hand, all other programmes broadcast outside peak viewing times may now be interrupted by commercial breaks every 30 minutes; during peak viewing times (between 6 and 11 p.m.), these broadcasts remain subject to the scheme that applied before the new provisions came into force, i.e., a single commercial break is allowed every 90 minutes. Lastly, the maximum duration of authorised advertising each day is to be increased from 8% to 15%.

An amendment to the Radio and Television Broadcasting Act authorised the public channel SF Info, which had up to then only broadcast in German, to broadcast programmes from the French language channel TSR and the Italian language channel TSI from 1 November 2011.

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 (M6) 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

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. En juin 2010, le Conseil fédéral a pris la décision de ne pas augmenter la redevance pour les années 2011 à 2014. Il a toutefois reconnu que la SSR avait besoin de moyens supplémentaires pour financer son offre de prestations. Ces besoins devraient pouvoir être couverts par des mesures d'économie au sein de l'entreprise, une libéralisation de la publicité, une efficacité accrue dans l'encaissement de la redevance de réception, ainsi qu'une hausse des recettes liées à l'augmentation du nombre de personnes assujetties à la redevance.

Le Conseil fédéral a dès lors apporté en octobre 2010 de nouvelles modifications à l'Ordonnance sur la radio-télévision (ORTV) afin d'assouplir quelque peu la réglementation de la publicité dans les programmes de télévision de la SSR. Ces nouvelles dispositions, qui sont entrées en vigueur le 1^{er} janvier 2011, permettront ainsi à la SRG SSR idée suisse de réaliser des recettes supplémentaires. La révision décidée par le Conseil fédéral ne modifie toutefois pas le régime applicable aux émissions d'informations et aux magazines d'actualité politique, lesquels ne peuvent être interrompus par de la publicité que s'ils dépassent une durée de 90 minutes. En revanche, les autres émissions diffusées en dehors des heures de grande écoute peuvent désormais être interrompues par des spots publicitaires toutes les 30 minutes ; aux heures de grande écoute (entre 18 et 23 heures), ces émissions demeurent soumises au régime applicable avant l'entrée en vigueur des nouvelles dispositions : une seule pause publicitaire est autorisée toutes les 90 minutes. Enfin, la durée maximale de publicité autorisée chaque jour sera augmentée de 8 % à 15 %. Cette réglementation relativement restrictive tient compte de la mission de service public qui incombe aux programmes de la SSR.

Une modification de la Loi sur la radio et la télévision a autorisé la chaîne publique SF Info, qui jusque là était uniquement allemande, à diffuser à partir du 1^{er} novembre 2011 des émissions en provenance de la TSR (francophone) et la TSI (italienne).

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

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.

Im Juni 2010 entschied der Bundesrat, die Gebühr für die Jahre 2011 bis 2014 nicht zu erhöhen. Er hat jedoch anerkannt, dass die SRG zusätzliche Mittel zur Finanzierung ihres Leistungsangebots benötigt. Der Finanzierungsbedarf müsste durch Einsparungen innerhalb des Unternehmens, eine Liberalisierung der Werbung, eine effizientere Erhebung der Empfangsgebühr sowie eine Steigerung der Einnahmen durch die zunehmende Anzahl der gebührenpflichtigen Empfänger gedeckt werden. Der Bundesrat hat die RTVV seitdem erneut abgeändert, um die Werberegulierung für die Fernsehprogramme der SRG etwas zu lockern. Diese neuen Bestimmungen traten am 1. Januar 2011 in Kraft und ermöglichen es der SRG SSR idée suisse, zusätzliche Einnahmen zu erwirtschaften. Die vom Bundesrat beschlossene Abänderung betrifft jedoch nicht die für Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen geltende Regelung. Diese können lediglich bei einer Dauer von über 90 Minuten durch Werbung unterbrochen werden. Die anderen Sendungen, die außerhalb der Hauptsendezeiten ausgestrahlt werden, können dagegen nunmehr alle 30 Minuten durch Werbespots unterbrochen werden. Während der Hauptsendezeiten (zwischen 18 und 23 Uhr) gilt für diese Sendungen weiterhin die Regelung, die vor dem Inkrafttreten der neuen Bestimmungen Gültigkeit hatte. Das bedeutet, dass eine einzige Werbeunterbrechung für jeden programmierten Zeitraum von 90 Minuten zulässig ist. Letztlich wird die maximal zulässige tägliche Werbepause von acht auf 15 Prozent erhöht.

Eine Novellierung des Radio- und Fernsehgesetzes erlaubt dem öffentlich-rechtlichen Sender SF Info, der bisher rein deutschsprachig war, ab dem 1. November 2011 Sendungen von TSR (auf Französisch) und TSI (auf Italienisch) zu verbreiten.

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

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). 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 German in early 2009.

There are four competing IPTV platforms in the Swiss market, operated by Swisscom, Orange and Sunrise, the country's main telecommunications operators, as well as, since April 2011, the ISP Cyberlink. 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. In April 2011, CanalSat launched an HD channel package.

contentieux juridique. Un arrêt du Tribunal fédéral du 13 janvier 2010 a finalement donné raison à Métropole Télévision (M6) 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 contrairement 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 multi-chaînes 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 en allemand au début de l'année 2009.

Quatre plates-formes IPTV sont en concurrence sur le marché suisse : Swisscom, Orange et Sunrise, les principaux opérateurs de télécommunication du pays, auxquels est venu s'ajouter en avril 2011 le FAI Cyberlink. 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 avril 2011, CanalSat a lancé un bouquet de chaînes HD.

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 auf Deutsch an.

Auf dem IPTV-Markt konkurrieren die Plattformen der vier größten Telekom-Betreiber des Landes (Swisscom, Orange und Sunrise), zu denen im April 2011 noch der Internetanbieter Cyberlink stieß. 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. Im April 2011 hat CanalSat ein HD-Bouquet gestartet.

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 09.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	7 866		Eurostat
Households	–	3 399		Eurostat (as at 31.12.2009)
TV households	93.0%	3 161		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	81.1%	2 757		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	20.7%		702	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	8.2%		278	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	7.7%		262	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	0.3%	10		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	12.0%		407	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	12.5%	424		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	3.1%		106	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.7%	25		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	43.5%		1 477	European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	94.6%	3 216		European Audiovisual Observatory
Households with PC	87.5%	2 973		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	72.8%	2 476		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	97		Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions	–	9		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators	>240	Cablecom (UPC), Naxoo etc.
Satellite packagers	2	CanalSat Suisse, SSR SRG idée suisse "Sat-Access"
IPTV packagers	1	"Swisscom TV" (formerly known as "Bluewin 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", Sunrise

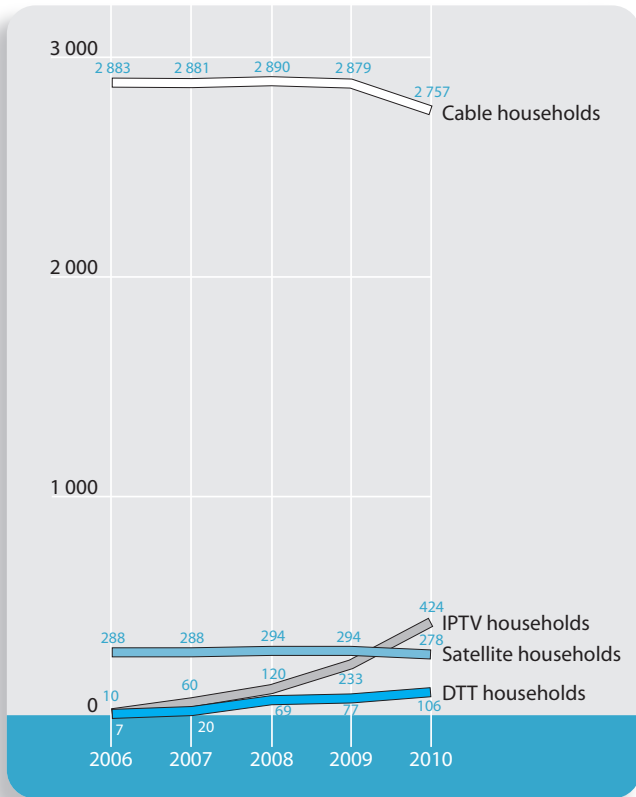
TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	8		8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	4	33	37
Regional / Local		69	69
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets		2	2
Total	12	104	116

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

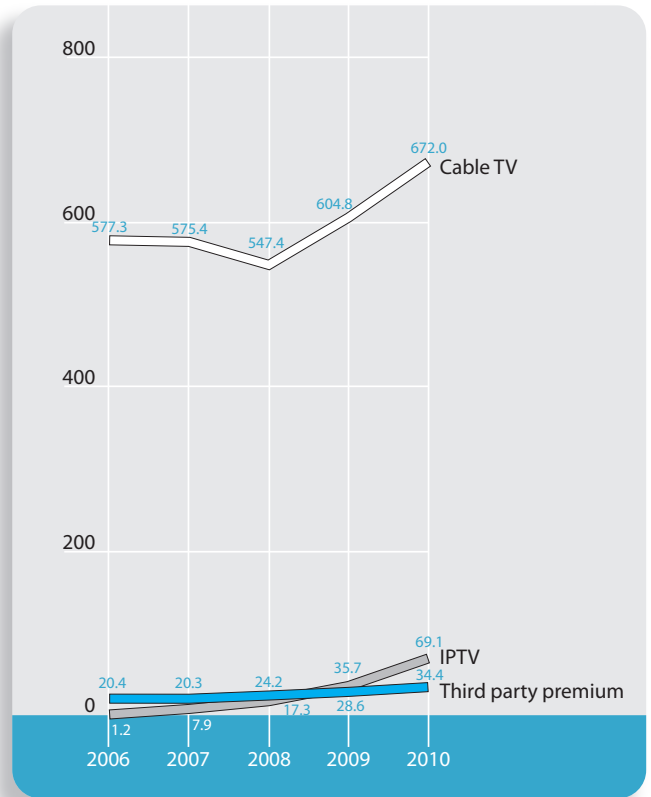
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

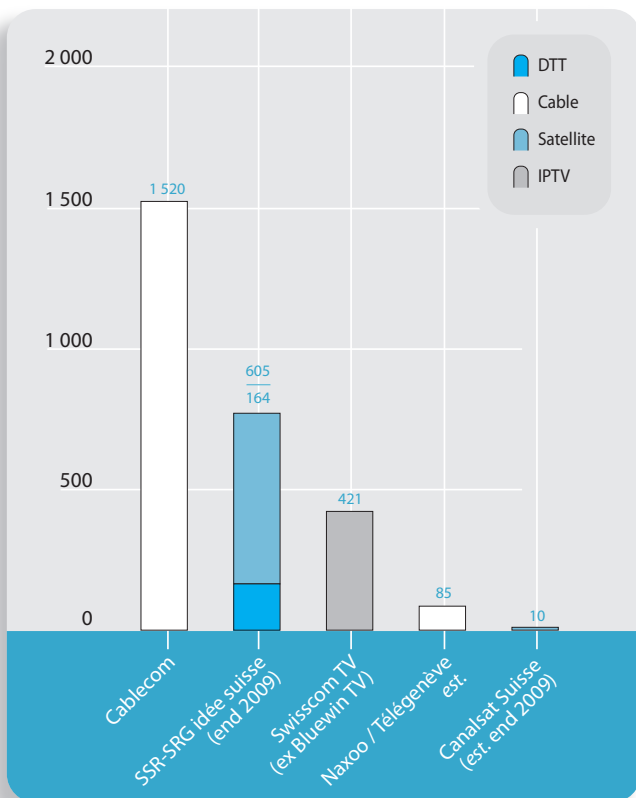
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannels platform as at 31.12.2010

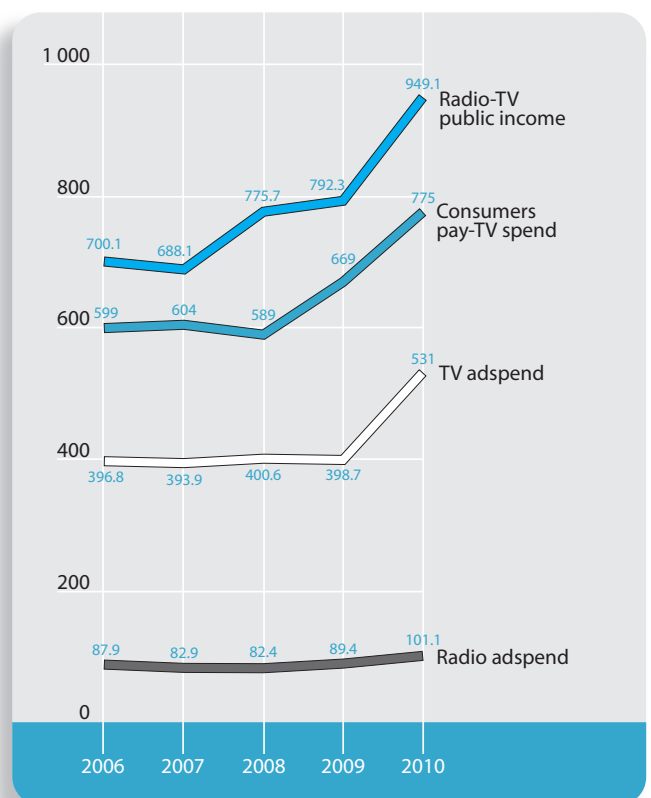
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 the main television companies in Switzerland 2007-2010

CHF million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
SSR SRG idée suisse ¹	sptv	SR 1 & 2, TSR 1 & 2, SI 1 & 2	1 598.8	1 625.2	1 606.0	1 661.0	3.4%
Tele 1 AG est.	adv	Tele 1	-	8.0	5.4	8.0	48.1%

Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2009/08
Swisscom (Schweiz) AG ²	4play	Bluewin TV		11 520.0	12 652.0	12 001.0	11 988.0	-0.1%
Sunrise Communications ²	3play	Sunrise TV		1 949.0	1 856.0	2 001.0	2 052.3	2.6%
Orange Communications SA ²	4play, 3G TV	Livebox, Live TV		1 339.0	1 308.0	1 296.0	1 295.0	-0.1%
Cablecom GmbH ²	3play	Cablecom		1 048.0	1 098.0	1 105.0	~	~
022 Télégenève S.A. est.	CATV	Naxoo		8.0	8.0	10.0	10.0	0.0%
Télédistribution intercommunale SA	CATV	ESR Téléreseaux		2.4	2.5	2.7	2.9	7.4%
Zattoo AG ³	Online-TV	Zattoo		~	~	~	~	~

¹ Includes satellite packaging activities (Sat-Access).² Includes telecommunication activities.³ Zattoo AG is the leading company in Europe for the delivery of a software allowing the reception of 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.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.CH.2

Sharing of licencing revenues 2008-2009

CHF million, excluding VAT.

	2008	2009	2010	2010/09
SSR SRG idée suisse	1 129	1 153	1 169	1.4%
Financing local and regional radio and television broadcasters	50	50	50	0.0%
New technologies	4	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	4	0.0%
Audience research	2	2	2	0.0%
Collection agency (Billag AG) for collecting reception fees	53	57	56	-1.8%
Total	1 242	1 270	1 285	1.2%

Source: BAKOM-OFCOM

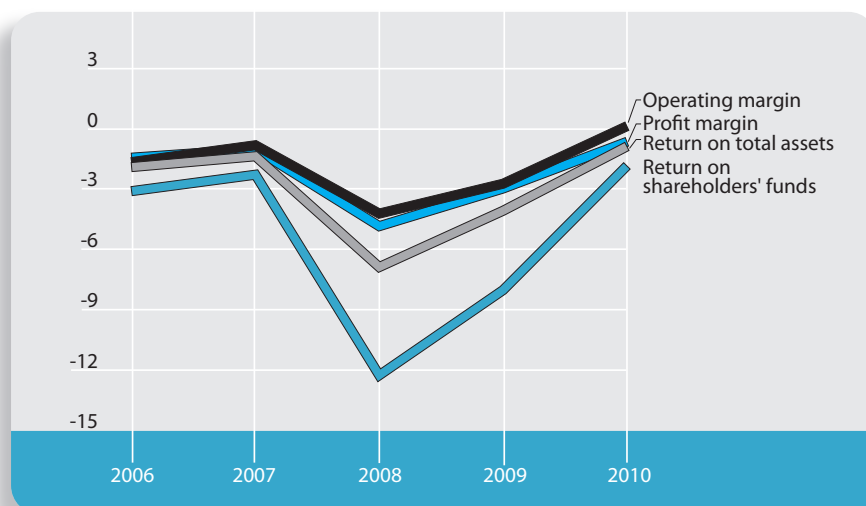
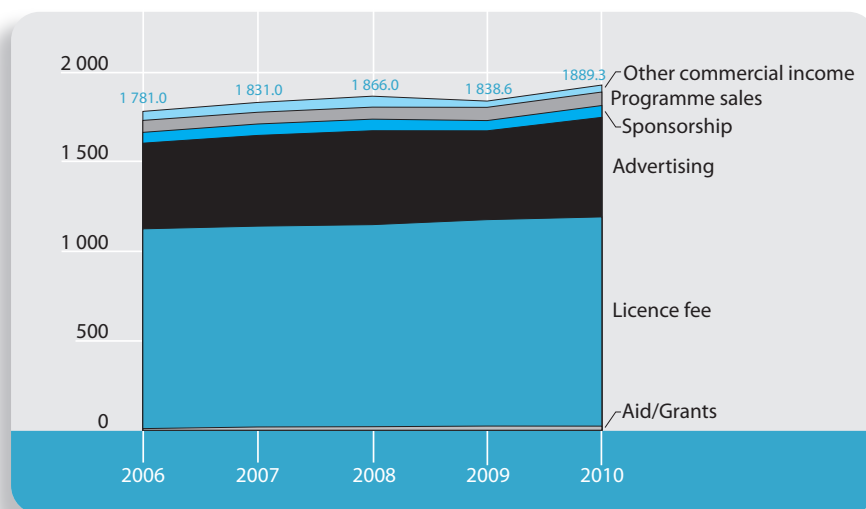
T.1.CH.3
G.1.CH.1SRG SSR idée suisse financial situation
2007-2010 CHF million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	1 140.0	1 148.4	1 176.2	1 191.6	62.3%	61.5%	64.0%	63.1%	1.3%
- Aid/Grants	17.9	19.5	23.0	22.6	1.0%	1.0%	1.2%	1.2%	-1.7%
- Licence fee	1 122.1	1 128.9	1 153.3	1 169.0	61.3%	60.5%	62.7%	61.9%	1.4%
Total commercial income	691.0	717.7	662.4	736.7	37.7%	38.5%	36.0%	38.2%	11.2%
- Advertising	506.7	524.6	496.2	556.1	27.7%	28.1%	27.0%	29.4%	12.1%
- Sponsorship	63.9	64.8	57.3	66.2	3.5%	3.5%	3.1%	3.5%	15.6%
- Programme sales	65.5	67.1	74.0	75.4	3.6%	3.6%	4.0%	4.0%	1.9%
- Other commercial income	54.9	61.3	35.0	39.0	3.0%	3.3%	1.9%	2.1%	11.4%
Total	1 831.0	1 866.0	1 838.6	1 928.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.9%
Operating revenues	1 629.1	1 626.2	1 606.0	1 661.0					3.4%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	793.0	827.1	768.6	769.2	48.3%	48.8%	46.6%	46.4%	0.1%
Costs of personnel	766.9	776.8	784.7	790.9	46.7%	45.8%	47.6%	47.7%	0.8%
Depreciation	82.6	91.1	96.7	98.7	5.0%	5.4%	5.9%	6.0%	2.1%
Operating expenditure	1 642.5	1 695.0	1 650.0	1 658.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.5%

Net result	-17.2	-79.3	-47.4	-11.1					-76.6%
Operating margin (%)	-0.82	-4.23	-2.74						

Source: SRG SSR idée suisse, European Audiovisual Observatory



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

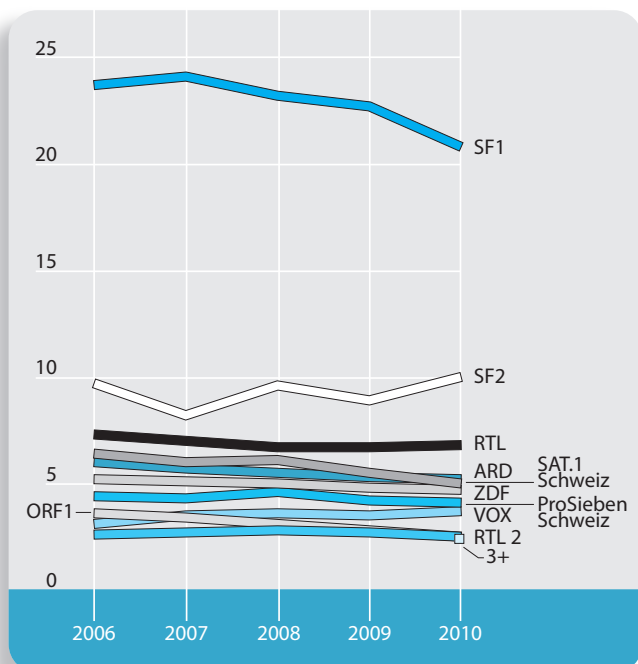
TV audience market share in German-speaking Switzerland 2006-2010

In %, 3 years +.

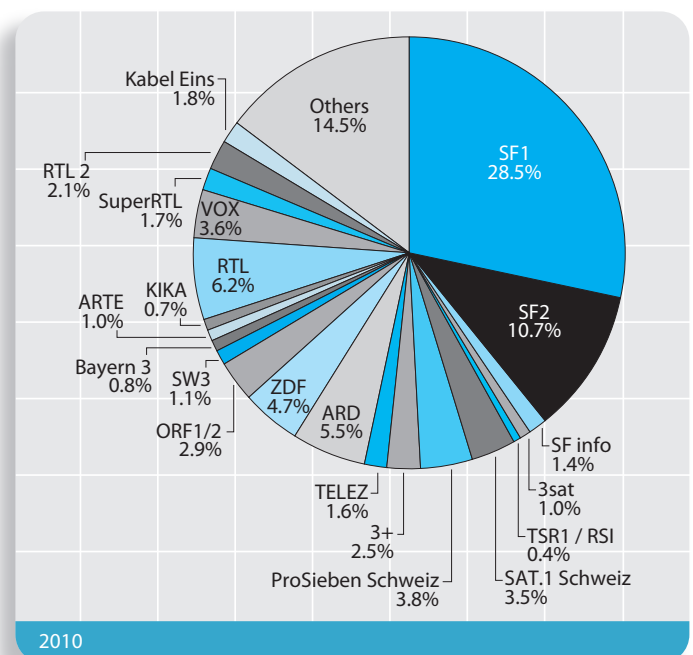
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
SF1	23.7	24.1	23.2	22.7	20.8	32.2	32.6	31.4	31.0	28.5
SF2	9.7	8.2	9.6	8.9	10.0	9.6	7.5	9.4	8.8	10.7
SF info	1.1	1.2	1.4	1.6	1.7	0.8	0.9	1.1	1.3	1.4
3sat	1.0	1.1	1.1	1.2	1.1	0.9	1.0	1.0	1.1	1.0
TSR1	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3
RSI La 1 (ex TSI1)	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Swiss public channels	35.9	35.1	35.8	34.8	34.0	43.9	42.4	43.3	42.7	42.0
SAT.1 Schweiz	6.4	6.0	6.1	5.5	5.0	4.6	4.1	4.0	3.7	3.5
ProSieben Schweiz	4.4	4.3	4.6	4.2	4.1	3.7	3.8	4.0	3.8	3.8
3+	-	-	-	-	2.4	-	-	-	-	2.5
TELEZ	1.7	1.7	1.5	1.4	1.3	2.0	2.0	1.8	1.7	1.6
Swiss private channels	12.5	12.0	12.2	11.1	12.8	10.3	9.9	9.8	9.2	11.4
ARD	6.0	5.7	5.5	5.3	5.2	6.1	6.1	5.8	5.6	5.5
ZDF	5.2	5.1	5.0	4.8	4.7	5.1	5.0	4.9	4.8	4.7
ORF1	3.6	3.4	3.1	2.8	2.5	3.2	3.0	2.7	2.4	2.0
ORF2	2.3	1.9	1.8	1.7	1.5	1.6	1.2	1.1	1.1	0.9
SW3	1.6	1.7	1.6	1.6	1.4	1.4	1.5	1.3	1.3	1.1
Bayern 3	1.3	1.2	1.1	1.1	0.9	1.1	1.2	0.9	1.0	0.8
ARTE	0.6	0.7	0.8	0.8	0.9	0.7	0.8	0.8	0.9	1.0
KIKA	0.7	~	~	~	~	0.4	~	~	~	0.7
Foreign public channels	21.3	19.7	18.9	18.1	18.0	19.6	18.8	17.5	17.1	16.7
RTL	7.3	7.0	6.7	6.7	6.8	6.3	6.4	6.3	6.0	6.2
VOX	3.1	3.5	3.6	3.5	3.7	2.8	3.3	3.2	3.2	3.6
SuperRTL	2.8	2.8	3.1	2.6	2.0	2.4	2.3	2.5	2.3	1.7
RTL 2	2.6	2.7	2.8	2.7	2.5	2.3	2.3	2.2	2.2	2.1
Kabel Eins	2.3	2.2	2.3	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	1.9	1.8
Eurosport	1.1	1.1	1.0	0.9	0.8	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5
MTV		0.6	0.5	0.5	0.5		0.4	0.3	0.3	0.3
DSF / Sport1	0.5	0.6	0.4	0.4	0.3	0.4	0.5	0.4	0.3	0.2
N-TV	0.3	0.2	0.2	0.3	0.4	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2
Foreign private channels	20.0	20.7	20.6	19.9	19.2	17.4	18.1	17.7	16.9	16.6
Others	10.3	12.5	12.5	16.1	16.0	8.8	10.8	11.7	14.1	13.3

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.5
G.1.CH.3

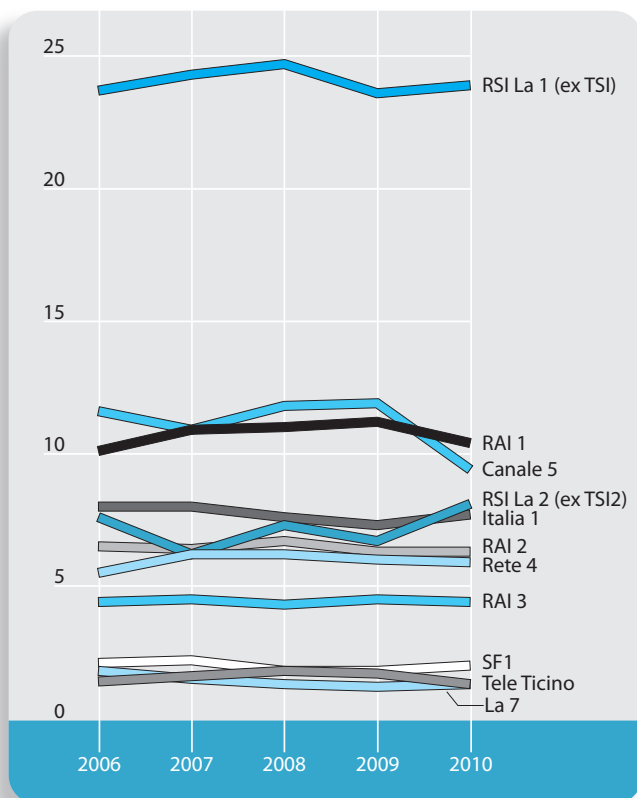
TV audience market share in Italian-speaking Switzerland

2006-2010 In %, 3 years +.

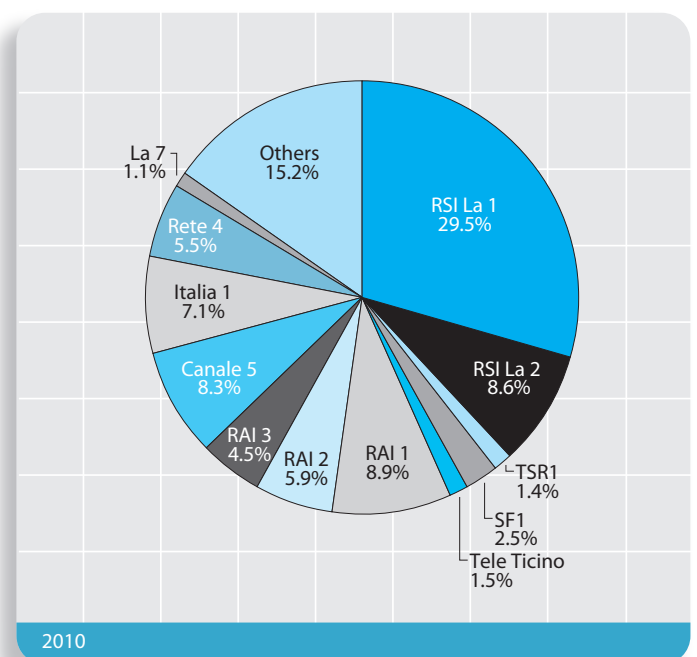
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
RSI La 1 (ex TSI)	23.7	24.3	24.7	23.6	23.9	31.1	31.6	31.7	30.0	29.5
RSI La 2 (ex TSI2)	7.6	6.2	7.3	6.7	8.1	8.2	6.0	7.7	6.8	8.6
TSR1	1.2	0.9	0.9	0.9	1.0	1.3	1.1	1.1	1.2	1.4
SF1	2.1	2.2	1.8	1.8	2.0	2.8	2.7	2.0	2.2	2.5
Swiss public channels	34.6	33.6	34.7	33.0	35.0	43.4	41.4	42.5	40.2	42.0
Tele Ticino	1.4	1.6	1.8	1.7	1.3	1.4	1.6	1.7	1.5	1.5
Swiss private channels	1.4	1.6	1.8	1.7	1.3	1.4	1.6	1.7	1.5	1.5
RAI 1	10.1	10.9	11.0	11.2	10.4	8.8	9.8	9.0	9.6	8.9
RAI 2	6.5	6.4	6.7	6.3	6.3	5.2	5.3	6.0	6.1	5.9
RAI 3	4.4	4.5	4.3	4.5	4.4	4.6	4.8	4.6	4.6	4.5
ARTE	~	~	~	~	0.4	~	~	~	~	0.5
TV5 Monde	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.1
Foreign public channels	21.0	21.8	22.0	22.0	21.7	18.6	19.9	19.6	20.3	19.9
Canale 5	11.6	10.9	11.8	11.9	9.4	10.2	10.1	10.5	10.8	8.3
Italia 1	8.0	8.0	7.6	7.3	7.7	8.1	7.6	7.1	6.5	7.1
Rete 4	5.5	6.2	6.2	6.0	5.9	4.7	5.0	5.6	5.4	5.5
La 7	1.8	1.5	1.3	1.2	1.3	1.3	1.1	1.0	1.0	1.1
Telelombardia	~	~	~	~	0.6	~	~	~	~	0.7
Italia 7	~	~	~	~	0.3	~	~	~	~	0.3
Italian private channels	26.9	26.6	26.9	26.4	25.2	24.3	23.8	24.2	23.7	23.0
Cartoon Network	~	~	~	~	1.0	~	~	~	~	0.7
Eurosport	~	~	~	~	0.4	~	~	~	~	0.3
Discovery Channel	~	~	~	~	0.2	~	~	~	~	0.2
Main other foreign private channels	~	~	~	~	1.6	~	~	~	~	1.2
Others	17.5	18.0	16.4	18.6	16.5	13.7	14.9	13.7	15.8	13.9

Source: Eurodata TV Worldwide, Publica Data AG, Telecontrol

Daily share. In %, 3 years +.



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



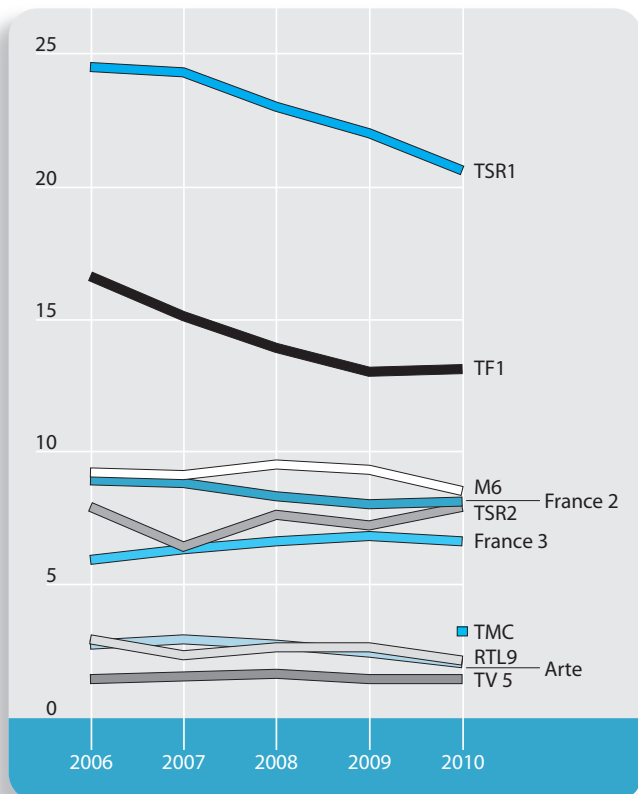
T.1.CH.6
G.1.CH.4

TV audience market share in French-speaking Switzerland 2006-2010 In %, 3 years +.

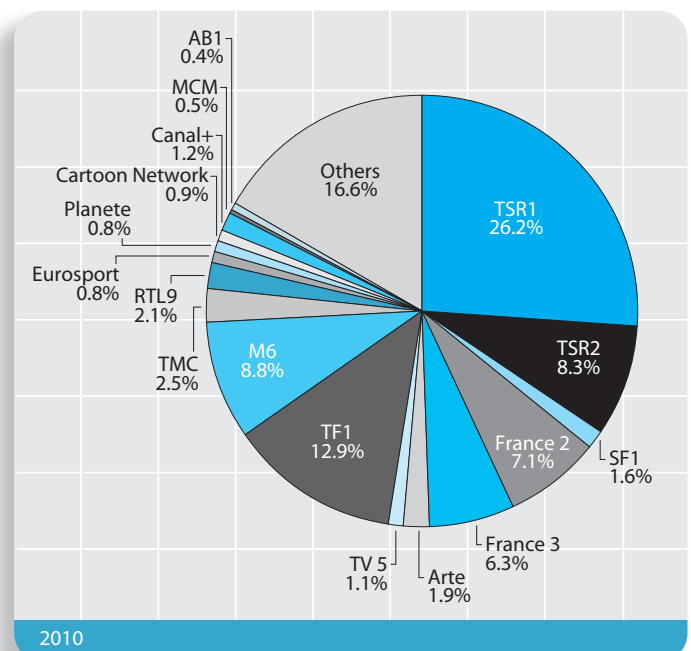
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
TSR1	24.5	24.3	23.0	22.0	20.6	31.1	30.2	28.7	27.6	26.2
TSR2	7.9	6.4	7.6	7.2	7.9	8.2	6.0	7.8	7.2	8.3
SF1	1.1	0.9	0.8	0.9	1.1	1.1	1.0	0.9	1.0	1.6
RSI la 1 (ex TSI 1)	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
Swiss public channels	33.8	31.9	31.6	30.3	29.8	40.7	37.4	37.6	36.0	36.3
TVRL	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
TVM3	0.1	0.2	0.1	0.2	0.3	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1
LMB	0.1	~	~	~	~	0.1	~	~	~	~
Swiss private channels	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1
France 2	8.9	8.8	8.3	8.0	8.1	7.7	7.6	7.0	7.0	7.1
France 3	5.9	6.3	6.6	6.8	6.6	6.0	6.5	6.6	6.7	6.3
Arte	2.7	2.9	2.7	2.4	2.0	2.2	2.4	2.3	2.1	1.9
TV 5	1.4	1.5	1.6	1.4	1.4	0.9	1.3	1.4	1.0	1.1
Foreign public channels	18.9	19.5	19.2	18.6	18.1	16.8	17.8	17.3	16.8	16.4
TF1	16.6	15.1	13.9	13.0	13.1	15.6	15.2	13.5	12.9	12.9
M6	9.2	9.1	9.5	9.3	8.5	9.0	9.2	10.2	10.0	8.8
TMC	~	~	~	~	3.2	~	~	~	~	2.5
RTL9	2.9	2.3	2.6	2.6	2.1	2.8	2.3	2.4	2.7	2.1
Eurosport	~	1.8	1.9	1.5	1.3	~	1.2	1.2	1.0	0.8
Cartoon Network (ex TNT)	2.0	2.4	2.0	1.5	1.2	1.3	1.5	1.3	0.9	0.9
Planete	~	~	~	~	1.2	~	~	~	~	0.8
Canal+	0.5	0.6	0.7	1.2	1.1	0.5	0.7	0.8	1.2	1.2
MCM	~	~	~	~	0.7	~	~	~	~	0.5
AB1	0.7	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.3	0.2	0.3	0.4
MTV	~	1.4	1.2	0.8	0.0	~	1.2	0.9	0.5	0.0
Foreign private channels	31.9	33.1	32.2	30.3	32.9	29.7	31.6	30.5	29.5	30.9
Others	15.1	15.2	16.8	20.6	18.9	12.5	13.0	14.4	17.5	16.3

Source: Eurodata TV Worldwide, Publica Data AG, Telecontrol

Daily share. In %, 3 years +.



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



The broadcasting market in Cyprus is dominated by the channels of the public service broadcaster CYBC (RIK1, RIK2, RIK HD and RIK Sat), which had a combined audience share of 19.7% in 2010, and four national private channels: Sigma, ANT1, Mega and Plus TV, who all registered an increased audience share in 2010 (21.3%, 20.7%, 14.3% and 4.1% respectively).

As well as ANT1 and Mega, a new sister channel of a Greek commercial station was launched in 2011 (Mad Cyprus) and another is expected by the end of 2011, with the free terrestrial channel Star Channel Cyprus due to replace terrestrial pay-TV channel Alfa TV, which was taken off the airwaves in summer 2011.

The transition to DTT has particularly affected the local television landscape in Cyprus. In the absence of a local DTT network, several local stations have begun to broadcast nationally, in some cases with a revised programme schedule, while others have had to cease broadcasting either temporarily or permanently.

Analogue terrestrial signals were switched off on 1 July 2011, after a short transitional period. The network was launched in spring 2010 with the multiplex operated by the public broadcaster and composed of public channels. At the beginning of 2011, the private consortium Velister Ltd (consisting of six private broadcasters and the distributors Primetel and Cablenet) launched a second multiplex, dedicated to private channels. In September 2011, Velister was broadcasting eight free channels and a pay-DTT package composed of six channels and produced by LTV (Lumiere TV).

At the end of 2011, Nova remains the only satellite package available in Cyprus, although it has been directly operated by the Greek firm Multichoice Hellas (subsidiary of Forthnet) since the company Multichoice Cyprus was put into liquidation. The number of subscribers to the Nova platform is steadily declining, reaching 8,000 in June 2011. Cablenet is no longer the only cable operator in the country since the September 2010 launch of the two cable TV packages by LTV (Lumiere TV): LTV Cable and LTV3Play. The emergence of this competitor has not prevented a sharp rise in subscriber numbers for the Cablenet packages (23,000 in June 2011), which are therefore catching up with Cyta and Primetel, the two active providers in the ADSL (IPTV) television market who still dominate the pay-TV market in Cyprus.

Le marché de la radiodiffusion à Chypre s'articule autour des chaînes du radiodiffuseur de service public CYBC (RIK1, RIK2, RIK HD et RIK Sat), qui affichent en 2010 une part de marché d'audience cumulée de 19,7 %, et de quatre stations privées nationales : Sigma, ANT1, Mega et Plus TV, qui voient toutes les quatre leurs audiences progresser en 2010 (respectivement 21,3 %, 20,7 %, 14,3 % et 4,1 %).

Outre ANT1 et Mega, une nouvelle chaîne sœur d'une station commerciale grecque a été lancée en 2011 (Mad Cyprus), et une autre est attendue d'ici la fin 2011. La chaîne terrestre gratuite Star Channel Cyprus devrait en effet remplacer la chaîne terrestre à péage Alfa TV qui a interrompu ses transmissions durant l'été 2011.

Le basculement vers la TNT a surtout affecté le paysage de la télévision locale à Chypre. En l'absence d'un réseau local de TNT, plusieurs stations locales ont étendu leur couverture à l'échelle nationale, en refondant parfois leurs grilles de programmation, tandis que les autres ont dû stopper leurs transmissions temporairement ou définitivement.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres a bien eu lieu le 1er juillet 2011, après une courte transition. Le réseau avait été inauguré au printemps 2010 avec le multiplex opéré par le radiodiffuseur public et composé de chaînes publiques. Au début de l'année 2011, le consortium privé Velister Ltd (regroupant six radiodiffuseurs privés et les distributeurs Primetel et Cablenet) a initié un second multiplex, consacré aux chaînes privées. En septembre 2011, Velister transmet 8 chaînes gratuites ainsi qu'un bouquet de TNT payante composé de six chaînes et édité par LTV (Lumiere TV).

Fin 2011, Nova demeure l'unique bouquet satellite accessible à Chypre, mais il est directement opéré par la firme grecque Multichoice Hellas (filiale de Forthnet) depuis la mise en liquidation de l'entreprise Multichoice Cyprus. Le nombre d'abonnés à la plate-forme Nova décroît régulièrement pour atteindre 8 000 en juin 2011. Cablenet n'est plus l'unique câble-opérateur du pays depuis le lancement en septembre 2010 des deux bouquets de télévision par câble de LTV (Lumiere TV) : LTV Cable et LTV3Play. L'entrée de ce concurrent n'a pas empêché la forte progression du nombre d'abonnés aux offres de Cablenet (23 000 en juin 2011), qui se rapproche ainsi des bouquets de Cyta et Primetel, les deux fournisseurs actifs sur le marché de la télévision par ADSL (IPTV) et qui dominent toujours le marché de la télévision payante à Chypre.

Im Mittelpunkt des Rundfunkmarktes in Zypern stehen zum einen die Sender der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt CYBC (RIK1, RIK2, RIK HD und RIK Sat), die 2010 zusammen einen Zuschaueranteil von 19,7 % erreichen, und zum anderen vier landesweite Privatsender (Sigma, ANT1, Mega und Plus TV), die 2010 alle vier steigende Zuschaueranteile verzeichnen (21,3 %, 20,7 %, 14,3 % bzw. 4,1 %).

Neben ANT1 und Mega ist 2011 ein neuer Schwesterkanal eines griechischen Privatsenders an den Start gegangen (Mad Cyprus), ein weiterer ist für Ende 2011 geplant. So dürfte der terrestrische Free-TV-Sender Star Channel Cyprus den Pay-TV-Sender Alfa TV ersetzen, der seinen Sendebetrieb im Sommer 2011 eingestellt hat.

Die Umstellung auf das digitale Antennenfernsehen hat insbesondere die lokale Fernsehlandschaft in Zypern verändert. So haben zahlreiche Lokalsender in Ermangelung eines lokalen DVB-T-Netzes ihren Betrieb auf das ganze Land ausgeweitet und dabei mitunter ihr Programm entsprechend neu gestaltet, während andere den Sendebetrieb vorübergehend oder endgültig einstellen mussten.

Das analoge terrestrische Fernsehen ist nach einer kurzen Übergangsphase wie geplant am 1. Juli 2011 abgeschaltet worden. Das DVB-T-Netz war im Frühling 2010 mit dem Multiplex der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt und vier öffentlich-rechtlichen Kanälen in Betrieb genommen. Anfang 2011 hat das private Konsortium Velister Ltd (dem sechs private Sender sowie die Dienstleister Primetel und Cablenet angehören) den Start eines zweiten Multiplexes für private Sender in Angriff genommen. Velister strahlt seit September 2011 acht Free-TV-Kanäle sowie ein Pay-DVB-T-Paket von LTV (Lumiere TV) mit sechs Kanälen aus.

Nova ist nach wie vor (Stand Ende 2011) das einzige in Zypern empfangbare Sat-TV-Paket, das aber nach der Insolvenz von Multichoice Cyprus direkt von der griechischen Firma Multichoice Hellas (Tochter des griechischen Anbieters Forthnet) betrieben wird. Die Zahl der Abonnenten der Nova-Plattform geht kontinuierlich zurück und lag im Juni 2011 bei 8 000. Cablenet ist seit dem Start der zwei Kabel-TV-Pakete LTV Cable und LTV3Play von LTV (Lumiere TV) nicht mehr der einzige Kabelnetzbetreiber in Zypern. Aber Cablenet verzeichnet trotz des Einstiegs dieses Wettbewerbers einen deutlichen Anstieg seiner Abonnentenzahlen (23 000 im Juni 2011) und nähert sich so den Bouquets von Cyta und Primetel, den beiden Anbietern auf dem DSL-Fernsehmarkt (IPTV), die nach wie vor den Pay-TV-Markt in Zypern beherrschen.

Basic figures

A 31.12.2010. C 09.2011.
B 09.2011. D 09.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants) ¹	–	804		Eurostat
Households ¹	–	284		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	100.0%	284		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	6.7%	19		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	1.1%		3	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	7.0%		20	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	4.2%		12	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	4.2%	12		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	17.6%		50	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	17.6%	50		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	0.0%		0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	22.9%		65	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	28.5%	81		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	66.5%	189		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	60.9%	173		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

¹ Government controlled area.

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	2 Cablenet, Lumiere TV "LTV Cable & LTV3Play"
Satellite packagers	0 The Nova Cyprus package has been directly distributed by the Greek company Multichoice Hellas and not anymore by Multichoice Cyprus since Summer 2011
IPTV packagers	2 Cyta, Primetel
DTT multiplex operators and packagers	3 MUX operators : Cyprus Broadcasting Corporation (public channels) & consortium Velister Ltd (private channels). Pay DTT packager : Lumiere TV "LTV Terrestrial"
Mobile phone TV packagers	0 MTN does not offer any mobile phone TV package anymore

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	14	17
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			0
Regional/Local		13	13
Regional/Local windows			0
Channels targeting foreign markets	1	3	4
Total	4	30	34
<i>Northern part</i>	2	12	14

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Pay digital terrestrial LTV Terrestrial	Cable Cablenet	Satellite Nova	IPTV CytaVision	IPTV Primetel
Generalist - national	6	7	6	1	7	6
Generalist - foreign				6		
Adult			3	3	4	10
Children		1	8	7	6	5
Culture/ education/ documentary			4	6	5	8
Entertainment/ TV fiction/ games		1	6	4	6	4
Film		1	1	6	3	5
HD simulcast of an existing channel	1	1	1	17		1
International linguistic and cultural	1	1	5	3	4	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	3	4	6
Music	2	2	5	5	2	6
News/ business	1	1	14	21	7	11
Parliament/ government/ administration				1	1	1
Regional/ local	2	2	2	2	2	2
Religion			2		1	
Sports		2	9	33	15	13
Various					1	
Total (including HD channels)	13 (1)	19 (1)	71 (1)	118 (18)	68 (2)	78 (8)

¹ Includes free DTT.

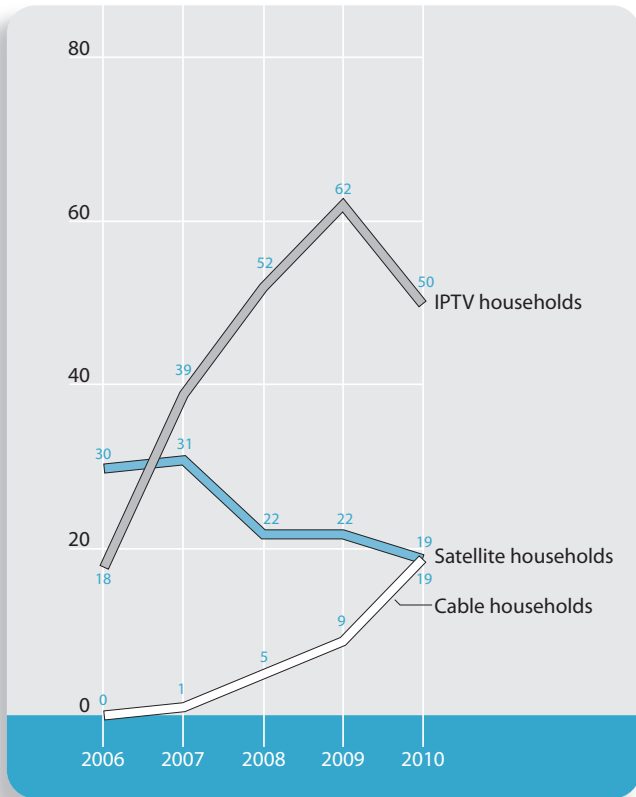
Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

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

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

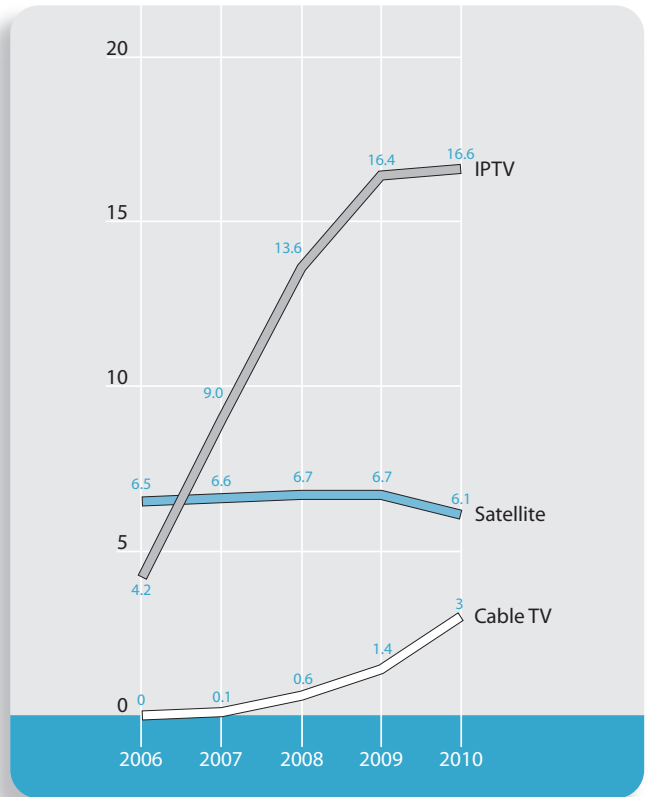
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

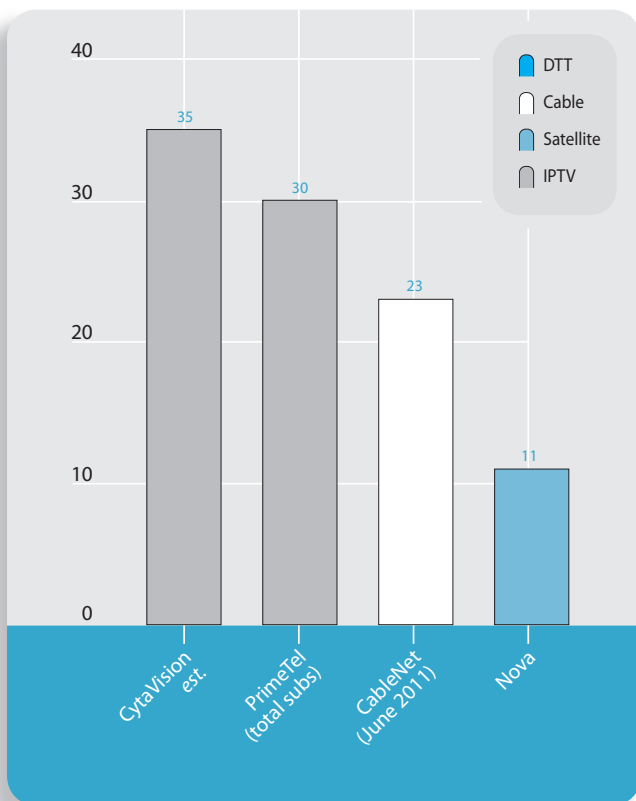
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

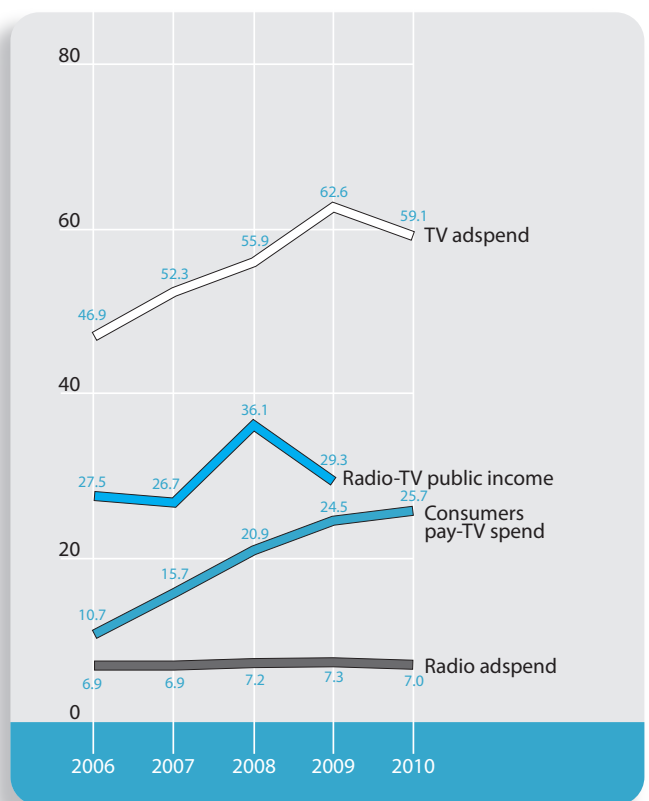
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2007-2010

EUR million.

Main broadcasters			Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09	
CyBC	sptv	RIK1, RIK2		32.7	43.3	35.8	~	~	
Sigma Radio TV	adtv	Sigma		~	~	~	~	~	
Lumiere TV Public Company	thtv	LTV, LTV Sports,...		~	30.3	29.8	~	~	
Main distributors			Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Cyprus Telecommunications Authority (CYTA) ¹	3play	Cyta TV		453.6	484.3	463.0	~	~	
MTN Cyprus Ltd ¹	3G TV	MTN Live TV		39.5	56.2	70.3	~	~	
Primetel PLC ¹	3play	Prime-tel TV		~	24.5	15.7	~	~	
Multichoice (Cyprus) Ltd	sat-tv	Nova TV		12.6	~	7.0	4.5	-35.7%	
Cablenet ¹	3play	Cablenet TV		0.4	1.5	4.5	~	~	

¹ Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

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

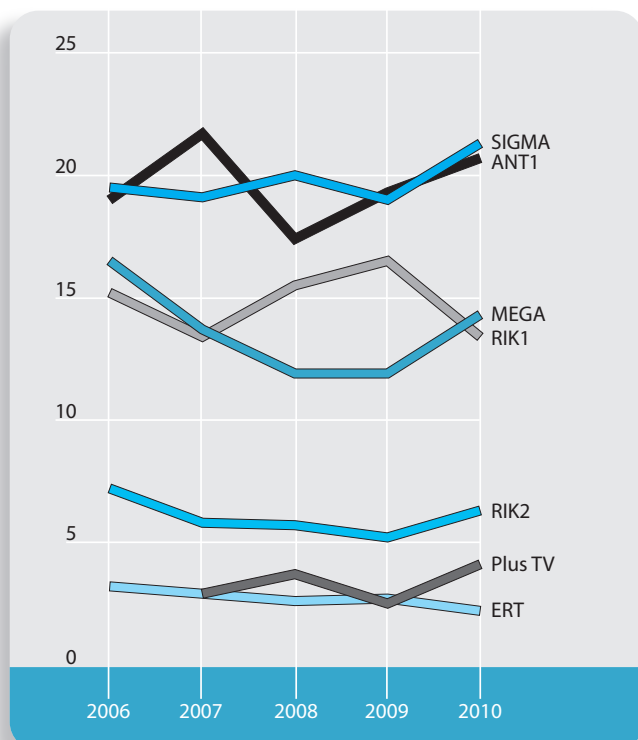
TV audience market share in Cyprus 2006-2010

In %, 4 years +.

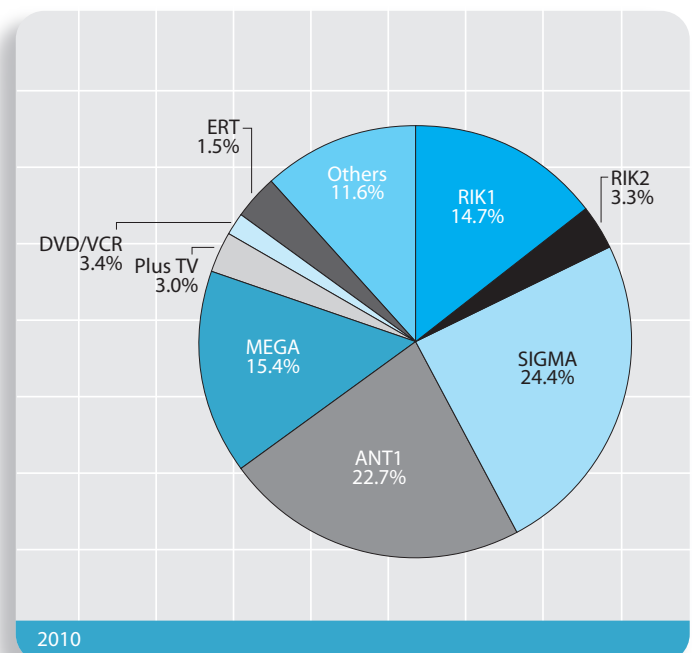
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
RIK1	15.2	13.4	15.5	16.5	13.4	14.7	13.2	15.1	15.6	14.7
RIK2	7.2	5.8	5.7	5.2	6.3	4.2	3.7	3.0	3.9	3.3
Cyprus public channels	22.4	19.2	21.2	21.7	19.7	18.9	16.9	18.1	19.5	18.0
SIGMA	19.5	19.1	20.0	19.0	21.3	23.7	22.1	24.1	19.9	24.4
ANT1	19.0	21.7	17.4	19.3	20.7	20.0	23.5	20.4	23.0	22.7
MEGA	16.5	13.7	11.9	11.9	14.3	19.8	15.2	12.1	12.3	15.4
Plus TV		2.9	3.7	2.5	4.1		2.5	3.0	2.1	3.0
Cyprus private channels	55.0	57.4	53.0	52.7	60.4	63.5	63.3	59.6	57.3	65.5
ERT (Greece)	3.2	2.9	2.6	2.7	2.2	2.1	1.9	1.5	1.9	1.5
DVD/VCR	2.6	4.2	3.5	4.0	3.2	2.2	4.0	3.1	3.7	3.4
Others	16.8	16.3	19.7	18.9	14.6	13.3	13.9	17.7	17.6	11.6

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

Daily share. In %, 4 years +.



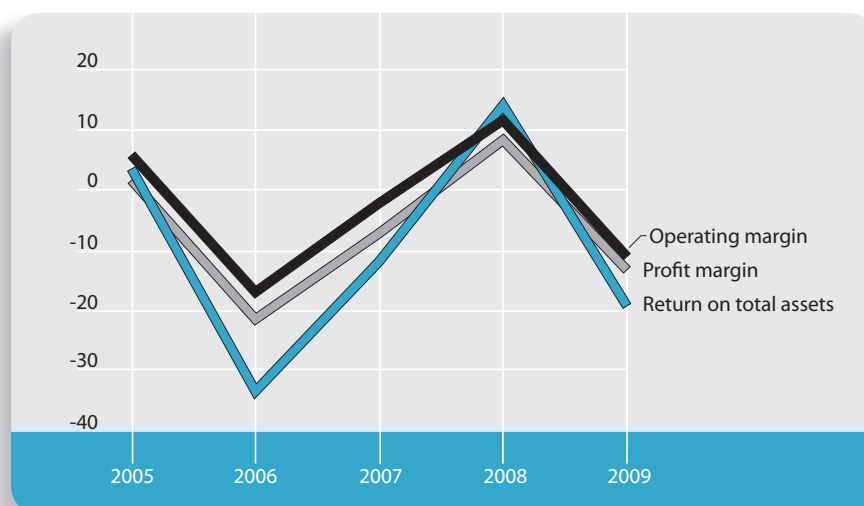
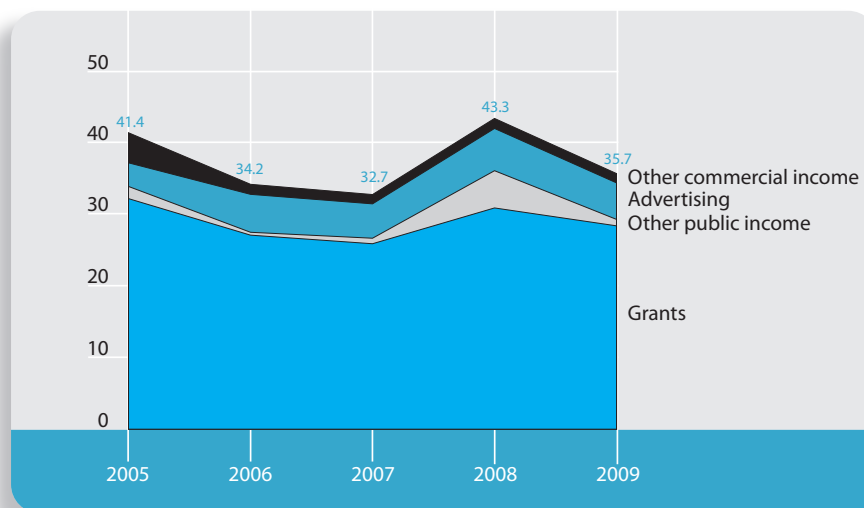
Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +.



T.1.CY.3
G.1.CY.2CyBC financial situation
2006-2009 EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	27.5	26.7	36.1	29.3	85.4%	81.4%	83.3%	82.1%	-18.9%
- Grants	27.1	25.9	30.9	28.4	84.2%	79.1%	71.3%	79.6%	-8.0%
- Others	0.4	0.77	5.2	0.9	1.2%	2.4%	12.1%	2.5%	-82.8%
Total commercial income	6.6	6.1	7.22	6.4	20.5%	18.6%	16.7%	17.9%	-11.4%
- Advertising	5.3	4.8	5.9	5.1	16.5%	14.6%	13.5%	14.3%	-13.0%
- Others	1.4	1.3	1.4	1.3	4.3%	3.9%	3.1%	3.6%	-4.2%
TOTAL	32.2	32.7	43.3	35.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-17.6%
Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	18.2	16.6	19.8	18.3	48.4%	49.8%	51.8%	46.1%	-7.7%
Costs of personnel	18.1	15.3	16.9	19.6	48.1%	45.9%	44.2%	49.4%	15.8%
Depreciation	1.4	1.5	1.6	1.8	3.6%	4.4%	4.0%	4.5%	16.1%
Operating expenditure	37.6	33.4	38.3	39.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	3.7%
Net result	-7.1	-2.6	3.7	-4.1					-210.8%
Operating margin (%)	-17.0	-2.2	11.6	-11.1					

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 2010 had a market share of 32.8 % (down 9 % since 2006). The public service broadcaster Czech Television, had a total market share of 28.3 % thanks to the growth of CT24 and CT4. In third place is the private channel Prima TV (Modern Times Group), which had a share in 2010 of 16.4% (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.

On 6 September 2011 the Parliament of the Czech Republic adopted amendments to audiovisual legislation that concern advertising and teleshopping in public television programmes and the funding of the Czech film sector.

During the transition period from analogue to digital terrestrial television broadcasting the public broadcaster ČT is allowed to broadcast advertising in the amount of 0.75 percent of the daily broadcasting time in the programme of CT 1 and of 0.5 percent in other programmes. A part of the income from this is reserved for the support of the Czech film sector. With regard to teleshopping, the public television broadcaster is allowed to extend its share of advertising time as specified in the above-mentioned provisions, up to 5 percent of the daily broadcasting time on each programme. During the time period from 19.00-22.00 h, the share of advertising and teleshopping time should not exceed six minutes per broadcasting hour, as regards each of the public broadcasters' programmes, respectively.

En République tchèque, le marché télévisuel reste dominé par la chaîne privée Nova TV (Central European Media Enterprises) qui, en 2010, a une part de marché de 32,8 % (en baisse de 9 % depuis 2006). Le radiodiffuseur de service public Czech Television, CT1, a une part de marché totale de 28,3 % due à la croissance de CT 24 et CT 4. La troisième position est occupée par la chaîne privée Prima TV (Modern Times Group), avec une part de 16,4 % en 2010 (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.

Le 6 septembre 2011 le Parlement de la République tchèque a apporté des modifications à la législation applicable à l'audiovisuel. Ces modifications portent sur la publicité et le téléachat dans les programmes télévisuels de service public et le financement du cinéma tchèque.

Le radiodiffuseur public ČT avait été autorisé, pendant la période de transition de la radiodiffusion analogique vers le numérique, à diffuser de la publicité à hauteur de 0,75 % du temps de radiodiffusion quotidienne des programmes de CT1 et de 0,5 % pour les autres programmes. Une part de ces recettes est consacrée aux aides au cinéma tchèque. S'agissant du téléachat, ČT est autorisé, conformément aux dispositions précitées, à augmenter la proportion du temps publicitaire sans dépasser le plafond des 5 % du temps de radiodiffusion quotidienne de chaque programme. La durée des spots

In der Tschechischen Republik wird der Fernsehmarkt nach wie vor vom Privatsender Nova TV (Central European Media Enterprises) beherrscht, der 2010 einen Marktanteil von 32,8 % (minus 9 % seit 2006) erreicht hat. Der öffentlich-rechtliche Sektor hat dank des Wachstums von CT 24 und CT 4 einen Gesamtmarktanteil von 28,3 % erreicht. Auf Platz 3 landet der Privatsender Prima TV (Modern Times Group) mit einem Marktanteil von 16,4 % (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.

Am 6. September 2011 hat das Parlament Tschechiens Änderungen der Rechtsvorschriften im audiovisuellen Bereich verabschiedet, die Werbung und Teleshopping in öffentlich-rechtlichen Fernsehprogrammen sowie die Förderung des tschechischen Films betreffen.

Während des Übergangszeitraums vom analogen zum digitalen terrestrischen Fernsehen darf der öffentlich-rechtliche Fernsehveranstalter ČT, bezogen auf die tägliche Sendezeit, im Programm von CT 1 0,75 Prozent und in anderen Programmen 0,5 Prozent Werbung senden. Ein Teil der Einnahmen hieraus ist für die Förderung der tschechischen Filmwirtschaft reserviert. Beim Teleshopping darf der öffentlich-rechtliche Sender den Anteil der Werbezeit entsprechend den oben genannten Bestimmungen auf bis zu 5 Prozent der täglichen Sendezeit in jedem

The transition period ends on 11 November 2011. After this date a public television broadcaster shall not be allowed to broadcast advertising other than such, the insertion of which is directly connected with the broadcasting of a sports or cultural event, provided that the acquisition of the rights to broadcast such an event requires the inclusion of the advertising. If advertising is inserted in the public broadcaster's programme as indicated in the preceding sentence, the share of broadcasting time reserved for such advertising shall not exceed 0.5 percent of the daily broadcasting time, and during the time from 19.00-22.00 h it must not exceed six minutes per broadcasting hour. Direct connection with the broadcasting of a sports or cultural event means the insertion of advertising in the programme immediately before or immediately after the broadcasting of, and in breaks during, such an event. Czech Television should transfer the revenues from the broadcasting of advertising on its programme CT 2 (Culture) to the State Cultural Fund of the Czech Republic. Revenues from advertising on CT 4 (Sports) should be used for the production and broadcasting of sports programmes on Czech TV. The public broadcaster is not allowed to broadcast teleshopping.

The broadcaster of free-to-air non-local or non-regional television with a license to distribute programmes containing cinematographic works is obliged to pay a fee for the broadcasting of advertising to the State Fund for the Support and Development of Czech Cinematography. This fee amounts to 2 percent of the advertising revenues.

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.

publicitaires et de téléachat ne doit cependant pas dépasser six minutes par heure de radiodiffusion dans la tranche horaire située entre 19 heures et 22 heures, respectivement pour chacun des programmes des radiodiffuseurs de service public.

Dès la fin de la période de transition, qui s'achèvera le 11 novembre 2011, le radiodiffuseur de service public ne sera plus autorisé à diffuser des spots publicitaires autres que ceux dont l'insertion est directement liée à la radiodiffusion d'événements sportifs ou culturels, sous réserve que l'acquisition des droits de diffusion de ces événements précis leur impose des insertions publicitaires. Lorsque ces spots sont insérés dans le programme d'un radiodiffuseur public et qu'ils satisfont aux critères précités, la proportion du temps d'antenne de radiodiffusion qui leur est allouée est de 0,5 % du temps d'antenne de radiodiffusion quotidienne. En outre, leur diffusion ne doit pas dépasser six minutes par heure de radiodiffusion entre 19 heures et 22 heures. Le lien direct à la radiodiffusion d'événements sportifs ou culturels signifie que l'insertion du spot publicitaire dans un programme intervient immédiatement avant ou après la diffusion, ainsi que lors des interruptions, de ces événements. La télévision tchèque devrait transférer les recettes ainsi tirées de la radiodiffusion de spots publicitaires sur sa chaîne culturelle CT2 au Fonds culturel national de la République tchèque. Les recettes publicitaires de la chaîne sportive CT4 devraient quant à elles être consacrées à la production et à la radiodiffusion de programmes sportifs sur la télévision tchèque. Le téléachat reste interdit dans la radiodiffusion de service public.

Tout radiodiffuseur télévisuel gratuit d'une chaîne de télévision autre que locale ou régionale et titulaire d'une licence d'exploitation de programmes comportant des œuvres cinématographiques a l'obligation de s'acquitter d'une redevance de radiodiffusion publicitaire auprès du Fonds national d'aide et de développement destiné au cinéma tchèque. Cette redevance s'élève à 2 % des recettes publicitaires.

Le processus de numérisation se développe rapidement en République tchèque. En août 2010, seuls 15 % des foyers utilisaient la télévision terrestre analogique, 41 % des foyers disposaient de la télévision numérique terrestre, 28,9 % de services de câble et 24,3 % de services de satellite ou IPTV.

Programm festlegen. Während der Zeit von 19.00 bis 22.00 Uhr darf der Anteil von Werbung und Teleshopping in den Programmen der öffentlich-rechtlichen Sender sechs Minuten pro Sendestunde nicht überschreiten.

Die Übergangsphase endet am 11. November 2011. Nach diesem Zeitpunkt darf ein öffentlich-rechtlicher Sender Werbung nur noch in direktem Zusammenhang mit der Übertragung eines Sport- oder Kulturereignisses ausstrahlen, wobei die Werbung Voraussetzung für den Erwerb der Übertragungsrechte für ein solches Ereignis sein muss. Wird im Programm des öffentlich-rechtlichen Senders Werbung in der erläuterten Form gezeigt, darf der Anteil der für diese Werbung reservierten Sendezeit 0,5 Prozent der täglichen Sendezeit und während der Zeit von 19.00 bis 22.00 Uhr sechs Minuten pro Sendestunde nicht übersteigen. Direkter Zusammenhang mit der Übertragung eines Sport- oder Kulturereignisses bedeutet die Ausstrahlung von Werbung im Programm unmittelbar vor oder unmittelbar nach der Übertragung und in Pausen während eines solchen Ereignisses. Das tschechische Fernsehen muss die Einnahmen aus der Ausstrahlung von Werbung in seinem Programm CT 2 (Kultur) an den staatlichen Kulturfonds Tschechiens überweisen. Werbeeinnahmen auf CT 4 (Sport) müssen für die Produktion und Ausstrahlung von Sportprogrammen im tschechischen Fernsehen eingesetzt werden. Der öffentlich-rechtliche Fernsehveranstalter darf kein Teleshopping ausstrahlen.

Der Sender, der frei empfangbares nicht-lokales oder nichtregionales Fernsehen mit einer Lizenz zur Verbreitung von Programmen sendet, die Filmwerke enthalten, muss für die Ausstrahlung von Werbung eine Gebühr an den staatlichen Fonds zur Förderung und Entwicklung des tschechischen Films entrichten. Sie beläuft sich auf 2 Prozent der Werbeeinnahmen.

Die Digitalisierung verläuft in der Tschechischen Republik rasant. Im August 2010 nutzten nur 15 % der Haushalte das analoge terrestrische Fernsehen, 41 % der Haushalte empfangen digitales terrestrisches Fernsehen, während 28,9 % ihr Programm per Kabel und 24,3 % per Satellit oder IPTV empfangen.

Basic figures

A 31.12.2010.
B 09.2011.C 09.2011.
D 09.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	10 533		Eurostat
Households	–	4 423		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	97.2%	4 299		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	18.3%	810		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	10.6%		470	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	40.3%		1 782	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	39.5%		1 747	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	13.8%	611		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	3.8%		170	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	3.8%	170		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	30.1%		1 330	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	84.0%		3 717	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	36.0%	1 591		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	66.2%	2 930		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	43.4%	1 921		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	17		Screen Digest

TV channels distributors ^B	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 MaxProgress, Rio Media Group, Smart comp, Telefonica O2, T-System
DTT multiplex operators/ packagers	4 Czech Digital Group, Radiocumikace, Telefonica O2, (Rio Media using DTT to broadcast cable package)

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	5	8	13
Cable/Satellite/IPTV/Mobile channels	1	40	41
Regional / Local		86	86
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets		66	66
Total	6	200	206
<i>Foreign channels targeting the country</i>	2	49	51

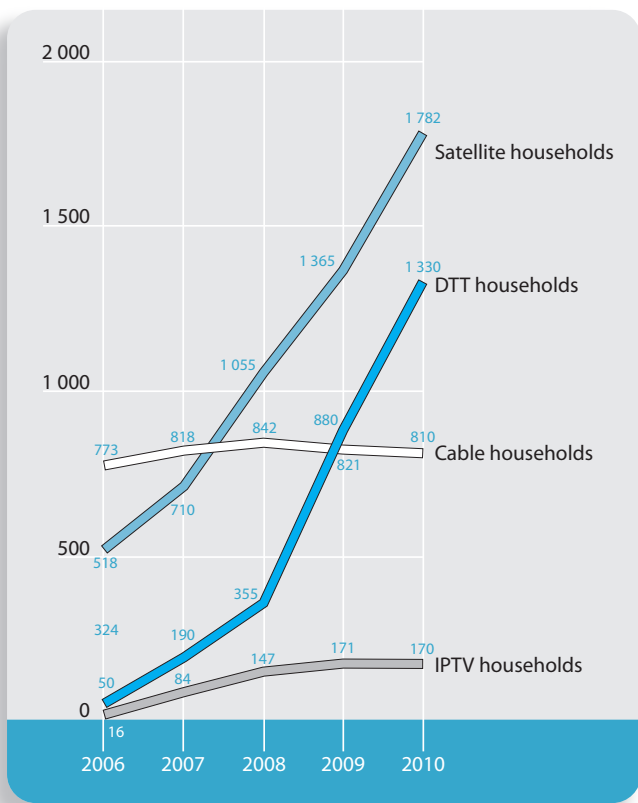
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Digital terrestrial (All Multiplexes)	Cable UPC	Satellite CS Link	Satellite Digi TV (Czech package)	Satellite Skylink	IPTV Telefonica O2
Generalist - national	4	5	5	4	5	4
Generalist - foreign		6	5		5	3
Adult		3	3	1	6	3
Children		6	3	5	4	8
Culture/ education/ documentary		15	6	9	12	7
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games	3	15	12	8	10	13
Film	1	10	6	3	8	8
HD simulcast of an existing channel		7	2		9	
Home shopping						
International linguistic and cultural		2		1		
Lifestyle/ specific leisure/ travel		8	2	5	5	6
Music	1	11	5		8	9
News/ business	2	17	4	2	2	3
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local	1	9	4		1	3
Religion	1	1	1		1	1
Sports	1	10	8	7	8	11
Various		1		1		1
Total (including HD channels)	14	126 (12)	66 (4)	46	84 (18)	80

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

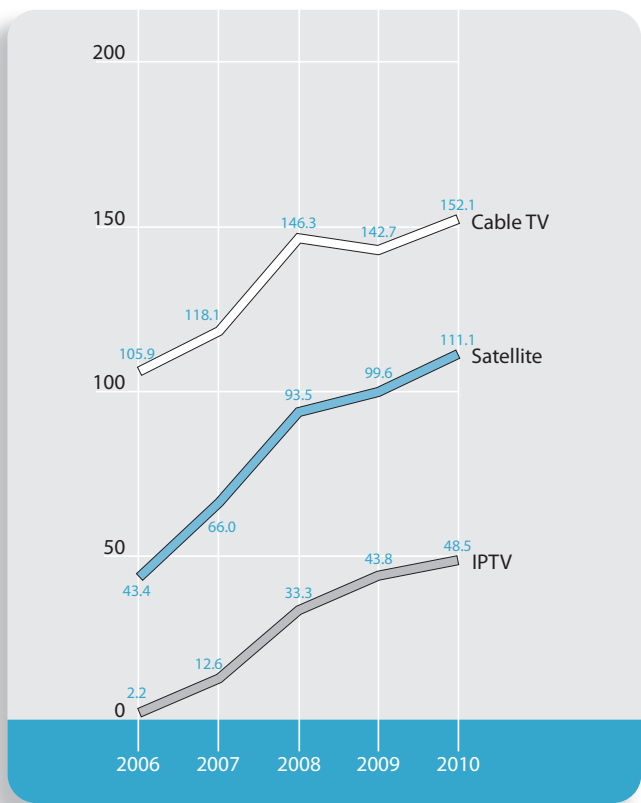
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

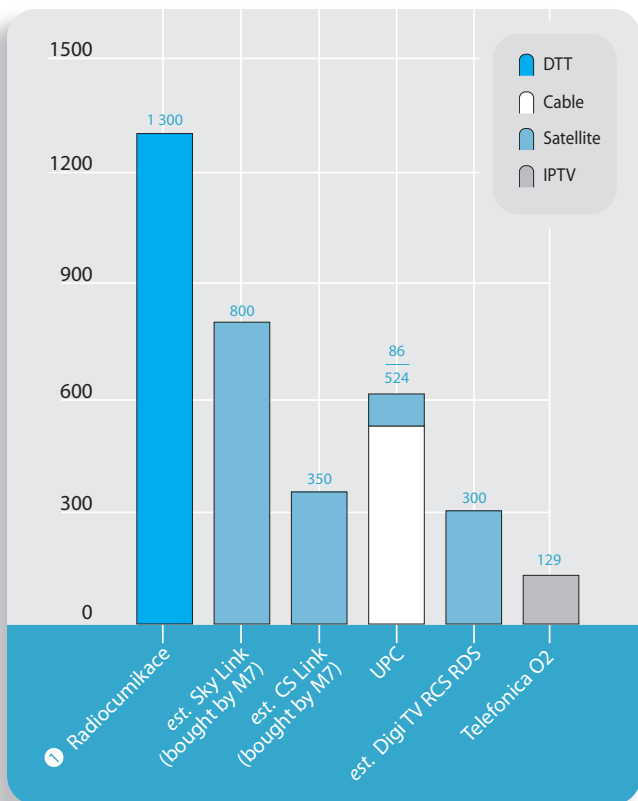
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.

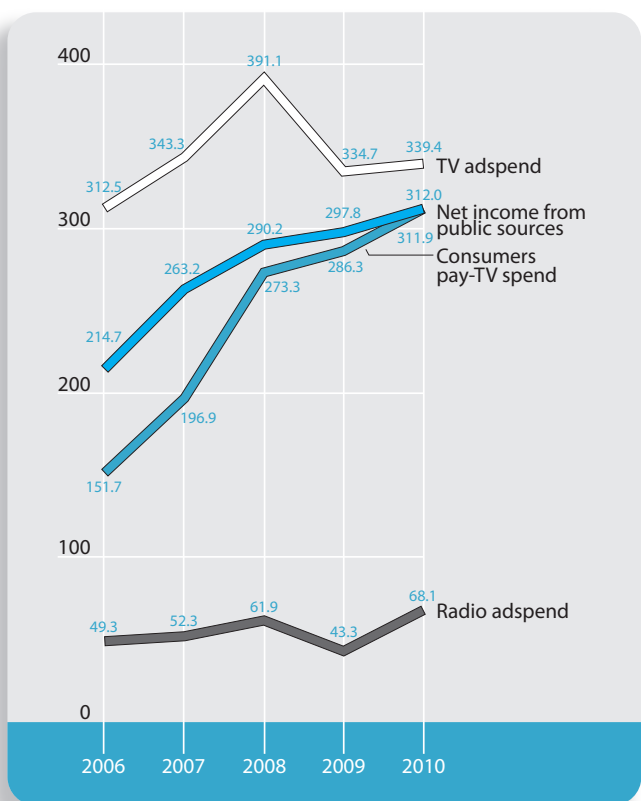


① + Czech Digital Group.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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
2007-2010 CZK million.

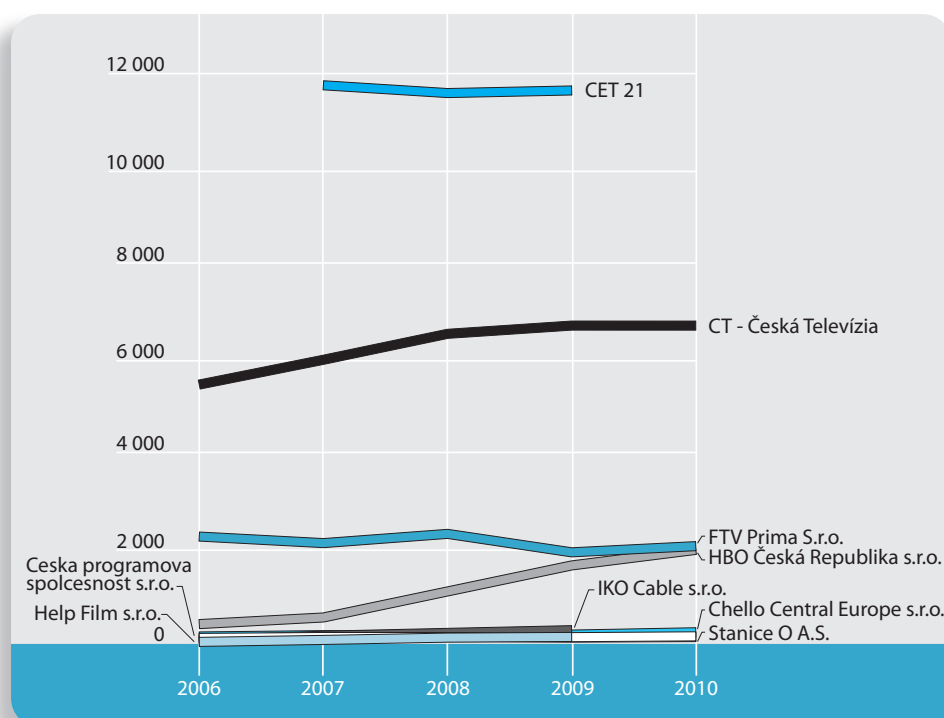
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
CET 21	adtv	Nova TV	11 800.6	11 636.0	11 691.0	~	~
CT - Česká Televízia	sptv	CT 1, CT 2	5 990.8	6 540.1	6 714.5	6 714.0	0.0%
FTV Prima S.r.o.	adtv	Prima TV	2 110.7	2 306.0	1 915.6	2 046.4	6.8%
HBO Česká Republika s.r.o.	thtv	HBO, HBO 2, HBO Comedy, HBO HD	536.7	~	1 638.0	1 967.5	20.1%
IKO Cable s.r.o.	thtv	Film+	150.7	210.5	268.2	~	~
Chello Central Europe s.r.o.	thtv	Minimax, Spektrum, Paprika	162.7	157.5	174.7	223.8	28.1%
Ceska programova spolcenesnot s.r.o.	thtv	Spektrum TV	123.1	~	120.1	137.4	14.4%
Galaxie Sport s.r.o.	thtv	Nova Sport	~	~	~	~	~
Help Film s.r.o.	thtv	Filmbox	61.6	110.2	124.5	~	~
Stanice O A.S.	thtv	Ocko TV	124.2	133.7	110.4	122.2	10.7%
PK 62 a.s.	thtv	PK 62	~	~	80.0	~	~
Sport 5. a.s.	thtv	Sport 5	-	37.2	46.9	~	~
Polar Televize Ostrava s.r.o. est.	thtv	Polar TV (regional network)	~	45.0	45.0	~	~
SPI International Czech Republic s.r.o.	thtv	doku cs, kino cs, muzika cs, Filmbox, Filmbox HD	40.7	51.3	37.4	38.4	2.7%
Ceskoslovenska filmovea spolcenesnot s.r.o.	thtv	CS Film	31.8	31.6	35.6	37.3	4.8%
Publiccom a.s. ①	adtv	Public TV	14.1	23.7	~	~	~
Genus TV A.S.	thtv	Genus TV	23.8	23.7	22.1	21.5	-2.7%

Main distributors		Services	TV Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telefonica O2 Czech Republic A.S. ②	3Play, mobile	O2 TV		63 548.0	64 509.0	59 136.0	~	~
UPC Ceska Republika A.S. ②	3 Play, Sat-TV	UPC kabelová televize, Satelitní televize UPC Direct		4 650.1	4 854.3	5 084.9	5 001.6	-1.6%
T-Systems Czech Republic A.S. ②	3Play	ViaTV		~	2 920.2	3 116.5	3 090.5	-0.8%
Telekom Austria Czech Republic A.S. ②	3Play	Volny		478.2	881.4	808.5	~	~
Digi Czech Republic	Sat-TV	Digi TV		369.4	797.0	800.7	~	~
TradeTec a.s.	Sat-TV	CS-Link		~	164.6	487.7	~	~
Rio Media a.s. ②	3Play	Rio Media		~	9.2	435.8	405.1	-7.0%
Selfsevis s.r.o. ②	3Play	Selfservis		179.6	317.5	260.6	271.4	4.1%
Smart Comp. a.s. ②	3Play	Netbox		108.5	144.6	162.6	173.6	6.8%
SATT a.s. ②	3Play	Satt		152.2	167.9	161.8	168.3	4.0%

① In receivership since 25/08/2011. ② Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

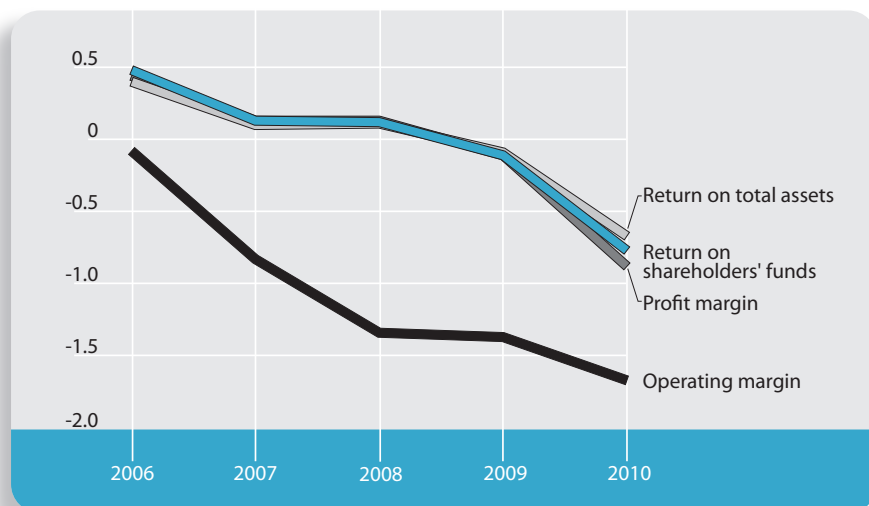
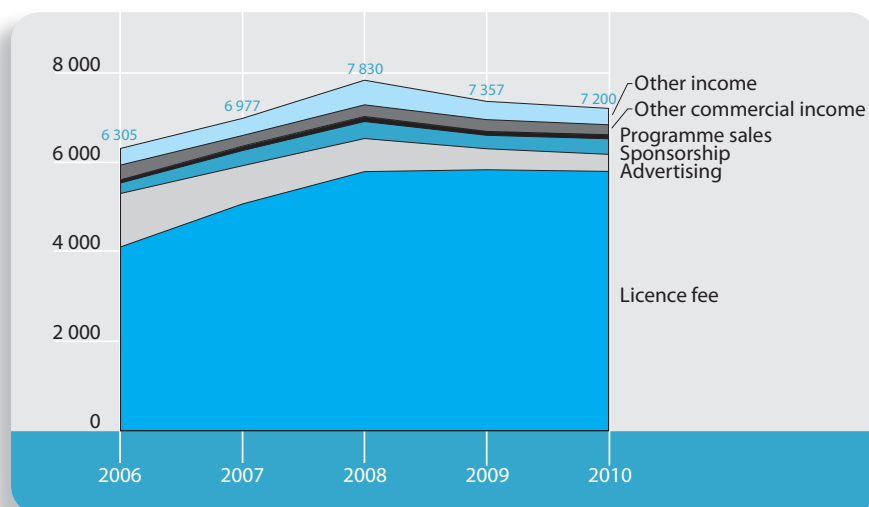
CZK million.



T.1.CZ.2
G.1.CZ.2Česká Televize financial situation
2007-2010 CZK million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	5 065	5 787	5 829	5 792	72.6%	73.9%	79.2%	80.4%	-0.6%
- Licence fee	5 065	5 787	5 829	5 792	72.6%	73.9%	79.2%	80.4%	-0.6%
Total commercial income	1 529	1 492	1 120	1 042	21.9%	19.1%	15.2%	14.5%	-7.0%
- Advertising	854	739	469	381	12.2%	9.4%	6.4%	5.3%	-18.8%
- Sponsorship	339	381	301	348	4.9%	4.9%	4.1%	4.8%	15.6%
- Programme sales	79	95	76	81	1.1%	1.2%	1.0%	1.1%	6.6%
- Merchandising	20	17	11	9	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	-18.2%
- Other commercial income	237	260	263	223	3.4%	3.3%	3.6%	3.1%	-15.2%
Other income	383	551	408	366	5.5%	7.0%	5.5%	5.1%	-10.3%
TOTAL	6 977	7 830	7 357	7 200	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-2.1%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	3 529	3 781	4 406	4 398	63.2%	63.2%	64.7%	64.4%	-0.2%
Costs of personnel	1 446	1 603	1 689	1 727	25.9%	26.8%	24.8%	25.3%	2.3%
Depreciation	605	595	711	702	10.8%	10.0%	10.4%	10.3%	-1.3%
Operating expenditure	5 580	5 979	6 806	6 826	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.3%
Net result	0.0	0.0	0.0	0.0					-
Operating margin (%)	-0.8	-1.3	-1.4	-1.7					

Source: CT, European Audiovisual Observatory



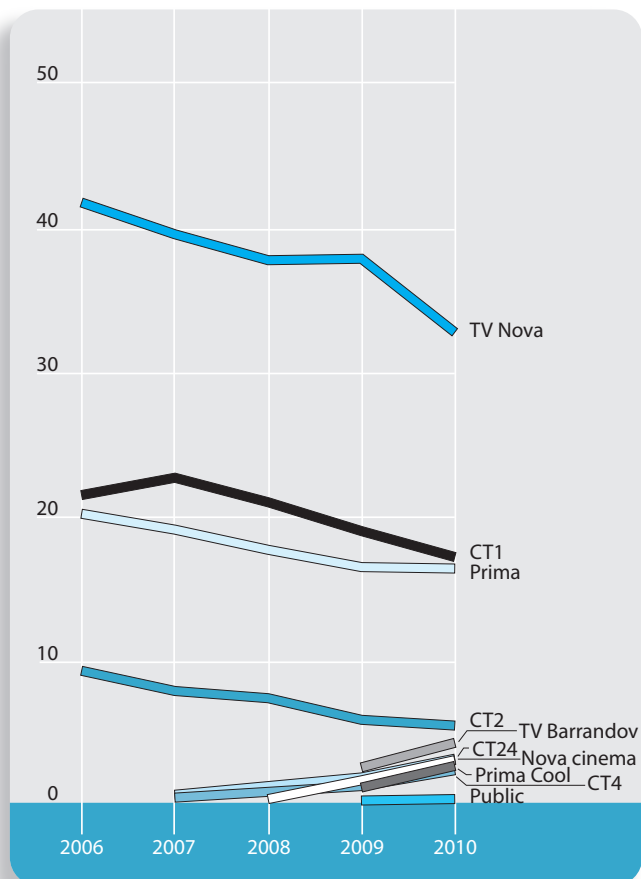
T.1.CZ.3
G.1.CZ.3

TV audience market share in the Czech Republic
2006-2010 In %, 4 years +.

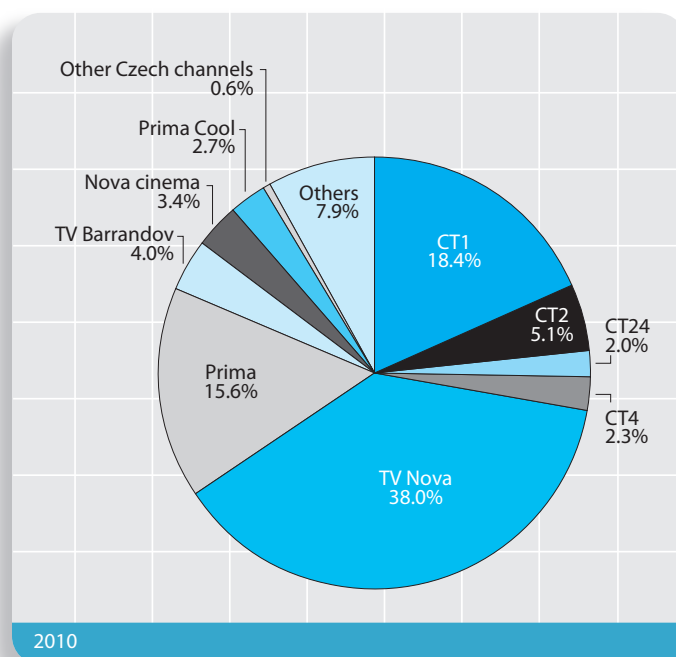
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
CT1	21.5	22.7	21.0	19.0	17.2	21.9	24.2	22.2	20.4	18.4
CT2	9.3	7.9	7.4	5.9	5.5	8.2	6.3	6.0	5.2	5.1
CT24		0.7	1.3	1.9	3.2		0.5	0.8	1.1	2.0
CT4		0.5	0.9	1.3	2.4		0.4	0.8	1.2	2.3
Czech public channels	30.8	31.8	30.6	28.1	28.3	30.1	31.4	29.8	27.9	27.8
TV Nova	41.8	39.6	37.8	37.9	32.8	44.9	43.5	42.2	42.9	38.0
Prima	20.2	19.1	17.7	16.5	16.4	19.7	18.2	17.7	16.3	15.6
TV Barrandov				2.6	4.3				2.0	4.0
Nova cinema			0.4	1.7	3.1			0.4	1.7	3.4
Prima Cool				1.2	2.7				1.1	2.7
Public				0.3	0.4				0.2	0.3
CS Film				0.1	0.2				0.1	0.2
Minimax				0.4	0.2				0.1	0.0
Spektrum				0.3	0.2				0.1	0.1
TV Paprika					0.1					0.0
Czech private channels	62.0	58.7	55.9	61.0	60.4	64.6	61.7	60.3	64.5	64.3
Disney Channel				1.2	0.8				0.4	0.4
Film+				0.3	0.2				0.2	0.2
AXN				0.2	0.2				0.2	0.2
Universal Channel				0.3	0.2				0.2	0.1
Sport 1				0.1	0.1				0.1	0.1
MGM				0.1	0.1				0.1	0.1
Others	7.2	9.5	13.5	8.7	9.7	5.3	6.9	9.9	6.4	6.8

Source: Eurodata TV Worldwide, ATO - MEDIARESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.



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



The television market in Germany is one of the largest in Europe and is also very competitive. More than 37 million households had a TV set at the end of 2010 in Germany, of which 50.2% received television by cable and 44.7% by satellite. The number of households with access to digital television had reached almost 68% by June 2011, according to the figures published by the ALM (Association of State Media Authorities).

Regarding audience share, the public service channels remain strong. The two national public service channels (ARD and ZDF) had a combined share of 25.9% in 2010 (down from 27.8% in 2006). For the first time RTL moved ahead of ARD (Das Erste) in 2010 to become the most popular channel, although only leading by a small margin (a difference of 0.4%).

Cable represents the most common mode of television distribution, and the digitisation of the network reached almost 43% by July 2011. 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 8.7 million subscribers in June 2011. Unity Media (who in recent years took over Ish, Iesy, Tele-Columbus and Arena) was taken over by Liberty Global in November 2009. In September 2011 Unity Media had 4.5 million customers, of which 38% had digital cable. A third company is Kabel BW with 2.4m customers. Orion Cable (with a total of 2.2m 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.

Liberty Global also made a bid for Kabel BW in March of 2011. Following an examination by the European Commission, the proposal is being examined by the German Federal Cartel Office and they are expected to decide in December 2011. The Commission found that the proposed transaction may significantly affect competition in the market for the provision of free-TV services to housing associations, where contracts with tenants are negotiated collectively, and this represents a large market in Germany. The Federal Cartel Office has stated that such a take-over by Liberty Global raises major concerns regarding competition issues.

The major commercial broadcasters ProSiebenSat1 Media AG and RTL planned to establish a joint Internet platform for catch-up TV with access to both public and private programming. In August 2010, the Federal Cartel Office referred the proposal to the European Commission Directorate General for Competition for approval. In March 2011, the Federal Cartel Office rejected the plan

Le marché de la télévision en Allemagne est l'un des plus grands d'Europe et il est aussi très compétitif. Il compte plus de 37 millions de foyers équipés fin 2010, dont 50,2 % reçoivent la télévision par câble et 44,7 % 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 68 % en juin 2011.

La part d'audience des chaînes de service public reste forte. Les deux chaînes nationales de service public (ARD et ZDF) avaient une part cumulée de 25,9 % en 2010 (contre 27,8 % en 2006). Pour la première fois, RTL a devancé ARD (Das Erste) en 2010 pour devenir la chaîne la plus populaire, bien que de peu (l'écart n'étant que de 0,4 point).

Le câble constitue le premier mode de distribution de la télévision et la numérisation du réseau atteint presque 43 % en juillet 2011. Après une forte consolidation ces dernières années, le secteur ne compte plus que quatre grands opérateurs. Kabel Deutschland, principal câblo-opérateur du pays, regroupe 8,7 millions d'abonnés en juin 2011. Unity Media (qui a racheté Ish, Iesy, Tele-Columbus et Arena) a été repris par Liberty Global en novembre 2009. En septembre 2011, Unity Media compte 4,5 millions de clients, dont 38 % pour le câble numérique. La troisième société est Kabel BW, avec 2,4 millions de clients. Orion Cable (2,2 millions d'abonnés) fonctionne via Telecolumbus (EWT Multimedia) et détient également des parts dans Primacom Cable. En novembre 2010, Primacom, qui était en faillite, a été repris par le groupe luxembourgeois Medfort.

Liberty Global a également présenté une offre pour Kabel BW en mars 2011. Après un examen par la Commission européenne, la proposition est actuellement étudiée par l'Autorité fédérale de la concurrence qui devrait rendre sa décision en décembre 2011. La Commission a estimé que la transaction proposée pourrait affecter de manière significative la concurrence sur le marché de la fourniture de services de télévision gratuits aux associations de logement, dont les contrats avec les locataires sont négociés collectivement, ce qui représente un marché important en Allemagne. L'Autorité fédérale de la concurrence a indiqué qu'une telle reprise par Liberty Global soulèverait des préoccupations majeures en matière de concurrence.

Les principaux radiodiffuseurs commerciaux ProSiebenSat.1 Media AG et RTL ont envisagé 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 pro-

Deutschland ist einer der größten TV-Märkte in Europa und zudem ausgesprochen wettbewerbsintensiv. Von den über 37 Mio. Fernsehhaushalten Ende 2010 empfangen 50,2 % Fernsehen über Kabel und 44,7 % per Satellit. Laut Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) hatten (Stand Juni 2011) knapp 68 % der Haushalte Zugang zum Digitalfernsehen.

In punkto Marktanteile sind die öffentlich-rechtlichen Sender nach wie vor sehr stark. So erreichten die beiden nationalen öffentlich-rechtlichen Sender (ARD und ZDF) 2010 zusammen einen Marktanteil von 25,9 % (gegenüber 27,8 % 2006). In der Beliebtheitskala rangiert allerdings RTL erstmals vor der ARD, auch wenn der Abstand nur minimal ist (0,4 %).

Das Kabel ist die wichtigste Verbreitungsart für das Fernsehen, die Digitalisierungsquote lag im Juli 2010 bei knapp 43 %. Die Branche hat in den vergangenen Jahren eine deutliche Konsolidierung erlebt. So gibt es nur noch vier große Betreiber. Der größte, Kabel Deutschland, hatte im Juni 2011 8,7 Mio. Abonnenten. Die Unity Media (die in den vergangenen Jahren Ish, Iesy, Tele-Columbus und Arena übernommen hat), wurde im November 2009 von Liberty Global übernommen. Im September 2011 hatte Unity Media 4,5 Mio. Kunden, davon 38 % mit digitalem Kabelanschluss. Das dritte Unternehmen ist Kabel BW mit 2,4 Mio. Kunden. Orion Cable (mit insgesamt 2,2 Mio. Kunden) agiert über die Unternehmensgruppe Telecolumbus (EWT Multimedia) und hält auch Anteile am Kabelnetzbetreiber Primacom. Im November 2010 wurde die insolvente Primacom vom Luxemburger Unternehmen Medfort übernommen.

Im März 2011 hat Liberty Global einen Versuch unternommen, Kabel BW zu übernehmen. Nach einer Überprüfung durch die Europäische Kommission wird der Deal derzeit vom Bundeskartellamt geprüft. Eine Entscheidung wurde für Dezember 2011 erwartet. Nach Auffassung der EU-Kommission könnte die Übernahme zu einer erheblichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs auf dem Markt für Free-TV-Dienstleistungen für Wohnungsbaugesellschaften führen. Dabei handelt es sich um einen großen Markt, auf dem die Mieter über Verträge zwischen den Betreibern und den Wohnungsbaugesellschaften versorgt werden. Das Bundeskartellamt hat wegen der Wettbewerbssituation Bedenken gegen die Übernahme durch Liberty Global geäußert.

Die beiden größten Privatsender ProSiebenSat.1 Media AG und RTL haben den Aufbau einer gemeinsamen Internet-Plattform für zeitversetzte Programme öffentlich-rechtlicher und privater Sen-

on the grounds of threat to competition, and the potential strengthening of the duopoly of the two private broadcasters.

In November 2008, the football 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.

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 in 2011, while as many as 18% of households have at least one television receiving DTT, particularly in regions that receive both private and public channels via DTT. The DTT offers vary from region to region. The private channels are only available in the more highly populated urban areas. The ALM Digitisation report also outlined the penetration of HD television services. This includes 25% of satellite homes, 16% of cable homes and 33% of DSL TV homes. Pay DTT was launched by the RTL Group in cooperation with Eutelsat in several regions in autumn 2009. The service Visio+ 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 with a yearly charge after that of 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 were 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. Sky claims more than 2.5 Million customers (in Germany and Austria combined). Another new satellite package was introduced in January 2010 by a subsidiary of SES Astra, with the first year being offered for free. HD+ offers 12 HD channels (RTL HD, Sat.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, Kabel eins HD, RTL II HD, SPORT1 HD, N24 HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD, Tele 5 HD and Sixx HD) and SES claimed in November 2011 that 305 000 homes had become paying customers (after the first year of free service ended). A total of 1.9 million homes are expected to be linked to the service by the end of 2011.

position à la Direction générale Concurrence de la Commission européenne pour approbation. En mars 2011, l'Autorité fédérale de la concurrence a rejeté ce plan au motif qu'il constituait une menace pour la concurrence et risquait de renforcer le duopole des deux radiodiffuseurs privés.

Les droits du football 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.

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. En 2011, 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, en particulier dans les régions qui reçoivent à la fois les chaînes publiques et privées via 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 rapport de l'ALM sur la numérisation souligne également la pénétration des services de télévision HD. Sont concernés 25 % des foyers recevant le satellite, 16 % des foyers câblés et 33 % des foyers recevant la TV par ADSL. Le groupe RTL, en collaboration avec Eutelsat, a lancé la TNT payante dans plusieurs régions à l'automne 2009. Le service Visio+ 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'appellent Sky. Sky revendique plus de 2,5 millions d'abonnés (en Allemagne et en Autriche). Un autre bouquet satellite, HD+, a été lancé en janvier 2010 par une filiale de SES Astra, la première année d'abonnement étant offerte. HD+ propose 12 chaînes HD (RTL HD, Sat.1 HD, ProSieben HD, VOX HD,

der geplant. Das Bundeskartellamt hat im August 2010 bei der Generaldirektion für Wettbewerb der Europäischen Kommission einen Antrag auf Genehmigung des Vorhabens eingereicht. Im März 2011 hat das Bundeskartellamt den Plan aber untersagt und diese Entscheidung mit einer möglichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs und der Gefahr eines marktbeherrschenden Dyopols der beiden privaten Sendergruppen begründet.

Im November 2008 wurden die Sende-rechte für die Fußballsaison 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.

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. 2011 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, insbesondere in Regionen, in denen sowohl die privaten als auch die öffentlich-rechtlichen Programme über DVB-T verfügbar sind. Das DVB-T-Angebot ist je nach Region unterschiedlich. Die Privatsender sind nur in dichter besiedelten städtischen Gebieten vertreten. Im Digitalisierungsbericht der ALM ist auch die Haushaltsdurchdringung von HD-TV-Diensten ausgewiesen: 25 % bei Satellitenhaushalten, 16 % bei Kabelhaushalten und 33 % bei DSL-Haushalten. 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 Visio+ 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 waren 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

As of September 1, 2011, Deutsche Telekom's TV IPTV offer, Entertain, was also made available via satellite. On the other hand, two satellite packages have ceased operations in Germany. The Arena Sat package closed in 2010 as the owner Unity Media planned to concentrate on their triple play and cable services. AllesSehen TV, launched in 2009, also ceased operations in May 2011.

In July 2011 84% 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.

There are now three IPTV services competing in the German market: T-Entertain (Deutsche Telekom) and Alice Home TV (HanseNet, owned by Telefónica), and also Vodafone who relaunched a TV service, Vodafone TV, in 2011. In May 2011, 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 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 3% of households in mid 2011 (up from 0.3% in 2007), according to the 2011 report of the ALM.

Changes to media legislation were introduced in the 15th amendment to the German Inter-State Broadcasting Treaty signed in December 2010. This addressed a reform of 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.

Kabeleins HD, RTL II HD, SPORT1 HD, N24 HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD, Tele 5 HD et Sixx HD) et SES annonçait en novembre 2011 que 305 000 foyers étaient devenus des clients payants (après l'expiration de la première année d'abonnement gratuit). Un total de 1,9 million de foyers devrait être lié au service fin 2011. Depuis le 1er septembre 2011, l'offre IPTV de Deutsche Telekom, est également proposée via satellite. D'autre part, deux bouquets satellites ont cessé leurs activités en Allemagne. Le bouquet Arena Sat a arrêté en 2010, son propriétaire Unity Media souhaitant se concentrer sur ses services par câble et triple play. AllesSehen TV, lancé en 2009, a également cessé de fonctionner en mai 2011.

En juillet 2011 84% 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.

Le marché allemand compte désormais trois services IPTV en concurrence : T-Entertain (Deutsche Telekom) et Alice Home TV (HanseNet, détenu par Telefónica), ainsi que Vodafone qui a relancé un service de télévision, Vodafone TV, en 2011. En mai 2011, Deutsche Telekom affirmait avoir 1,3 million d'abonnés à son service IPTV. Selon l'analyse de l'ALM, le service IPTV T-Entertain est désormais en 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 3 % des foyers mi-2011 (en progression de 0,3 % par rapport à 2007), selon le rapport 2011 de l'ALM.

Des changements ont été apportés à la législation sur les médias par le biais de la 15^e modification au traité inter-Länder sur la radiodiffusion allemand signé en décembre 2010. Ils concernaient une réforme de la collecte de la redevance pour le radiodiffuseur de service public. 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.

umbenannt. Sky hat nach eigenen Angaben über 2,5 Mio. Kunden (in Deutschland und Österreich). Im Januar 2010 wurde von einer SES Astra-Tochter das neue Programmpaket HD+ gestartet, das im ersten Jahr kostenlos angeboten wird. HD+ umfasst 12 HD-Kanäle (RTL HD, Sat.1 HD, ProSieben HD, VOX HD, Kabeleins HD, RTL II HD, SPORT1 HD, N24 HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD, Tele 5 HD und Sixx HD) und nach Angaben von SES hatten bis November 2011 305 000 Haushalte das inzwischen kostenpflichtige Paket abonniert. Es wird damit gerechnet, dass diese Zahl bis Ende 2011 auf 1,9 Mio. Haushalte ansteigt. Das IPTV-Angebot der Deutsche Telekom, Entertain, ist seit dem 1. September 2011 ebenfalls über Satellit verfügbar. Auf der anderen Seite wurden zwei Sat-TV-Pakete wieder eingestellt. So wurde das Paket Arena Sat 2010 eingestellt, weil sich der Betreiber Unity Media auf Triple-Play-Angebote und Kabeldienste konzentrieren wollte. Das 2009 gestartete Paket AllesSehen TV wurde im Mai 2011 eingestellt.

Im Juli 2011 empfangen 84 % 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.

Auf dem deutschen Markt sind inzwischen drei IPTV-Dienste vertreten: T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (HanseNet, im Besitz von Telefónica) sowie der 2011 von Vodafone erneut gestartete TV-Dienst Vodafone TV. Die Deutsche Telekom hatte im Mai 2011 nach eigenen Angaben 1,3 Mio. IPTV-Abonnenten. 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 2011 der ALM wurden Mitte 2011 in 3 % der Haushalte IPTV-Dienste genutzt (gegenüber 0,3 % 2007).

Im Dezember 2010 wurde die 15. Änderung des Rundfunkstaatsvertrags unterzeichnet. Darin wird insbesondere die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks über die Rundfunkgebühr neu geregelt. 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.

Sources: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) Yearbook 2011: <http://www.alm.de>
 (ALM); Digitalisierungsbericht 2011 / Digitisation Report 2011
 Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich: <http://www.kek-online.de>
 Information on the development of DTT: <http://www.ueberallfernsehen.de>
 Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 General information: <http://www.digitalfernsehen.de>

Basic figures

A 31.12.2010.
B 11.2011.

C 11.2011.
D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	81 752		Eurostat
Households	–	39 616		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	95.2%	37 714		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	48.2%	19 100		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	11.7%		4 623	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	40.6%		16 077	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	33.9%		13 417	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	3.3%	1 300		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	3.0%		1 173	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	3.2%	1 264		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	6.2%		2 452	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	54.7%		21 665	European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	54.7%	21 664		European Audiovisual Observatory
Households with PC	82.7%	32 750		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	57.5%	22 796		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	446		Screen Digest

TV channels distributors ^B		Companies
Cable operators	>100	EWT Multimedia, Kabel B-W, Kabeldeutschland, Orion Cable, Primacom, Unity Media (UPC).
Satellite packagers	4	Deutsche Telekom, Eutelsat, SES (HD+), Sky Deutschland
IPTV packagers	3	Deutsche Telekom (T-Home), Hansenet (Alice), Vodafone
DTT Multiplex operators and packagers	10	Media Broadcast and 9 ARD regional stations. Pay DTT from Eutelsat/RTL "Viseo+".
Mobile phone TV packagers	2	Mobile 3.0, T-Mobile

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	10	20	30
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	8	187	195
Regional/Local	12	109	121
Regional/Local windows	22	10	32
Channels targeting foreign markets	6	29	35
Total	58	355	413
Foreign channels targeting the country	3	89	92

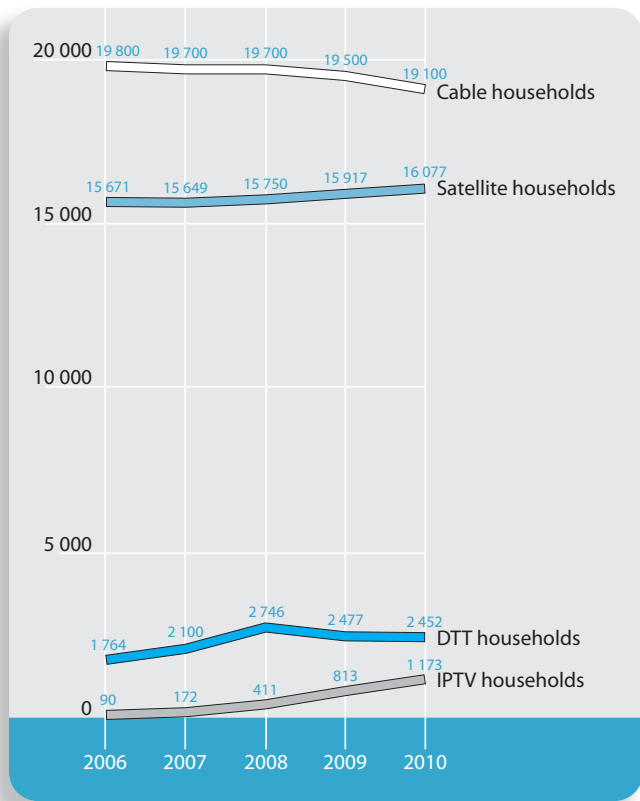
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Digital terrestrial Full free offer	Cable Kabel Deutschland	Cable Unity Media	Satellite Sky Deutschland	IPTV Deutsche Telekom T entertainment
Generalist - national ¹	16	10	11	6	9
Generalist - foreign		11	12		5
Adult		1	2	7	3
Children	3	13	11	10	11
Culture/ education/ documentary	6	14	16	8	14
Minority interest groups		3	5		1
Entertainment/ TV fiction/ games	5	20	21	14	17
Film		6	6	12	4
Home shopping	4	7	10		2
HD simulcast of an existing channel		15	17	16	16
International linguistic and cultural		23	18		7
Lifestyle/ specific leisure/ travel	1	4	6	2	4
Music	2	11	15	4	14
News/ business	7	26	30	1	17
Regional/ local / windows	29	17	14		45
Religion	1	5	3		2
Sports	1	7	12	13	12
Various		2	1	3	2
Total (including HD)	75	195 (16)	210 (22)	96 (24)	185 (18)

¹ For DTT includes regional PSB available nation-wide.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

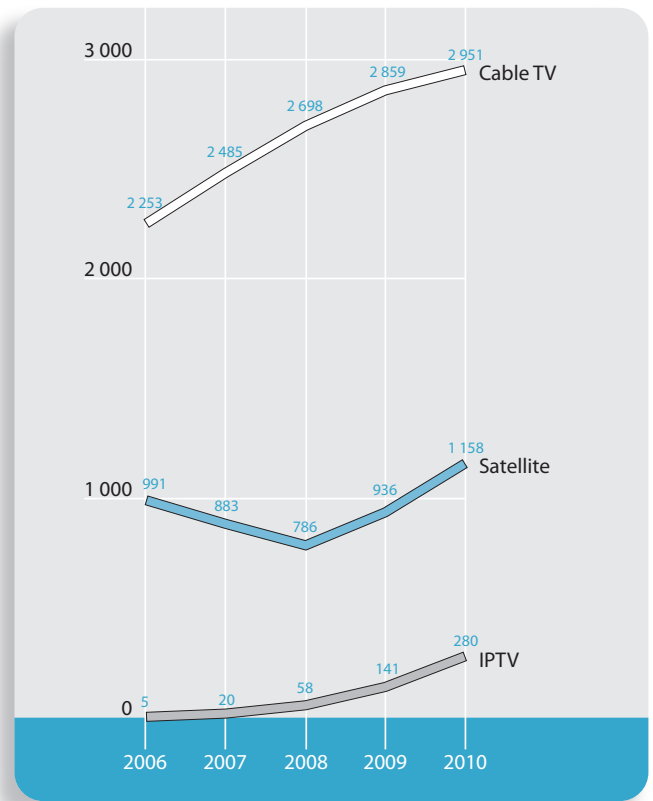
Market trends

Households TV equipment 2006-2010 In thousands.



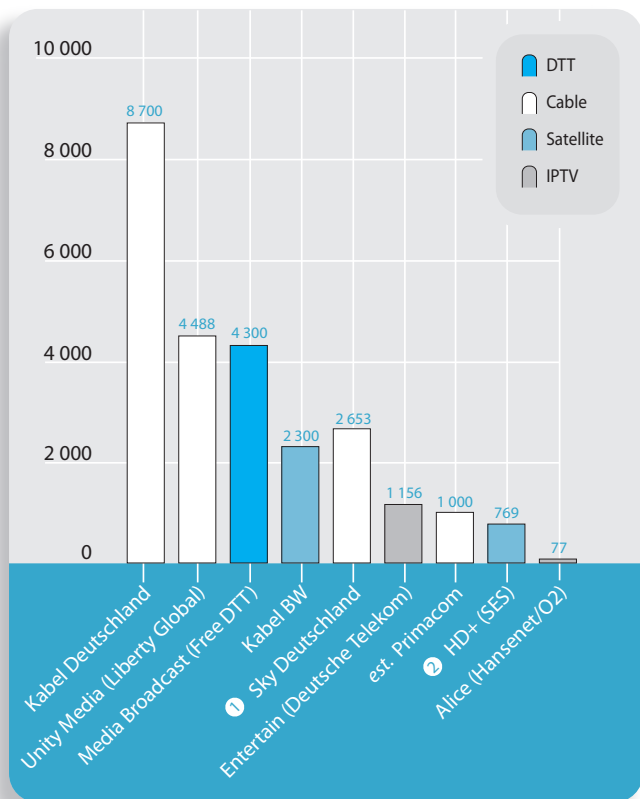
Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010 EUR million.



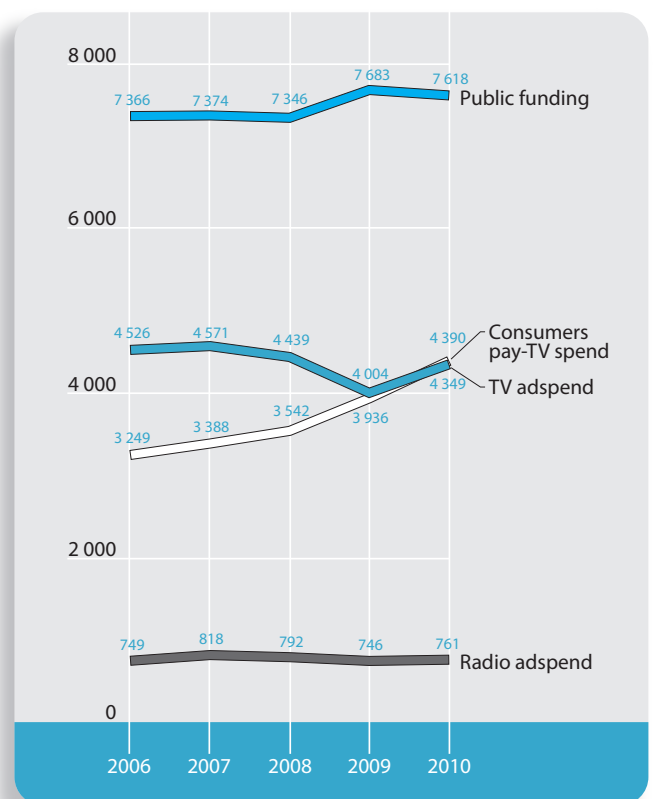
Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010 In thousands.



1 Includes customers in Austria. Source: European Audiovisual Observatory
 2 The first year of subscription was free.

Gross revenues of radio-television 2006-2010 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

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09	
ZDF	sptv	ZDF, Kinderkanal, Phoenix, ...	1 927.2	1 922.0	2 065.1	1 965.9	-4.8%	
RTL Television GmbH	adtv	RTL	1 693.0	1 703.6	1 415.9	1 562.2	10.3%	
WDR - Westdeutscher Rundfunk	sptv	WDR Fernsehen	1 311.0	1 293.0	1 310.7	1 333.7	1.8%	
SWR - Südwestrundfunk	sptv	Südwest Fernsehen	1 096.0	1 099.0	1 122.1	1 132.1	0.9%	
NDR - Norddeutscher Rundfunk	sptv	NDR Fernsehen	1 042.0	1 050.0	1 060.4	1 081.3	2.0%	
BR - Bayerischer Rundfunk	sptv	Bayerisches Fernsehen	955.0	928.0	978.7	974.8	-0.4%	
Sat.1 Satellitenfernsehen GmbH	adtv	Sat.1	841.1	742.9	740.1	~	~	
QVC Deutschland GmbH (cons.)	hstv	QVC	624.6	680.3	695.0	~	~	
ProSieben Fernsehen GmbH	adtv	Pro 7	777.1	730.6	687.1	~	~	
MDR - Mitteldeutscher Rundfunk	sptv	MDR Fernsehen	622.0	630.0	648.4	655.5	1.1%	
Vox Television GmbH	adtv	Vox	449.9	492.3	439.9	514.7	17.0%	
HR - Hessischer Rundfunk	sptv	HR Fernsehen	459.0	452.0	458.5	475.3	3.7%	
RBB - Rundfunk Berlin Brandenburg	sptv	rbb Fernsehen	393.0	392.0	399.1	~	~	
Home Shopping Europe AG	hstv	HSE	320.0	352.6	379.2	~	~	
DW - Deutsche Welle	sptv	Deutsche Welle	289.6	299.5	300.8	301.2	0.1%	
Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH	adtv	Kabel 1	283.1	249.9	289.2	~	~	
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. Kg	adtv	RTL 2	244.6	289.1	263.5	281.4	6.8%	
The Walt Disney Company (Germany) GmbH	thtv	Disney Channel	222.0	217.8	~	~	~	
SuperRTL Disney Fernsehen GmbH & Co. Kg	thtv	Super RTL	168.0	171.5	155.9	172.3	10.5%	
N 24 GmbH	thtv	N 24	98.6	95.6	96.4	~	~	
1-2-3.TV GmbH	hstv	1-2-3 TV	78.0	87.5	93.5	~	~	
DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH	thtv	Sport 1 (formerly DSF)	113.8	110.0	79.6	86.9	9.2%	
Channel 21 GmbH	hstv	Channel 21	84.7	~	82.5	~	~	
MTV Network GmbH	thtv	MTV Germany, Comedy Central, Nickodeon, Nick,...	78.5	84.6	80.1	~	~	
SR - Saarländischer Rundfunk	sptv	SR Südwest Fernsehen	85.0	87.0	78.9	78.4	-0.6%	
9Live Fernsehen GmbH	thtv	9Live	104.2	79.8	56.5	~	~	
n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH	thtv	n-tv	52.2	53.4	47.6	53.8	13.0%	
RB - Radio Bremen	sptv	Radio Bremen TV	66.7	47.8	48.2	48.9	1.5%	
Dctp Entwicklungsgesellschaft FÜR TV -Programme MBH	thtv	DCTP	46.9	42.8	38.3	36.4	-5.0%	
SpiegelTV GmbH	thtv	Spiegel TV	39.7	31.4	29.2	~	~	
Sevensenses GmbH	thtv	Sat.1 Comedy, Kabel Eins Classics	22.7	26.6	27.4	~	~	
Das Vierte GmbH	thtv	Das Vierte	25.4	~	26.7	~	~	
Euviatravel GmbH	thtv	Sonnenklar	~	25.5	26.1	~	~	
Constantin Sport Medien GmbH	thtv	LIGA	~	~	13.0	~	~	
The History Channel (Germany) GmbH & Co. KG	thtv	The History Channel (Germany)	4.6	6.0	8.6	~	~	
Earth Television Network GmbH	thtv	Earth Television	5.0	6.3	6.5	~	~	
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Deutsche Telekom AG (cons.) ①	3Play	T-Home		64 161.0	63 637.0	66 106.0	63 919	-3.3%
Kabel Deutschland GmbH ①	3Play	Kabel Deutschland		1 209.0	1 388.4	1 516.0	~	~
Hansenet Telekommunikation GmbH ①	3Play	Alice TV		1 149.6	1 238.8	1 210.7	~	~
Sky Deutschland GmbH	packtv	Sky Deutschland		961.6	976.0	843.6	~	~
Unitymedia GmbH (pro forma) ① ②	3Play	Unitymedia Digital TV		-	823.4	879.1	935.2	6.4%
Unitymedia GmbH (cons.) ①	3Play	Unitymedia Digital TV		1 058.0	1 221.2	~	-	-
Kabel Baden-Württemberg GmbH ① ③	3Play	KabelBW		357.2	438.0	493.0	563	14.2%

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

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

2007-2010 EUR million.

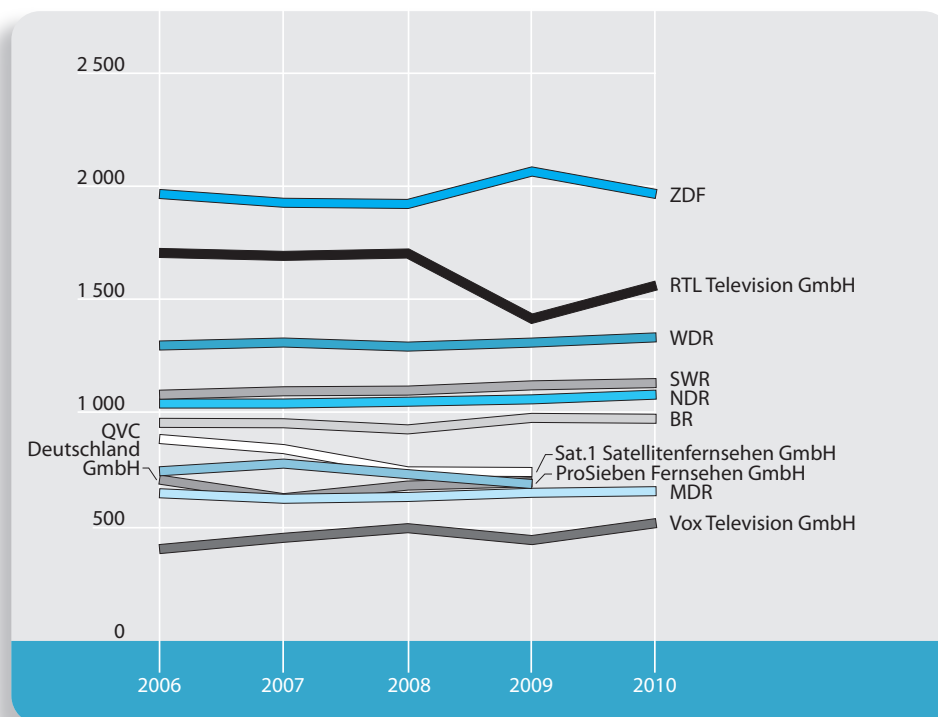
Main distributors (continued)	Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Arena Sport Rechte und Marketing GmbH ^①	Sat-TV	ArenaSat	319.5	364.1	181.2	~	~
Primacom AG (cons.) ^①	3Play	PrimaCom Digital Fernshen ^②	116.6	114.1	~	~	~

^① Operating revenues include telecommunication and other activities.

^② In 2010 Unity Media was restructured after it had been taken over by Liberty Global.

^③ The acquisition of Kabel BW by Liberty Global was announced in March 2011, pending anti-trust approval.

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

T.1.DE.2
G.1.DE.2ARD financial situation
2007-2010 EUR million.

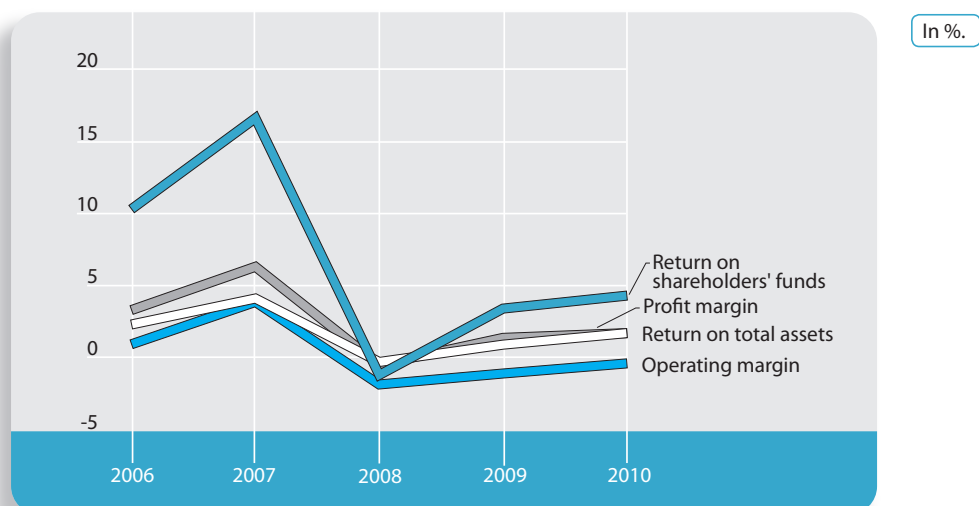
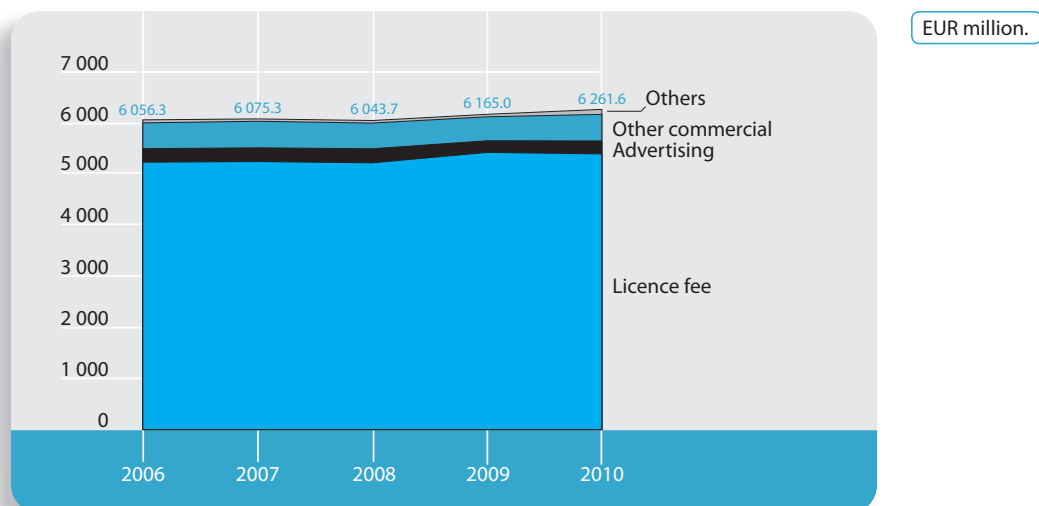
Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	5 241.1	5 215.9	5 420.0	5 390.9	86.3%	86.3%	87.9%	86.1%	-0.5%
- Licence fee	5 241.1	5 215.9	5 420.0	5 390.9	86.3%	86.3%	87.9%	86.1%	-0.5%
Total commercial income	787.7	778.0	696.6	773.1	13.0%	12.9%	11.3%	12.3%	11.0%
- Advertising	268.4	275.3	227.8	253.0	4.4%	4.6%	3.7%	4.0%	11.1%
- Other commercial income	519.4	502.6	468.8	520.1	8.5%	8.3%	7.6%	8.3%	10.9%
Other income	46.4	49.8	48.4	97.6	0.8%	0.8%	0.8%	1.6%	101.7%

TOTAL	6 075.3	6 043.7	6 165.0	6 261.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.6%
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-------------

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	3 691.9	3 975.6	3 797.1	4 008.9	63.4%	65.0%	61.4%	63.3%	5.6%
Costs of personnel	1 820.1	1 844.7	2 076.0	2 014.5	31.3%	30.2%	33.6%	31.8%	-3.0%
Depreciation	308.4	293.1	306.2	313.4	5.3%	4.8%	5.0%	4.9%	2.4%
Operating expenditure	5 820.4	6 113.4	6 179.3	6 336.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	2.5%

Net result	315.7	-100.9	40.0	65.4					63.5%
Operating margin (%)	3.9	-1.9	-1.1	-0.4					

Source: ARD, European Audiovisual Observatory



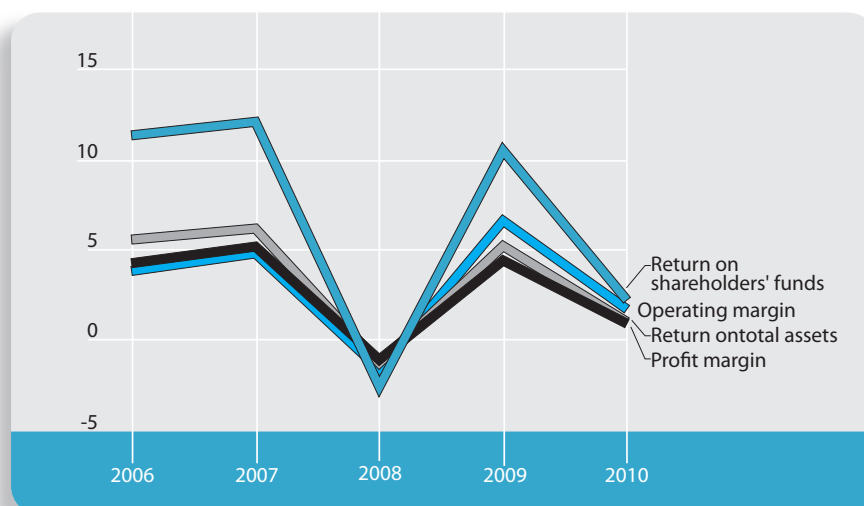
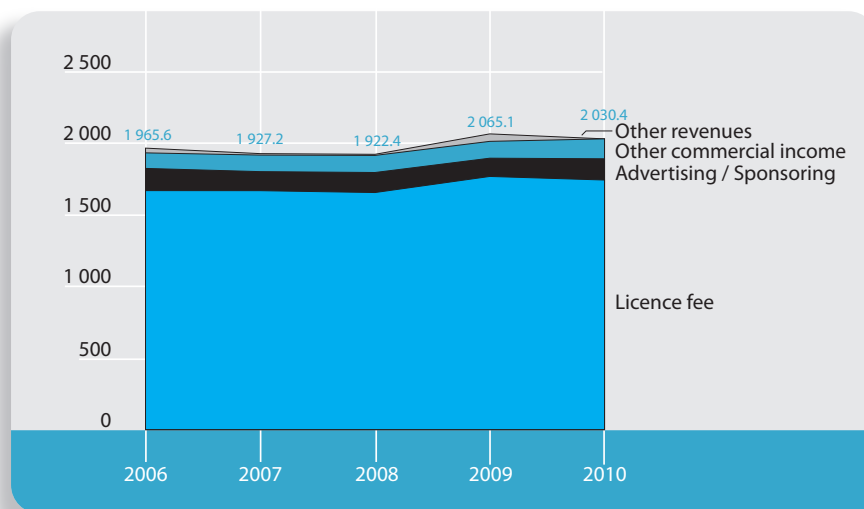
T.1.DE.3
G.1.DE.3ZDF financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	1 668.6	1 655.5	1 767.9	1 742.9	86.6%	86.1%	85.6%	88.7%	-1.4%
- Licence fee	1 668.6	1 655.5	1 767.9	1 742.9	86.6%	86.1%	85.6%	88.7%	-1.4%
Total commercial income	248.6	259.2	245.0	287.5	12.9%	13.5%	11.9%	14.6%	17.3%
- Advertising / Sponsoring	132.9	139.9	127.5	148.3	6.9%	7.3%	6.2%	7.5%	16.3%
- Other commercial income	115.7	119.3	117.5	139.2	6.0%	6.2%	5.7%	7.1%	18.5%
Other revenues	10.1	7.8	52.2	-64.4	0.5%	0.4%	2.5%	-3.3%	-
TOTAL	1 927.2	1 922.4	2 065.1	1 965.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-4.8%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	1 432.6	1 571.6	1 514.5	1 518.7	78.1%	80.4%	78.5%	78.6%	0.3%
Costs of personnel	356.7	338.1	359.3	354.6	19.4%	17.3%	18.6%	18.3%	-1.3%
Depreciation	45.6	44.1	55.1	59.2	2.5%	2.3%	2.9%	3.1%	7.4%
Operating expenditure	1 834.9	1 953.8	1 928.9	1 932.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.2%

Net result	87	-37	75.5	-23.5					-131.1%
Operating margin (%)	4.80	-0.02	6.60	1.70					

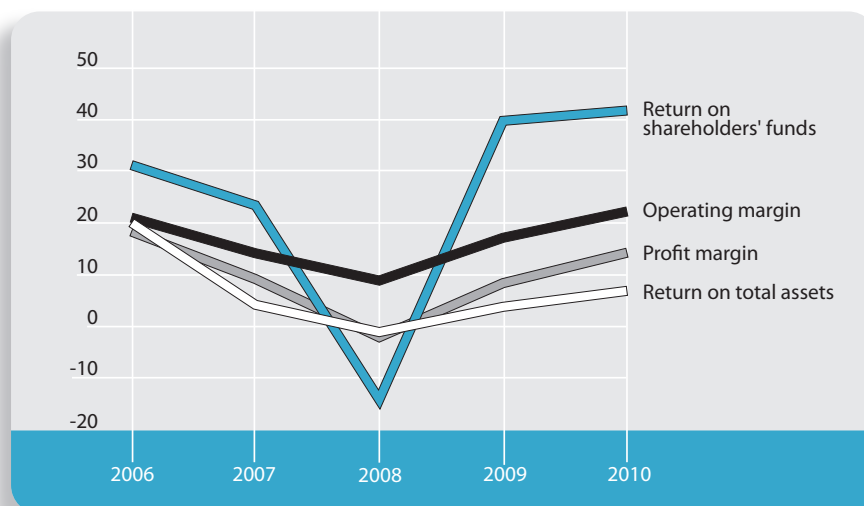
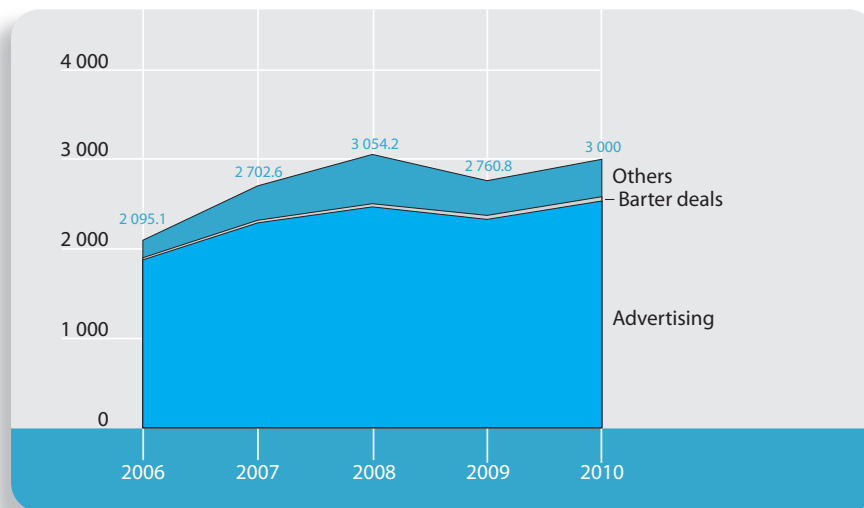
Source: ZDF, European Audiovisual Observatory



T.1.DE.4
G.1.DE.4ProSiebenSat.1 Media AG financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Advertising	2 289.2	2 468.1	2 328.2	2 534.0	84.7%	80.8%	84.3%	84.5%	8.8%
Barter deals	29.4	35.5	44.8	47.8	1.1%	1.2%	1.6%	1.6%	6.7%
Others	384.0	550.6	387.8	418.2	14.2%	18.0%	14.0%	13.9%	7.8%
Total	2 702.5	3 054.2	2 760.8	3 000.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	8.7%
Operating revenues	2 727.2	3 117.5	2 786.2	3 011.2					8.1%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services est.	1 874.3	2 055.0	1 776.8	1 832.3	80.3%	72.1%	76.9%	78.2%	3.1%
Costs of personnel	323.6	444.2	386.4	371.3	13.9%	15.6%	16.7%	15.9%	-3.9%
Depreciation and amortisation	137.0	351.8	147.5	138.1	5.9%	12.3%	6.4%	5.9%	-6.4%
Operating expenditure	2 334.9	2 851.0	2 310.7	2 341.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.3%
Net result	96.2	-125.5	152.3	318.3					109.0%
Operating margin (%)	14.1	8.6	17.1	22.2					

Source: ProSiebenSat.1 Media AG, European Audiovisual Observatory



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

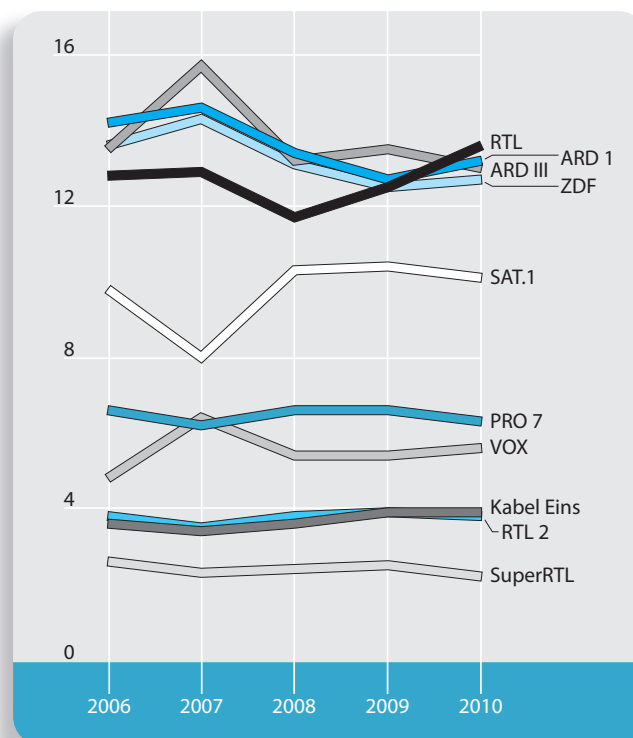
TV audience market share in Germany

2006-2010 Daily share. In %, 3 years +.

Channels	2006	2007	2008	2009	2010
ARD III	13.5	15.7	13.2	13.5	13.0
ARD 1	14.2	14.6	13.4	12.7	13.2
ZDF	13.6	14.3	13.1	12.5	12.7
KI.KA	1.1	0.6	1.3	1.4	1.4
3sat	1.0	1.0	1.1	1.1	1.0
PHOENIX	0.7	0.6	0.9	1.0	1.0
ARTE	0.6	0.8	0.6	0.7	0.8
ZDF Neo	-	-	-	0.1	0.2
ZDF Infokanal	-	-	-	0.1	0.1
German public channels	44.7	47.6	43.6	43.1	43.4
RTL	12.8	12.9	11.7	12.5	13.6
SAT.1	9.8	8.0	10.3	10.4	10.1
PRO 7	6.6	6.2	6.6	6.6	6.3
VOX	4.8	6.4	5.4	5.4	5.6
Kabel Eins	3.6	3.4	3.6	3.9	3.9
RTL 2	3.8	3.5	3.8	3.9	3.8
SuperRTL	2.6	2.3	2.4	2.5	2.2
N 24	-	0.6	1.0	1.0	1.0
Tele 5	0.6	0.7	0.9	1.0	0.9
n-tv	0.6	0.7	0.8	0.9	0.9
Sport 1 (formerly DSF)	1.0	1.2	0.9	0.9	0.8
NICK	0.5	0.4	0.8	0.9	0.8
DMAX	-	0.4	0.6	0.7	0.7
VIVA	0.6	0.3	0.6	0.6	0.5
MTV	-	0.3	0.5	0.4	0.4
Comedy Central	-	0.2	0.3	0.3	0.3
Das VIERTE	0.6	0.8	0.8	0.6	0.2
Neun Live	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1
VIVA PLUS	0.2	0.0	-	-	-
Main German private channels	48.3	48.4	51.1	52.5	52.1
Eurosport	0.9	0.6	0.9	0.9	0.7
Others	6.1	3.4	4.4	3.5	3.8

Source: Eurodata TV Worldwide, AGF - GfK

Daily share. In %, 3 years +.



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

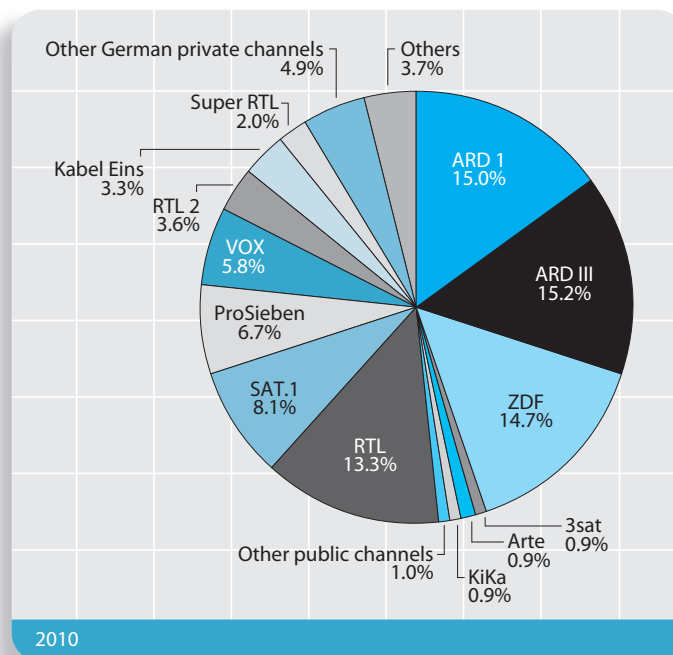
TV audience market share in Germany

2006-2010 Prime time (19:00-23:00). In %, 3 years +.

Channels	2006	2007	2008	2009	2010
ARD 1	15.5	13.4	15.0	14.4	15.0
ARD III	15.7	13.5	15.4	15.7	15.2
ZDF	15.2	12.9	14.9	14.3	14.7
3sat	0.9	1.0	1.0	1.0	0.9
Arte	0.7	0.7	0.8	0.9	0.9
KiKa	0.5	1.2	0.7	0.8	0.9
Phoenix	0.5	0.9	0.7	0.7	0.7
ZDF Neo	-	-	-	0.1	0.2
ZDF Infokanal	-	-	-	0.1	0.1
German public channels	49.0	43.6	48.5	48.0	48.6
RTL	12.7	12.4	12.6	13.0	13.3
SAT.1	8.9	9.6	7.6	7.8	8.1
ProSieben	6.3	6.5	6.8	6.8	6.7
VOX	5.3	5.7	5.8	5.9	5.8
RTL 2	3.5	3.9	3.5	3.6	3.6
Kabel Eins	3.2	3.6	3.4	3.4	3.3
Super RTL	2.3	2.6	2.1	2.2	2.0
Tele 5	0.6	0.7	0.9	1.0	0.9
Sport 1 (formerly DSF)	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8
N 24		0.9	0.7	0.6	0.6
DMAX		0.5	0.4	0.5	0.6
n-tv	0.4	0.7	0.5	0.5	0.5
Das Vierte	0.6	0.8	0.9	0.8	0.3
NICK	0.3	0.7	0.5	0.3	0.3
VIVA	0.3	0.6	0.4	0.3	0.3
Comedy Central		0.3	0.2	0.3	0.3
MTV		0.5	0.3	0.3	0.3
9Live	0.1	0.2	0.1	0.0	0.0
VIVA PLUS	0.1	0.0	-	-	-
German private channels	45.7	51.3	47.7	48.2	47.7
Eurosport	0.6	1.0	0.6	0.6	0.0
Others	4.7	4.1	3.2	3.2	3.7

Source: Eurodata TV Worldwide, AGF - GfK

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



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 (28.1% of daily audiences in 2010), followed by DR1 (19.2%). The two main public channels therefore account for 47.2% of average daily audiences in 2010 (61.9% in 2006). Despite the creation of various special-interest channels, the entire public sector saw its total audience drop from 72.4% in 2006 to 62.9% in 2010. The most popular private channel is TV3 (Swedish MTG group), with a steady daily market share of 5%. The other main private channels are TV3+ (MTG group, 3.4% daily audience share) and Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), whose daily audience share grew from 2.9% in 2009 to 3.4% in 2010.

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.

On 20 April 2011, the European Commission published a press release on two decisions relating to aid granted to TV2. Despite the decision of 2004 declaring the funding mechanism illegal, the Commission concluded that the state aid provided as compensation for a public service obligation was necessary and proportionate. It also stressed the importance of public service broadcasters for cultural and democratic aspects and the public debate in member states. The second decision approved aid for the restructuring of TV2, the aim of which is to consolidate the broadcaster's long-term viability. TV2 will implement a new business model that is expected to enable it to collect subscription payments for its main public service channel from 2012. As TV2 should become viable without continued state support, the Commission concluded that the restructuring plan was in

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 (28,1 % d'audience quotidienne en 2010) devant DR1 (19,2 %). Les deux premières chaînes publiques rassemblent donc 47,2 % de part de marché d'audience quotidienne en 2010 (contre 61,9 % en 2006). Malgré la création de diverses chaînes thématiques, l'ensemble du secteur public a néanmoins vu son audience totale tomber de 72,4 % en 2006 à 62,9 % en 2010. La première chaîne privée est TV3 (groupe suédois MTG), dont la part de marché est stable à 5 % d'audience quotidienne. Les principales autres chaînes privées sont TV3+ (groupe MTG, 3,4 % d'audience quotidienne) et Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), qui est passée de 2,9 % en 2009 à 3,4 % en 2010.

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. En janvier 2009, le gouvernement a publié un plan visant à transformer partiellement TV 2 en chaîne payante à partir de 2012. Le 20 avril 2011 la Commission européenne a publié un communiqué de presse portant sur deux décisions relatives aux aides accordées à TV 2. En dépit de la décision de 2004 qui avait déclaré illégal le mécanisme de financement, la Commission a conclu que l'aide d'Etat intervenant en compensation d'une obligation de service public était nécessaire et proportionnée. En outre, elle a insisté sur l'importance des chaînes assurant un service public pour les aspects culturels, démocratiques et du débat public au sein des Etats membres. La seconde décision valide une aide à la restructuration pour TV2. Celle-ci a pour objet de consolider la viabilité du diffuseur sur le long terme. TV2 mettra en pratique un nouveau modèle d'activité censé lui permettre de collecter des abonnements pour sa principale chaîne de service public

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 28,1 % der täglichen Zuschauer 2010) vor DR1 (19,2 %). Die beiden größten öffentlich-rechtlichen Sender kamen 2010 auf 47,2 % der täglichen Zuschauermarktanteile (gegenüber 61,9 % 2006). Trotz des Sendestarts verschiedener Spartenkanäle fiel die Einschaltquote der öffentlich-rechtlichen Programme von insgesamt 72,4 % 2006 auf 62,9 % 2010. Der wichtigste Privatsender ist TV3 (der schwedischen MTG-Gruppe), dessen Marktanteil stabil bei einer täglichen Einschaltquote von 5 % lag. Die wichtigsten anderen Privatsender sind TV3+ (MTG, mit einer täglichen Einschaltquote von 3,4 %) und Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), dessen Einschaltquote sich von 2,9 % 2009 auf 3,4 % 2010 erhöhte.

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 zurück zu zahlen. 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.

Am 20. April 2011 hat die Europäische Kommission eine Pressemitteilung über zwei Entscheidungen im Zusammenhang mit den TV 2 gewährten Finanzhilfen veröffentlicht. Während die Kommission das Finanzierungssystem in einer früheren Entscheidung aus dem Jahr 2004 für rechtswidrig erklärt hatte, kam sie nun zu dem Schluss, dass die als Ausgleich für Gemeinwohlverpflichtungen gewährte staatliche Beihilfe erforderlich und angemessen war. Des Weiteren hob die Kommission die Bedeutung öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter für die kulturelle, demokratische und gesellschaftliche Diskussion in den Mitgliedstaaten hervor. Mit der zweiten Entscheidung wird eine Umstrukturierungshilfe für TV 2 genehmigt, die die langfristige

compliance with the rescue and restructuring guidelines.

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 provided around 30 pay-TV channels in 2010. In January 2011, TV2 became a paid service. In September 2011, Boxer announced the launch of an HD service for April 2012.

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 1.26 million subscribers in December 2010. After YouSee are Stofa (Sweden's TeliaSonera group), which has about 350 000 subscribers, and Canal Digital (Norway's Telenor group), which has only 32 000 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. In March 2010, Canal Digital had about 800 000 subscribers.

Finally, IPTV appears to be a rapidly growing market in Denmark. Following a concentration process, four IPTV transmission companies shared the market in 2011.

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.

à compter de 2012. Dans la mesure où TV2 devrait devenir viable sans aide continue de l'Etat, la Commission a conclu que le plan de restructuration est en conformité avec les lignes directrices relatives aux aides de sauvetage et de restructuration.

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 multiplexes sont opérés par Boxer TV (filiale du groupe suédois éponyme) et forment la plate-forme de TNT payante, complémentaire de l'offre gratuite. Un premier bouquet d'une dizaine de chaînes a été lancé en février 2009 et la diffusion des autres chaînes a débuté en novembre 2009 lors de l'extinction des transmissions analogiques. Au total, en 2010, Boxer propose une trentaine de chaînes payantes. En janvier 2011, la réception de TV2 est devenue payante. En septembre 2011, Boxer a annoncé le lancement d'une offre HD pour avril 2012.

Le marché de l'offre multi-chaînes payante est toujours dominé par les câblo-opérateurs, encore nombreux au Danemark même si YouSee (groupe TDC) contrôle pratiquement le marché avec 1,26 million d'abonnés en décembre 2010. Derrière YouSee, Stofa (filiale du groupe suédois TeliaSonera) rassemble environ 350 000 abonnés ou encore Canal Digital (contrôlé par le groupe norvégien Telenor) seulement 32 000 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. En mars 2010, Canal Digital comptait environ 800 000 abonnés.

Enfin, l'IPTV apparaît comme un marché en pleine croissance au Danemark. Après un processus de concentration, quatre entreprises de transmission IPTV se partagent le marché en 2011.

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.

Rentabilité des Senders wiederherstellen soll. TV 2 wird ein neues Geschäftsmodell in die Praxis umsetzen, mit dem der Sender ab 2012 Abonnementgebühren für seinen wichtigsten öffentlich-rechtlichen Sender erheben kann. Unter der Voraussetzung, dass TV 2 ohne Fortsetzung der staatlichen Beihilfen rentabel wird, ist der Umstrukturierungsplan mit den Beihilferichtlinien zur Rettung und Umstrukturierung gemäß der Entscheidung der Kommission vereinbar.

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-rechtliche 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 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. Im Januar 2011 wurde der Empfang von TV2 kostenpflichtig. Im September 2011 kündigte Boxer den Start eines HD-Angebots für April 2012 an.

Der Markt für kostenpflichtige Multi-Kanalangebote wird daher weiterhin von den in Dänemark noch zahlreichen Kabelnetzbetreibern beherrscht, auch wenn YouSee (TDC-Gruppe) mit 1,26 Mio. Abonnenten im Dezember 2010 den Markt ziemlich fest im Griff hatte. Hinter YouSee kamen Stofa (schwedische TeliaSonera-Gruppe) auf etwa 350 000 Abonnenten und Canal Digital (norwegische Telenor-Gruppe) auf gerade mal 32 000.

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. Im März 2010 hatte Canal Digital rund 800 000 Abonnenten.

Der IPTV-Markt in Dänemark erlebt offensichtlich einen kräftigen Aufschwung. Nach einem Konzentrationsprozess teilten sich 2011 vier Übertragungsunternehmen diesen Markt.

Die dänische Regierung hat im Mai 2010 mit der Dansk Folkeparti (Dänische Volkspartei) und der Liberal Alliance (Liberaler 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

A 31.12.2010. C 09.2011.
B 09.2011. D 09.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	5 561		Eurostat
Households	–	2 847		Danmarks Statistik
TV households	95.3%	2 713		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	58.8%	1 673		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	26.0%		740	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	12.3%		349	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	12.3%		349	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	11.3%	322		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	8.2%		233	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	8.7%	248		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	13.2%		377	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	2.3%	65		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	59.7%		1 699	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	81.1%	2 308		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	80.0%	2 279		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	63.9%	1 818		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	43		Screen Digest

TV channels distributors ^B	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	23 Altibox (Lyse Energy), ComX, Dansk Bredbånd (Wao), Fast TV (TDC), TDC, Telia (TeliaSonera), Wao! Consortium etc.
DTT multiplex operators and packagers	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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	15	1	16
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	2	5	7
Regional / Local	5	125	130
Regional / Local windows	8	37	45
Channels targeting foreign markets		3	3
Total	30	171	201
<i>Foreign channels targeting the country</i>	2	58	60

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free Digital Terrestrial Digi TV	Digital Terrestrial Boxer	Cable YouSee	Cable Telia Stofa	Satellite Viasat	IPTV TDC TV
Generalist - national	4	4	4	4	4	4
Generalist - foreign		3	20	23		10
Adult			1	1	3	1
Children	1	5	6	9	8	5
Culture/ education/ documentary	1	6	7	11	6	9
Entertainment/ TV fiction/ games		6	10	12	6	9
Film		3	16	14	9	8
HD simulcast of an existing channel			12	12	3	9
International linguistic and cultural			7	7		
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	1	3		
Minority interest groups			5	4		
Music		3	6	10	3	4
News/ business	1	3	5	8	6	4
Parliament/ government/ administration	1	1	1	1		1
Regional/ local	154	154		1		
Religion			1		1	
Sports		2	10	14	4	6
Various			2	1		1
Total (including HD channels)	2 8 (1)	2 38 (1)	114 (17)	135 (22)	53 (7)	71 (15)

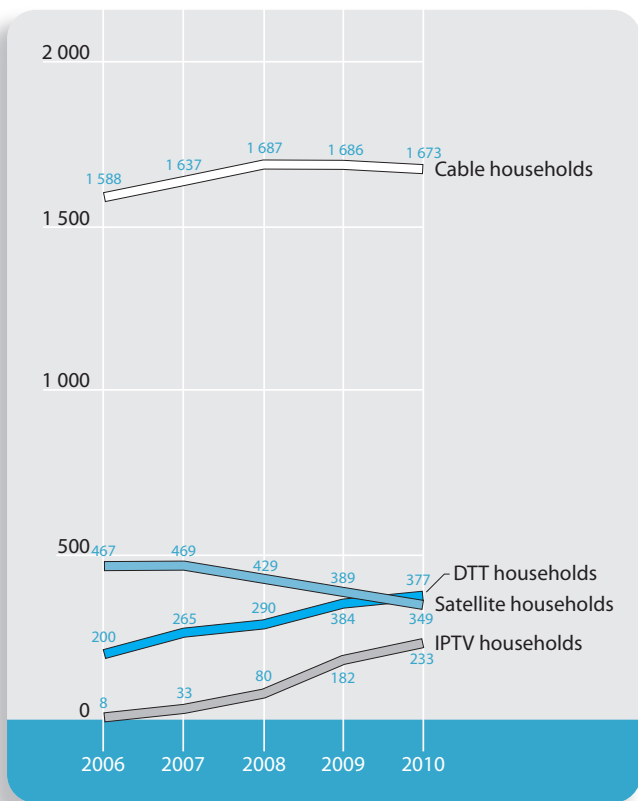
¹ Includes free DTT. ² In addition 154 local non commercial stations are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

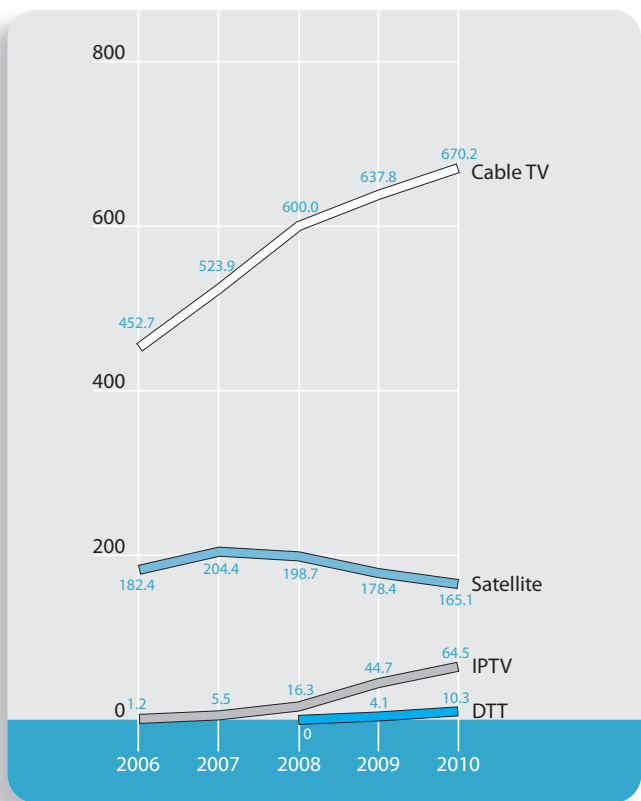
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

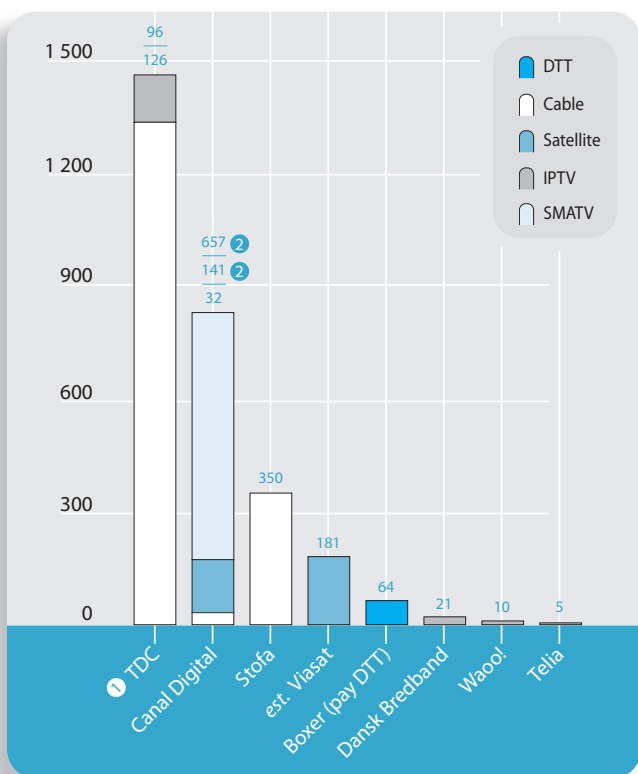
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.



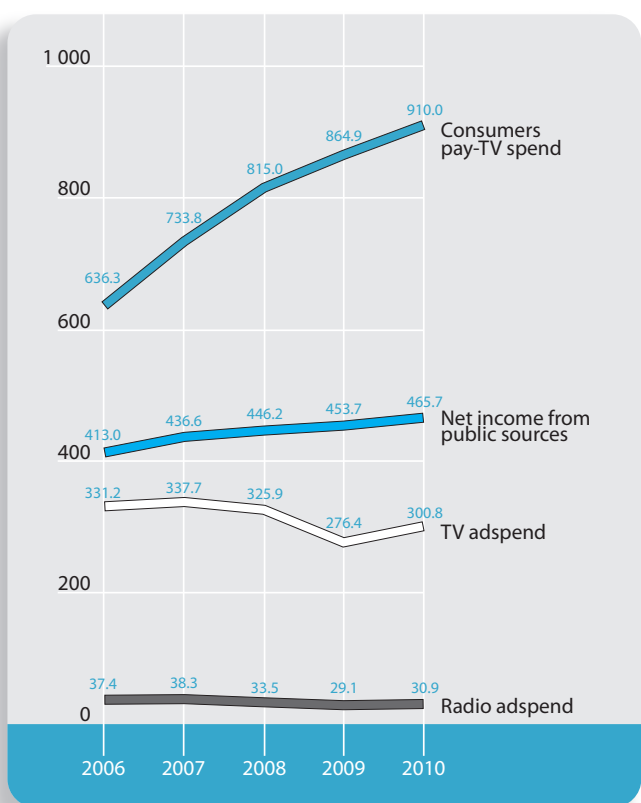
1 Cable includes Dansk Kabel TV & YouSee customers ; IPTV includes TDC TV & FastTV customers.

2 Data March 2010.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2007-2010

DKK million. Regional and local television channels not included.

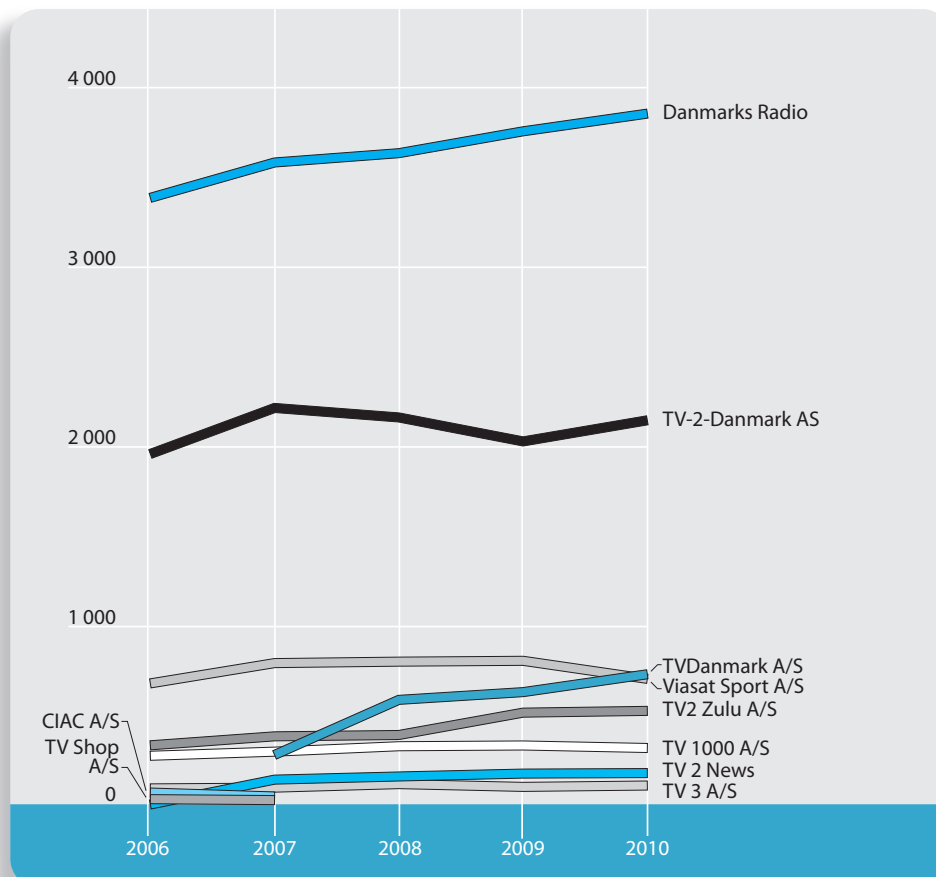
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Danmarks Radio ¹	sptv	DR-1, DR-2	3 587.8	3 639.8	3 762.0	3 860.9	2.6%
TV-2-Danmark AS ¹	sptv	TV-2	2 216.0	2 163.0	2 029.0	2 147.0	5.8%
TVDanmark A/S	adtv	TV Danmark	277.1	584.7	628.0	727.8	15.9%
Viasat Sport A/S	thtv	Viasat Sport	790.2	798.3	803.0	702.1	-12.6%
TV2 Zulu A/S	sptv	TV 2 Zulu	380.9	388.4	513.3	523.2	1.9%
TV 1000 A/S	pay-tv	TV 1000	295.3	325.6	329.8	315.8	-4.2%
TV 2 News	sptv	TV 2 News	139.0	156.6	172.7	175.6	1.7%
TV 3 A/S	adtv	TV 3	94.2	114.0	98.4	106.0	7.7%
Bravad production APS	adtv	DK4	-	~	~	~	~
p.m. CIAC A/S ²	adtv	DK4	44.8	-	-	-	-
FIDD APS	pay-TV	Scandinavian Movies Channel	5.4	~	~	~	~
TV Shop A/S	hstv	TV Shop	24.6	~	-	-	-

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
TDC A/S ³	3Play, 3G TV	TDC TV, Oplev Fly		39 321.0	38 819.0	35 939.0	26 167.0	-27.2%
Telenor A/S ³	3G TV	Telenor Mobil TV		4 762.0	6 384.0	6 145.0	6 635.0	8.0%
Yousee A/S ³	3Play	YouSee Kabel TV, YouSee Web-TV		2 523.0	2 883.0	3 237.0	3 603.0	11.3%
Hi3G Denmark APS ³	3G TV	3 Mobil TV		1 227.9	1 466.1	1 776.9	2 247.0	26.5%
Viasat A/S	sat	Viasat		801.7	944.9	1 053.3	1 115.4	5.9%
Telia Stofa A/S ³	3Play	Stofa TV		941.3	1 036.6	1 023.6	1 100.9	7.6%
Canal Digital Danmarks A/S ²	sat	Canal Digital		958.4	987.1	907.8	-	-
Dansk Kabel TV APS ³	3Play	Dansk Kabel TV		372.6	403.8	574.7	589.3	2.5%
Boxer TV A/S	PayDTT	Boxer		-	-	30.1	123.1	309.0%

¹ Historical series reviewed following data published in the annual reports 2010.² Dissolved in 2010.³ Operating revenues include telecommunication activities (Internet, telephony).

Source: European Audiovisual Observatory

DKK million.



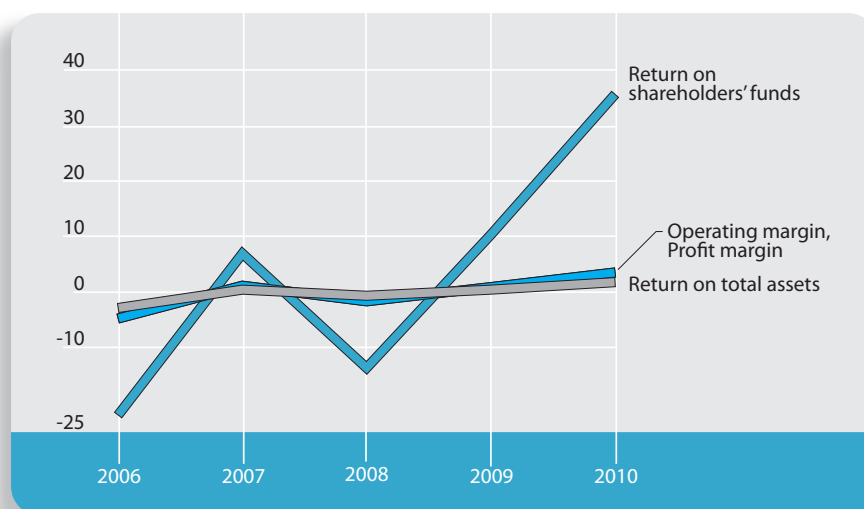
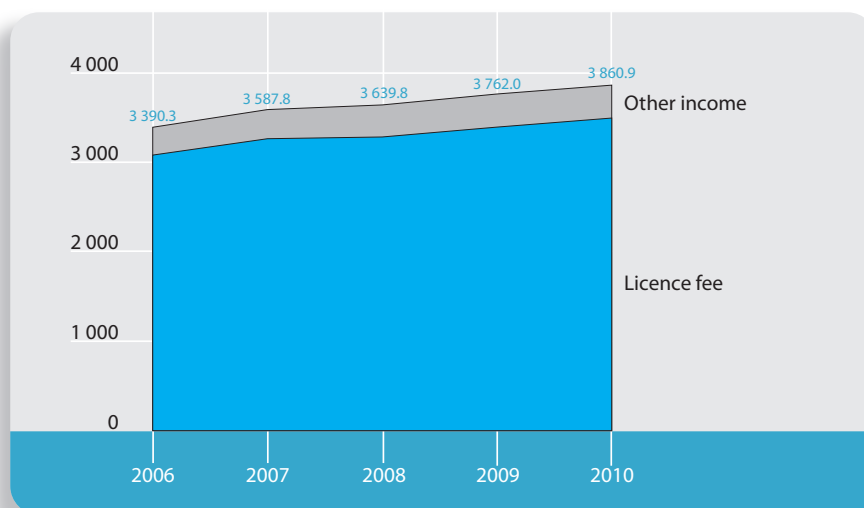
T.1.DK.2
G.1.DK.2DR financial situation
2007-2010 DKK million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	3 262.3	3 281.8	3 392.1	3 493.3	90.9%	90.2%	90.2%	90.5%	3.0%
- Licence fee	3 262.3	3 281.8	3 392.1	3 493.3	90.9%	90.2%	90.2%	90.5%	3.0%
Other income	325.5	358.0	369.9	367.6	9.1%	9.8%	9.8%	9.5%	-0.6%
TOTAL	3 587.8	3 639.8	3 762.0	3 860.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	2.6%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	1 372.0	1 536.5	1 533.1	1 487.2	38.7%	41.5%	41.1%	39.9%	-3.0%
Costs of personnel	1 825.6	1 794.6	1 832.1	1 841.2	51.5%	48.5%	49.1%	49.4%	0.5%
Depreciation	350.0	370.4	364.4	397.2	9.9%	10.0%	9.8%	10.7%	9.0%
Operating expenditure	3 547.6	3 701.5	3 729.6	3 725.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.1%

Net result	-83	-99	-123	14					-111.3%
Operating margin (%)									

Source: DR, European Audiovisual Observatory



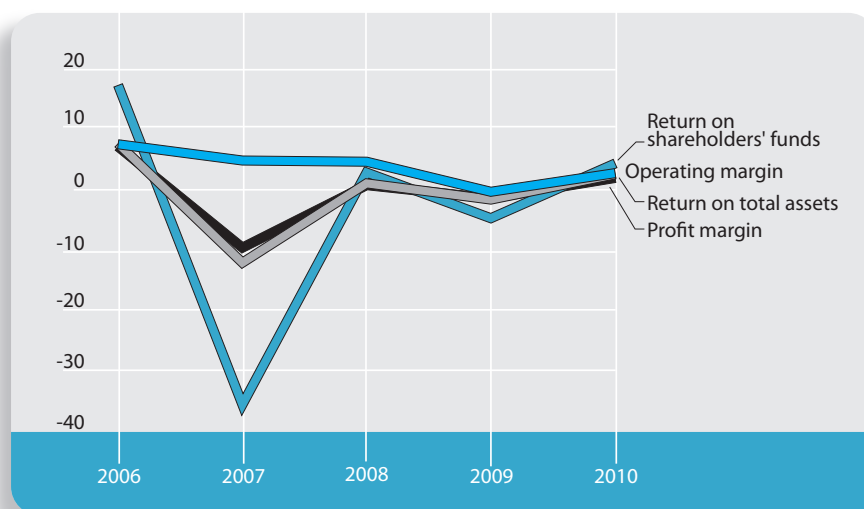
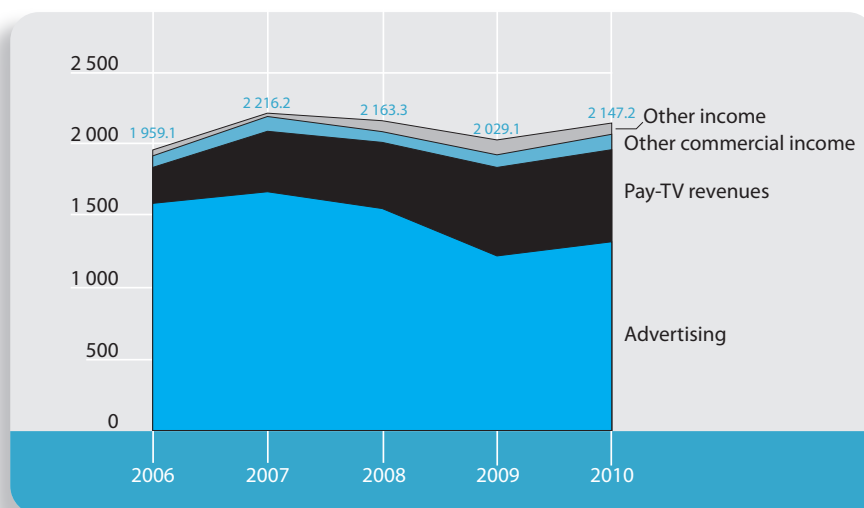
T.1.DK.3
G.1.DK.3TV2 Denmark financial situation (consolidated)
2007-2010 DKK million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total commercial income	2 192.8	2 086.9	1 925.0	2 068.7	98.9%	96.5%	94.9%	96.3%	7.5%
- Advertising	1 667.2	1 550.0	1 219.0	1 318.0	75.2%	71.6%	60.1%	61.4%	8.1%
- Pay-TV revenues	422.3	461.9	618.0	643.0	19.1%	21.4%	30.5%	29.9%	4.0%
- Other commercial income	103.3	75.0	88.0	107.7	4.7%	3.5%	4.3%	5.0%	22.4%
Other income	23.4	76.4	104.1	78.5	1.1%	3.5%	5.1%	3.7%	-24.6%
Total	2 216.2	2 163.3	2 029.0	2 147.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	5.8%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Material costs	1 141.8	1 321.1	1 307.5	1 414.3	54.2%	64.1%	64.4%	65.9%	8.2%
- Cost of personnel	672.8	581.2	583.5	619.5	31.9%	28.2%	28.8%	28.9%	6.2%
- Depreciation	292.7	158.8	138.0	113.4	13.9%	7.7%	6.8%	5.3%	-17.8%
Operating expenditure	2 107.3	2 061.1	2 029.0	2 147.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	5.8%

Net result	-158.5	18.2	-14.4	350.1					-2 531.3%
Operating margin (%)	4.9	4.7	-0.3	2.8					

Source: TV2, European Audiovisual Observatory

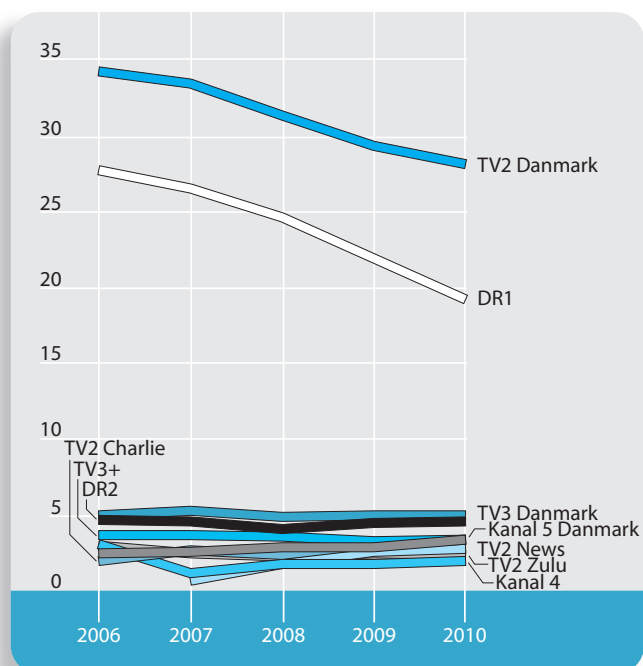


T.1.DK.4
G.1.DK.4TV audience market share in Denmark
2006-2010 In %, 3 years +.

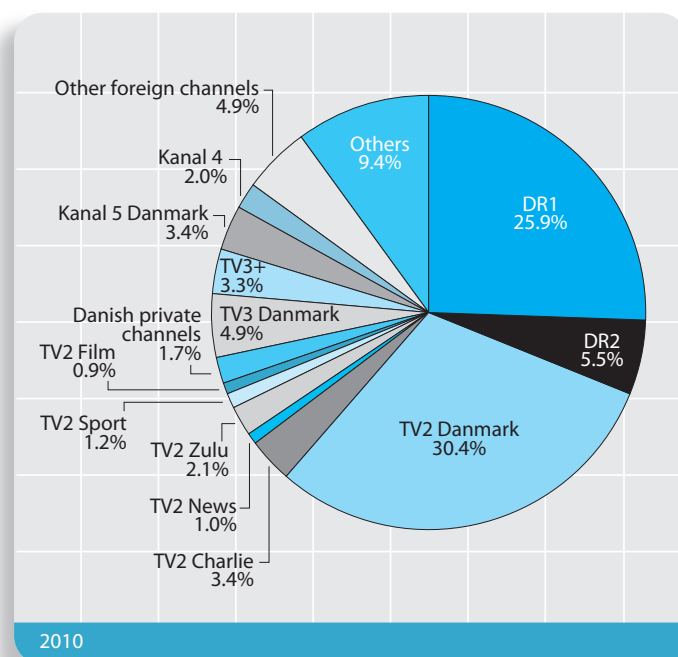
Channels	Daily share					Prime time (18:30-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
DR1	27.7	26.5	24.6	21.9	19.2	34.1	33.2	30.9	28.3	25.9
DR2	4.7	4.6	4.1	4.5	4.6	5.0	5.1	4.7	5.4	5.5
TV2 Danmark	34.2	33.4	31.3	29.3	28.1	35.5	34.9	33.6	31.5	30.4
TV2 Charlie	2.0	2.7	2.4	3.1	3.4	2.0	2.2	2.1	3.1	3.4
TV2 News		0.7	1.8	2.6	2.8		0.2	0.7	1.0	1.0
TV2 Zulu	3.0	2.5	2.3	2.5	2.4	2.5	2.1	2.0	2.2	2.1
TV2 Sport		0.9	1.1	1.4	1.3		0.7	1.0	1.1	1.2
TV2 Film	0.8	1.1	1.1	1.2	1.1	0.7	0.9	0.8	0.9	0.9
Danish public channels	72.4	72.4	68.7	66.5	62.9	79.8	79.3	75.8	73.5	70.4
G'eren		0.9	1.0	1.3	1.3		0.7	0.7	1.2	1.3
DK 4	0.6	0.6	0.5	0.4	0.4	0.6	0.6	0.5	0.4	0.4
Kanal København	~	~	~	0.1	0.0	~	~	~	0.0	0.0
Danish private channels	0.6	1.5	1.5	1.8	1.7	0.6	1.3	1.2	1.6	1.7
TV3 Danmark	5.0	5.3	4.9	5.0	5.0	4.5	4.8	4.7	5.0	4.9
TV3+	3.7	3.7	3.6	3.3	3.4	3.3	3.6	3.4	3.2	3.3
Kanal 5 Danmark	2.5	2.6	2.9	2.9	3.4	2.5	2.7	2.9	3.0	3.4
Kanal 4	3.1	1.2	1.8	1.8	2.0	2.4	1.1	1.8	2.0	2.0
Disney Channel	1.8	2.4	2.1	1.9	1.8	0.7	1.0	0.9	0.8	0.9
TV3 Puls	~	~	~	1.4	1.3	~	~	~	1.1	0.9
Discovery Channel Danmark	1.3	1.3	1.3	1.3	1.1	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9
Cartoon Network	1.2	1.2	1.4	1.3	1.0	0.7	0.7	0.8	0.8	0.5
Eurosport	0.8	0.9	0.9	1.0	0.9	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5
Disney XD	~	~	~	0.4	0.7	~	~	~	0.4	0.3
Animal Planet Europe	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5	0.3	0.3	0.3	0.4	0.3
Nickelodeon Scandinavia	~	~	~	0.3	0.5	~	~	~	0.3	0.1
MTV Denmark	~	~	~	0.4	0.4	~	~	~	0.4	0.2
The Voice TV (Denmark)	~	~	~	0.3	0.3	~	~	~	0.3	0.1
VH1 Denmark	~	~	~	0.2	0.3	~	~	~	0.1	0.2
Playhouse Disney	~	~	~	0.3	0.2	~	~	~	0.3	0.0
Hallmark Channel UK	~	~	~	0.2	0.0	~	~	~	0.2	0.0
Foreign channels	20.0	19.2	19.5	23.0	22.8	15.6	15.4	16.1	20.1	18.5
Others	7.0	6.9	10.3	8.7	12.6	4.0	4.0	6.9	4.8	9.4

Source: Eurodata TV Worldwide, GALLUP TV-METER

Daily share. In %, 3 years +.



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



Estonia's public service broadcaster operates two television channels: ETV and ETV2. The former had an audience market share in 2010 that was stable at 15.3%, which placed it in second position on the market; the latter, which offers children's programmes during the day and cultural programmes in the evening, saw its audience share increase to 2.1%. The combined market share of the two public channels enables them to reach a level unequalled since 2004. Estonia's main private broadcaster is Kanal 2, controlled by the Norwegian group Schibsted, which remained in the lead with a 17.3% audience market share in 2010, although this figure is significantly down on past years. The other private channels on the market are, apart from Kanal 11, the sister channel of Kanal 2, the entertainment channels TV3 and TV6, both controlled by the Swedish group MTG, and Russian-language channels such as PBK, RTR Planeta, 3+ (MTG group) and Ren TV.

The switchoff of analogue terrestrial transmissions took place on 1 July 2010. Three multiplexes are operational. The first, operated by Levira, now only transmits four free-to-air channels following the withdrawal of the channel Kanal 11 in January 2011. A call for tenders was launched by the Ministry of Culture for a new national free-to-air channel at the beginning of 2011. The two other multiplexes are dedicated to the pay-DTT platform ZuumTV, launched in 2006 and operated by Starman.

After the digitisation of terrestrial transmissions, the government turned its attention to the digitisation of the cable networks and set the switchoff of analogue cable transmissions for September 2012. The cable network is still the main means of television reception in Estonia and supplies about 45% of households, ahead of IPTV, DTT and satellite.

The multi-channel distribution market is still in the hands of just a few players, with only one pay-DTT distributor (Starman), three cable operators (Starman, STV and Telset) – Elion having ceased distributing its cable television package in 2009) – one satellite television packager (Viasat [MTG Group]) and one IPTV provider (Elion [TeliaSonera Group]) operating on the market.

In December 2010, the Estonian parliament passed the Media Services Act, which replaces the old Broadcasting Act and brings Estonian media regulation into line with the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD).

Le radiodiffuseur public en Estonie édite deux chaînes de télévision : ETV et ETV2. La première affiche une part de marché d'audience stable en 2010, à 15,3 %, ce qui la place en deuxième position sur le marché, et la seconde, qui propose des programmes pour enfants en journée et culturels en soirée, voit son audience progresser à 2,1 %. La part de marché cumulée des deux chaînes publiques leur permet d'atteindre un niveau inégalé depuis 2004. Le principal radiodiffuseur privé en Estonie est Kanal 2, contrôlé par le groupe norvégien Schibsted, qui demeure en tête avec 17,3 % de part de marché d'audience quotidienne en 2010, une part en net repli toutefois. Les autres chaînes privées sur le marché sont, outre Kanal 11 la chaîne sœur de Kanal 2, les chaînes de divertissement TV3 et TV6 contrôlées par le groupe suédois MTG, ainsi que les chaînes russophones comme PBK, RTR Planeta, 3+ (groupe MTG) ou encore Ren TV.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres a eu lieu le 1er juillet 2010. Trois multiplex sont opérationnels. Le premier, opéré par Levira, ne transmet plus que quatre chaînes gratuites suite au retrait de la chaîne Kanal 11 en janvier 2011. Un appel d'offre a été lancé par le ministère de la Culture pour une nouvelle chaîne nationale terrestre gratuite au début de l'année 2011. Les deux autres multiplex sont dédiés à la plate-forme TNT payante ZuumTV, lancée en 2006 et opérée par Starman.

Après la numérisation des transmissions terrestres, le gouvernement s'est penché sur la numérisation des réseaux câblés et a fixé l'extinction des transmissions analogiques par câble pour septembre 2012. Le réseau câblé reste le principal mode d'accès à la télévision en Estonie : il équipe environ 45 % des foyers, devant l'IPTV, la TNT et le satellite.

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), trois câblo-opérateurs (Starman, STV et Telset, Elion ayant arrêté de distribuer son bouquet de télévision par câble en 2009), un ensemble de télévision par satellite (Viasat, groupe MTG) et un fournisseur de télévision par IP (Elion, groupe TeliaSonera) opèrent sur le marché.

En décembre 2010, le Parlement estonien a adopté une nouvelle loi sur les services de médias qui remplace l'ancienne loi sur la radiodiffusion et harmonise la législation estonienne relative aux médias avec la Directive Services de médias audiovisuels (SMAV).

Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter in Estland betreibt zwei Fernsehsender: ETV und ETV2. ETV erzielte 2010 mit 15,3 % einen stabilen Zuschauermarktanteil, was den zweiten Platz im Markt bedeutet; ETV2 strahlt tagsüber ein Kinderprogramm aus, abends ein Kulturprogramm und konnte seine Einschaltquote auf 2,1 % steigern. Der kumulierte Marktanteil der beiden öffentlich-rechtlichen Sender ist so hoch wie seit 2004 nicht mehr. Das führende private Rundfunkunternehmen in Estland ist der vom norwegischen Konzern Schibsted kontrollierte Kanal 2, der 2010 mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 17,3 % Marktführer blieb, wengleich bei deutlichen Einbußen. Die anderen Privatsender in Estland sind neben Kanal 11 der Schwestersender Kanal 2, die vom schwedischen Konzern MTG kontrollierten Unterhaltungsprogramme TV3 und TV6 sowie die russischsprachigen Sender wie PBK, RTR Planeta, 3+ (MTG-Gruppe) oder auch Ren TV.

Die Abschaltung des analogen terrestrischen Signals erfolgte am 1. Juli 2010. Drei Multiplexe sind einsatzfähig. Der erste wird von Levira betrieben und überträgt nach dem Rückzug von Kanal 11 im Januar 2011 nur noch vier frei empfangbare Sender. Das Kulturministerium hat Anfang 2011 eine Ausschreibung für einen neuen frei empfangbaren landesweiten terrestrischen Sender gestartet. Die zwei anderen Multiplexe werden von der 2006 gestarteten und von Starman betriebenen kostenpflichtigen DVB-T-Plattform ZuumTV genutzt.

Nach der Umstellung auf Digitaltechnik bei der terrestrischen Übertragung hat die Regierung die Digitalisierung der Kabelnetze in Angriff genommen und die Abschaltung der analogen Kabelsignale für September 2012 angekündigt. Das Fernsehprogramm wird in Estland weiterhin hauptsächlich über das Kabelnetz verbreitet: etwa 45 % der Haushalte empfangen das Fernsehprogramm per Kabel, danach folgen IPTV, DVB-T und Satellitenempfang.

Der Markt für Multikanalverbreitung ruht weiterhin in den Händen einiger weniger, da lediglich ein Sendeveranstalter verschlüsselter DVB-T-Programme (Starman), drei Kabelnetzbetreiber (Starman, STV und Telset – Elion hatte die Kabelverbreitung seines Fernsehbouquets 2009 eingestellt) sowie jeweils ein Anbieter von Satellitenprogrammen (Viasat – MTG-Gruppe) und ein IPTV-Dienst (Elion – TeliaSonera-Gruppe) aktiv sind.

Im Dezember 2010 hat das estnische Parlament das Mediendienste-gesetz verabschiedet, das das alte Rundfunkgesetz ersetzt und die estnische Medienregulierung in Einklang mit der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) bringt.

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	1 340		Eurostat
Households	–	553		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	97.1%	537		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	45.9%	254		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	5.4%		30	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	15.9%		88	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	15.6%		86	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	8.9%	49		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	23.1%		128	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	23.1%	128		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	18.6%		103	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	11.4%	63		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	62.7%		347	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	89.3%	494		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	74.1%	410		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	63.3%	350		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	3 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), Elisa (Elisa Oy)

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	5	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		4	4
Regional/Local		4	4
Regional/Local windows			0
Channels targeting foreign markets			0
Total	3	13	16
Foreign channels targeting the country	2	15	17

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Pay digital terrestrial Starman	Cable Starman	Cable STV	Satellite Viasat	IPTV Elion
Generalist - national	2	2	3	2	2	3
Generalist - foreign		2	9	19	2	11
Adult		1	6	6	3	8
Children		4	9	10	12	26
Culture/ education/ documentary		6	19	27	14	31
Minority interest groups				1		
Entertainment/ TV fiction/ games	2	15	25	24	7	34
Film		3	7	13	10	11
HD simulcast of an existing channel			9	6	1	5
International linguistic and cultural			4	6	3	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	5	11		11
Music		2	10	13	4	16
News/ business		3	8	12	6	14
Regional/ local		1	3	1		3
Religion			1	4		3
Sports		4	10	14	5	20
Various				4		
Total (including HD channels)	4 (0)	44 (0)	128 (15)	173 (6)	69 (3)	201 (10)

^D Includes free DTT.

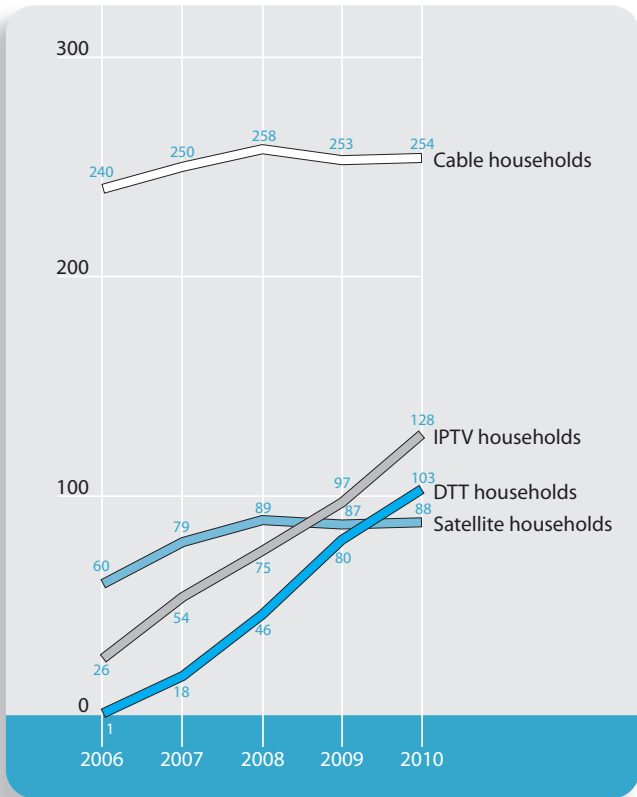
Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

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

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

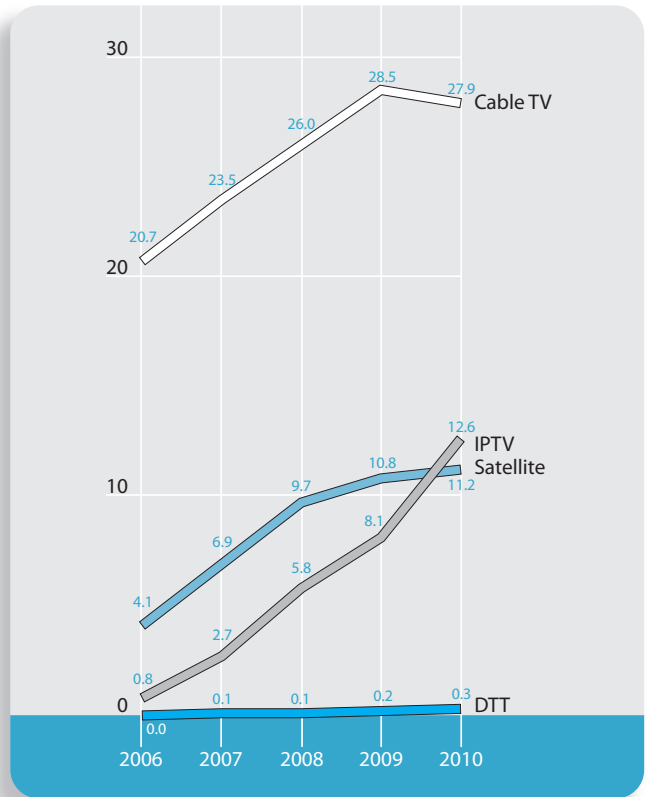
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

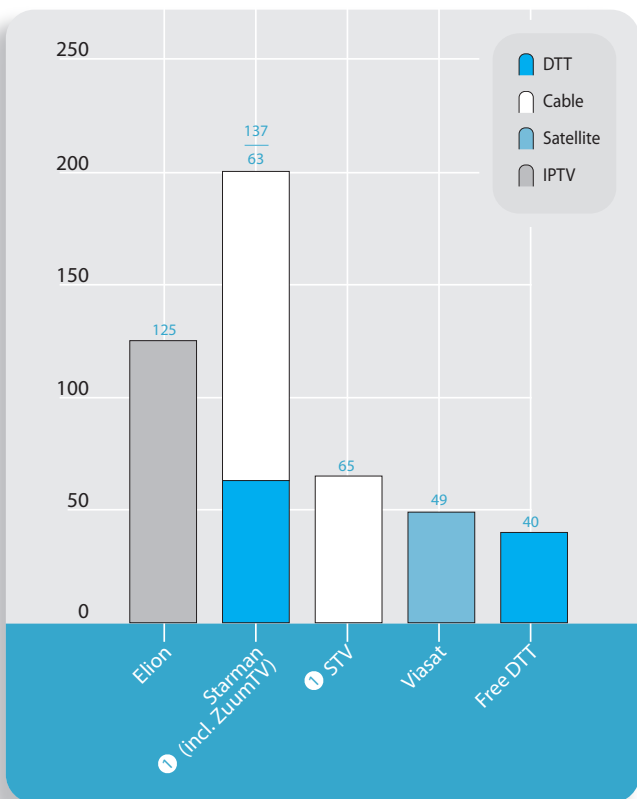
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.

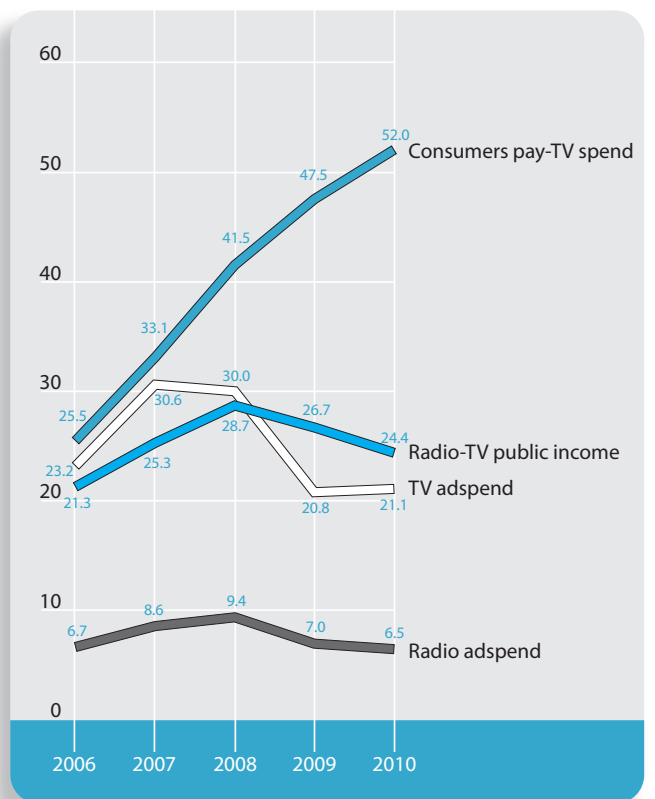


① Data for end 2008.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2007-2010

EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
ERR - Eesti Rahvusringhääling	sptv	ETV, ETV2	27.7	32.1	29.7	28.4	-4.5%
TV 3 AS	adtv	TV3	14.2	13.5	8.9	9.4	5.6%
Kanal 2 AS	adtv	Kanal 2	14.3	13.8	9.9	9.1	-8.1%
Pervoi Baltiski Kanal	thtv	PBK	0.3	0.1	1.2	~	~
MTV Eesti	thtv	MTV Estonia	0.6	0.9	-	-	-

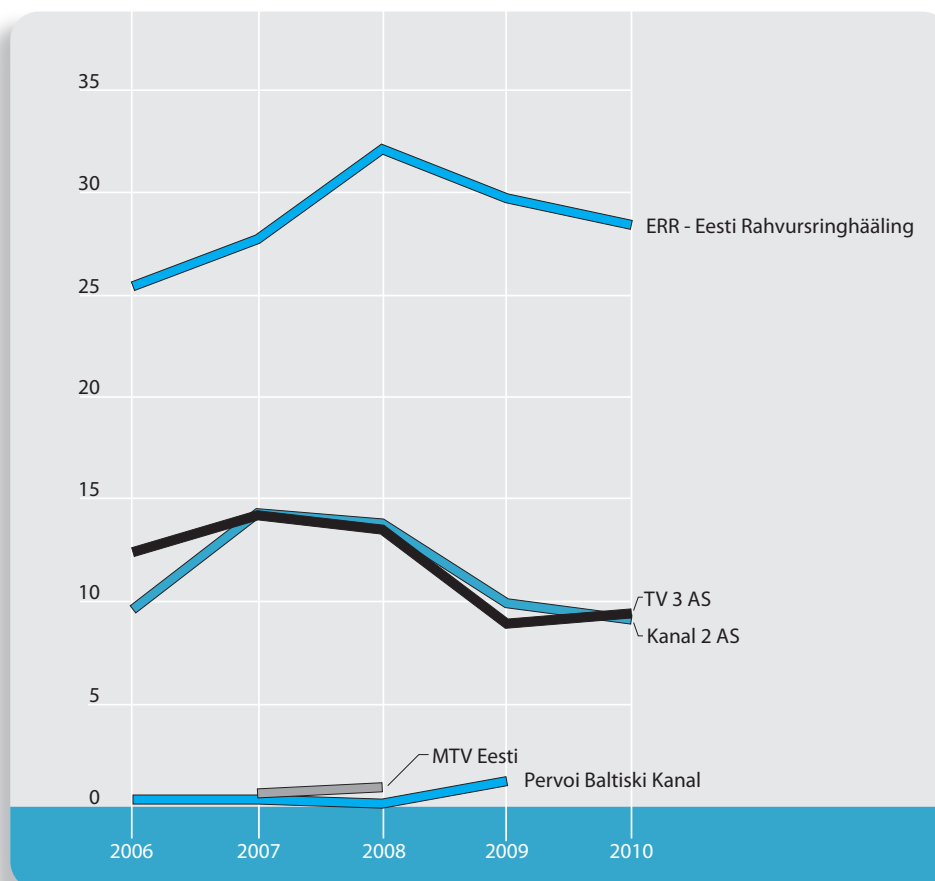
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Elion Ettevõtted AS ①	3Play	DigiTV		165.7	188.4	191.2	190.6	-0.3%
EMT AS ①	3G TV	EMT TV		206.1	195.0	198.8	174.6	-12.2%
Viasat AS	sat-tv	Viasat		23.3	34.8	41.3	37.6	-9.0%
Starman AS ①	3Play	ZuumTV		18.5	22.6	23.2	23.8	2.6%
STV AS ①	3Play	KTV		12.1	13.6	14.5	14.6	0.7%
Levira AS ②	DTT	Free DTT		9.9	10.3	11.1	9.2	-17.1%
Telset	3Play	Telset		1.1	1.2	1.3	1.7	30.8%

① Includes telecommunication activities.

② 2008 over 15 months.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



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

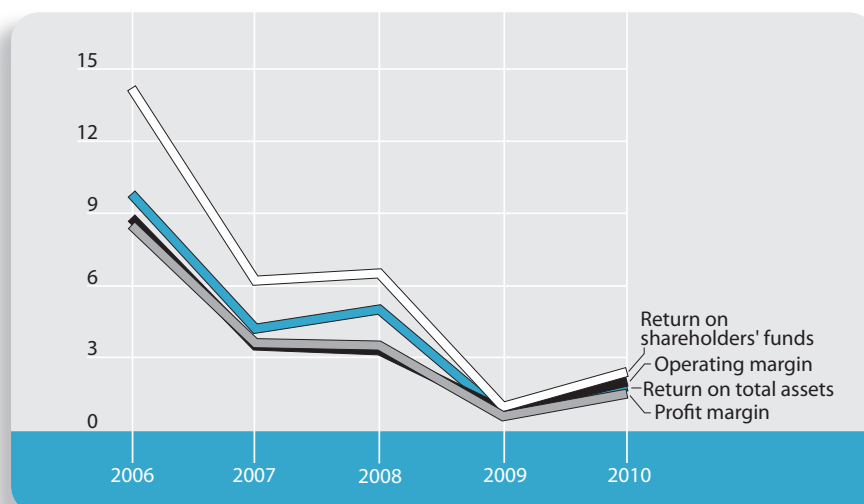
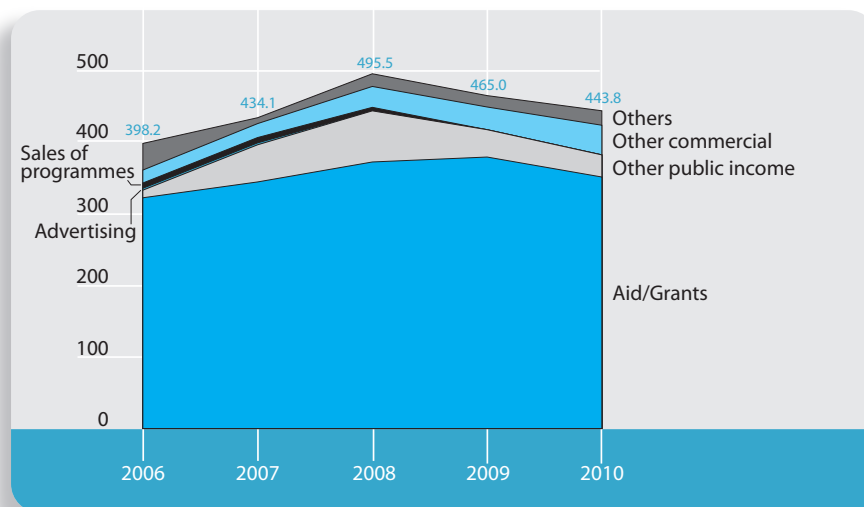
Eesti Rahvusringhääling financial situation

2007-2010

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	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	396.3	443.6	417.4	382.2	91.3%	89.5%	89.8%	86.1%	-8.4%
- Aid/Grants	344.4	372.3	379.2	351.3	79.3%	75.1%	81.5%	79.1%	-7.4%
- Other public income	51.9	71.4	38.2	30.9	12.0%	14.4%	8.2%	7.0%	-19.1%
Total commercial income	29.7	34.1	31.7	41.4	6.8%	6.9%	6.8%	9.3%	30.6%
- Advertising	2.7	0	0	0	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	-
- Sales of programmes	7.4	4.9	0	0	1.7%	1.0%	0.0%	0.0%	-
- Other commercial	19.5	29.2	31.7	41.4	4.5%	5.9%	6.8%	9.3%	30.6%
Others	8.2	17.7	15.9	20.2	1.9%	3.6%	3.4%	4.6%	27.0%
Total	434.2	495.6	465.0	443.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-4.5%
Expenses	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Purchase goods and services	~	~	197.3	178.2	~	~	42.8%	41.0%	-9.7%
- Costs of personnel	~	~	228.2	219.6	~	~	49.5%	50.5%	-3.8%
- Depreciation	~	~	35.6	37.3	~	~	7.7%	8.6%	4.8%
Total	419.1	479.3	461.1	435.1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-5.6%
Net result	15.8	17.6	2.6	6.8					161.5%
Operating margin (%)	3.5	3.3	0.8	2					

Source: ETV, European Audiovisual Observatory

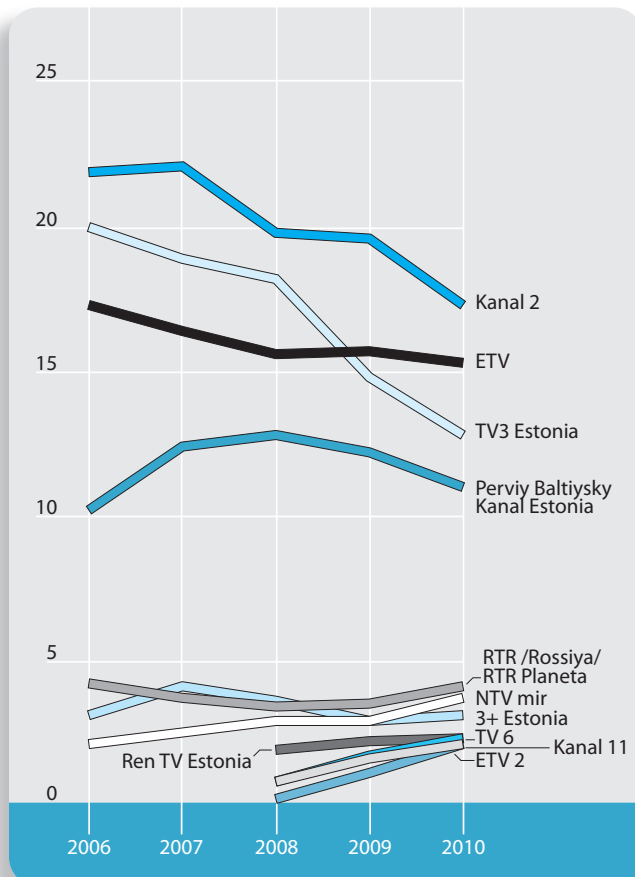


T.1.EE.3
G.1.EE.3TV audience market share in Estonia
2006-2010 In %, 4 years +.

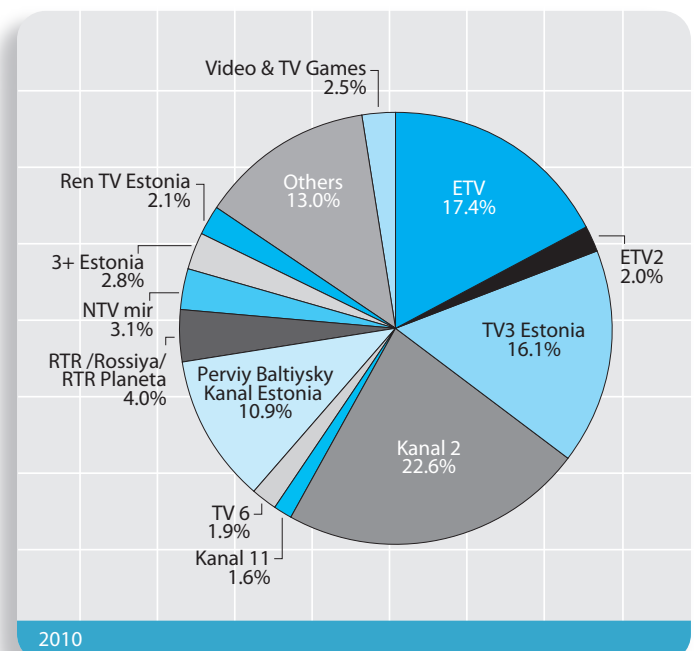
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
ETV	17.3	16.4	15.6	15.7	15.3	18.1	17.1	16.7	18.0	17.4
ETV2			0.2	1.1	2.1			0.4	1.2	2.0
Estonian public channels	17.3	16.4	15.8	16.8	17.4	18.1	17.1	17.1	19.2	19.4
TV3 Estonia	20.0	18.9	18.2	14.8	12.8	20.3	18.8	20.0	17.0	16.1
Kanal 2	21.9	22.1	19.8	19.6	17.3	26.0	26.9	24.9	24.9	22.6
Kanal 11	-	-	0.8	1.6	2.1	-	-	0.6	1.2	1.6
TV 6	-	-	0.8	1.7	2.3	-	-	0.8	1.4	1.9
Seitse	-	-	-	0.2	0.3	-	-	-	0.1	0.2
Kalev Sport	-	-	0.4	-	-	-	-	0.4	-	-
MTV Eesti	-	0.4	0.3	-	-	-	0.3	0.2	-	-
Estonian private channels	41.9	41.4	40.3	37.9	34.8	46.3	46.0	46.9	44.6	42.4
Perviy Baltiysky Kanal Estonia	10.2	12.4	12.8	12.2	11.0	11.0	12.8	13.3	13.1	10.9
RTR /Rossiya/RTR Planeta	4.2	3.7	3.4	3.5	4.1	3.1	2.8	2.5	2.8	4.0
Finnish channels	0.8	0.6	~	~	~	0.9	0.6	~	~	~
NTV mir	2.1	2.5	2.9	2.9	3.7	1.9	1.9	2.5	2.4	3.1
3+ Estonia	3.1	4.1	3.6	2.9	3.1	3.7	5.3	3.8	2.8	2.8
Ren TV Estonia			1.9	2.2	2.3			1.6	1.7	2.1
Fox Life					0.9					0.6
Fox Crime					0.8					0.6
National Geographic					0.2					0.1
Foreign channels	20.4	23.3	24.6	23.7	26.1	20.6	23.4	23.7	22.8	24.2
Other channels	18.0	17.1	17.4	19.6	18.7	13.3	12.4	11.0	11.9	11.5
Video & TV Games	2.4	1.8	1.9	2.0	3.0	1.7	1.1	1.3	1.5	2.5

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, 2008 and 2009 saw developments in TV audience rankings, the reform of RTVE, a merger between Cuatro and Telecinco, a rapid increase in the number of special-interest channels, and the switchoff of analogue terrestrial transmissions.

The public channel TVE La Primera, which led the market in 2009 with a 16.4% daily audience share, confirmed this position in 2010 with a 16% share. It therefore overtook Telecinco, a private channel owned by the Italian Mediaset group, the market share of which has suffered a drop of more than six percentage points since 2006 and is now only 14.6%. Antena 3, controlled by the Planeta de Agostini and Bertelsmann groups, remained in third position but has also lost more than seven percentage points since 2006 and has seen its market share fall to 11.7%. Next, the two most recent additions to the Spanish analogue terrestrial landscape continued to establish themselves: Cuatro (which replaced Canal+ in 2005) with 7% and La Sexta (created by a Spanish-Mexican consortium in 2006) with 6.6%. TVE La 2 followed with a 3.1% daily audience share. The public television channels of the Autonomous Communities also recorded a significant decline: their total market share fell from 15.4% in 2006 to 11.2% in 2010. This decline in the incumbent channels can be explained by the rapid increase in the number of special-interest channels. The audience share of such channels, which was negligible in 2006, may now exceed 2%, as in the case of Antena.Neox or the Disney Channel.

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 financial situation of RTVE is once again insecure: the corporation lost 47 million euros in 2010 and is likely to lose another 50 million in 2011.

In 2011, a major tie-up between the channels Cuatro (Sogecable, Prisa group) and Telecinco (Mediaset) became a reality following the Spanish competition authority's approval in November 2010 of Telecinco's takeover of Cuatro. As part of the deal, Prisa received an 18% stake in Telecinco. However, in August 2011 the competition authority imposed a

Frappé par la crise économique de 2008-2009, le marché audiovisuel espagnol s'est profondément recomposé : modification dans la hiérarchie des audiences, réforme de la RTVE, rapprochement de Cuatro et Telecinco, essor des chaînes thématiques ou encore extinction des transmissions analogiques terrestres.

La chaîne publique TVE La Primera, qui avait pris la tête du marché en 2009 avec 16,4 % d'audience quotidienne, confirme ses positions en 2010 avec 16 %. Elle devance ainsi Telecinco, la chaîne privée contrôlée par le groupe italien Mediaset, qui subit une baisse de plus de six points depuis 2006 et s'établit à 14,6 % seulement. Antena 3, contrôlée par les groupes Planeta de Agostini et Bertelsmann, conserve sa troisième position, mais perd elle aussi plus de 7 points depuis 2006 et voit sa part de marché chuter à 11,7 %. Derrière, continuent de s'affirmer les deux chaînes les plus récentes du paysage analogique terrestre espagnol : Cuatro (qui a remplacé Canal+ en 2005) avec 7 % et la Sexta (créée en 2006 par un consortium hispano-mexicain) avec 6,6 %. TVE La 2 suit avec 3,1 % d'audience quotidienne. Les télévisions publiques des Communautés autonomes ont, elles aussi, enregistré un déclin significatif : leur part de marché totale est tombée de 15,4 % en 2006 à 11,2 % en 2010. Ce déclin des chaînes historiques s'explique par l'essor des chaînes thématiques. Celles-ci, dont l'audience était négligeable en 2006 peuvent à présent dépasser les 2 % de part de marché, comme c'est le cas pour Antena.Neox ou Disney Channel.

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 télécommunication). 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 ». La situation financière de la RTVE se trouve de nouveau fragilisée : elle a perdu 47 millions d'euros en 2010 et devrait en perdre 50 en 2011.

L'année 2011 a vu se concrétiser le rapprochement majeur entre les chaînes Cuatro (Sogecable, groupe Prisa) et Telecinco (Mediaset), l'absorption de Cuatro par Telecinco ayant été validée par l'autorité de la concurrence espagnole en novembre 2010. A l'occasion de cette opération, Prisa est entrée à hauteur de 18 % au capital de Telecinco. Cependant, en août 2011,

Der von der Wirtschaftskrise stark betroffene audiovisuelle Markt in Spanien hat sich 2008-2009 grundlegend gewandelt: Änderung der Rangliste bei den Einschaltquoten, RTVE-Reform, Annäherung von Cuatro und Telecinco, wachsender Zuspruch für die Spartenkanäle sowie Einstellung des analogen Antennenfernsehens.

Der öffentlich-rechtliche Sender TVE La Primera, der 2009 mit einer täglichen Einschaltquote von 16,4 % die Marktführerschaft übernahm, behauptete 2010 seine Position mit 16 %. Er liegt damit vor Telecinco, dem vom italienischen Medienkonzern Mediaset kontrollierten Privatsender, der seit 2006 über sechs Prozentpunkte einbüßte und nur noch 14,6 % erzielte. Antena 3 (im Besitz von Planeta de Agostini und Bertelsmann) konnte zwar den dritten Platz halten, verlor aber ebenfalls mehr als 7 Prozentpunkte seit 2006 und stürzte bei den Marktanteilen auf 11,7 %. Dahinter behaupteten sich erneut die beiden jüngsten Sender des analogen Antennenfernsehens in Spanien: Cuatro (seit 2005 Nachfolger von Canal+) mit 7 % und La Sexta (2006 von einem spanisch-mexikanischen Konsortium gegründet) mit 3,1 %. Die öffentlich-rechtlichen Sender der Autonomen Gemeinschaften verzeichneten ebenfalls einen signifikanten Rückgang: Ihr Gesamtmarktanteil fiel von 15,4 % 2006 auf 11,2 % 2010. Dieser Rückgang der klassischen Sender erklärt sich mit dem steigenden Zuspruch für Spartenkanäle. Die hatten zwar 2006 noch eine marginale Einschaltquote, können jetzt aber einen Marktanteil von über 2 % erzielen, wie etwa Antena.Neox oder Disney Channel.

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. Die finanzielle Lage von RTVE ist erneut geschwächt: Die Verluste beliefen sich 2010 auf 47 Mio. EUR, für 2011 werden 50 Mio. EUR erwartet.

2011 erfolgte die umfangreiche Annäherung zwischen den Sendern von Cuatro (Sogecable, Prisa-Gruppe) und Telecinco (Mediaset), nachdem die Übernahme von Cuatro durch Telecinco, von der spanischen Wettbewerbsbehörde im November 2010 genehmigt worden war.

fine of 3.6 million euros on Telecinco for failing to implement the promised measures to maintain competition on the market. 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. Announced in spring 2010, the takeover by the Liberty Acquisition group of half the Prisa group, previously owned by the Polenco family, finally took place in November that year. In October 2011, an injection of 150 million euros was announced to recapitalise the group.

Almost one third of the Spanish households were equipped for DTT in 2011, the high percentage reflecting both the importance of terrestrial transmissions in the country, which have been fully digitised since April 2010, and the switch-off of analogue terrestrial transmissions. By November 2011, around 30 national channels were accessible free of charge on the Spanish digital terrestrial network, four of them in HD.

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 2010, had around 350 000 subscribers 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.

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 accommodate four channels. This should ultimately represent 1 124 public and private local digital channels, selected via a regional tendering process. However, in mid-2011 there were only just under 400 local and regional channels transmitted via Spain's digital terrestrial network, a figure higher than in other European countries but below the capacities and expectations of the Spanish local digital terrestrial network. Irregularities have led to the cancellation of procedures in certain regions, while in others the local broadcasters, which have complained about the cost of the digital switchover, have sometimes preferred to relinquish their licences. The new local and regional channels, which have to contend with the costs of digital transmission and with increased competition, are also

l'autorité de la concurrence a condamné Telecinco à une amende de 3,6 millions d'euros pour ne pas avoir mis en œuvre les mesures promises pour maintenir la concurrence sur le marché. 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. Annoncée au printemps 2010, la prise de contrôle de la moitié du groupe Prisa, jusqu'alors propriété de la famille Polenco, par le groupe Liberty Acquisition a finalement eu lieu en novembre 2010. En octobre 2011 une injection de 150 millions d'euros a été annoncée pour recapitaliser le groupe.

La TNT équipe en 2011 près de deux tiers des foyers espagnols, un taux élevé qui reflète l'importance des transmissions terrestres dans le pays ; celles-ci sont entièrement numérisées depuis avril 2010 et l'extinction des transmissions analogiques terrestres. En novembre 2011, une trentaine de chaînes nationales sont accessibles gratuitement sur le réseau numérique terrestre espagnol, quatre d'entre elles étant disponibles en haute-définition.

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 approchait à la fin de l'année 2010 les 350 000 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.

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 transmission locales, permettant chacune la diffusion de 4 chaînes. Cela devrait représenter à terme 1 124 chaînes locales numériques, publiques et privées, choisies grâce à des appels d'offre régionaux. Pourtant, mi-2011, on ne décompte qu'un peu moins de 400 chaînes locales et régionales diffusées via le réseau numérique terrestre en Espagne, un chiffre supérieur aux autres pays européens, mais en-deçà des capacités et attentes du réseau terrestre numérique local espagnol. Des irrégularités ont conduit à l'annulation des procédures dans certaines régions tandis que, dans d'autres, les radiodiffuseurs locaux, déplorant le coût de la transition numérique, ont parfois préféré renoncer à leurs licences. Quant aux nouvelles chaînes

Mit dieser Übernahme ist Prisa mit einem Anteil von 18 % am Kapital von Telecinco eingestiegen. Im August 2011 verurteilte die Wettbewerbsbehörde wegen der Nichtumsetzung zugesagter Maßnahmen zur Aufrechterhaltung des Wettbewerbs Telecinco allerdings zur Zahlung einer Geldstrafe von 3,6 Mio. EUR. 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. Die Übernahme der Kontrolle über die Hälfte des Prisa-Konzerns (bis dahin im Besitz der Familie Polenco) durch die Gruppe Liberty Acquisition wurde im Frühjahr 2010 angekündigt und erfolgte schließlich im November 2010. Im Oktober 2011 wurde eine Kapitalspritze von 150 Mio. EUR verkündet.

Fast zwei Drittel der spanischen Haushalte waren 2011 mit DVB-T-Geräten ausgestattet, was die Bedeutung des Antennenfernsehens in diesem Land widerspiegelt. Die Fernsehübertragung ist seit April 2010 und der Abschaltung der terrestrischen analogen Signale komplett digitalisiert. Im November 2011 waren in Spanien rund dreißig landesweite Sender kostenfrei im digitalen terrestrischen Netz empfangbar, vier davon in hochauflösender Qualität.

Seit der Veröffentlichung eines entsprechenden Dekrets im August 2009 dürfen DVB-T-Bezahldienste angeboten werden. Seitdem wurden im DVB-T-Netz drei Bezahlensender gestartet. Der Fußballsender Gol TV (GAMP und Televisa) nahm bereits im Sommer 2009 seinen Sendebetrieb auf und hatte Ende 2010 beinahe 350 000 Abonnenten im DVB-T-Netz. Der auf fiktionalen Programmen spezialisierte kostenpflichtige DVB-T-Sender AXN (Sony) wurde im Mai 2010 gestartet, der Film- und Unterhaltungssender Canal+ Dos (Sogecable) folgte im August.

Trotz dieser Erfolge stand das spanische DVB-T noch vor mehreren Herausforderungen: 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.

Mitte 2011 gab es im digitalen terrestrischen Netz in Spanien jedoch gerade mal knapp 400 Lokal- und Regionalsender, was zwar immer noch mehr als in

struggling to transmit local content and to set themselves apart from the national stations. 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 approx. 10% of homes at the end of 2010 (1 774 000 subscribers in December 2010). Digital+ is trying to win back its subscribers by developing an extensive range of HD channels and offered 30 HD channels in October 2011. Its main competitor is the cable operator ONO, which also saw its subscriber numbers fall in 2010, with 960 000 subscribers in December 2010. Although there are still a large number of cable operators, they reach only about 8% of homes. Finally, the current market for ADSL television services (IPTV) is dominated by the Imagenio platform (Telefónica de España), which had 784 000 subscribers at the end of 2010, thus establishing itself as Spain's third most important pay-TV player. Canal+ launched the first Spanish 3D channel in 2011, Canal+ 3D. In July 2011, Orange TV launched 3D trials for households connected to fibre optic.

Video on demand services are developing apace. iTunes appears to be the leading provider of OTT services, while the cable operators and operators of IPTV services are expanding their offerings. The launch of a Netflix service has been announced for 2012.

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*. This body was set up by a decree of 3 June 2011 but the Partido Popular had announced its intention to abolish it in the case of a victory in the November 2011 parliamentary elections.

locales et régionales, confrontées aux coûts de diffusion numériques et à une concurrence accrue, elles peinent aussi parfois à diffuser des contenus locaux et à se distinguer des stations nationales. 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 multi-chaînes est traditionnellement faible en Espagne. Le marché est dominé par le bouquet satellite Digital+ (Prisa, Mediaset et Telefonica), qui équipe environ 10 % des foyers à la fin de l'année 2010 (1 774 000 abonnés en décembre 2010). Digital+ cherche à reconquérir ses abonnés en développant une offre HD abondante et propose 30 chaînes HD en octobre 2011. Son principal concurrent est le câble-opérateur ONO qui a vu lui-aussi décroître son nombre d'abonnés en 2010, passant ainsi à 960 000 millions en décembre 2010. Si les câble-opérateurs demeurent nombreux, ils n'équipent que environ 8 % 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 2010 784 000 abonnés, confirmant son statut de troisième acteur de la télévision payante en Espagne. Canal+ a lancé en 2011 la première chaîne espagnole en 3D, Canal+ 3D. En juillet 2011, Orange TV a lancé des expérimentations en 3D pour les foyers connectés à la fibre optique.

Les services de vidéo à la demande se développent. iTunes apparaît comme le leader des services OTT, tandis que les câble-opérateurs et les opérateurs de service IPTV renforcent leurs offres. Le lancement d'un service Netflix est annoncé pour 2012.

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*. Celui-ci a été institué par un décret du 3 juin 2011, mais le Partido Popular a d'ores et déjà annoncé sa suppression en cas de victoire aux élections législatives prévues en novembre 2011.

anderen europäischen Ländern ist, aber dennoch weit entfernt von den möglichen Kapazitäten und den Erwartungen an das lokale digitale terrestrische Netz. Unregelmäßigkeiten führten in einigen Regionen zur Annullierung der Vergabeverfahren, während in anderen Regionen lokale Rundfunkveranstalter aufgrund der hohen Kosten für die digitale Übertragung manchmal lieber auf ihre Lizenzen verzichteten. Die neuen Lokal- und Regionalsender, die mit den Kosten für die digitale Verbreitung und einer schärferen Konkurrenz konfrontiert sind, haben teilweise auch Mühe, lokale Inhalte auszustrahlen und sich von den landesweiten Sendern abzugrenzen. 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 2010 in ca. 10 % der Haushalte empfangen wurde (1 774 000 Abonnenten im Dezember 2010). Digital+ versucht, mit einem neuen umfassenden HD-Angebot Abonnenten zurückzugewinnen und bot im Oktober 2011 30 HD-Sender an. Hauptwettbewerber ist der Kabelbetreiber ONO, der 2010 ebenfalls einen Rückgang seiner Kundenzahl auf 960 000 Abonnenten im Dezember 2010 hinnehmen musste. Es gibt zwar nach wie vor viele Kabelbetreiber, aber sie bedienen zusammen nur ca. 8 % der Haushalte. Der noch junge Markt des DSL-Fernsehens (IPTV) wird von der Plattform Imagenio (Telefonica de España) beherrscht, die Ende 2010 mit 784 000 Abonnenten ihren dritten Platz unter den Pay-TV-Anbietern in Spanien weiter behauptete. Canal+ hat 2011 den ersten spanischen 3D-Sender gestartet: Canal+ 3D. Im Juli 2011 hat Orange TV für die Haushalte, die einen Glasfaseranschluss haben, Versuche in 3D begonnen.

Die Video-Abrufdienste werden weiter ausgebaut. iTunes erscheint als Marktführer bei OTT-Diensten, während die Betreiber von Kabelnetzen und IPTV-Diensten ihre Angebote verbessern. Der Start eines Netflix-Dienstes wurde für 2012 angekündigt.

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*. Die Gründung erfolgte per Dekret am 3. Juni 2011, aber die Oppositionspartei Partido Popular hat bereits angekündigt, diese Einrichtung im Falle eines Sieges bei den Parlamentswahlen im November 2011 wieder abzuschaffen.

Basic figures

A 31.12.2010.
B 09.2011.

C 09.2011.
D 09.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	46 153		Eurostat
Households	–	17 172		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	100.0%	17 172		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	8.6%	1 485		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	7.1%		1 221	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	13.8%		2 371	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	13.8%		2 371	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	10.4%	1 785		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	5.0%		851	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	4.9%	848		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	65.4%		11 228	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	1.8%	313		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	91.3%		15 672	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	25.8%	4 430		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	65.6%	11 267		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	48.6%	8 353		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	278		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	>500 Ono, Euskaltel, R Cable, Telecable de Asturias and local cable operators
Satellite packagers	2 DTS Distribuidora de Television Digital "Digital+" (Prisa / Telefonica / Mediaset), Hispasat "Starmax HD" (Abertis Telecom)
IPTV packagers	4 France Telecom España "Orange TV", Jazz Telecom "Seleccion y Canal+ Liga", Telefonica "Movistar Imagenio", Vodafone España (Hybrid DTT/IPTV package "Internet TV")
DTT multiplex operators	>5 Abertis Telecom, Axion, Itelazpi, Teledifusion Madrid, Retegal
Mobile phone TV packagers	3 France Telecom Espana "Orange TV Móvil / Digital+ Móvil", Telefonica "TV en el Móvil", Vodafone España "Vodafone TV / Digital+ Móvil"

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	6	28	34
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	11	156	167
Regional / Local	123	507	630
Regional / Local windows	17		17
Channels targeting foreign markets	6	15	21
Total	163	706	869
Foreign channels targeting the country	3	39	42

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Pay Digital terrestrial	Cable Ono	Satellite DTS Digital+	IPTV Telefonica de Espana Imagenio
Generalist - national	9	9	9	6	8
Generalist - foreign			2		
Adult			2	6	
Children	3	3	12	19	12
Culture/ education/ documentary			10	10	10
Entertainment/ TV fiction/ games	6	8	19	16	16
Film			8	8	7
HD simulcast of an existing channel				11	6
Home shopping	1	1		1	1
International linguistic and cultural			16	8	16
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	6	5
Minority interest groups					2
Music	1	1	10	8	11
News/ business / Parliament	1	1	13	21	15
Regional/ local	381	381	2		18
Religion	1	1	1		1
Sports	2	3	10	19	10
Various	1	1	8	7	3
Total (including HD channels)	25 (4) ²	28 (4) ²	127 (0)	146 (22)	141

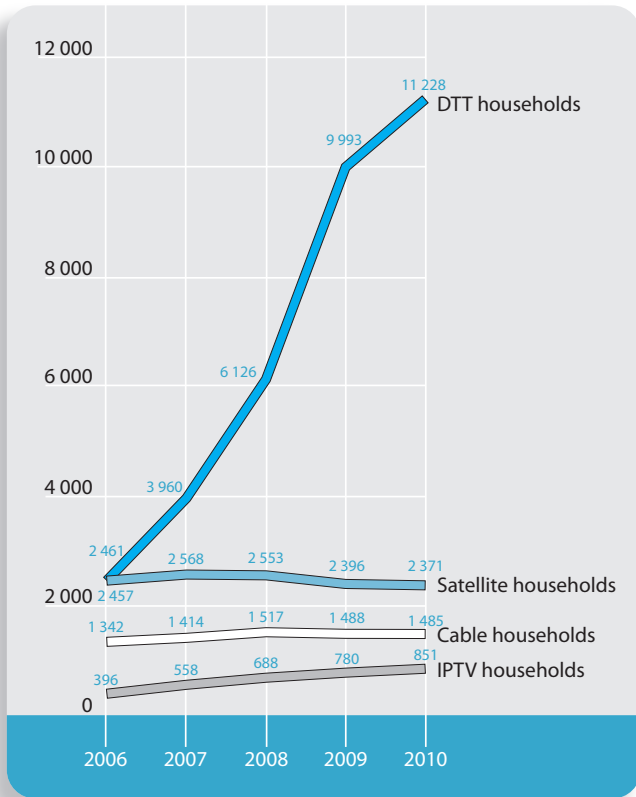
¹ Includes free DTT. ² In addition, 381 regional and local stations are available in their respective areas.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

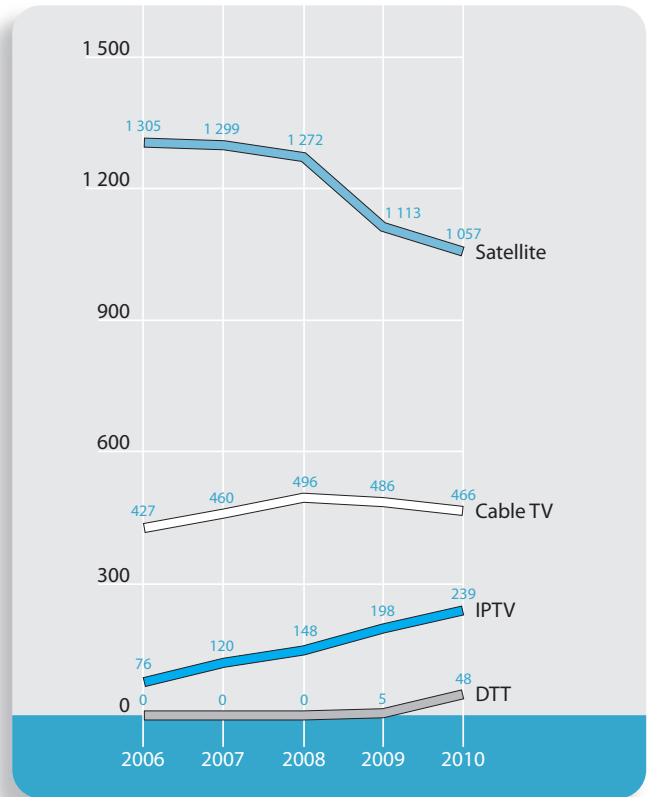
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

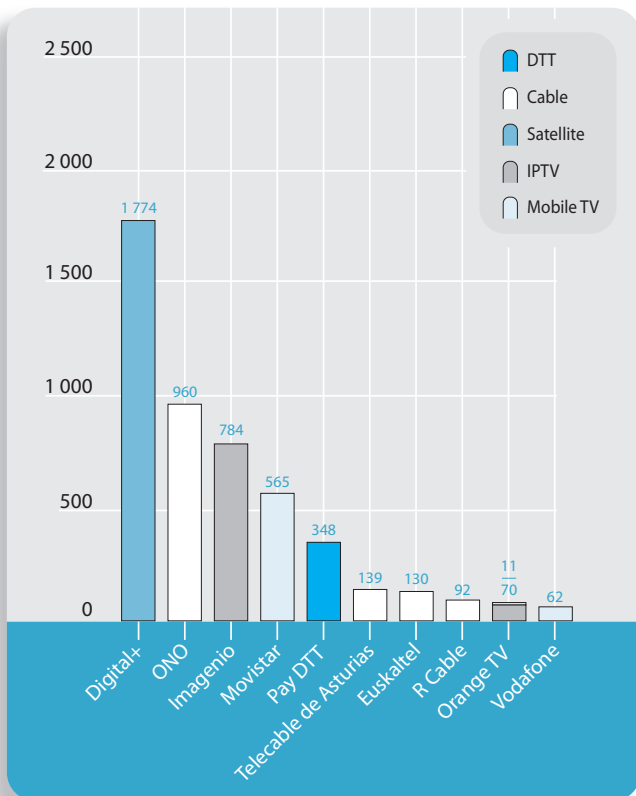
EUR million.



Source: Screen Digest, CMT, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

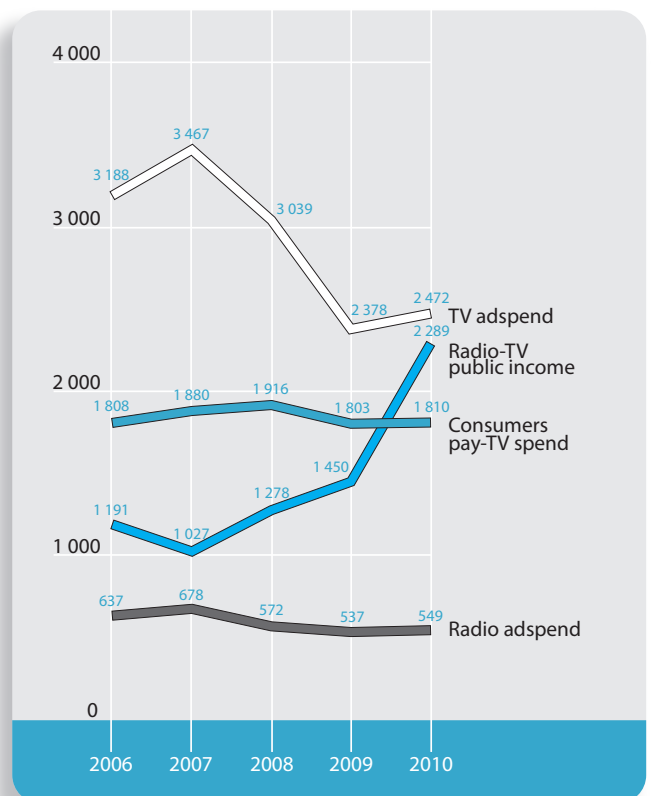
In thousands.



Source: GfK-Impulsa, CMT, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Corporacion de Radio y Television Espanola	sptv	TVE La Primera, TVE La 2, ...	1 183.8	1 143	1 143.7	1 136.4	-0.6%
<i>p.m.</i> Sociedad Mercantil Estatal Television Española S.A.	sptv	TVE La Primera, TVE La 2, ...	1 013.8	981.8	999.7	-	-
Gestevisión Telecinco S.A. (uncons.)	adtv	Tele5	913.2	822.3	535.6	692.3	29.3%
Antena 3 de Televisión S.A. (uncons.)	adtv	Antena 3	900.3	722.3	604.4	657.3	8.8%
Televisió de Catalunya S.A.	sptv	TV3, Canal 33	148.5	382.3	385.3	408.4	6.0%
Prisa (Television in abierto) ①	adtv	Cuatro	287.5	490.0	427.9	379.6	-11.3%
<i>p.m.</i> Sogecable S.A.	pay-tv/adtv	Canal+, Cuatro	372.2	-	-	-	-
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A.	adtv	la Sexta	110.4	151.3	226.4	~	~
Canal Sur Televisión S.A.	sptv	Canal Sur, Canal 2	56.7	188.5	186.1	179.9	-3.3%
Euskal Telebista Televisión Vasca, S.A.	sptv	ETB1, ETB2	124.6	133.8	138.7	134.9	-2.7%
Televisión Autónoma de Castilla-La Mancha	sptv	Castilla La Mancha Television	56.6	62.4	59.4	~	~
Fox International Channels España	thtv	Fox España	34.3	46.2	57.3	~	~
Televisio de los Illes Balears	sptv	IB 3	7.6	5.0	5.1	44.3	768.6%
Gol Television S.L.	thtv	Gol TV	-	0.3	38.3	~	~
Grupo Empresarial de Television de Murcia	rtv	7RM	32.3	38.3	36.2	~	~
Televisión Autonomia Madrid S.A.	sptv	TVM, La Otra	58.0	42.3	29.2	35.9	22.9%
NBC Universal Global Networks España S.L.	thtv	Calle 13	28.7	31.2	29.8	~	~
Veo Television S.A.	thtv	Vevo	6.9	15.1	13.2	31.5	138.6%
Sociedad Gestora de Television Net TV S.A.	thtv	Intereconomia, Disney Channel	0.4	13.1	18.6	26.8	44.1%
Televisión Autónoma Valenciana S.A.	sptv	Canal 9, Punt 2	81.1	72.9	47.7	25.1	-47.4%
Radio Television de Castilla y Leon	sptv	CyL7, CyL8	-	-	24.9	~	~
Compania Independiente de Televisión S.L.	thtv	Caza y pesca, Viajar, ...	48.1	32.5	26.6	21.0	-21.1%
Multicanal Iberia S.L.	thtv	Multicanal (Canal Hollywood,...)	21.4	22.7	22.0	~	~
Canal Club de Distribución de Ocio y Cultura	hstv	Canal Club	32.5	~	20.6	~	~
Televisión de Galicia S.A.	sptv	TVG	22.7	19.9	14.3	17.6	23.1%
Sociedad publica de Televisión Extremena S.A.	sptv	Extramadura TV	17.6	17.5	17.3	~	~
European Home shopping SL	hstv	ehs TV	10.0	12.7	15.4	~	~
MTV Channel España	thtv	MTV España	12.6	13.1	14.4	~	~
Paramount Comedy Channel España ②	thtv	Paramount Comedy Channel	16.9	17.9	19.4	14.1	-

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telefonica de España ②	3play, 3G TV	Imagenio, Movistar TV		20 683.0	20 838.0	19 703.0	18 711.0	-5.0%
Vodafone España S.A. ②	3G TV	Vodafone live!		7 228.0	7 102.9	6 452.0	~	~
France Telecom España S.A. ②	3play, 3G TV	Orange TV, Orange TV Movil		4 289.0	3 960.1	3 897.0	3 847.0	-1.3%
Sogecable (Digital +)	sat-tv	Digital+		1 809.5	1 869.0	1 523.7	-	-
<i>p.m.</i> CanalSatelite Digital S.L. ④	sat-tv	Digital+		1 192.0	1 202.0	1 076.8	-	-
<i>p.m.</i> DTS Distribuidora de Televisión Digital S.A.	sat-tv	Via Digital / Digital+		220.8	145.7	154.7	1 028.4	564.8%
Grupo Corporativo ONO SAU (cons.) ②	3 play	ONO		1 686.5	1 602.5	1 512.0	1 472.0	-2.6%
Jazz Telecom S.A. ②	3play	Jazztelia		302.0	349.6	453.6	616.5	35.9%
Euskatel S.A. ②	3play	Euskatel Telebista		342.3	345.7	343.4	~	~
R Cable y Telecomunicaciones Galicia S.A. (cons.) ②	CATV / ISP	R		167.4	183.1	202.8	~	~
Telecable de Asturias S.A. ②	3play	Telecable TV		87.8	96.9	106.9	121.6	13.8%
Procono S.A. ②	3play	PTVTelecom		13.1	14.9	18.1	~	~

① Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A. was sold the 28.12.2010 to Gestevisión Telecinco.

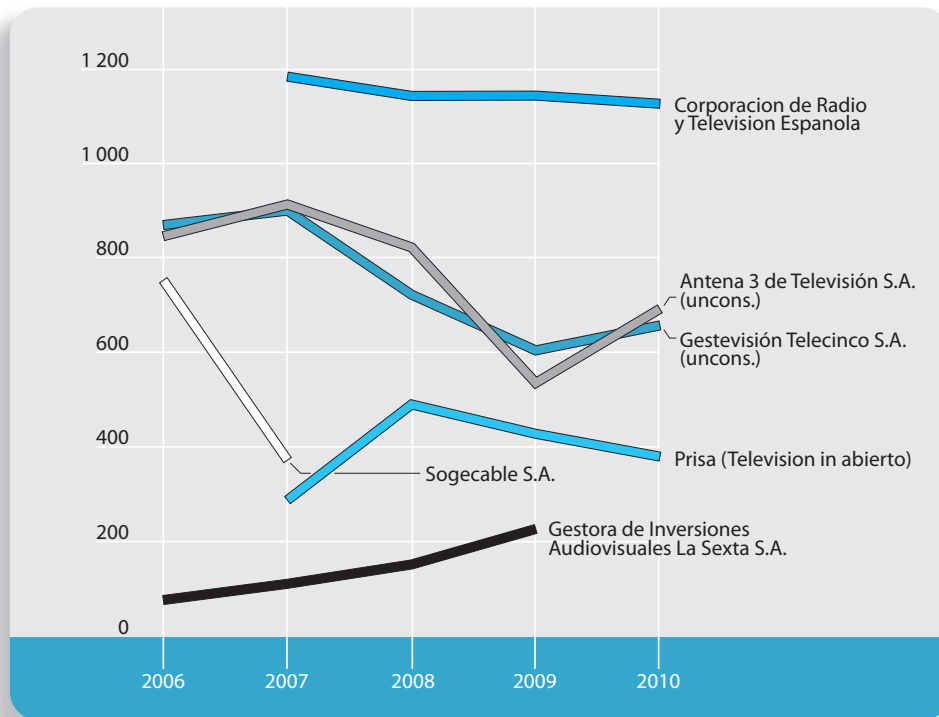
② 2010 over 9 months.

③ Includes telecommunications activities.

④ Dissolved in April 2010.

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

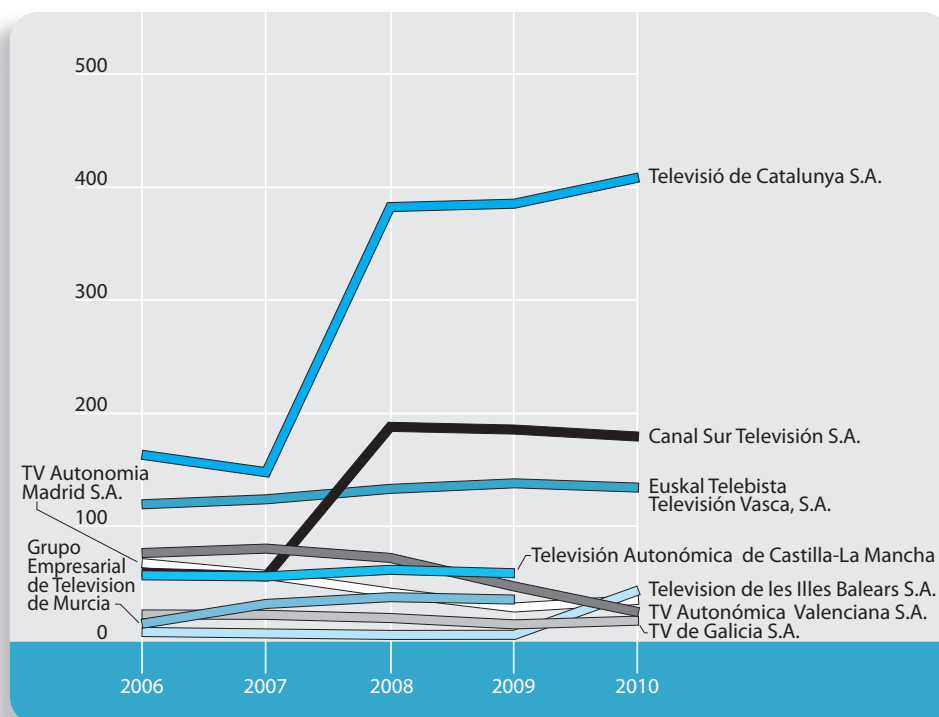
Operating revenues of the main television companies in Spain (Continued)
2006-2010 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

G.1.ES.2

Operating revenues of autonomic television companies
2006-2010 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 2007-2010

EUR million.

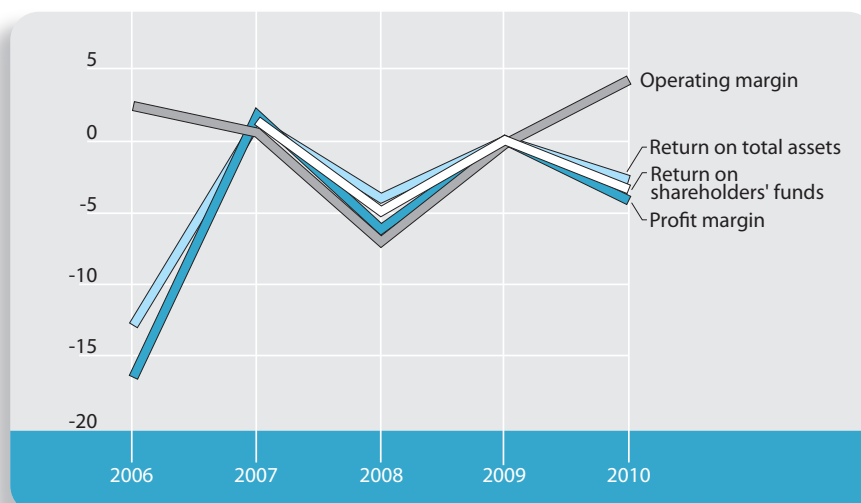
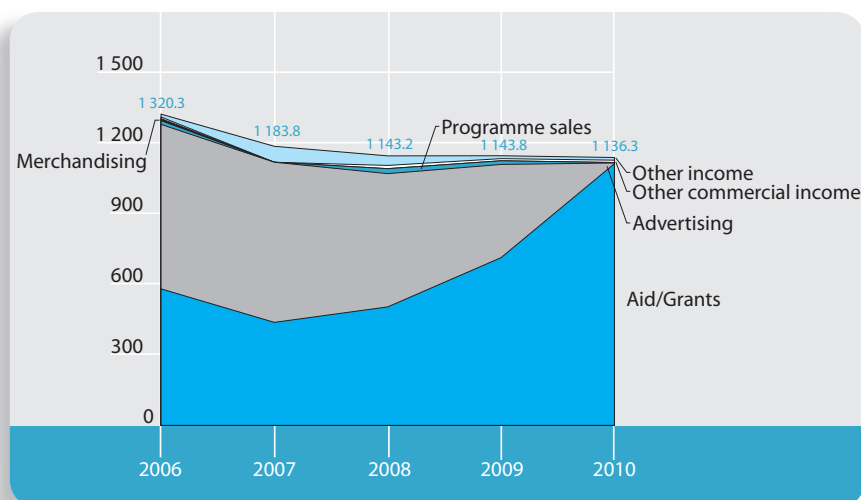
Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	436.9	502.6	711.5	1 100.0	36.9%	44.0%	62.2%	97.7%	56.0%
Aid/Grants	436.9	502.6	711.5	1 100.0	36.9%	44.0%	62.2%	97.7%	56.0%
Total commercial income	679.3	600.1	419.9	15.1	57.4%	52.5%	36.7%	1.3%	-96.4%
Advertising	679.3	565.2	395.4	3.1	57.4%	49.4%	34.6%	0.3%	-99.2%
Programme sales	~	21.2	15.5	1.9	~	~	~	~	-87.7%
Merchandising	~	~	~	~	~	~	~	~	~
Other commercial income	~	13.7	9.1	10.0	~	1.2%	0.8%	0.9%	9.9%
Other income	67.6	40.5	12.3	11.3	5.7%	3.5%	1.1%	1.0%	-8.1%
TOTAL	1 183.8	1 143.1	1 143.7	1 136.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.6%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services/others	816.7	813.4	699.0	348.2	69.4%	66.5%	61.0%	43.1%	-50.2%
Costs of personnel	295.9	343.6	373.4	381.4	25.1%	28.1%	32.6%	47.2%	2.1%
Depreciation	64.5	66.1	73.9	78.8	5.5%	5.4%	6.4%	9.7%	6.6%
Operating expenditure	1 177.1	1 223.1	1 146.3	808.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-29.5%

Net result	12.9	-70.2	1.4	-47.1					-3 464.3%
Operating margin (%)	0.6	-7.0	-0.2	4.2					

In 2007, Grupo RTVE was replaced by the Corporación de Radio y Televisión Española S.A. In 2010, the two companies Sociedad Mercantil Estatal Television Espanola S.A. and the Sociedad Mercantil Estatal radio nacional were fully integrated in the Corporacion. 2009 and 2010 data are therefore not fully comparable.

Source: RTVE, European Audiovisual Observatory

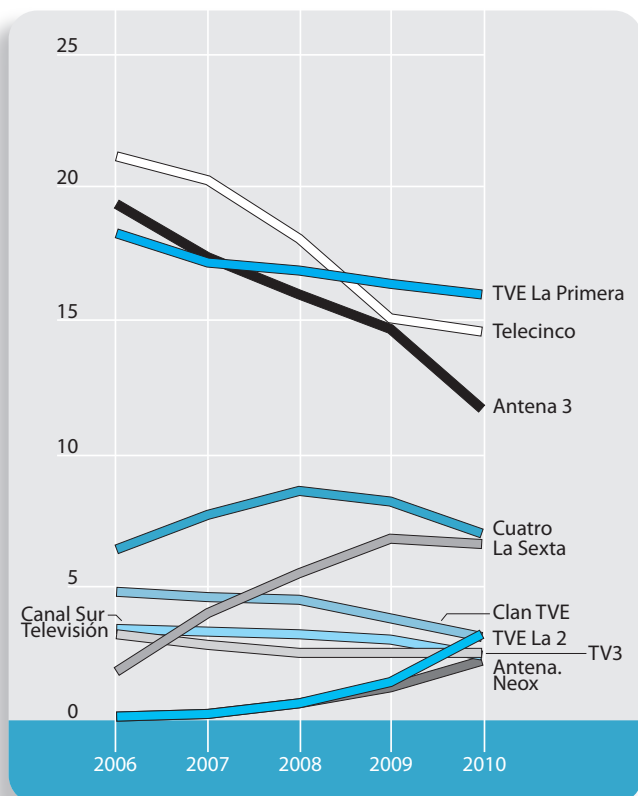


T.1.ES.3 TV audience market share in Spain
G.1.ES.4 2006-2010 In %, 4 years +.

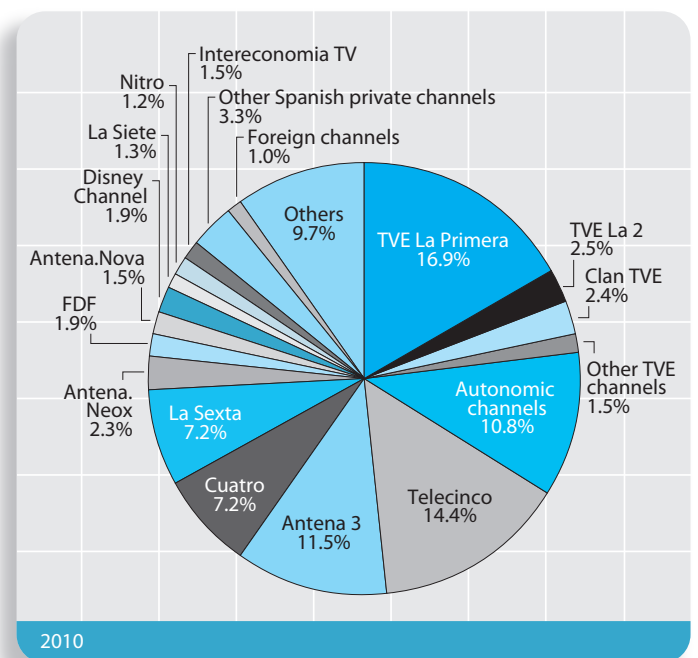
Channels	Daily share					Prime time (20:30-00:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
TVE La Primera	18.3	17.2	16.9	16.4	16.0	18.3	16.8	16.2	16.7	16.9
TVE La 2	4.8	4.6	4.5	3.8	3.1	4.3	4.1	3.8	3.1	2.5
Clan TVE	0.1	0.2	0.6	1.4	3.2	0.0	0.1	0.3	0.9	2.4
Teledeporte	0.1	0.3	0.4	0.6	1.1	0.1	0.2	0.3	0.4	0.8
Canal 24 Horas	0.0	0.1	0.2	0.4	0.7	0.0	0.1	0.2	0.4	0.7
Spanish national public channels	23.3	22.4	22.6	22.6	22.6	22.7	21.3	20.8	21.5	21.5
Autonomous public channels	15.4	14.7	14.5	13.9	11.2	14.5	14.0	13.8	14.3	10.8
Telecinco	21.2	20.3	18.1	15.1	14.6	21.4	20.9	20.0	16.2	14.4
Antena 3	19.4	17.4	16.0	14.7	11.7	19.1	16.8	15.2	13.9	11.5
Cuatro	6.4	7.7	8.6	8.2	7.0	7.0	8.0	9.5	8.7	7.2
La Sexta	1.8	4.0	5.5	6.8	6.6	2.1	4.6	5.5	7.5	7.2
Antena.Neox	0.1	0.2	0.6	1.2	2.2	0.1	0.4	0.7	1.2	2.3
Disney Channel España	0.2	0.1	0.4	1.4	2.1	0.1	0.1	0.3	1.1	1.9
Antena.Nova	0.1	0.1	0.4	0.7	1.5	0.1	0.2	0.4	0.7	1.5
FDF (Factoria de Ficción)	-	-	-	0.7	1.5	-	-	-	0.8	1.9
La Siete	-	-	-	0.8	1.4	-	-	-	0.7	1.3
Nitro					1.2					1.2
Intereconomia TV				0.5	1.1				0.9	1.5
Veo TV				0.4	0.8				0.3	0.7
CNN +				0.3	0.6				0.2	0.5
Boing					0.7					0.5
8tv	-	-	-	0.6	0.5	-	-	-	0.6	0.6
Spanish private channels	53.5	54.7	55.4	55.7	54.5	53.4	55.5	57.1	56.7	55.2
Foreign channels	2.2	2.2	2.3	2.0	2.0	1.3	1.2	1.3	0.8	1.0
Others	5.6	6.0	5.2	5.8	9.7	8.1	8.0	7.0	6.7	11.5

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

2010 In %, 4+.

Channels	Spain	Andalucia	Catalonia	Basque Country	Galicia	Madrid	Valencian community	Castilla la Mancha	Canary Islands	Aragon	Asturias	Balearic Islands	Murcia	Others
TVE La Primera	16.0	14.1	11.8	16.1	17.3	16.4	16.3	19.0	10.1	17.0	19.3	18.0	19.2	22.8
TVE La 2	3.1	2.9	2.6	3.5	3.0	3.4	2.8	3.2	2.7	2.9	3.4	2.8	3.1	3.8
TVE	19.1	17.0	14.4	19.6	20.2	19.8	19.2	22.1	12.8	19.9	22.7	20.8	22.4	26.6
Telecinco	14.6	14.9	12.7	18.6	14.0	14.6	14.9	14.5	15.8	15.5	16.0	13.1	12.6	14.8
Antena 3	11.7	12.5	10.0	10.2	11.0	10.5	12.2	14.1	11.0	13.5	11.1	11.5	15.2	12.5
Cuatro	7.0	6.5	6.8	7.4	6.5	7.7	7.5	6.6	8.2	6.9	6.4	6.8	7.8	7.0
La Sexta	6.6	6.0	6.2	7.1	6.9	7.7	7.1	5.8	6.9	6.5	6.0	8.1	5.9	6.4
Private channels	39.9	39.9	35.8	43.3	38.4	40.4	41.7	41.0	41.8	42.4	39.5	39.6	41.5	40.7
Canal Sur Television	2.4	12.7	-	-	-	-	0.0	0.2	-	-	-	-	0.0	0.1
Canal Sur 2	0.4	1.9	-	-	-	-	0.0	0.0	-	-	-	-	0.0	0.0
TV3	2.5	-	14.8	-	-	-	0.5	0.0	-	0.0	-	0.0	0.0	0.0
K3-33	0.3	-	1.6	-	-	-	0.1	0.0	-	0.0	-	0.2	0.0	0.0
ETB1	0.1	-	-	2.2	-	-	-	-	-	0.0	-	-	-	0.1
ETB2	0.5	-	-	9.4	-	-	-	-	-	0.0	-	-	-	0.6
TVG	0.7	-	-	-	12.3	-	-	-	-	-	0.1	-	-	0.0
TVM	1.1	-	-	-	-	8.0	0.0	1.1	-	-	-	-	-	0.1
C9	1.0	0.0	0.2	-	-	-	8.4	0.1	-	0.0	-	0.0	0.5	0.0
PUNT2	0.1	0.0	0.0	-	-	-	0.5	0.0	-	0.0	-	0.0	0.0	0.0
CMT	0.4	0.0	-	-	-	0.2	0.0	7.5	-	0.0	-	-	0.0	0.1
TVCanaria	0.4	-	-	-	-	-	-	-	10.0	-	-	-	-	-
ATV	0.3	-	0.0	-	-	-	0.0	0.0	-	9.4	-	-	-	0.0
TPA	0.2	-	-	-	0.0	-	-	-	-	-	7.6	-	-	0.0
IB3	0.1	0.0	0.0	-	-	-	0.0	0.0	-	0.0	-	5.5	0.0	0.0
7RM	0.1	0.0	-	-	-	-	0.1	0.0	-	-	-	-	4.6	-
Other autonomicas	0.7	0.1	0.4	1.0	1.0	0.8	0.6	1.0	1.2	0.3	1.5	1.3	1.0	1.4
Total autonomicas	11.3	14.8	17.1	12.6	13.3	9.0	10.2	9.9	11.2	9.7	9.2	7.0	6.2	2.6
8TV	0.5	-	3.3	-	-	-	0.0	-	-	0.1	-	0.0	-	-
ONDA 6 TV	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Private autonomicas	0.7	0.1	3.3	0.0	0.2	0.2	0.1	0.0	1.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2
DTT channels	18.5	18.6	19.0	12.7	19.4	18.7	18.5	18.3	20.3	17.2	13.2	18.6	19.3	20.0
Pay-TV thematic channels	7.0	6.4	6.3	9.3	5.4	7.3	7.0	5.4	8.4	8.2	13.8	11.0	7.9	6.2
Local TV	0.2	0.1	0.4	0.3	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.2	0.1
Others	3.4	3.1	3.7	2.2	3.0	4.4	3.2	3.0	4.3	2.5	1.6	3.0	2.5	3.6

Source: Kantar Media

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).

The public broadcasting group YLE regained some ground in 2010 and had an audience market share of 45.1%. In particular, YLE TV1 stabilised its daily audience market share at 21.6%, whilst YLE TV2 gained more than a percentage point to return to 19.4%. The audience of the first private channel, MTV3, has continued to decline reaching 21.5%, which is a loss of nearly 8% since 2006.

The Finnish multi-channel distribution market continues to be dominated by cable services. Although there are still more than 20 active operators, the market is becoming more concentrated. In particular, in July 2010, DNA took control of the cable activities of Sanoma Television, i.e. its Welho package. In December 2009, the Welho and DNA packages were the two most popular in the country, with 326 000 and 270 000 subscribers respectively. In December 2010, DNA had some 600 000 cable television subscribers. As part of this transaction, Sanoma Television acquired a 21% stake in DNA. Following the two DNA packages are those of Elisa (250 000 subscribers in December 2010), Sonera (218 000) and Anvia (62 000).

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

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 a regagné un peu de terrain en 2010, en obtenant 45,1% de parts de marché d'audience. Surtout, YLE TV1 a stabilisé sa part de marché d'audience quotidienne à 21,6 % tandis que YLE TV2 gagnait plus d'un point et revenait à 19,4 %. L'audience de la première chaîne privée, MTV3 a continué à décliner, s'établissant à 21,5 % soit près de 8 % perdus depuis 2006.

Le marché finlandais de la distribution multi-câbles 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 décembre 2010, DNA regroupe donc près 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 (250 000 abonnés en décembre 2010), Sonera (218 000) et Anvia (62 000).

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 chacune environ 55 000 abonnés. 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

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 Kabelfernsehnetze 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 Gruppe YLE konnte 2010 wieder etwas Boden gut machen und erzielte einen Zuschauermarktanteil von 45,1 %. Insbesondere YLE TV1 konnte seinen täglichen Marktanteil festigen (21,6 %), während YLE TV2 mehr als einen Prozentpunkt zulegte (19,4 %). Die Einschaltquoten des größten Privatsenders, MTV3, sanken weiter (21,5 %), was seit 2006 einen Verlust von fast 8 % ergibt.

Das Mehrkanalangebot in Finnland wird weiterhin von den Kabelnetzbetreibern dominiert. Zwar sind noch über 20 Betreiber aktiv, aber der Markt steuert auf eine Konzentration hin. So übernahm im Juli 2010 DNA die Kontrolle über die Kabelaktivitäten von Sanoma Television und damit vom Bouquet Welho. Wobei die Bouquets Welho und DNA im Dezember 2009 mit 326 000 bzw. 270 000 Abonnenten am beliebtesten waren. Im Dezember 2010 hatte DNA damit einige 600 000 Kabelabonnenten. Mit dieser Operation beteiligte sich Sanoma Television zu 21 % am Kapital von DNA. Hinter den beiden Bouquets von DNA folgten Elisa (250 000 Abonnenten im Dezember 2010), Sonera (218 000) und Anvia (62 000).

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 etwa 50 000 Abonnenten hatten. Auf dem IPTV-Markt stehen vier Bouquets im Wettbewerb: Elisa, mit der im Frühjahr 2009 gestarteten Plattform Viihde, Sonera (Koti TV), Maxisat (Maxivision) und AB Ålands TV mit einem Bouquet in schwedischer Sprache. Um attraktiver zu werden, setzten diese Plattformen 2010 einen Schwerpunkt auf ihre Abrufdienste, wie etwa Elisa Viihde mit einem Katalog aus Programmen und Spielfilmen von

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 and dropped to 244 000 at the end of 2010.

In order to maintain the dynamism of the DTT market, four new DVB-T2 multiplexes, broadcasting in MPEG4 and offering access to high definition channels, were launched in 2011. DNA is licensed to use three multiplexes and launched on 1 January 2011 a pay-HD service using DVB-T2, in the MPEG-4 standard with SFN operation. This service was upgraded in September 2011 by including the channels of the Wehlo package. DNA has thus become a serious competitor of Plus TV.

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

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

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 et tomber à 244 000 fin 2010.

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, ont été lancés en 2011. DNA est autorisé à utiliser trois multiplex et a lancé le 1er janvier 2011 une offre HD payante, en DVB-T2, en normes MPEG-4 et SFN. Cette offre a été renforcée en septembre 2011 en y incluant les chaînes du bouquet Wehlo. DNA est donc devenu un concurrent sérieux de Plus TV.

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

Enfin, la Directive sur les 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 la radiodiffusion.

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 zurück auf 259 000 Ende 2009 und 244 000 Ende 2010.

Zur Aufrechterhaltung der Dynamik im digitalen terrestrischen Fernsehen wurden 2011 vier neue DVB-T2-Multiplexe in der MPEG4-Norm gestartet, die hochauflösende Sender verbreiten. DNA darf drei Multiplexe nutzen und startete am 1. Januar 2011 ein HD-Bezahlangebot (DVB-T2) in der MPEG-4-Norm im SFN-Betrieb. Dieses Angebot wurde im September 2011 mit der Aufnahme der Sender aus dem Bouquet Wehlo ausgebaut. Damit ist DNA zu einem ernsthaften Konkurrenten von Plus TV avanciert.

Das Übertragungsunternehmen Digita (Tochter von TDF) betreibt nicht nur die vier wichtigsten Multiplexe des finnischen DVB-T-Netzes, sondern 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). Im September 2011 erhielt Digita die Erlaubnis, anstatt in DVB-H in DVB-T2 auszustrahlen, was auch für den mobilen Empfang von Vorteil ist.

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

A 31.12.2010. C 10.2011.
B 09.2011. D 10.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	5 375		Eurostat
Households		2 765		Statistics Finland
TV households	97.0%	2 682		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	50.3%	1 390		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	50.3%		1 390	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	6.7%		186	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	6.7%		186	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	3.0%	83		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	1.7%		48	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	1.7%	48		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	26.5%		732	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	9.0%	250		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	85.2%		2 356	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	64.1%	1 772		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	73.6%	2 034		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	50.7%	1 401		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	18		Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions	–	26		Screen Digest

TV channels distributors [Ⓞ]	Companies
Cable operators	25 Anvia, DNA, Elisa, Sonera (TeliaSonera) etc.
Satellite packagers	2 Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	>5 AB Alands, Blue Lake Communications, Elisa, Maxisat (Super Head End Finland), Sonera (TeliaSonera) + several local cable operators providing FTTH IPTV.
DTT multiplex operators and packagers	5 3 multiplex operators: Digita (TDF), DNA Finland, Anvia. 3 pay DTT packagers : Digi TV Plus «Plus TV» (Teracom), TDF Entertainment (TDF), DNA Finland.
Mobile broadcast TV packager	0 The Finnish government modified in September 2011 the licence of MUX D (which had been devoted to DVB-H transmissions since 2006) to turn it into a DVB-T2 MUX. MUX D is run by Digita (TDF).

TV channels established in the country by kind of transmission [Ⓞ]	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	6	27	33
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		16	16
Regional / Local	1	42	43
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets	1		1
Total	8	85	93
Foreign channels targeting the country	3	45	48

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) [Ⓞ]	Free digital terrestrial	[Ⓞ] Pay digital terrestrial Digi TV Plus	Cable DNA Welho TV	Satellite Viasat	IPTV Elisa Elisa Viihde
Generalist - national (incl.dedicated)	4	4	4		4
Generalist - foreign			11		7
Adult		2	4		6
Children		3	7	6	8
Culture / education / documentary	1	3	19	5	19
Entertainment / TV fiction / games	4	6	20	4	17
Film		3	20	7	18
HD simulcast of an existing channel	1	1	11	2	10
International linguistic and cultural			5	2	4
Lifestyle / specific leisure / travel	2	2	5		5
Music	2	3	11	1	12
News / business			17	1	10
Regional / local	1	1	1		1
Religion			1		1
Sports		6	18	5	17
Various			5		2
Total (including HD channels)	15 (1)	34 (1)	159 (21)	33 (4)	141 (17)

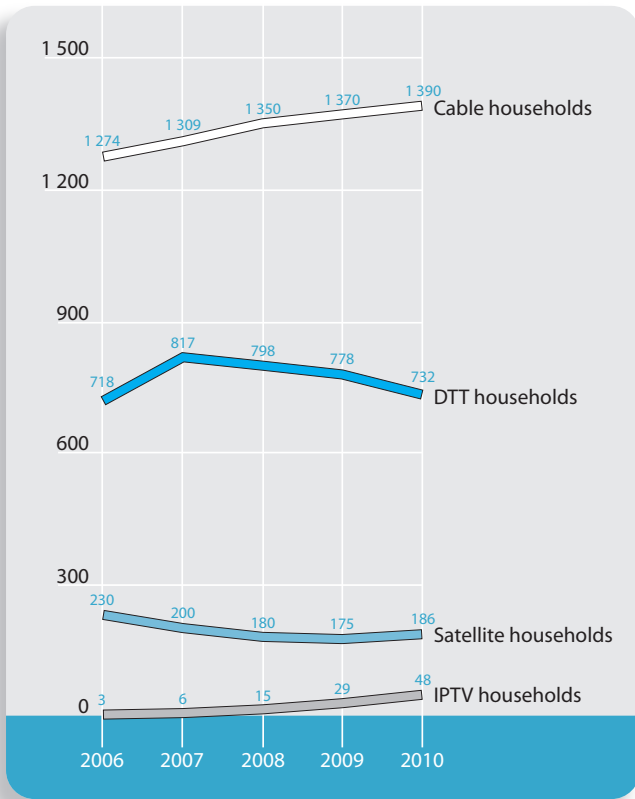
[Ⓞ] Includes free DTT channels.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

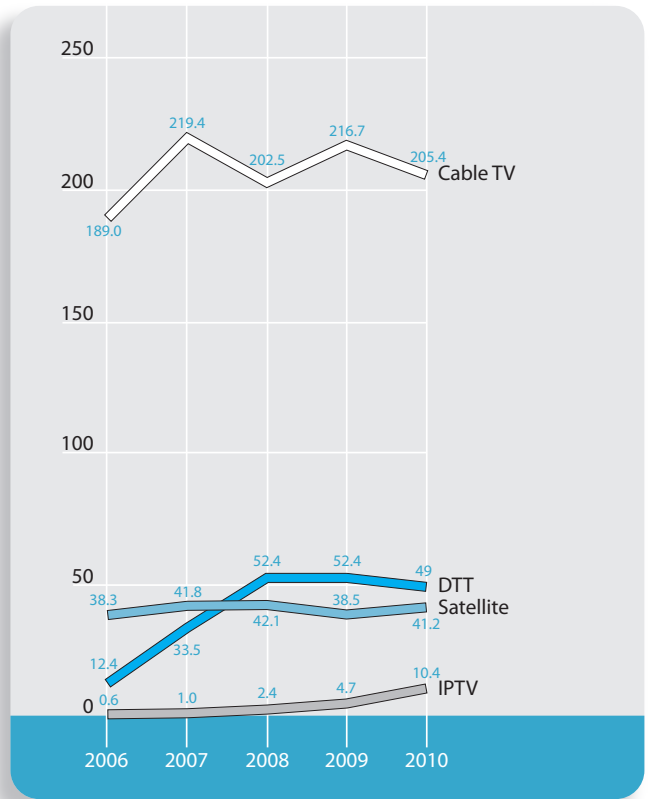
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

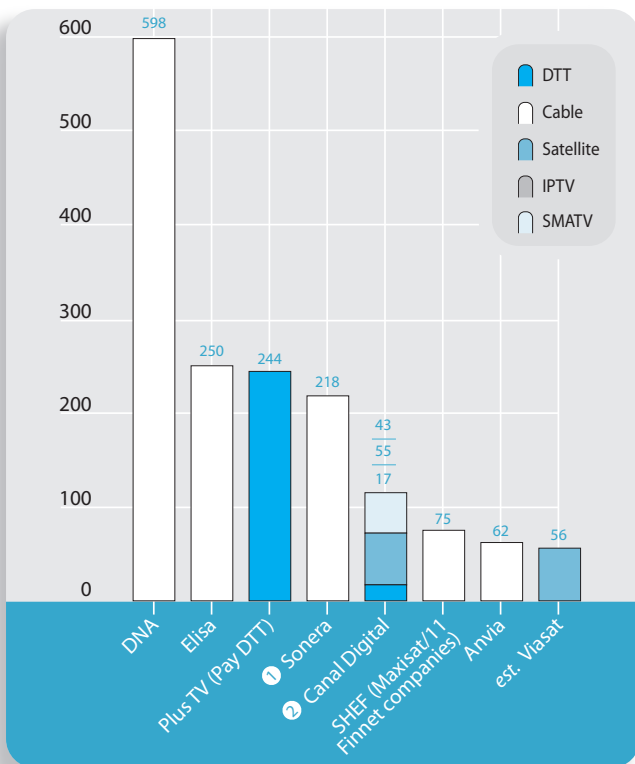
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

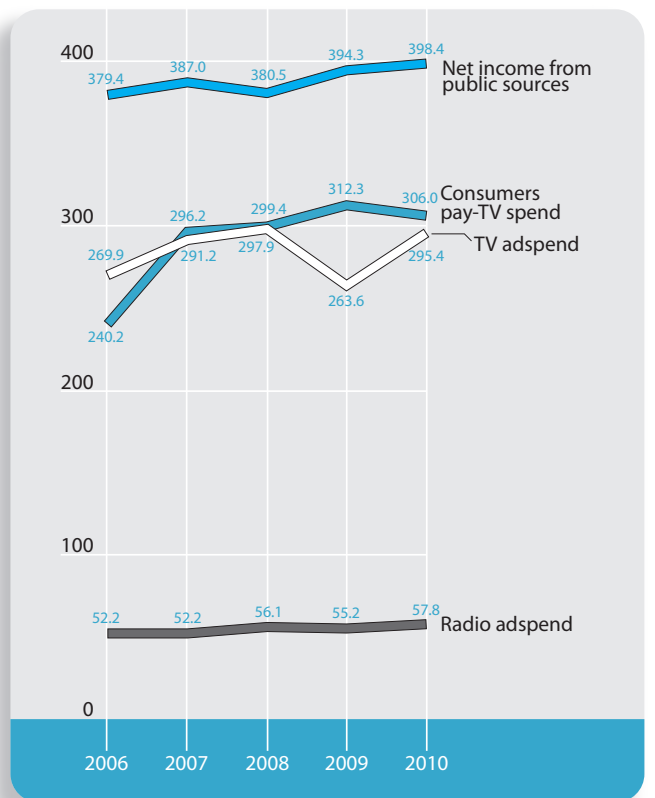
In thousands.



1 Data includes IPTV subscribers. Source: European Audiovisual Observatory
 2 Data as of March 2010.

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



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

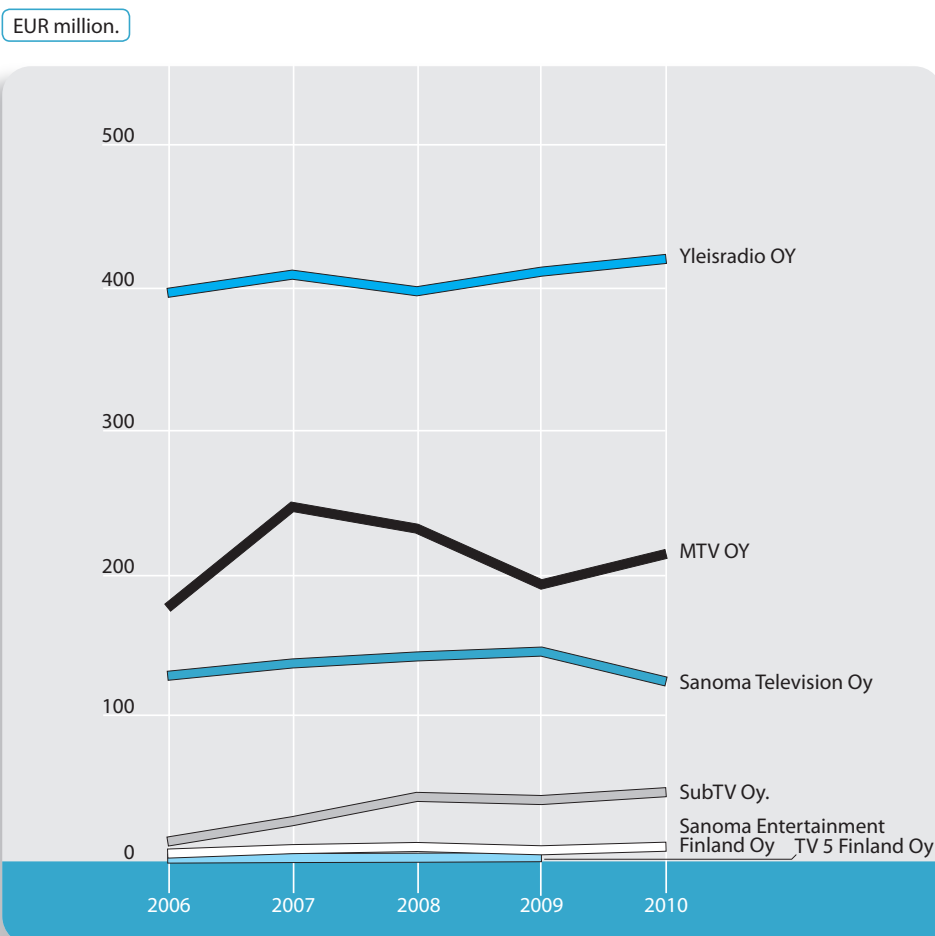
T.1.FI.1
G.1.FI.1Operating revenues of the main television companies in Finland
2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Yleisradio OY	sptv	YLE1, YLE2,...	409.1	397.5	411.2	420.1	2.2%
MTV OY	adtv	MTV-3	246.9	231.7	192.7	214.0	11.1%
Sanoma Television Oy	adtv	Nelonen	137.5	142.4	145.8	124.9	-14.3%
SubTV Oy.	thtv	SubTV	27.3	44.3	42.1	47.6	13.1%
Sanoma Entertainment Finland Oy	thtv	Urheilukanava	7.8	9.3	7	9.5	35.6%
TV 5 Finland Oy	thtv	The Voice	1.6	1.8	2.2	~	~

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Teliasonera Finland Oyj (cons.) ①	3play	Sonera TV		1 676.3	1 638.2	1 579.4	1 582.6	0.2%
Elisa Oyj (cons.) ①	3play	Elisa TV		1 589.4	1 491.5	1 434.6	1 468.3	2.3%
DNA Oy (cons.) ①	3play, dvb-h	DNA TV		540.0	652.2	657.2	694.2	5.6%
Anvia Oyj (cons.) ①	catv, isp	Anvia TV		83.8	102.0	104.0	109.2	5.0%
Digi TV Plus OY	dtv	Digi TV		19.8	52.4	58.2	62.1	6.7%
Canal Digital Finland OY	packtv	Canal Digital		37.2	36.8	33.5	30.7	-8.4%
Kainuun Puhelinosuuskunta ①	catv	KPO		17.1	20.4	19.5	18.3	-6.2%
OY Viasat Finland AB	packtv	Viasat		14.5	18.4	17.3	16.7	-3.5%
Tampereen Tietoverkko Oy	catv	TTV		14.4	17.2	16.5	16.7	1.2%
Vakka-Suomen Puhelin Oy	3play	VSP		10.7	11.6	11.6	~	~
Oy Turun Kaapelitelevisio	catv, isp	Turku Cable		6.7	7.2	7.2	6.9	-4.8%

① Includes other activities (telecommunications, ...).

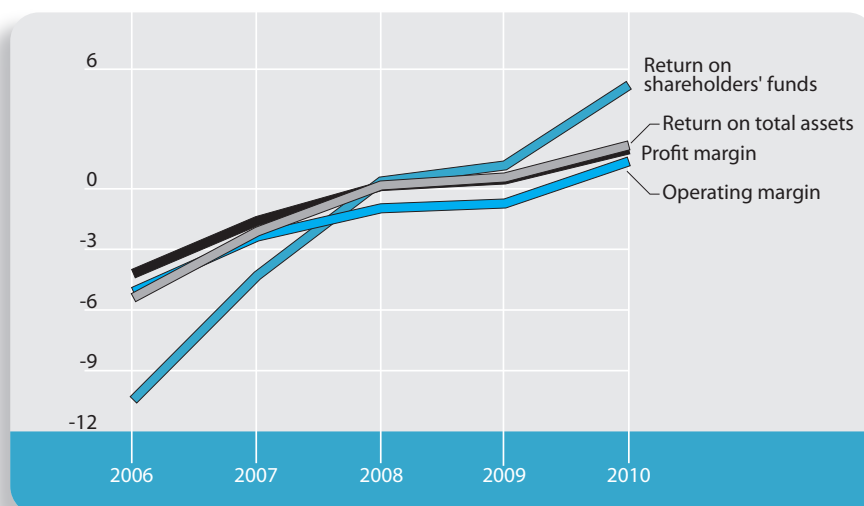
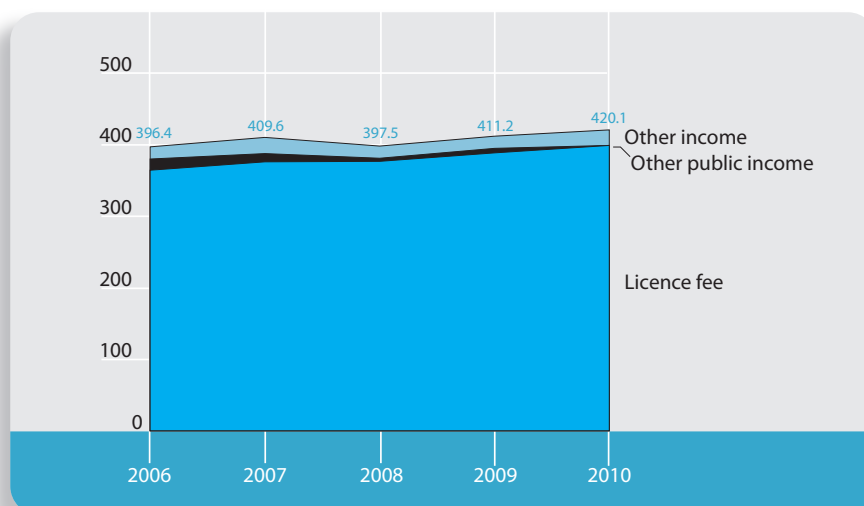
Source: European Audiovisual Observatory



T.1.FI.2
G.1.FI.2YLE financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	387.0	380.5	394.3	398.4	94.6%	95.7%	95.9%	94.8%	1.0%
Licence fee	375.5	376.2	388.0	398.4	91.8%	94.6%	94.3%	94.8%	2.7%
Other public income	11.5	4.3	6.3	-	2.8%	1.1%	1.5%	-	-
Other income	22.6	17.0	17.0	21.7	5.5%	4.3%	4.1%	5.2%	27.9%
Total	409.1	397.5	411.2	420.1	100%	100%	100%	100%	2.2%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	202.2	186.4	188.7	201.0	48.3%	46.4%	45.6%	45.0%	6.5%
Costs of personnel	193.1	190.8	200.1	219.8	46.1%	47.5%	48.3%	49.2%	9.8%
Depreciation	23.4	24.1	25.3	26.3	5.6%	6.0%	6.1%	5.9%	4.1%
Operating expenditure	418.7	401.3	414.1	447.1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	8.0%
Net result	-6.6	0.7	1.9	6.5					251.2%
Operating margin (%)	-2.35	-0.94	-0.7	1.4					

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

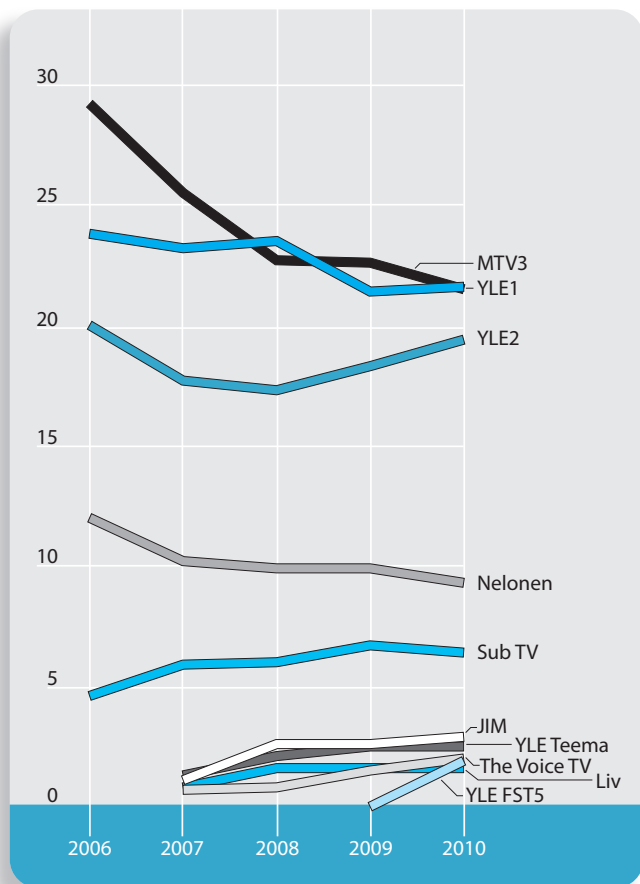


T.1.FI.3 TV audience market share in Finland
G.1.FI.3 2006-2010 In %, 4 years +.

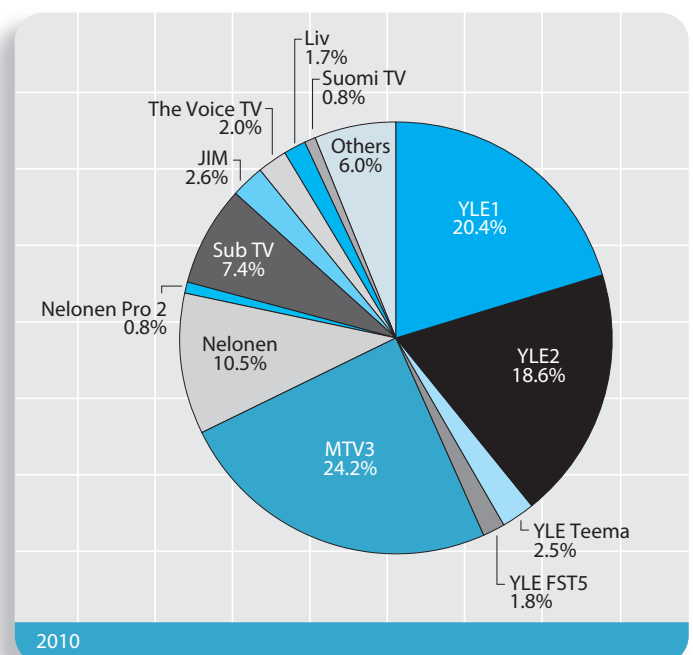
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
YLE1	23.8	23.2	23.5	21.4	21.6	21.3	21.5	21.4	20.8	20.4
YLE2	20.0	17.7	17.3	18.3	19.4	21.5	17.8	16.0	17.3	18.6
YLE Teema	~	1.3	2.1	2.5	2.5	~	1.3	2.2	2.5	2.5
YLE FST5	~	0.8	1.6	1.6	1.6	~	0.9	1.8	1.9	1.8
Finnish public channels	43.8	43.0	44.5	43.8	45.1	42.8	41.5	41.4	42.5	43.3
MTV3	29.2	25.5	22.7	22.6	21.5	31.0	28.5	26.5	24.6	24.2
Nelonen	12.0	10.2	9.9	9.9	9.3	12.8	11.3	11.1	11.0	10.5
Sub TV	4.6	5.9	6.0	6.7	6.4	5.0	6.7	7.3	8.0	7.4
JIM	-	1.1	2.6	2.6	2.9	-	1.3	2.5	2.6	2.6
The Voice TV	-	0.7	0.8	1.5	2.0	-	0.4	0.6	1.5	2.0
Liv					1.9					1.7
Suomi TV					0.7					0.8
Nelonen Pro 2		1.2	1.2	1.3	0.6					0.8
MusicTV	-	0.8	0.7	0.7	0.5	-	0.5	0.6	0.5	0.4
Urheilukanava	-	1.2	1.3	1.3	-		1.0	1.3	1.3	-
Main Finnish private channels	45.8	46.6	45.2	46.6	45.8	48.8	49.7	49.9	49.5	50.4
Discovery Channel	~	~	~	0.7	0.6				0.4	0.3
Others	10.4	10.4	10.3	8.9	8.5	8.4	8.8	8.7	7.6	6.0

Source: Eurodata TV Worldwide, Finnpanel

Daily share. In %, 4 years +.



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



The channel TF1 still has the largest audience share but only had a daily audience share of 24.5% in 2010, which was 7.1 percentage points lower than in 2006. This was the third 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 (16.1%) and France 3 (10.7%), both of which are also experiencing a steady decline in their audiences. In particular, France 3 is followed close behind by M6 (10.4%). Following these, eleven channels have audience market shares of between 1 and 4%. These include a number of new free-to-air DTT channels, such as TMC (TF1 Group) and W9 (RTL), which 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 19.7% in 2010, compared with 15.2% in 2009 and 11.1% in 2008.

At the end of 2010, more than 90% of French households received digital television. The digitisation of French households is largely due to DTT. In France, DTT, which reached 60% of households at the end of 2010, consists of 19 free-to-air national channels (four of them available in HD), around forty free-to-air local channels and, since the arrival of the pay sports channel Cfoot in July 2011, ten national pay-TV channels (one in HD). Although the pay-DTT subscription figures are still disappointing, free-to-air DTT is proving a success, as shown by audience analyses and by the incumbent broadcasters' interest in these new channels. For example, following the takeover of the channels TMC and NT1 by TF1 in 2010 (the deal was approved by the Council of State in December 2010), Canal+ announced in September 2011 that it was acquiring a 60% stake in Direct 8 and Direct Star, the two free-to-air DTT channels operated by the Bolloré group. This deal is to be examined by the Competition Authority.

In May 2011, the regulatory authority Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) chose SelecTV, which is operated by TV Numeric, the second pay-DTT operator after Canal+, as the first video-on-demand (VoD) service for the digital terrestrial network. The service should be up and running at the end of 2011. In addition, several tests of smart television connected via the DTT network took place in the Auxerre region and Normandy in 2011, using the HbbTV standard. France Télévisions opened its HbbTV portal on DTT in September 2011. This mainly consists of news (national, local and sports) and a programme guide. It will initially only be accessible via the channels France 2 HD and France 4 but will subsequently be

La chaîne TF1 arrive toujours en tête des audiences en 2010, mais avec seulement 24,5 % d'audience quotidienne, soit 7,1 points de moins qu'en 2006. C'est la troisième année consécutive que la chaîne privée se trouve sous la barre des 30 % d'audience. En deuxième et troisième positions se trouvent les deux chaînes publiques, France 2 (16,1 %) et France 3 (10,7 %), qui subissent aussi une érosion régulière de leur audience. En particulier, France 3 est pratiquement rattrapée par M6 (10,4 %). Derrière, onze chaînes affichent des parts de marché situées entre 1 et 4 % de l'audience. Parmi elles se trouvent plusieurs nouvelles chaînes gratuites de la TNT, comme TMC (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 au total 19,7 % de l'audience quotidienne en 2010 contre 15,2 % en 2009 et 11,1 % en 2008.

A la fin de l'année 2010, plus de 90 % des foyers français reçoivent la télévision numérique. La numérisation des foyers français est à porter, en grande partie, au crédit de la TNT. Équipant plus de 60 % des foyers à la fin de l'année 2010, la TNT est constituée en France de 19 chaînes nationales gratuites (dont 4 sont disponibles en HD), d'une quarantaine de chaînes locales gratuites et de 10 chaînes nationales payantes (dont 1 en HD), depuis l'arrivée de la chaîne sportive payante Cfoot en juillet 2011. Si les chiffres d'abonnements à la TNT payante demeurent décevants, la TNT gratuite se révèle un succès, comme le montrent les analyses d'audience, mais aussi l'intérêt des radiodiffuseurs historiques pour ces nouvelles chaînes. Ainsi, après le rachat des chaînes TMC et NT1 par TF1 en 2010 (opération validée par le Conseil d'Etat en décembre 2010), c'est Canal+ qui a annoncé en septembre 2011 prendre une participation de 60 % dans les deux chaînes de la TNT gratuite éditées par le groupe Bolloré, Direct 8 et Direct Star. L'opération doit être examinée par l'Autorité de la concurrence.

Le CSA a sélectionné en mai 2011 un premier service de vidéo à la demande (VàD) pour le réseau numérique terrestre : il s'agit de SelecTV, opéré par TV Numeric, le second opérateur de TNT payante après Canal+. Le service devrait être opérationnel à la fin de l'année 2011. Par ailleurs, plusieurs tests de télévision connectée via le réseau TNT ont eu lieu dans la région d'Auxerre ou en Normandie dans le courant de l'année 2011, utilisant la norme HbbTV. France Télévisions a inauguré son portail HbbTV sur la TNT en septembre 2011, constitué essentiellement d'informations (nationales, locales et sportives) et d'un guide des programmes. Accessible

TF1 erzielte erneut die höchsten Einschaltquoten, kam 2010 allerdings nur noch auf 24,5 % der täglichen Zuschauer, ein Verlust von 7,1 % gegenüber 2006. Bereits im dritten aufeinanderfolgenden Jahr blieb der Privatsender unterhalb der Marke von 30 %. Auf den Plätzen finden sich die beiden öffentlich-rechtlichen Programme France 2 (16,1 %) und France 3 (10,7 %), deren Zuschauerzahlen ebenfalls regelmäßig abbröckeln. Insbesondere France 3 wurde praktisch eingeholt von M6 (10,4 %). Dahinter kamen elf Sender auf einen Zuschauermarktanteil zwischen 1 und 4 %. Darunter befinden sich auch mehrere neue kostenfreie DVB-T-Dienste, wie etwa TMC (TF1-Gruppe) 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 2010 eine tägliche Einschaltquote von 19,7 % gegenüber 15,2 % im Vorjahr und 11,1 % im Jahr 2008.

Ende 2010 konnten über 90 % der französischen Haushalte das digitale terrestrische Fernsehen empfangen. Die Digitalisierung der Haushalte ist zu einem Großteil dem DVB-T zuzuschreiben. Über 60 % der Haushalte in Frankreich waren Ende 2010 für den DVB-T-Empfang ausgerüstet und konnten damit 19 unverschlüsselte landesweite Sender empfangen (von denen vier in HD-Qualität ausgestrahlt werden), etwa 40 frei empfangbare Lokalsender sowie, seit dem Sendestart des Pay-TV-Sportkanals Cfoot im Juli 2011, zehn landesweite Bezahlsender (einen davon in HD). Die Abonnentenzahlen beim DVB-T-Bezahlfernsehen bleiben weiter hinter den Erwartungen zurück, wohingegen sich die frei empfangbaren Sender als erfolgreich erweisen, wie die Analysen der Einschaltquoten ebenso wie das Interesse der etablierten Rundfunkanstalten an diesen neuen Sendern zeigen. Nach der vom Staatsrat im Dezember 2010 genehmigten Übernahme von TMC und NT1 durch TF1 2010 hatte Canal+ im September 2011 eine 60 %ige Beteiligung an den beiden unverschlüsselten, von der Bolloré-Gruppe betriebenen DVB-T-Sendern Direct 8 und Direct Star angekündigt. Dieser Vorgang wird von der Wettbewerbsbehörde noch geprüft.

Der CSA hat im Mai 2011 einen ersten Video-Abrufdienst (VoD) für das digitale terrestrische Netz bestimmt: SelecTV, betrieben von TV Numeric, dem zweitgrößten DVB-T-Pay-TV-Betreiber nach Canal+. Der Dienst sollte noch 2011 seine Arbeit aufnehmen. Außerdem wurde 2011 das mit dem Internet verbundene Fernsehen im DVB-T-Netz in der HbbTV-Norm in der Region von Auxerre und in der Normandie getestet. France Télévisions hat im September 2011 sein

made available by all the group's channels and the range of services is likely to be rapidly expanded.

The process to end analogue terrestrial transmissions, which began in 2010 with regional switch-offs and continued throughout 2011, should be completed on 29 November 2011 in both mainland France and French overseas departments and territories. The switch-off raises the question of the digital dividend. In October 2011, the CSA issued a call for applications for six new HD channels on free-to-air DTT, following the European Commission's ruling that the "bonus" channels (allocated to the incumbent operators on the basis of the 2007 "Law on the television of the future") were in breach of EU law. These six new channels should be launched in autumn 2012. They will be transmitted on two new R7 and R8 multiplexes in the DVB-T standard and not the DVB-T2 standard originally planned by the CSA.

The cable TV market is concentrated in the hands of Numéricable (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.

Having long had a monopoly on the satellite television market after the merger of the CanalSat and TPS packages, Canal+ faced competition from several alternative packages in 2011: Bis (AB group) and Orange (France Télécom) as well as FRANSAT (Eutelsat) and TNT Sat (Canal+), two packages that provide access to free-to-air DTT channels for households not covered by the terrestrial network and claim to reach more than 800 000 and 2 million households respectively.

The Canal+ group's acquisition of the TPS package in 2007 was challenged in September 2011 by the Competition Authority, which withdrew its decision to allow the merger and fined Canal+ 30 million euros, stating that the company had not met the commitments it had entered into at the time (especially with regard to making channels available to third-party distributors).

In addition, Canal+ and Orange, which were for a long time locked in a dispute about rights and channel exclusivity, announced they had reached an agreement in July 2011 on the acquisition by Canal+ of a 33.33% stake in Orange Cinéma Séries, the package that groups together Orange's five premium cinema and fiction channels.

IPTV has continued its upward trend in France. According to the telecommunications and posts regulator ARCEP, 11.3 million homes were able to access television via ADSL in June 2011. Nearly

dans un premier temps uniquement via les chaînes France 2 HD et France 4, l'accès au portail sera ensuite proposé par toutes les chaînes du groupe, et l'offre de services devrait être rapidement étendue.

L'extinction des transmissions analogiques terrestres, débutée par des extinctions régionales en 2010 qui se sont poursuivies tout au long de l'année 2011, devrait avoir lieu le 29 novembre 2011, dans la métropole et en outre-mer. Cette extinction pose la question du dividende numérique. Le CSA a lancé en octobre 2011 un appel à candidature pour six nouvelles chaînes HD sur la TNT gratuite, suite à l'avis de la Commission européenne jugeant les chaînes « bonus » (accordées aux opérateurs historiques selon la loi de 2007 « sur la télévision du futur ») contraires au droit de l'Union européenne. Ces six nouvelles chaînes devraient être lancées à l'automne 2012. Diffusées sur deux nouveaux multiplex R7 et R8, elles seront finalement diffusées en norme DVB-T et non en DVB-T2 comme envisagé pendant un temps par le CSA.

Le marché de la télévision par câble est concentré dans les mains de Numéricable (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.

Longtemps en position de monopole sur le marché de la télévision par satellite suite à la fusion des bouquets CanalSat et TPS, Canal+ affronte en 2011 la concurrence de plusieurs bouquets alternatifs : Bis (groupe AB), Orange (France Télécom) ainsi que deux bouquets proposant l'accès aux chaînes de la TNT gratuite pour les foyers non couverts par le réseau hertzien : FRANSAT (Eutelsat) et TNT Sat (Canal+), qui revendiquent respectivement plus de 800 000 et 2 millions de foyers équipés.

C'est l'opération de rachat du bouquet TPS par le groupe Canal+, finalisée en 2007, qui a été remise en cause en septembre 2011 par l'Autorité de la concurrence. Celle-ci a retiré sa décision d'autoriser la fusion et a condamné Canal+ à 30 millions d'euros d'amende, jugeant que l'entreprise n'avait pas respecté ses engagements de l'époque (notamment à propos de la mise à disposition de chaînes auprès de distributeurs tiers).

Par ailleurs, Canal+ et Orange, longtemps en conflit sur des questions de droits et d'exclusivité de chaînes, ont annoncé être parvenus à un accord en juillet 2011 portant sur l'achat par Canal+ de 33,33 % de Orange Cinéma Séries, le bouquet regroupant les cinq chaînes premium cinéma et fiction d'Orange.

L'IPTV confirme son succès en France. 11,3 millions de foyers ont la possibilité

HbbTV-Portal im DVB-T-Netz eröffnet, das im Wesentlichen aus (nationalen, lokalen und Sport-) Nachrichten sowie einem TV-Programmführer besteht. Ein Zugang zum Portal ist zunächst nur über die Sender France 2 HD und France 4 möglich, soll aber bald von allen Sendern des Konzerns aus möglich sein und das Dienstangebot soll zügig wachsen.

Die Abschaltung der analogen terrestrischen Übertragung erfolgte 2010 in den ersten Regionen, setzte sich 2011 fort und sollte im gesamten Land sowie in den Überseegebieten am 29. November 2011 abgeschlossen sein. Mit der Abschaltung stellt sich die Frage der digitalen Dividende. Im Anschluss an die Stellungnahme der Europäischen Kommission, wonach die (den etablierten Betreibern gemäß dem Gesetz von 2007 über das „Fernsehen der Zukunft“ bewilligten) „Bonus“-Kanäle dem EU-Recht zuwiderlaufen, hat der CSA im Oktober 2011 eine Ausschreibung für sechs neue HD-Sender im unverstärkten DVB-T-Netz gestartet. Diese sechs neuen Sender sollen ab Herbst 2012 ausgestrahlt werden. Sie werden auf den beiden neuen Multiplexen R7 und R8 verbreitet und schließlich in der DVB-T- und nicht in der DVB-T2-Norm ausgestrahlt, wie einige Zeit vom CSA ins Auge gefasst worden war.

Der Markt für Kabelfernsehen befindet sich fest in der Hand von Numéricable (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.

Canal+ hatte im Satellitenfernsehmarkt nach der Fusion der Bouquets CanalSat und TPS lange Zeit eine Monopolstellung inne, steht 2011 aber einer Konkurrenz aus mehreren alternativen Bouquets gegenüber: Bis (Gruppe AB), Orange (France Télécom) sowie zwei Bouquets, FRANSAT (Eutelsat) und TNT Sat (Canal+), die Zugang zu den Sendern des frei empfangbaren DVB-T-Netztes für Haushalte ohne terrestrisches Netz bieten und die nach eigenen Angaben in über 800 000 bzw. 2 Mio. Haushalten empfangbar sind.

Die 2007 abgeschlossene Übernahme des TPS-Bouquets durch Canal+ wurde im September 2011 von der Wettbewerbsbehörde infrage gestellt. Die zuvor erteilte Genehmigung der Fusion wurde rückgängig gemacht und Canal+ zu einer Strafe von 30 Mio. EUR verurteilt, da das Unternehmen seine damaligen Zusagen nicht eingehalten habe (insbesondere im Hinblick auf die Bereitstellung von Kanälen für andere Verbreitungsunternehmen). Außerdem haben Canal+ und Orange, zwischen denen Rechte- und Exklusivitätsfragen der Sender lange strittig waren,

six DSL connections out of ten in France are coupled with television services. In 2011, seven packages were marketed by six providers, with Free heading the market with more than 4.7 million subscribers to its two packages Free and Alice in June 2011.

The plans to launch a personal mobile television service (DVB-H standard) have been postponed once again by TDF and the operator of the virtual mobile network Virgin Mobile.

In early October 2010, the CNC set up two new monthly barometers on the availability and use of catch-up television in France. The first results show that, 17 000 videos were available as catch-up television on the internet in December 2010, half of them current affairs videos. As far as viewing practices are concerned, just over half those questioned during the last quarter of 2010 said they had watched catch-up television programmes in the past year. The computer emerged as the preferred viewing vehicle, ahead of the television screen and mobile devices.

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. On 17 November 2010 the National Assembly voted in favour of the definitive maintenance of daytime advertising on France Télévisions' channels contrary to the Budget Minister's opinion. Then in December the Senate - with the Government's approval - adopted a new amendment totally abolishing advertising on France TV starting in January 2016. It was a meeting of the Joint Commission (Commission Mixte Paritaire - CMP) that eventually validated the Senate's vote and the total abolition of advertising on France Télévisions' channels in 2016.

d'accéder à la télévision par ADSL selon l'ARCEP en juin 2011. Près de six accès DSL sur dix en France sont couplés avec des services de télévision. En 2011, sept bouquets sont commercialisés par six fournisseurs, et c'est Free qui conserve la tête du marché avec plus de 4,7 millions d'abonnés en juin 2011 à ses deux bouquets, Free et Alice.

Les plans de lancement d'un service de télévision mobile personnelle (DVB-H) ont été une nouvelle fois repoussés par TDF et l'opérateur de réseau mobile virtuel Virgin Mobile.

Le CNC a mis en place, à partir d'octobre 2010, deux nouveaux baromètres mensuels sur l'offre et l'usage de la télévision de rattrapage en France. Les premiers résultats montrent qu'en décembre 2010, 17 000 vidéos étaient disponibles en télévision de rattrapage sur Internet. La moitié des vidéos disponibles étaient des vidéos d'actualité. Au niveau des pratiques, un peu plus de la moitié des personnes interrogées au cours du dernier trimestre 2010 déclaraient avoir regardé des programmes en télévision de rattrapage pendant l'année écoulée. C'est l'ordinateur qui apparaissait comme le support préféré pour le visionnage, devant l'écran de télévision et les supports mobiles.

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. L'Assemblée nationale a voté le 17 novembre 2010 le maintien définitif de la publicité en journée sur les antennes de France Télévisions, contre l'avis du ministre du Budget. Puis, en décembre, le Sénat a adopté avec l'approbation du gouvernement un nouvel amendement supprimant totalement la publicité sur France TV à partir de janvier 2016. Il a donc fallu attendre le vote de la Commission mixte paritaire (CMP), qui a finalement validé le vote du Sénat et la suppression totale de la publicité sur les antennes de France Télévisions en 2016.

im Juli 2011 verkündet, sie hätten sich darauf geeinigt, dass Canal+ 33,33 % von Orange Cinéma Séries übernimmt, dem Bouquet mit den fünf Premium-Kanälen von Orange für Spiel- und Fernsehfilme.

Der Erfolg von IPTV bestätigt sich in Frankreich. Im Juni 2011 hatten nach Angaben von ARCEP 11,3 Mio. Haushalte Zugang zu DSL-Fernsehen. Fast 60 % der DSL-Zugänge ermöglichen in Frankreich gleichzeitig den Empfang von Fernsehdiensten. 2011 boten sechs Anbieter insgesamt sieben Bouquets an und Free bleibt mit über 4,7 Mio. Abonnenten im Juni 2011 für seine Bouquets Free und Alice Marktführer.

Die Pläne für den Start eines Dienstes für mobiles Fernsehen (DVB-H) wurden von TDF und dem virtuellen Mobilnetzbetreiber Virgin Mobile erneut verschoben.

Der CNC nutzt seit Oktober 2010 zwei neue Barometer zur Messung von Angebot und Nutzung des *Catch-up-TV* in Frankreich. Aus den ersten Ergebnissen geht hervor, dass im Dezember 2010 im Internet 17 000 bereits ausgestrahlte Sendungen abrufbar waren. Die Hälfte dieser Videos waren aktuell. Was die konkrete Nutzung angeht, gaben etwas über 50 % der im letzten Quartal 2010 Befragten an, im abgelaufenen Jahr Fernsehsendungen aus der Mediathek angeschaut zu haben. Der Computer war dabei offensichtlich das bevorzugte Medium, vor dem Fernseher und mobilen Empfangsgeräten.

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 Nationalversammlung hat am 17. November 2010 für die definitive Beibehaltung der Werbung tagsüber auf den Sendern von France Télévisions gestimmt und somit entgegen dem Standpunkt des Haushaltsministers einen Änderungsantrag angenommen. Im Dezember hat der Senat mit Zustimmung der Regierung einen neuen Änderungsantrag angenommen, dem zufolge ab Januar 2016 ein vollständiges Werbeverbot für die Sendergruppe France Télévisions gilt. Daher war man gezwungen, die Abstimmung des paritätisch besetzten Ausschusses abzuwarten, der letztlich die Abstimmung des Senats und damit das vollständige Werbeverbot für die Sender von France Télévisions ab 2016 bestätigt hat.

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>

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

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

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 11.2011. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	65 075		Eurostat
Households	–	28 088		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	96.0%	26 964		Médiamétrie / European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	13.9%	3 901		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	6.9%		1 938	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	28.1%		7 885	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	25.7%		7 218	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	18.2%	5 105		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	19.1%		5 352	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	12.5%	3 513		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	33.2%		9 323	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	4.1%	1 155		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	84.8%		23 831	European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	48.7%	13 674		European Audiovisual Observatory
Households with PC	64.2%	18 027		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	59.5%	16 699		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	3 483		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	26 (+4 ¹) NC Numéricable and various small local operators
Satellite packagers	4 (+3 ¹) AB Sat "Bis TV" (Groupe AB), Canal+ Distribution "Canalsat" and "TNT Sat" (Vivendi ²), France Télécom, Fransat (Eutelsat)
IPTV packagers	6 (+6 ¹) Auchan Telecom, Bouygues Telecom, Darty, France Télécom, Free "Free" and "Alice" (Iliad), SFR "Neufbox" (Vivendi)
DTT multiplex operators and packagers	8 6 MUX operators + 2 pay DTT pack.: Canal+ Distribution (Vivendi), TV Numeric
Mobile phone TV packagers	5 Bouygues, France Télécom, SFR (Vivendi) + 2 pack.: Canal+ Distribution (Vivendi), Mobibase

¹ In overseas territories. ² Vivendi also controls satellite packages targeting other countries (Poland, Africa, Indian Ocean, Asia).

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	10	23	33
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	3	226	229
Regional / Local	71	98	169
Regional / Local windows	24		24
Channels targeting foreign markets	34	98	132
Total	142	445	587
Foreign channels targeting the country	2	52	54

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Pay digital terrestrial ¹	Cable Numéricable	Satellite CanalSat	IPTV Free
Generalist - national	7	8	8	8	8
Generalist - foreign			24	11	46
Adult			7	6	13
Children	1	1	17	16	20
Culture / education / documentary	3	4	12	19	17
Entertainment / TV fiction / games	3	5	22	18	39
Film		2	19	15	28
HD simulcast of an existing channel	4	5	14	20	8
Home shopping			4	4	3
International linguistic and cultural			10	14	32
Lifestyle / specific leisure / travel			15	13	22
Minority interest groups	1	1	7	2	17
Music	1	1	22	24	48
News / business / Parliament	4	5	24	32	50
Regional / local	50	50	23	2	36
Religion			2	8	11
Sports		3	20	24	26
Various			12	13	19
Total (including HD channels)	24 (4)	35 (5)	262 (24)	249 (25)	443 (24)

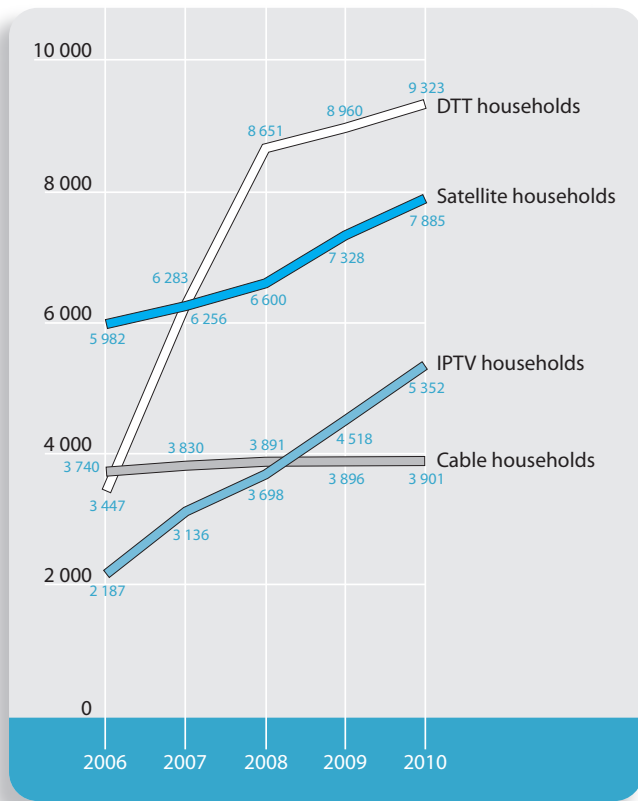
¹ Includes free DTT channels. ² In addition 50 local stations are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

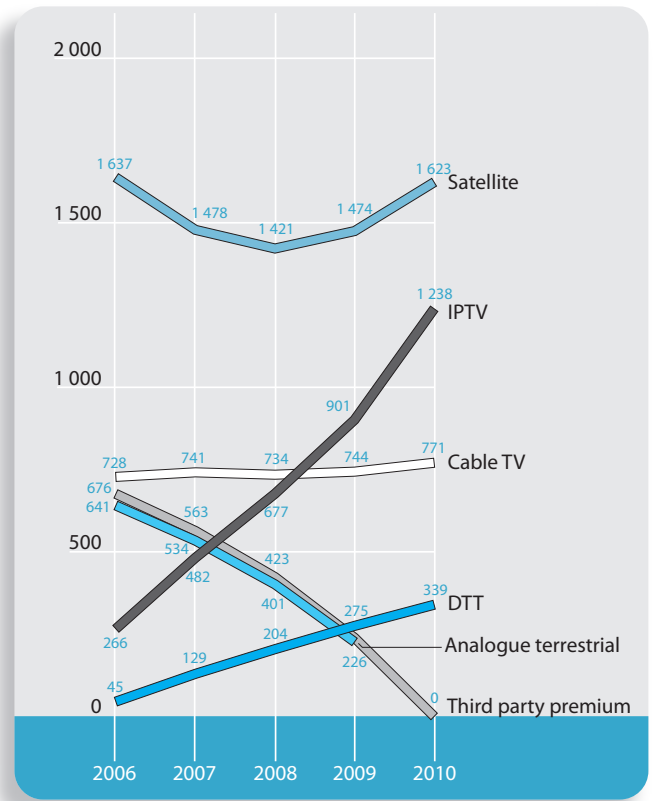
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

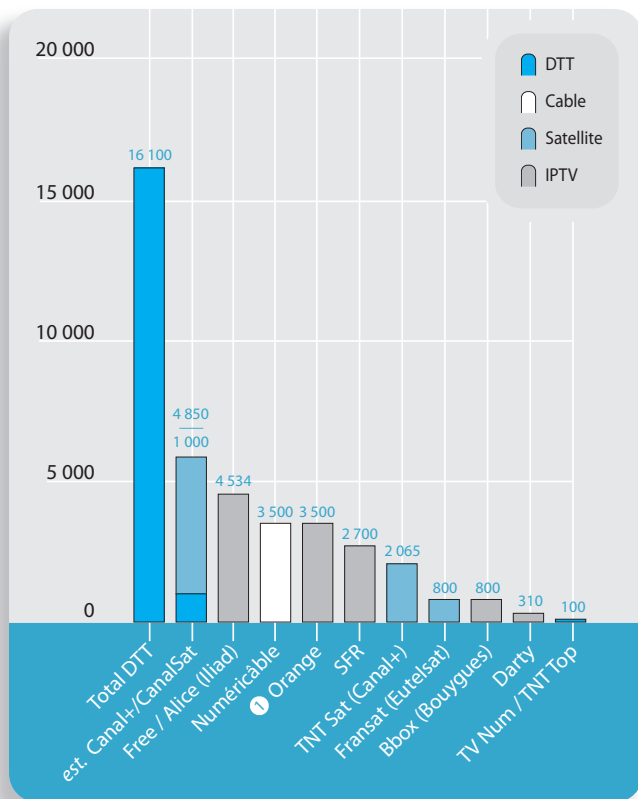
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

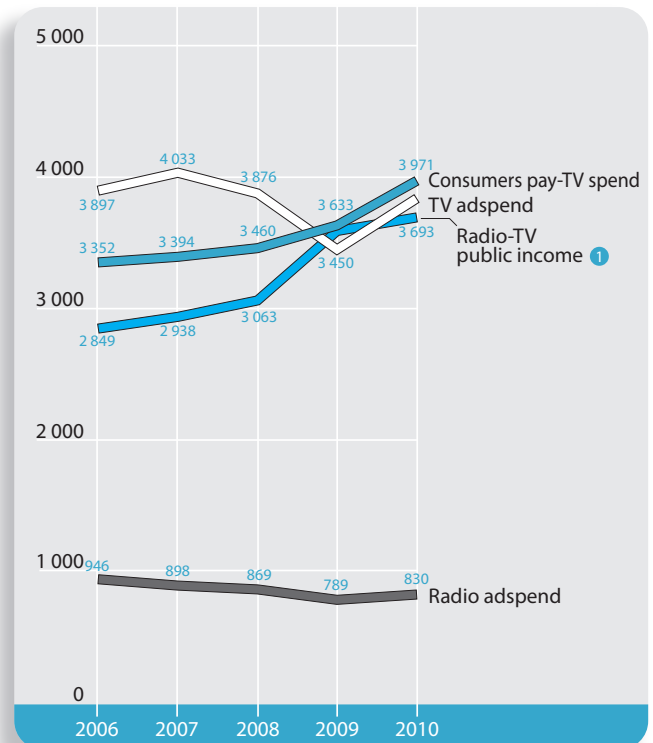
In thousands.



① Includes subscribers by satellite. Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



① Does include public financing to INA. Does not include public financing of the 2 parliamentary channels and the non-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, DGMIC

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

Operating revenues of the main television companies in France

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
France Télévisions (cons.) ①	sptv	France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô	2 704.0	2 579.3	3 118.1	3 256.4	4.4%
<i>p.m.</i> France 2	sptv	France 2	1 733.3	-	-	-	-
<i>p.m.</i> France 3	sptv	France 3	1 597.6	-	-	-	-
<i>p.m.</i> France 5	sptv	France 5	314.5	-	-	-	-
<i>p.m.</i> Réseau France Outre Mer	sptv	France Ô	281.3	-	-	-	-
<i>p.m.</i> France 4	sptv	France 4	50.9	-	-	-	-
Canal Plus (cons.)	paytv	Canal+	1 740.0	1 813.0	1 775	1 787.0	0.7%
TF1 S.A.	adtv	TF1	1 824.0	1 759.0	1 587	1 660.0	4.6%
Métropole Télévision	adtv	M6	770.0	758.0	730	809.0	10.8%
Eurosport	thtv	Eurosport (Europe)	275.3	318.3	315.5	360.8	14.4%
Audiovisuel Extérieur de la France ②	sptv	France 24, RFI	-	249.5	258.6	357.3	38.2%
<i>p.m.</i> France 24	thth	France 24	91.6	96.8	~	109.6	~
Arte France (S.E.P.T.) (uncons.)	sptv	Arte	301.5	316.2	337.5	340.5	0.9%
Orange Sports	thtv	Orange Sports	0.0	40.4	81.3	121.9	49.9%
EDI-TV	thtv	M6 Music (4 channels), W9	26.6	57.5	84.4	108.9	29.0%
TV5 Monde	sptv	TV 5	87.8	93.9	100.4	103.6	3.2%
Orange Cinéma Séries	thtv	Orange Cinéma Séries	-	4.0	40.0	65.0	62.5%
Eurosport France	thtv	Eurosport (France)	64.9	64.4	62.4	66.8	7.1%
Euronews S.A. (ex. SECEMIE)	thtv	Euronews	12.2	57.8	53.1	60.6	14.1%
<i>p.m.</i> SOCEMIE	thtv	Euronews	44.9	-	-	-	-
NRJ 12	thtv	NRJ 12	10.2	24.9	43.8	57.5	31.3%
Direct 8	thtv	Direct 8	8.4	18.1	29.9	47.2	57.9%
Canal J	thtv	Canal J	31.6	41.0	39.5	45.0	13.9%
La Chaîne Info (LCI)	thtv	LCI	54.1	46.7	46.5	44.0	-5.4%
NT1	thtv	NT1	~	~	~	38.4	~
Paris Première	thtv	Paris Première	35.9	36.9	34.1	37.2	9.1%
NBC Universal Global Networks	thtv	13eme Rue	45.9	42.2	37.2	~	~
M6 Boutique la Chaîne	hstv	M6 Boutique	27.4	34.7	36.2	36.8	1.7%
Jeunesse TV	thtv	Gulli	8.2	18.9	27.1	34.0	25.5%
BFM TV	thtv	BFM TV	8.4	14.7	23.2	31.9	37.5%
Equipe 24/24	thtv	Equipe TV	24.7	28.3	27.3	30.5	11.7%

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	2007	2008	2009	2010	2010/09
France Télécom ③	3play, 3G TV	Livebox	25 236.0	25 657.0	25 024.0	25 290.0	1.1%
SFR ④	3play, 3G TV	Neufbox de SFR	8 934.5	9 316.0	12 651.0	12 954.0	2.4%
<i>p.m.</i> Neuf Cegetel ⑤ ⑥	3play	Neufbox de SFR	3 281.5	3 613.9	-	-	-
Bouygues Telecom ⑤	3play, 3G TV	bBox	5 739.0	6 329.0	~	6 532.0	~
Etablissements Darty et fils ⑤	3play	dartybox	2 786.0	2 205.8	2 311.9	2 285.7	-1.1%
Canal+ Distribution ③ est.	SAT-TV	Canalsat	2 007.0	~	~	~	~
Iliad (cons.)	3play	Freebox / Alice Box	1 222.2	1 592.5	1 972.8	2 122.7	7.6%
<i>p.m.</i> Free ③	3play	Freebox	1 185.6	1 925.0	1 934.8	2 140.3	10.6%
<i>p.m.</i> Telecom Italia ③ ⑥	3play	Alice Box	415.6	-	-	-	-
Numéricable ⑤	3play	Numéricable	472.4	572.6	597.6	636.7	6.5%
NC Numéricable ⑤	3play	Numéricable	469.4	456.1	415.6	368.4	-11.4%
Canal Satellite Caraïbes	packtv	Canal Satellite Caraïbes	106.1	109.9	120.2	~	~
Canal + Afrique	SAT-TV	Canal+ Afrique	63.1	75.5	96.2	~	~
Vialis	3play	Vialis	87.9	90.7	92.3	~	~
Auchan Telecom	3play	Auchan Box	32.5	70.6	77.3	~	~
Est Vidéocommunications	3play	Numéricable	65.8	70.8	65.6	~	~

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, RFI and the French contribution to TV5 Monde. 2008 data pro forma.

③ Total operating revenues, including telecommunication and other activities.

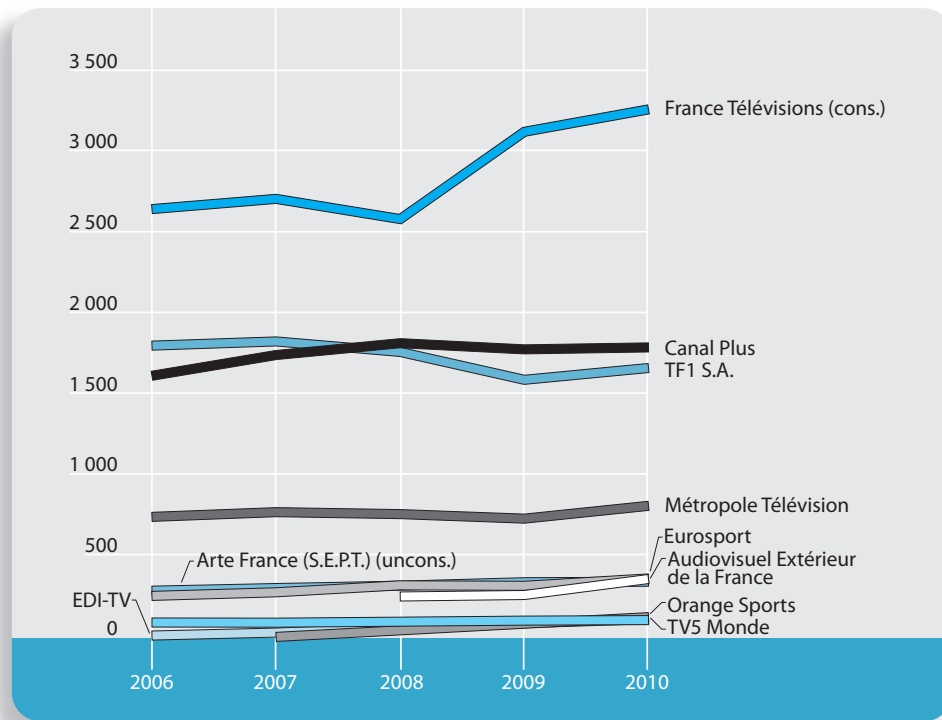
④ Taken over by SFR in 2008.

⑤ Includes broadcasting activities of thematic channels.

⑥ Taken over by Iliad (Free) in 2008.

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

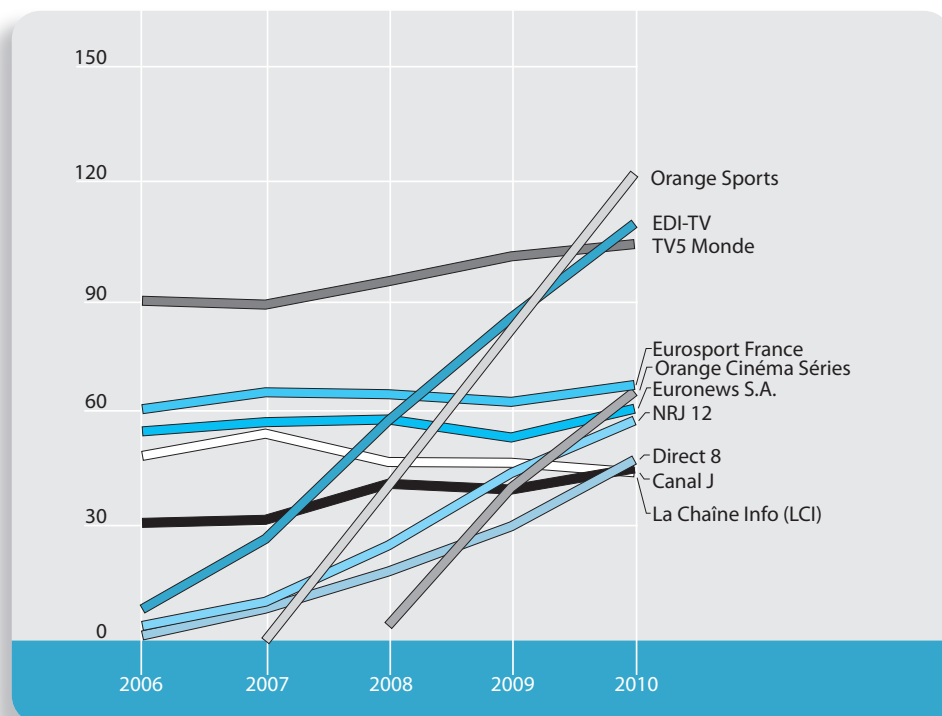
Operating revenues of the main television companies in France (Continued)
2007-2010 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

G.1.FR.2

Operating revenues of the main thematic television companies
2006-2010 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
BA
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LI
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)

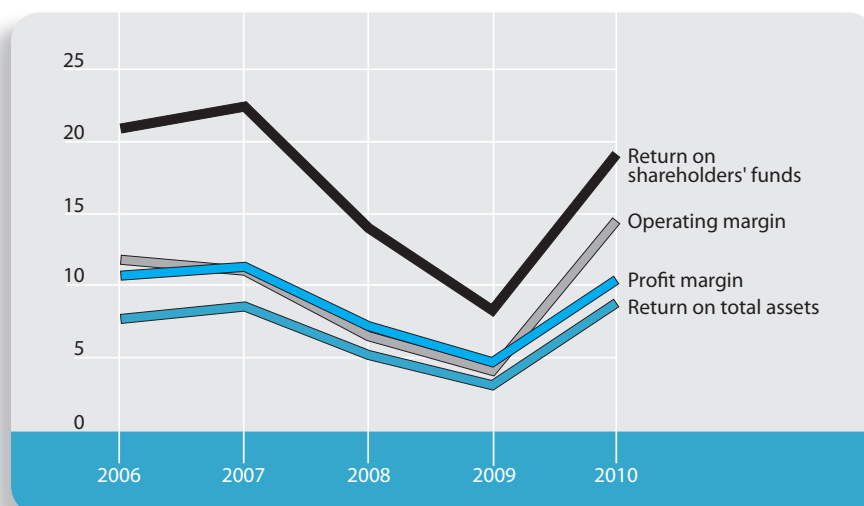
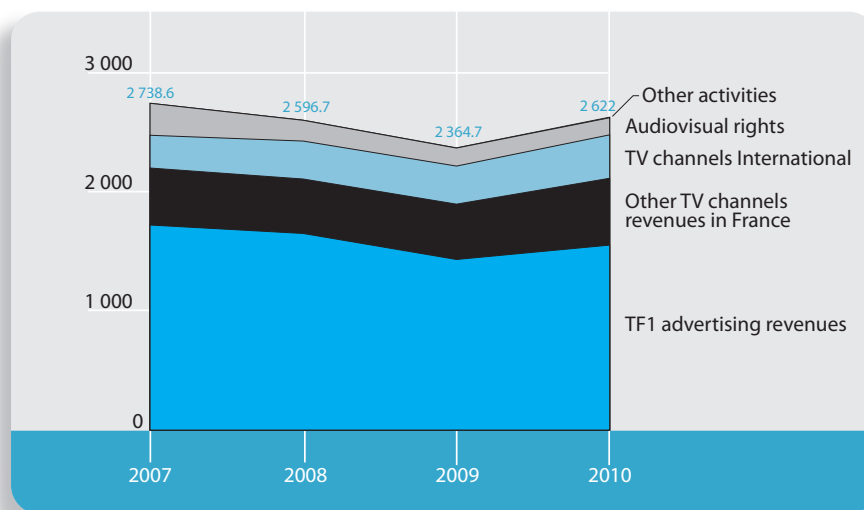
2007-2010 EUR million. The breakdown of revenues has been modified by the Group.

Revenues	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
TV channels France	2 195.8	2 103.5	1 893.0	2 110.0	80.2%	81.1%	80.1%	80.5%	11.5%
- of which TF1 advertising revenues	1 718.3	1 647.3	1 429.4	1 550.0	62.7%	63.5%	60.4%	59.1%	8.4%
- other TV channels revenues in France	477.5	456.2	463.6	560.0	17.4%	17.6%	19.6%	21.4%	20.8%
TV channels International	274.5	318.2	319.2	364.0	10.0%	12.3%	13.5%	13.9%	14.0%
Audiovisual rights	268.1	174.0	151.0	143.0	9.8%	6.7%	6.4%	5.5%	-5.3%
Other activities	0.2	1.0	1.5	5.0	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	233.3%
Total turnover	2 738.9	2 594.7	2 364.7	2 622.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	10.9%
Operating revenues	2 763.8	2 718.2	2 474.0	2 802.0					13.3%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	1 934	1 978	1 801	1 831	78.7%	77.8%	75.9%	76.4%	1.6%
Costs of personnel	438	445	445	434	17.8%	17.5%	18.8%	18.1%	-2.5%
Depreciation	87	118	126	132	3.5%	4.7%	5.3%	5.5%	4.6%
Total expenditures	2 459	2 542	2 373	2 397	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.0%

Net result	227.8	163.8	114.4	228.3					99.6%
Operating margin (%)	11.0	6.5	4.1	14.5					

Source: TF1 , European Audiovisual Observatory



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

France Télévisions financial situation (consolidated)

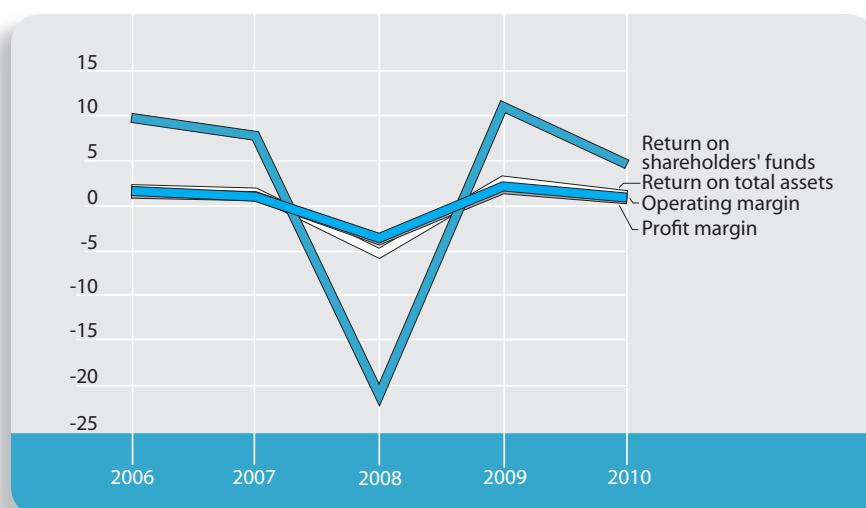
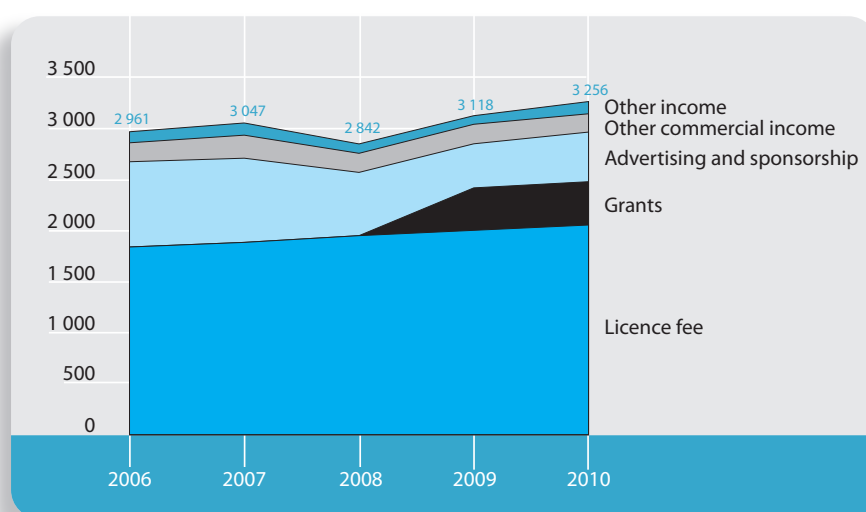
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	1 879.5	1 945.3	2 412.4	2 472.7	61.7%	67.8%	77.4%	75.9%	2.5%
- Licence fee	1 879.5	1 945.3	1 997.4	2 049.5	61.7%	67.8%	64.1%	62.9%	2.6%
- Grants	-	-	415.0	423.3	-	-	13.3%	13.0%	2.0%
Total commercial income	1 048.3	805.0	621.8	664.0	34.4%	28.0%	19.9%	20.4%	6.8%
- Advertising and sponsorship	823.1	618.5	430.9	485.2	27.0%	21.5%	13.8%	14.9%	12.6%
- Other commercial income	225.2	186.5	190.9	178.8	7.4%	6.5%	6.1%	5.5%	-6.3%
Other income	119.2	91.9	83.9	119.6	3.9%	3.2%	2.7%	3.7%	42.6%
Operating revenues	3 047.0	2 870.2	3 118.1	3 256.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.4%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	1 995.0	1 969.8	2 027.2	2 112.2	66.2%	66.3%	66.5%	65.5%	4.2%
Costs of personnel	857.2	840.8	864.0	883.8	28.4%	28.3%	28.3%	27.4%	2.3%
Depreciation	163.1	160.7	158.2	229.2	5.4%	5.4%	5.2%	7.1%	44.9%
Operating expenditure	3 015.3	2 971.3	3 049.4	3 225.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	5.8%

Net result	22.2	-78.4	19.7	12.8					-35.0%
Operating margin (%)	1.1	-3.5	2.2	1.0					

Source: France Télévisions, European Audiovisual Observatory



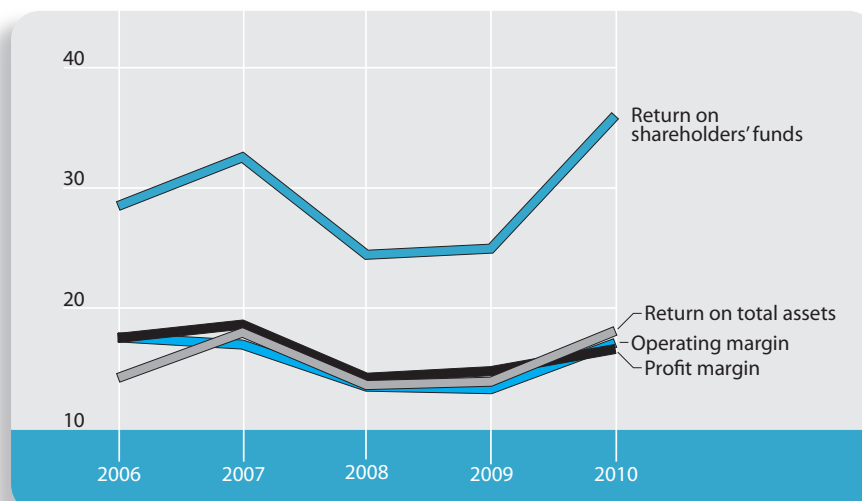
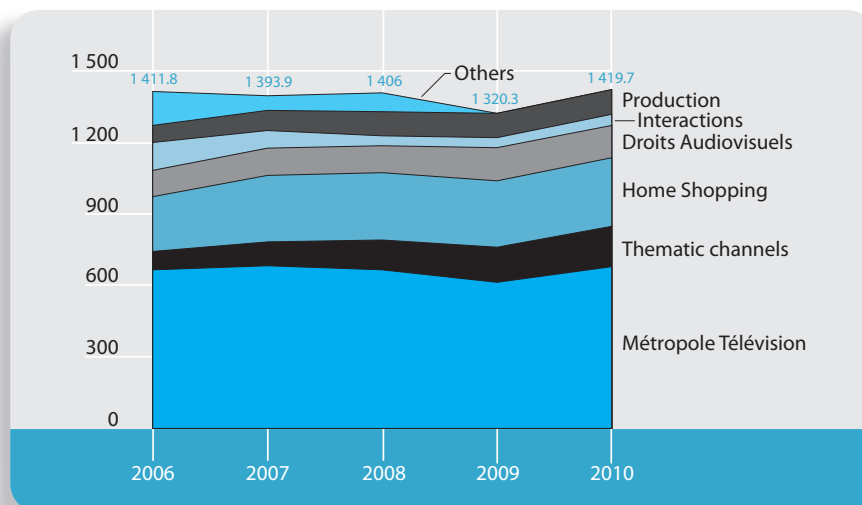
T.1.FR.4
G.1.FR.5M6 financial situation (consolidated)
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Métropole Télévision	681.6	664.5	612.2	677.9	50.3%	49.0%	44.5%	46.4%	10.7%
Thematic channels	100	125	147.1	168.9	7.4%	9.2%	10.7%	11.6%	14.8%
Diversification and rights	612.3	616.5	617.1	614.9	45.1%	45.5%	44.8%	42.1%	-0.4%
- Home Shopping	278.6	282.1	278.1	287.4	20.5%	20.8%	20.2%	19.7%	3.3%
- Droits Audiovisuel	114.2	112.9	138.9	135.4	8.4%	8.3%	10.1%	9.3%	-2.5%
- Interactions	73.8	41.5	42.0	46.5	5.4%	3.1%	3.1%	3.2%	10.7%
- Production	84.4	101.1	101.8	103.3	6.2%	7.5%	7.4%	7.1%	1.5%
Others	61.3	78.9	0.2	0.3	4.5%	5.8%	0.0%	0.0%	50.0%
Total (after eliminations)	1 356.4	1 354.9	1 376.6	1 462.0	100%	100%	100%	100%	6.2%
Operating revenues	1 376.9	1 367.8	1 387.8	1 479.4					6.6%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Purchase of goods and services	847	873	832.6	880.1	74.1%	73.4%	69.2%	71.8%	5.7%
- Costs of personnel	209	218	236.6	240.8	18.3%	18.3%	19.7%	19.6%	1.8%
- Depreciation	86	99	134.5	105.1	7.5%	8.3%	11.2%	8.6%	-21.9%
Operating expenditure	1 143	1 190	1 203.7	1 226.0	100%	100%	100%	100%	1.9%

Net result	168.7	138.4	139.1	157.1					12.9%
Operating margin (%)	17.0	13.5	13.3	17.1					

Source: M6, European Audiovisual Observatory



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

CANAL+ financial situation (consolidated)

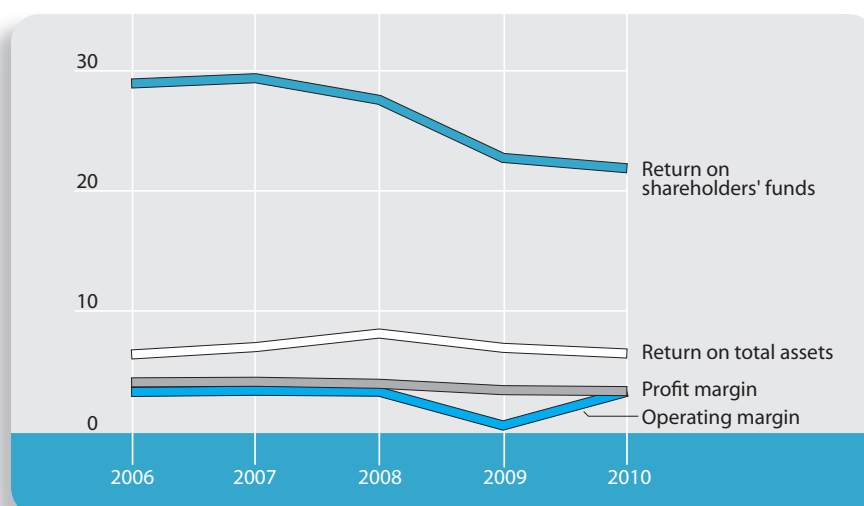
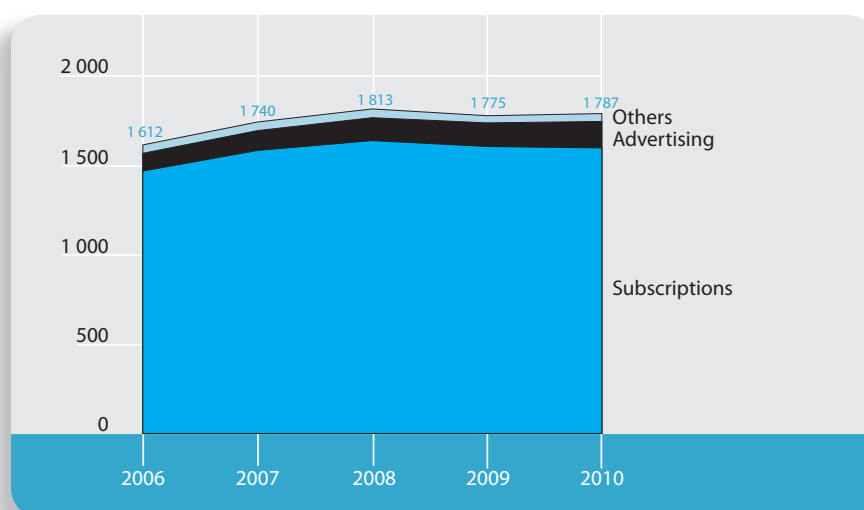
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Subscriptions	1 581	1 636	1 603	1 595	90.9%	90.2%	90.3%	89.3%	-0.5%
Advertising	111	128	132	148	6.4%	7.1%	7.4%	8.3%	12.1%
Others	48	49	40	44	2.8%	2.7%	2.3%	2.5%	10.0%
Total	1 740	1 813	1 775	1 787	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.7%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services est.	~	~	~	~	~	~	~	~	~
Costs of personnel	~	~	~	~	~	~	~	~	~
Depreciation	45	49	48	48	3%	3%	3%	3%	0.0%
Operating expenditure	1 685	1 753	1 818	1 787	100.0%	100.0%	4.0%	3.7%	-1.7%

Net result	47	47	40	40			0.0%		0.0%
Operating margin (%)	3.4	3.3	0.5	3.3					

Source: CANAL+, European Audiovisual Observatory



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

TV audience market share in France 2006-2010

In %, 4 years +.

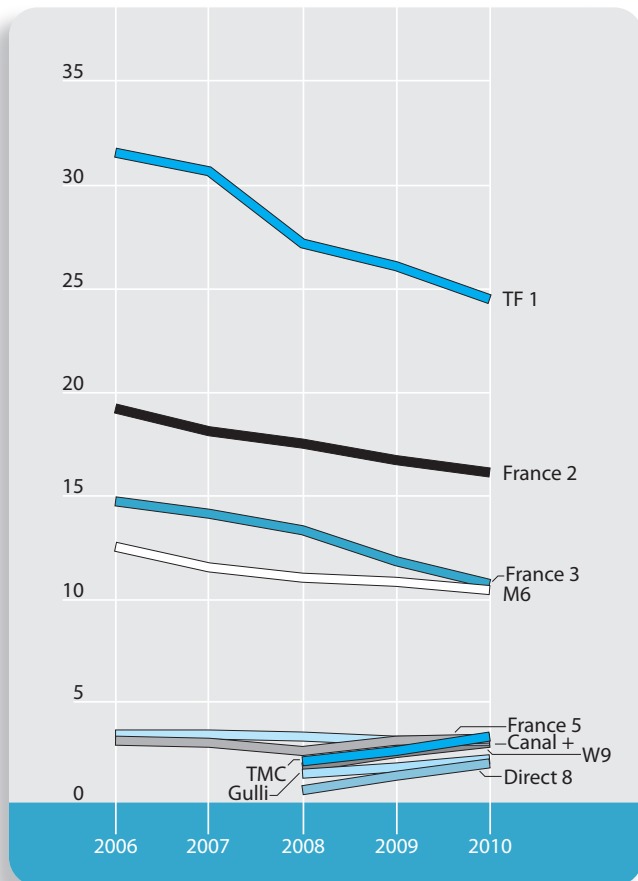
Channels	Daily share					Prime time (19:15-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
France 2	19.2	18.1	17.5	16.7	16.1	19.6	18.1	17.3	17.1	16.5
France 3	14.7	14.1	13.3	11.8	10.7	16.8	16.0	15.3	14.6	13.2
France 4	~	~	0.9	1.1	1.6	~	~	~	~	1.4
France 5 ①	3.1	3.0	2.6	3.1	3.2	-	-	-	-	1.7
Arte ①	1.6	1.7	1.5	1.7	1.6	3.1	3.2	2.7	2.5	2.2
French public channels	38.6	36.9	35.8	34.4	33.2	39.5	37.3	35.3	34.2	35.0
TF 1	31.6	30.7	27.2	26.1	24.5	33.1	32.6	29.7	28.0	27.5
M6	12.5	11.5	11.0	10.8	10.4	12.6	12.0	11.3	11.6	10.8
TMC	~	~	2.1	2.6	3.3	~	~	~	~	2.8
Canal +	3.4	3.4	3.3	3.1	3.1	4.4	4.6	4.8	4.6	4.7
W9	~	~	1.8	2.5	3.0	~	~	~	2.5	2.9
Gulli	~	~	1.5	1.8	2.2	~	~	~	~	1.4
Direct 8	~	~	0.7	1.4	2.0	~	~	~	~	~
NRJ12	~	~	1.0	1.5	1.9	~	~	~	~	~
NT1	~	~	1.0	1.4	1.6	~	~	~	~	~
Virgin 17/Direct Star ②	~	~	0.5	0.7	1.0	~	~	~	~	~
BFMTV	~	~	0.4	0.7	0.9	~	~	~	~	~
Main private channels	47.5	45.6	50.5	52.6	53.9	50.1	49.2	45.8	46.7	50.1
Others	13.9	17.5	13.7	13.0	12.9	10.4	13.5	18.9	19.1	14.9

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

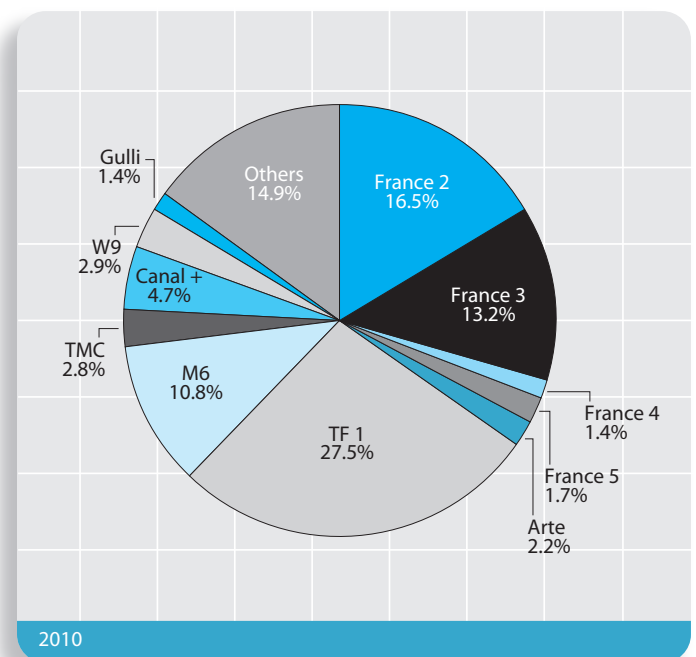
② From 1st September 2010, Virgin 17 became Direct Star.

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

2007-2011 In % of subscribing population, 4 years +.

Channels	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	30.08.10- 13.02.11	03.01.11- ● 19.06.11
TF 1	24.9	23.4	22.7	22.5	22.6	23.2	23.6	23.2
France 2	12.9	13.3	12.3	13.1	13.6	14.2	13.8	13.6
M6	8.6	8.8	8.9	9.2	8.8	10.5	10.5	10.9
France 3	9	9.1	8.9	8.3	8.2	8.5	8.3	7.7
Canal +	4.4	4.3	5	4.9	5	4.6	4.5	4.5
W9	~	~	~	~	~	2.6	2.8	2.8
TMC	~	~	~	~	~	2.2	2.7	2.8
France 5	1.8	1.8	1.9	1.9	2	2.5	2.5	2.5
Direct 8	~	~	~	~	~	1.4	1.6	1.8
Gulli	~	~	~	~	~	1.7	1.7	1.6
NRJ12	~	~	~	~	~	1.5	1.4	1.6
France 4	~	~	~	~	~	1.4	1.4	1.5
NT1	~	~	~	~	~	1	1.2	1.3
Arte	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8	1.1	1.1	1.1
BFM TV	~	~	~	~	~	0.6	0.8	1.1
i>Tele	~	~	~	~	~	0.7	0.7	0.9
Canal+ Sport	~	~	~	~	~	0.8	1.1	0.8
TV Breizh	~	~	~	~	~	0.7	0.7	0.8
Paris Première	~	~	~	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7
RTL9	~	~	~	~	~	0.6	0.7	0.7
Virgin17/ Direct Star	~	~	~	~	~	0.7	0.6	0.7
Disney Channel	0.5	0.6	0.7	0.6	0.9	0.5	0.5	0.7
Téva	0.7	0.8	0.8	0.8	0.6	0.5	0.6	0.7
Canal+ Family	~	~	~	~	~	0.5	0.6	0.6
Eurosport	~	~	~	~	~	0.6	0.5	0.6
13eme Rue	0.9	0.8	1	0.9	0.9	0.4	0.5	0.6
Canal+ Décalé	~	~	~	~	~	0.5	0.5	0.5
Syfy Universal	0.3	0.4	0.5	0.5	0.6	0.4	0.4	0.5
LCI	~	~	~	~	~	~	0.4	0.5
Comédie +	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	0.5	0.4	0.4
TF6	~	~	~	~	~	0.4	0.4	0.4
AB 1	~	~	~	~	~	~	0.4	0.4
Canal+ Cinéma	~	~	~	~	~	0.4	0.4	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. In 2011, the population considered was of 34.4 million viewers, to be compared to the 58.5 million of the Mediamat national.

② Includes personal shifted audience (7 days after initial broadcast).

Source: Médiamétrie

The public service channel BBC1 remains the most popular in the UK (with an audience share in 2010 of 20.8%, just 2% down from 2006), followed by ITV1 (16.6%). The UK television market is also one of the largest in Europe with an extensive number of national thematic channels and also many channels that are targeting other countries. This includes a very large number of Arabic, Asian and Turkish channels with an international focus that are licensed in the UK.

In recent years, there have been significant changes to the media ownership landscape. In 2010, the RTL Group sold the Channel Five Group to the UK company Northern & Shell (involved in publishing, Express Newspapers, and adult channels). At the same time Virgin Media began moving out of the broadcasting sector in order to focus on its distribution business. In June 2010, Virgin Media sold Virgin Media Television to BSkyB (including the Bravo, Challenge, Living, and Trouble brands). The company was re-branded as the Living TV Group. The last broadcasting interests of the company: 50% share in the UKTV channels, a joint-venture with the BBC Worldwide, were sold to the US company Scripps Networks in August 2011. Finally, in 2011 ITV PLC took over Channel Television, the company with the channel 3 licence for the Channel Islands. Aside from STV and UTV, ITV PLC now holds all the channel 3 licences.

In 2010 News Corporation announced its intention to increase its ownership of BSkyB (from 39% to 100%). The proposed merger was subject to examination by both the Ofcom and the Competition Authority due to the interests of News Corporation in media and publishing industries. The proposal was also the subject of much criticism due to concerns for pluralism and independence of the news production of BSkyB. Following the emergence of the phone-hacking scandal involving various News Corporation tabloid papers the bid was dropped. As the parliament planned to vote a motion calling on the company to drop the bid, News Corp announced their withdrawal in advance. The Ofcom, following a request of the Culture Minister, launched a consultation in October 2011 in order to review ownership and plurality in the UK media.

Analogue switch-off is well under way in the UK and the planned completion date is October 2012. By June 2011 switch-off had taken place in more than 34% of UK homes. At the same time the three public service multiplexes were available to 87% of households, and the public and private multiplexes (six in total) were available to 73% of households. HD channels are being made available in areas in line

La chaîne de service public BBC1 reste la plus populaire au Royaume-Uni (avec une part d'audience en 2010 de 20,8 %, soit 2 points de moins qu'en 2006), suivie de ITV1 (16,6 %). 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. Un très grand nombre de chaînes arabes, asiatiques et turques à vocation internationale sont titulaires d'une licence au Royaume-Uni.

Ces dernières années, des changements importants ont affecté le paysage de la propriété des médias. En 2010, le groupe RTL a vendu le groupe Channel Five à la société britannique Northern & Shell (présent dans l'édition, avec Express Newspapers, et sur le segment des chaînes adultes). Dans le même temps, Virgin Media a commencé à se désengager du secteur de la radiodiffusion afin de se concentrer sur son activité de distribution. 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. Les derniers intérêts détenus dans la radiodiffusion par l'entreprise, une participation à 50 % dans les chaînes de UKTV, société en participation avec BBC Worldwide, ont été vendus à la société américaine Scripps Networks en août 2011. Enfin, en 2011, ITV PLC a repris Channel Television, société détenant la licence du canal 3 pour les îles anglo-normandes. Outre STV et UTV, ITV PLC détient désormais l'ensemble des licences du canal 3.

En 2010, News Corporation a annoncé son intention d'augmenter sa participation dans BSkyB (de 39 à 100 %). La fusion proposée a été examinée par l'Ofcom et par l'Autorité de la concurrence en raison des intérêts détenus par News Corporation dans les industries des médias et de l'édition. La proposition a également été l'objet de nombreuses critiques : le pluralisme et l'indépendance des informations diffusées par BSkyB étant source de préoccupations. Suite au scandale du piratage téléphonique impliquant plusieurs journaux à sensations appartenant à News Corporation, l'offre a été retirée. Le Parlement ayant l'intention de voter une motion demandant à la société de retirer son offre, News Corp a annoncé son retrait à l'avance. L'Ofcom, suite à une demande du ministre de la Culture, a lancé une consultation en octobre 2011 afin d'examiner la question de la propriété et du pluralisme dans les médias britanniques.

L'extinction de l'analogique terrestre suit son cours au Royaume-Uni et devrait être terminée en octobre 2012. En juin 2011, plus de 34 % des foyers britanniques avaient abandonné l'analogique. Dans le

Der öffentlich-rechtliche Sender BBC1 war mit einem Marktanteil von 20,8 % auch 2010 der beliebteste Sender im Vereinigten Königreich (nur zwei Prozent weniger als im Jahr 2006), gefolgt von ITV1 mit 16,6 %. Mit einer großen Anzahl an nationalen Spartenkanälen und auch vielen auf das Ausland ausgerichteten Sendern ist der britische TV-Markt einer der größten Europas. Dazu zählen auch zahlreiche im Vereinigten Königreich registrierte arabische, asiatische und türkische Sender mit einer internationalen Ausrichtung.

Was die Medienbesitzverhältnisse betrifft, so hat es in den vergangenen Jahren große Veränderungen gegeben. 2010 hat die RTL Group die Channel Five Group an den britischen Verlag Northern & Shell (Besitzer der Express Newspapers und Betreiber von Erotikkanälen) verkauft. Gleichzeitig hat der Kabelnetzbetreiber Virgin Media damit begonnen, aus dem Rundfunksektor auszusteigen und sich auf sein Vertriebsgeschäft zu konzentrieren. Im Juni 2010 hat 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 letzten Rundfunkanteile des Unternehmens – eine 50-Prozent-Beteiligung an den UKTV-Sendern, ein Joint Venture mit BBC Worldwide – wurden im August 2011 an die US-amerikanische Scripps Networks verkauft. Ebenfalls 2011 hat ITV PLC den Rundfunkveranstalter Channel Television übernommen, ein Unternehmen mit der Channel-3-Lizenz für die Kanalinseln. Neben STV und UTV hält ITV PLC nun damit alle Channel-3-Lizenzen.

2010 hat die News Corporation bekannt gegeben, ihre Beteiligung an BSkyB von 39 % auf 100 % erhöhen zu wollen. Voraussetzung für die Übernahme war wegen verschiedener Beteiligungen der News Corporation in der Medien- und Verlagsbranche eine Genehmigung durch die Ofcom und die Wettbewerbsbehörde. Die Übernahme wurde auch wegen großer Bedenken bezüglich der Vielfalt und Unabhängigkeit der Nachrichtenproduktion bei BSkyB kritisiert. Nach dem Bekanntwerden des Abhörskandals bei diversen Boulevardzeitungen der News Corporation wurde der Deal schließlich abgesagt. So ist das Unternehmen der geplanten Verabschiedung eines entsprechenden Antrags durch das Parlament zuvorgekommen und hat den Rückzug aus diesem Geschäft angekündigt. Die Ofcom hat auf Aufforderung des Kulturministeriums im Oktober 2011 eine Anhörung eingeleitet, um die Besitzverhältnisse und die Vielfalt in der britischen Medienbranche einer Überprüfung zu unterziehen.

Die Abschaltung des Analogbetriebs ist weit fortgeschritten und soll bis Oktober 2012 abgeschlossen werden. Mit Stand

with their switch-off of analogue services. Currently this includes BBC HD, ITV1 HD, Channel 4 HD, S4C HD, STV HD, (and from 2012 also Five HD).

Ofcom's *Communications Market Report* 2011 shows that at the end of March 2011, 93% of all households received digital TV. Digital terrestrial television (38% of homes) and satellite (42% of homes) are the most important platforms. At the same time almost 99% of cable homes (13%) are digital

In March 2011, the breakdown for means of reception of the main TV sets was as follows: more than 10 million households received digital terrestrial television (only), 11,3 million satellite and 3,7 million cable. Freeview (the free-to-air digital terrestrial platform) is the primary TV platform in about 10,2 million households. The households that mainly receive television by satellite are split between subscribers to BSkyB (over 9,3 million households at the end of March 2011) and households that receive a free-to-air satellite service. FreeSat (the free-to-air digital satellite distribution platform for Freeview) claimed over 2 million households in September 2011 and stated that many had defected from the Sky service. 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 2011, Virgin Media had more than 3,7 million cable customers.

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, and several pay TV sports channels. In November 2011, the number of subscribers to BT Vision was about 638 000.

It appears that the long-awaited connected TV, VOD project linked to the DTT service Freeview will finally be launched. The planned "Youview" (formerly "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, FIVE and network operator Arqiva. The BBC Trust has already agreed on the participation of the BBC in this project. Other inquiries were carried out after complaints from other television distributors. The project is now expected to launch in February 2012. Ofcom have stated that it will continue to monitor the development of the project but that no further examination into the potential impact of the project is required.

même temps, les trois multiplex de service public étaient accessibles par 87 % des foyers, et les multiplex publics et privés (six au total) par 73 % des foyers. Les chaînes HD deviennent accessibles au fur et à mesure du basculement des régions. Cela inclut actuellement BBC HD, ITV1 HD, Channel 4 HD, S4C HD, STV HD (et à partir de 2012 aussi Five HD).

Communications Market Report, le rapport 2011 de l'autorité britannique de régulation des communications (Ofcom), indique que, fin mars 2011 93 % des foyers recevaient la télévision numérique. La TNT (38 % des foyers) et le satellite (42 % des foyers) sont les principales plateformes et près de 99 % des foyers câblés (13 %) sont numériques.

En mars 2011, la répartition des modes de réception sur les récepteurs principaux est la suivante : (seulement) plus de 10 millions de foyers sont connectés au numérique terrestre, 11,3 millions de foyers au satellite et 3,7 millions de foyers au câble. Freeview (la plate-forme numérique terrestre gratuite) est la principale plate-forme de télévision dans environ 10,2 millions de foyers. Les foyers recevant la télévision principalement par satellite sont répartis entre abonnés à BSkyB (plus de 9,3 millions de foyers fin mars 2011) et foyers recevant une offre satellitaire gratuite. FreeSat (la plate-forme de distribution numérique par satellite gratuite pour Freeview) revendiquait plus de 2 millions de foyers en septembre 2011, dont beaucoup auraient déserté le service Sky. 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 2011, Virgin Media avait plus de 3,7 millions d'abonnés au câble.

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, et plusieurs chaînes de sport payantes. En novembre 2011, le nombre d'abonnés à BT Vision était d'environ 638 000.

Il semble que le très attendu projet de VoD avec télévision connectée, associé au service de TNT Freeview, sera enfin lancé. « Youview » (précédemment « 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, FIVE et l'opérateur de réseau Arqiva. Le BBC Trust est déjà d'accord sur la participation de la BBC à ce projet. D'autres enquêtes ont été menées après les plaintes

Juni 2011 war die Abschaltung bereits in über 34 % der britischen Haushalte erfolgt. Zum gleichen Zeitpunkt waren die drei öffentlich-rechtlichen Multiplexe für 87 % der Haushalte bzw. die privaten und öffentlich-rechtlichen Multiplexe gemeinsam (insgesamt sechs) für 73 % der Haushalte verfügbar. Parallel zur Abschaltung der analogen Dienste werden in den betreffenden Regionen HD-Kanäle verfügbar gemacht. Dazu gehören BBC HD, ITV1 HD, Channel 4 HD, S4C HD, STV HD (und ab 2012 auch Five HD).

Aus dem *Communications Market Report* 2011 der Ofcom geht hervor, dass Ende März 2011 93 % aller Haushalte Digitalfernsehen empfangen konnten. DVB-T (38 % der Haushalte) und Satellit (42 %) waren dabei die wichtigsten Plattformen. Von den Kabelhaushalten (13 %) haben bereits fast 99 % auf digital umgestellt.

Im März 2011 verteilte sich die Übertragungsart auf die Hauptempfangsgeräte wie folgt: über 10 Mio. Haushalte waren (nur) an die terrestrische Digitaltechnik angeschlossen, 11,3 Mio. Haushalte an die digitale Satellitentechnik und 3,7 Mio. Haushalte ans Kabel. Freeview (die frei empfangbare DVB-T-Plattform) ist in ca. 10,2 Mio. Haushalten die wichtigste TV-Plattform. Die Haushalte, die das Fernsehprogramm hauptsächlich über Satellit empfangen, teilen sich auf in Abonnenten bei BSkyB (über 9,3 Mio. Haushalte Ende März 2011) und Haushalte mit einem kostenlosen Satellitenangebot. FreeSat (die frei empfangbare digitale Sat-TV-Plattform für Freeview) hatte im September 2011 nach eigenen Angaben über 2 Mio. Abonnenten und gab an, dass viele von ihnen zuvor Kunden bei Sky gewesen waren. Der wichtigste Kabelbetreiber, Virgin Media, kontrolliert über 90 % des Kabelmarktes und startete das erste Quad-Play-Angebot. Im Juni 2011 hatte Virgin Media über 3,7 Mio. Kabelkunden.

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 und mehrere Pay-TV-Sportkanäle an. Im November 2011 hatte BT Vision rund 638 000 Abonnenten.

Es hat den Anschein, als ob das seit langem geplante, mit dem DVB-T-Dienst von Freeview verknüpfte Video-on-Demand-Projekt für webfähige Fernseher (Connected TV) endlich umgesetzt würde. Das geplante „Youview“-Projekt (ehemals „Project Canvas“) 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

In October 2011 the European Court of Justice issued its judgment in the case of a British pub owner who was using Greek satellite decoder cards to show British Premier League football matches in her pub. The subscription for the Greek cards was at a much lower cost than the equivalent access via the British operators. The Court ruled that provisions in UK law that prohibit the import, sale or use of foreign decoder cards are in conflict with the freedom to provide services. The Court ruled that it is not illegal for football fans to buy set-top box decoder cards from foreign broadcasters. However, the use of these cards in a pub or venue does breach copyright rules (covering music, graphics and other branding elements) as this involves communication to the public. Of great significance is the fact that the Court found that the way in which the broadcasting rights are sold on a territory-by-territory basis contravened EU laws on free trade. This will certainly impact on the business model for selling sports rights, particularly premier league football content. In the long run it could also affect the way all television content is sold in the EU.

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, new rules were introduced in February 2011 following consultations with stake-holders. The UK government is planning a new Communications Bill to be introduced in 2012. Among other things, this will legislate the licensing of local television, and address media ownership issues.

déposées par d'autres distributeurs de télévision. Le projet devrait être lancé en février 2012. L'Ofcom a déclaré qu'il continuera à surveiller le développement du projet, mais qu'aucun autre examen de l'impact potentiel du projet n'est nécessaire.

En octobre 2011, la Cour de justice de l'Union européenne a rendu un arrêt dans l'affaire d'un propriétaire de pub britannique qui utilisait des cartes de décodeur satellite grecques pour diffuser les matchs de football de la Premier League britannique dans son pub. L'abonnement aux cartes grecques était bien moins cher que l'accès équivalent proposé par les opérateurs britanniques. La Cour a statué que les dispositions de la loi britannique interdisant l'importation, la vente ou l'utilisation de cartes de décodeur étrangères sont en conflit avec la liberté de prestation de services. La Cour a statué qu'il n'est pas illégal pour les amateurs de football d'acheter des cartes de décodeur auprès de diffuseurs étrangers. Toutefois, l'utilisation de ces cartes dans un pub ou lieu public enfreint les règles relatives au droit d'auteur (couvrant la musique, les graphiques et autres éléments de marque) car cela implique une communication au public. Le fait que la Cour ait conclu que la manière dont les droits de diffusion sont vendus sur une base territoire par territoire enfreint les lois de l'UE sur le libre-échange a une importance primordiale. Cela affectera certainement le modèle commercial associé à la vente de droits sportifs, en particulier de contenu de la Premier League de football. À long terme, cela pourrait également affecter la façon dont tous les contenus de télévision sont vendus dans l'UE.

La mise en œuvre de la Directive Services de médias audiovisuels est presque terminée au Royaume-Uni. Les dispositions SMAV de décembre 2009 publiées par l'Ofcom réglementent 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. Concernant le placement de produits, de nouvelles règles ont été introduites en février 2011, après consultation des parties prenantes. Le gouvernement britannique 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 et de traiter les problèmes liés à la propriété des médias.

Sender BBC, ITV, Channel 4, FIVE sowie der Netzbetreiber Arqiva. Der BBC Trust hat bereits einer Beteiligung der BBC an diesem Projekt zugestimmt. Nach mehreren Beschwerden verschiedener Fernsehveranstalter wurde eine Reihe von Untersuchungen durchgeführt. Das Projekt soll nun im Februar 2012 an den Start gehen. Die Ofcom hat erklärt, dass sie die Entwicklung des Projekts zwar weiterhin verfolgen werde, aber eine weitere Untersuchung über die potenziellen Auswirkungen des Projekts nicht erforderlich sei.

Der Europäische Gerichtshof hat im Oktober 2011 sein Urteil im Fall der britischen Pub-Besitzerin gesprochen, die einen griechischen Decoder verwendet hat, um in ihrem Pub die Fußballspiele der britischen Premier League zu zeigen. Das Abo des griechischen Dienstes war deutlich günstiger als entsprechende Angebote britischer Anbieter. Mit seinem Urteil stellt der Gerichtshof fest, dass das britische Gesetz, das die Einfuhr, den Verkauf und die Verwendung ausländischer Decoder-Karten untersagt, gegen den freien Dienstleistungsverkehr verstößt. Es sei nicht illegal, wenn Fußballfans eine Decoder-Karte von einem ausländischen Anbieter erwerben. Die Nutzung dieser Karten in einem Pub oder bei einer Veranstaltung verstoße allerdings gegen Urheberrechtsbestimmungen (für Musik, Bilder und andere Markenelemente), da sie eine Kommunikation mit dem Publikum mit sich bringe. Von großer Bedeutung ist die Tatsache, dass der Gerichtshof befunden hat, dass die Art und Weise, in der Übertragungsrechte ausschließlich innerhalb nationaler Grenzen verkauft würden, im Widerspruch zu den EU-Bestimmungen über den freien Warenverkehr stehen. Dies wird zweifellos Auswirkungen auf die Art der Vermarktung von Sportrechten haben, insbesondere in Verbindung mit der Premier League. Langfristig könnte hiervon auch die Art und Weise betroffen sein, in der Fernseh-inhalte in der EU vermarktet werden.

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 wurden im Februar 2011 nach Konsultationen mit verschiedenen Interessengruppen neue Regeln eingeführt. Die UK-Regierung plant zudem für 2012 ein neues Kommunikationsgesetz, in dem unter anderem die Lizenzierung von lokalen TV-Sendern sowie das Thema Medienbesitz geregelt werden sollen.

Basic figures

A 31.12.2010. C 08.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	62 436		Eurostat
Households	–	27 030		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	97.2%	26 273		OFCOM
Cable TV subscriptions	14.0%	3 787		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	14.0%		3 776	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	38.4%		10 392	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	38.4%		10 392	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	35.0%	9 468		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	2.1%		566	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	1.9%	508		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	34.8%		9 413	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	1.8%	500		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	89.3%		24 147	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	52.8%	14 263		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	80.6%	21 788		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	66.1%	17 855		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	212		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators	3	Smallworld Cable, Virgin Media, Wight Cable 2005
Satellite packagers	2	British Sky Broadcasting (Sky), Freesat
IPTV packagers	3	IP Vision (Fetch TV), TalkTalk UK, and BT Vision (hybrid DTT/ IPTV service)
DTT multiplex operators and packagers	8	5 multiplex operators and 2 packagers (DTV Services/Freeview and Top-Up TV), and BT Vision (hybrid DTT/ IPTV service)
Mobile phone TV packagers	2	Orange and Vodafone

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	22	69	91
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	484	485
Regional/Local	6	9	15
Regional/Local windows	15	31	46
Channels targeting foreign markets	24	695	719
Total	68	1 288	1 356
<i>Foreign channels targeting the country</i>	3	12	15

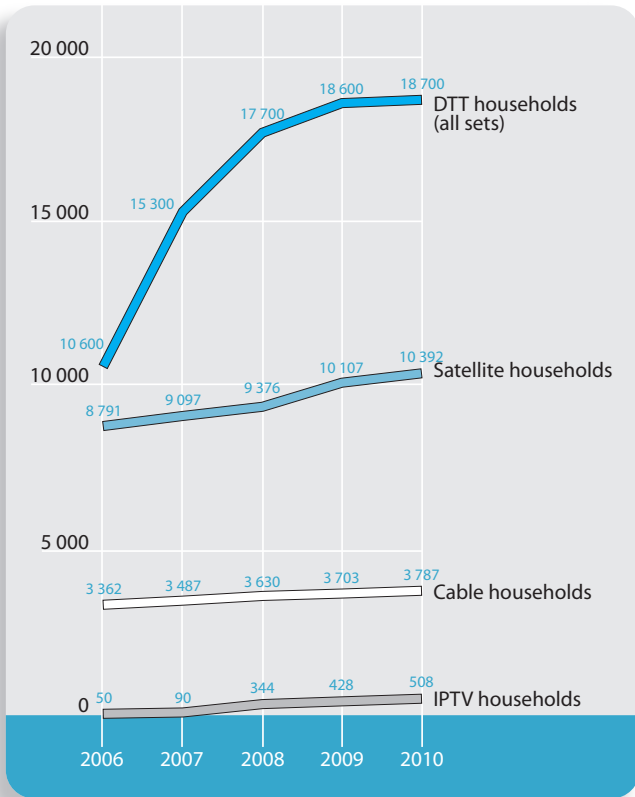
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Digital terrestrial Freeview	Cable Virgin media	Satellite Sky (Full offer, GB)	Satellite Freesat
Generalist - national	6	6	5	6
Generalist - foreign		1	2	
Adult	2	7	24	2
Children	3	16	20	7
Culture/ education/ documentary	4	20	22	3
Minority interest groups	1	3	21	3
Entertainment/ TV fiction/ games	9	34	54	13
Film	2	20	30	6
HD simulcast of an existing channel	5	20	44	4
Home shopping	8	8	25	19
International linguistic and cultural		1	4	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel	1	7	16	2
Music	2	17	33	10
News/ business	4	11	28	8
Parliament/ government/ administration	2	1	1	1
Regional/ local	8	4	7	6
Religion		1	29	4
Sports		17	23	
Various (includes time-shifted and windows)	48	46	85	40
Total (including HD channels)	105 (6)	240 (26)	473 (52)	135 (5)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

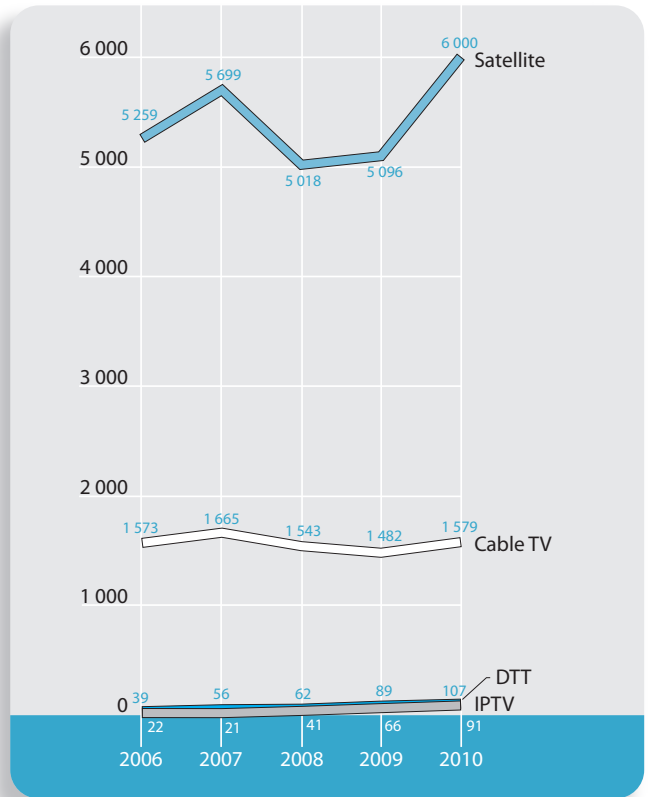
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

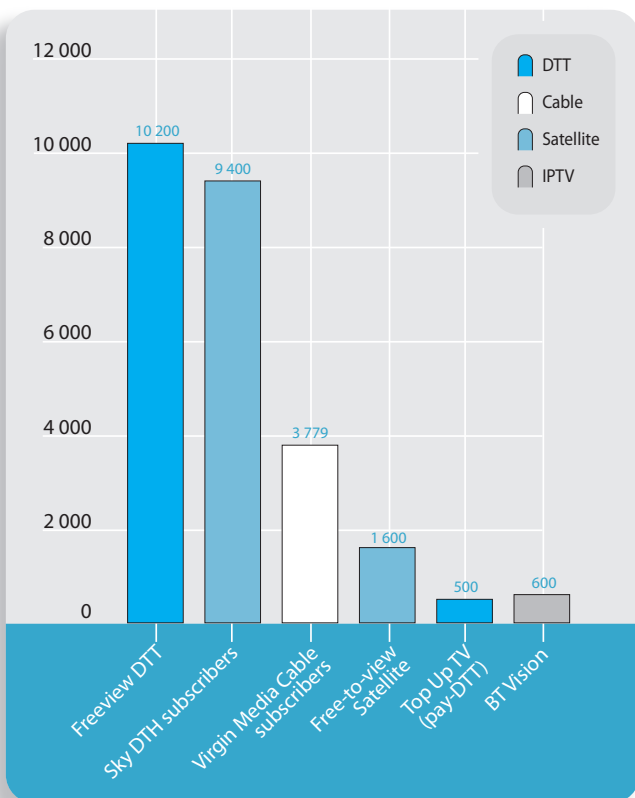
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

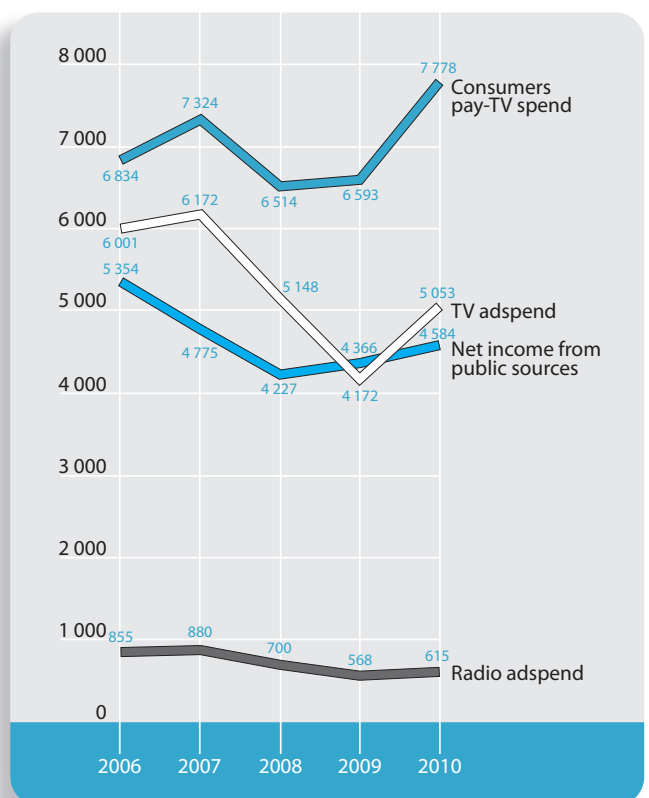
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 the main television companies in the United Kingdom
2007-2010 GBP million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
BBC (Public Service Broadcasting)	sptv	BBC 1, 2, 3, 4,...; radio channels	3 410.3	3 588.4	3 592.3	3 617.8	0.7%
ITV Broadcasting Ltd	adtv	ITV1	1 220.0	1 234.4	1 091.5	1 255.1	15.0%
ITV Network Ltd	adtv	ITV1	1 073.9	1 042.7	889.9	899.3	1.1%
Channel Four	sptv	C 4	715.3	668.7	575.1	641.6	11.6%
QVC	hstv	QVC	352.6	359.7	366.3	387.2	5.7%
4 Ventures Ltd	sptv	E4, Film Four, More4	228.1	250.3	263.0	299.7	14.0%
Channel 5 Broadcasting Ltd	adtv	Five	337.4	344.4	272.1	289.7	6.5%
Satellite Information Services (Holdings) Ltd	thtv	Racing K, SIS +	159.0	192.9	198.2	254.7	28.5%
Sit-Up Ltd	hstv	Bid TV, Speed Auction TV, Pricedrop TV	237.1	240.3	170.5	147.8	-13.3%
Ideal Shopping Direct PLC	hstv	Ideal World	96.6	94.6	103.3	117.3	13.6%
S4C	sptv	S4C	100.1	102.7	104.9	~	~
ITV2 Ltd	thtv	ITV2	151.2	182.9	184.4	82.5	-55.3%
ITV Breakfast Ltd (formerly GMTV Ltd)	adtv	GMTV	81.1	67.2	68.3	71.2	4.2%
STV Central Ltd	adtv	STV	73.5	66.8	59.7	68.4	14.6%
Living TV	thtv	Living TV, Living TV2	84.8	97.3	120.5	68.1	-43.5%
UK Channel Management Ltd	thtv	Alibi, Blighty, Eden, Home, Reality	67.9	68.9	67.2	65.7	-2.2%
The Services and Sound Corporation	sptv	SSCTV	42.5	38.2	38.4	~	~
UTV Limited	adtv	UTV	42.2	39.3	34.4	37.7	9.6%

Pan-European broadcasters established in the UK ①			2007	2008	2009	2010	2010/09
Viasat Broadcasting UK Ltd	adtv	TV3, 3+, ZTV,...	272.1	353.2	364.6	495.4	35.9%
Discovery Communications Europe Ltd	thtv	Discovery family of channels	241.6	307.4	352.8	362.5	2.7%
Turner Entertainment Networks International Ltd	thtv	Cartoon, TCM, Boomerang	164.2	224.6	214.6	232.7	8.4%
Turner Broadcasting System Europe Ltd	thtv	CNNI	168.6	213.4	207.9	203.8	-2.0%
ESPN (Europe, Middle East, Africa) Ltd	thtv	ESPN	-	0.4	56.0	153.0	173.2%
BBC World News Ltd	sptv	BBC World	51.6	64.5	62.9	72.2	14.8%
Sparrowhawk International Channels Limited	thtv	Hallmark, Universal, Diva	40.3	65.7	56.1	~	~
Zonemedia Broadcasting Ltd	thtv	Extreme Sport, Horror Channel, Romantica, Club	42.7	48.9	49.8	41.6	-16.5%
Nickelodeon International ②	thtv	Nickelodeon, Nick Jr	63.3	69.3	59.6	37.2	-
AETN UK	thtv	History Channel, Crime and Investigation, Bio	18.8	26.1	30.9	36.5	18.1%

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
BT Group (cons.) ③	3play	BT Vision		21 053.0	21 729.0	21 239.0	20 449	-3.7%
Vodafone Limited ③	3G TV	Vodafone TV		5 260.3	5 177.7	4 800.5	5 162.8	7.5%
Virgin Media Finance PLC ③	3play	Virgin TV		3 959.4	3 905.1	3 698.3	3 773.7	2.0%
British Sky Broadcasting Ltd ④	sat-tv, ISP, packtv	Sky		4 052.0	4 213.0	4 481.0	5 247.0	17.1%
Everything Everywhere (formerly T-Mobile (UK) Ltd) ⑤	3G TV	Mobile TV		3 293.0	3 221.1	3 020.4	5 199.0	72.1%
Orange Personal communication Services ⑤	3G TV	Orange TV		4 395.0	4 676.0	4 642.0	2 248.0	-51.6%
Talktalk Telecom ⑤	3play	Talk Talk TV		362.1	337.4	493	1 765.0	-
Hutchison 3G UK Holdings Ltd ⑤	3G TV	3 Add TV		1 268.0	1 493.2	1 512.9	1 691.2	11.8%

① Part of the turnover may be realised in the UK.

② 2010 over 9 months.

③ Includes revenues of other activities (telecommunication).

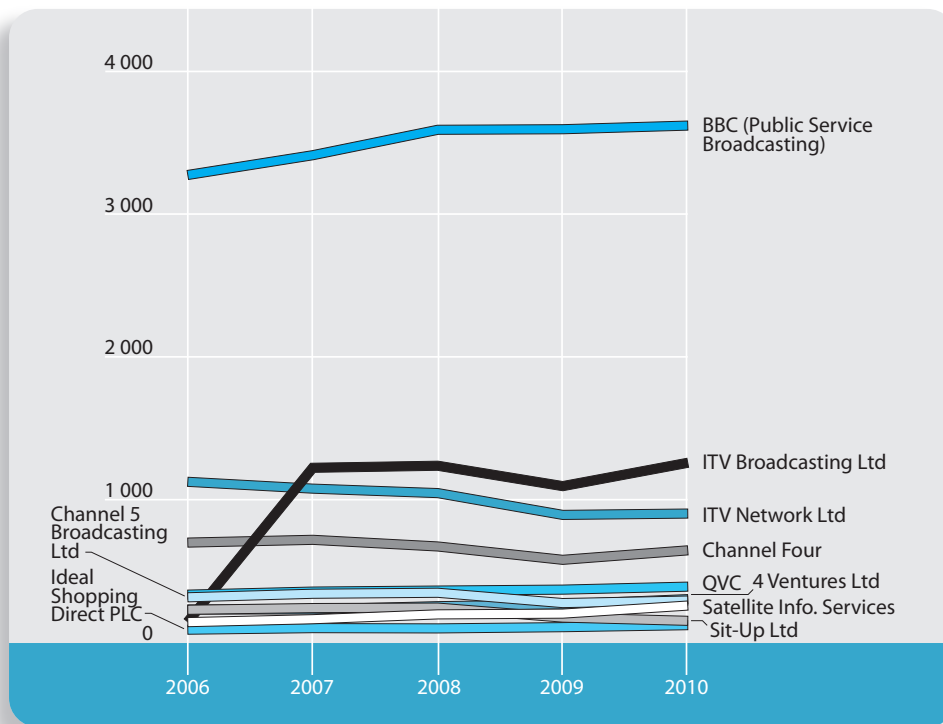
④ Operating revenues as at 31.6.2011: GBP million 6259 (+19.3 %)

⑤ Includes revenues of other activities (broadcasting, telecommunication). Tiscali UK Limited is now trading as Talk Talk Group PLC. 2010 over 15 months.

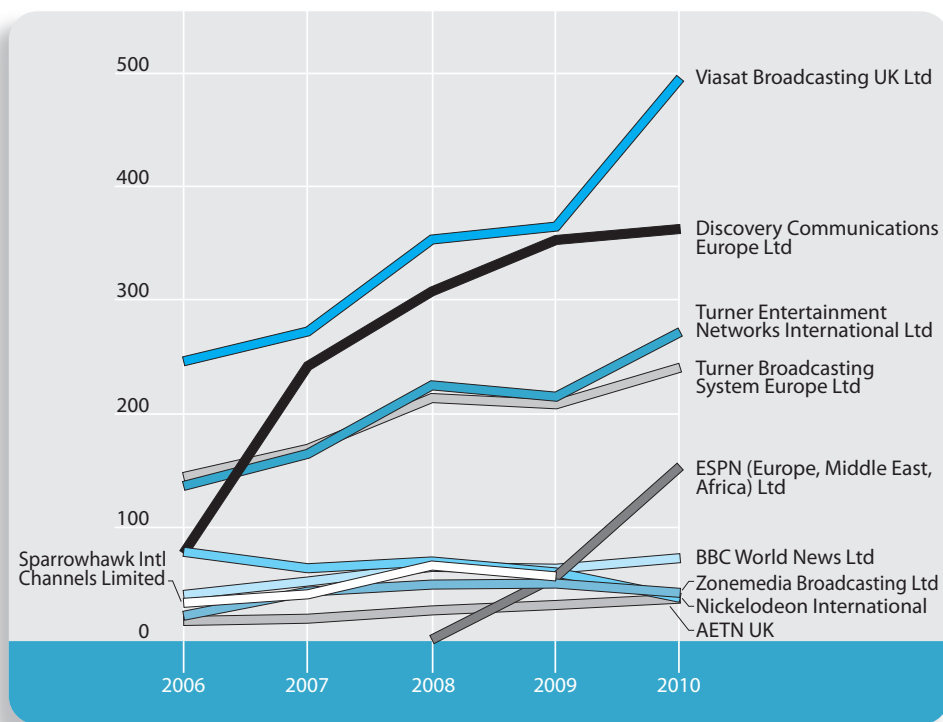
T.1.GB.1
G.1.GB.1

Operating revenues of the main television companies in the United Kingdom (Continued)
2007-2010 GBP million.

Targeting the UK market.



Targeting mainly the European continental market.



Source: European Audiovisual Observatory

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

Operating consolidated revenues of the main UK broadcasters and distributors 2006-2010

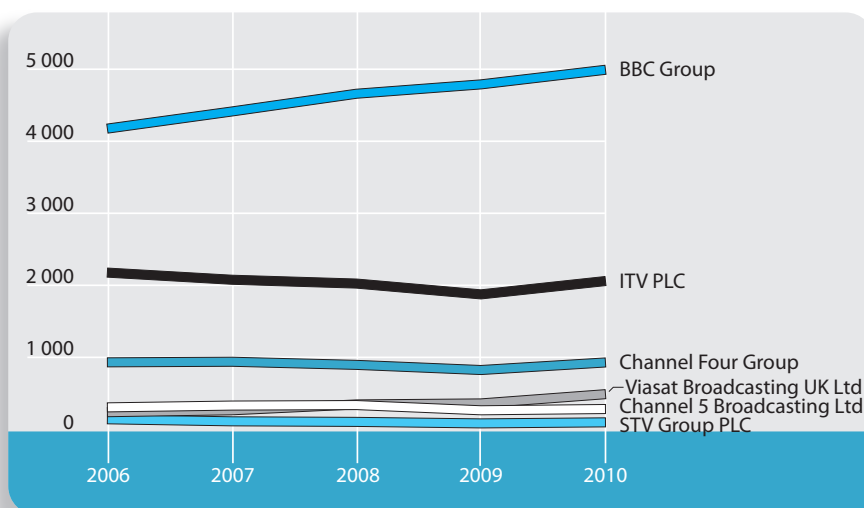
GBP million.

Main broadcasters	2006	2007	2008	2009	2010	2010/09
BBC Group	4 177.3	4 414.8	4 660.8	4 790.4	4 993.0	4.2%
ITV PLC	2 181.0	2 082.0	2 029.0	1 879.0	2 064.0	9.8%
Channel Four Group	936.9	944.9	901.6	830.3	935.2	12.6%
Viasat Broadcasting UK Ltd	245.8	272.1	353.2	364.6	495.4	35.9%
Channel 5 Broadcasting Ltd	312.6	337.4	344.4	272.1	289.7	6.5%
STV Group PLC	147.3	119.0	111.2	90.3	104.8	16.1%

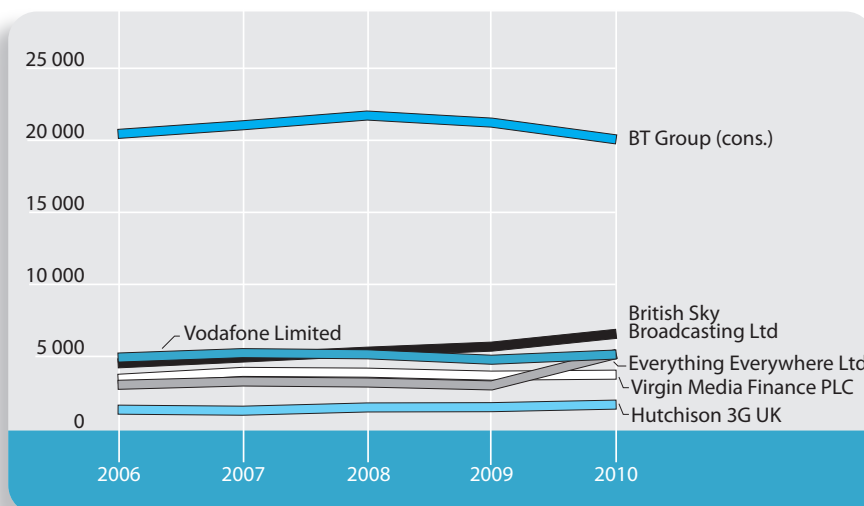
Main distributors	2006	2007	2008	2009	2010	2010/09
BT Group (cons.) ①	20 456.0	21 053.0	21 729.0	21 239.0	20 076.0	-5.5%
British Sky Broadcasting Ltd ① ②	4 551.0	4 952.0	5 359.0	5 709.0	6 597.0	15.6%
Vodafone Limited ①	4 952.4	5 260.3	5 177.7	4 800.5	5 162.8	7.5%
Everything Everywhere Ltd ①	3 063.1	3 293.1	3 221.1	3 020.4	5 199.0	72.1%
Virgin Media Finance PLC ① ②	3 478.7	3 959.4	3 905.1	3 698.3	3 766.4	1.8%
Hutchison 3G UK Holdings Ltd ①	1 340.2	1 268.0	1 493.2	1 512.9	1 691.2	11.8%
Tiscali UK Limited ① ②	297.0	344.4	362.1	-	-	-

① Includes telecommunication revenues.
② Includes broadcasting revenues.

Source: European Audiovisual Observatory



GBP million.



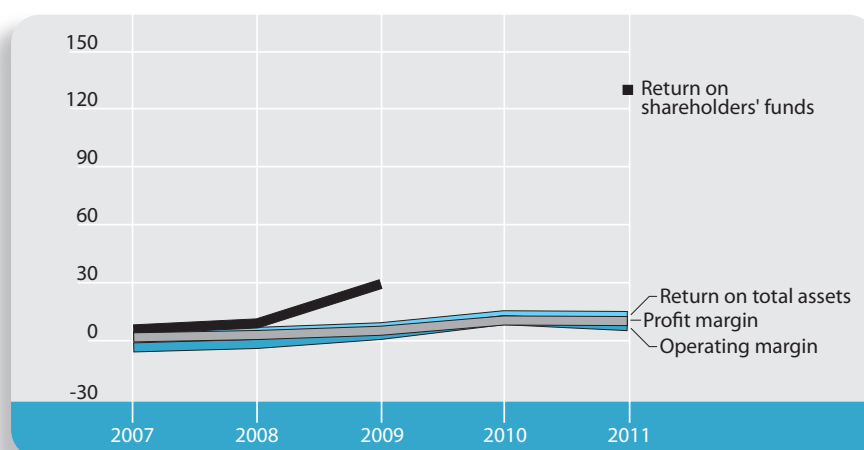
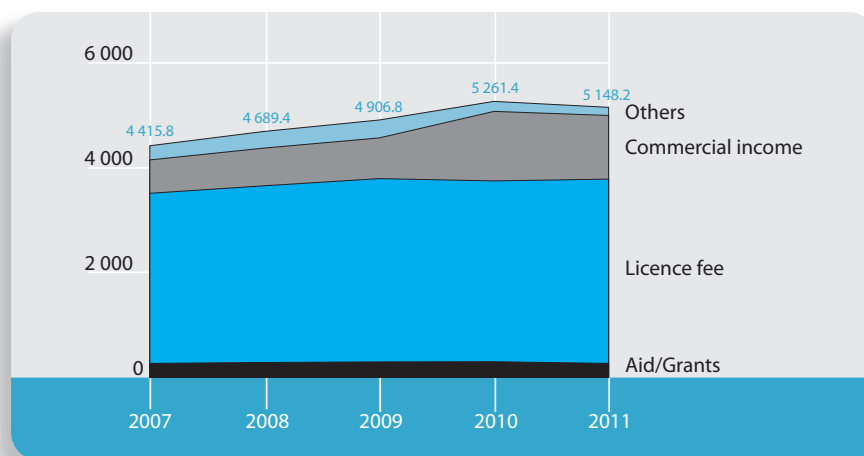
GBP million.

T.1.GB.3
G.1.GB.3**BBC Group financial situation**
2008-2011 As at 31 March. GBP million.

Income	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2011/10
Total public income	3 652.4	3 789.0	3 744.8	3 779.7	77.9%	77.2%	71.2%	73.4%	0.9%
- Aid/Grants	283.6	294.6	298.0	266.3	6.0%	6.0%	5.7%	5.2%	-10.6%
- Licence fee	3 368.8	3 494.4	3 446.8	3 513.4	71.8%	71.2%	65.5%	68.2%	1.9%
Total commercial income	719.6	775.9	1 325.8	1 213.3	15.3%	15.8%	25.2%	32.1%	-8.5%
- Programme sales	405.0	~	~	~	8.6%	~	~	~	~
- Merchandising	266.4	~	~	~	5.7%	~	~	~	~
- Pay TV	~	~	~	~	~	~	~	~	~
- Other commercial income	143.1	~	~	~	3.1%	~	~	~	~
Others (including share of joint ventures)	317.4	341.9	190.8	155.2	6.8%	7.0%	3.6%	3.0%	-18.7%
TOTAL	4 689.4	4 906.8	5 261.4	5 148.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-2.2%
Total (after group elimination and without share of joint venture)	4 414.8	4 660.8	4 790.4	4 993.0					
Expenditure	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2011/10
- Costs of personnel	1 381.6	1 294.2	951.9	1 081.7	30.9%	28.7%	22.3%	20.8%	13.6%
- Depreciation	~	255.1	260.7	312.7	~	5.7%	6.1%	6.0%	19.9%
Expenditure	4 477.0	4 509.9	4 268.3	5 212.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	22.1%
Net result	101.7	243.8	487.4	547.0					12.2%
Operating margin (%)	-1.4	3.24	10.9	7.8					

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



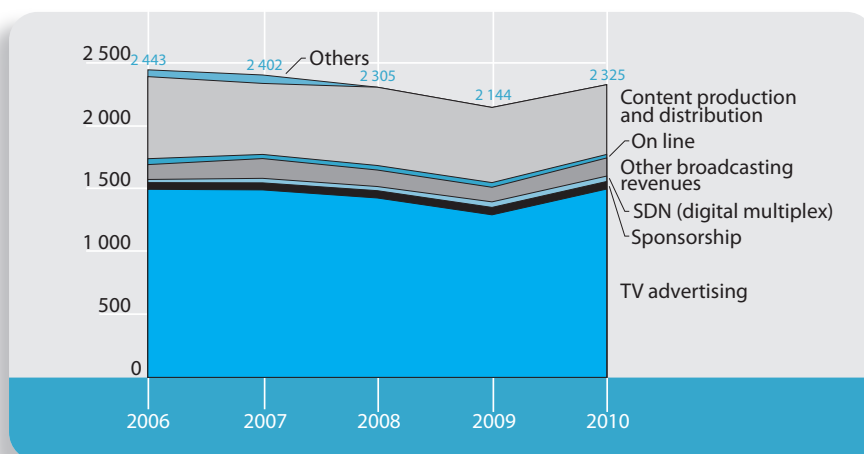
T.1.GB.4
G.1.GB.4

ITV PLC financial situation
2007-2010 GBP million.

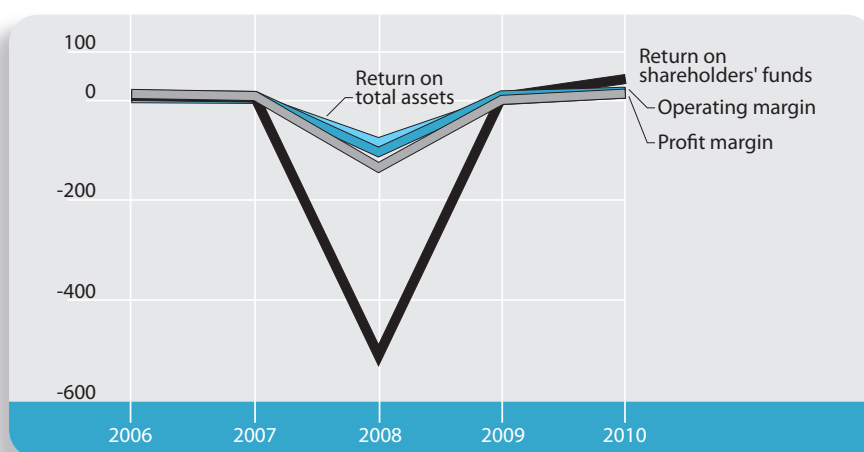
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Broadcasting revenues	1 771	1 683	1 543	1 771	72.7%	71.9%	72.1%	76.2%	14.8%
TV advertising	1 489	1 425	1 291	1 496	61.1%	60.9%	60.3%	64.3%	15.9%
- ITV1	1 224	1 127	993	~	50.3%	48.1%	46.4%	~	~
- GMTV	56	56	53	~	2.3%	2.4%	2.5%	~	~
- Other channels	209	242	245	~	8.6%	10.3%	11.4%	~	~
Sponsorship	56	58	59	60	2.3%	2.5%	2.8%	2.6%	1.7%
SDN (digital multiplex)	36	33	40	43	1.5%	1.4%	1.9%	1.8%	7.5%
Other broadcasting revenues	157	131	116	144	6.4%	5.6%	5.4%	6.2%	24.1%
On line	33	36	24	28	1.4%	1.5%	1.1%	1.2%	16.7%
Content production and distribution	564	622	597	554	23.2%	26.6%	27.9%	23.8%	-7.2%
Others	67				2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	-
Total revenues	2 435	2 341	2 141	2 325	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	8.6%
Total (after eliminations)	2 082	2 029	1 879	2 064					9.8%
Purchase of goods and services	1 447.0	1 532.0	1 320.0	1 368.0	76.6%	32.8%	78.4%	80.5%	3.6%
Costs of personnel	324.0	347.0	304.0	269.0	17.1%	7.4%	18.1%	15.8%	-11.5%
Depreciation	119.0	2 797.0	59.0	63.0	6.3%	59.8%	3.5%	3.7%	6.8%
Total expenditures	1 890.0	4 676.0	1 683.0	1 700.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.0%
Net result	138.0	-2 554.0	94	270.0					187.2%
Operating margin	9.2	-103.5	10.4	17.6					

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: ITV PLC, European Audiovisual Observatory



EUR million.



In %.

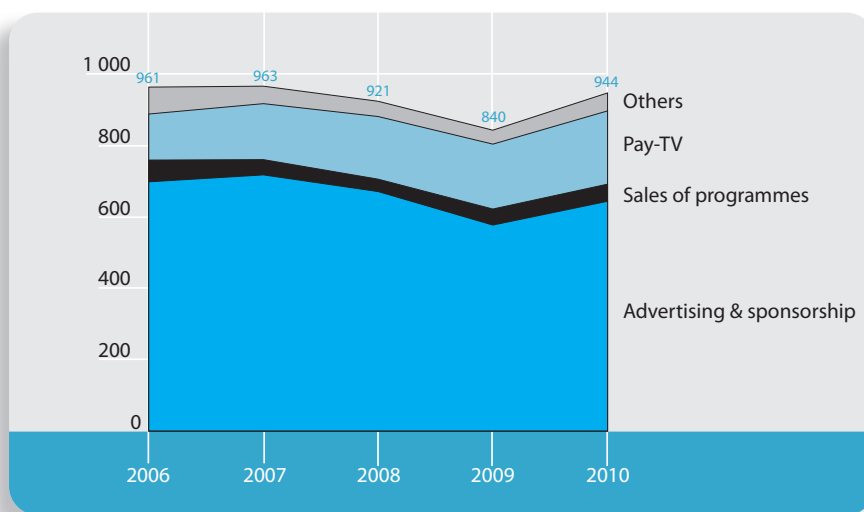
T.1.GB.5
G.1.GB.5

Channel 4 Group financial situation (consolidated)
2007-2010 GBP million.

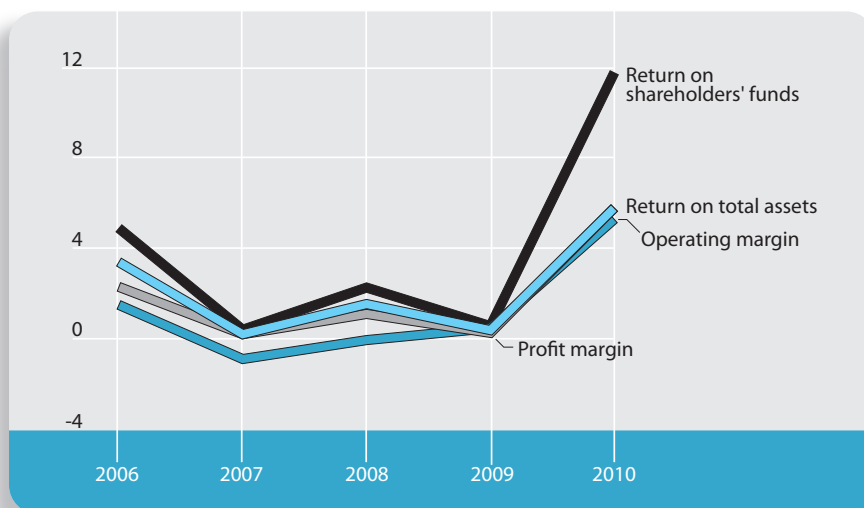
Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total commercial income	963.1	920.9	840.4	944.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	12.4%
- Advertising & sponsorship	715.3	668.7	575.1	641.6	74.3%	72.6%	68.4%	68.0%	11.6%
- Programme sales	42.6	34.6	44.8	47.8	4.4%	3.8%	5.3%	5.1%	6.7%
- Pay TV	156.4	175.0	181.3	204.6	16.2%	19.0%	21.6%	21.7%	12.9%
- Other commercial income	48.8	42.6	39.2	50.2	5.1%	4.6%	4.7%	5.3%	28.1%
TOTAL (after elimination group)	944.9	901.6	830.3	935.2					12.6%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	870.0	827.0	761.3	917.7	91.2%	91.7%	92.1%	93.2%	20.5%
Costs of personnel	71.1	66.2	57.5	60.3	7.5%	7.3%	7.0%	6.1%	4.9%
Depreciation	12.6	8.9	7.6	6.5	1.3%	1.0%	0.9%	0.7%	-14.5%
Operating expenditure	953.7	902.1	826.4	984.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	19.1%
Net result	0.5	1.8	0.3	38.6					-
Operating margin (%)	-0.93	-0.06	0.47	5.3					

Source: Channel 4, European Audiovisual Observatory



EUR million.



In %.

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

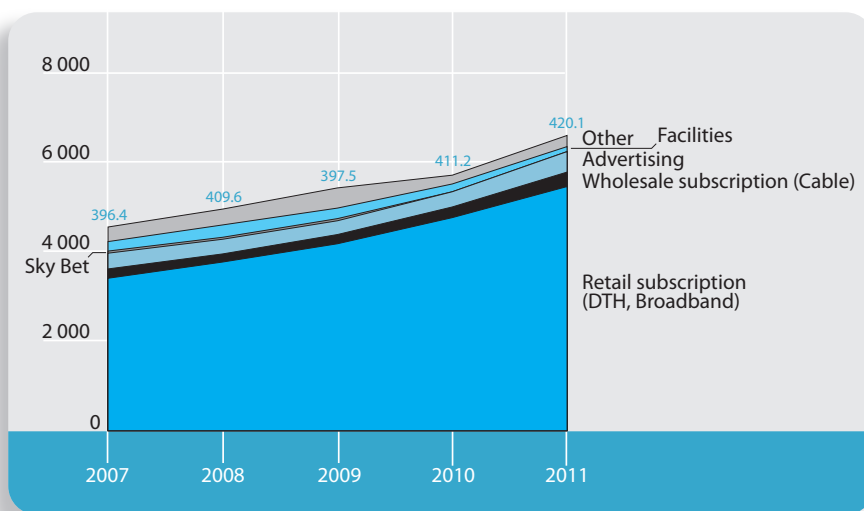
British Sky Broadcasting Group PLC financial situation (consolidated)
2008-2011 As at 30 June. GBP million.

Income	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2011/10
Retail subscription (DTH, Broadband)	3 769	4 177	4 761	5 455	76.1%	77.9%	83.4%	82.7%	14.6%
Wholesale subscription (Cable)	181	206	238	323	3.7%	3.8%	4.2%	4.9%	35.7%
Advertising	328	308	340	458	6.6%	5.7%	6.0%	6.9%	34.7%
Sky Bet	44	48	-	-	0.9%	0.9%	-	-	-
Easynet	-	202	-	-	-	3.8%	-	-	-
Facilities	276	235	174	112	5.6%	4.4%	3.0%	1.7%	-35.6%
Other	354	231	196	249	7.1%	4.3%	3.4%	3.8%	27.0%
Total	4 952	5 359	5 709	6 597	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	15.6%

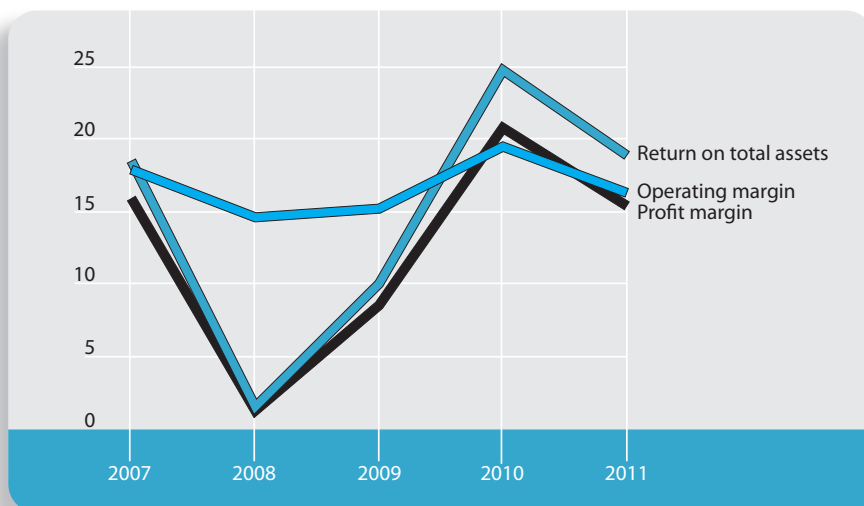
Expenditure	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011	2011/10
Purchase of goods and services	3 360	3 538	3 737	~	79.5%	78.0%	76.8%	~	~
Costs of personnel	622	709	766	~	14.7%	15.6%	15.7%	~	~
Depreciation	246	291	362	~	5.8%	6.4%	7.4%	~	~
Operating expenditure	4 228	4 538	4 865	5 524	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	13.5%

Net result	-127	259.0	878.0	810.0					-7.7%
Operating margin (%)	14.6	15.2	19.5	16.3					

Source: BSkyB, European Audiovisual Observatory



GBP million.



In %.

T.1.GB.7

TV audience market share in the United Kingdom
2006-2010 In %, 4 years +.

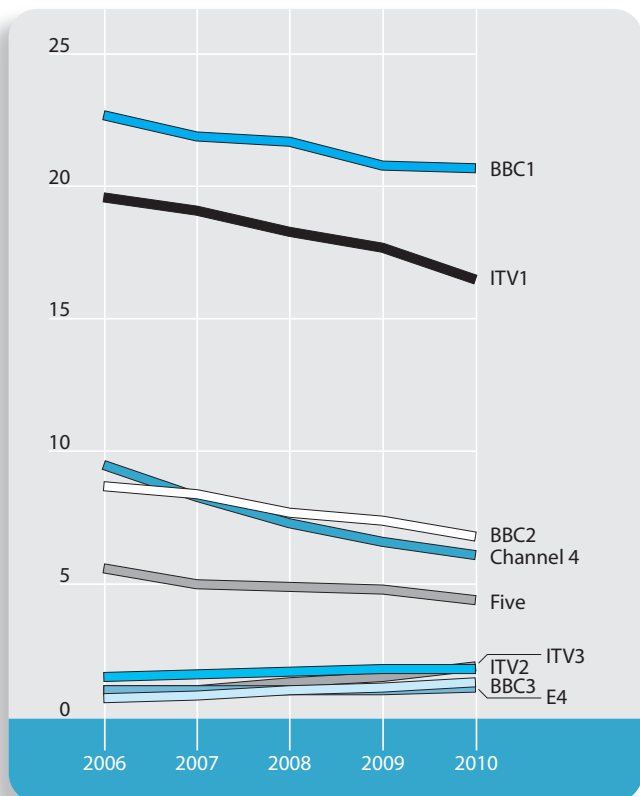
Channels	Daily share					Prime time (18:00–22:30)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
BBC1	22.8	22	21.8	20.9	20.8	24.2	23.9	23.9	22.9	23.1
BBC2	8.8	8.5	7.8	7.5	6.9	9	9.2	8.8	8.6	7.9
BBC3	0.8	0.9	1.1	1.2	1.4	1.2	1.1	1.3	1.5	1.6
BBC4	0.3	0.3	0.4	0.5	0.6	0.5	0.5	0.6	0.7	0.8
BBC Others	1.9	2.2	2.4	2.5	3.3	0.2	0.7	0.8	0.9	1.3
UKTV / others	1.3	1.9	3.4	3.8	3.9	1	1	2.4	2.8	3.3
Total BBC	35.9	35.8	36.9	36.4	36.9	36.1	36.4	37.8	37.4	37.9
ITV1	19.7	19.2	18.4	17.8	16.6	26.8	24.5	23.2	22.7	21.7
ITV2	1.6	1.7	1.8	1.9	1.9	1.3	1.4	1.5	1.6	1.5
ITV2+1	–	–	0.4	0.5	0.5	–	–	0.3	0.3	0.4
ITV3	1.1	1.1	1.4	1.6	2	1.1	0.9	1.2	1.5	1.8
ITV3+1	0	0	0.1	0.1	0.1	0	0	0	0.1	0.1
ITV4	0.4	0.5	0.8	0.8	0.9	0.6	0.6	0.8	0.8	0.9
ITV4 +1	–	–	0	0	0.1	–	–	0	0	0.1
Total ITV	22.8	22.5	22.9	22.7	22.4	29.8	27.4	27	27	26.7
Channel 4	9.6	8.4	7.4	6.7	6.2	8.6	8.4	7.5	6.9	6.4
Channel 4+1		0.2	0.2	0.7	0.8	–	0.1	0.6	0.7	0.7
E4	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2	1.1	1.1	1.2	1.1	1.2
E4+1	0.4	0.4	0.5	0.6	0.6	0.3	0.5	0.6	0.6	0.5
Film 4	0.3	0.6	0.8	0.8	1	0.4	0.7	0.8	0.8	1.0
Film 4+1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1
More 4	0.4	0.6	0.8	1	1	0.4	0.6	0.8	0.9	0.9
More 4+1	–	–	0.1	0.1	0.1	–	–	0.1	0.1	0.1
Total Channel 4	11.9	11.5	11	11.1	11.5	10.9	11.6	11.7	11.2	11.1
Sky Sports 1	1.3	1.4	1.2	1.3	1.1	1	1	0.8	0.9	0.8
Sky One	1.4	0.9	0.9	1.1	0.9	1.7	1.2	1.2	1.4	1.2
Sky Three	0.4	0.6	0.6	0.7	0.8	0.4	0.6	0.6	0.7	0.6
Sky Sports News	0.5	0.5	0.5	0.6	0.7	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4
Sky News	0.4	0.4	0.4	0.5	0.6	0.1	0.2	0.2	0.2	0.3
Sky others	1	2.2	2.4	2.4	3.9	1	1.9	2.3	2.2	3.9
Total Sky	5.0	6.0	6.0	6.6	8.0	4.4	5.2	5.4	5.8	7.2
Five	5.7	5.1	5	4.9	4.5	5.5	5.2	5	4.9	4.5
Five Others	0.2	0.8	0.6	1.3	1.5	0.2	1	0.6	1.6	1.7
Total Five	5.9	5.9	5.6	6.2	6	5.7	6.2	5.6	6.5	6.2
Total Viacom	1.9	1.5	2	2.2	1.6	0.5	0.5	0.7	1.2	1.1
Total Disney	0.8	1	1.1	1.3	1.1	0.3	0.5	0.7	0.8	0.7
Total Discovery	1.2	1	1.2	1.2	0.8	0.8	0.7	0.9	0.8	0.6
Total Turner	0.7	0.6	0.6	0.8	0.7	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4
Others	13.9	14.2	12.7	11.5	11.0	11.2	11.2	9.9	8.9	8.1

Source: Eurodata TV Worldwide, BARB, TNS UK
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, BARB, Kantar Media

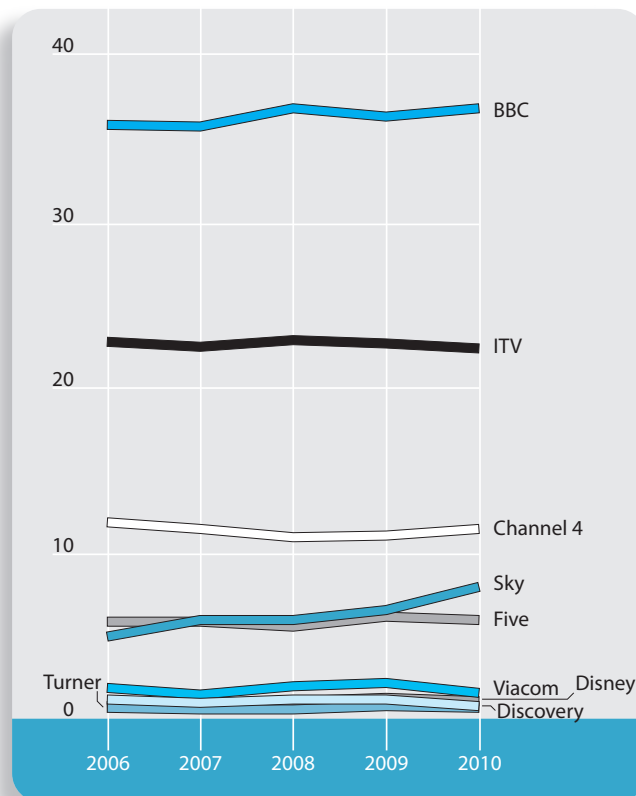
G.1.GB.7

TV audience market share of the leading TV channels and groups
2006-2010 In %, 4 years +.

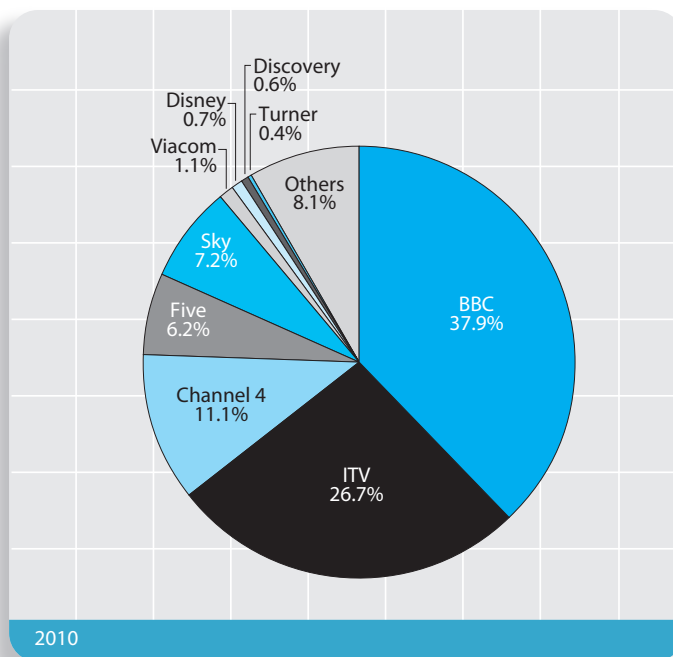
Daily share.



Daily share. Leading TV groups.



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



Source: Eurodata TV Worldwide, BARB, TNS UK
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, BARB, Kantar Media

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

The Greek audiovisual market is characterised by the strength of the private channels compared with the public channels of the broadcaster ERT. MEGA still led the market in 2010 with a 20.5% daily audience market share, gaining more than two percentage points in two years. ANT1 was in second place with a 15.8% audience share, followed by Alpha TV (RTL group), Alter and Star channel, whose market share ranged from 9.8% to 12%. The first public channel, NET, was only in sixth position with 8.6%, far ahead of the two other public channels ET3 and ET1, with only a 3.5% and 2.9% audience share respectively.

The market is thus overwhelmingly dominated by the incumbent terrestrial channels. Over 80% of homes still rely on the terrestrial broadcasting infrastructure, which is still to a large extent analogue: only 17% of Greek households were equipped for digital terrestrial reception at the end of 2010. ERT launched its second multiplex (in the MPEG-4 format) in January 2011 and now broadcasts not only its digital channels launched in 2006 but also its incumbent channels (ET1, ET3 and NET). In addition, the DIGEA consortium made up of the country's principal broadcasters (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel and Skai TV) operates two multiplexes in MPEG-4 format, and broadcasts the seven national private channels making up the consortium as well as some regional or local channels. The National Council for Radio and Television (ESR) issued 89 licences for regional and local channels to broadcast on the DTT networks. However, in November 2010, the Council of State declared unconstitutional two legislative provisions permitting all regional television stations which participated in the 1998 tender to function even after a "reasonable" time after this tender was published. These provisions are contrary to the principle of the rule of law and to the principle of equality, because they penalise those who, although having submitted an application for a permit, have not established a television channel, as opposed to those who have arbitrarily seized a frequency and illegally set up a television station. Thus the government must elaborate as soon as possible on the new legal framework for DTT, without omitting to include a concrete schedule covering all stages up to the issue of the digital licences.

In the absence of a cable network, the range of pay-TV services is largely dominated by the Nova satellite package, which reported a rise in the number of subscribers in 2010: 391 550 subscribers in Greece and Cyprus at the end of that year, with 380 000 in Greece. Since the failure of Multichoice Cyprus in June 2011, the

Le marché audiovisuel grec est caractérisé par l'importance des chaînes privées par rapport aux chaînes publiques du radiodiffuseur ERT. MEGA conserve la tête du marché en 2010 avec 20,5 % de part de marché d'audience quotidienne, gagnant plus de deux points en deux ans. ANT1 suit avec 15,8 % de l'audience, puis Alpha TV (groupe RTL), Alter et Star channel se situent entre 9,8 et 12 % de part de marché. La première chaîne publique, NET, n'arrive donc qu'en sixième position avec 8,6 % d'audience, loin devant les deux autres chaînes publiques ET3 et ET1 qui réunissent 3,5 et 2,9 % d'audience seulement.

Le marché reste largement dominé par les chaînes terrestres historiques. De fait plus de 80 % des foyers reposent toujours sur les infrastructures de diffusion terrestre, qui sont encore largement analogiques : seuls 17 % des foyers grecs étaient équipés pour la réception numérique terrestre à la fin de l'année 2010. ERT a inauguré en janvier 2011 son second multiplex (en MPEG4) et diffuse désormais non seulement ses chaînes numériques lancées en 2006 mais aussi ses chaînes historiques (ET1, ET3 et NET). En complément, le consortium DIGEA formé par les principaux radiodiffuseurs privés du pays (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel et Skai TV) opère deux multiplex, en MPEG4, et diffuse les sept chaînes privées nationales formant le consortium ainsi que quelques chaînes régionales ou 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. Ceci étant, le Conseil d'Etat, en novembre 2010, a déclaré contraires à la Constitution deux dispositions législatives autorisant l'ensemble des chaînes régionales de télévision qui avaient participé à l'appel d'offres de 1998 de continuer à émettre pendant un délai « raisonnable » après la publication de l'appel d'offres. Ces dispositions sont jugées contraires au principe de l'état de droit et contraires au principe d'égalité dans la mesure où elles pénalisaient les opérateurs qui, bien qu'ayant soumis une candidature, n'avaient pas encore lancé une chaîne de télévision, favorisant ceux qui occupaient une fréquence de manière arbitraire et avaient lancé une chaîne de télévision dans l'illégalité. Le gouvernement devra donc élaborer un cadre juridique pour la TNT, sans oublier d'y inclure un calendrier concret incluant toutes les étapes jusqu'à l'émission des licences pour le numérique.

En l'absence de réseau câblé, l'offre de télévision payante est largement dominée par le bouquet satellite Nova, qui revendique un nombre d'abonnés en hausse en 2010 : 391 550 abonnés en Grèce et à

Der griechische Markt ist dadurch geprägt, dass die privaten Fernsehsender wichtiger sind als die Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters ERT. MEGA blieb 2010 mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 20,5 % Marktführer und verbesserte sich innerhalb von zwei Jahren um mehr als zwei Prozentpunkte. Auf den Plätzen folgen ANT1 mit 15,8 % sowie Alpha TV (RTL-Gruppe), Alter und Star channel, die einen Marktanteil zwischen 9,8 und 12 % erzielten. Der wichtigste öffentlich-rechtliche Sender, NET, belegte mit 8,6 % der Zuschauer nur den sechsten Platz, aber weit vor den beiden anderen öffentlich-rechtlichen Programmen ET3 und ET1, die nur auf 3,5 bzw. 2,9 % der Zuschauer kamen.

Der Markt wird also nach wie vor weitgehend von den etablierten terrestrischen Fernsehsendern beherrscht. Über 80 % der Haushalte sind immer noch von der terrestrischen Verbreitungsinfrastruktur abhängig, die nach wie vor weitgehend analog ist: Gerade mal 17 % der griechischen Haushalte verfügten Ende 2010 über die Geräte zum Empfang digitaler terrestrischer Signale. ERT nahm im Januar 2011 seinen zweiten Multiplex (in MPEG-4) in Betrieb und verbreitet nun nicht nur seine 2006 gestarteten Digital-sender sondern auch die etablierten Programme (ET1, ET3 und NET). Zudem betreibt das Konsortium DIGEA, das von den führenden privaten Rundfunkunternehmen des Landes (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel und Skai TV) gebildet ist, zwei Multiplexe in MPEG-4 und verbreitet die sieben landesweiten Privatsender des Konsortiums sowie einige Regional- oder Lokalsender.

Allerdings hat der Staatsrat im November 2010 zwei gesetzliche Bestimmungen für verfassungswidrig erklärt, die allen regionalen Fernsehsendern, die 1998 an der Ausschreibung teilgenommen haben, gestatten, auch nach einer „angemessenen“ Zeit nach Veröffentlichung der Ausschreibung weiter zu senden. Diese Bestimmungen widersprechen dem Prinzip der Rechtsstaatlichkeit und dem Prinzip der Gleichheit, da sie jene Bewerber, die keinen Fernsehsender aufbauten, obwohl sie einen Antrag auf Genehmigung gestellt hatten, gegenüber denen benachteiligen, die eigenmächtig Frequenzen besetzt und rechtswidrig einen Sender in Betrieb genommen hatten. Die Regierung muss also einen neuen Rechtsrahmen für DVB-T entwickeln, der auch einen konkreten Zeitplan für alle Stufen bis zur Vergabe der digitalen Lizenzen vorsehen muss.

Da es kein Kabelnetz gibt, wird das Angebot beim Bezahlfernsehen weitgehend vom Satellitenbouquet Nova beherrscht,

Greek and Cypriot packages have been put together by Multichoice Hellas, which has been controlled by the Greek telecommunications group Forthnet SA since 2008. Having launched the first HD transmissions in Greece during the summer of 2010, Forthnet announced in 2011 that it was bundling its satellite pay-TV package with the Tooway fast broadband service offered by Eutelsat.

The monopoly of Multichoice Hellas on the satellite pay-TV market in Greece is likely to be challenged following the launch in October 2011 of the OTE TV package by the incumbent telecommunications operator Hellenic Telecommunications (OTE). This company, which has a 54% stake in the Romanian incumbent operator Romtelecom, turned down the Romanian government's proposal in spring 2011 for it to acquire the remaining 46%. OTE has itself been partly privatised because Deutsche Telekom, which has had a shareholding in the company since 2007, bought an additional 10% stake in June 2011 and now holds 40% of the capital.

ADSL television (IPTV) services have also been developing since 2007. In 2011, four platforms were in competition: Hellas online with Hol TV, OTE with Conn-x TV, a package rebranded OTE TV via Conn-x in October 2011, On Telecoms with On TV and Vivodi Telecommunications with its Cable TV package.

The public service broadcaster ERT is still in a period of crisis. After the changes in governance adopted in 2010 and following the merger of the digital channels Sport+ and Cine+ to form a single channel in April 2011, new savings measures were announced in August 2011: the closing down of the first channel ET1, a reduction in the number of local radio stations and staff cutbacks.

Greece has transposed the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) with the adoption of Presidential Decree 109/05.11.2010. The provisions of the Decree generally follow the flexible EU framework concerning both television broadcasts and on-demand services. However, the Greek legislator has established stricter rules on several issues relating to the protection of viewers, especially minors.

Chypre à la fin de l'année 2010, dont environ 380 000 en Grèce. Les bouquets grecs et chypriotes sont édités, depuis la faillite de Multichoice Cyprus en juin 2011, par Multichoice Hellas, contrôlé depuis 2008 par le groupe grec de télécommunication Forthnet SA. Après avoir inauguré les premières transmissions HD en Grèce pendant l'été 2010, Forthnet a annoncé en 2011 associer son bouquet de télévision payante par satellite avec le service Tooway d'accès au haut débit, proposé par Eutelsat.

Le monopole de Multichoice Hellas sur le marché de la télévision payante par satellite en Grèce est remis en cause depuis le lancement en octobre 2011 du bouquet OTE TV par l'opérateur historique de télécommunications Hellenic Telecommunications (OTE). La firme, qui détient 54 % de l'opérateur historique roumain Romtelecom, a décliné au printemps 2011 la proposition du gouvernement roumain d'acquiescer les 46 % restants. OTE a elle-même été partiellement privatisée, puisque Deutsche Telekom, présent au capital de l'entreprise depuis 2007, a acheté 10 % supplémentaires en juin 2011 et détient désormais 40 % du capital.

Depuis 2007 se développent aussi des offres de télévision par ADSL (IPTV). En 2011, quatre plates-formes entrent en concurrence : Hellas online avec Hol TV, OTE avec Conn-x TV, bouquet rebaptisé en octobre 2011 OTE TV via Conn-X, On Telecoms avec On TV et Vivodi Telecommunications avec son bouquet Cable TV.

Le radiodiffuseur de service public ERT continue de traverser une période de crise. Après les modifications de gouvernance adoptées en 2010, et après la fusion des chaînes numériques Sport+ et Cine+ en une chaîne unique en avril 2011, ce sont de nouvelles mesures d'économies qui ont été annoncées en août 2011 : fermeture de la première chaîne ET1, réduction du nombre de stations radios locales ou encore compression du personnel.

La Grèce a transposé la Directive sur les services de médias audiovisuels (SMASV) avec l'adoption du Décret présidentiel n° 109 du 5 novembre 2010. Globalement, les dispositions du décret reprennent la flexibilité du cadre juridique communautaire en ce qui concerne les programmes télévisés et les services à la demande. En revanche, le législateur grec a instauré des règles plus strictes en matière de protection des téléspectateurs et notamment des mineurs.

das für 2010 steigende Abonnentenzahlen meldete: 391 550 Abonnenten in Griechenland und Zypern Ende 2010, davon etwa 380 000 in Griechenland. Die griechischen und zypriotischen Bouquets werden seit der Insolvenz von Multichoice Cyprus im Juni 2011 von Multichoice Hellas betrieben, einem Unternehmen, das seit 2008 von der griechischen Telekommunikationsgruppe Forthnet SA kontrolliert wird. Nachdem in Griechenland im Sommer 2010 die ersten HD-Übertragungen stattgefunden haben, kündigte Forthnet 2011 an, dass sein Pay-TV-Satellitenbouquet mit dem von Eutelsat betriebenen Breitbandprovider Tooway verknüpft wird.

Das derzeitige Monopol von Multichoice Hellas auf dem griechischen Satelliten-Pay-TV-Markt könnte allerdings in Gefahr geraten, seitdem im Oktober 2011 das Bouquet OTE TV des etablierten Telekommunikationsbetreibers Hellenic Telecommunications (OTE) an den Start ging. Das Unternehmen, das 54 % des etablierten rumänischen Betreibers Romtelecom hält, schlug im Frühjahr 2011 das Angebot der rumänischen Regierung aus, die verbleibenden 46 % zu erwerben. OTE wurde selbst teilprivatisiert, da die seit 2007 am Unternehmenskapital beteiligte Deutsche Telekom im Juni 2011 weitere 10 % erwarb und nun 40 % am Kapital hält.

Seit 2007 gibt es auch zunehmend Anbieter für DSL-Fernsehen (IPTV). 2011 standen vier Plattformen im Wettbewerb: Hellas online mit Hol TV, OTE mit Conn-x TV, einem Bouquet, das im Oktober 2011 in OTE TV via Conn-X umbenannt wurde, On Telecoms mit On TV sowie Vivodi Telecommunications mit seinem Bouquet Cable TV.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter ERT steckt weiterhin in einer Krise. Nach den 2010 verabschiedeten Änderungen in der Unternehmensführung und nach der Fusion der Digitalsender Sport+ und Cine+ zu einem Sender im April 2011 wurden im August 2011 neue Sparmaßnahmen angekündigt: Schließung des ersten Programms ET1, Verringerung der Zahl der Lokalradiosender sowie Personalabbau.

Griechenland hat die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD) mit der Verabschiedung des Präsidentialerlasses 109 vom 5. November 2010 umgesetzt. Die Bestimmungen des Erlasses folgen generell dem flexiblen EU-Rahmen für Fernsehsendungen und Abrufdienste. Allerdings hat der griechische Gesetzgeber beim Schutz der Zuschauer, insbesondere jugendlicher Zuschauer, in mehreren Punkten strengere Vorschriften beschlossen.

Basic figures

A 31.12.2010. C 09.2011.
B 10.2011. D 09.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	11 330		Eurostat
Households	–	4 357		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.0%	4 313		Greek Obs. for IS / European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	0.0%		0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	12.3%		534	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	12.3%		534	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	8.4%	364		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	3.4%		147	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	3.4%	149		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	17.6%		768	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	33.3%		1 450	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	11.8%	513		European Audiovisual Observatory
Households with PC	49.1%	2 141		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	40.5%	1 763		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	49		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	0
Satellite packagers	2 Multichoice Hellas (Nova) Hellenic Telecommunication Organisation (OTE TV)
IPTV packagers	4 Hellas on Line (hol), Hellenic Telecommunication Organisation, ON Telecoms, Vivodi (On Telecoms)
DTT multiplex operators and packagers	2 Digea, ERT
Mobile phone TV packagers	2 Vodafone, Wind

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	7	8	15
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	29	30
Regional / Local		135	135
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets	1	12	13
Total	9	184	193
Foreign channels targeting the country	3	14	17

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Analogue terrestrial	Free digital terrestrial	Satellite Multichoice Hellas Nova	IPTV On Telecoms On TV	IPTV OTE Conn-x TV
Generalist - national	6	7	1	6	1
Generalist - foreign		1	6	3	
Adult			3	2	3
Children			7	4	3
Culture/ education/ documentary			6	1	4
Entertainment/ TV fiction/ games	1	1	4	6	5
Film			6		1
HD simulcast of an existing channel		1	17		
International linguistic and cultural			3	3	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			3	2	4
Music			5	3	2
News/ business	1	2	21	8	9
Parliament/ government/ administration	1	1	1		1
Regional/ local	2	2	2	8	1
Sports		1	33	7	8
Total (including HD channels)	11 (0)	16 (1)	118 (18)	53 (0)	42 (0)

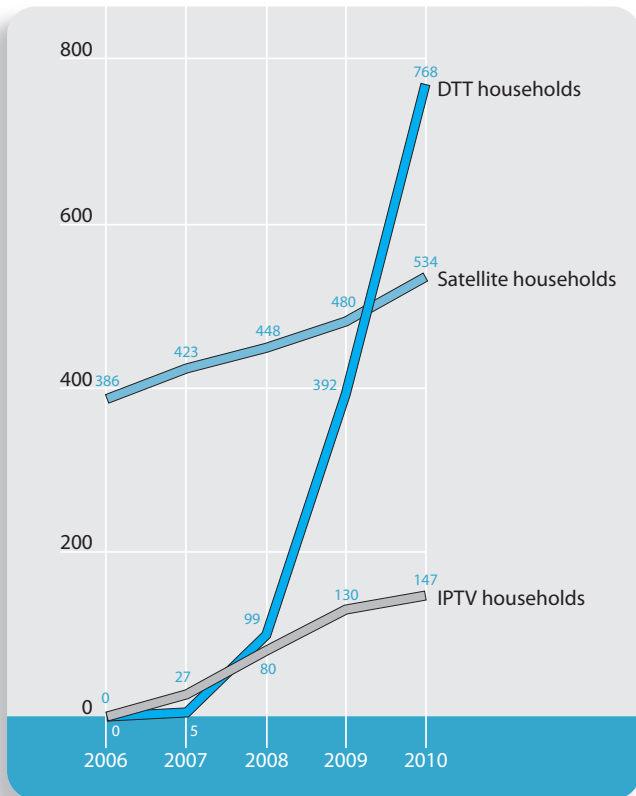
¹ In addition 96 local stations were granted DTT licences to be broadcast in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

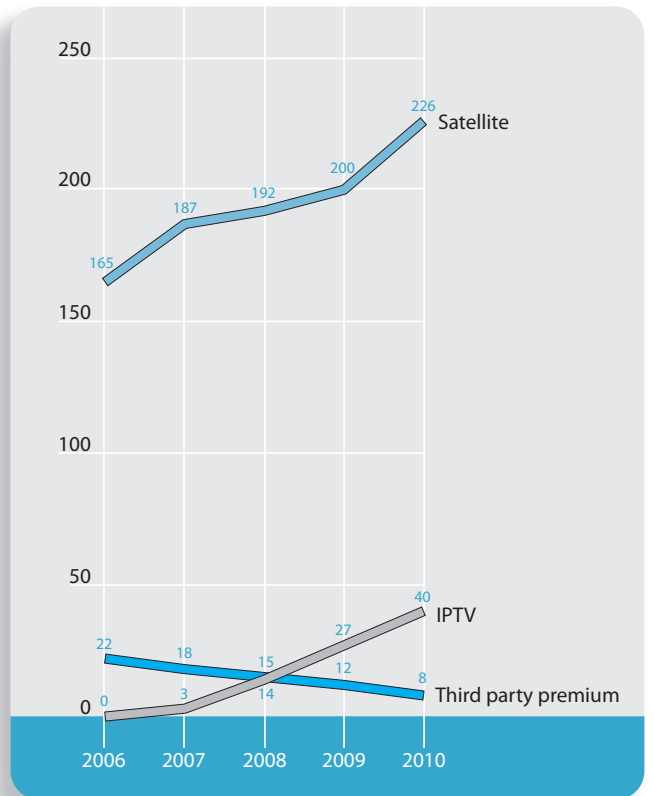
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

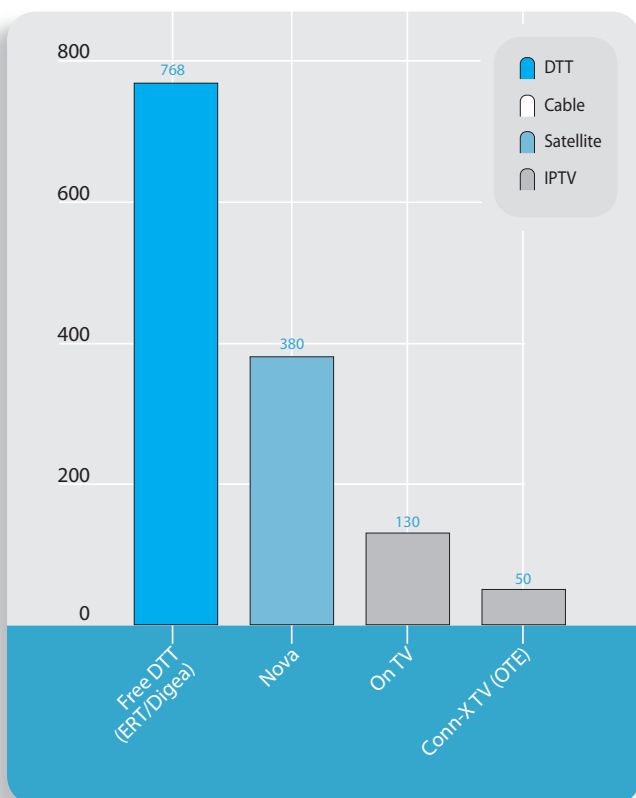
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

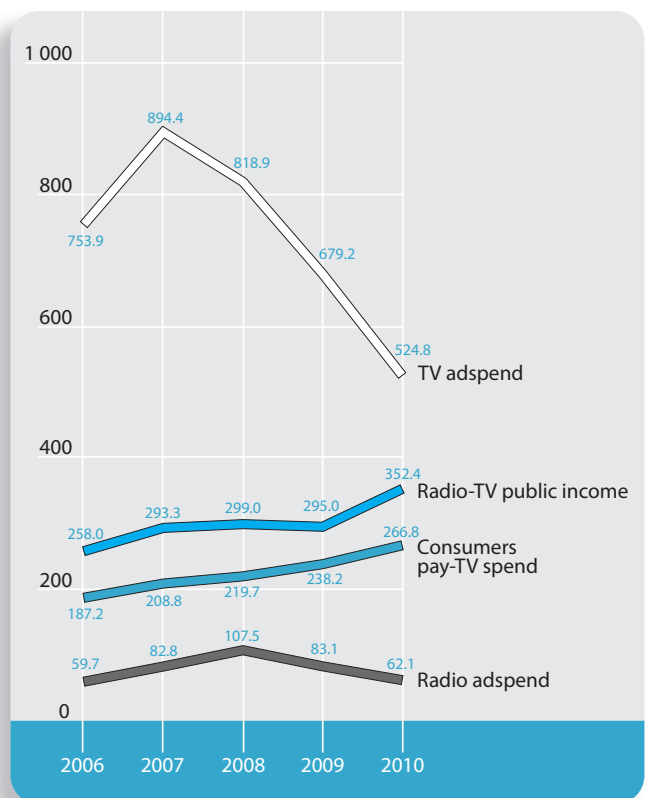
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



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

T.1.GR.1
G.1.GR.1

Operating revenues of the main television companies in Greece

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Greek Radio Television (ERT) S.A. ①	sptv	ET1, NET, ET3	540.1	374.0	353.7	340.8	-3.7%
Eleftheri Tileorassi S.A.	adtv	Kanali 5, Alter	118.6	147.3	135.5	~	~
Antenna Group A.E. (cons.)	adtv	ANT1	172.7	157.5	134.7	~	~
p.m. Antenna TV S.A.	adtv	ANT 1	140.5	114.3	69.9	~	~
Teletypos S.A.	adtv	Mega	173.5	168.1	139.2	112.1	-19.5%
Alpha Satellite Television S.A.	adtv	AlphaTV	109.4	108.2	79.4	70.4	-11.4%
New Television S.A.	adtv	Star Channel	101.6	94.9	77.0	53.5	-30.5%
Eidisseits Com S.A.	adtv	Skai TV	13.5	34.4	49.6	~	~
Forthnet Media Holding	thtv	Filmnet Hellas	-	-	-	47.7	-
p.m. Netmed Hellas S.A. ②	thtv	Filmnet Hellas	112.3	93.4	114.7	-	-
Mad T.V. S.A.	thtv	Mad TV	9.0	9.6	9.6	~	~
Makedonia TV S.A.	adtv	Makedonia TV	7.1	7.7	7.3	7.2	-1.4%
Extra Communication Technology	rtv	Extra 3	4.4	3.9	4.6	~	~
Ikaros Radio Television Enterprises S.A.	rtv	Crete TV	3.6	3.8	3.5	3.5	-1.8%
Radio Television Pireus	thtv	MTV Greece	0.1	1.4	2.9	3.0	3.4%
City News S.A.	rtv	Tele City	1.6	1.9	2.0	2.1	7.5%
Rethymno TV	rtv	Nea TV	1.9	2.0	1.9	~	~

Main distributors		Services	TV packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Hellenic Telecommunications Organization S.A. ③	3play	Conn-x TV		2 682.7	2 589.7	2 414.7	2 182.3	-9.6%
Cosmote Mobile Telecommunications Services S.A. ③	3G TV	i-mode		1 736.1	1 843.6	1 908.4	1 706.1	-10.6%
Vodafone - Panafon Hellenic Telecommunication company ③	3G TV	Live!		1 682.9	1 517.0	1 303.8	1 087.8	-16.6%
ON Telecoms ③	3play	ON TV		168.3	182.7	207.2	239.9	15.8%
Hellas Online S.A. ③	3play	Hol TV		44.3	108.3	150.0	212.4	41.6%
Multichoice Hellas S.A. ②	sat-tv	Nova		190.7	148.8	197.6	196.2	-0.7%
Wind Hellas Telecommunications ③	3G TV			114.2	~	~	~	~
Vivodi telecommunications S.A. ③	3play	Vivodi TV		36.7	38.6	26.8	15.1	-43.6%

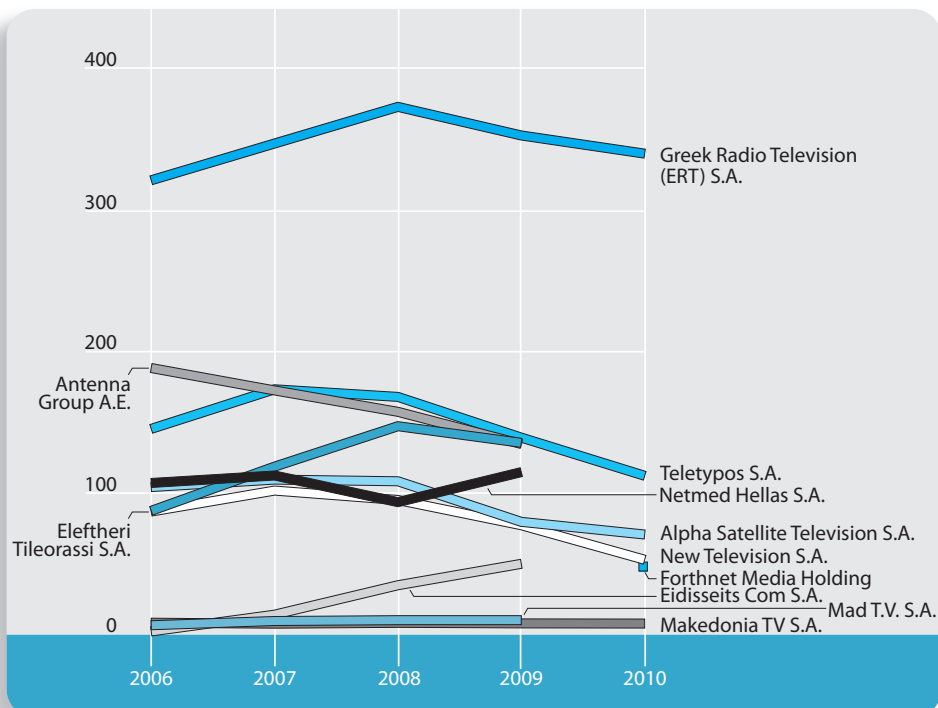
① To 30 June, until 2006. 2007 over 18 months.

② 2008 over 9 months. - Acquired in April 2008 by the Forthnet group.

③ Includes other activities (telecommunications).

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



T.1.GR.2
G.1.GR.2ERT financial situation
2007-2010 EUR million.

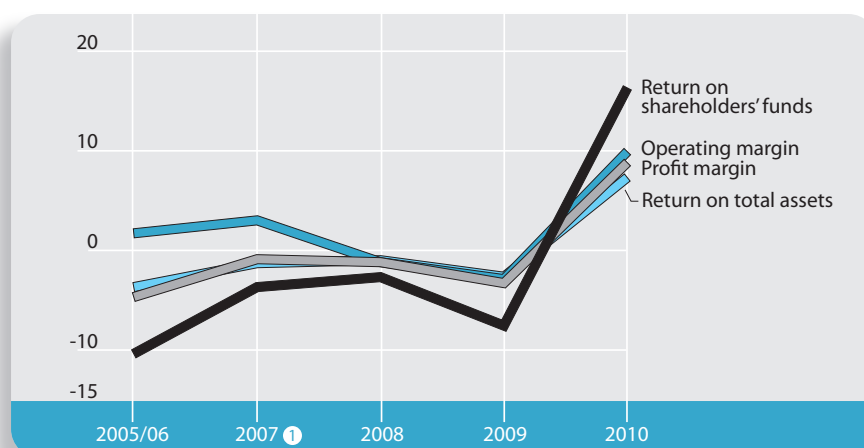
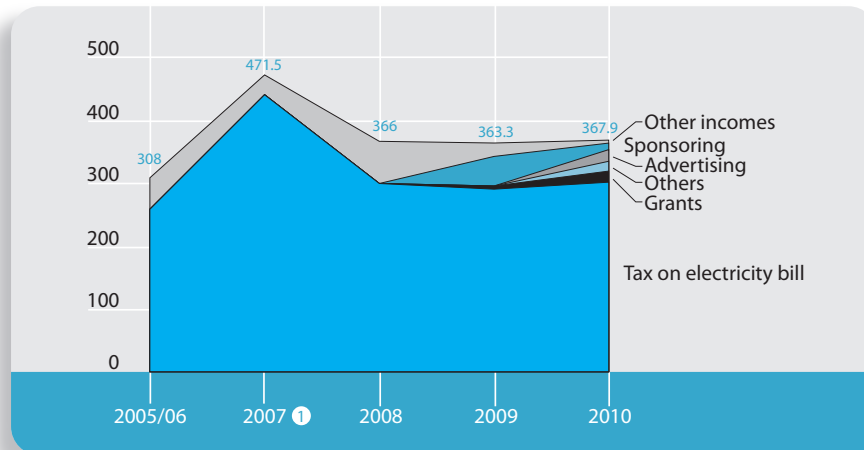
Income	①				①				
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	440.0	299.0	295.0	352.4	93.3%	81.7%	81.2%	91.3%	19.5%
- Tax on electricity bill	440.0	299.0	290.0	301.1	93.3%	81.7%	79.8%	78.0%	3.8%
- Grants			5.0	17.6			1.4%	4.6%	254.8%
- Others				15.6					-
Commercial revenues	~	~	50.0	28.9	~	~	13.8%	7.5%	-42.2%
- Advertising				18.5			0.0%	4.8%	-
- Sponsoring	~	~	47.0	10.4	~	~	12.9%	2.7%	-77.9%
- Sales of programmes	~	~	3.0		~	~	0.8%	0.0%	-100.0%
Other incomes	31.5	67.0	18.3	4.7	6.7%	18.3%	5.0%	1.2%	-74.3%
Total income	471.5	366.0	363.3	386.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	6.3%
Operating revenues	540.1	374.0	353.7	340.8					-3.7%

Expenditure	①				①				
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Purchase of goods and services	~	~	171.3	131.3	~	~	47.0%		-23.4%
- Cost of personnel	~	~	162.0	145.5	~	~	44.5%		-10.2%
- Depreciation	73.4	28.7	31.1	30.5	14.0%	7.6%	8.5%		-2.0%
Total expenses	524.5	378.9	364.4	307.3	100.0%	100.0%	100.0%		-15.7%

Net result	-24.0	-3.1	-18.2	24.3					-233.3%
Operating margin (%)	2.9	-1.3	-3.0	9.8					

① Over 18 months.

Source: IOM, AMADEUS, European Audiovisual Observatory

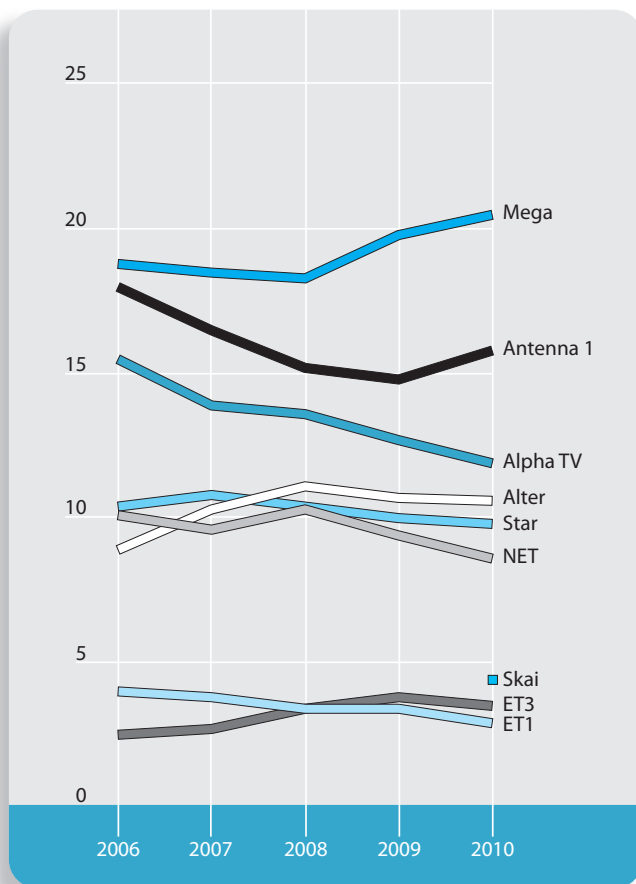


T.1.GR.3
G.1.GR.3TV audience market share in Greece
2006-2010 In %, 4 years +.

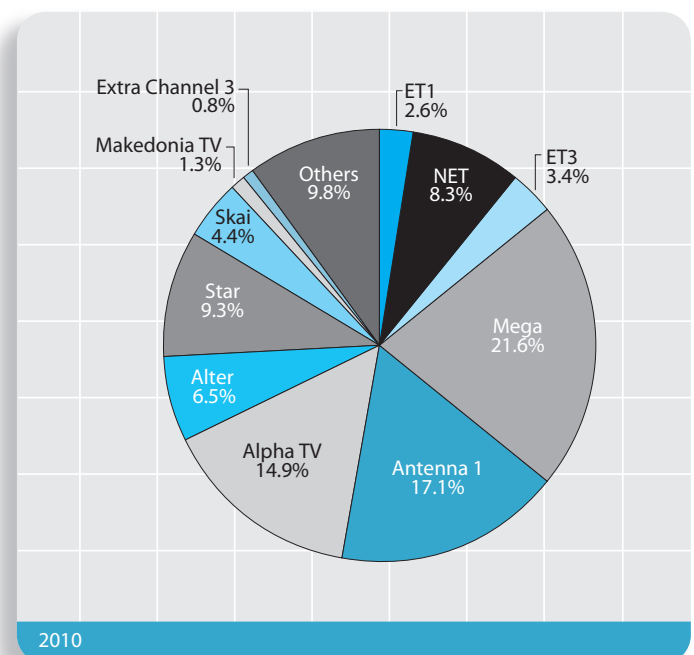
Channels	Daily share					Prime time (21:00-00:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
ET1	4.0	3.8	3.4	3.4	2.9	3.8	3.9	3.6	3.3	2.6
NET	10.1	9.6	10.3	9.4	8.6	10.4	9.7	11.1	9.5	8.3
ET3	2.5	2.7	3.4	3.8	3.5	2.2	2.5	3.4	3.7	3.4
Public Greek channels	16.6	16.1	17.1	16.6	15.0	16.4	16.1	18.1	16.5	14.3
Mega	18.8	18.5	18.3	19.8	20.5	22.8	22.5	20.0	21.0	21.6
Antenna 1	18.0	16.5	15.2	14.8	15.8	18.4	15.0	13.7	14.3	17.1
Alpha TV	15.5	13.9	13.6	12.7	11.9	14.6	15.2	15.5	14.5	14.9
Alter	8.9	10.3	11.1	10.7	10.6	6.6	7.6	8.0	7.5	6.5
Star	10.4	10.8	10.4	10.0	9.8	9.5	10.0	9.7	10.0	9.3
Skai					4.4					4.4
Makedonia TV	0.7	0.7	0.5	0.4	0.7	1.0	0.9	0.6	0.5	1.3
Extra Channel 3	~	~	~	0.4	0.4	~	~	~	0.8	0.8
Mad TV (Greece)	~	~	~	0.2	0.2	~	~	~	0.1	0.1
Channel 9 (Athens)	~	~	~	0.2	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Novacinema1	~	~	~	0.1	~	~	~	~	0.1	~
Novasports1	~	~	~	0.1	~	~	~	~	0.1	~
Main private Greek channels	72.3	70.7	69.1	69.4	74.4	72.9	71.2	67.5	69.0	76.1
Others	11.1	13.2	13.8	14.0	10.6	10.7	12.7	14.4	14.5	9.6

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

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 2010, the two main channels of the public broadcaster HRT had a combined share of 38.2% (a drop of more than 10% over the last four years). HTV1 is still the most popular channel. The main private channel RTL Televizija (RTL Group) had a share of 21.4% in 2010 (down 3% in the last four years). Nova TV (Central European Media Enterprises) continued to increase its share with 23.2% in 2010.

Terrestrial television is the most important mode of reception in Croatia. There has been a very rapid development of DTT in Croatia. Switch-over took place on a region by region basis and was completed by the end of 2010. As in other countries, some local television took longer to switch off, with local and regional channels completing the process during the first quarter of 2011. 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.

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 carries a mix of national, and 14 regional and local channels. 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, for the channel Doma TV and one to the RTL group for RTL2. Three further thematic channels were licensed at the end of 2010, namely a sports channel, a music channel, and the news and business channel Kapital Network.

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 13% 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 119 000 subscribers in June 2011), and the company was taken over in June 2011

Le marché télévisuel croate est assez équilibré entre les chaînes de service public et les deux principales chaînes commerciales. En 2010, les deux principales chaînes du radiodiffuseur de service public HRT ont une part cumulée de 38,2 % (en recul de presque 10 % sur les quatre dernières années). HTV1 reste la chaîne la plus populaire. La principale chaîne privée RTL Televizija (groupe RTL) a une part de 21,4 % en 2010 (en recul de 3 % sur les quatre dernières années). Nova TV (Central European Media Enterprises) poursuit sa progression avec une part de 23,2 % en 2010.

La télévision hertzienne est le principal mode de réception en Croatie. La TNT a connu un développement rapide dans le pays. Le passage au numérique s'est fait région par région et s'est achevé fin 2010. Comme dans d'autres pays, certaines chaînes locales et régionales ont mis plus longtemps à abandonner l'analogique et n'ont terminé le processus qu'au premier trimestre 2011. Fin septembre 2010, le nombre de foyers recevant la TNT était estimé à 1 million (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.

L'Agence croate de la poste et des communications électroniques (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 comprend 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. Les licences TNT ont été accordées en septembre 2010 : une à Central European Media Enterprises, pour la chaîne Doma TV et une autre au groupe RTL pour RTL2. Trois autres chaînes thématiques ont reçu une licence fin 2010, à savoir une chaîne de sport, une chaîne musicale ainsi que la chaîne d'information et d'économie Kapital Network.

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.

Der kroatische Fernsehmarkt zeichnet sich durch ein ungefähres Gleichgewicht zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern und den zwei größten Privatsendern aus. 2010 erreichten die beiden Hauptsender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters HRT einen gemeinsamen Marktanteil von 38,2 % (ein Rückgang um mehr als 10 % in den letzten vier Jahren). HTV1 ist nach wie vor der beliebteste Sender. Der größte Privatsender RTL Televizija (RTL Group) kam 2010 auf einen Marktanteil von 21,4 % (ein Rückgang um 3 % in vier Jahren). Nova TV (Central European Media Enterprises) verzeichnete mit 23,2 % 2010 erneut einen Zuwachs.

In Kroatien ist das terrestrische Fernsehen die am meisten genutzte Empfangsart. Kroatien erlebte ein rasantes Wachstum des digitalen terrestrischen Fernsehens. Die Umstellung auf Digitalbetrieb erfolgte pro Region und war Ende 2010 abgeschlossen. Wie auch in anderen Ländern haben einige Lokalsender etwas länger für die Analogabschaltung gebraucht, die auf lokaler und regionaler Ebene im ersten Quartal 2011 abgeschlossen wurde. Bis Ende September 2011 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.

Die HAKOM (kroatische Agentur für Post und elektronische Kommunikation) 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. Im Juni 2010 wurde für neue TV-Kanäle über DVB-T eine Ausschreibung gestartet. Im September 2010 wurden DVB-T-Lizenzen vergeben: eine an Central European Media Enterprises (für Doma TV) und eine an die RTL-Gruppe für RTL2. Drei weitere Themenkanäle haben Ende 2010 eine Lizenz erhalten – ein Sportkanal, ein Musikkanal sowie der Nachrichten- und Wirtschaftssender Kapital Network.

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 Digitalfernsehlicenzen gebe.

by Telekom Austria. Other significant players are KDS, 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 other important satellite package in Croatia - Total TV - is also operated by B.NET since 2010 (and hence also controlled by Telekom Austria). The Telekom operator Hrvatski Telekom (T-HT), has also launched a satellite pay TV service, Max TV Sat (based on its IPTV offer, see below), and this has become the third satellite package available in the country.

There has also been a rapid take-up of IPTV services (21% of homes at end of 2010, according to the regulator HAKOM). 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 303 972 IPTV subscribers in June 2011 (combining both services). The other IPTV services are from Metronet, and Optima (Optima Kabel TV). A further service may be launched by H1 Telekom by the end of 2011.

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. An amendment to the Electronic Media Act in 2011 dealt with the issue of media ownership. A new law on public service broadcasting – Croatian Radio Television Law - was passed in December 2010. The law focused on the financing and remit of the public service channels.

Environ 13 % 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 119 000 abonnés en juin 2011), et la société a été reprise en juin 2011 par Telekom Austria. Les autres acteurs importants sont 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. L'autre bouquet satellite important en Croatie, Total TV, est également géré par B.NET depuis 2010 (et donc également contrôlé par Telekom Austria). L'opérateur de télécommunications Hrvatski Telekom (T-HT) a également lancé un service payant de télévision par satellite, Max TV Sat (basé sur son offre IPTV, voir ci-dessous). Il s'agit du troisième bouquet satellite disponible dans le pays.

Les services IPTV ont également rapidement décollé (21 % des foyers fin 2010, selon la HAKOM). 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. La société déclarait compter 303 972 abonnés IPTV en juin 2011 (aux deux services). Les autres services IPTV sont proposés par Metronet et Optima (Optima Kabel TV). Une autre offre pourrait être proposée par H1 Telekom d'ici la fin 2011.

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. Une modification apportée à la loi sur les médias électroniques en 2011 porte sur la question de la propriété des médias. Une nouvelle loi sur la radiodiffusion de service public, la loi croate sur la radio et la télévision, a été adoptée en décembre 2010. Elle est axée sur le financement et les attributions des chaînes de service public.

Beide Kanäle werden nun erst nach der Umstellung auf Digitalbetrieb auf Sendung gehen.

Rund 13 % 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 119 000 Abonnenten im Juni 2011), der im Juni 2011 von Telekom Austria übernommen wurde. 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. Das andere große Sat-TV-Paket in Kroatien – Total TV – wird seit 2010 von B.NET betrieben (und wird somit auch von Telekom Austria kontrolliert). Der Telekom-Betreiber Hrvatski Telekom (T-HT) hat auf der Grundlage seines IPTV-Angebots (siehe weiter unten) ebenfalls ein Sat-Pay-TV-Dienst gestartet (Max TV Sat), so dass nun landesweit drei Sat-TV-Pakete verfügbar sind.

Auch die Nutzung von IPTV-Diensten legt rapide zu (21 % der Haushalte Ende 2010, laut HAKOM). 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 im Juni 2011 nach eigenen Angaben 303 972 IPTV-Abonnenten (für beide Dienste zusammen). Die übrigen IPTV-Dienste werden von Metronet und Optima (Optima Kabel TV) angeboten. Ein weiterer Dienst könnte Ende 2011 von H1 Telekom gestartet werden.

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. In einer Änderung des Gesetzes über elektronische Medien von 2011 werden Medienbesitzfragen neu geregelt. Im Dezember 2010 wurde ein neues Gesetz über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Kroatien verabschiedet. Schwerpunkt des Gesetzes sind die Finanzierung und der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Sender.

Basic figures

A 31.12.2010.

B 08.2011.

C 08.2011.

D 08.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)	–	4 426	Eurostat (as at 1.1.2010)
Households	–	1 635	Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	97.4%	1 592	European Audiovisual Observatory
Cable TV households	13.0%	213	HAKOM
Digital cable TV households	~	~	
DTH/SMATV households	30.0%	490	HAKOM
Pay DTH/SMATV households	7.0%	114	HAKOM
IPTV subscription	21.0%	343	HAKOM
Installed DVB-T Receivers	59.0%	965	HAKOM
Total digital TV households	50.0%		HAKOM
Households with PC	54.5%	891	Croatian bureau of Statistics (2010) / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	49.2%	804	HAKOM

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators	20	B.net, KDS, Kerman, Magic Telekom, Optika Kabel TV, ...
Satellite packagers	3	Digi TV, Total TV, T-HT (Deutsche Telekom)
IPTV packagers	4	HT D.D. (Max TV), Iskon Internet, Metronet, Optima
DTT multiplex operator	1	Odašiljači Veze
Mobile phone TV packagers	1	VIPnet

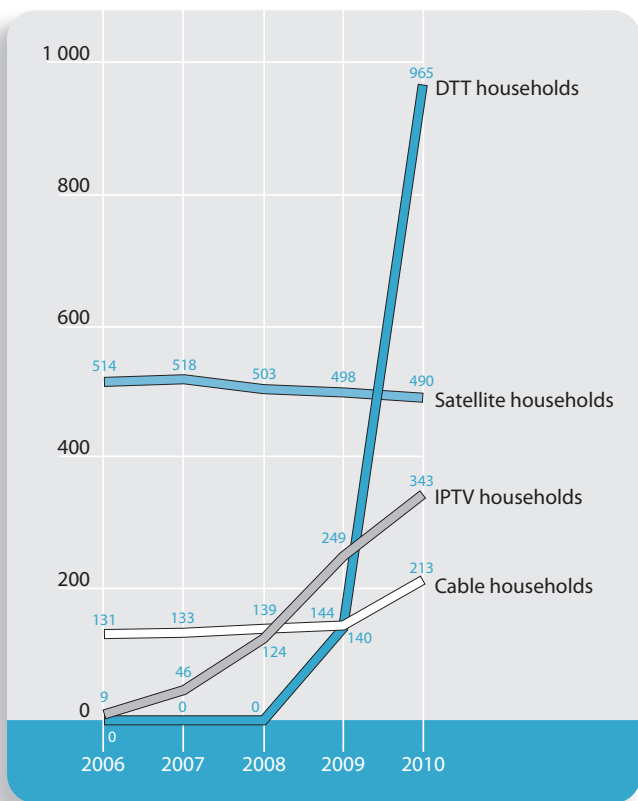
TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	8	11
Cable/Satellite/IPTV/Mobile channels	2	27	29
Regional/Local		23	23
Regional/Local windows	20		20
Channels targeting foreign markets			
Total	25	58	83
<i>Foreign channels targeting the country</i>		21	21

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Digital terrestrial	Cable B.NET	Satellite Digi TV (Croatia)	IPTV Max TV
Generalist - national	4	5	2	5
Generalist - foreign		14	5	12
Adult		5		7
Children		11	7	9
Culture/ education/ documentary		13	10	14
Minority interest groups		1		
Entertainment/ TV fiction/ games	2	20	6	22
Film		6	1	5
HD simulcast of an existing channel	1	8		4
Home shopping				
International linguistic and cultural		3		2
Lifestyle/ specific leisure/ travel		7	3	7
Music	1	14	4	12
News/ business	1	7	2	12
Parliament/ government/ administration		1		1
Regional/ local	21	17	3	19
Religion		1		
Sports	1	18	2	18
Various		3		2
Total (including HD channels)	31 (1)	154 (10)	45	151 (9)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

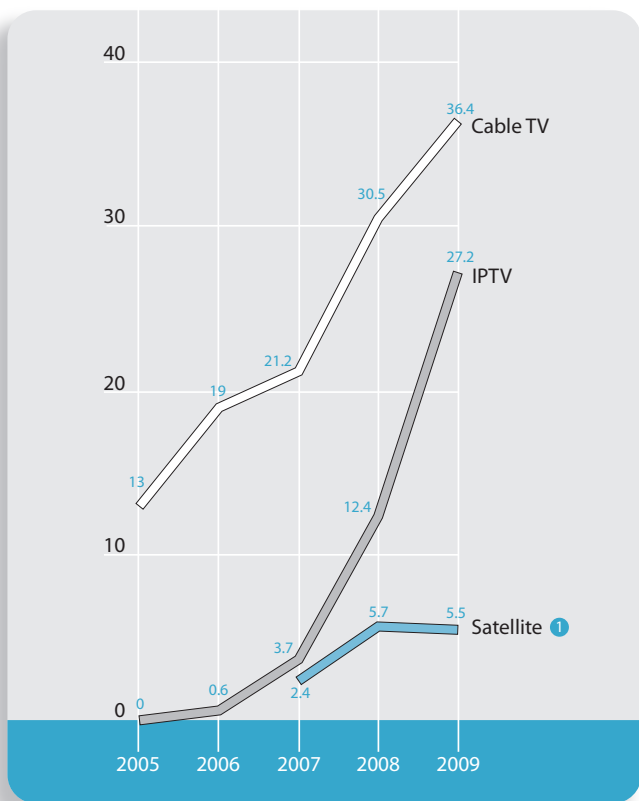
Market trends

Households TV equipment 2006-2010 In thousands.



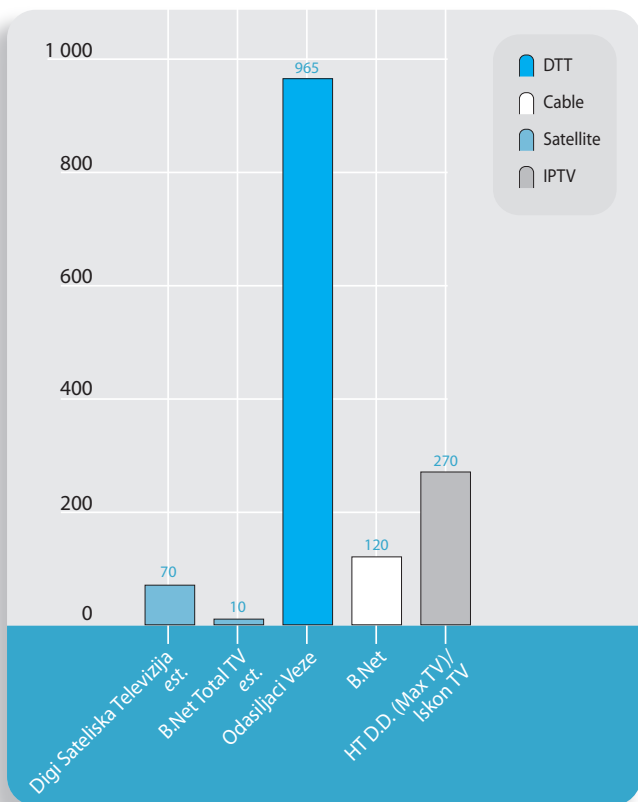
Source: Screen Digest / Data for 2010 from HAKOM (Croatian Post and Electronic Communications Agency)

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



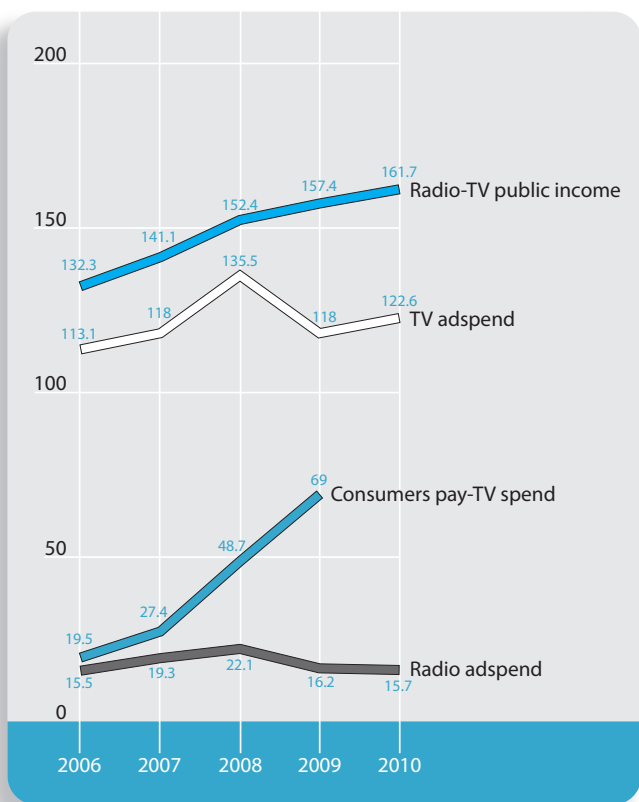
① Digi TV only. Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010 In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010 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 the main television companies in Croatia 2007-2010

HRK million.

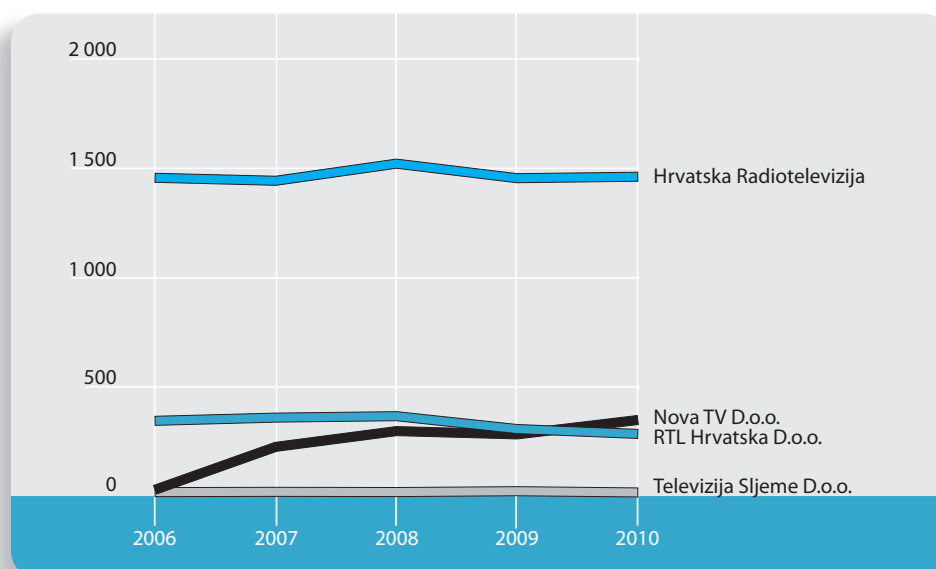
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Hrvatska Radiotelevizija	sptv	HRT-1. HRT-2. HRT-3	1 441.2	1 519.8	1 453.0	1 459.8	0.5%
Nova TV D.o.o.	adtv	Nova TV	219.6	292.0	276.9	342.9	23.8%
RTL Hrvatska D.o.o.	adtv	RTL Televizija	353.9	360.5	301.5	279.1	-7.4%
Televizija Sljeme D.o.o.	rtv	Televizija Sljeme - Z1	13.2	12.2	16.1	10.4	-35.4%
Kanal Ri D.o.o.	rtv	Kanal RI	10.8	10.2	9.3	7.9	-15.1%
Televizija Slavonije i Baranj D.o.o.	rtv	Slavonska Televizija - STV	6.9	7.6	7.7	7.2	-6.5%
Nezavisna Istarska Televizija D.o.o.	rtv	TV Istra	5.0	7.2	14.7	7.1	-51.7%
Nezavisna Televizija D.o.o.	rtv	Net TV	11.5	10.2	7.4	5.5	-25.7%
VTV D.o.o.	rtv	VKTV Vinkovačka Televizija	8.0	7.5	7.9	5.2	-34.2%
Slavonslo-Brodaska Televizija D.o.o.	rtv	SBTV	4.9	4.8	4.9	3.8	-22.4%
Mijor D.o.o.	rtv	Cacovecka televizija	2.6	3.9	3.9	3.7	-6.1%
Televizija Dalmacija D.o.o.	rtv	TV Dalmacija	2.5	2.4	2.9	2.8	-3.4%
MTV Adria D.O.O.	thtv	MTV Adria	0.0	0.0	0.4	1.7	335.9%

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
HT D.D. ①	3play	MaxTV		5 837.9	5 488.6	5 268.3	8 241.0	56.4%
VIPnet D.o.o. ①	3G TV	Live TV		3 636.8	3 784.6	3 516.6	3 289.3	-6.5%
OT-Optima Telekom D.D. ①	3play	Optima		301.8	431.2	448.6	447.4	-0.3%
Metronet Telekomunicaje D.D. ①	3play	Metronet		109.4	204.8	208.3	239.3	14.9%
Iskon Internet D.D. ①	3play	Iskon TV		82.2	115.5	151.7	197.2	30.0%
B.Net Hrvatska D.o.o. ①	3play	B.Net		54.6	126.0	163.4	~	~
Amis Telekom D.o.o. ①	3play	Amis		24.2	34.9	39.6	45.0	13.6%
Digi Satelitska Televizija d.o.o.	sat-tv	Digi TV		14.7	33.7	33.1	26.4	-20.2%
Kerman D.o.o. ①	CATV	Kernet TV		14.1	13.9	11.7	18.0	53.8%
KDS	CATV	KDS Cakovec		5.6	14.1	21.0	15.5	-26.2%

① Includes telecommunications activities.

Source: European Audiovisual Observatory

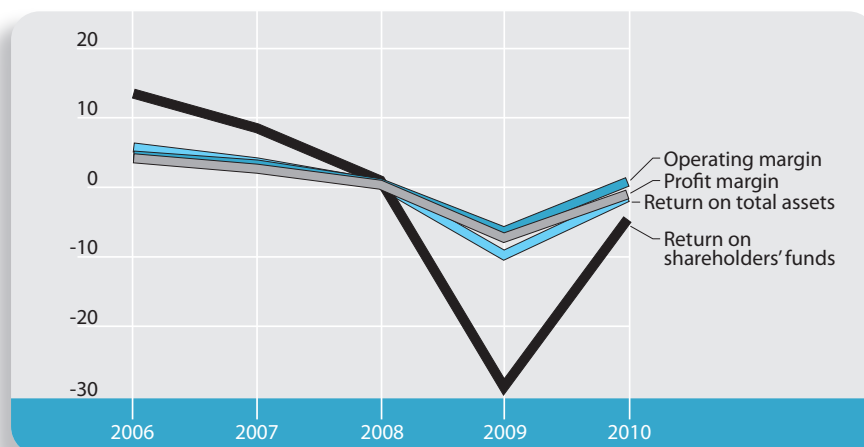
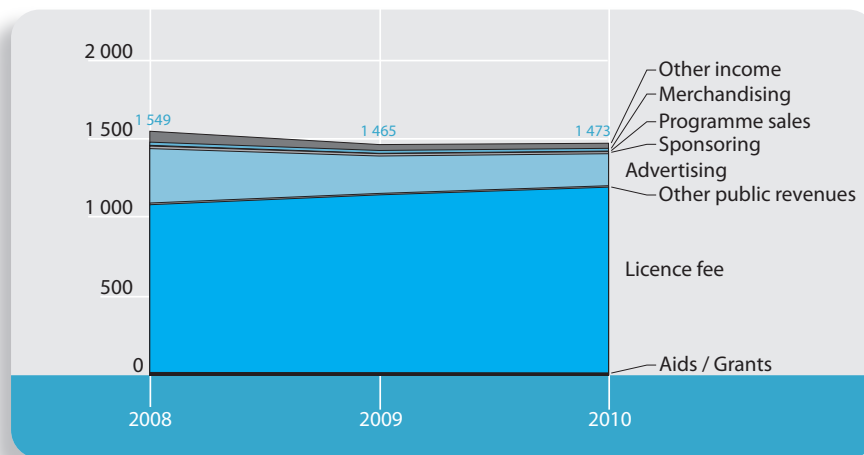
HRK million.



T.1.HR.2
G.1.HR.2HRT financial situation
2007-2010 HRK million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Public income	~	1 093.3	1 154.2	1 203.2	~	70.6%	78.8%	81.7%	4.2%
- Aids/Grants	~	16.4	15.2	13.5	~	1.1%	1.0%	0.9%	-11.2%
- Licence fee	~	1 065.8	1 129.7	1 180.4	~	68.8%	77.1%	80.1%	4.5%
- Others	~	11.0	9.3	9.3	~	0.7%	0.6%	0.6%	0.4%
Commercial income	~	386.7	272.8	237.4	~	25.0%	18.6%	16.1%	-13.0%
- Advertising	~	345.7	237.6	203.3	~	22.3%	16.2%	13.8%	-14.4%
- Sponsoring	~	16.2	15.1	13.3	~	1.0%	1.0%	0.9%	-11.7%
- Programme sales	~	4.7	2.0	3.6	~	0.3%	0.1%	0.2%	84.4%
- Merchandising	~	20.2	18.1	17.3	~	1.3%	1.2%	1.2%	-4.6%
Other income	~	69.3	37.6	32.3	~	4.5%	2.6%	2.2%	-14.0%
Total revenues	~	1 549.3	1 464.5	1 472.9	100%	100.0%	100.0%	100.0%	0.6%
Operating revenues	1 441.2	1 538.0	1 453.8	1 462.8					0.6%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Consumption goods and services	881.2	1 016.6	1 033.1	849.9	63.2%	66.4%	66.8%	58.5%	-17.7%
Costs of personnel	447.7	447.7	447.7	473.5	32.1%	29.2%	28.9%	32.6%	5.8%
Depreciation	66.5	66.5	66.5	129.0	4.8%	4.3%	4.3%	8.9%	94.0%
Operating expenditure	1 395.4	1 530.8	1 547.3	1 452.4	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-6.1%
Net result	1.2	0.1	-105.7	-16.4					-84.5%
Operating margin (%)	3.2	0.5	-6.4	0.7					

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.HR.3
G.1.HR.3

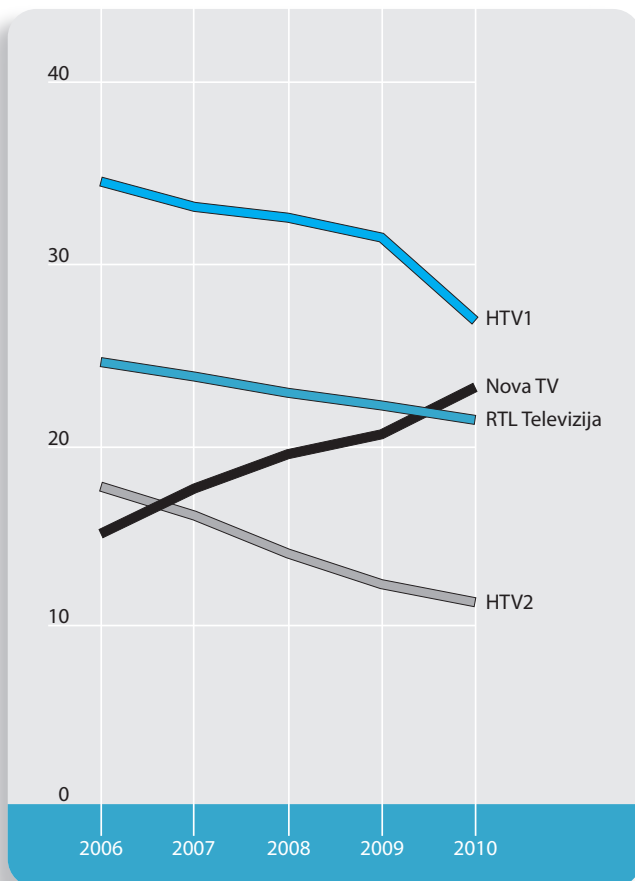
TV audience market share in Croatia

2006-2010 In %, 4 years +.

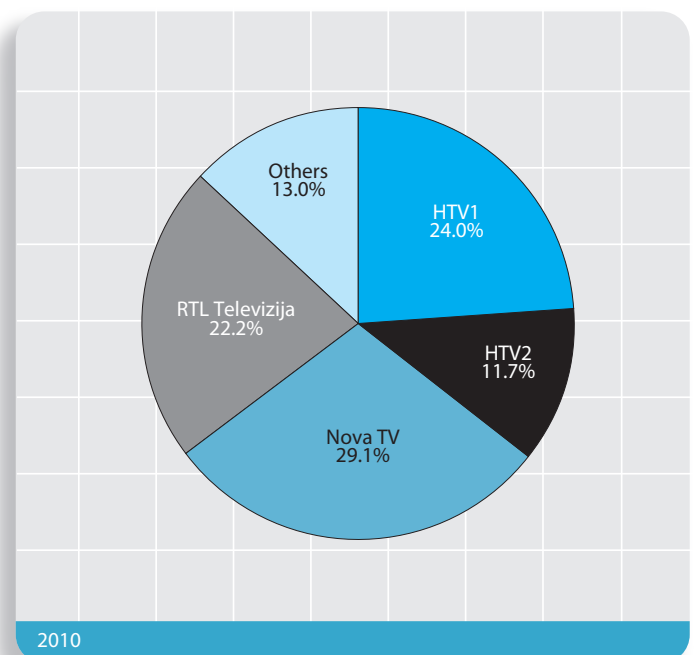
Channels	Daily share					Prime time (19:30-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
HTV1	34.6	33.2	32.6	31.5	26.9	37.9	34.2	33.2	30.5	24.0
HTV2	17.7	16.1	14.0	12.3	11.3	16.4	16.4	14.4	12.9	11.7
Public Croatian channels	52.3	49.3	46.6	43.8	38.2	54.3	50.6	47.6	43.4	35.7
Nova TV	15.1	17.6	19.5	20.6	23.2	15.2	18.2	22.3	26.1	29.1
RTL Televizija	24.6	23.8	22.9	22.2	21.4	24.6	24.4	21.4	20.5	22.2
Main Croatian private channels	39.7	41.4	42.4	42.8	44.6	39.8	42.6	43.7	46.6	51.3
Others	8.0	9.3	11.0	13.4	17.2	5.9	6.8	8.7	10.0	13.0

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

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, although the data shows that they are gradually losing share. Both have dropped from their former positions of having over 25% of market share (in 2006). RTL Klub remained the market leader in 2010 with 21.4% while TV2 had 19.1%. The public channels M1 and M2 had a combined market share in 2010 of 13.2% (down from 18.6% in 2006).

Data from the National Media and Communications Authority of Hungary claimed that almost 50% of Hungarian households received digital television in August 2011. The most important platform for reception of television in Hungary is cable, which was available in approximately 56% of households at the end of 2010. 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). Approximately 20% of cable households were digital at the end of 2010 (double the figure from the end of 2008). UPC had 619 200 subscribers at the end of September 2011, of which 46% were digital cable homes. In September 2009 T-Kabel, which was formerly owned by subsidiary companies of Magyar Telekom was officially merged with Magyar Telekom. In November 2010 the number of cable households of Magyar Telekom was almost 312 000.

The Hungarian market is served by a wide range of satellite packagers with a total of 5 operators serving approximately 840 000 homes. UPC also owns the satellite platform UPC Direct, which had about 207 200 subscribers in September 2011. In addition to UPC Direct and Digi TV, a third satellite operator – Hello HD – was launched in May 2008 (and had about 3200 subscribers by August 2010). Antenna Hungaria also offers a limited package of channels. Magyar Telekom launched the T-Home package in 2008, and plans to launch another satellite platform in December 2011 known as Interactive Sat TV, which will include a range of interactive services including an Internet connection. This will allow access to the IPTV channels and also a significant VOD service. In August 2011 Digi TV was the market leader with approximately 43% of subscribers. T-Home had (28%) and UPC (22%) of the satellite homes, according to research of the National Media and Communications Authority of Hungary.

The precise date for the analogue switch off in Hungary is not yet clear and may be either the end of 2012, or in 2014. Antenna Hungaria was granted both licences for the free and pay DTT platforms in 2008.

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, bien qu'en diminution. Elles réunissaient en 2006 plus de 25 % de part de marché chacune. En 2010, RTL Klub domine encore le marché avec 21,4 % contre 19,1 % pour TV2. Les chaînes de service public M1 et M2 ont une part de marché cumulée de 13,2 % en 2010 (contre 18,6 % en 2006).

Les données de l'Autorité nationale hongroise des médias et communications indiquent que près de 50 % des ménages hongrois recevaient la télévision numérique en août 2011. La plus importante plate-forme de réception de la télévision en Hongrie est le câble, présent dans quelque 56 % des foyers fin 2010. Le secteur est constitué d'une multitude de câblo-opérateurs locaux et régionaux (plus de 400), et de quelques opérateurs de taille plus importante (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). Environ 20 % des foyers câblés recevaient le numérique fin 2010 (deux fois plus que fin 2008). UPC comptait 619 200 abonnés fin septembre 2011, dont 46 % au câble numérique. En septembre 2009, T-Kabel, précédemment détenue par des filiales de Magyar Telekom, a officiellement fusionné avec Magyar Telekom. En novembre 2010, presque 312 000 foyers câblés avaient choisi Magyar Telekom.

Le marché hongrois est couvert par un large éventail de bouquets satellites : 5 opérateurs équipant environ 840 000 foyers. UPC est aussi propriétaire de la plate-forme satellitaire UPC Direct, qui compte quelque 207 200 abonnés en septembre 2011. 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 Hungaria propose également un bouquet limité de chaînes. Magyar Telekom a lancé le paquet T-Home en 2008 et prévoit de lancer une autre plate-forme satellite en décembre 2011 sous le nom d'Interactive Sat TV. Elle comprendra une gamme de services interactifs, y compris une connexion Internet. L'accès à l'IPTV et une offre importante en VaD seront ainsi possibles. En août 2011, Digi TV domine le marché avec environ 43 % des abonnés. T-Home revendique 28 % des foyers satellite et UPC 22 %, selon une étude de l'Autorité nationale hongroise des médias et des communications.

La date précise de l'abandon de l'analogique en Hongrie n'est pas encore fixée et pourrait être fin 2012 ou 2014. Antenna Hungaria s'est vu accorder deux licences pour des plates-formes TNT gratuite et payante en 2008. La plate-forme gratuite

Der Markt wird von den zwei Privatsendern dominiert: RTL Klub (RTL Group) und TV2 (ProSiebenSat.1), die nach wie vor die höchsten Einschaltquoten erzielen, obwohl ihre Marktanteile eine rückläufige Tendenz aufweisen. Beide liegen inzwischen deutlich unter der 25 %-Marke von 2006. Marktführer 2010 war mit einem Marktanteil von 21,4 % erneut RTL Klub vor TV2 mit 19,1 %. Die öffentlich-rechtlichen Sender M1 und M2 hatten zusammen 2010 einen Marktanteil von 13,2 % (18,6 % im Jahr 2006).

Laut der nationalen Medien- und Kommunikationsbehörde konnten im August 2011 beinahe 50 % der Haushalte digitales Fernsehen empfangen. Wichtigste Plattform für den Fernsehempfang in Ungarn ist das Kabelnetz, an das Ende 2010 56 % der Haushalte 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). Ende 2010 waren ca. 20 % der Kabelhaushalte digital (doppelt so viele wie Ende 2008). UPC hatte Ende September 2011 619 200 Abonnenten, davon 46 % digitale Kabelhaushalte. Im September 2009 erfolgte der offizielle Zusammenschluss zwischen Magyar Telekom und T-Kabel, früher im Besitz von Tochterfirmen der Magyar Telekom. In November 2010 waren knapp 312 000 Kabelhaushalte Kunden von Magyar Telekom.

Auf dem ungarischen Markt gibt es unterschiedlichste Sat-TV-Angebote und insgesamt fünf Betreiber, die ca. 840 000 Haushalte versorgen. UPC besitzt darüber hinaus die Satellitenplattform UPC Direct, die im September 2010 rund 207 200 Abonnenten hatte. 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 Hungaria bietet ebenfalls ein begrenztes Senderpaket an. Magyar Telekom hat 2008 das Paket T-Home auf den Markt gebracht und will im Dezember 2011 unter dem Namen Interactive Sat TV eine weitere Satellitenplattform starten, die eine Reihe von interaktiven Diensten, darunter eine Internetverbindung, anbieten wird. Dadurch sollen ein Zugang zu IPTV-Kanälen und ein umfassender VOD-Dienst ermöglicht werden. Nach einer Studie der nationalen Medien- und Kommunikationsbehörde war im August 2011 Digi TV Marktführer mit ca. 43 % der Abonnenten. Dahinter folgten T-Home (28 %) und UPC (22 %).

Das genaue Datum für die Analogabschaltung in Ungarn ist noch unklar und dürfte entweder Ende 2012 oder 2014 liegen. Die Lizenzen für die frei empfangbare DVB-T-Plattform und die Pay-DVB-T-Plattform wurden beide 2008 an Antenna

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 September 2011 Antenna Hungária claimed that more 250 000 homes were linked to Mindig TV. The pay service had, by September 2011, almost 40 000 subscribers. In November 2011, there were twelve free (including three versions of Euronews and HD services of the public channels) and twenty-four pay channels available on the platform. The addition of new channels was made possible by the use of Multiplex B. Having previously been allocated for DVB-H services, Multiplex B became free after the cancellation of these services.

The main providers of IPTV are T-Online, 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 2010 almost 150 000 Hungarian homes were subscribing to IPTV services. Magyar Telekom claimed to have 163 824 subscribers by the middle of 2011

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, the European Commissioner for Human Rights, the European Parliament and the International Press Institute (IPI). They claim the law will allow an increase in governmental control over broadcasting. The European Commission was critical of various points relating to the implementation of the AVMS Directive and the Charter of Fundamental Rights. In February 2011, the Hungarian government and the European Commission reached an agreement on some amendments to the laws concerned. However, in November 2011, a new report from the organisations protecting the freedom of the press has again drawn attention to the risks regarding the new law.

(Mindig TV) a été lancée le 1er décembre 2008, suivie par la plate-forme TNT payante Mindig Extra (anciennement Terra+) en mai 2010. En septembre 2011, Antenna Hungária revendiquait plus de 250 000 foyers abonnés à Mindig TV. Le service de télévision payante comptait, en septembre 2011, près de 40 000 abonnés. En novembre 2011, 12 chaînes gratuites (y compris trois versions d'Euronews et les services HD des chaînes publiques) et 24 chaînes payantes sont disponibles sur la plate-forme. L'ajout de nouvelles chaînes a été rendu possible par l'utilisation du multiplex B. Précédemment alloué aux services DVB-H, le multiplex B a été libéré par l'annulation de ces services.

Les principaux fournisseurs d'IPTV sont T-Online, 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 2010, près de 150 000 foyers hongrois sont abonnés à des services IPTV. Magyar Telekom déclarait 163 824 abonnés mi 2011.

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, le Commissaire européen aux droits de l'Homme, le Parlement européen, la Fédération internationale des journalistes et l'Institut international de la presse (IIP) ont critiqué cette nouvelle loi. En effet, ils affirment qu'elle permettra de renforcer le contrôle gouvernemental sur la radiodiffusion. La Commission européenne a quant à elle critiqué divers points relatifs à la mise en œuvre de la Directive SMAV et à la Charte des droits fondamentaux. En février 2011, le Gouvernement hongrois et la Commission européenne sont parvenus à un accord sur un ensemble de modifications à apporter aux lois concernées. Cependant, en novembre 2011, un nouveau rapport des organisations de défense de la liberté de la presse a à nouveau attiré l'attention sur les risques de la nouvelle loi.

Hungária vergeben. Der frei empfangbare DVB-T-Dienst (Mindig TV) ist seit dem 1. Dezember 2008 auf Sendung, gefolgt vom Pay-DVB-T-Dienst Mindig Extra (ehemals Terra+) im Mai 2010. Nach Angaben von Antenna Hungária hatten im September 2011 über 250 000 Haushalte Zugang zum Dienst Mindig TV. Den Pay-TV-Dienst hatten zum gleichen Zeitpunkt knapp 40 000 Haushalte abonniert. Im November 2011 wurden über die Plattform zwölf frei empfangbare (darunter drei Versionen von Euronews sowie HD-Dienste der öffentlich-rechtlichen Sender) und 24 Pay-TV-Kanäle angeboten. Die Aufnahme weiterer Sender wurde durch die Nutzung von Multiplex B ermöglicht. Dieser war an sich für DVB-H-Dienste vorgesehen, die aber gestrichen wurden, wodurch zusätzliche Kapazitäten frei wurden.

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 2010 waren beinahe 150 000 Haushalte in Ungarn IPTV-Abonnenten. Magyar Telekom hatte Mitte 2011 nach eigenen Angaben 163 824 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, dem EU-Kommissar für Menschenrechte, dem Europäischen Parlament, der Internationalen Journalisten-Föderation und dem Internationalen Presseinstitut (IPI), die alle befürchten, dass die Gesetze eine stärkere staatliche Kontrolle des Rundfunks ermöglichen. Die Europäische Kommission hat verschiedene Punkte im Hinblick auf die Umsetzung der AVMD-Richtlinie und die Charta der Grundrechte kritisiert. Im Februar 2011 haben sich die ungarische Regierung und die Europäische Kommission auf ein Paket von Änderungen an den Mediengesetzen geeinigt. Im November 2011 allerdings hat ein Bericht der Organisationen zur Verteidigung der Pressefreiheit erneut die Aufmerksamkeit auf die Gefahren gelenkt, die das neue Gesetz birgt.

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 11.2011. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	9 986		Eurostat
Households	–	3 785		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	97.0%	3 671		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	56.0%	2 120		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	11.9%		450	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	25.1%		950	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	24.9%		944	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	22.1%	838		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	3.9%		149	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	4.0%	151		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	4.3%		162	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.3%	12		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	45.0%		1 705	European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	82.5%	3 121		European Audiovisual Observatory
Households with PC	68.7%	2 602		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	50.8%	1 924		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	45		Screen Digest

TV channels distributors ^B	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

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	7	4	11
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	30	31
Regional / Local	121	407	528
Regional / Local windows	6		6
Channels targeting foreign markets		3	3
Total	135	444	579
Foreign channels targeting the country	2	80	82

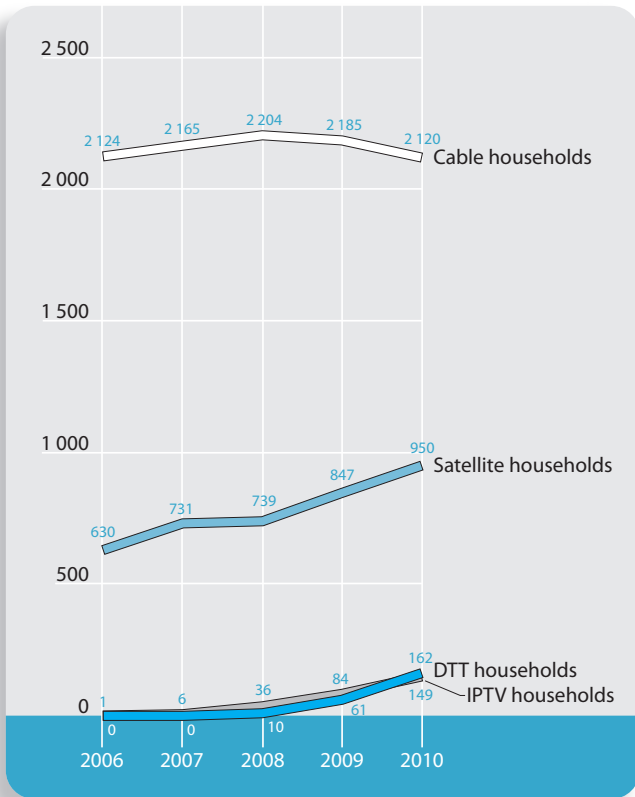
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free DTT Antenna Hungary	Pay DTT Antenna Hungary	Cable UPC Hungary	Cable Magyar Telekom (T-Home)	Satellite Digi TV (Hungary)	IPTV Magyar Telekom
Generalist - national	4	1	5	5	5	5
Generalist - foreign			6	5	1	5
Adult		2	3	5		5
Children		3	6	9	5	7
Culture/ education/ documentary	2	3	14	14	10	15
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		9	23	24	13	24
Film		1	11	9	1	10
Home shopping						
HD simulcast of an existing channel	3		10	6		5
International linguistic and cultural			7	3		3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	6	4	6
Music		1	4	9	6	8
News/ business	3	1	15	6	3	6
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local (many only analogue)			16	8		
Religion				1		1
Sports		3	7	11	7	10
Various				1	1	
Total (including HD channels)	12 (3)	24	133 (12)	122 (6)	56 (1)	110 (7)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

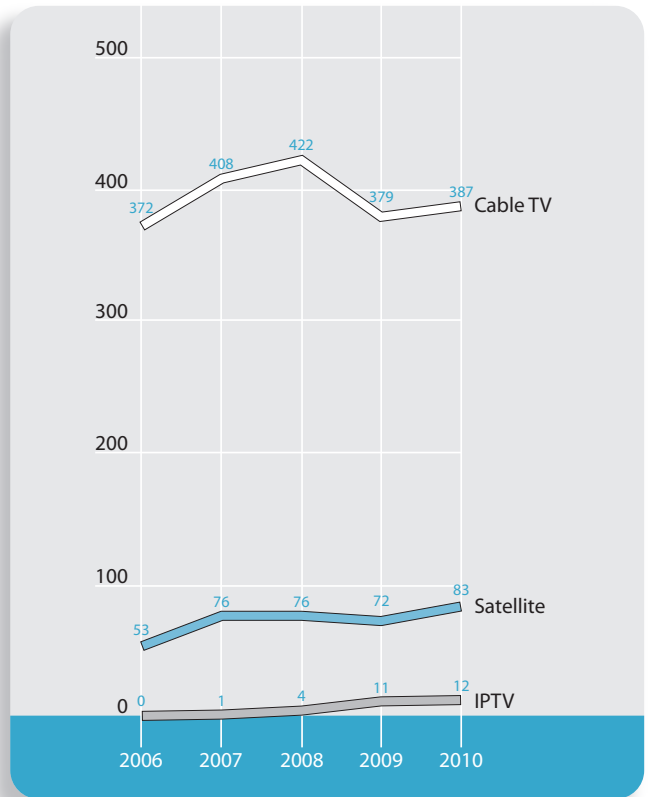
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

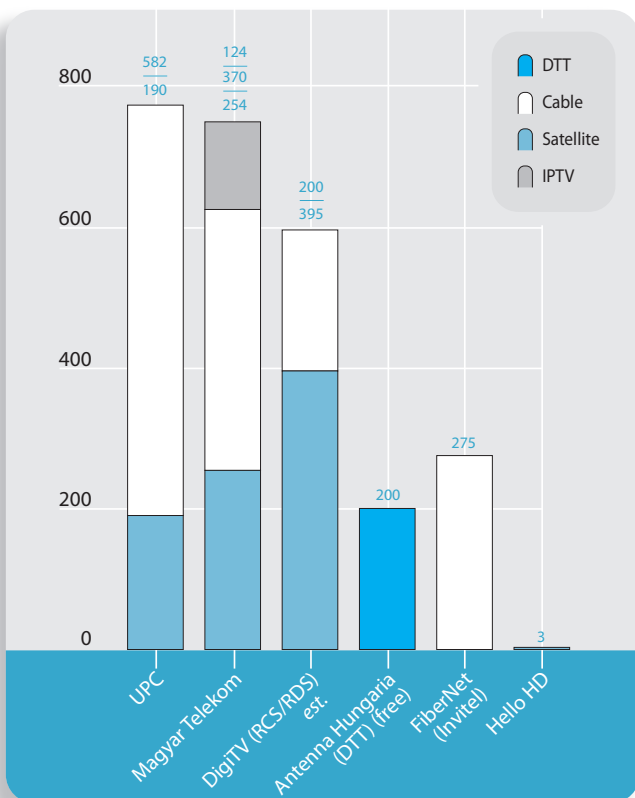
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

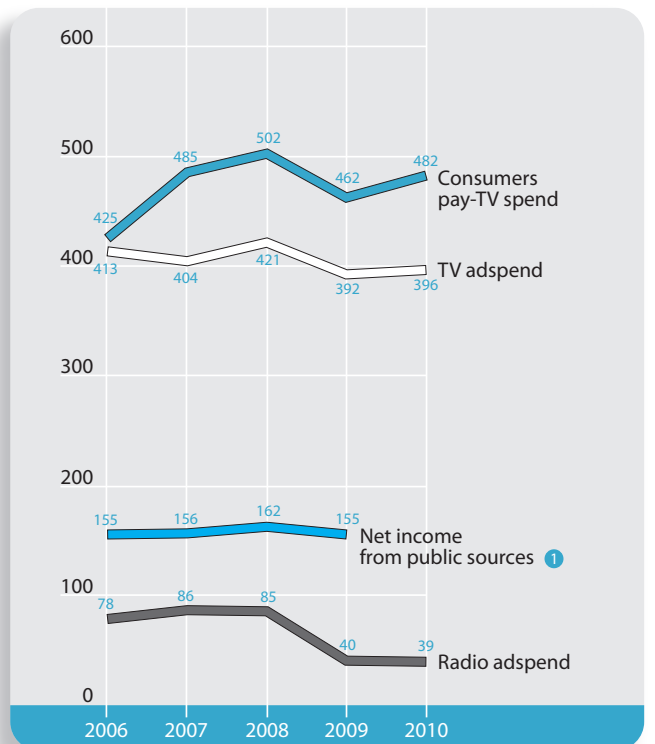
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2007-2010

HUF million.

Main broadcasters (regional not included)		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Magyar RTL Televízió Rt.	adtv	RTL	35 519	37 816	31 276	29 413	-6.0%
MTV - Magyar Televízió	sptv	M1, M2	30 882	33 258	32 537	22 128	-32.0%
MTM-SBS Televízió Rt.	adtv	TV-2	25 978	26 393	21 894	19 392	-11.4%
Chello Central Europe	thtv	Sport 1, Sport 2, Sport M	6 650	3 417	10 782	12 281	13.9%
Duna Televízió	sptv	Duna TV	8 650	9 016	9 584	10 604	10.6%
HIRTV	thtv	Hir TV	4 212	5 224	5 260	7 001	33.1%
Viasat Hungaria	adtv	Viasat 3	5 103	6 407	6 507	~	~
Origo Media es Kommunikacios	thtv	Ozone Network, Life Network	-	4 710	3 907	4 731	21.1%
IKO Kábel-tévé Szolgáltató Kft.	thtv	DoQ	3 180	3 567	4 186	3 361	-19.7%
Iko Produktion Media	thtv	Sport+, Film+	761	592	553	1 997	261.1%
AGRO TV ATV	thtv	Magyar ATV	1 792	2 235	2 185	2 809	28.6%
Digital Media	thtv	4 Story TV	801	1 039	1 255	1 764	40.6%
Spektrum TV ①	thtv	Spektrum TV	1 879	1 922	822	1 696	106.3%
Echo Hungaria	thtv	Echo YV	~	~	674	~	~
Hálózatos Televíziók	thtv	Halozat / HTV	527	580	~	~	~
TV Paprika	thtv	TV Paprika	1 069	1 274	537	~	~
Filmmuzeum ①	thtv	Filmmuzeum	797	557	189	~	~

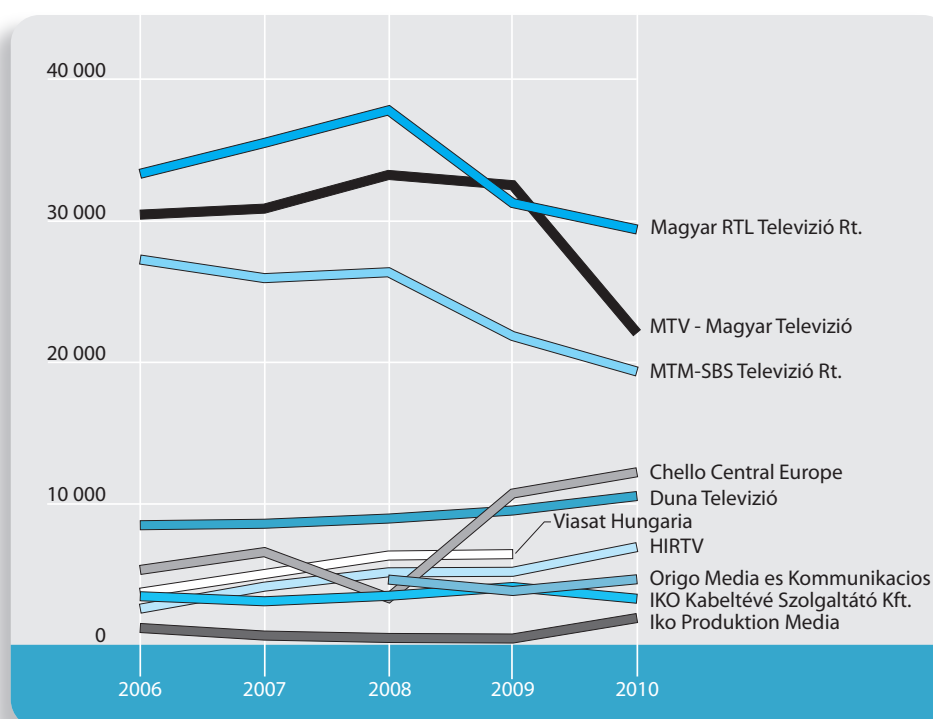
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Magyar Telekom (uncons.) ②	3play, sat-tv, 3GTV	T-Home TV, Kabel TV, Sat-TV, T-Mobil TV		520 672	527 502	499 902	478 195	-4.3%
Vodafone Hungary Ltd ②	3GTV	Life!		141 394	143 318	148 845	132 817	-10.8%
Galgamenti Kabeltelevizio ②	3play	Galgamenti		120 458	125 190	129 000	~	~
UPC ②	3play, sat-tv	Kabel TV, Múholas TV, UPC Direct		54 793	63 790	68 412	56 469	-17.5%
Invitel Tavközlési Zrt. ②	3play	InviTV		47 117	82 940	70 775	57 797	-18.3%
Digi Tavozlesi Kft ②	3play, sat-tv	KabelTV, DigiTV		13 109	20 727	22 033	26 202	18.9%
Fibernet ②	3play	Kabel TV		10 404	11 976	11 663	~	~
Vidonet ②	3play	Kábel-tévé		4 735	5 122	5 160	4 850	-6.0%

① 2009 data not comparable with previous years.

② Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

HUF million.



T.1.HU.2
G.1.HU.2Magyar Televizio financial situation
2007-2010 HUF million.

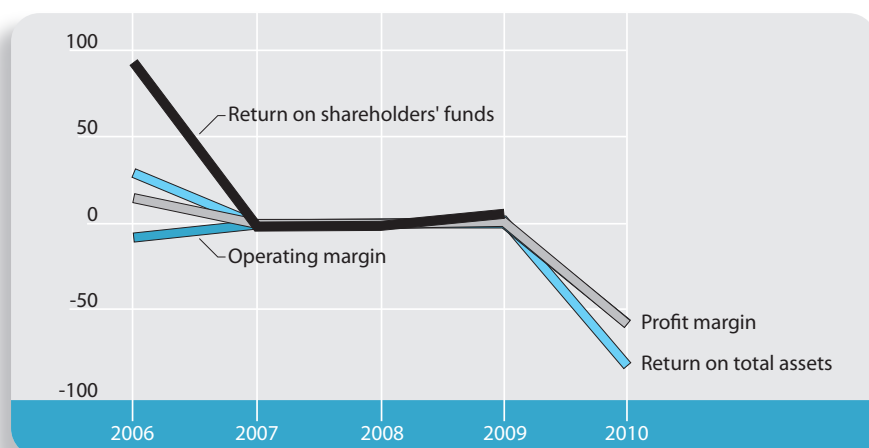
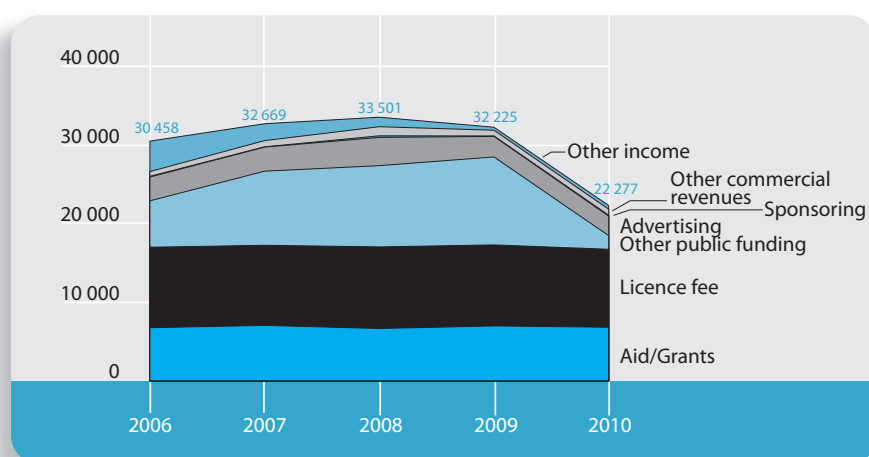
Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	25 974	27 439	28 450	18 446	81.2%	81.7%	88.3%	82.8%	-35.2%
- Aid/Grants	7 037	6 649	6 973	6 808	22.0%	19.8%	21.6%	30.6%	-2.4%
- Licence fee	10 185	10 367	10 297	9 908	31.8%	30.9%	32.0%	44.5%	-3.8%
- Other public funding	9 419	10 326	11 179	1 730	29.4%	30.7%	34.7%	7.8%	-84.5%
Total commercial income	3 882	4 950	3 394	3 360	12.1%	14.7%	10.5%	15.1%	-1.0%
- Advertising	3 061	3 593	2 610	2 485	9.6%	10.7%	8.1%	11.2%	-4.8%
- Sponsoring	33	203	60	110	0.1%	0.6%	0.2%	0.5%	82.7%
- Other commercial revenues	789	1 154	725	764	2.5%	3.4%	2.2%	3.4%	5.5%
Other income	2 146	1 209	381	472	6.7%	3.6%	1.2%	2.1%	24.0%

TOTAL	32 003	33 598	32 225	22 278	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-30.9%
Operating revenues	30 882	33 258	32 537	22 128					-32.0%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	18 093	19 080	21 940	24 699	58.6%	62.6%	67.4%	70.9%	12.6%
Costs of personnel	12 214	10 654	9 760	9 141	39.6%	35.0%	30.0%	26.2%	-6.3%
Depreciation	576	724	837	995	1.9%	2.4%	2.6%	2.9%	18.9%
Operating expenditure	30 882	30 458	32 537	34 835	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	7.1%

Net result	90	166	293	-12 774					-
Operating margin (%)	-0.7	0.0	0.0	-57.4					

Source: Magyar Televizio, European Audiovisual Observatory



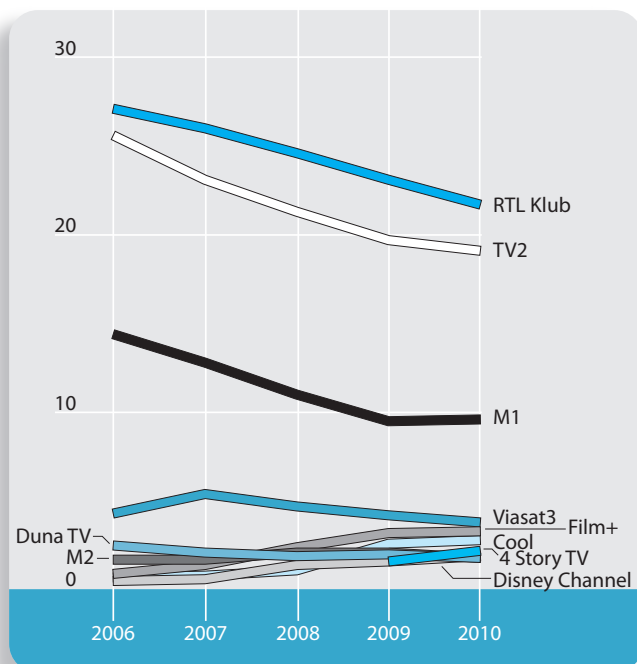
T.1.HU.3
G.1.HU.3TV audience market share in Hungary
2006-2010 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
M1	14.4	12.8	11.0	9.5	9.6	14.5	13.6	11.9	10.2	10.6
M2	1.7	1.7	2.1	2.1	1.8	1.1	1.2	1.6	2.0	1.7
Duna TV	2.5	2.1	1.9	2.0	1.8	1.8	1.3	1.0	1.2	1.2
Public Hungarian channels	18.6	16.6	15.0	13.6	13.2	17.4	16.1	14.5	13.4	13.5
RTL Klub	27.1	26.0	24.6	23.1	21.7	31.2	31.4	30.8	29.3	27.5
TV2	25.6	23.1	21.3	19.7	19.1	27.9	25.2	23.7	20.8	21.5
Viasat3	4.3	5.4	4.7	4.2	3.8	3.9	4.6	4.2	3.8	3.4
Film+	0.9	1.4	2.4	3.2	3.3	0.8	1.4	2.4	3.3	3.2
4 Story TV	-	-	-	1.6	2.2	-	-	-	1.1	1.8
Magyar ATV ①	1.3	1.3	1.7	1.7	1.7	2.5	2.6	2.6	2.5	2.5
Comedy Central	~	~	~	0.4	0.7	~	~	~	0.4	0.6
Spektrum	0.8	0.8	0.8	0.7	0.7	0.6	-	0.4	0.4	0.4
Sport1	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7
Viva	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
Halozat	0.7	0.8	0.7	0.6	0.5	0.9	1.0	0.9	0.9	0.8
Echo TV	-	-	-	0.6	0.4	-	-	-	0.7	0.4
Filmmuzeum	~	~	~	0.3	0.4	~	~	~	0.3	0.4
Sport2	0.3	0.6	0.5	0.5	0.4	0.3	0.5	0.5	0.4	0.4
TV Paprika	~	~	~	0.4	0.4	~	~	~	0.3	0.3
Private Hungarian channels	68.6	67.3	66.8	59.2	57.3	73.6	72.5	73.3	65.9	64.5
Cool	0.7	0.8	1.1	2.6	2.8	0.9	1.0	1.2	3.2	3.2
Disney Channel (ex Jetix / Foxkids)	0.5	0.6	1.4	1.6	1.9	0.2	0.3	0.8	1.1	1.3
Minimax	1.1	1.5	1.4	1.3	1.4	0.5	0.6	0.6	0.7	0.6
Cartoon Network	0.9	1.4	1.4	1.2	1.0	0.4	0.6	0.6	0.6	0.5
Discovery Channel	0.7	0.8	1.2	1.0	1.0	0.5	0.5	0.9	0.7	0.7
AXN	-	0.6	0.8	0.9	1.0	-	0.5	0.6	0.9	0.9
Universal Channel					1.0					0.5
Foreign channels	8.7	12.3	14.6	11.1	13.2	6.3	8.2	9.7	8.8	9.7
Others	0.0	0.0	0.0	12.9	13.2	0.0	0.6	0.0	9.6	10.0
Video	4.1	3.8	3.6	3.2	3.1	2.7	2.6	2.5	2.3	2.3

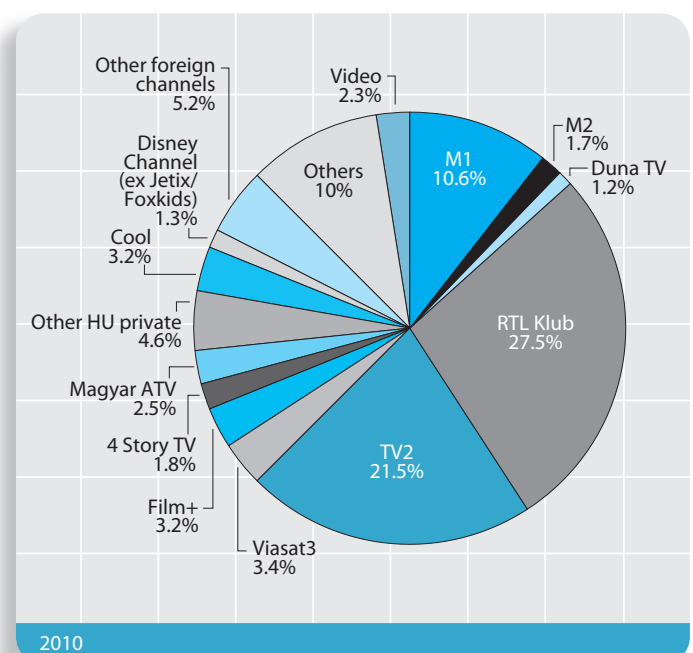
① Prior to 2008, Magyar ATV was measured from 17:00 to 25:59.

Source: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

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 public service channels, RTÉ1 and RTÉ2, had a combined market share of 33.1% in 2010 (almost 5% less than in 2006). The private channel, TV3 (launched in 1998) had a 12.4% market share, and is now the second most popular channel. The other two national Irish broadcasters are the public service Irish language channel TG4, and the entertainment channel 3e (owned by TV3). The five most popular UK channels are ranked in the following order: BBC1, UTV, S4C, BBC2, and Sky 1 (with a combined share of 15.1% in 2010). With the launch of DTT services, the public service broadcaster has also launched additional digital channels (see below).

The introduction of DTT in Ireland was long delayed but is finally under way since the end of 2010. Following set-backs with the commercial DTT plans (after three different groups - Boxer Communicorp consortium, One Vision and Easy TV - handed back or refused to take the licence). The obstacles were a combination of the overall financial crisis in Ireland, and also problems in negotiating with RTÉNL (the transmission company) 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, with the full service "Saorview" launched in May 2011. The total offer now includes the channels RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, and RTÉ News Now. New services launched by the PSB are the following: RTÉjr (children) RTÉ One + 1, RTÉ Aertel Digital (teletext), and a trial HD service. Switch-off is planned for October 2012.

According to data from ComReg in May 2011, 73% of Irish households received digital television. Pay-TV households had reached (80%) in May 2011, divided between satellite and cable/MMDS. The UK satellite packager BSKyB had over 600 000 Irish subscribers at the end of 2010. 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 420 900 cable customers in June 2011. Of these 77% 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 development in the IPTV market, although there are three

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 chaînes publiques, RTÉ1 et RTÉ2, ont réalisé en 2010 une part de marché combinée de 33,1 % (presque -5 points par rapport à 2006). La chaîne privée TV3 (lancée en 1998) est désormais la deuxième chaîne la plus populaire avec une part de marché de 12,4 %. 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 15,1 % en 2010). Parallèlement au déploiement de la TNT, le radiodiffuseur de service public a également lancé de nouvelles chaînes numériques (voir ci-dessous).

Le déploiement de la TNT en Irlande, longtemps retardé, a finalement débuté fin 2010. La TNT commerciale a connu des revers : trois groupes différents (le consortium Boxer Communicorp, One Vision et Easy TV) ayant rendu ou refusé de prendre la licence. Les obstacles étaient dus à l'effet combiné de la crise financière mondiale en Irlande et des problèmes liés aux négociations avec RTÉNL (société de transmission). En août 2010, le régulateur irlandais de la radiodiffusion a annoncé que la TNT payante était momentanément suspendue, mais qu'un nouvel appel d'offres serait relancé en 2013, après extinction de l'analogique. Le test des multiplex du radiodiffuseur de service public RTÉ a débuté en octobre 2010, le service complet « Saorview » étant lancé en mai 2011. L'offre complète inclut désormais les chaînes RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4, et RTÉ News. Les nouveaux services lancés par le radiodiffuseur de service public sont les suivants : RTÉjr (enfants), RTÉ One + 1, RTÉ Aertel Digital (télétexte) et un service HD en test. L'abandon de l'analogique est prévu pour octobre 2012.

En mai 2011, selon les données de ComReg, 73 % des foyers irlandais équipés d'un téléviseur recevaient la télévision numérique et 80 % des foyers étaient abonnés à la télévision payante, répartis entre le satellite et le câble/SDMM. L'opérateur satellite britannique BSKyB comptait plus de 600 000 abonnés en Irlande fin 2010. 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 420 900 abonnés au

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 öffentlich-rechtlichen Sender RTÉ1 und RTÉ2 erreichten 2010 zusammen einen Marktanteil von 33,1 % (fast minus 5 % gegenüber 2006). Der (1998 in Betrieb genommene) Privatsender TV3 kam auf 12,4 % und ist inzwischen der zweitbeliebteste Sender. 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 2010 einen Marktanteil von 15,1 %. Mit dem Start von DVB-T-Diensten hat die RTÉ auch weitere digitale Kanäle gestartet (siehe unten).

Die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens in Irland hat sich immer wieder verzögert, wurde aber Ende 2010 nach mehreren Rückschlägen bei der Einführung von kommerziellen DVB-T-Angeboten (drei Betreiber – das Boxer Communicorp Konsortium, One Vision und Easy TV – haben die Lizenz zurückgegeben oder abgelehnt) endlich auf den Weg gebracht. Grund für die Probleme waren die Finanzkrise in Irland sowie Schwierigkeiten bei den Verhandlungen mit dem Betreiber RTÉNL). 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 für erste Tests im Oktober 2010 in Betrieb genommen, während das Vollprogrammangebot „Saorview“ im Mai 2011 an den Start gegangen ist. Das Angebot umfasst inzwischen die Kanäle RTÉ 1, RTÉ 2, TV3, 3e, TG4 und RTÉ News Now. Zu den neuen Kanälen der RTÉ gehören RTÉjr (Kinder), RTÉ One + 1, RTÉ Aertel Digital (Teletext) sowie ein Test-HD-Angebot. Die Analogabschaltung ist für Oktober 2012 geplant.

Laut Erhebung der ComReg vom Mai 2011 empfangen 73 % der Haushalte digitales Fernsehen. Der Anteil der Pay-TV-Haushalte (über Satellit oder Kabel/MMDS) liegt bei 80 %. Der britische Satellitenanbieter BSKyB hatte Ende 2010 über 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 wird von einem einzigen Anbieter – UPC Ireland (Liberty Global) – beherrscht. Laut Quartalsbericht von Liberty Global

operators (Magnet networks, 3Play Plus, and Smart Telecom) providing IPTV services in Ireland. Less than 20 000 households are IPTV subscribers, while 67% of households had broadband Internet in May 2011 (ComReg).

Mobile television services 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. However, the project was abandoned after consultation with the industry who did not express much interest in providing these services.

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*).

câble en juin 2011, dont 77 % bénéficient 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 n'a pas connu d'évolution significative, malgré la présence de trois opérateurs (Magnet networks, 3Play Plus et Smart Telecom). En mai 2011, moins de 20 000 foyers étaient abonnés à l'IPTV, alors que 67 % disposaient de l'accès à internet haut débit (ComReg).

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. Cependant, le projet a été abandonné après consultation de l'industrie qui n'a pas montré un grand intérêt pour ces services.

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*).

hatte das Unternehmen im Juni 2011 420 900 Kabelkunden, von denen 77 % 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. Im Mai 2011 verfügten 67 % der Haushalte über einen Breitband-Internetanschluss, von denen weniger als 20 000 einen IPTV-Dienst abonniert hatten (ComReg).

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. Das Vorhaben wurde jedoch nach Konsultationen mit der Industrie aufgegeben, da diese wenig Interesse an der Bereitstellung entsprechender Dienste zeigte.

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

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	4 481		Eurostat
Households	–	1 666		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.0%	1 649		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	29.4%	490		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	19.0%		317	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	40.5%		674	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	40.5%		674	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	37.7%	628		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	1.0%		17	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	1.0%	17		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	60.5%		1 008	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	68.1%	1 135		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	75.4%	1 256		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	51.8%	863		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	28		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	2 Casey Cablevision, UPC Broadband Ireland
Satellite packagers	0 BSkyB sell and target an Irish version of Sky UK in Ireland. (Freesat may be accessed also)
IPTV packagers	3 3Playplus (Homevision), Magnet Networks, Smart telecoms
DTT packagers	1 RTÉ - Saorview
Mobile phone TV packagers	1 Telefonica O2 Ireland

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	8	2	10
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		7	7
Regional/Local		7	7
Regional/Local windows			
Channels targeting foreign markets			
Total	8	16	24
<i>Foreign channels targeting the country</i>	2	17	19

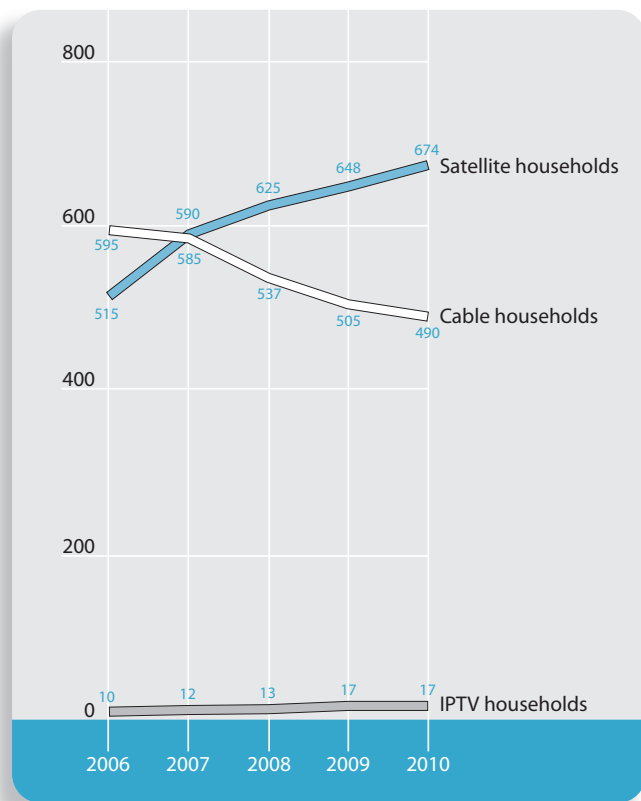
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free DTT Saorview	Analogue Terrestrial	UPC Broadband Ireland	Satellite Sky (Full offer, Ireland)	IPTV Magnet
Generalist - national	5	4	4	4	4
Generalist - foreign			5	7	5
Adult			3	24	2
Children	1		14	20	8
Culture/ education/ documentary			13	21	12
Minority interest groups				20	
Entertainment/ TV fiction/ games	1		20	53	14
Film			14	31	12
HD simulcast of an existing channel			7	40	1
Home shopping			1	25	1
International linguistic and cultural			1	4	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	16	7
Music			15	32	3
News/ business	1		12	28	5
Parliament/ government/ administration				1	
Regional/ local			6	2	1
Religion			2	29	
Sports			17	25	6
Various	2		10	51	1
Total (including HD channels)	10 (1)	4	148 (13)	433 (50)	82

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

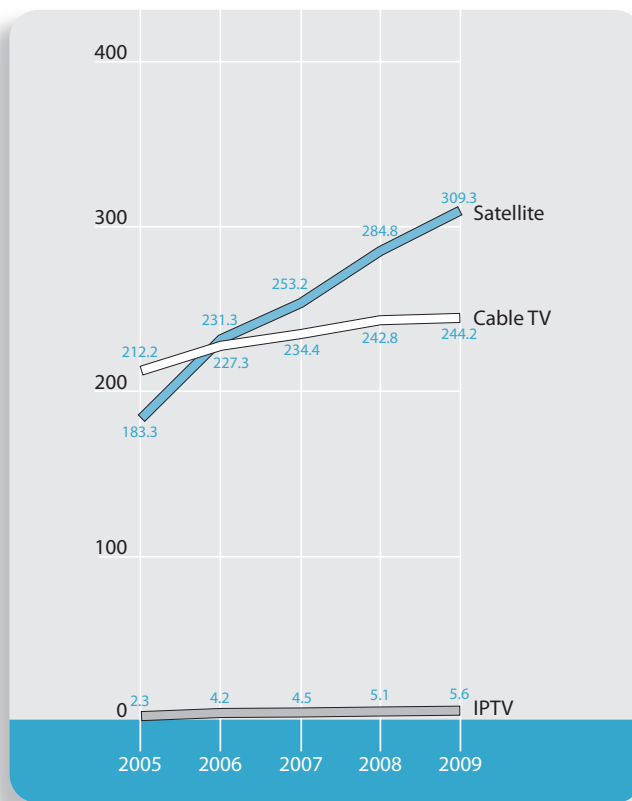
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

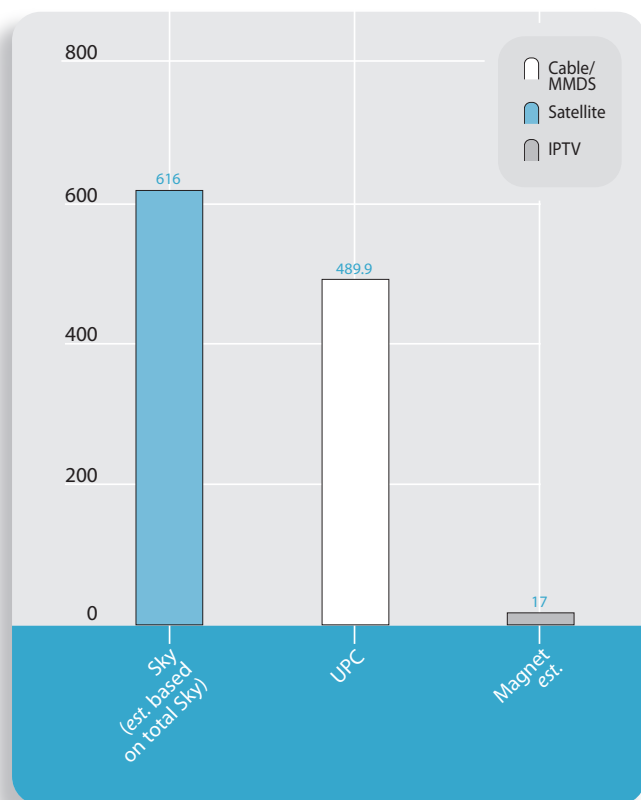
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

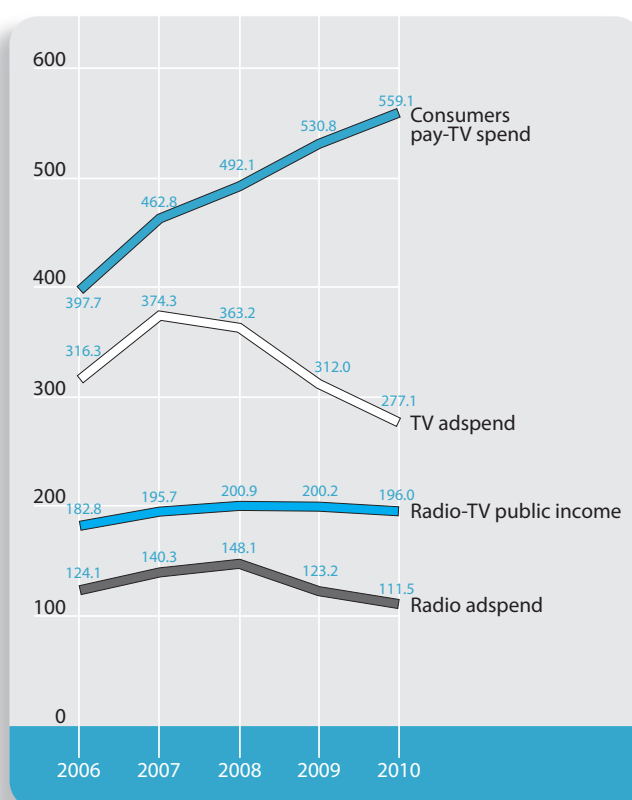
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2007-2010

EUR million.

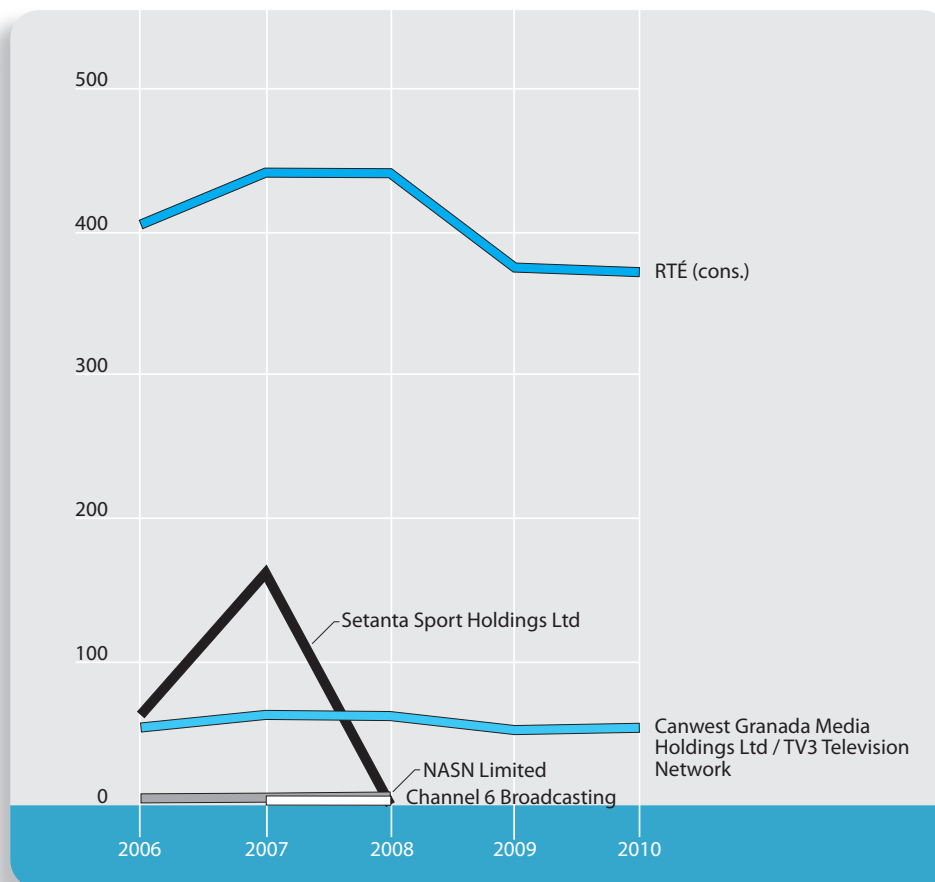
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
RTÉ (cons.)	sptv	RTE One, RTE two, radios	441.2	440.8	374.9	371.7	-0.9%
TV3 Television Networks Ltd	adtv	TV3	62.4	61.6	51.8	53.4	3.1%
<i>p.m.</i> Canwest Granada Media Holdings Ltd	adtv	TV3	-	-	-	-	-
Channel 6 Broadcasting	thtv	3e	-	2.6	2.5	~	~
<i>p.m.</i> Setanta Sport Holdings Ltd ¹	thtv	Setanta Sports	161.4	~	~	~	~
NASN Limited ²	thtv	NASN	~	5.4	-	-	-

Main distributors ³		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Vodafone Ireland Ltd ⁴	3GTV	Mobile TV		1 251.6	1 191.8	1 088.2	~	~
Telefonica O2 Ireland Ltd ⁴	3GTV	O2TV		940.9	912.4	862.7	~	~
UPC Broadband Ireland ⁴	3play	Chorus / NTLTV		222.5	240.1	250.2	~	~
Magnet Networks Ltd ⁴	3play	Magnet Entertainment		4.9	8.3	12.8	12.6	-1.6%

¹ In receivership.² The company transferred its activities to the UK company ESPN (Europe, Middle East, Africa) Limited on 16 July 2008 and ceased to trade.³ In practice, the main distributor in Ireland is the British company British Sky Broadcasting PLC.⁴ Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

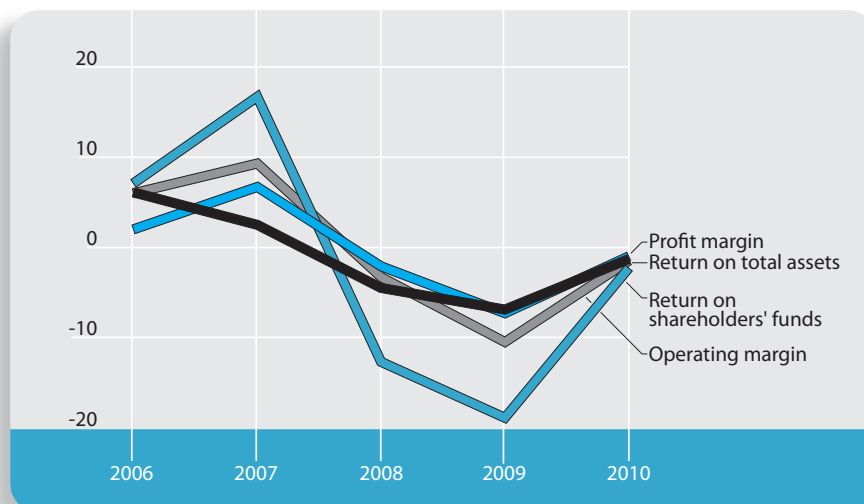
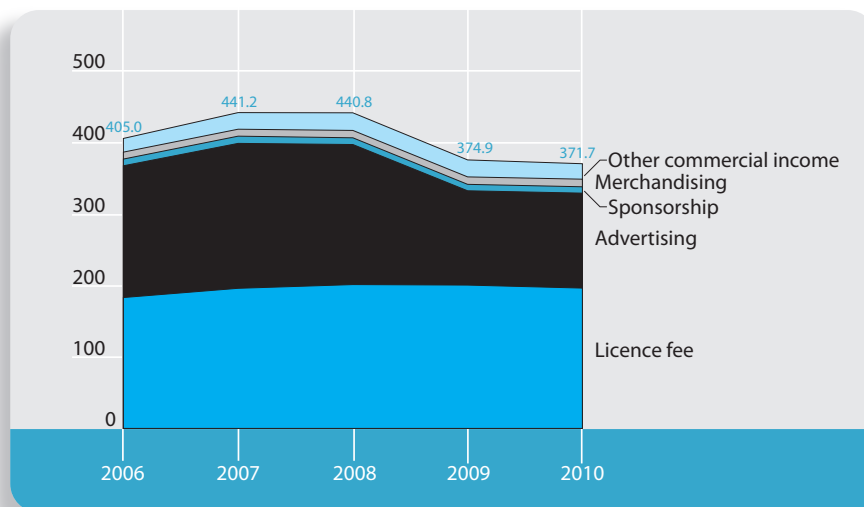
EUR million.



T.1.IE.2
G.1.IE.2RTE financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	195.7	200.9	200.2	196.0	44.4%	45.6%	53.4%	52.7%	-2.1%
- Licence fee	195.7	200.9	200.2	196.0	44.4%	45.6%	53.4%	52.7%	-2.1%
Total commercial income	245.5	239.9	174.7	175.7	55.6%	54.4%	46.6%	47.3%	0.6%
- Advertising	202.4	195.6	131.7	132.6	45.9%	44.4%	35.1%	35.7%	0.7%
- Sponsorship	10.1	9.4	9.0	8.9	2.3%	2.1%	2.4%	2.4%	-0.6%
- Merchandising	9.7	10.3	10.4	10.6	2.2%	2.3%	2.8%	2.9%	1.7%
- Other commercial income	23.2	24.6	23.7	23.5	5.3%	5.6%	6.3%	6.3%	-0.7%
TOTAL	441.2	440.8	374.9	371.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-0.9%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services est.	242.4	263.4	213.4	203.2	56.3%	57.2%	53.3%	54.0%	-4.8%
Costs of personnel	169.6	176.1	161.3	153.0	39.4%	38.2%	40.3%	40.6%	-5.1%
Depreciation	18.8	21.0	26.0	20.4	4.4%	4.6%	6.5%	5.4%	-21.6%
Operating expenditure	430.2	460.5	400.7	376.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-6.0%
Net result	26.6	0.0	-27.8	-4.7	-	-	-	-	-83.1%
Operating margin (%)	2.5	-4.5	-6.9	-1.3	-	-	-	-	-

Source: RTE, European Audiovisual Observatory

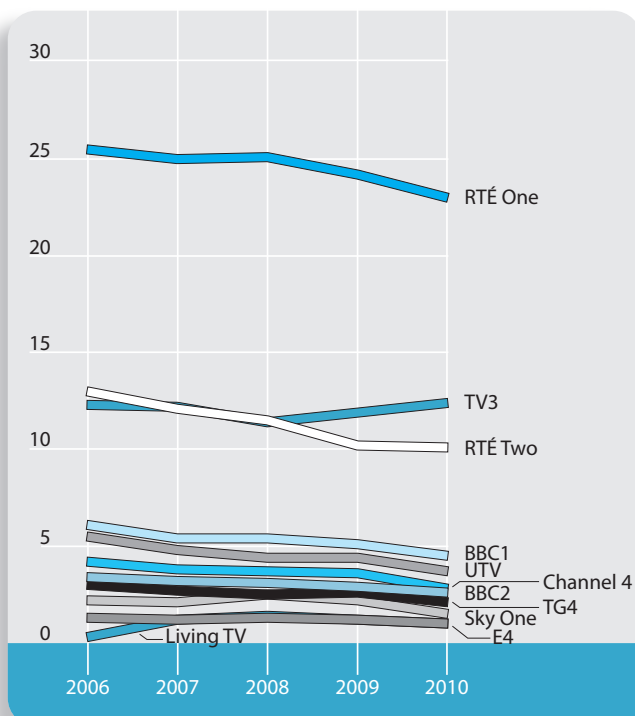


T.1.IE.3
G.1.IE.3TV audience market share in Ireland
2006-2010 In %, 4 years +.

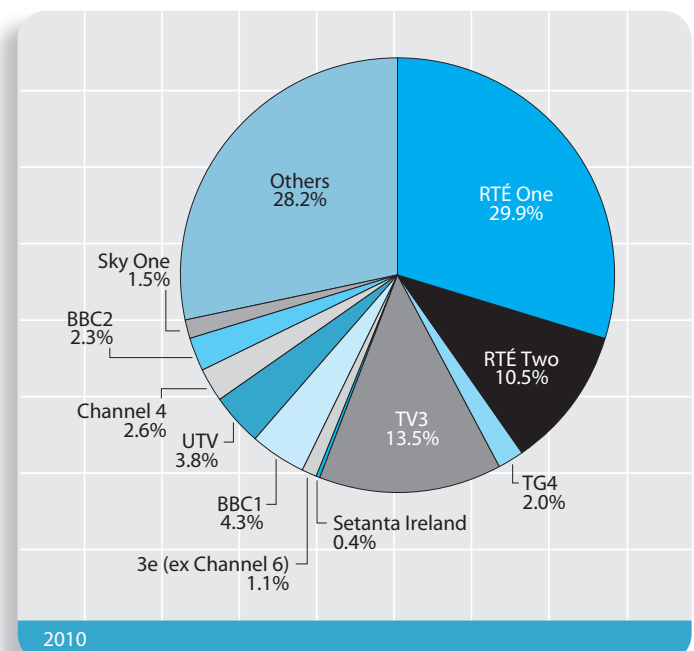
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:29)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
RTÉ One	25.5	25.0	25.1	24.2	23.0	32.1	31.5	31.0	30.5	29.9
RTÉ Two	13.0	12.1	11.5	10.2	10.1	12.9	12.2	12.1	10.7	10.5
TG4	3.0	2.7	2.5	2.6	2.1	2.6	2.4	2.2	2.3	2.0
Public Irish channels	41.5	39.8	39.1	37.0	35.2	47.6	46.1	45.3	43.5	42.4
TV3	12.3	12.2	11.4	11.9	12.4	12.8	13.1	12.4	12.8	13.5
3e (ex Channel 6)	0.4	0.6	0.8	0.8	1.1	0.3	0.5	0.7	0.8	1.1
Setanta Ireland	0.5	0.6	0.8	0.9	0.4	0.4	0.5	0.7	0.8	0.4
Private Irish channels	13.2	13.4	13.0	13.6	13.9	13.5	14.1	13.8	14.4	15.0
BBC1	6.1	5.4	5.4	5.1	4.5	5.5	4.8	5.0	4.8	4.3
UTV	5.5	4.8	4.4	4.4	3.7	6.1	5.1	4.5	4.3	3.8
Channel 4	4.2	3.8	3.7	3.6	2.8	3.8	3.6	3.5	3.3	2.6
BBC2	3.4	3.2	3.1	2.9	2.6	2.9	2.9	3.0	3.0	2.3
Sky One	2.2	2.1	2.5	2.2	1.5	2.4	2.3	2.6	2.0	1.5
E4	1.3	1.2	1.3	1.2	1.0	1.0	1.1	1.2	1.0	0.9
Living TV	0.3	1.2	1.4	1.2	1.0	0.2	1.1	1.2	1.0	0.8
Sky News	1.3	1.3	1.2	1.1	0.8	0.9	0.8	0.8	0.7	0.5
Sky Sports 1	1.1	1.1	1.1	0.9	0.8	0.8	0.8	0.7	0.6	0.6
Nickelodeon	1.2	1.0	1.0	0.8	0.7	0.5	0.4	0.5	0.4	0.2
Comedy Central (ex Paramount Comedy)	0.6	0.7	1.0	1.0	0.7	0.6	0.6	0.9	0.9	0.6
Sky Sports News	-	-	-	0.5	0.6	-	-	-	0.4	0.4
Nick Jr	-	0.3	0.7	0.6	0.5	-	0.1	0.4	0.4	0.3
Discovery Ireland					0.5					0.4
Sky Sports 2	0.5	0.5	0.6	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4
Comedy Central +1	-	-	-	0.5	0.3	-	-	-	0.3	0.2
MTV	0.9	0.9	1.0	0.8	0.3	0.6	0.6	0.7	0.6	0.3
E4 +1	-	-	-	0.4	0.3	-	-	-	0.4	0.3
E! Entertainment					0.3					0.2
Main foreign channels	28.6	27.5	28.4	27.7	23.4	25.8	24.7	25.5	24.5	20.5
Others	16.7	19.3	19.5	21.7	27.5	13.1	15.1	15.4	17.6	22.1

Source: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (18:00-23:29). In %, 4 years +.



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 55% in June 2011, followed by Stöð 2 with 26% and Skjár 1 with 14%.

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 ljósvakamiðlar 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 15 April 2011 the Icelandic Parliament adopted a new media act, marking an end to a seven-year long struggle to have such an act enacted. In 2004 the President had vetoed a media law that foresaw ownership restrictions. The Act implements the Audiovisual Media Services Directive and replaces the 2000 broadcasting act, as well as the 1956 press act. It introduces an obligation for all media in Iceland to be registered with a new media authority, the Media Committee. The new Act introduces for the first time in Icelandic law must-carry and must-offer provisions in television broadcasting, thus regulating the relationship between media service providers and network operators.

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 en juin 2011 de 55%, suivie par Stöð 2 avec 26 % et Skjár 1 avec 14 %.

Le marché islandais compte une quinzaine de chaînes actives. Quatre d'entre elles sont d'envergure nationale : les chaînes payantes Stöð 2, Stöð 2 Sport et les chaînes gratuites Sjónvarpið (publique) et Skjár 1. Elles sont disponibles pour plus de 90 % de la population. 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 15 avril 2011, le Parlement islandais a adopté une nouvelle loi relative aux médias et a ainsi mis fin aux sept longues années de lutte qui ont été nécessaires pour parvenir à la promulgation de ce texte. Le Président avait opposé son veto en 2004 contre une loi relative aux médias qui prévoyait des restrictions à la propriété des médias. Cette nouvelle loi, qui transpose en droit interne la Directive Services de médias audiovisuels remplace à la fois la loi relative à la radiodiffusion de 2000 et la loi relative à la presse de 1956. Il impose à l'ensemble des médias islandais une obligation d'enregistrement auprès de la nouvelle autorité des médias, à savoir la Commission des médias. Pour la première fois en droit islandais, cette nouvelle loi, qui impose aux radiodiffuseurs télévisuels des dispositions relatives à l'obligation de diffusion et à l'obligation de proposer des offres, réglera donc la relation entre les fournisseurs de services de médias et les opérateurs de réseaux.

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 Fernseh Zuschauer des Landes. So hatte Sjónvarpið im Juni 2010 einen Zuschaueranteil von 55 %, gefolgt von Stöð 2 mit 26 % und Skjár 1 mit 14 %.

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.

Am 15. April 2011 hat das isländische Parlament ein neues Mediengesetz verabschiedet und damit einen siebenjährigen Kampf um die Inkraftsetzung eines solchen Gesetzes beigelegt. 2004 hatte der Präsident sein Veto gegen ein Mediengesetz eingelegt, das Eigentumsbeschränkungen vorsah. Das Gesetz setzt die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste um. Es ersetzt das Rundfunkgesetz von dem Jahr 2000 sowie das Pressegesetz von 1956 und führt die verpflichtende Registrierung aller Medien in Island bei einer neuen Medienbehörde, dem Medienkomitee, ein. Das neue Gesetz führt zum ersten Mal Must-Carry- und Must-Offer-Bestimmungen für Fernsehen in isländisches Recht ein und reguliert somit das Verhältnis zwischen Mediendienstanbietern und Netzbetreibern.

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		318	Statistics Iceland
Households	–	122	Statistics Iceland
TV households	98.0%	119	Statistics Iceland
Cable TV households	17.0%	21	Statistics Iceland
Digital cable TV households	~	~	
DTH/SMATV households	8.0%	10	Statistics Iceland
Digital DTH households	~	~	
IPTV subscriptions	30%	37	Skipti (2007 data)
DTT households	~	~	
Pay DTT households	~	~	
Total digital TV households	63.0%	77	Statistics Iceland
Total pay TV households	~	~	
Households with PC	93.0%	113	Statistics Iceland
Households with broadband	80.0%	98	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators	3	Siminn etc.
Satellite packagers	0	
IPTV packagers	2	Siminn, Vodafone (Dagsbrún group)
DTT multiplex operators and/or packagers	2	RÚV, Vodafone (Dagsbrún group)
Mobile phone TV packagers	1	Vodafone (Dagsbrún group)

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	16	19
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		5	5
Regional/Local			
Regional/Local windows			
Channels targeting foreign markets		1	1
Total	3	22	25

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

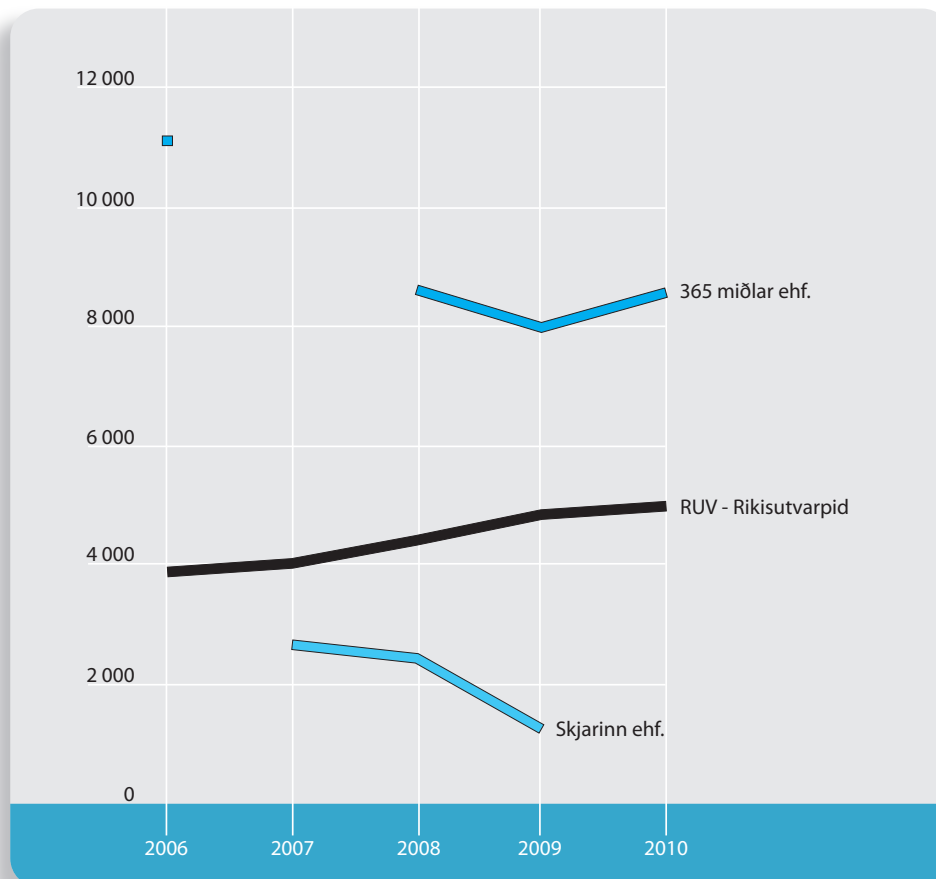
T.1.IS.1
G.1.IS.1Operating revenues of the main television companies in Iceland
2007-2010 ISK Million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09	
365 miðlar ehf. ^①	invest	Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Sport 2, 3, 4, 5, 6, Stöð 2 Extra, Stöð 2 Bio, NOVA TV	~	8 597	7 966	8 550	7.3%	
RUV - Ríkisutvarpid ^②	sptv	RUV Radio and TV	4 011	4 399	4 829	4 970	2.9%	
Skjarinn ehf. ^③	adv	Skjar 1, Skjár Golf, VoD	2 647	2 419	1 236	~	~	
Private television broadcasters ^④			5 835	6 313	6 387	~	~	
Main distributors		Services	Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Skipti hf. ^⑤	3play	Simin Television	24 337	39 627	40 328	34 090	-15.5%	
Teymi hf. ^{⑤ ⑥}	4play	Vodafone Digital +	12 667	24 660	22 240	~	~	
Nova ehf. ^⑤	3GTV	Nova TV	341	1 293	2 463	3 165	28.5%	

^① Total turnover, including revenues from other activities, incl. newspaper publishing, radio, ...^② 2008-2010 refers to the accounting period 1 September-31 August.^③ Total turnover.^④ All private TV channels: incl. revenue from subscription fees, advertising and sponsorship.^⑤ Total turnover from all activities, telephone, television, etc.^⑥ Dissolved in July 2011.

Source: Statistics Iceland, European Audiovisual Observatory

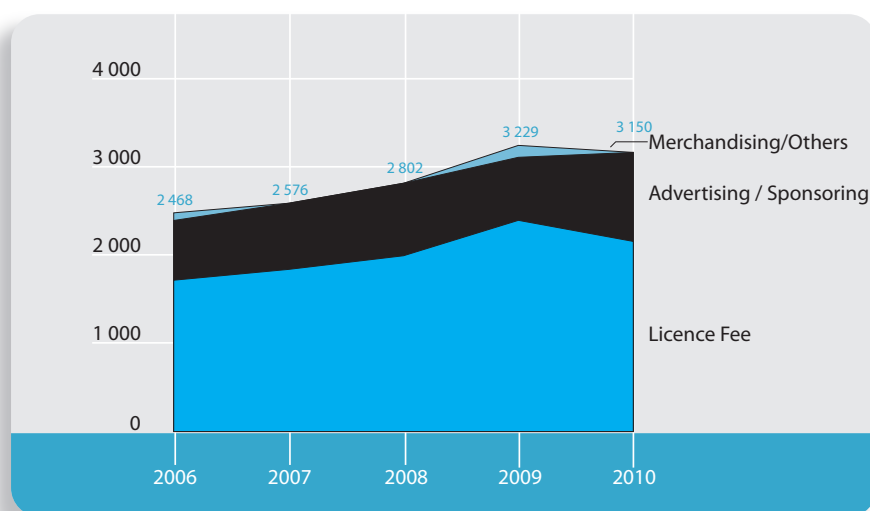
ISK million.



T.1.IS.2
G.1.IS.2Breakdown of RUV television revenues
2007-2010 ISK million.

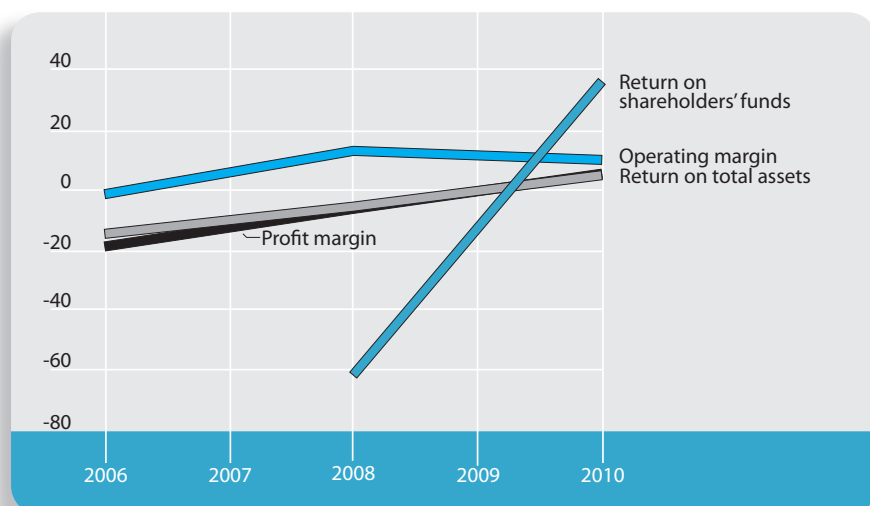
Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	1 829.7	1 983.7	2 383.3	2 145.3	71.0%	70.8%	73.8%	68.1%	-10.0%
Licence fee	1 829.7	1 983.7	2 383.3	2 145.3	71.0%	70.8%	73.8%	68.1%	-10.0%
Total commercial income	746.2	818.0	845.7	1 004.4	29.0%	29.2%	26.2%	31.9%	18.8%
Advertising / Sponsoring	746.2	818.0	711.0	1 004.4	29.0%	29.2%	22.0%	31.9%	41.3%
Merchandising / Others	~	~	134.7	~	~	~	4.2%	~	~
TOTAL	2 576.0	2 801.7	3 229.0	3 149.7	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-2.5%

Source: RUV, European Audiovisual Observatory

T.1.IS.3
G.1.IS.3RUV financial situation
2007-2010 ISK million.

	2006	2007	2008	2009	2010	2010/09
Operating revenues	3 867.0	4 011.0	4 399.0	4 897.0	4 970.0	1.5%
Operating expenses	~	~	4 470.6	4 268.7	4 482.4	5.0%
Net result	~	~	-739.5	-271.2	205.6	-175.8%
Operating margin (%)	~	~	-1.6	12.8	9.8	

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.IS.4
G.1.IS.4TV audience market share in Iceland
2007-2011 In %, 12-80 years old.

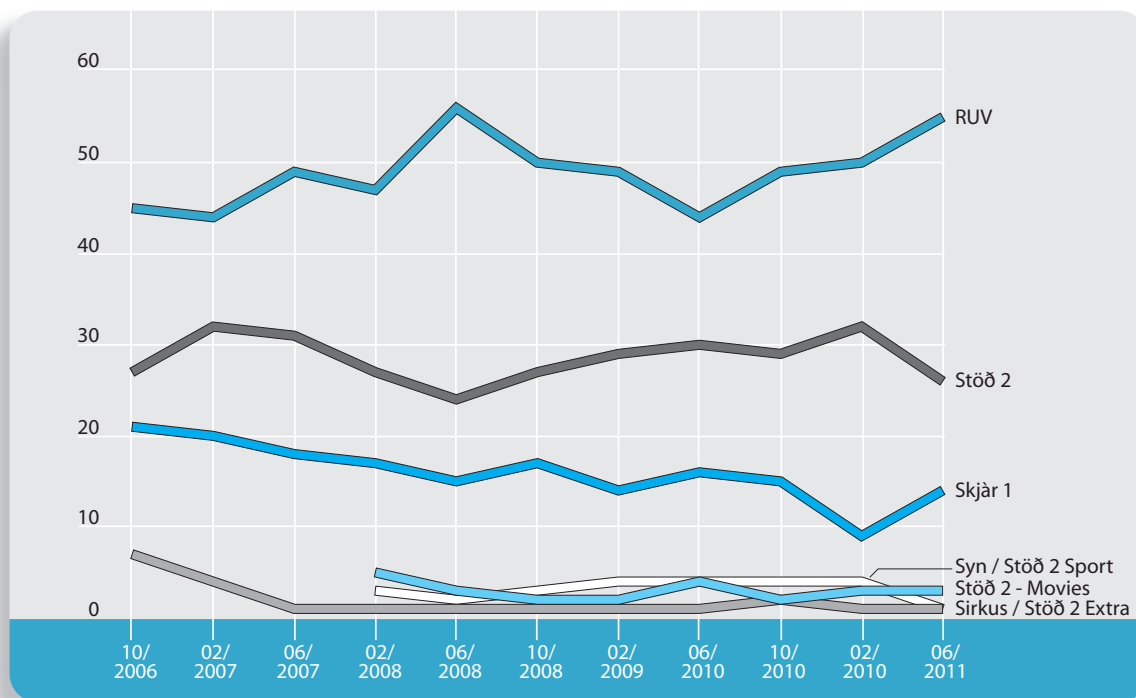
Channels	Daily share									
	02/2007	06/2007	02/2008	06/2008	10/2008	02/2009	06/2010	10/2010	02/2010	06/2011
RUV	44	49	47	56	50	49	44	49	50	55
Stöð 2	32	31	27	24	27	29	30	29	32	26
Stöð 2 - Movies	~	~	5	3	2	2	4	2	3	3
Stöð 2 Sport ^①	~	~	3	2	3	4	4	4	4	1
Stöð 2 Extra ^②	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Skjár 1	20	18	17	15	17	14	16	15	9	14
Others	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~

① Previously as Syn.

② Previously as Sirkus.

Source: Social Science Research Institute at the University of Iceland, IM Gallup/Capacent, Ríkisutvarpid/HI

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 20.7 and 18.8% respectively in 2010. RAI broadcasts more than twenty channels in Italy and five international channels. In May 2010, it absorbed its subsidiary Raisat and the Raisat channels were all renamed. In 2010, all the RAI channels regained a 0.6% market share while the three general entertainment channels of the Mediaset group (Canale 5, Italia 1 and Rete 4) lost 2.7%. Apart from the seventh terrestrial analogue channel La 7, with a stable market share of around 3%, and the children's channel Boing TV (Mediaset group), no channel has a daily audience share of more than 1% in Italy. The incumbent terrestrial general-interest channels still pull in nearly 75% 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, whose subsidiary Sky Italia became the leading Italian television group by operating revenue in 2010.

The Mediaset group controls 42 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+. In Tunisia, it has a stake in the channel Nessma TV.

Through its subsidiaries Sky Italia and Fox Italia, News Corporation operates more than 90 channels in Italy, 25 of them targeting other countries. The subsidiary Fox International also broadcasts channels to Germany, Benelux and the Baltic countries.

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 20.9 million Italian homes, or 88% of the total, were equipped to receive DTT in May 2011 and 36.5 million DTT decoders had already been sold in the country. In April 2011, the Ministry of Communications provided new details of the region-by-region analogue switch-off. The timetable provides for the digital switchover to take place during the second half of 2011 in the regions Liguria, Toscana, Umbria, Province of Viterbo, Martinsicuro, Abruzzo and Molise, and in the second half of 2012 in the regions Puglia, Basilicata, Calabria and Sicily. In anticipation of the full switch-off, on 24 March 2011, AGCOM launched a public

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 20,7 et 18,8 % de part de marché d'audience quotidienne en 2010. La RAI diffuse plus d'une vingtaine de chaînes en Italie et 5 chaînes internationales. En mai 2010, elle a absorbé sa filiale Raisat et les chaînes Raisat ont été toutes renommées. En 2010, l'ensemble des chaînes de RAI a regagné 0,6 % de part de marché tandis que les 3 chaînes généralistes du groupe Mediaset (Canale 5, Italia 1 et Rete 4) en perdaient 2,7 %. Hormis la septième chaîne terrestre analogique La 7, stable autour de 3 % de part de marché, et la chaîne pour enfants Boing TV (Groupe Mediaset), aucune chaîne ne dépasse 1 % de l'audience quotidienne en Italie. Les terrestres généralistes historiques réunissent toujours plus de 75 % 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 privés Mediaset et News Corporation, dont la filiale Sky Italia est devenue en 2010 le premier groupe italien de télévision par le produit d'exploitation.

Le groupe Mediaset contrôle 42 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+. En Tunisie, il est un actionnaire de la chaîne Nessma TV.

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). La filiale fox International émet également des chaînes à destination de l'Allemagne, du Benelux ou encore des pays baltes.

Concernant la distribution de chaînes de télévision, l'Italie est un pays historiquement caractérisé par l'importance des transmissions terrestres. Selon DGTVI, en mai 2011 plus de 20,9 millions de foyers, soient 88 % des foyers italiens, sont équipés pour la TNT, et 36,5 millions de décodeurs TNT ont déjà été vendus en Italie. En avril 2011, le ministère des Communications a présenté les nouveaux éléments sur l'extinction des transmissions analogiques par régions. Le calendrier prévoit le passage au tout numérique durant le second semestre 2011 des régions Ligurie, Toscane, Ombrie, Province de Viterbe, Marches, Abruzzes et Molise, et au second semestre 2012 des régions Pouilles, Basilicate, Calabre et Sicile. En prévision de l'extinction complète, le

Die zwei beliebtesten Sender in Italien waren 2010 nach wie vor der erste öffentlich-rechtliche Sender RAI Uno und der Privatsender Canale 5 (Mediaset) mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 20,7 bzw. 18,8 %. Die RAI strahlt über zwanzig Sender in Italien sowie fünf internationale Sender aus. Im Mai 2010 hat das Unternehmen seine Tochter Raisat vollständig übernommen und alle Raisat-Programme haben einen neuen Namen erhalten. 2010 steigerten alle RAI-Sender zusammen ihren Marktanteil um 0,6 %, während die drei Vollprogramme der Mediaset-Gruppe (Canale 5, Italia 1 und Rete 4) 2,7 % verloren. Mit Ausnahme des siebten analogen terrestrischen Senders (La 7), der stabil bei einem Marktanteil von rund 3 % lag, sowie des Kinderkanals Boing TV (Mediaset-Gruppe) erreichte keiner der übrigen Sender in Italien einen Zuschaueranteil von mehr als 1 %. Die traditionellen terrestrischen Vollprogrammanbieter erzielten nach wie vor einen Zuschaueranteil von zusammen knapp 75 %.

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, dessen Tochtergesellschaft Sky Italia 2010 zur führenden italienischen Fernsehgruppe wurde, gemessen am Betriebsertrag.

Die Mediaset-Gruppe kontrollierte ihrerseits 42 italienische Sender (darunter einen internationalen). Mediaset war darüber hinaus auch in Spanien vertreten: Neben Telecinco hat der Konzern 2010 den Sender Cuatro übernommen und 22 % des Satellitenbetreibers Digital+ erworben. In Tunesien ist er Anteilseigner am Sender Nessma TV.

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). Auch die Tochter Fox International strahlt Sender aus, die für Deutschland, Benelux oder aber auch die baltischen Republiken bestimmt sind.

Was die Plattformen für die Verbreitung des Fernsehprogramms betrifft, so ist Italien ein traditionell von der terrestrischen Übertragung geprägtes Land. Laut DGT-VI waren im Mai 2011 über 20,9 Mio. Haushalte (d. h. 88 % der Haushalte in Italien) in der Lage, DVB-T zu empfangen. Landesweit waren bereits 36,5 Mio. DVB-T-Receiver verkauft worden. Im April 2011 hat das Kommunikationsministerium die neuen Eckdaten zur Abschaltung der analogen Übertragung in den einzelnen Regionen

consultation on the deliberations of the authority that determines the procedure for allocating frequencies freed up as part of the digital dividend and for the other frequencies available for mobile broadband systems. Finally, in its judgment of 28 July 2011 the Court of Justice of the European Union dismissed an appeal by Mediaset SpA, a digital terrestrial programme broadcaster, against a judgment of the General Court of 15 June 2010 in Case T-177/07. The judgment reaffirmed that subsidies granted to consumers in Italy for the purchase of certain digital terrestrial television decoders should be qualified as unlawful State aid, as the subsidy was favouring Mediaset's terrestrial programme over its rivals' satellite programmes, especially Sky Italia, which initiated the complaint.

The DTT network is made up of fifteen multiplexes offering a large number of free and paid channels. In November 2011, 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.

Two 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 2.9 million subscribers as at 30 September 2011 (compared with 3.9 million at 31 December 2010). In addition to the thirty or so channels that it transmits, Mediaset Premium has offered the on-demand television service Premium on Demand since November 2009. The service was rebranded Premium Play in February 2011 and offers 2000 programmes on demand, some of them in HD or 3D, as well as catch-up television services. The second platform is operated by Centro Europa 7, which in October 2010 launched a package of a dozen channels transmitted in the DVB-T2 standard under the name Europa 7 HD. The platform Dahlia TV, which replaced the service Cartapiù, which is operated by Telecom Italia, in March 2009, discontinued its service in February 2011.

Three-quarters of Italian homes still depended on the terrestrial reception of television services at the end of 2011. 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

24 mars 2011, l'AGCOM a lancé une consultation publique sur les délibérations de l'autorité qui définit la procédure d'attribution des fréquences du dividende de la télévision numérique et pour les autres fréquences disponibles pour les systèmes mobiles haut débit. Enfin, dans son arrêt du 28 juillet 2011, la Cour de justice de l'Union européenne a rejeté le pourvoi de Mediaset SpA, diffuseur de programmes numériques terrestres, demandant l'annulation de l'arrêt rendu le 15 juin 2010 par le Tribunal dans l'affaire T-177/07. L'arrêt confirme que la subvention accordée aux consommateurs en Italie pour l'achat de certains décodeurs numériques terrestres doit être qualifiée d'aide d'Etat illégale car elle favorisait la plate-forme terrestre de Mediaset au détriment des autres plates-formes, en particulier de Sky Italia, qui était à l'initiative de la plainte.

Le réseau TNT se compose d'une quinzaine de multiplex proposant un nombre élevé de chaînes gratuites et payantes. En novembre 2011, 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 étaient proposées gratuitement sur la TNT locale en 2010.

Deux 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 2,9 millions d'abonnés au 31 septembre 2011 (contre 3,9 millions d'abonnés au 31 décembre 2010). En plus de la trentaine de chaînes transmises, Mediaset Premium propose depuis novembre 2009 un service de télévision à la demande (Premium on Demand). Le service a été relancé en février 2011 sous le nom de Premium Play : il inclut plus de 2 000 programmes à la demande, parfois en format HD ou 3D, ainsi que des services de télévision de rattrapage. La deuxième plate-forme, Centro Europa 7, a inauguré en octobre 2010 un bouquet de douze chaînes, transmises en norme DVB-T2, sous le nom « Europa 7 HD ». La plate-forme Dahlia TV, qui avait remplacé en mars 2009 le service Cartapiù, opéré par Telecom Italia a interrompu son service en février 2011.

Les trois quarts des foyers italiens reposent encore à la fin de l'année 2011 sur la réception terrestre des services de télévision. Le marché des plates-formes multi-chaînes non terrestres n'est pas très concurrentiel en Italie. En l'absence de réseau câblé, le pays repose sur la télévision par satellite et l'IPTV.

vorgestellt. Der Zeitplan sieht die vollständige Umstellung auf Digitaltechnik in den Regionen Ligurien, Toskana, Umbrien, Marken, Abruzzen, Molise und in der Provinz Viterbo für das zweite Halbjahr 2011 vor, für die Regionen Apulien, Basilicata, Kalabrien und Sizilien für das zweite Halbjahr 2012. Mit Blick auf die geplante völlige Abschaltung hat die Regulierungsbehörde AGCOM am 24. März 2011 eine öffentliche Konsultation der Beratungen der Behörde über das Verfahren für die Vergabe der Frequenzen aus der digitalen Dividende im Fernsbereich und der weiteren für mobile Breitbandssysteme verfügbaren Frequenzen gestartet. Und schließlich hat der Europäische Gerichtshof in seinem Urteil vom 28. Juli 2011 eine Berufung von Mediaset SpA, einem digitalen terrestrischen Fernsehveranstalter, gegen ein Urteil des Gerichts der Europäischen Union vom 15. Juni 2010 in der Rechtsache T-177/07 verworfen und in seinem Urteil bestätigt, dass Zuschüsse, die Verbrauchern in Italien beim Kauf bestimmter digitaler terrestrischer Fernsehdecoder eingeräumt worden waren, als rechtswidrige staatliche Beihilfe zu bewerten seien, da der Zuschuss die terrestrische Verbreitung der Programme von Mediaset gegenüber den konkurrierenden Satellitenprogrammen, insbesondere Sky Italia, den Kläger, bevorzugt hatte.

Das DVB-T-Netz umfasst rund 15 Multiplexe, über die eine Fülle von kostenlosen und kostenpflichtigen Sendern ausgestrahlt werden. Im November 2011 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 zwei landesweite sowie verschiedene regionale Pay-DVB-T-Plattformen in Italien. Die größte ist Mediaset Premium (des Mediaset-Konzerns), die neben Pay-per-View-Fußball Kino- und Kinderkanäle anbietet. Mediaset hatte zum 30. September 2011 nach eigenen Angaben 2,9 Mio. Abonnenten (gegenüber 3,9 Mio. am 31. Dezember 2010). Mediaset Premium bietet neben den ca. 30 ausgestrahlten Sendern seit November 2009 einen TV-Abrufdienst an (Premium on Demand). Der Dienst ging im Februar 2011 unter dem Namen Premium Play erneut an den Start: mit über 2 000 Abrufprogrammen, teilweise in HD oder 3D, sowie *Catch-up-TV*-Diensten. Die zweite Plattform gehört dem Medienkonzern Centro Europa 7, der im Oktober 2010 unter dem Namen „Europa 7 HD“ mit einem Bouquet aus 12 im DVB-T2-Standard ausgestrahlten Kanälen gestartet wurde. Die Plattform Dahlia TV, die im März 2009 aus dem von Telecom Italia betriebenen Dienst

4.4 million subscribers in December 2010. The platform, which suffered in 2010 from the competition of pay-DTT packages, especially Mediaset Premium (which, like Sky, holds rights to broadcast Italian football), has returned to growth. 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 package had 751 000 subscribers at the end of 2010.

The market for television via ADSL (IPTV) remains limited: 2.7% of homes were equipped at the end of 2010. 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.

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.

The resignation of the Italian Prime Minister Silvio Berlusconi on 12 November 2011 opened up a period of uncertainty for the future of the Mediaset group, whose shares fell by 12% on the stock exchange, in a context in which the group's third quarter results appeared to be slightly down on the previous year.

Le marché de la télévision par satellite est essentiellement contrôlé par Sky Italia (News Corporation). Le bouquet Sky revendique 4,4 millions d'abonnés en décembre 2010. La plate-forme, qui avait souffert en 2010 de la concurrence des bouquets de TNT payante, en particulier de Mediaset Premium (qui détient comme Sky des droits de retransmission du Calcio) a renoué avec la croissance. 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. Le bouquet compte 751 000 abonnés fin 2010.

Par ailleurs, le marché de la télévision par ADSL (IPTV) demeure limité : 2,7 % des foyers sont équipés à la fin de l'année 2010. 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.

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.

La démission de Silvio Berlusconi du poste de Président du Conseil, le 12 novembre 2011, a ouvert une période d'incertitudes pour l'avenir du groupe Mediaset. Son action en bourse a connu une chute de 12 %, dans un contexte où les résultats du groupe pour le troisième trimestre apparaissaient en léger recul par rapport à l'année précédente.

Cartapiù hervorgegangen war, hat im Februar 2011 den Sendebetrieb eingestellt.

Ende 2011 waren noch drei Viertel der Haushalte in Italien auf das terrestrische Fernsehen angewiesen. Der Markt für 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 im Dezember 2010 nach eigenen Angaben 4,4 Mio. Abonnenten. Die Plattform, die 2010 unter der Konkurrenz der Bouquets im Bezahl-DVB-T, insbesondere unter Mediaset Premium (wie Sky im Besitz der Fußballübertragungsrechte) gelitten hatte, konnte wieder ein Wachstum melden. Das Bouquet Tivùsat 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 %). Ende 2010 hatte Tivùsat 751 000 Abonnenten.

Der Markt für Breitband-Fernsehen (IPTV) ist nach wie vor überschaubar: Ende 2010 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 Dyopol zwischen Mediaset und Sky Italia.

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.

Der Rücktritt von Silvio Berlusconi vom Amt des Ministerpräsidenten am 12. November 2011 hat eine Phase der Ungewissheit über die Zukunft des Mediaset-Konzerns eingeläutet. Der Aktienkurs stürzte um 12 % ab, nachdem die Konzernergebnisse für das dritte Quartal im Vergleich zum Vorjahr bereits leicht rückläufig waren.

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 11.2011. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	60 626		Eurostat
Households	–	24 883		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.0%	24 634		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	0.0%		0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	27.0%		6 726	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	27.0%		6 726	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	19.6%	4 877		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	2.7%		667	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	2.8%	686		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	58.3%		14 505	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	18.9%	4 695		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	88.0%		21 899	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	41.2%	10 258		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	55.9%	13 913		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	46.5%	11 580		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	485		Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions	–	362		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	0
Satellite packagers	3 ¹ Orbit, Sky Italia (News Corporation), Tivù (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, Elettronica Industriale (Mediaset)
Mobile phone TV packager	2 H3G (Hutchison Whampoa), Telecom Italia "TIM"

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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	14	79	93
Cable/Satellite/IPTV channels	7	324	331
Regional/Local	7	589	596
Regional/Local windows	20		20
Channels targeting foreign markets	4	47	51
Total	52	1 039	1 091
Foreign channels targeting the country	3	27	30

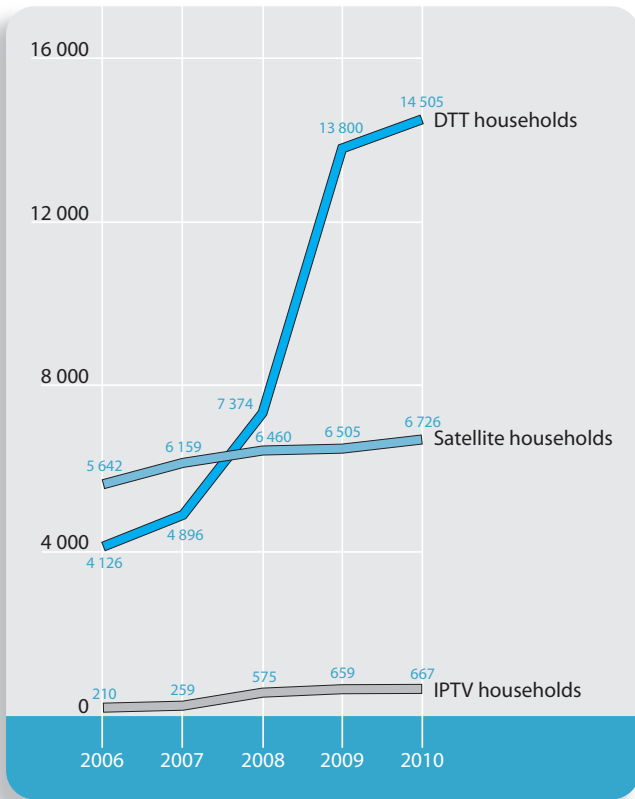
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	digital terrestrial Tivù	Pay national digital terrestrial Mediaset Premium	Satellite Sky Italia	IPTV Telecom Italia Alice
Generalist - national	12		9	13
Generalist - foreign			6	
Adult			13	
Children	4	3	17	16
Culture/ education/ documentary	1	2	17	10
Entertainment/ TV fiction/ games	2	4	25	19
Film	2	8	15	17
HD simulcast of an existing channel			33	
Home shopping	3		9	3
International linguistic and cultural			17	
Lifestyle/ specific leisure/ travel	2		18	10
Minority interest groups			2	
Music	3		18	16
News/ business / Parliament	3		43	9
Regional/ local			32	
Religion	1		9	1
Sports	4	9	60	46
Various		1	47	21
Total (including HD channels)	37 (1)	27 (3)	390 (46)	178 (1)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

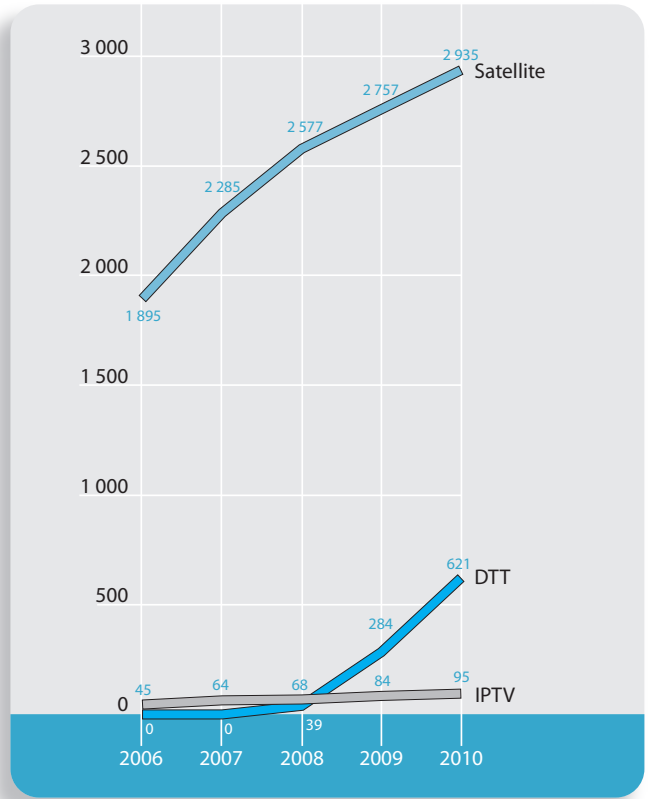
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

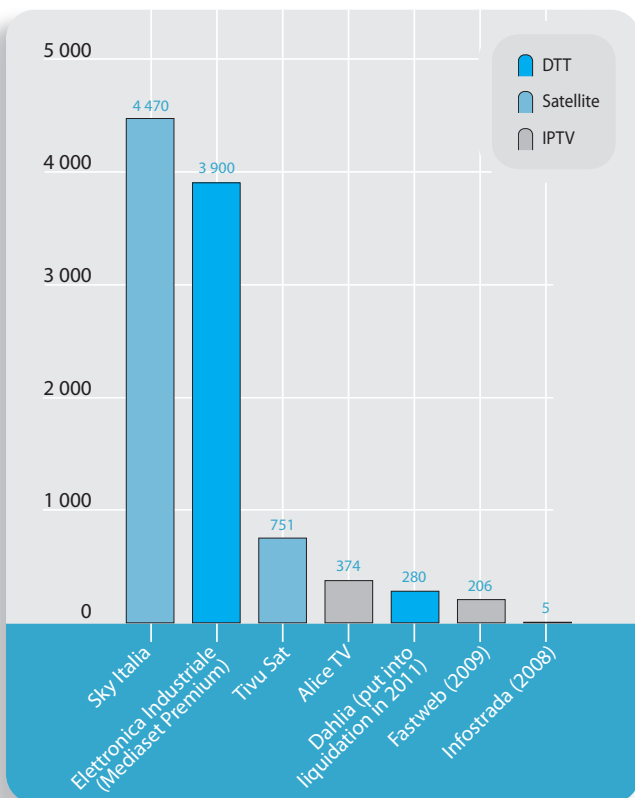
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

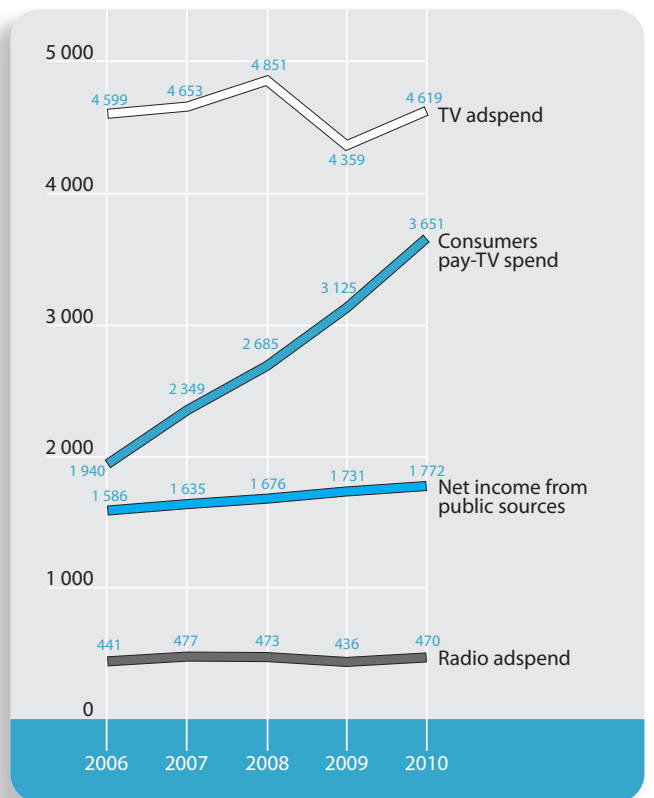
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters	Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09	
Reti Televisive Italiane R.T.I. ¹	adtv, thtv, DTT	Canale 5, Rete 4, Italia 1, Boing, ...	2 577.0	2 724.7	2 707.5	2 936.5	8.5%
RAI S.p.A.	sptv	RAI 1, RAI 2, RAI 3, ...	3 002.1	3 057.7	2 985.3	2 835.2	-5.0%
<i>p.m.</i> RAISAT ²	sptv	Raisat	63.9	72.6	63.6	-	-
Telecom Italia Media (cons.) ³	thtv	La 7, MTV Italia, DTT	277.6	228.5	230.3	258.0	12.0%
<i>p.m.</i> MTV Italia	thtv	MTV Italia	91.7	102.4	85.7	80.4	-6.2%
Fox International Channels Italy	thtv	Fox TV	124.4	152.7	171.9	184.7	7.4%
Vallau Italiana Promomarket	hstv	Mediashopping	29.5	35.2	63.3	68.0	7.4%
Telemarket	hstv	Telemarket	88.4	69.9	67.2	63.4	-5.7%
NBC Universal Global Networks Italia s.r.l.	thtv	Studio Universal	21.4	40.6	47.6	53.2	11.8%
Turner Broadcasting System Italia	thtv	Boing, Boomerang	27.9	26.7	28.9	29.1	0.7%
Tele Norba	rtv	Tele Norba	31.3	32.9	28.5	27.9	-2.1%
Digicast S.P.A.	thtv	Y&S, Caccia e Pesca, lei	7.2	10.6	28.7	27.5	-4.2%
Sitcom Televisioni SRL	thtv	Alice, Leonardo, Marco Polo, Nuvolari	-	30.1	27.4	20.1	-26.6%
Radio Italia	thtv	Playlist Italia, Video Italia	20.6	21.0	19.4	21.9	12.9%
Boing S.P.A.	thtv	Boing TV	5.6	7.8	9.4	18.1	92.6%
Telelombardia S.R.L.	rtv	Telelombardia	14.7	20.1	19.4	17.6	-9.3%
Telecitv S.P.A.	rtv	Telecitv	17.6	19.7	19.6	17.3	-11.7%
Profit Group S.P.A.	thtv	Odeon TV, Sexo	30.7	33.5	24.8	16.7	-32.7%
Canale Italia	thtv	Canale Italia	15.7	17.0	15.2	16.5	8.6%
Italia 7 Gold	thtv	Italia 7	23.0	28.7	17.4	16.5	-5.2%

Main distributors	Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telecom Italia (cons.) ³	3play, 3G TV, DTT	Alice TV	32 280.0	31 045.0	27 960.0	28 373.0	1.5%
Vodafone Omnitel ³	3G TV, dvb-h	Live!, Sky	8 864.9	9 230.0	9 468.0	~	~
Wind Telecomunicazioni ³	3play, 3G TV, DTT	Infostrada, Wind Imode	5 130.7	5 502.4	5 490.7	5 601.0	2.0%
Sky Italia ⁴	sat-tv	Sky Italia	2 479.4	2 668.6	2 877.3	3 031.5	5.4%
H3G S.P.A. ^{3 4}	3G TV, dvb-h	3 Internet e TV free	1 990.5	1 914.0	1 767.0	2 392.4	35.4%
Fastweb (cons.) ^{3 4}	3play	Fastweb	1 565.8	1 806.6	1 917.4	1 890.9	-1.4%
Tiscali Italia S.p.a. ^{3 4 5}	3play	Tiscali TV	276.8	319.3	285.5	278.3	-2.5%
Dahlia TV s.r.l. ^{4 6}	DTT	Dahlia TV	-	0.7	87.4	66.0	-24.5%
Prima TV S.p.A. ⁴	DTT	dfree	27.8	37.4	47.9	38.2	-20.3%
Orbit Communications Company ⁷	packtv	Orbit	11.1	8.5	6.2	-	-

¹ Includes also the activities of packager for the pay-TV services on the DTT Mediaset 1 & 2 multiplexes.

² Merged in April 2010 in RAI S.p.A.

³ Includes also telecommunication activities.

⁴ Includes also broadcasting activities.

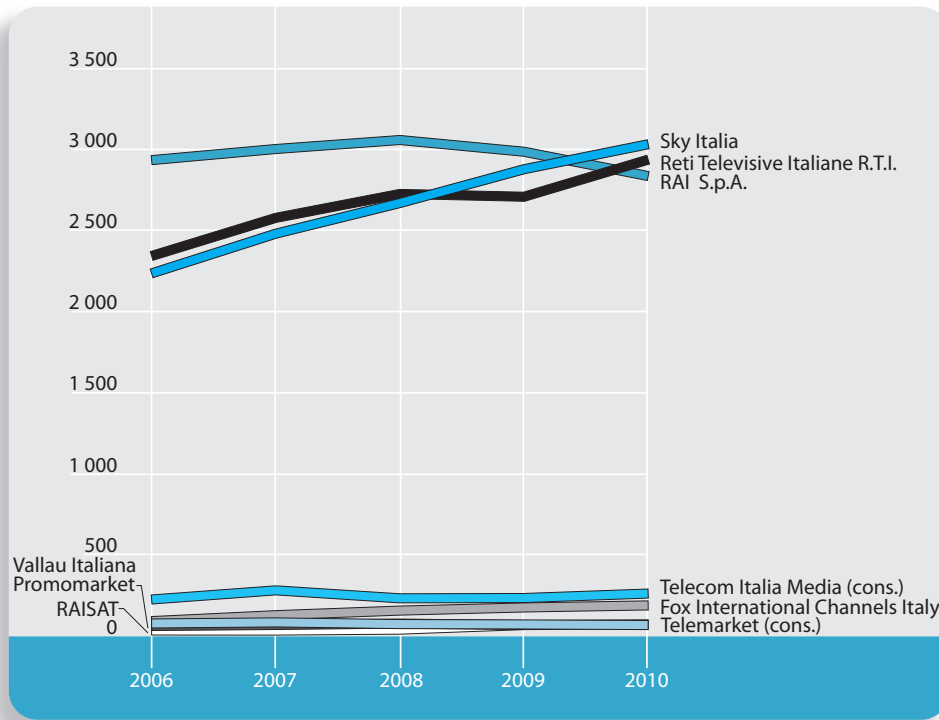
⁵ Tiscali has interrupted its TV delivery service as at 31.12.2009.

⁶ In December 2008, the Swedish group Airplus acquired the DTT PPV package La7Cartapiù from Telecom Italia Media and created the package Dahlia TV. In receivership in March 2011.

⁷ The Orbit package is targetting the Arabic markets.

T.1.IT.1
G.1.IT.1

Operating revenues of the main television companies in Italy (Continued)
2007-2010 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

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

T.1.IT.2
G.1.IT.2

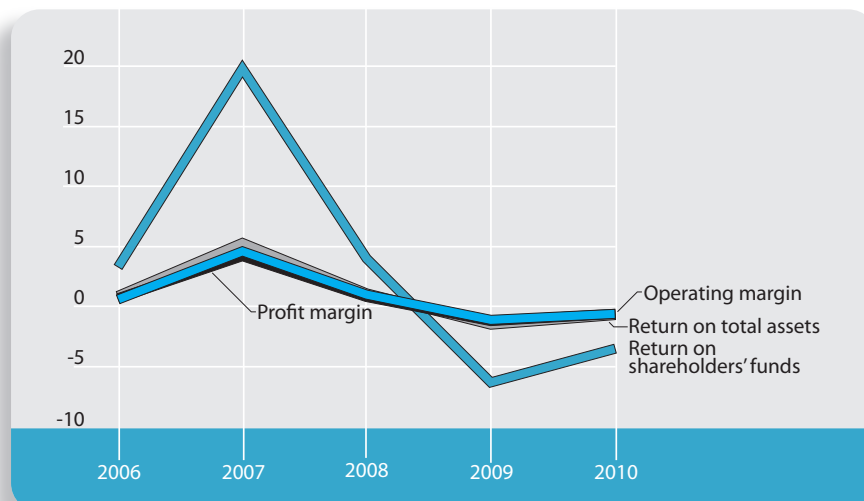
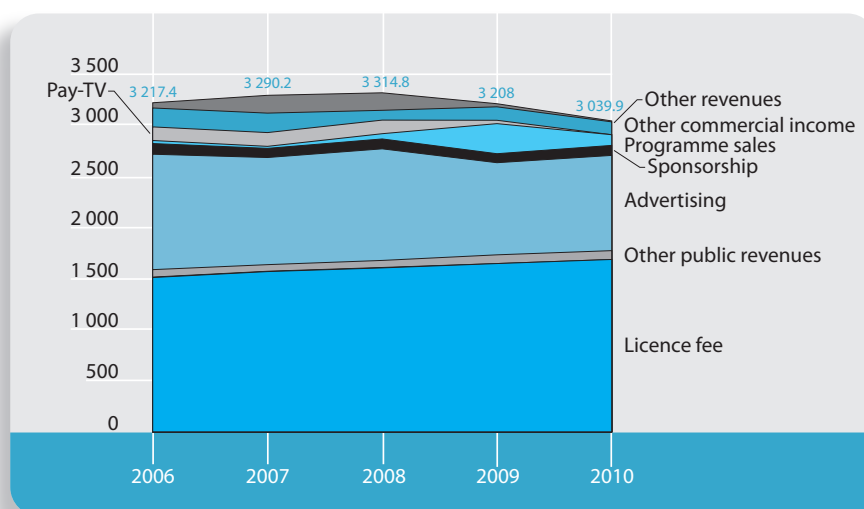
RAI financial situation (consolidated)

2007-2010 EUR million. Segments may be modified from one year to the next.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	1 634.7	1 676.0	1 730.7	1 771.7	49.7%	50.6%	53.9%	58.3%	2.4%
- Grants	3.1	3.9			0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	-
- Licence fee	1 566.9	1 603.0	1 645.4	1 685.4	47.6%	48.4%	51.3%	55.4%	2.4%
- Other public revenues	64.7	69.1	85.3	86.3	2.0%	2.1%	2.7%	2.8%	1.2%
Total commercial income	1 481.5	1 467.7	1 447.1	1 259.0	45.0%	44.3%	45.1%	41.4%	-13.0%
- Advertising	1 047.4	1 091.0	900.7	931.1	31.8%	32.9%	28.1%	30.6%	3.4%
- Sponsorship	89.4	96.7	87.8	97.8	2.7%	2.9%	2.7%	3.2%	11.4%
- Programme sales	19.8	51.3	294.3	104.4	0.6%	1.5%	9.2%	3.4%	-64.5%
- Pay-TV	134.6	132.9	32.7	0.0	4.1%	4.0%	1.0%	0.0%	-100.0%
- Other commercial income	190.3	95.8	131.6	125.7	5.8%	2.9%	4.1%	4.1%	-4.5%
Other income	174.0	171.1	30.2	9.2	5.3%	5.2%	0.9%	0.3%	-69.5%
TOTAL	3 290.2	3 314.8	3 208.0	3 039.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-5.2%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Purchase of goods and services	1 448.3	1 597.8	1 582.3	1 415.7	46.1%	48.3%	48.8%	46.3%	-10.5%
- Cost of personnel	1 004.4	1 009.6	1 009.6	1 014.5	32.0%	30.5%	31.1%	33.2%	0.5%
- Depreciation	686.8	699.9	651.0	629.1	21.9%	21.2%	20.1%	20.6%	-3.4%
Operating expenditure	3 139.5	3 307.3	3 242.9	3 059.3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-5.7%
Net result	-4.9	-7.1	-61.8	-98.2					58.9%
Operating margin (%)	4.6	1.0	-1.1	-0.6					

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 2007-2010

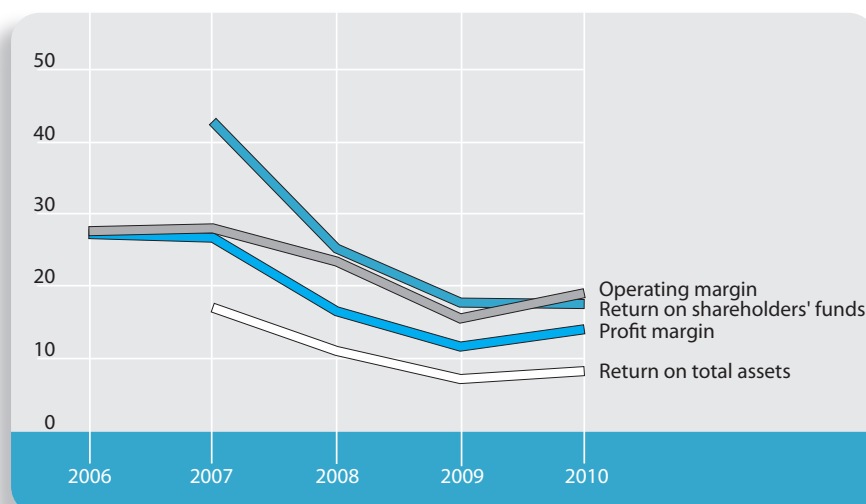
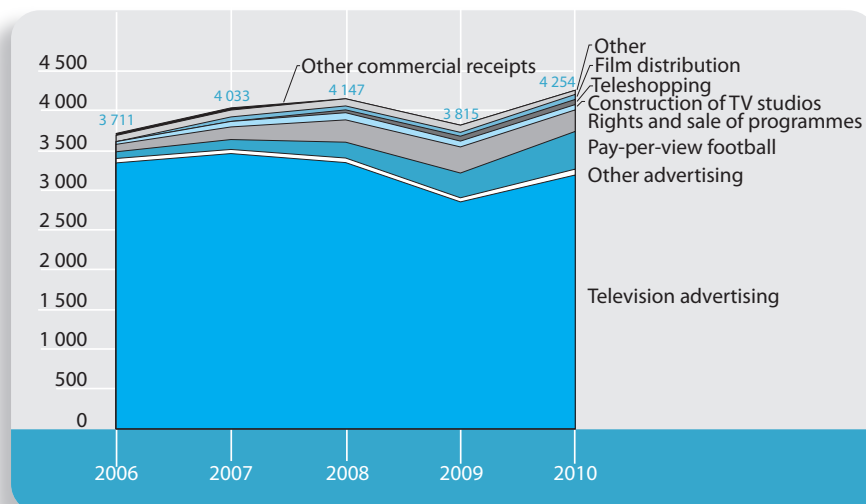
EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Television advertising	3 458.2	3 344.5	2 850.6	3 188.6	85.8%	80.7%	74.7%	75.0%	11.9%
Other advertising	51.7	57.5	51.3	74.0	1.3%	1.4%	1.3%	1.7%	44.2%
Pay-per-view football	124.6	199.1	311.5	473.8	3.1%	4.8%	8.2%	11.1%	52.1%
Rights and sale of programmes	158.3	280.5	328.0	271.0	3.9%	6.8%	8.6%	6.4%	-17.4%
Construction of TV studios	69.1	90.2	73.6	66.8	1.7%	2.2%	1.9%	1.6%	-9.2%
Teleshopping		35.6	61.2	64.1	-	0.9%	1.6%	1.5%	4.7%
Film distribution	56.8	49.5	48.6	63.4	1.4%	1.2%	1.3%	1.5%	30.5%
Other	86.2	90.0	90.1	52.1	2.1%	2.2%	2.4%	1.2%	-42.2%
Other commercial receipts	27.8	-	-	-	0.7%	-	-	-	-
TOTAL	4 032.8	4 146.9	3 815.0	4 253.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	11.5%
Operating revenues	4 105.1	4 199.5	3 882.9	4 295.5					10.6%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	1 431.0	1 536.7	1 593.3	1 764.5	48.8%	47.8%	48.6%	50.7%	10.7%
Cost of personnel	485.1	519.1	507.6	541.6	16.5%	16.1%	15.5%	15.6%	6.7%
Depreciation	1 017.0	1 160.1	1 180.6	1 173.9	34.7%	36.1%	36.0%	33.7%	-0.6%
Operating expenditure	2 933.1	3 215.9	3 281.5	3 480.0	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	6.0%

Net result	681.2	562.1	305.8	386.7					26.5%
Operating margin (%)	28.0	23.4	15.5	19.0					

Source: Mediaset, European Audiovisual Observatory



T.1.IT.4
G.1.IT.4TV audience market share in Italy
2006-2010 In %, 4 years +.

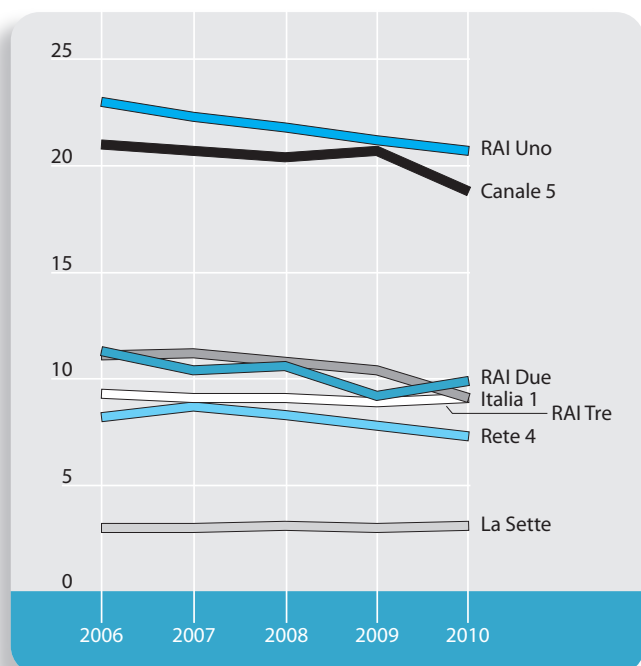
Channels	Daily share					Prime time (20:30-22:30)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
RAI Uno	23.0	22.3	21.8	21.2	20.7	24.2	23.3	22.5	22.4	22.4
RAI Due	11.3	10.4	10.6	9.2	9.1	10.5	10.3	10.7	10.0	9.9
RAI Tre	9.3	9.1	9.1	8.9	8.5	10.3	10.2	10.1	9.4	9.1
RAI 4	~	~	0.2	0.4	0.8	~	~	0.2	0.3	0.4
Other RAI	0.0	0.0	0.6	1.0	2.2	0.0	0.0	0.6	0.8	1.7
Italian main public channels ①	43.6	41.8	42.3	40.7	41.3	45.0	43.8	44.1	42.9	43.5
Canale 5	21.0	20.7	20.4	20.7	18.8	22.0	21.6	20.6	21.1	18.7
Italia 1	11.1	11.2	10.8	10.4	9.1	10.5	10.7	10.5	9.8	8.8
Rete 4	8.2	8.7	8.3	7.8	7.3	8.1	8.4	8.6	7.8	7.3
La Sette	3.0	3.0	3.1	3.0	3.1	2.4	2.3	2.8	2.6	3.0
La 7D					0.2					0.1
Italian main private channels	43.3	43.6	42.6	41.9	38.5	43.0	43.0	42.5	41.3	37.9
Boing TV	~	~	~	0.7	1.1	~	~	~	0.5	0.9
La5					0.7					1.0
K2					0.5					0.6
7 Gold	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4	0.7	0.7	0.7	0.7	0.5
Fox Crime	~	~	0.5	0.4	0.4	~	~	0.4	0.3	0.4
Sky Sport 1	~	~	0.4	0.4	0.4	~	~	0.8	0.9	0.9
Premium Calcio					0.4					0.9
Disney Channel	~	~	0.3	0.3	0.3	~	~	0.1	0.2	0.2
FOX	~	~	0.3	0.3	0.3	~	~	0.2	0.2	0.2
Sky Cinema 1	~	~	0.3	0.3	0.3	~	~	0.5	0.4	0.5
Sky Sport 24	~	~	~	0.2	0.3	~	~	~	0.1	0.2
Sky Calcio 1	~	~	~	0.2	0.3	~	~	~	0.3	0.6
Sky TG 24	~	~	0.2	0.2	0.3	~	~	0.1	0.1	0.1
Italian main thematic channels ②	~	~	3.2	4.2	5.4	0.8	1.0	3.5	4.3	6.2
Foreign channels	~	~	0.6	1.4	1.4	~	~	0.3	0.8	0.9
Others	13.1	14.6	11.3	11.8	11.1	12.0	13.2	9.6	10.2	9.0

① RAI thematic channels included since 2008.

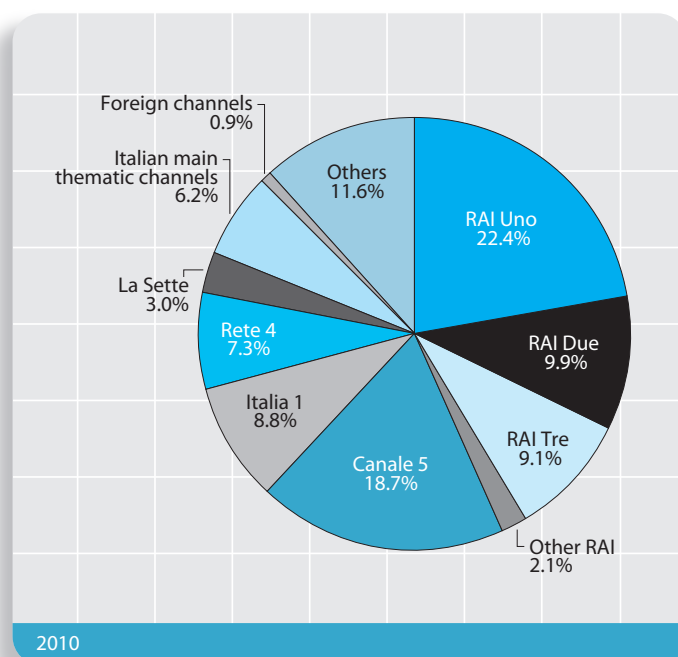
② Channels with 0,2 % or more of daily market share.

Source: Eurodata TV Worldwide, Auditel, AGB NMR Italy
Since 2010: Eurodata TV Worldwide, Auditel, Nielsen Television Audience Measurement

Daily share. In %, 4 years +.



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



The Principality of Liechtenstein had 35 900 inhabitants in 2010. The country has been a member of the Council of Europe since 1978, the European Audiovisual Observatory since 1992 and the European Economic Area (EEA) since 1995.

Two laws govern the regulatory framework for broadcasting: the Broadcasting Act (Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk) of 23 October 2003 and the Media Act (Mediengesetz) of 19 October 2005. In 2010, the government proposed a revision of the Broadcasting Act to parliament in order to bring it into line with the Media Act, transpose the Audiovisual Media Services Directive, strengthen the powers of the Audience Council (Publikumsrat) and review the funding mechanism. The proposal envisaged the reintroduction of the licence fee, which had been abolished in the year 2000. A Media Commission (Medienkommission) attached to the Press and Information Office and made up of five members, is responsible for overseeing broadcasting matters.

The Principality launched a public radio service in 2004, although the station had existed as a private radio service since 1995. A private television channel, 1 FL LI, has been broadcasting terrestrially since 15 August 2008. There are also two satellite teleshopping channels (MediaShop and Starparadies TV), which target Germany, Austria and German-speaking Switzerland, an on-demand web channel (FL TV) and an internet radio station (IG Schweizer Internetradio ISI).

The national telecommunications operator, Telecom Liechtenstein, has a cable network with an analogue service (44 television channels and 37 radio channels), a digital service (92 television channels and 49 radio channels) and an HDTV service (8 channels). The digital offering TVision includes a catch-up television service and a service for recording on a PVR.

Liechtenstein has signed various multilateral treaties with Germany, Austria and Switzerland governing the allocation of terrestrial frequencies, most recently in November 2010.

La Principauté de Liechtenstein comptait en 2010 35 900 habitants. Le Liechtenstein est membre du Conseil de l'Europe depuis 1978, de l'Observatoire européen de l'audiovisuel depuis 1992 et de l'Espace économique européen (EEE) depuis 1995.

Deux lois organisent le cadre réglementaire de la radiodiffusion : la loi sur la radiodiffusion du 23 octobre 2003 et la loi sur les médias (Mediengesetz) du 19 octobre 2005. En 2010, le gouvernement a proposé au parlement une révision de la loi sur la radiodiffusion, en vue de la rapprocher de la loi sur les médias, de transposer la Directive sur les services de médias audiovisuels, de renforcer les pouvoirs du Conseil des auditeurs (Publikumsrat) et de revoir le mécanisme de financement. La proposition envisage le rétablissement de la redevance, qui avait été supprimée en 2000. Une Commission des médias (Medienkommission), rattachée au Bureau de la presse et de l'information et composée de cinq membres, est chargée de superviser les questions relatives à la radiodiffusion.

La Principauté s'est dotée d'une radio de service public en 2004, qui existait depuis 1995 en tant que radio privée. Une télévision privée 1 FL LI émet depuis le 15 août 2008 par voie terrestre. Il existe également deux chaînes de télé-achat diffusées par satellite (MediaShop et Starparadies TV), qui ciblent l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse germanophone, une chaîne web à la demande (FL TV) et une radio diffusée par Internet, (IG Schweizer Internetradio ISI).

L'opérateur national de télécommunication, Telecom Liechtenstein, dispose d'un réseau câblé, proposant une offre analogique (44 chaînes de télévision et 37 chaînes de radio), une offre numérique (92 chaînes de télévision et 49 chaînes de radio) et une offre HDTV (8 chaînes proposées). L'offre numérique TVision inclut un service de télévision de rattrapage et d'enregistrement sur PVR.

Le Liechtenstein a signé avec l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse différents traités multilatéraux régissant les allocations de fréquences hertziennes, dont les plus récents en novembre 2010.

Das Fürstentum Liechtenstein hatte 2010 35 900 Einwohner. Das Land ist seit 1978 Mitglied im Europarat, seit 1992 in der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle und seit 1995 im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR).

Zwei Gesetze regeln den ordnungspolitischen Rahmen für den Rundfunk: Das Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk vom 23. Oktober 2003 und das Mediengesetz vom 19. Oktober 2005. Die Regierung hat dem Parlament 2010 eine Novellierung des Rundfunkgesetzes vorgeschlagen, um es dem Mediengesetz anzunähern, die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umzusetzen, die Befugnisse des Publikumsrats zu stärken und die Finanzierungsmechanismen zu überprüfen. Der Vorschlag plant die Wiedereinführung der im Jahr 2000 abgeschafften Rundfunkgebühr. Eine dem Presse- und Informationsamt beigeordnete Medienkommission aus fünf Mitgliedern ist für die Aufsicht in rundfunkrelevanten Fragen zuständig.

Ein seit 1995 im Fürstentum bestehender Privatradiosender wurde 2004 zum öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramm. Ein privater Fernsehsender, 1 FL LI, strahlt seit dem 15. August 2008 seine Programme terrestrisch aus. Es gibt auch zwei per Satellit verbreitete Homeshoppingkanäle (MediaShop und Starparadies TV) mit Zielpublikum in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz, einen Web-TV-Abrufdienst (FL TV) und ein per Internet verbreitetes Hörfunkprogramm (IG Schweizer Internetradio ISI).

Der nationale Telekommunikationsbetreiber Telecom Liechtenstein verfügt über ein Kabelnetz mit einem Analogangebot (44 Fernseh- und 37 Hörfunksender), einem Digitalangebot (92 Fernseh- und 49 Hörfunksender) sowie einem HDTV-Angebot (8 Sender). Das Digitalangebot TVision umfasst einen Dienst für *Catch-up-TV* und Programmaufzeichnungen auf einem PVR.

Liechtenstein hat mit Deutschland, Österreich und der Schweiz verschiedene multilaterale Abkommen über die Zuweisung terrestrischer Frequenzen unterzeichnet, zuletzt im November 2010.

The private channel TV3 (Swedish group MTG) continued to lead the Lithuanian market in 2010 with a daily audience share relatively stable at 23.2%, ahead of LNK (MG Baltic Group), at 20.2%. LTV, the main channel of the public service broadcaster LRT, was in third position, its daily audience having dropped to 11.5%. After these, there are only two channels with a share above 5%: BTV (Achemos Group) and the Russian-language channel PBK.

According to the report of the national regulatory authority RRT on the electronic communications sector, almost half of the households in Lithuania subscribe to a pay-TV service (47.2% in December 2010) and 20.5% of households subscribe to digital pay-TV.

The market is dominated by the cable operators (and MMDS providers), of which there were about fifty at the end of 2010, supplying around 30% of households (only 4.6% in digital). The leader is Vinita, with approx. 71 000 subscribers at the end of 2010. Announced in December 2010, the takeover of C Gates (which belonged to the Swedish group Tele2) by the cable operator Viginta (VDNET) was authorised by the competition authority in February 2011. The aim of this move was to create the country's second largest cable operator.

However, the cable networks, which still have a low digitisation rate, are facing competition from the other digital platforms. The Viasat satellite package is now received by 6% of households and the IPTV market is particularly dynamic in Lithuania, where there were eight operators in June 2011. The sector is dominated by Teo LT (68% owned by Sweden's TeliaSonera group). Its Interactive GALA package had a 96% share of the Lithuanian IPTV market in December 2010 and recorded 68 000 subscribers in December 2010.

Teo LT also operates Digital GALA, the country's main pay-DTT platform (with more than 63 000 subscribers in December 2010). TEO announced in January 2011, TEO announced that it had achieved almost full coverage of the country with its DTT network. The government has set the date for the switch-off of analogue terrestrial transmissions as 29 October 2012.

On 18 October 2010 the amendments of the Law on the Provision of Information to the Public came into force. These are mainly related to the transposition and implementation of the Audiovisual Media Service Directive.

On 13 April 2011 the revised Rules on the Licensing of Broadcasting and Re-broadcasting Activities came into force.

La chaîne privée TV3 (groupe suédois LMTG) conserve la tête du marché lituanien en 2010 avec une part d'audience quotidienne relativement stable (23,2 %), devant LNK (MG Baltic Group), à 20,2 %. La première chaîne publique LTV (groupe LRT) se trouve en troisième position avec une audience quotidienne en baisse à 11,5 %. Derrière, seules deux chaînes dépassent les 5 % : BTV (Achemos Grupė) et la chaîne russophone PBK.

Selon le rapport de la RRT sur le secteur des communications électroniques, près de un foyer sur deux en Lituanie est abonné à une offre de télévision payante (47,2 % en décembre 2010), et 20,5 % des foyers sont abonnés à une offre de télévision payante numérique.

Ce sont les câblo-opérateurs (et fournisseurs de MMDS) qui dominent le marché : à la fin 2010, ils sont une cinquantaine et équipent environ 30 % des foyers (dont seulement 4,6 % en numérique). Le leader est Vinita, avec environ 71 000 abonnés à la fin de l'année 2010. Annoncé en décembre 2010, le rachat de C Gates (qui appartenait au groupe suédois Tele2) par le câblo-opérateur Viginta (VDNET) a été autorisé par l'autorité de la concurrence en février 2011. L'opération vise à créer le second câblo-opérateur le plus important du pays.

Mais les réseaux câblés, encore faiblement numérisés, affrontent la concurrence des autres plates-formes numériques. Le bouquet satellite Viasat équipe désormais près de 6 % des foyers et le marché de l'IPTV est particulièrement dynamique en Lituanie. Huit opérateurs sont actifs en juin 2011. Le secteur est dominé par Teo LT (possédé à 68 % par le groupe suédois TeliaSonera). Son bouquet Interactive GALA affiche 68 000 abonnés en décembre 2010, soit 96 % du marché lituanien de l'IPTV.

Teo LT opère par ailleurs Digital GALA, la principale plate-forme de TNT payante du pays (plus de 63 000 abonnés en décembre 2010). TEO a annoncé en janvier 2011 avoir atteint une couverture pratiquement complète du pays par son réseau TNT. Le gouvernement a fixé la date de l'extinction des transmissions analogiques terrestres au 29 octobre 2012.

Le 18 octobre 2010, les modifications apportées à la loi relative à la fourniture de l'information au public sont entrées en vigueur. Elles portent principalement sur la transposition en droit interne de la Directive Services de médias audiovisuels.

Le 13 avril 2011, la version révisée du Règlement relatif à l'octroi des licences destinées à des activités de radiodiffusion et de rediffusion est entrée en vigueur.

Der Privatsender TV3 (der schwedischen Gruppe MTG) behauptete 2010 mit einer relativ stabilen täglichen Einschaltquote von 23,2 % seinen Platz als Marktführer, vor LNK (MG Baltic Group) mit 20,2 %. LTV, der wichtigste Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters LRT, belegte bei sinkender täglicher Einschaltquote mit 11,5 % den dritten Platz. Von den übrigen Sendern kamen nur zwei auf über 5 %: BTV (Achemos-Gruppe) und der russischsprachige Sender PBK.

Aus dem Bericht der Regulierungsbehörde RRT über den elektronischen Kommunikationssektor geht hervor, dass fast jeder zweite Haushalt in Litauen ein Bezahlfernsehangebot abonniert hat (47,2 % im Dezember 2010) und 20,5 % der Haushalte ein digitales Pay-TV-Abonnement haben.

Die Kabelnetzbetreiber (und MMDS-Anbieter) dominieren den Markt: Etwa fünfzig von ihnen versorgten Ende 2010 rund 30 % der Haushalte (davon lediglich 4,6 % digital). Marktführer ist hier Vinita, mit etwa 71 000 Abonnenten Ende 2010. Für die im Dezember 2010 angekündigte Übernahme von C Gates (gehörte zur schwedischen Gruppe Tele2) durch den Kabelnetzbetreiber Viginta (VDNET) erteilte die Wettbewerbsbehörde im Februar 2011 grünes Licht. Mit dieser Übernahme entsteht der zweitwichtigste Kabelnetzbetreiber des Landes.

Allerdings stehen die noch wenig digitalisierten Kabelnetze in Konkurrenz mit den anderen digitalen Plattformen. 6 % der Haushalte haben das Satellitenbouquet Viasat abonniert. Der IPTV-Markt ist in Litauen besonders dynamisch. Acht Betreiber waren im Juni 2011 aktiv. Dominiert wird der Sektor aber von Teo LT (zu 68 % im Besitz der schwedischen TeliaSonera-Gruppe). Sein Bouquet Interactive GALA hatte im Dezember 2010 68 000 Abonnenten, d. h. einen Marktanteil von 96 % beim litauischen IPTV.

Teo LT betreibt außerdem Digital GALA, die wichtigste kostenpflichtige DVB-T-Plattform des Landes (mit über 63 000 Abonnenten im Dezember 2010). TEO teilte im Januar 2011 mit, dass sein DVB-T-Netz nunmehr praktisch das gesamte Land abdeckt. Die Regierung hat das Datum für die Abschaltung der analogen terrestrischen Übertragung auf den 29. Oktober 2012 festgelegt.

Am 18. Oktober 2010 traten die Änderungen zum Gesetz über die Bereitstellung von Informationen für die Öffentlichkeit in Kraft. Sie stehen hauptsächlich im Zusammenhang mit der Umsetzung und Durchführung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste.

Am 13. April 2011 sind die überarbeiteten Vorschriften zur Genehmigung von Rundfunk und Weiterverbreitung in Kraft getreten.

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>

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	3 245		Eurostat
Households	–	1 389		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	96.0%	1 333		RTK / European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	30.6%	425		RRT / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	4.5%		63	RRT / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	8.7%		121	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	8.7%		121	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	5.7%	79		RRT / European Audiovisual Observatory
IPTV households	5.1%		71	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	5.1%	71		RRT / European Audiovisual Observatory
DTT households	9.6%		133	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	4.5%	63		RRT / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	28.1%		390	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	45.9%	638		RRT / European Audiovisual Observatory
Households with PC	58.7%	816		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	51.8%	719		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators (incl. MMDS)	52	Balticum TV, Init, Mikrovisatos TV, Sugardas, Vinita, Viginta...
Satellite packagers	1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	8	Teo LT (TeliaSonera), Alpha Komunikacijos-1, Dokeda, Horda, KavaMedia, Miesto tinklas, Penkiu Kontinentu, Transteleservisas
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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	11	13
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		3	3
Regional / Local		43	43
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets	1		1
Total	3	57	60
Foreign channels targeting the country	2	6	8

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	① Digital terrestrial Balticum TV	① Digital terrestrial TEO	Cable Balticum TV	Cable Vinita	Satellite Viasat	IPTV TEO
Generalist - national	4	4	4	4	4	3	4
Generalist - foreign			3	13	15	2	4
Adult			1	2	1	2	2
Children		2	4	13	16	8	15
Culture/ education/ documentary		4	12	29	38	11	15
Entertainment/ TV fiction/ games	4	5	7	29	21	8	20
Film		4	4	9	17	6	6
HD simulcast of an existing channel			4		17		6
International linguistic and cultural	1	3	2	7	10	4	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	16	17		10
Minority interest groups				1	1		
Music	1	1	3	12	16	4	7
News/ business	2	2	5	15	20	6	14
Parliament/ government/ administration					1		1
Regional/ local	1	1	1	5	3		6
Religion					4		
Sports	1	3	6	18	26	9	16
Various				2	1		1
Total (including HD channels)	14 (0)	29 (0)	61 (6)	175 (0)	228 (20)	63 (3)	130 (8)

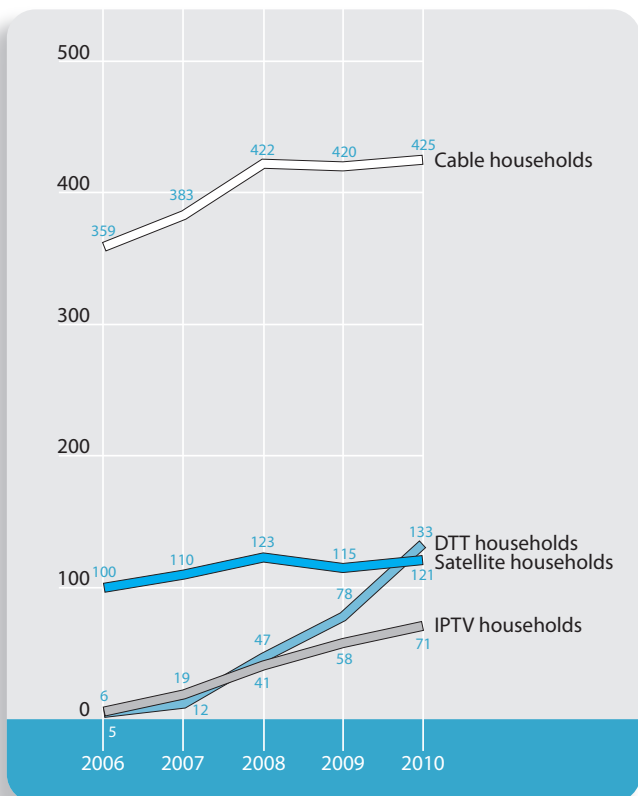
① Includes free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

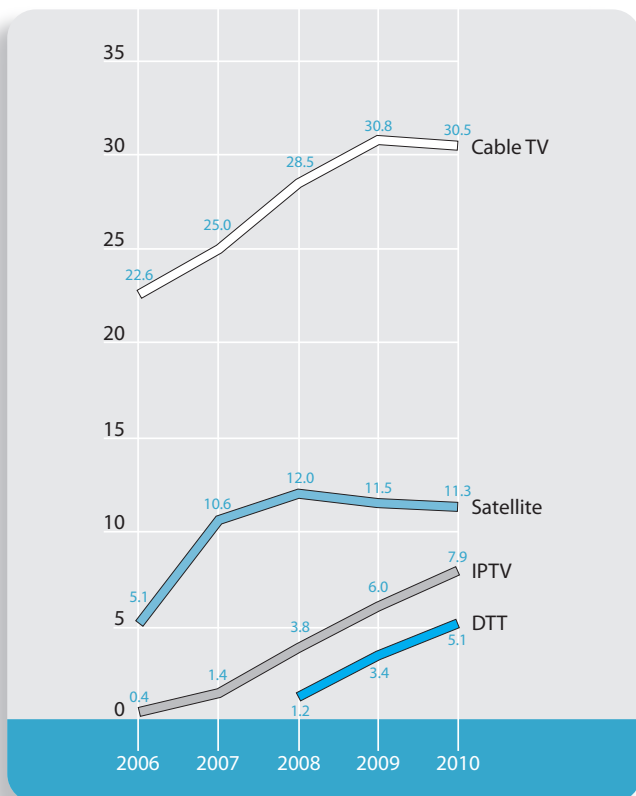
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

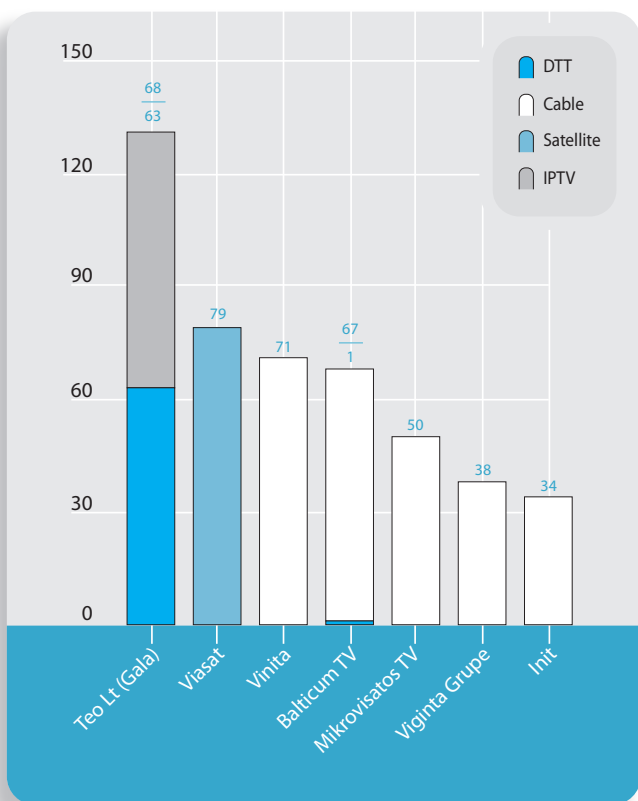
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

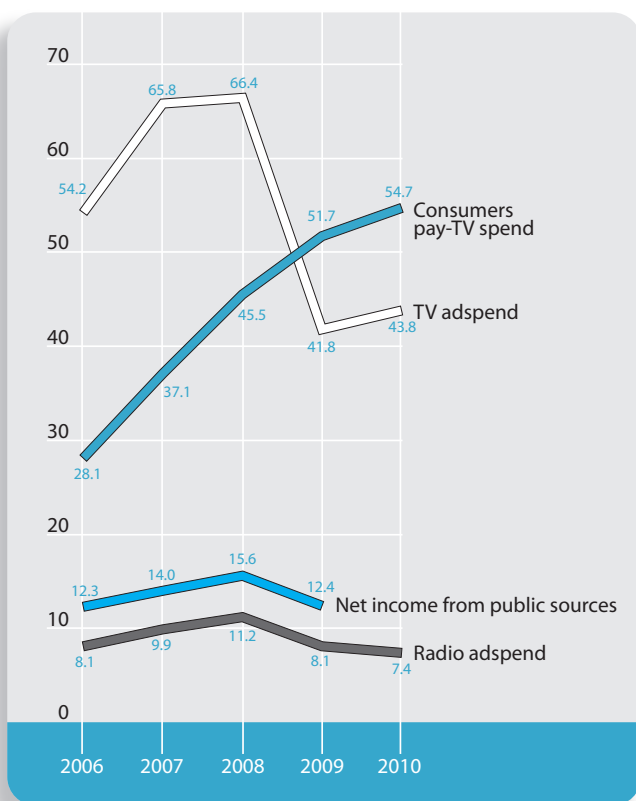
In thousands.



Source: RRT, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



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 the main television companies in Lithuania

2007-2010 LTL million.

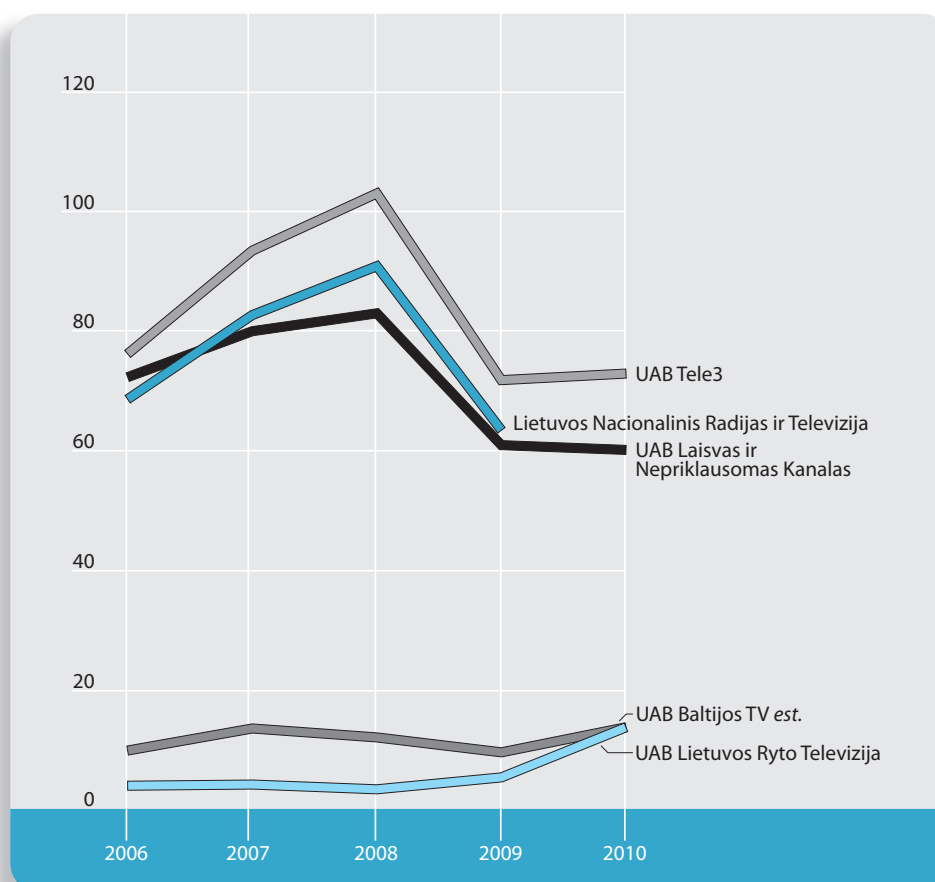
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
UAB Tele3	adtv	TV3, TV6	93.4	103.0	67.8	72.8	7.4%
Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija	sptv	LTV1, LTV2	82.6	90.8	66.7	~	~
UAB Laisvas ir Nepriklausomas Kanalas	adtv	LNK, Info TV	79.9	82.9	60.8	60.0	-1.3%
UAB Baltijos TV est.	adtv	BTV	13.3	11.8	9.3	8.5	-8.6%
UAB Lietuvos Ryto Televizija	thtv	Lietuvos Rytas	3.9	3.1	5.1	8.5	66.7%

Main distributors		Services	Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Teo LT, AB ¹	3play	Gala TV	803.8	826.3	812.8	743.7	-8.5%	
UAB Omnitel ¹	3G TV	Mobili TV	918.2	941.8	720.4	602.7	-16.3%	
UAB Bité Lietuva ¹	3G TV	Bité TV	619.3	676.8	587.0	514.3	-12.4%	
UAB Balticum TV ^{1 2}	3play	Balticum TV	25.5	30.0	30.3	39.9	31.7%	
UAB Telerena ^{1 2}	3play	Splius TV	11.5	12.0	17.7	17.9	1.1%	
UAB Vinita ^{1 2}	3play	KTV Vinita	15.5	18.5	19.1	13.5	-29.3%	
UAB Init ^{1 2}	3play	Kabeline TV	20.6	14.5	13.5	13.5	0.0%	

¹ Includes telecommunication activities.² Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

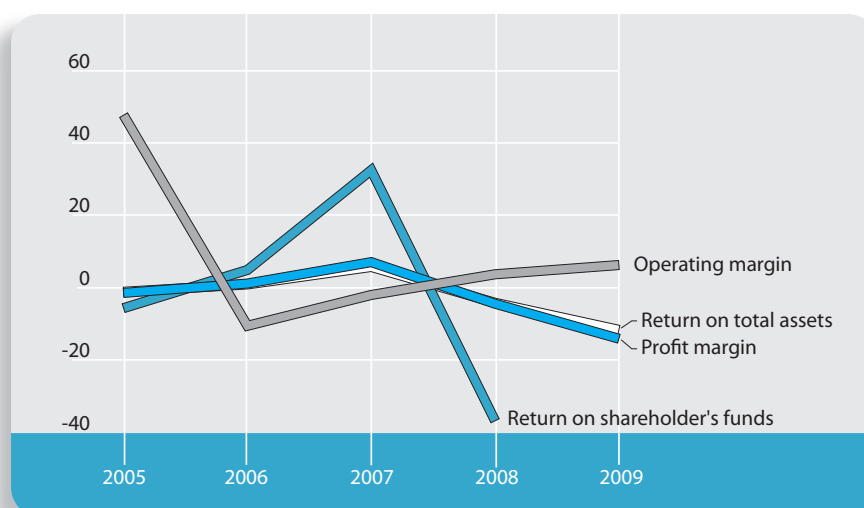
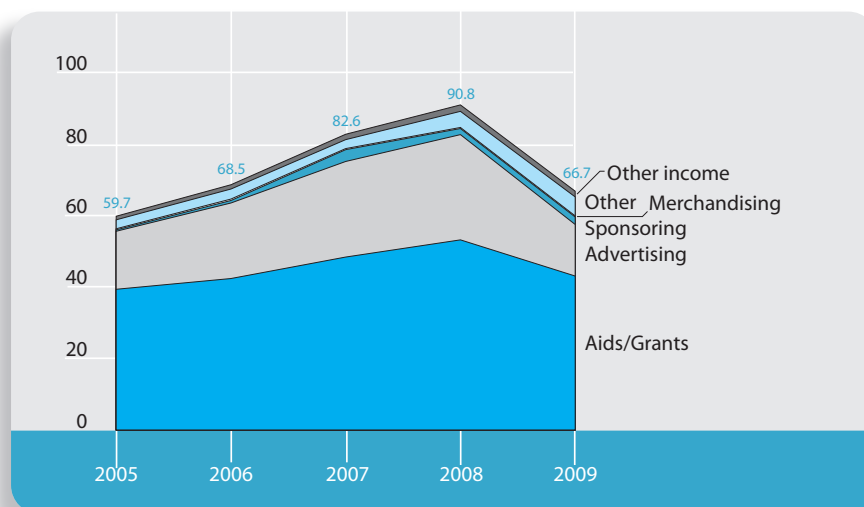
LTL million.



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

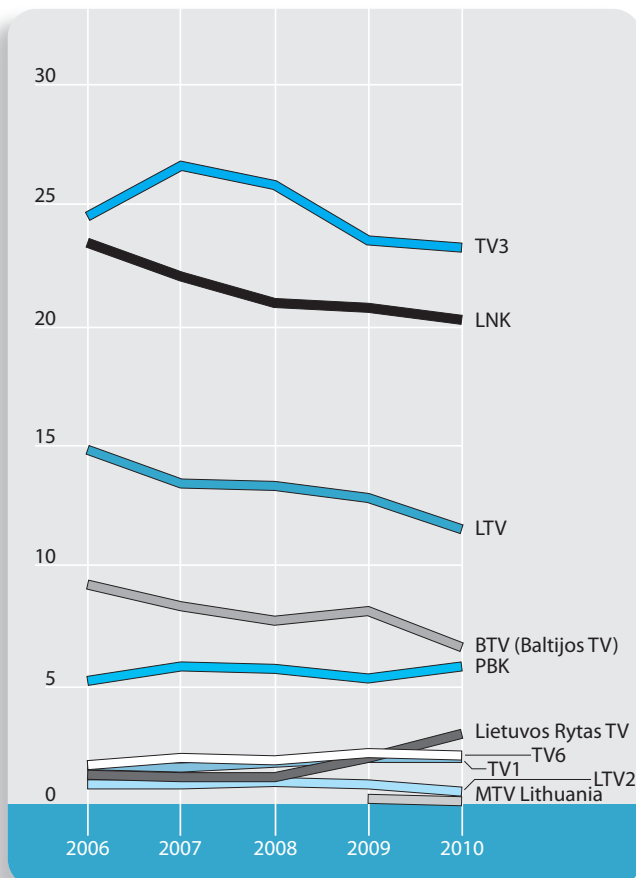


T.1.LT.3
G.1.LT.3TV audience market share in Lithuania
2006-2010 In %, 4 years +.

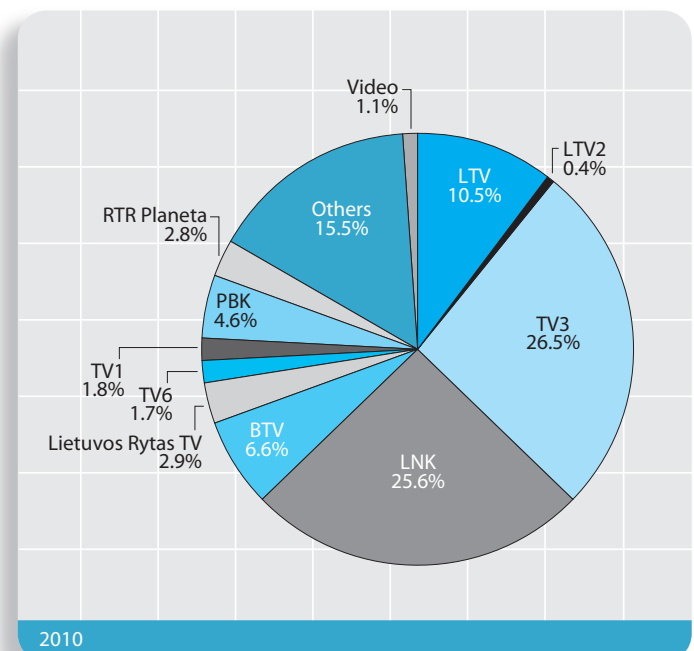
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
LTV	14.8	13.4	13.3	12.8	11.5	15.3	13.4	13.1	13.7	10.5
LTV2	0.9	0.9	1.0	0.9	0.6	1.1	1.0	1.1	1.0	0.4
Lithuanian public channels	15.7	14.3	14.3	13.7	12.1	16.4	14.4	14.2	14.7	10.9
TV3	24.5	26.6	25.8	23.5	23.2	26.1	27.5	26.3	26.3	26.5
LNK	23.4	22.0	20.9	20.7	20.2	27.6	27.9	27.2	24.9	25.6
BTV (Baltijos TV)	9.2	8.3	7.7	8.1	6.6	9.3	8.1	7.3	7.4	6.6
Lietuvos Rytas TV (ex 5 Kanalas)	1.3	1.2	1.2	2.0	3.0	1.1	1.0	1.1	2.0	2.9
TV6 (ex Tango TV)	1.7	2.0	1.9	2.2	2.1	1.0	1.3	1.6	1.9	1.7
TV1	1.7	1.6	1.8	2.0	2.0	1.2	1.0	1.3	1.5	1.8
Liuks!					0.3					0.2
Sport 1					0.3					0.3
Info TV					0.2					0.1
Lithuanian private channels	61.8	61.7	59.3	58.5	57.9	66.3	66.8	64.8	64.0	65.7
PBK	5.2	5.8	5.7	5.3	5.8	4.8	5.6	5.7	4.6	4.6
RTR Planeta					3.0					2.8
Ren TV Baltija					1.4					0.9
Viasat Sport Baltic					0.3					0.4
MTV Lithuania	-	-	-	0.3	0.2	-	-	-	0.2	0.1
Main foreign channel	5.2	5.8	5.7	5.6	10.7	4.8	5.6	5.7	4.8	8.8
Others	16.2	16.7	18.2	20.1	18.0	11.8	12.2	13.3	14.8	13.5
Video	1.1	1.5	2.5	2.1	1.3	0.7	1.0	2.0	1.7	1.1

Source: Eurodata TV Worldwide, SIC GALLUP MEDIA
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, TNS LT

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), to the RTL Group, Europe's leading audiovisual group and to the M7 Group, provider of satellite TV packages.

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).

The audience share of RTL Lëtzebuerg is still 37% between 7 and 8pm but continues to decline during the daytime and fell to 9.8% in 2009/10, which implies that the French channel TF1 with its 8.7% audience share has almost caught up with the main Luxembourg channel. Following these in terms of audience share are a number of foreign channels, most being German and French.

Via CLT-UFA, the RTL Group also operates Luxembourg's digital terrestrial platform, which provides access to 13 channels, eleven of which are controlled by the RTL Group. The two independent channels are Luxe TV and Air TV, a new general entertainment Luxembourg channel launched in February 2011. The terrestrial analogue switchoff took place in 2006. However, terrestrial reception remains fairly marginal in Luxembourg.

It is cable, which supplies nearly two-thirds of households, that predominates in Luxembourg. Most of the fifty or so operators identified in the country are local authorities or non-profit associations. In 2011, only three companies were still operating in this sector, Nokia Siemens Network having transferred its cable television business to Eltrona (a subsidiary of Entreprise des P&T). Eltrona dominates the market with the Imagin package, which had 115 000 subscribers at the end of 2010. Its main competitors are Sogel and Numéricable, which was taken over in July 2011 by the Luxembourg based companies Deficom (60%) and Apax (40%). Apart from cable television, the incumbent telecommunications operator Entreprise des P&T is a significant competitor on the pay-TV market, with its "la Télé des P&T" package, which had signed up 15 000 subscribers in December 2010. 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.

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 du groupe RTL, premier groupe audiovisuel européen et de l'opérateur de plates-formes satellitaires M7.

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 (groupe RTL), un certain nombre de missions de service public.

L'audience de RTL Lëtzebuerg, qui affiche toujours une part d'audience de 37 % entre 19 et 20 heures, continue néanmoins de reculer sur l'ensemble de la journée pour se fixer à 9,8 % en 2009/10, si bien que la principale chaîne luxembourgeoise est pratiquement rattrapée par la chaîne française TF1, à 8,7 %. Derrière se trouvent de nombreuses chaînes étrangères, principalement allemandes et françaises.

Le groupe RTL, via CLT-UFA, opère aussi la plate-forme numérique terrestre luxembourgeoise. Celle-ci propose l'accès à 13 chaînes, dont onze dépendent du groupe RTL. Les deux chaînes indépendantes sont Luxe TV et Air TV, une nouvelle chaîne luxembourgeoise généraliste lancée en février 2011. L'extinction des transmissions analogiques terrestres a eu lieu dès 2006, mais la réception par voie terrestre demeure quasi marginale au Luxembourg.

C'est le câble qui est prédominant au Luxembourg, équipant près de deux tiers des foyers. Parmi la cinquantaine d'opérateurs répertoriés dans le pays, la plupart sont des administrations communales ou des associations sans but lucratif. En 2011, on ne compte plus que trois sociétés actives sur le secteur depuis que Nokia Siemens Network a transféré ses activités de télévision par câble à Eltrona (filiale de Entreprise des P&T). Avec le bouquet Imagin, qui compte 115 000 abonnés à la fin de l'année 2010, Eltrona domine le marché. Ses principaux concurrents sont Sogel et Numéricable, qui a été racheté en juillet 2011 par les sociétés luxembourgeoises Deficom (60 %) et Apax (40 %). Au-delà de la télévision par câble, l'opérateur historique de télécommunications Entreprise des P&T représente un concurrent significatif sur le marché de la télévision payante, avec son bouquet « la Télé des P&T », qui a convaincu 15 000 abonnés en décembre 2010. Enfin, le premier bouquet satellite dédié au marché luxembourgeois a été lancé au début 2010 : TéléSAT Luxembourg a été créé sur la base du paquet belge TéléSAT par le groupe M7.

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), der RTL Group, dem führenden europäischen audiovisuellen Medienkonzern, und der M7 Group.

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 überantworten.

RTL Lëtzebuerg erzielte zwar weiterhin einen Marktanteil von 37 % zwischen 19 und 20 Uhr, auf den ganzen Tag gerechnet sank die Einschaltquote aber erneut und lag 2009/2010 bei 9,8 %. Damit wurde der wichtigste Luxemburger Sender vom französischen Konkurrenten TF1, der auf 8,7 % kam, praktisch eingeholt. Auf den weiteren Plätzen folgten zahlreiche ausländische Sender, überwiegend aus Deutschland und Frankreich.

Die RTL-Gruppe betreibt auch – über CLT-UFA – die terrestrische Digitalplattform des Landes. Diese bietet Zugang zu 13 Sendern, von denen elf zur RTL Group gehören. Die beiden unabhängigen Sender sind Luxe TV sowie das neue Luxemburger Vollprogramm Air TV, das im Februar 2011 auf Sendung ging. Die analoge terrestrische Ausstrahlung wurde bereits 2006 eingestellt, dennoch ist das Antennenfernsehen in Luxemburg nur sehr schwach vertreten.

Das Kabel erreicht fast zwei Drittel aller Haushalte und prägt die Fernsehverbreitung in Luxemburg. Bei den rund fünfzig erfassten Betreibern handelt es sich mehrheitlich um kommunale Verwaltungen oder nicht gewinnorientierte Vereine. 2011 gab es nur noch drei in diesem Bereich tätige Unternehmen, nachdem Nokia Siemens Network seine Kabelfernsehsparte an Eltrona (Tochter von Entreprise des P&T) übertragen hatte. Mit dem Bouquet Imagin und 115 000 Abonnenten Ende 2010 dominierte Eltrona den Markt. Die wichtigsten Konkurrenten waren Sogel sowie Numéricable, ein Unternehmen, das im Juli 2011 von den Luxemburger Gesellschaften Deficom (zu 60 %) und Apax (40 %) übernommen wurde. Außerhalb des Kabelfernsehmarktes ist der etablierte Telekommunikationsbetreiber Entreprise des P&T beim Bezahlfernsehen mit sei-

In 2009 the M7 group grouped together under one company in Luxembourg the satellite packages CanalDigitaal, TV Vlaanderen and TéléSAT, which target Belgium and the Netherlands. In 2010, it launched a Luxembourg satellite package (TéléSAT Luxembourg) and another package in Austria (AustriaSat). At the end of 2011, the M7 group acquired the two satellite packages CS Link and Skylink, which target the Czech Republic and Slovakia.

With the *Loi du 17 décembre 2010 portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques* (the Law of 17 December 2010 Amending the Modified Law of 27 July 1991 on the Electronic Media, Electronic Media Law 2010) and eight accompanying regulations of the same date, Luxembourg has finalised the transposition of the EU Audiovisual Media Services Directive and updated one of its main media-related acts.

bourgeois a été lancé au début de l'année 2010 : il s'agit de TéléSAT Luxembourg, créé sur le modèle du bouquet belge TéléSAT par le groupe M7.

Le groupe M7 a regroupé en 2009 au Luxembourg les bouquets satellites CanalDigitaal, TV Vlaanderen et TéléSAT, ciblant la Belgique et les Pays-Bas. En 2010, il a inauguré un bouquet satellite luxembourgeois (TéléSAT Luxembourg) et un autre bouquet en Autriche (AustriaSat). Fin 2011, le groupe M7 s'est porté acquéreur des deux bouquets satellite CS Link et Skylink, ciblant la République tchèque et la République slovaque.

Avec la loi du 17 décembre 2010 portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et huit règlements d'accompagnement datés du même jour, le Luxembourg a finalisé la transposition de la Directive Services de médias audiovisuels de l'Union européenne et actualisé l'une de ses principales lois relatives aux médias.

nem Bouquet „Tële vun der Post“ und 15 000 Abonnenten im Dezember 2010 ein bedeutsamer Konkurrent. 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.

2009 betrieb die M7-Gruppe in Luxemburg die Satellitenbouquets CanalDigitaal, TV Vlaanderen und TéléSAT mit Zielpublikum in Belgien und den Niederlanden. 2010 hat sie ein Satellitenbouquet in Luxemburg gestartet (TéléSAT Luxembourg) sowie ein weiteres in Österreich (AustriaSat). Ende 2011 hat die M7-Gruppe die beiden Satellitenbouquets CS Link und Skylink mit Zielpublikum in der Tschechischen bzw. der Slowakischen Republik erworben.

Mit dem *Loi du 17 décembre 2010 portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques* (Gesetz vom 17. Dezember 2010 zur Änderung des geänderten Gesetzes vom 27. Juli 1991 über elektronische Medien, elektronisches Mediengesetz 2010) sowie acht begleitenden Beschlüssen vom gleichen Tag hat Luxemburg die Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste abgeschlossen und eines seiner wichtigsten Gesetze für die Medien novelliert.

Sources: CNP (Conseil National des Programmes): <http://www.cnp.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 2007-2010

EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09	
CLT-UFA	adv	RTL Tele Lëtzebuerg, RTL4, RTL5, RTL7, RTL8, RTL9, RTL-TVi, Club RTL,...	687.4	681.9	602.8	680.4	12.9%	
DVL.TV ¹	thtv	Luxe TV	~	~	~	~	~	
RTL9	thtv	RTL9	~	~	~	~	~	
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
iTunes SARL ²	3G TV	iPhone App Store	224.5	353.4	515.4	737.3	43.1%	
Entreprise des P&T ³	3play, 3G TV	La Télé des P&T, Mobile TV	546.8	521.3	520.6	523.1	0.5%	
Orange Luxembourg ³	3G TV	Orange Mobile TV	~	41.8	50.2	63.8	27.1%	
Eltrona Interdiffusion S.A. ³	CATV, ISP	Eltrona Câble TV	14.1	18.1	18.3	22.3	21.9%	
Numéricâble (formerly Coditel S.A.)	3play	Numéricâble TV	14.3	~	~	~	~	
Sogel	CATV	Digivision	25.5	~	12.8	12.5	-2.3%	
M7 Group S.A.	sat-TV	TéléSAT Luxembourg (LU), CanalDigitaal (NL), TV Vlaanderen (BE - VLG), TéléSat (BE - CFB).	-	-	~	~	~	

¹ In bankruptcy in November 2010. The company was taken over by Opuntia S.A. in November 2010.

² 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.

³ Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

Basic figures

A 31.12.2010.
B 07.2011.

C 07.2011.
D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	512		Eurostat
Households	–	205		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	97.0%	199		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	65.9%	135		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	59.5%		122	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	18.5%		38	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	18.5%		38	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	5.4%		11	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	5.4%	11		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	5.4%		11	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	88.3%		181	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	71.2%	146		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	86.3%	177		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	75.6%	155		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	55 3 companies (Eltrona, Numéricable, Sogel), 20 municipal administrations and 32 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	3 Entreprise des P&T, iTunes SARL ¹ , Orange Luxembourg (France Telecom)

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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	6	7
Regional / Local	4	3	7
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets	2	34	36
Total	7	48	55
Foreign channels targeting the country			0

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Cable Numericable	Cable Eltrona	Satellite M7 Group (TéléSat)	IPTV Entreprise des P&T
Generalist - national	6	4	5	1	6
Generalist - foreign	1	24	28	12	30
Adult		2	9	4	7
Children		20	15	14	20
Culture/ education/ documentary		21	21	10	21
Entertainment/ TV fiction/ games	4	21	23	11	24
Film		5	10	4	10
HD simulcast of an existing channel	1	11	21		17
Home shopping		2	1	1	1
International linguistic and cultural		6	5		5
Lifestyle/ specific leisure/ travel	1	14	7	9	11
Music		17	10	9	11
News/ business		24	20	1	18
Parliament/ government/ administration		2	1		1
Regional/ local		4	5		5
Religion			1		1
Sports		16	18	3	23
Various		7	6		4
Total (including HD channels)	13 (1)	206 (21)	206 (29)	79 (0)	215 (22)

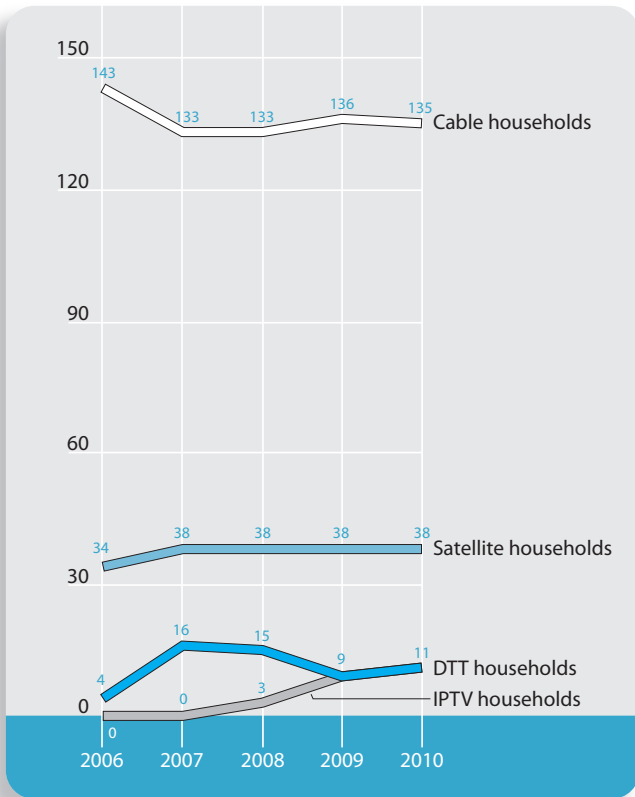
² TéléSat also gives access to more than 400 free to air satellite channels.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

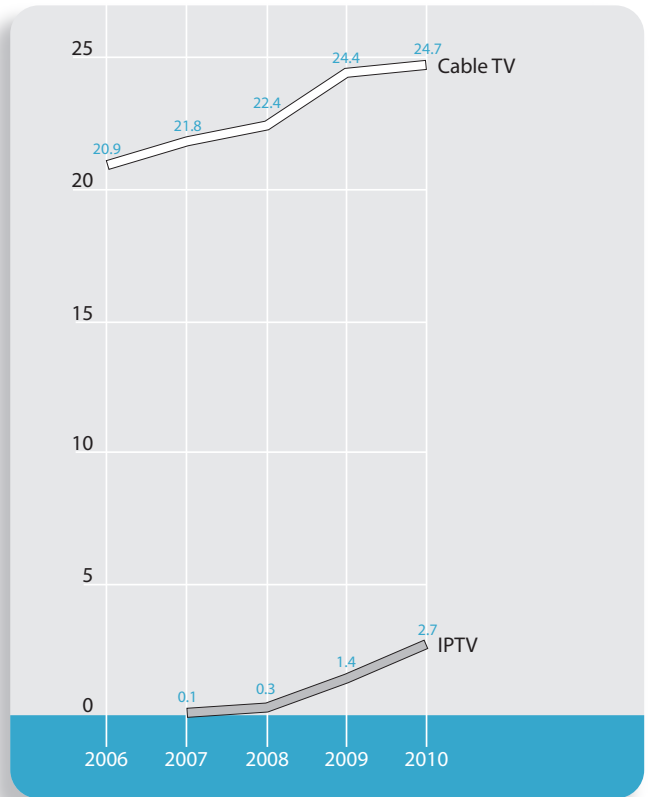
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

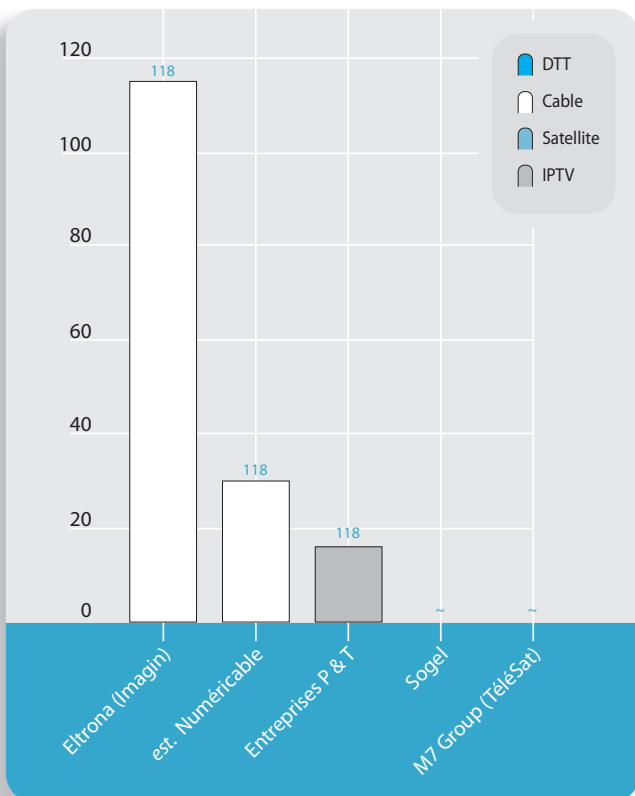
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

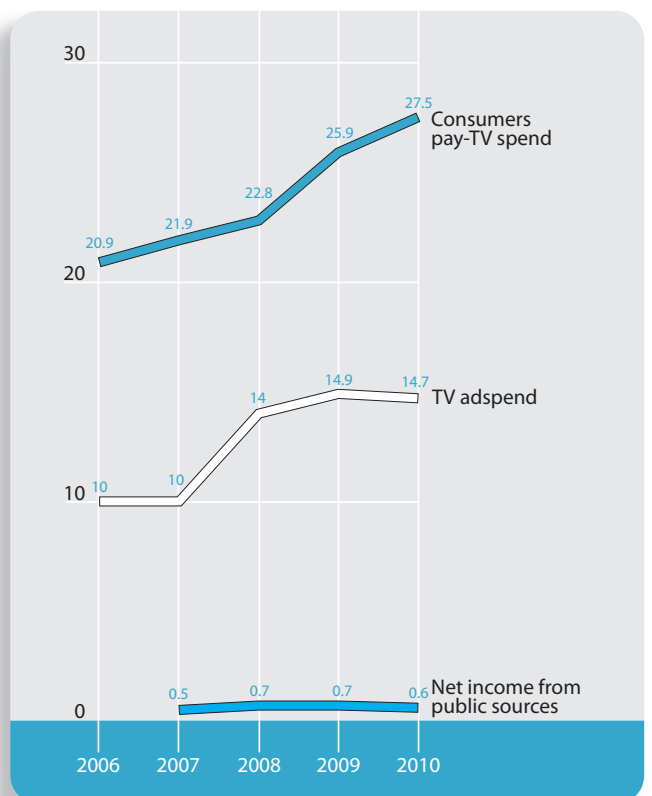
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest and IP Key Facts

T.1.LU.2
G.1.LU.1

RTL Group financial situation 2007-2010

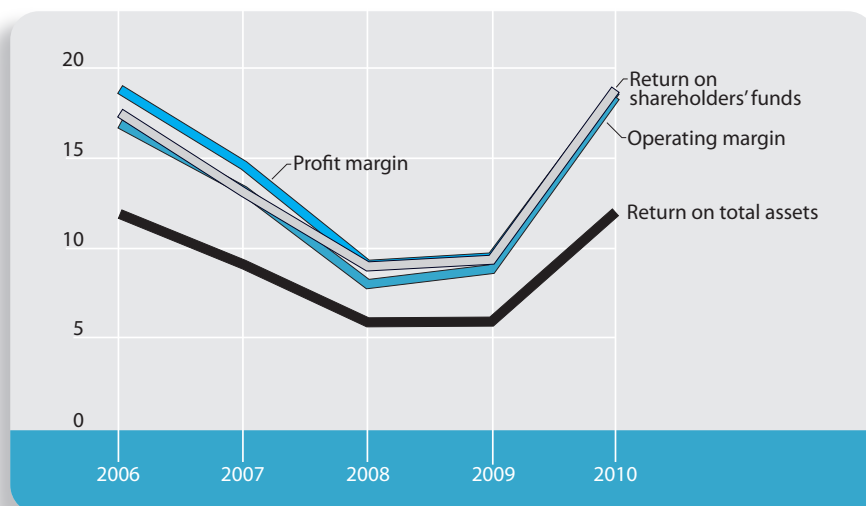
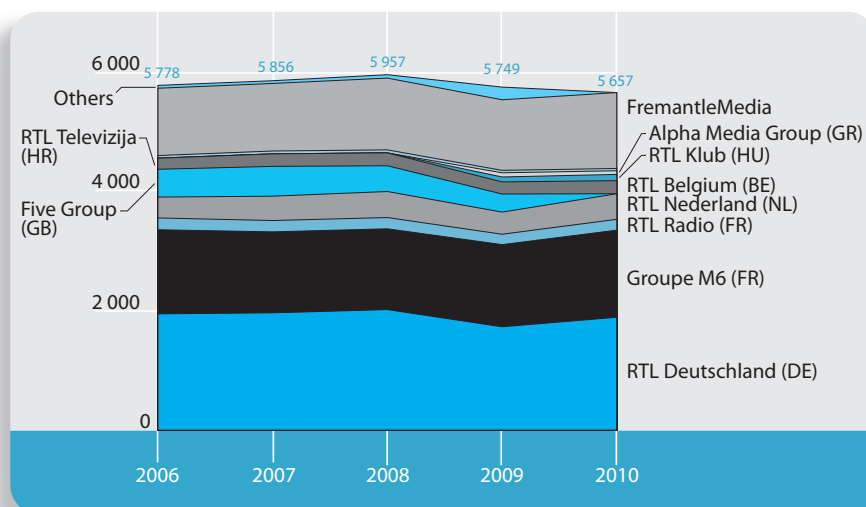
EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
RTL Deutschland (DE)	1 966	2 020	1 732	1 892	33.8%	34.2%	31.3%	33.8%	9.2%
Groupe M6 (FR)	1 357	1 354	1 377	1 459	23.4%	22.9%	24.9%	26.1%	6.0%
RTL Radio (FR)	190	189	174	182	3.3%	3.2%	3.1%	3.3%	4.6%
RTL Nederland (NL)	408	436	371	429	7.0%	7.4%	6.7%	7.7%	15.6%
Five Group (GB) ①	499	432	303	-	8.6%	7.3%	5.5%	-	-
RTL Belgium (BE)	210	216	203	219	3.6%	3.7%	3.7%	3.9%	7.9%
RTL Klub (HU)	-	-	83	105	-	-	1.5%	1.9%	26.5%
Alpha Media Group (GR)	-	-	70	61	-	-	1.3%	1.1%	-12.9%
RTL Televizija (HR)	48	50	41	38	0.8%	0.8%	0.7%	0.7%	-7.3%
FremantleMedia	1 132	1 203	1 183	1 272	19.5%	20.4%	21.4%	22.8%	7.5%
Others	46	57	212	-	0.8%	1.0%	3.8%	-	-100.0%
Eliminations	-235	-280	-246	-66	-	-	-	-	-73.2%
Total	5 810	5 900	5 537	5 591	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.0%
Operating revenues after eliminations	5 778	5 811	5 455	5 643					3.4%

	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Expenditures	5 016	5 345	4 972	4 577	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.9%
of which depreciation	213	161	191	195	4.2%	3.0%	3.8%	4.3%	2.1%
Net result	674	296	298	730					145.0%
Operating margin (%)	13.19	8.02	8.85	18.4					

① Five was sold in July 2010 to Northern & Shell.

Source: RTL Group, European Audiovisual Observatory

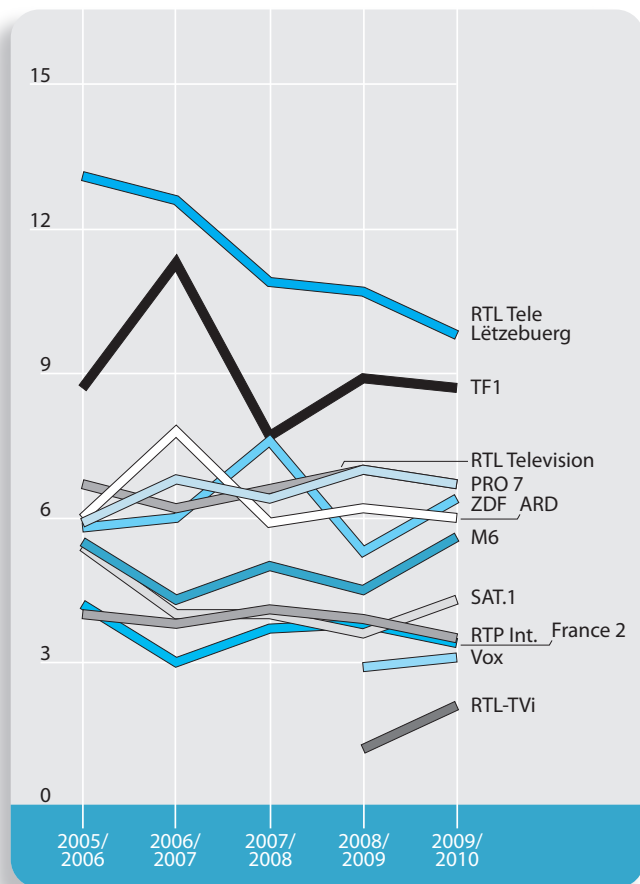


T.1.LU.3
G.1.LU.2 TV audience market share in Luxembourg
2005-2010 In %, 12 years +.

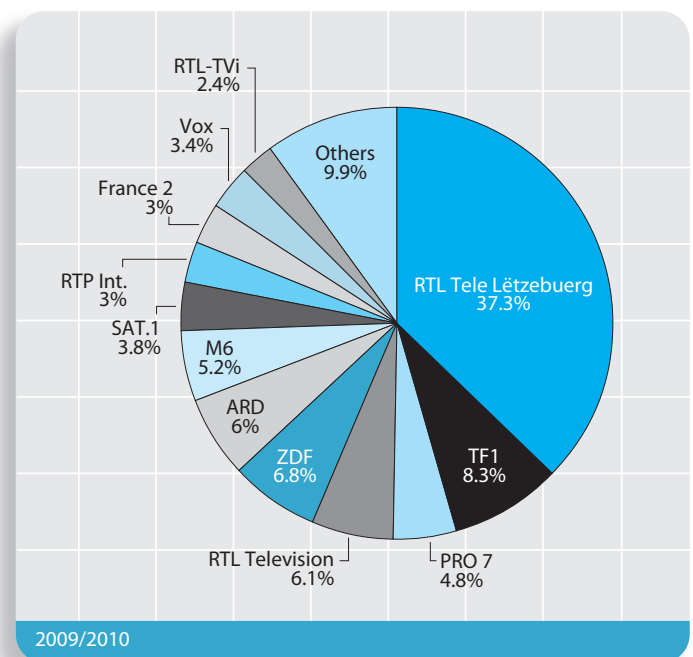
Channels	Daily share					Timeslot 19:00-20:00				
	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2009/ 2010	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2009/ 2010
RTL Tele Lëtzebuerg	13.1	12.6	10.9	10.7	9.8	44.5	42	41.9	39	37.3
TF1	8.7	11.3	7.7	8.9	8.7	8.4	9.4	4.9	7	8.3
PRO 7	5.9	6.8	6.4	7.0	6.7	5	3.8	4.3	5.2	4.8
RTL Television	6.7	6.2	6.6	7.0	6.7	4	6.3	6.1	6.9	6.1
ZDF	5.8	6.0	7.6	5.3	6.4	3.2	3.3	3.7	2.8	6.8
ARD	6.0	7.8	5.9	6.2	6.0	2.5	3.7	2.7	2.6	6
M6	5.5	4.3	5.0	4.5	5.6	3.1	1.5	3.2	3.4	5.2
SAT.1	5.4	4.0	4.0	3.6	4.3	4.1	2.6	1.7	1.7	3.8
RTP Int.	4.0	3.8	4.1	3.9	3.5	~	2.1	4.1	2.7	3
France 2	4.2	3.0	3.7	3.8	3.4	2.4	2.2	1.7	1.9	3
Vox	~	~	~	2.9	3.1	~	~	~	~	3.4
RTL-TVi	~	~	~	1.2	2.1	~	~	~	~	2.4
Others	34.7	34.2	38.1	35.0	33.7	22.8	23.1	25.7	26.8	9.9

Source: ILReS TV/IP for 2005-2006, TNS-ILReS Plurimedia for 2006-2010

Daily share. In %, 12 years +.



Timeslot 19:00-20:00. In %, 12 years +.



The Latvian broadcasting market is still dominated by the two private channels LNT and TV3. Formerly operated by News Corporation and now controlled by NNM (Neatkarīgie Nacionālie Mediji), LNT continued to lead the market in 2010 but is evidently in sharp decline: it now only has 14% market share (compared with 20% in 2006) and is closely followed by TV3, which is controlled by the Swedish group MTG (Modern Times Group), with 13.5% and the Russian-language channel PBK. The first public channel LTV1 posted a daily audience market share of just 8.8% in 2010.

The distribution of television services is dominated by the cable operators, who supply about 40% of households. The two main providers are Baltkom and Izzi, with 140 000 and 110 000 subscribers respectively in December 2010. After an agreement on the merger of the two companies had been announced, the plan was abandoned in spring 2011 and Baltkom finally came under the control of AXA Private Equity – Resource Partners. The cable operator changed its name to Baltcom in September 2011 and completely overhauled its service.

The incumbent operator Lattelecom, 51% owned by the Latvian state and, indirectly, 49% owned by Sweden's TeliaSonera group, is present in the other distribution market segments. The company markets the country's main IPTV platform, which has an increasing number of subscribers (69 000 in December 2010), and operates the only digital terrestrial television platform (115 000 subscribers at the end of 2010).

DTT was launched in Latvia in 2009 and, after a brief transition period, analogue terrestrial transmissions were switched off in June 2010. The investigation opened by the Latvian competition authority against Lattelecom in March 2010 for abuse of its dominant position on the pay-TV market was discontinued in September 2011. However, relations between Lattelecom and certain broadcasters, such as TV3, are still tense and TV3, which for a long time refused to be distributed on the DTT network, announced its intention to withdraw from the free-to-air terrestrial service at the beginning of 2012. 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.

A new law on the electronic media which aimed, among other things, at transposing the AVMS Directive, was passed in 2010.

Le marché letton de la radiodiffusion demeure dominé par les deux chaînes privées LNT et TV3. Anciennement éditée par News Corporation et désormais contrôlée par NNM (Neatkarīgie Nacionālie Mediji), LNT conserve en 2010 la tête du marché mais apparaît en net recul : elle ne rassemble plus que 14 % de part de marché (contre 20 % en 2006) et est donc talonnée par TV3, contrôlée par le groupe suédois MTG (Modern Times Group), avec 13,5 %, puis par la chaîne russophone PBK. La première chaîne publique LTV1 ne recueille en 2010 plus que 8,8 % de part de marché d'audience quotidienne.

La distribution de services de télévision est dominée par les câblo-opérateurs qui équiperont environ 40 % des foyers. Les deux principaux sont Baltkom et Izzi, avec respectivement 140 000 et 110 000 abonnés en décembre 2010. Après l'annonce d'un accord sur la fusion entre les deux sociétés, le projet a été abandonné au printemps 2011 et Baltkom est finalement passé sous le contrôle de la société de capital-investissement AXA Private Equity - Resource Partners. Le câblo-opérateur a changé de nom en septembre 2011 pour devenir Baltcom et a refondu complètement son offre.

L'opérateur historique Lattelecom, possédé à 51 % par l'Etat letton et à 49 %, indirectement, par le suédois TeliaSonera, est présent sur les autres segments du marché de la distribution. La société commercialise la principale plate-forme IPTV du pays, qui recueille un nombre croissant d'abonnés (69 000 en décembre 2010) et elle opère l'unique plate-forme de télévision numérique terrestre (115 000 abonnés fin 2010).

La TNT a été lancée en 2009 en Lettonie, et, après une courte transition, les transmissions analogiques terrestres ont été éteintes en juin 2010. L'enquête ouverte contre Lattelecom en mars 2010 par l'autorité de la concurrence lettonne pour abus de position dominante sur le marché de la télévision payante a été fermée en septembre 2011. Pour autant, les relations entre Lattelecom et certains radiodiffuseurs comme TV3 ne sont pas apaisées, et TV3, qui a longtemps refusé d'être distribué sur le réseau TNT, a annoncé sa volonté de se retirer de l'offre terrestre gratuite au début de l'année 2012. Dernier problème, les chaînes terrestres locales disent ne pas pouvoir supporter les coûts de la transmission numérique, aussi elles continuent d'émettre en analogique.

Une nouvelle loi sur les médias électroniques, visant entre autres à transposer la directive SMAV, a été adoptée en 2010.

Der lettische Rundfunkmarkt wird weiterhin von den beiden Privatsendern LNT und TV3 dominiert. LNT wurde zunächst von News Corporation betrieben, bevor NNM (Neatkarīgie Nacionālie Mediji) die Kontrolle über den Sender übernahm, der 2010 Marktführer blieb, wenn auch mit deutlichen Einbußen: Er erzielte nur noch einen Marktanteil von 14 % (gegenüber 20 % 2006), knapp vor TV3 (der schwedischen Modern Times Group, MTG) mit 13,5 % und dem russischsprachigen Sender PBK. Der größte öffentlich-rechtliche Fernsehdienst LTV1 kam 2010 nur noch auf einen täglichen Zuschauermarktanteil von 8,8 %.

Die Verbreitung von Fernsehdiensten ist fest in der Hand der Kabelnetzbetreiber, die etwa 40 % der Haushalte versorgen. Die beiden wichtigsten sind Baltkom und Izzi mit 140 000 bzw. 110 000 Abonnenten im Dezember 2010. Nachdem zunächst eine Vereinbarung über die Fusion beider Unternehmen angekündigt war, wurde das Projekt im Frühjahr 2011 aufgegeben und Baltkom fiel schließlich an die Kapitalbeteiligungsgesellschaft AXA Private Equity – Resource Partners. Der Kabelnetzbetreiber änderte im September 2011 seinen Namen in Baltcom und richtete sein Angebot völlig neu aus.

Der etablierte Betreiber Lattelecom, zu 51 % im Besitz des lettischen Staates und zu 49 % indirekt im Besitz des schwedischen Konzerns Telia-Sonera, ist in den anderen Segmenten des Verbreitungsmarktes präsent. Das Unternehmen vermarktet die wichtigste IPTV-Plattform des Landes, die steigende Abonnentenzahlen verzeichnet (69 000 im Dezember 2010), und es betreibt die einzige Plattform für digitales terrestrisches Fernsehen (115 000 Abonnenten Ende 2010).

DVB-T wurde in Lettland 2009 gestartet und die Abschaltung der analogen terrestrischen Übertragung erfolgte nach einer kurzen Übergangszeit im Juni 2010. Die gegen Lattelecom im März 2010 von der lettischen Wettbewerbsbehörde eingeleitete Untersuchung wegen Missbrauchs der marktbeherrschenden Position im Bereich des Bezahlfernsehens wurde im September 2011 eingestellt. Dennoch hat sich das Verhältnis zwischen Lattelecom und einigen Rundfunkveranstaltern wie TV3 nicht verbessert. TV3 weigerte sich lange, über das DVB-T-Netz verbreitet zu werden, und kündigte die Absicht an, sich Anfang 2012 aus dem Markt der frei empfangbaren terrestrischen Angebote zurückzuziehen. 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.

Ein neues Gesetz über elektronische Medien, das unter anderem auch die AVMD-Richtlinie umsetzen soll, wurde 2010 verabschiedet.

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	2 230		Eurostat
Households	–	857		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	100.0%	857		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	39.6%	339		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	7.8%		67	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	11.9%		102	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	11.9%		102	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	8.1%	69		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	13.8%		118	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	13.8%	118		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	30.6%		262	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	13.4%	115		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	64.1%		549	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	74.8%	641		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	64.8%	555		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	49.4%	423		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	57 Balticom, Baltkom TV, Dautkom, Elektronis & K SIA, Izzi, Ostkom, etc.
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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	9	11
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		19	19
Regional / Local		23	23
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets		3	3
Total	2	54	56
Foreign channels targeting the country	2	8	10

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	^E Pay digital terrestrial Lattelecom	Cable Baltkom	Cable Izzi	Satellite Viasat	IPTV Lattelecom
Generalist - national	3	4	4	4	5	4
Generalist - foreign		1	11	8	1	7
Adult		1	4	6	3	3
Children		11	9	9	9	17
Culture/ education/ documentary		13	16	16	10	17
Minority interest groups				1		
Entertainment/ TV fiction/ games	1	19	27	22	7	26
Film		4	12	10	15	16
HD simulcast of an existing channel			1	3	1	3
International linguistic and cultural		2	6	5	3	2
Lifestyle/ specific leisure/ travel		4	5	3		6
Music		4	12	15	4	13
News/ business		4	10	15	6	12
Regional/ local			3	2		
Religion			2	1		
Sports		8	13	16	9	16
Various			6	2		2
Total	4 (0)	75 (2)	141 (2)	138 (4)	73 (3)	144 (7)

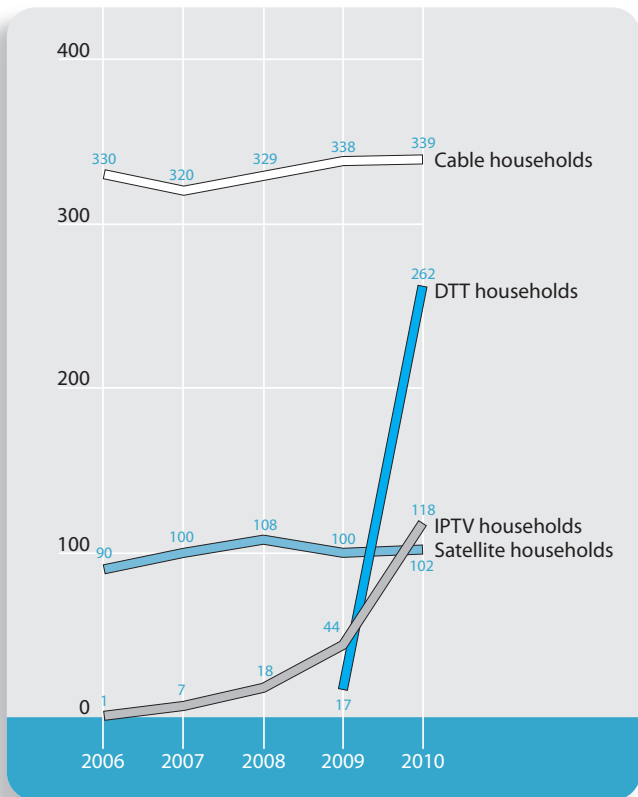
^E Includes free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

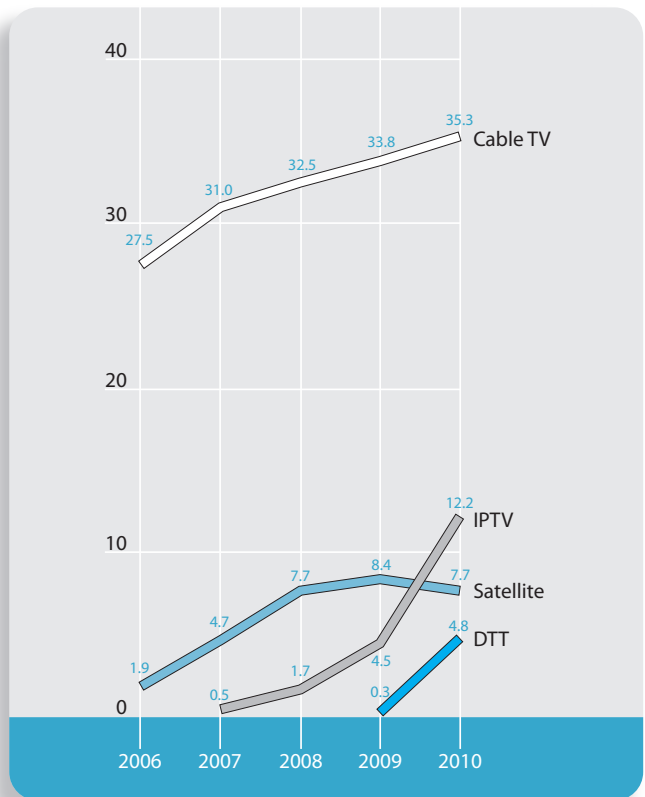
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

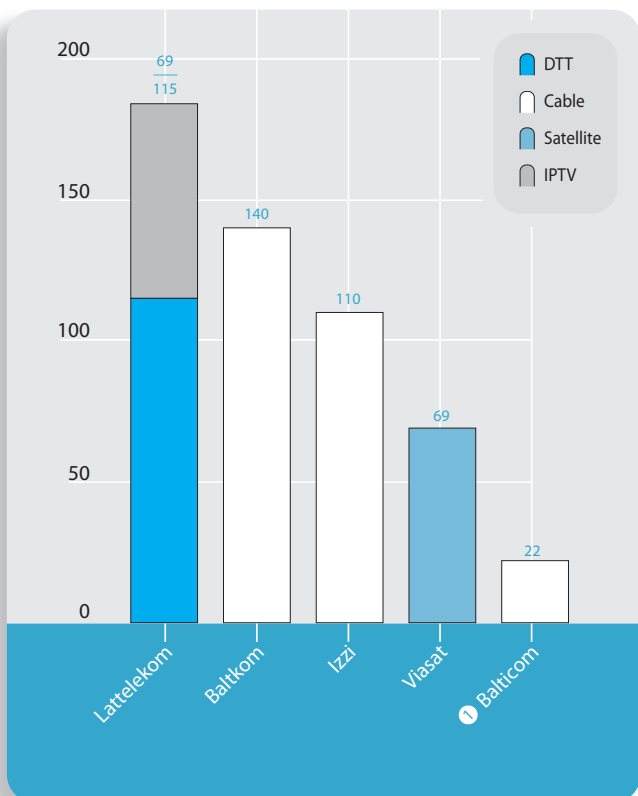
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.

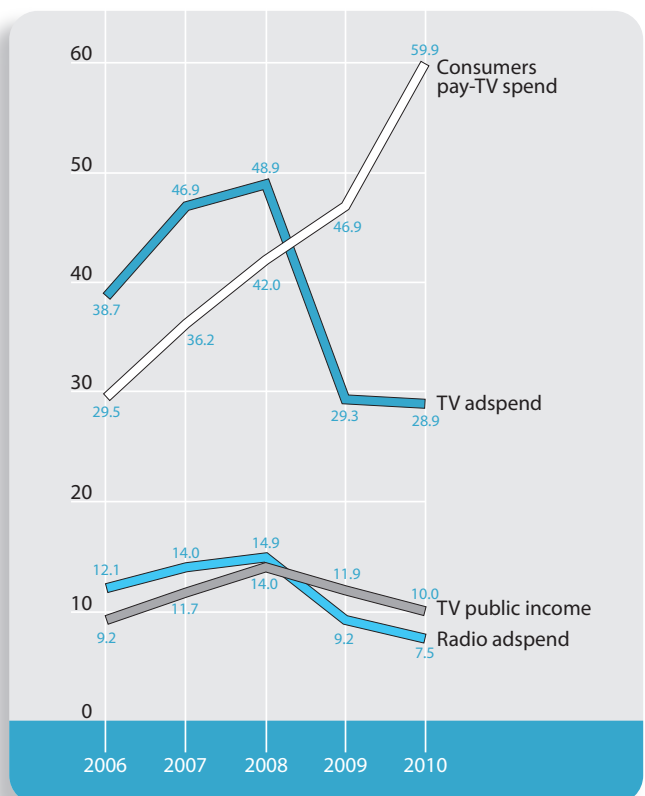


① Data for end 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2007-2010

LVL million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Latvijas Televizija	sptv	LTV 1, LTV 7	14.3	15.7	12.2	11.1	-9.0%
TV 3 Latvia SIA	adtv	TV3	11.2	12.0	8.6	~	~
Latvijas Neatkarīga Televizija	adtv	LNT	10.0	11.1	8.1	8.0	-1.0%
Pirmais Baltijas Kanals SIA	thtv	PBK Latvia	8.8	3.2	~	~	~

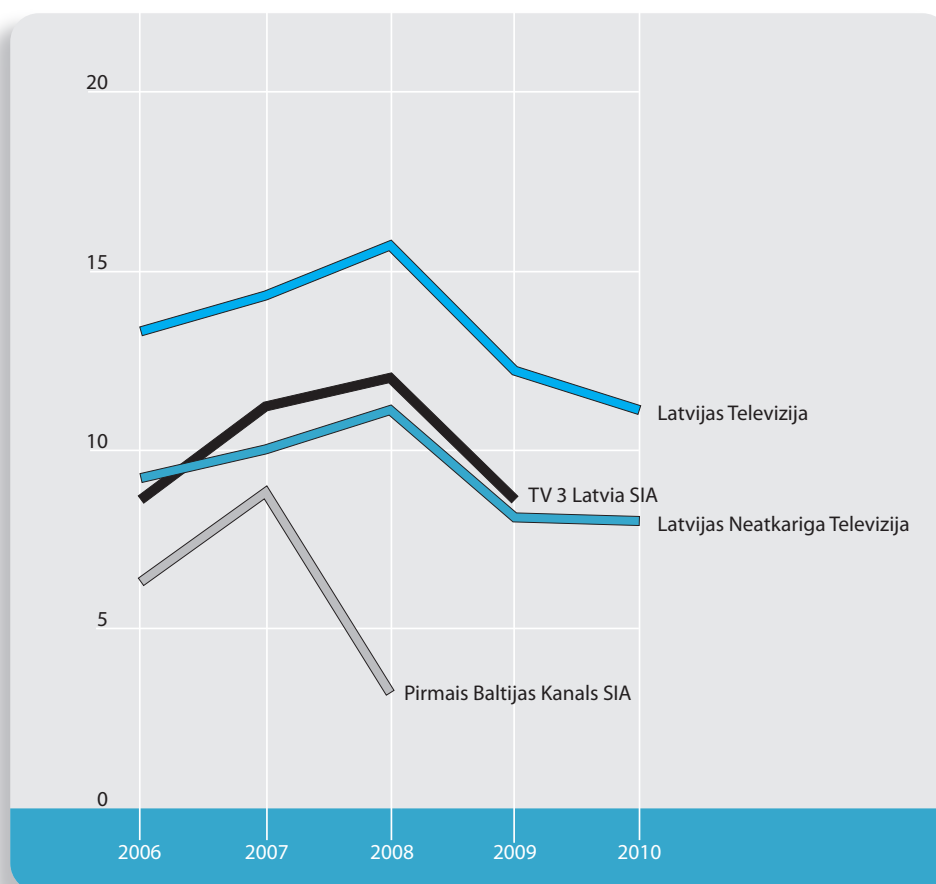
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Lattecom SIA ①	3play, DTT	Interaktīva TV		153.7	160.6	141.7	141.0	-0.5%
Latvijas Mobilais Telefons ①	3G TV	Mobila TV		195.3	195.1	152.1	134.8	-11.4%
Bité Latvija SIA ①	3G TV	Bité Latvia TV		11.8	16.3	22.7	27.7	22.0%
Baltkom TV SIA ① ②	3play	Baltkom Digital TV		10.5	12.8	13.7	12.1	-11.7%
Izzi SIA ①	3play	Izzi TV		0.9	6.4	6.6	6.9	4.5%
Dautkom TV SIA	CATV	Dautkom TV		2.3	~	~	~	~
Balticom AS ①	3play	Balticom Televizija		2.3	2.6	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

② Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

LVL million.



T.1.LV.2
G.1.LV.2

Latvijas Televizija SIA financial situation 2007-2010

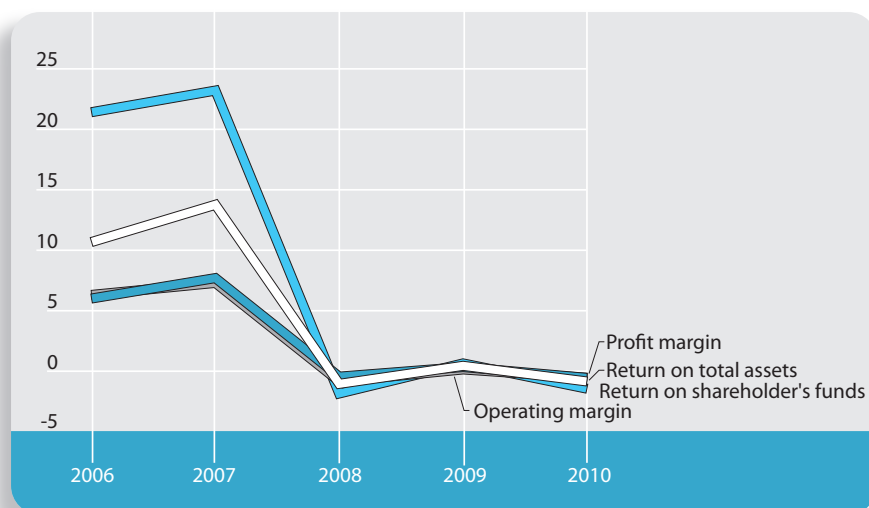
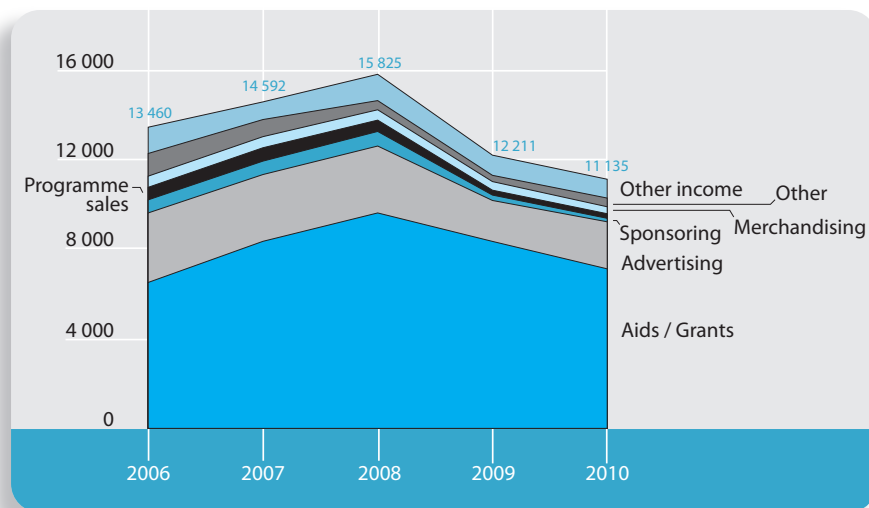
LVL thousand.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Public income	8 360	9 629	8 357	7 130	57.3%	60.8%	68.4%	64.0%	-14.7%
- Aids / Grants	8 360	9 629	8 357	7 130	57.3%	60.8%	68.4%	64.0%	-14.7%
Commercial income	5 442	5 020	2 954	3 163	37.3%	31.7%	24.2%	28.4%	7.1%
- Advertising	2 985	2 990	1 829	2 103	20.5%	18.9%	15.0%	18.9%	15.0%
- Sponsoring	600	652	241	156	4.1%	4.1%	2.0%	1.4%	-35.3%
- Programme sales	597	506	219	205	4.1%	3.2%	1.8%	1.8%	-6.4%
- Merchandising	496	463	384	311	3.4%	2.9%	3.1%	2.8%	-19.0%
- Other	765	410	280	389	5.2%	2.6%	2.3%	3.5%	38.9%
Other income	789	1 175	901	841	5.4%	7.4%	7.4%	7.6%	-6.7%
Total revenues	14 590	15 825	12 212	11 134	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-8.8%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Costs of employees	5 147	6 919	4 780	3 968	43.9%	49.6%	45.5%	40.7%	-17.0%
Operating expenditure	11 723	13 949	10 495	9 749	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.1%

Net result	2007	2008	2009	2010
Net result	1 097	94	57	116
Operating margin	7.2	-1	0	-0.7

Source: LTV, European Audiovisual Observatory



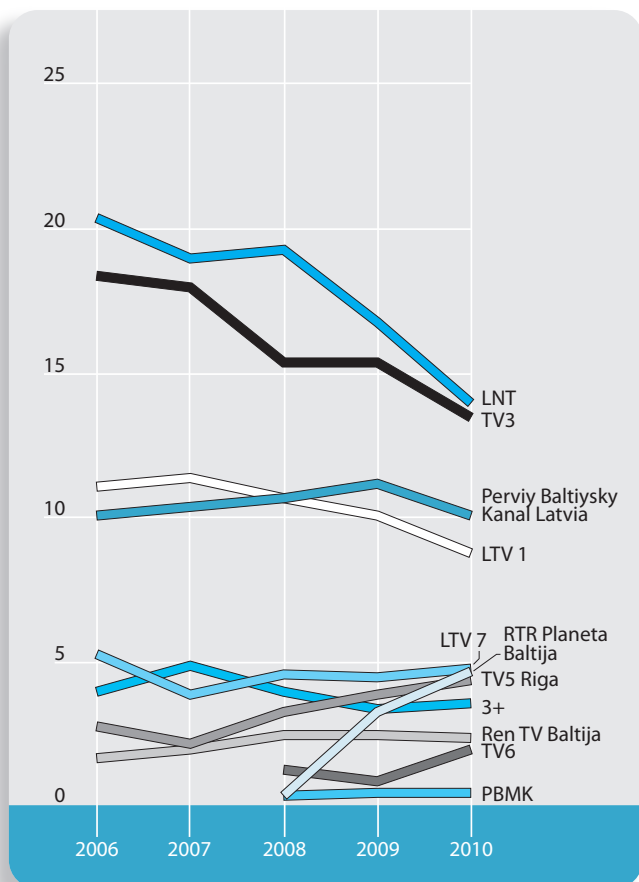
T.1.LV.3
G.1.LV.3

TV audience market share in Latvia
2006-2010 In %, 4 years +.

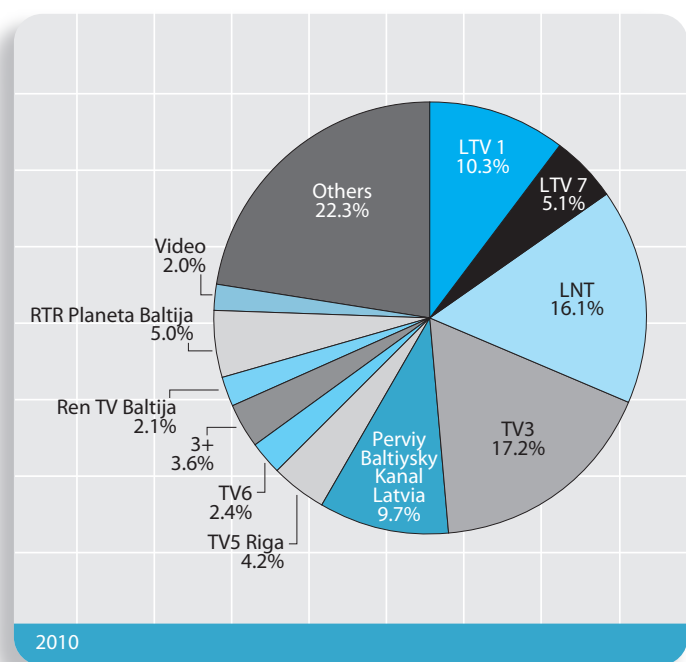
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
LTV 1	11.1	11.4	10.7	10.1	8.8	16.1	15.5	14.6	12.2	10.3
LTV 7	5.3	3.9	4.6	4.5	4.8	5.0	3.6	4.3	4.9	5.1
Latvian public channels	16.4	15.3	15.3	14.6	13.6	21.1	19.1	18.9	17.1	15.4
LNT	20.4	19.0	19.3	16.8	14.0	20.5	19.3	19.8	18.8	16.1
TV3	18.4	18.0	15.4	15.4	13.5	18.4	19.1	16.3	17.5	17.2
Perviy Baltiysky Kanal Latvia	10.1	10.4	10.7	11.2	10.1	11.0	11.1	11.5	11.7	9.7
TV5 Riga	2.8	2.2	3.3	3.9	4.4	2.5	2.4	3.6	4.3	4.2
TV6			1.3	0.9	2.0			1.4	0.9	2.4
Main Latvian private channels	51.7	49.6	50.0	48.2	44.0	52.4	51.9	52.6	53.2	49.6
3+	4.0	4.9	4.0	3.4	3.6	4.3	5.8	4.1	3.3	3.6
Ren TV Baltija	1.7	2.0	2.5	2.5	2.4	1.9	1.8	2.2	2.2	2.1
MTV Latvija		0.2	0.2	-	-		0.1	0.1	-	-
PBMK			0.4	0.5	0.5			0.2	0.2	0.2
RTR Planeta Baltija			0.4	3.3	4.7			0.3	3.2	5.0
Main foreign channels	5.7	7.1	7.5	9.7	11.2	6.2	7.7	6.9	8.9	10.9
Others	24.4	25.8	24.7	25.4	28.6	19.0	19.6	19.6	19.1	22.1
Video	1.8	2.2	2.5	2.1	2.6	1.3	1.7	2.0	1.7	2.0

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS LATVIA
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Kantar Media (TV Meters Survey)

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (21:00-00:00). In %, 4 years +.



The television market in the former Yugoslav Republic of Macedonia consists of 52 private and 4 public channels, the latter operated by the public service broadcaster MRT. 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), the third channel is the Assembly channel and the 4th channel is an international satellite channel.

A dramatic development in the Macedonian television market was the closure of the most popular channel A1 TV in July 2011, which in 2009 had a 26% share of the market. The broadcasting company went into bankruptcy in the summer of 2011 and then the frequency was withdrawn by the Electronic Communications Agency. This and other events in the media landscape have received some international criticism as media outlets have been closing due to government investigations regarding tax fraud. It has been suggested that the outlets are targeted as they are critical of the government.

The Broadcasting Act was amended in 2010. These amendments were intended to ensure the independence and financial stability of the Macedonian public service broadcaster, MRTV, after years of underfunding and reliance on state aid to cover its operating costs.

The cable operators, which reach about half of households, have been subject to several consolidation processes. The most important cable operator is the Bulgarian company Blizoo. At the same time, new methods of distribution have emerged. Makedonski Telekom (controlled by Deutsche Telekom) launched MaxTV, the first Macedonian IPTV package, in November 2008. It had 34 000 subscribers in June 2011. 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 also launched a DTT network covering 95% of homes. In September 2010, Boom TV had 40 000 subscribers.

Le paysage télévisuel 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.

Un événement spectaculaire pour le marché de la télévision macédonienne s'est produit avec l'arrêt de la chaîne la plus populaire, A1 TV, en juillet 2011. Sa part de marché était de 26 % en 2009. La société de radiodiffusion a fait faillite au cours de l'été 2011 ; la fréquence a été retirée par l'Agence des communications électroniques. Cet événement et d'autres survenus dans le paysage médiatique ont été critiqués au niveau international, des médias ayant dû fermer en raison d'enquêtes pour fraude fiscale menées par le gouvernement. Il a été suggéré que ces médias avaient été visés pour avoir critiqué le gouvernement.

La loi sur la radiodiffusion a été modifiée en 2010. Les amendements à cette loi doivent garantir l'indépendance et la stabilité financière du radiodiffuseur macédonien de service public, Radiotélévision macédonienne (MRTV), après des années de sous-financement et de dépendance aux aides de l'Etat pour couvrir les frais d'exploitation.

Les câblo-opérateurs, qui équipent environ la moitié des foyers, ont connu plusieurs mouvements de consolidation. Le principal câblo-opérateur est la société bulgare Blizoo. Parallèlement, de nouveaux modes de distribution ont émergé. Ainsi Makedonski Telekom (contrôlé par Deutsche Telekom) a lancé MaxTV en novembre 2008, le premier bouquet IPTV macédonien. Celui-ci enregistrait 34 000 abonnés en juin 2011. Cosmofon, une filiale de Telekom Slovenije, a lancé un bouquet 3G composé de 4 chaînes pour son réseau de téléphonie portable à l'été 2009.

À l'initiative du Telekom Slovenia Group, trois entreprises de télécommunication (Cosmofon, Germanos et On.Net) ont fusionné en 2010 sous le nom de One. En septembre 2009, Cosmofon a lancé un réseau TNT couvrant 95 % des foyers. En septembre 2010, Boom TV comptait 40 000 abonnés.

Die Fernsehlandschaft 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.

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.

Eine dramatische Entwicklung auf dem mazedonischen Fernsehmarkt erfolgte im Juli 2011 mit der Schließung des beliebtesten Senders A1 TV, der einen Marktanteil von 26 % hatte. Das Unternehmen musste im Sommer 2011 Konkurs anmelden, woraufhin die Frequenz von der Agentur für elektronische Kommunikation zurückgezogen wurde. Dieses und andere Ereignisse in der Medienlandschaft sind international auf einige Kritik gestoßen, da auch verschiedene andere Medien in Folge von Ermittlungen wegen Steuerhinterziehung ihren Betrieb eingestellt haben. Es gibt Vermutungen, die Medien seien wegen regierungskritischer Äußerungen Ziel der Ermittlungen gewesen.

Das Rundfunkgesetz wurde 2010 novelliert. Mit dieser Novelle verfügt der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter Mazedoniens (MRTV) nach Jahren der Unterfinanzierung und der Abhängigkeit von staatlichen Beihilfen zur Deckung seiner Betriebskosten über eine gewisse Unabhängigkeit und finanzielle Stabilität.

Die Kabelnetzbetreiber, die rund die Hälfte der Haushalte versorgen, haben deutliche Veränderungen erlebt. Wichtigster Kabelnetzbetreiber ist das bulgarische Unternehmen Blizoo. 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. Im Juni 2011 zählte es 34 000 Abonnenten. Cosmofon ging im Sommer 2009 mit einem aus vier Sendern bestehenden 3G-Bouquet auf Sendung.

Auf Betreiben der Telekom Slovenia Group fusionierten 2010 drei Telekommunikationsunternehmen (Cosmofon, Germanos und On.Net) zum Unternehmen One. Cosmofon startete im September 2009 ein DVB-T-Netz, das 95 % der Haushalte abdeckt. Im September 2010 hatte Boom TV 40 000 Abonnenten.

Basic figures

A 31.12.2010. C 08.2011.
B 08.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)		2 057	State Statistical Office 2010
Households		507	
TV households	98.92%	502	European Audiovisual Observatory
Cable TV households	69.05%	350	Agency for Electronic Communications Annual Report 2010
Digital cable TV households	~	~	
DTH/SMATV households	~	~	
Dig. DTH/SMATV households	0.28%	1	Agency for Electronic Communications Annual Report 2010
IPTV subscription	12.59%	64	Agency for Electronic Communications Annual Report 2010
Installed DVB-T receivers	17.65%	90	Agency for Electronic Communications Annual Report 2010
Total digital TV households	30.54%	155	European Audiovisual Observatory
Households with PC	~	~	
Households with broadband connections	37.20%	189	State Statistical Office 2010

TV channels distributors ^B	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) - (Telekom Slovenije)
Mobile phone TV packagers	1 One (Boom TV) - (Telekom Slovenije)

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	5	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	17	18
Regional / Local		57	57
Regional / Local windows			
Channels targeting foreign markets			
Total	4	79	83

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

T.1.MK.1

Operating revenues of TV companies in the "Former Yugoslav Republic of Macedonia" 2006-2010 MKD million.

Main broadcasters	Channels	2006	2007	2008	2009	2010
MKRT	sptv MKTV1, 2, 3	~	~	~	~	~
A1 Televizija Dooel	adtv A1	315.8	424.6	~	~	~
Televizija Sitel	adtv Sitel	~	253.4	~	~	~
Kanal 5 d.o.o.e.l.	adtv Kanal 5	~	188	~	~	~
Telma d.o.o.el.	thtv telma	~	106.6	~	~	~

Main distributors	Services	Package	2006	2007	2008	2009	2010
Makedonski Telekom AD ¹	3play	MaxTV	17 144	17 192	15 118	13 596	~
Cosmofon ^{1 2}	3G TV	Live TV	3 372	3 899	4 126	~	~
One Ad	DTT, 3GTV	Boom TV	3 372	3 899	~	3 636.7	~
Robi Dooel	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

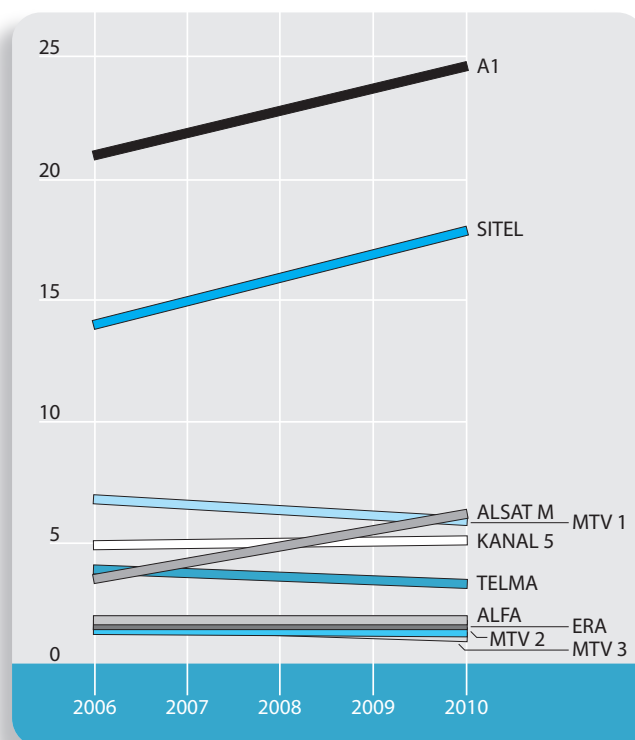
TV audience market share in the "Former Yugoslav Republic of Macedonia" 2009-2010

In %, 4 years +.

Channels	Daily share		Prime time (17:00-23:00)	
	2009	2010	2009	2010
MTV 1	6.8	5.9	5.8	5.0
MTV 2	1.4	1.3	1.5	1.2
MTV 3	1.6	1.1	1.4	0.8
Public channels	9.8	8.3	8.7	7.0
A1	21.0	24.7	26.0	31.2
A2	1.4	0.9	1.2	0.7
SITEL	14.0	17.9	15.7	20.5
SITEL 3	0.5	0.5	0.3	0.3
KANAL 5	4.9	5.1	5.0	4.8
ALSAT M	3.5	6.2	4.0	7.4
TELMA	3.9	3.3	3.6	2.8
SKY NET	0.4	0.3	0.3	0.2
ERA	1.6	1.6	1.8	1.5
MTM	0.3	0.2	0.2	0.1
ALFA	1.8	1.8	1.5	1.6
K-15	0.3	0.1	0.2	0.1
Main private channels	53.6	62.6	59.8	71.2
Others	36.6	29.1	31.5	21.8

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

Daily share. 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 2011, the public channel TVM continues to dominate the market with 35.8% of the average daily audience. It is followed by One TV with 13.9% and Net TV with 5.3%. Italian channels are very popular in Malta, capturing a market share of more than 18%. 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 56% of daily audiences.

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 2010, had approximately 83 000 subscribers (more than 70 000 of whom subscribed to a digital package). Melita offers more than 160 channels, including the only package of HD channels available in Malta. It also launched a video on demand service in July 2011. Meanwhile, GO operates a subscription-based digital terrestrial television (DTT) platform offering more than 60 channels. GO had around 60 000 subscribers in December 2010.

The GO pay-TV platform was for a long time the only way to receive digital terrestrial television in Malta. Scheduled for 2009, the multiplex operated by the public broadcaster and intended to offer free-to-air transmissions was not launched until February 2011. The first two channels transmitted on this multiplex were the public channels TVM and Education 22. They were joined by four private channels in summer 2011: Favourite Channel, Net TV, One TV and Smash TV. These channels were granted licences by the regulatory authority on the basis of the consultation launched in 2010 on the eligibility criteria for channels meeting general interest objectives.

The analogue switch-off, first scheduled for December 2010 and initially postponed to June 2011, should finally take place on 31 October 2011.

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 radio-diffusion entre avril et juin 2011, la chaîne publique TVM continue de dominer le marché avec 35,8 % de part de marché d'audience quotidienne. Derrière elle se trouve One TV avec 13,9 % puis Net TV avec 5,3 %. Les chaînes italiennes sont très regardées à Malte : elles rassemblent plus de 18 % 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 56 % de l'audience quotidienne.

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 câblo-opérateur du pays et enregistré à la fin de l'année 2010 environ 83 000 abonnés (dont plus de 70 000 à une offre numérique). Melita propose plus de 160 chaînes, dont l'unique bouquet de chaînes HD disponible à Malte. Melita a aussi inauguré un service de vidéo à la demande en juillet 2011. Face à Melita, GO opère une plateforme payante de télévision numérique terrestre (TNT) qui transmet plus d'une soixantaine de chaînes. GO compte en décembre 2010 environ 60 000 abonnés.

La plate-forme payante GO a longtemps représenté l'unique mode d'accès à la télévision numérique terrestre à Malte. Prévu pour 2009, le multiplex opéré par le radiodiffuseur public et destiné aux transmissions gratuites n'a été inauguré qu'en février 2011. Les deux premières chaînes transmises sur ce multiplex ont été les chaînes publiques TVM et Education 22. Quatre chaînes privées les ont rejointes à la fin de l'été 2011 : Favourite Channel, Net TV, One TV et Smash TV. Ces chaînes se sont vu attribuer des licences par l'autorité de régulation sur la base de la consultation sur les critères d'éligibilité des chaînes à objectifs d'intérêt général (OIG) lancée en 2010.

L'extinction des signaux analogiques terrestres, initialement programmée en décembre 2010 et repoussée une première fois à juin 2011, devrait finalement avoir lieu le 31 octobre 2011.

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 2011 dominierte der öffentlich-rechtliche Sender TVM mit einem täglichen Zuschauermarktanteil von 35,8 % weiterhin den Markt. Auf den Plätzen finden sich One TV mit 13,9 % und Net TV mit 5,3 %. Die italienischen Sender waren in Malta sehr beliebt: Sie kamen auf einen Marktanteil von über 18 %. 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 56 %.

Viele maltesischen Haushalte haben sich für ein Bezahlfernsehabonnement entschieden, obwohl es nur wenige Verbreitungsunternehmen gibt: Melita und GO bilden weiterhin ein Dyopol in diesem Markt. Melita ist der einzige Kabelnetzbetreiber des Landes und hatte Ende 2010 etwa 83 000 Abonnenten (davon über 70 000 für ein Digitalangebot). Melita hat über 160 Sender im Angebot, darunter auch das einzige Bouquet in Malta mit HD-Kanälen, und betreibt seit Juli 2011 auch einen Video-Abrufdienst. GO betreibt eine Bezahlplattform für digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) mit über sechzig Sendern und hatte im Dezember 2010 etwa 60 000 Abonnenten.

Die Bezahlplattform GO bot in Malta lange Zeit den einzigen Zugang zum digitalen terrestrischen Fernsehen. Der für 2009 geplante und vom öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter betriebene Multiplex für ein frei empfangbares Programm wurde erst im Februar 2011 in Betrieb genommen. Die beiden ersten über diesen Multiplex ausgestrahlten Sender waren die öffentlich-rechtlichen Sender TVM und Education 22. Ende des Sommers 2011 kamen vier Privatsender dazu: Favourite Channel, Net TV, One TV und Smash TV. Diesen vier Sendern wurden von der Regulierungsbehörde auf der Grundlage eines 2010 durchgeführten Konsultationsverfahrens zu den Kriterien für die Anerkennung von Sendern mit Programm von allgemeinem Interesse die Sendelizenzen erteilt.

Die ursprünglich für Dezember 2010 geplante und ein erstes Mal auf Juni 2011 verschobene Abschaltung der analogen terrestrischen Signale sollte schließlich am 31. Oktober 2011 erfolgen.

Malta hat im Juni 2010 die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste umgesetzt und dazu acht verschiedene Gesetze erlassen.

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	418		Eurostat
Households	–	139		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.3%	138		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	60.4%	84		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	41.7%		58	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	2.9%		4	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	2.9%		4	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	0.0%		0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	38.8%		54	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	43.2%	60		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	83.5%		116	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	103.6%	144		European Audiovisual Observatory
Households with PC	68.3%	95		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	65.5%	91		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	12	14
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		18	18
Regional / Local			0
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets			0
Total	2	30	32
Foreign channels targeting the country	2		2

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Analogue terrestrial	Free digital terrestrial	¹ Pay digital terrestrial Go	Cable Melita
Generalist - national	4	1	4	5
Generalist - foreign			7	13
Children			7	12
Culture/ education/ documentary		1	10	13
Entertainment/ TV fiction/ games			6	11
Film			3	7
HD simulcast of an existing channel				11
Home shopping				3
International linguistic and cultural				8
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	20
Music			4	17
News/ business			6	12
Regional/ local				1
Religion			1	4
Sports			15	24
Various			1	4
Total (including HD channels)	4 (0)	2 (0)	68 (0)	165 (16)

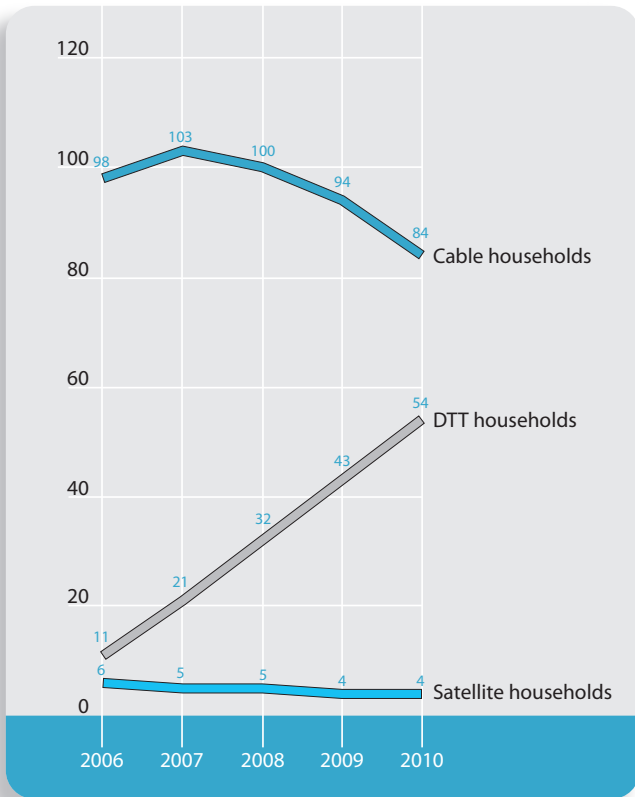
¹ Includes free DTT.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

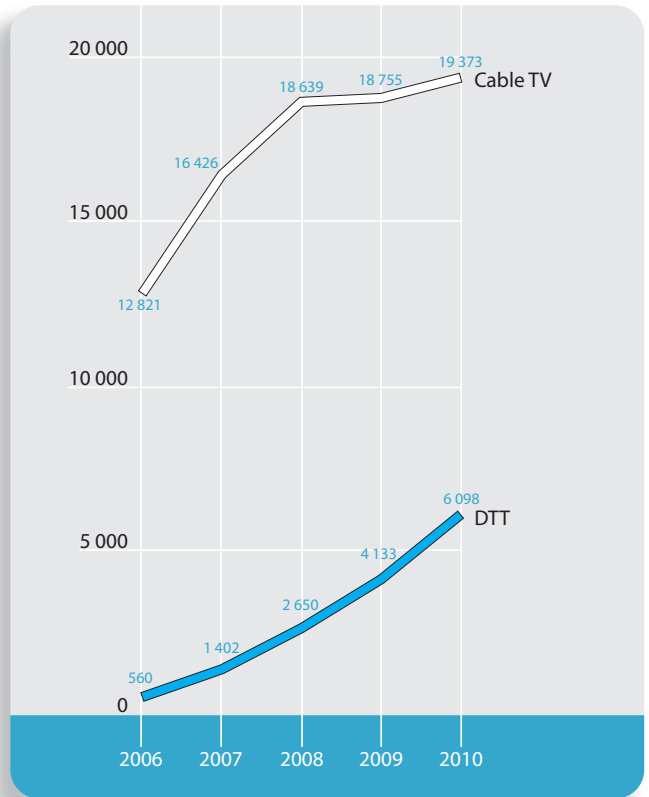
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

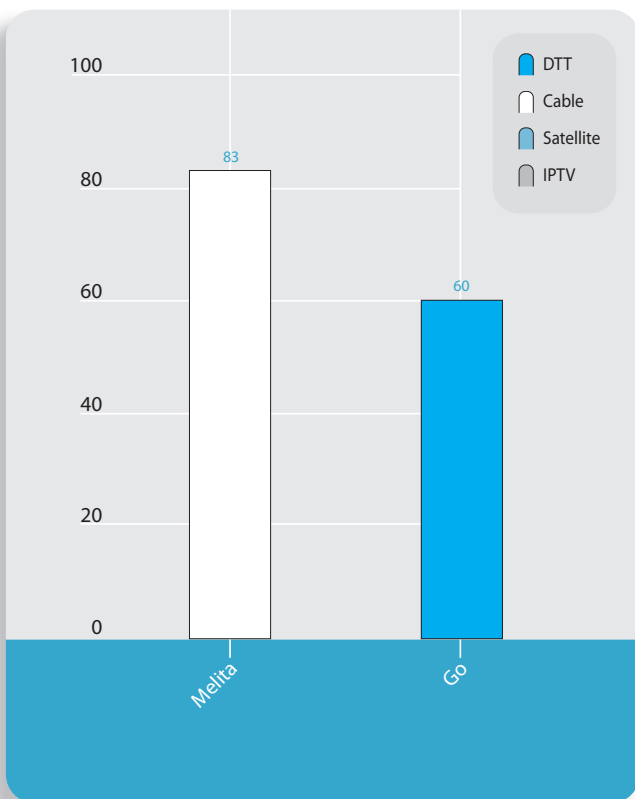
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

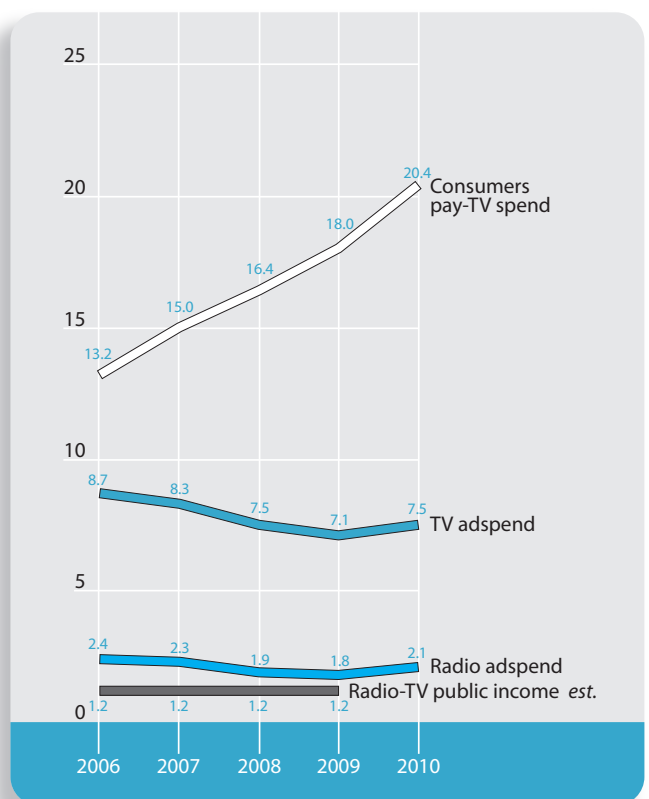
In thousands.



Source: Malta Communications Authority, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

EUR million.



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

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

T.1.MT.1

Operating revenues of the main television companies in Malta 2006-2010

EUR million.

Main broadcasters		Channels	2006	2007	2008	2009	2010	2010/09
Public Broadcasting Services Ltd	sptv	TVM	5,6	6,5	6,1	5,8	8,2	40.9%
One Productions Ltd	adtv	OneTV	~	~	~	2,1	~	~

Main distributors		Services	Packages	2006	2007	2008	2009	2010	2010/09
Go PLC ①		4play, 3G TV	Go TV	130,9	133,1	128,0	124,7	~	~
Melita PLC ①		4play	Melita TV	31,6	33,1	38,9	~	~	~

① Includes telecommunication and broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.MT.2

PBS financial situation

G.1.MT.1

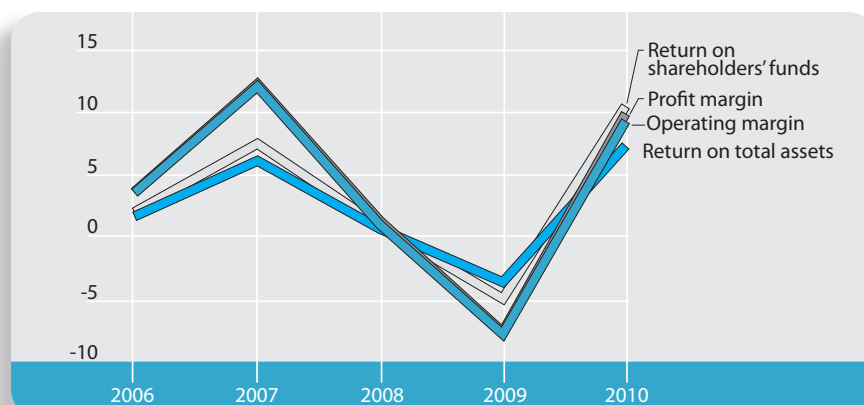
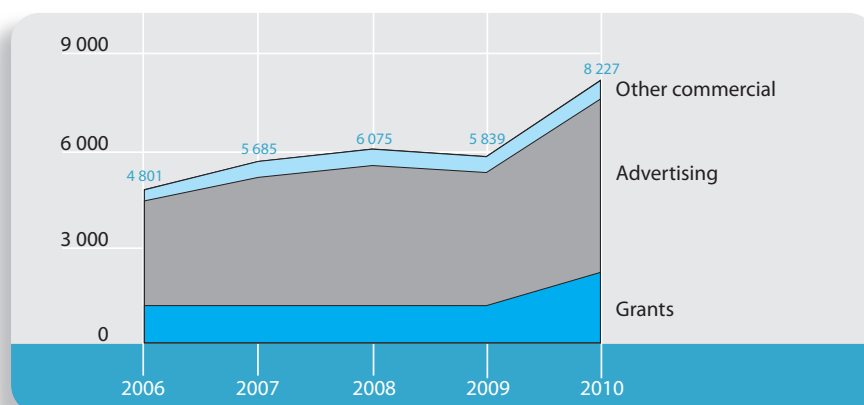
2006-2010 EUR thousand. As at 30 September.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Public income	1 165	1 165	1 164	2 206	19.8%	19.2%	20.0%	26.9%	89.5%
Grants	1 165	1 165	1 164	2 206	19.8%	19.2%	20.0%	26.9%	89.5%
Commercial income	4 519	4 903	4 668	6 009	76.8%	80.8%	80.0%	73.1%	28.7%
Advertising	4 020	4 390	4 172	5 433	68.3%	72.3%	71.5%	66.1%	30.2%
Other commercial	499	513	496	576	8.5%	8.5%	8.5%	7.0%	16.1%
Others	1	7	7	12	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	71.4%
Total	5 884	6 068	5 832	8 215	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	40.9%

Purchase of goods and services	3 919	4 025	4 109	5 448	78.5%	67.0%	65.3%	73.1%	32.6%
Cost of employees	834	1 850	1 885	1 898	16.7%	30.8%	30.0%	25.5%	0.7%
Amortisation	242	136	299	105	4.8%	2.3%	4.8%	1.4%	-64.9%
Expenditure	4 995	6 011	6 293	7 451	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	18.4%

P/L for period	443	-12	-311	536.0					-272.3%
Operating margin	12.1%	0.94%	-7.90%	9.3%					

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.MT.3
G.1.MT.2

TV audience market share in Malta 2009-2011

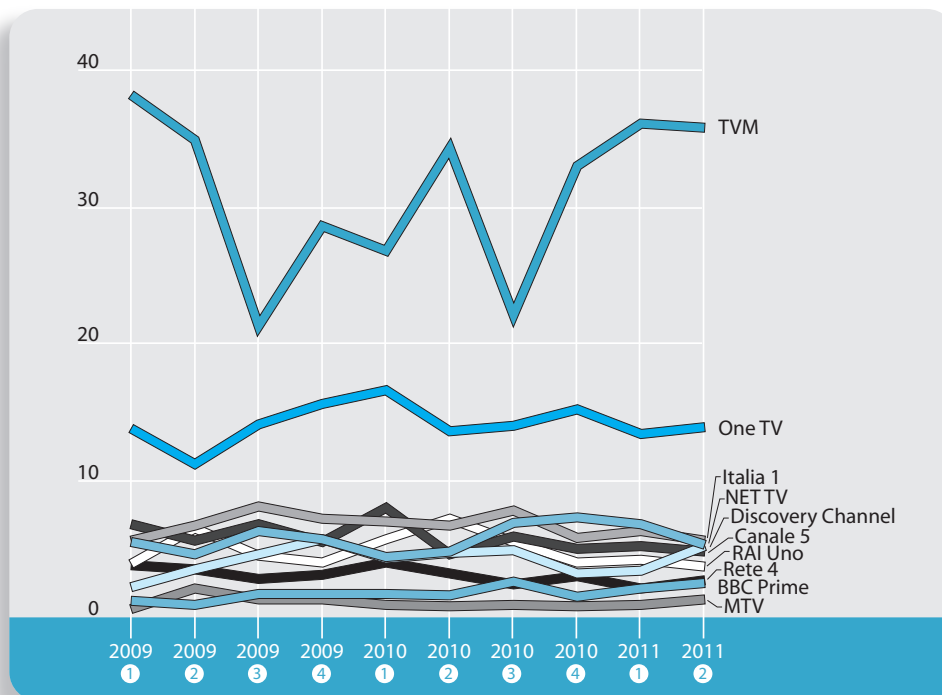
In %, 12 years +.

Channels	Daily share									
	2009 ^①	2009 ^②	2009 ^③	2009 ^④	2010 ^①	2010 ^②	2010 ^③	2010 ^④	2011 ^①	2011 ^②
TVM	38.2	34.9	21.3	28.6	26.8	34.3	22.1	33.0	36.1	35.8
One TV	13.8	11.2	14.1	15.6	16.6	13.6	14.0	15.2	13.4	13.9
NET TV	5.5	4.6	6.3	5.7	4.4	4.8	6.9	7.3	6.8	5.3
Smash TV	0.4	1.0	4.6	0.8	0.4	0.5	0.6	0.1	0.2	0.2
Education 22		0.1		0.2	0.0	0.2	0.2			0.3
ITV			0.1	0.1	0.1					
Family TV	0.7	0.3								
Favourite Channel	1.3	0.8	1.6	1.4	0.6	0.5	0.7	0.2	0.2	0.3
Calypso Music TV					0.2	1.0	0.2	0.1		0.2
RAI (RAI Uno, RAI Due, RAI Tre)	6.8	8.6	6.6	6.0	7.9	8.3	7.7	5.7	6.3	5.2
- RAI Uno	3.9	6.5	4.5	4.0	5.7	7.2	5.5	4.0	4.2	3.7
- RAI Due	2.1	1.5	1.5	1.2	1.6	0.6	1.8	1.1	1.7	1.1
- RAI Tre	0.8	0.6	0.6	0.8	0.6	0.5	0.4	0.6	0.4	0.4
Mediaset (Canale 5, Italia 1, Rete 4)	16.2	15.8	17.7	15.8	19.0	14.5	16.1	13.8	13.6	13.1
- Rete 4	3.8	3.5	2.8	3.1	4.0	3.2	2.4	3.0	2.1	2.7
- Canale 5	6.8	5.6	6.8	5.5	8.0	4.6	5.9	5.0	5.2	4.8
- Italia 1	5.6	6.7	8.1	7.2	7.0	6.7	7.8	5.8	6.3	5.6
Discovery Channel	2.2	3.5	4.6	5.7	4.3	4.7	4.9	3.2	3.4	5.2
MTV	0.6	2.1	1.3	1.3	0.9	0.8	0.9	0.8	0.9	1.3
BBC Prime	1.2	0.9	1.7	1.7	1.7	1.6	2.6	1.5	2.1	2.5
BBC World	0.3	0.3	0.2							
Others	12.8	15.9	19.9	17.1	17.1	15.2	23.1	19.1	17.0	16.7

- 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. The third provider, SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 and Veronica), was sold by ProSiebenSat.1 Media AG in May 2011 to Joop de Mol's Talpa Media group, which is associated with the Finnish group Sanoma.

In 2010, the daily audience share of Ned 1 rose by 1.5%, thus enabling the channel to reach 21.5%, which was higher than the figure posted in 2008. Following the public channel in audience share terms are the private channels RTL4 and SBS6 with 14.4 and 10% 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 slightly under 7%, while the figure for the four private channels - NET 5, RTL 7, RTL 5 and Veronica - is between 3 and 5%. Eight 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 2010, more than 75% of households had access via cable to a multichannel 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 December 2010, and UPC Nederland (Liberty Global), with 1.93 million. Following these are CAIW and Delta.

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 multichannel television market. Although the cable subscription rate is still high, it has been decreasing for several years.

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. KPN announced in November 2011 that it was increasing its stake in Reggefiber from 41% to 60%, thus gaining control of the company and the FTTH network. 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

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. Le troisième pôle SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 ou Veronica) a été revendu en mai 2011 par ProSiebenSat.1 Media AG au groupe Talpa Media de Joop de Mol, associé au groupe finlandais Sanoma.

En 2010, l'audience quotidienne de Ned 1 a augmenté de 1,5 %, permettant à la chaîne d'atteindre un niveau de 21,5 % supérieur à celui atteint en 2008. Derrière la chaîne publique se trouvent les chaînes privées RTL4 et SBS6 avec respectivement 14,4 % et 10 %, de parts de marché plutôt en progression depuis deux ans. Les deux autres chaînes publiques (Ned 2 et Ned 3) rassemblent un peu moins de 7 % de l'audience chacune puis quatre chaînes privées, RTL7, RTL5, NET5 et Veronica, se situent entre 3 et 5 % de part de marché. Huit autres chaînes rassemblent entre 1 et 2 % de l'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 2010, ce sont ainsi plus de 75 % des ménages qui ont accès, par le câble, à une plate-forme multi-chaînes 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 3,1 millions d'abonnés en décembre 2010 et UPC Nederland (Liberty Global) avec 1,9 million de clients TV. Derrière se trouvent CAIW et Delta.

CAIW a été le premier à procéder à l'extinction des transmissions analogiques par câble en octobre 2010. La numérisation des réseaux câblés constitue un défi pour les câblo-opérateurs traditionnels aux Pays-Bas, menacés par les nouvelles formes de concurrence sur le marché de la télévision multi-chaînes. 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 qui est édité par le groupe M7 depuis le Luxem-

Die wichtigsten Rundfunkanbieter auf dem niederländischen Markt waren die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit den nationalen Sendern Ned 1, Ned 2, Ned 3 und den unter Ned 24 zusammengefassten Digital-sendern, aber auch die RTL-Gruppe, deren Sender RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 und RTL Lounge luxemburgischem Recht unterliegen. Das dritte Schwergewicht, SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 und Veronica), wurde im Mai 2011 von der ProSiebenSat.1 Media AG an die Talpa Media Group von Joop de Mol verkauft, der an der finnischen Gruppe Sanoma beteiligt ist.

Der durchschnittliche Zuschaueranteil von Ned 1 stieg 2010 um 1,5 %, womit der Sender auf 21,5 % kam, ein besseres Ergebnis als 2008. Dahinter folgten 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) entfielen jeweils knapp 7 %, während die verbleibenden Privatsender (RTL 7, RTL 5, NET 5 und Veronica) auf 3 bis 5 % Marktanteil kamen. Acht weitere Sender erreichten 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 2010 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 3,1 Mio. Abonnenten im Dezember 2010 und UPC Nederland (Liberty Global) mit 1,9 Mio. TV-Kunden. Dahinter folgen CAIW und Delta.

CAIW war der erste Betreiber, der im Oktober 2010 das analoge Kabelfernsehen abgeschaltet hat. Die Digitalisierung der Kabelnetze stellt für die traditionellen Kabelnetzbetreiber in den Niederlanden eine große Herausforderung dar, da sie mit dem Multikanalfernsehen neuen Formen des Wettbewerbs gegenüberstehen. So ist die Zahl der Kabelhaushalte zwar nach wie vor hoch, aber seit einigen Jahren beständig rückläufig.

2010 ist in den Niederlanden das Fernsehen über Glasfaserkabel (FTTH) an den Start gegangen. Der Betreiber Glashart Media (Reggefiber) bot über die bestehenden Glasfasernetze mehrere analoge und digitale Pakete an, darunter zahlreiche HD-Kanäle. Das Unternehmen KPN hat im November 2011 eine Erhöhung seiner Beteiligung an Reggefiber von 41 auf 60 % gemeldet, womit die Kontrolle über das Unternehmen und das FTTH-Netz an

platform had 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 been successful 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 Digitenne package is now distributed by at least five companies in addition to KPN: EDPnet, Scarlet, Tele2 and Technos and Onlin.nl, owned by the Deutsche Telekom group. The DTT penetration has reached more than 13% of homes and KPN said it had 895 000 subscribers in December 2010.

The Dutch public service broadcasting system is made up of some twenty national and 350 local broadcasters. On 16 December 2010 the General Court of the European Union handed down a decision in an action for annulment brought by the Netherlands and the Dutch Broadcasting Foundation - NOS, a public service broadcaster, regarding state aid for the latter. After receiving complaints by several Dutch commercial broadcasters, the Commission initiated an investigation regarding the funding of public service broadcasters in the Netherlands. It concluded in Decision 2008/136/EC that several ad hoc payments made by the Netherlands to the NOS constituted State aid. The Commission found that ad hoc State aid granted to the NOS in its capacity as the PO for its public service mission in the Netherlands public service broadcasting system was incompatible with the common market and had to be recovered from the NOS by the Netherlands. The amount decided upon for recovery was EUR 76.327 million, plus interest. The NOS and the Netherlands argued before the Court that categorising the ad hoc funding as State aid and as new aid was incorrect. These arguments were mainly based on the assertion that the NOS should not be regarded as an undertaking. The General Court rejected these arguments.

bourg, continue de représenter une alternative à la télévision par câble. La plateforme 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 l'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 Digitenne est désormais distribué par au moins cinq firmes (KPN bien sûr mais aussi EDPnet, Scarlet, Tele2, Technos et Onlin.nl, du groupe Deutsche Telekom. La TNT équipe plus de 13 % des foyers et KPN revendique 895 000 abonnés en décembre 2010.

Le système néerlandais de service public se compose d'une vingtaine de radiodiffuseurs nationaux et d'environ 350 radiodiffuseurs locaux. Le 16 décembre 2010, le Tribunal de l'Union européenne a rendu un arrêt dans un recours en annulation introduit par les Pays-Bas et la NOS radiodiffuseur de service public, au sujet des aides d'Etat dont a bénéficié cette dernière. Après avoir reçu plusieurs plaintes de radiodiffuseurs commerciaux néerlandais, la Commission européenne avait ouvert une enquête sur le financement des radiodiffuseurs de service public. Elle a conclu dans sa Décision 2008/136/CE que plusieurs paiements ad hoc versés par les Pays-Bas à la NOS constituaient une aide d'Etat. La Commission a considéré que l'aide d'Etat ad hoc accordée à la NOS dans ses fonctions de diffuseur public pour sa mission de service public dans le système de radiodiffusion de service public aux Pays-Bas était incompatible avec le marché commun et que son montant devait être remboursé par la NOS à l'Etat néerlandais. Le montant à récupérer a été fixé à 76,327 millions EUR, majoré des intérêts. La NOS et les Pays-Bas ont fait valoir devant le Tribunal que la qualification d'aide d'Etat et d'aide nouvelle du financement ad hoc était incorrecte. Ces arguments étaient essentiellement basés sur l'affirmation selon laquelle la NOS ne devrait pas être considérée comme une entreprise. Le Tribunal a rejeté ces arguments.

KPN übergeht. 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 hatte 2010 rund 800 000 Abonnenten. 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 Digitenne wird inzwischen von mindestens vier weiteren Unternehmen neben KPN vermarktet: EDPnet, Scarlet, Tele2, Technos und Online.nl, das zur Deutschen Telekom gehört. DVB-T ist in über 13 % der Haushalte vertreten, KPN meldet kontinuierlich steigende Abonnentenzahlen (nach eigenen Angaben 899 000 im Dezember 2010).

Der niederländische öffentlich-rechtliche Rundfunk umfasst rund 20 nationale und 350 lokale Sender. Am 16. Dezember 2010 verkündete das Gericht der Europäischen Union (EuG) einen Beschluss in einer Nichtigkeitsklage, die von den Niederlanden und der niederländischen Rundfunkstiftung NOS, einem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter, in Bezug auf staatliche Beihilfen für Letzteren eingebracht worden war. Aufgrund von Beschwerden mehrerer kommerzieller niederländischer Rundfunkveranstalter leitete die Kommission eine Untersuchung zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter ein. In ihrem Beschluss 2008/136/EG kam sie zu dem Schluss, dass mehrere Ad-hoc-Zahlungen der Niederlande an die NOS staatliche Beihilfen darstellen. Die Kommission befand, dass staatliche Ad-hoc-Beihilfen, die der NOS in ihrer Eigenschaft als Sendeanstalt für ihren öffentlich-rechtlichen Auftrag im öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem der Niederlande gewährt werden, nicht mit dem Binnenmarkt vereinbar und von den Niederlanden von der NOS zurückzuverlangen seien. Der zurückzufordernde Betrag wurde auf 76,327 Mio. EUR zuzüglich Zinsen festgesetzt.

Die NOS und die Niederlande machten vor Gericht geltend, die Einstufung der Ad-hoc-Zahlungen als staatliche Beihilfen und als neue Beihilfen sei nicht korrekt. Diese Argumente stützten sich im Wesentlichen auf die Erklärung, die NOS sei nicht als Unternehmen zu betrachten. Das EuG wies diese Argumente zurück.

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	16 655		Eurostat
Households	–	7 336		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	98.7%	7 241		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	72.7%	5 334		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	40.1%		2 940	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	9.4%		689	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	9.4%		689	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	10.8%	795		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	6.1%		445	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	6.2%	454		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	11.2%		820	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	12.2%	895		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	66.7%		4 894	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	101.9%	7 478		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	92.6%	6 796		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	71.8%	5 267		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	47		Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions	–	33		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	21 CAIW, UPC Nederland (Liberty Global), Zesko « Ziggo », 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/or packagers	7 Transmitter: KPN + Packagers : KPN, CAIW, EDPnet, Scarlet, Tele2, Technos, T-Mobile
Mobile phone TV packagers	1 Vodafone Libertel (Vodafone)
Mobile broadcast TV packagers	0 KPN shut down its DVB-H transmissions in June 2011.

¹ In addition, Telefonía Bonairiano provides IPTV services in the Bonaire Island.

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	13	16
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	19	95	114
Regional / Local	221	17	238
Regional / Local windows		23	23
Channels targeting foreign markets	1	81	82
Total	244	229	473
Foreign channels targeting the country	2	46	48

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Pay digital terrestrial Digitenne	Cable Zesko Ziggo	Cable UPC	Satellite Canal Digitaal	IPTV Tele2
Generalist - national	3	4	5	5	4	4
Generalist - foreign		5	17	14	22	7
Adult		1	6	9	6	2
Children		2	12	16	13	7
Culture/ education/ documentary		4	15	15	26	9
Entertainment/ TV fiction/ games		5	23	19	20	12
Film			10	8	4	4
HD simulcast of an existing channel			13	18	26	6
Home shopping					3	
International linguistic and cultural			6	6	15	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	6	6	1
Minority interest groups			4	4		
Music		1	12	15	19	2
News/ business / Parliament		1	7	13	34	4
Regional/ local	13	13	14	9	17	15
Religion			2	1	11	
Sports		3	14	14	20	12
Various			3	8	3	2
Total (including HD channels)	3 (0) ²	26 (0) ³	168 (16)	180 (21)	249 (33)	88 (6)

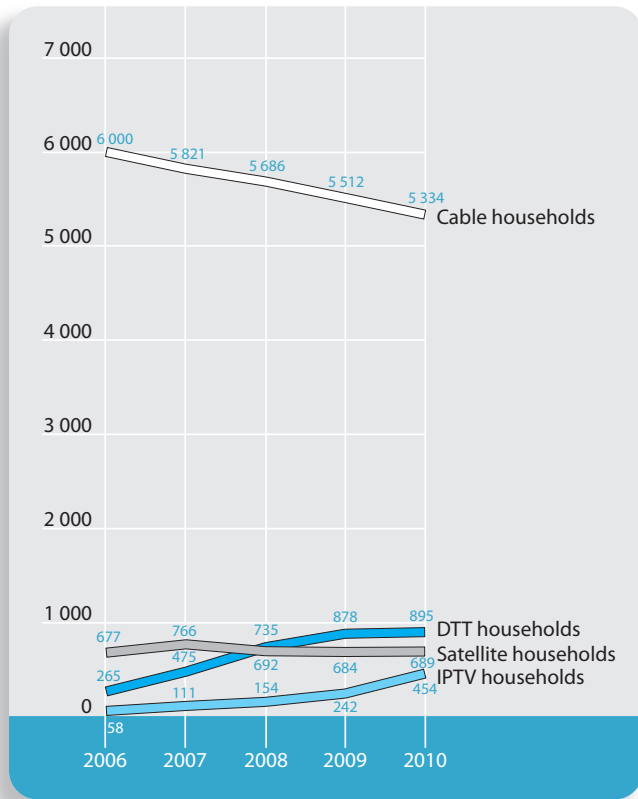
² Includes free DTT. ³ In addition, 13 regional channels are available in their respective area.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

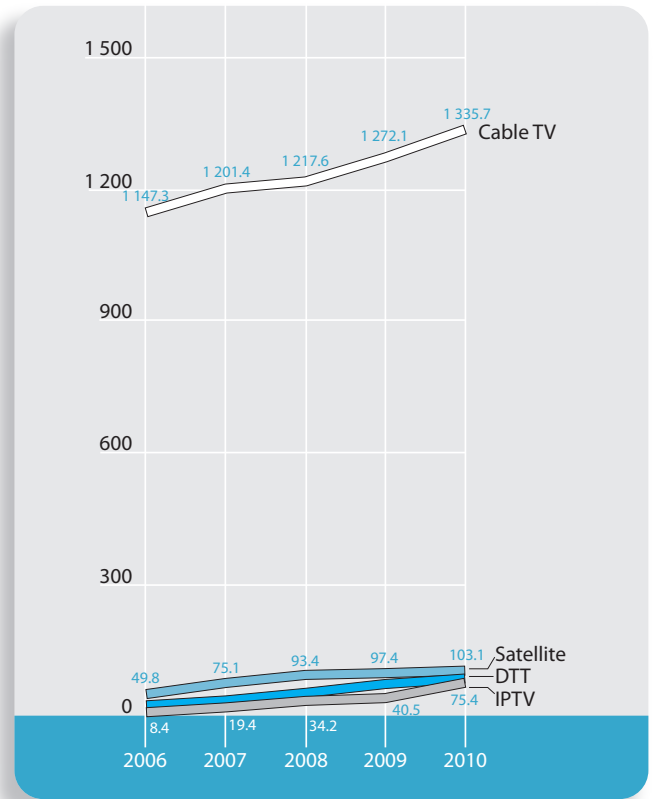
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

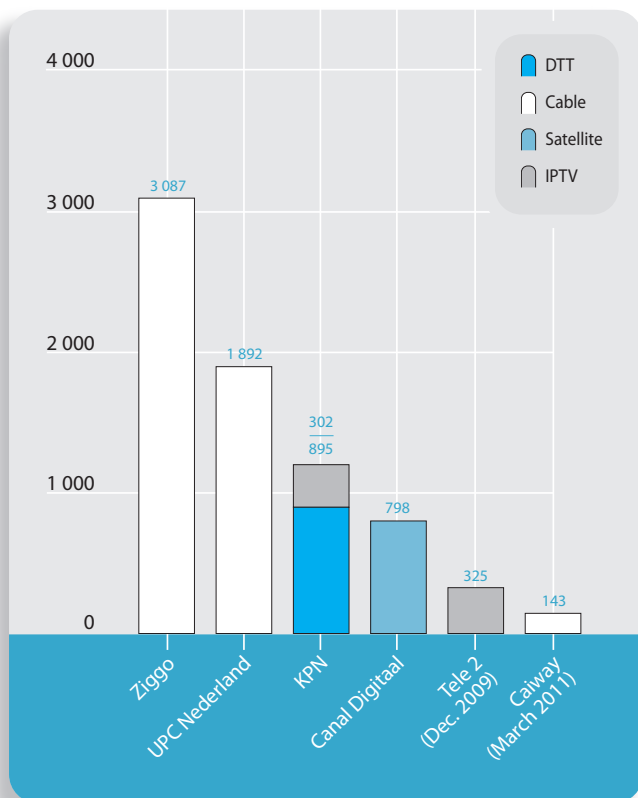
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

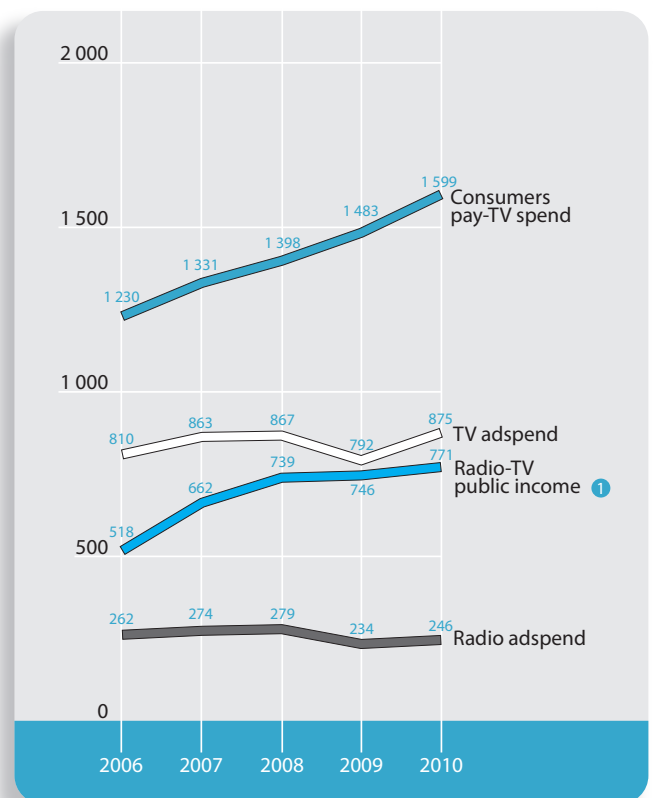
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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
G.1.NL.1

Operating revenues of the main television companies in the Netherlands 2007-2010

EUR million.

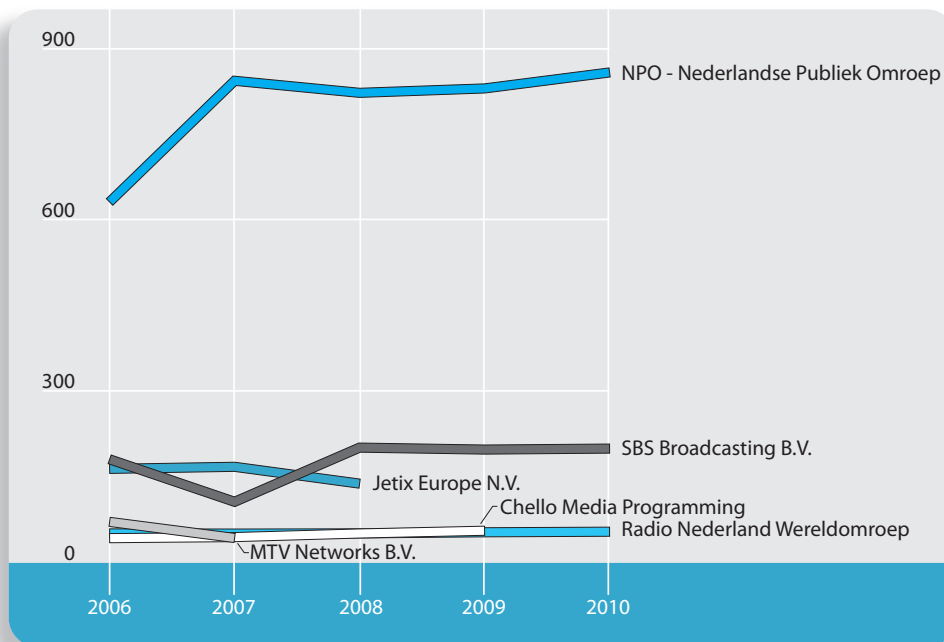
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
NPO - Nederlandse Publiek Omroep			842.6	821.5	829.2	857.2	3.4%
- Nederlandse Omroep Stichting (NOS)	sptv	Ned 1, Ned 2, Ned 3	768.4	763.0	780.7	813	4.1%
- Nederlandse Omroep Stichting ^①	sptv	Ned 1, Ned 2	-	-	153.6	175.9	14.5%
- Stichting Etherreclame (STER)	sptv	(advertising sales house)	203.6	238.1	202.1	227.1	12.4%
- Omroepvereniging VARA	sptv		72.2	79.7	82.6	76	-8.0%
- AVRO	sptv	Ned 2	77.8	77.1	75.1	~	~
- Vereniging TROS	sptv	Ned 2	66.0	66.9	72.3	74.2	2.6%
- Katholieke Radio Omroep (KRO)	sptv	Ned 1	69.1	73.2	70.0	67.9	-3.0%
- VPRO	sptv	Ned 3	62.0	61.6	63.3	67.3	6.3%
- Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRCV)	sptv	Ned 1	~	63.8	66.0	64.7	-2.0%
- Evangelische Omroep (EO)	sptv	Ned 1	62.5	63.8	~	62.4	~
- Nederlandse Programma Stichting	sptv	Ned 3	~	60.1	66.5	60.3	-9.3%
- Bart's Neverending Network	sptv	Ned 1, Ned 3 (BNN)	~	34.0	32.1	30.1	-6.2%
- Stichting Teleac/Not	sptv	Ned 1, Ned 2, Ned 3	~	27.2	25.9	25.1	-3.1%
SBS Broadcasting B.V.	adtv	Net 5, SBS7	105.1	200.0	196.6	198.3	0.9%
Jetix Europe N.V.	thtv	Jetix	166.4	136.9	~	~	~
Chello Media Programming	thtv	Film1, Sport1	43.3	49.6	54.4	~	~
Radio Nederland Wereldomroep	sptv	BVN	49.4	49.8	51.7	52.7	1.9%
MTV Networks B.V.	thtv	MTV	41.7	~	~	~	~

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
KPN ^②	3play, DTT, DVB-H	Interactive TV, Digitenne, Mobile TV		12 775.0	14 602.0	13 509.0	13 398.0	-0.8%
Delta N.V. ^②	3play	Delta Kabel		1 732.2	2 252.9	2 033.4	2 104.9	3.5%
Zesko B.V.	CATV	Ziggo		1 093.9	1 238.6	1 284.4	1 376.0	7.1%
UPC Nederland ^②	3play	UPC Televisie		773.5	803.7	820.6	~	~
Tele2 Netherlands Holding N.V. ^②	3play	Tele2 TV		582.4	650.1	630.8	619.9	-1.7%
Online Breedband B.V. ^②	3play, 3G TV	Online TV, Orange Mobile TV		106.1	108.4	~	~	~
Caiw Diensten B.V. ^②	3play	Caiway Televisie		53.5	54.4	62.8	63.1	0.5%
Canal Digitaal B.V.	sattv	Canal Digitaal		~	~	~	~	~

^① New company created by the Mediawet 2008.^② Includes telecommunication activities.

T.1.NL.1
G.1.NL.1

Operating revenues of the main television companies in the Netherlands (Continued) 2007-2010 EUR million.



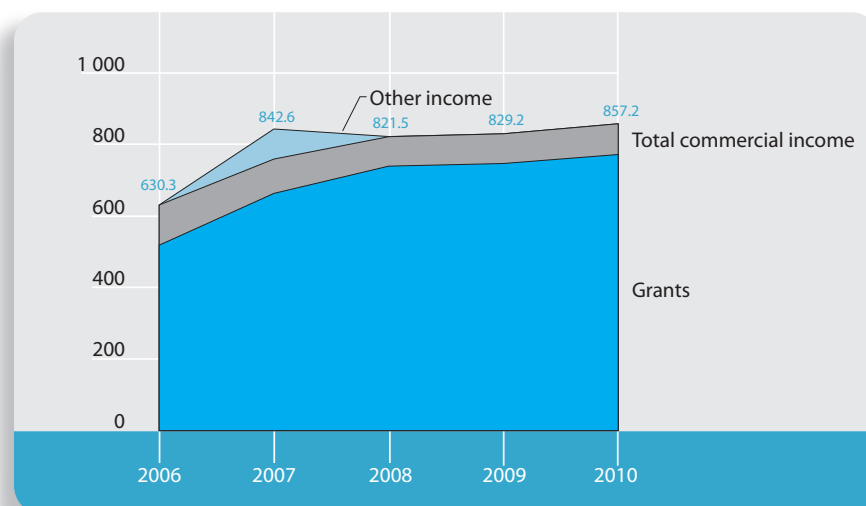
Source: European Audiovisual Observatory

T.1.NL.2
G.1.NL.2

Revenues of the Dutch public broadcasting system 2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public revenues	662.7	738.8	746.2	771.3	78.6%	89.9%	90.0%	90.0%	3.4%
- Aid/Grants	662.7	738.8	746.2	771.3	78.6%	89.9%	90.0%	90.0%	3.4%
Total commercial income	95.9	82.3	83.0	85.9	11.4%	10.0%	10.0%	10.0%	3.5%
Other income	84.0	0.4			10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-
Total operating revenues	842.6	821.5	829.2	857.2	100%	100%	100%	100.0%	3.4%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Operating expenditure	784.3	868.3	825.4	843.3					2.2%
Net result	58.3	-46.8	3.8	8.9					134.2%
Operating margin (%)	6.90	-5.70	0.50						

Source: NPO, European Audiovisual Observatory



EUR million.

T.1.NL.3
G.1.NL.3

TV audience market share in the Netherlands 2006-2010 In %, 6 years +.

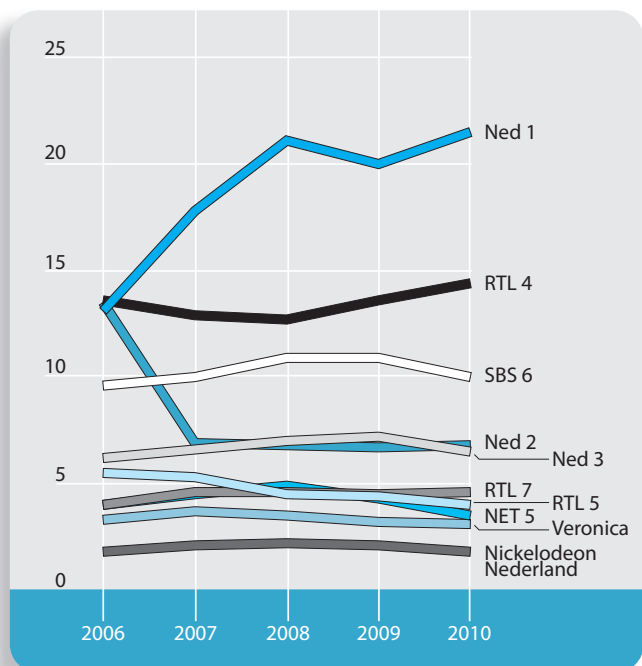
Channels	Daily share					Prime time (18:00-00:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Ned 1	13.1	17.8	21.1	20.0	21.5	14.0	19.0	22.5	21.9	23.3
Ned 2	13.5	6.9	6.8	6.7	6.8	13.2	6.8	7.1	6.9	7.3
Ned 3	6.2	6.6	7.0	7.2	6.5	6.7	7.3	7.7	8.0	7.0
Regional channels	2.1	2.0	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3
Main Dutch public channels	34.9	33.3	36.8	35.7	36.5	35.6	34.7	38.8	38.2	38.9
SBS 6	9.6	10.0	10.9	10.9	10.0	11.5	11.8	12.5	12.6	11.3
NET 5	4.0	4.5	4.9	4.3	3.5	4.7	5.2	5.2	4.7	4.0
Veronica (ex V8/FOX8)	3.3	3.7	3.5	3.2	3.1	4.3	4.9	4.7	4.3	4.4
Comedy Central (ex The Box)	0.4	0.7	0.9	1.0	1.0	0.2	0.6	0.7	0.9	0.8
MTV (Netherlands)	~	~	~	0.8	0.8	~	~	~	0.4	0.4
TMF (Netherlands)	~	~	~	0.7	0.5	~	~	~	0.4	0.3
AT5	~	~	~	0.2	0.1	~	~	~	0.1	0.1
Tien (ex Talpa) ①	4.4	3.0	-	-	-	6.2	3.8	-	-	-
Main Dutch private channels	21.7	21.9	20.2	21.1	19.0	26.9	26.3	23.1	23.4	21.3
RTL 4	13.6	12.9	12.7	13.6	14.4	14.7	14.1	14.2	15.1	16.2
RTL 7	4.0	4.6	4.6	4.5	4.6	4.2	4.8	4.7	4.6	4.9
RTL 5	5.5	5.3	4.5	4.4	4.0	7.1	6.5	5.7	5.5	5.0
Nickelodeon Nederland	1.8	2.1	2.2	2.1	1.8	0.0	0.6	0.8	0.8	0.7
RTL 8 ②	-	0.7	1.8	1.7	1.7	-	0.9	2.3	2.2	2.2
Jetix / Disney XD	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Discovery	1.7	1.7	1.8	1.8	1.5	1.0	0.9	1.0	1.0	0.7
Één (VRT)	1.2	1.1	1.1	1.3	1.1	0.8	0.8	0.7	0.8	0.8
National Geographic Channel Nederland	0.7	0.8	0.8	0.8	1.1	0.5	0.5	0.6	0.5	0.6
Animal Planet	0.8	0.7	0.9	1.1	1.0	0.3	0.3	0.4	0.5	0.4
Ketnet/Canvas (VRT)	1.0	1.0	0.9	0.9	0.8	0.8	0.9	0.8	0.8	0.8
Eurosport	0.9	0.9	0.9	0.8	0.8	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Main foreign channels	33.1	33.6	33.9	34.6	34.4	29.9	30.8	31.7	32.3	32.8
Video / Others	10.3	11.2	9.1	8.6	10.1	7.6	8.2	6.4	6.1	7.0

① Tien was broadcast until 17.08.2007.

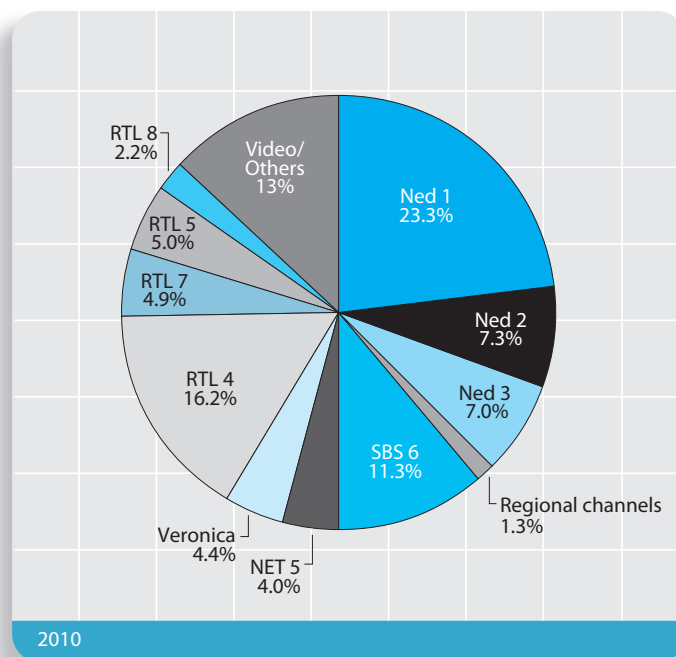
② RTL 8 started broadcasting on 18.08.2007.

Source: Eurodata TV Worldwide, Stichting Kijkonderzoek

Daily share. In %, 6 years +.



Prime time (18:00-00:00). In %, 6 years +.



The audience of the three public channels of the group NRK increased anew their share in 2010, with a daily audience share of 40.8% versus 39.1% in 2009. Nonetheless, the channel NRK1, with 30.9%, is still ahead. The group TV 2 and its 5 channels had a 25.3% market share, with TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) trailing behind with 7% and TV3 (Modern Times Group) with 5.9%.

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 Audio-visual Media Services 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 over 75% 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 continué à regagner de l'audience en 2010 puisqu'elles ont réalisé 40,8 % de part de marché d'audience quotidienne, contre 37,5 % en 2008. La chaîne NRK1 demeure en tête des audiences (30,9 %). Avec cinq chaînes, le groupe TV 2 réunit 25,3 % de part de marché, suivie de loin par TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) avec 7 % et TV3 (Modern Times Group) avec 5,9 %.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) et The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) sont établies aux Royaume-Uni, ce qui signifie qu'elles doivent se conformer à la Directive sur les Services de médias audiovisuels mais pas aux dispositions particulières de la législation norvégienne, notamment en matière de programmation et de publicité.

Plusieurs nouvelles chaînes sont apparues sur le marché norvégien 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 plus de 75% 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 2010 mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 40,8 % (gegenüber 39,1 % im Vorjahr) wiederum Zuschauer zurückgewinnen. Der Sender NRK1 lag bei den Zuschauerzahlen erneut auf Platz eins (30,9 %). TV 2 erreichte dank sein fünf Sender einen Marktanteil von 25,3 %, mit großem Abstand gefolgt von TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) mit 7 % und TV3 (Modern Times Group) mit 5,9 %.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) und The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) haben ihren Sitz im Vereinigten Königreich, was bedeutet, dass sie die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste einhalten müssen, nicht aber die einzelnen Bestimmungen des norwegischen Rechts, insbesondere im Hinblick auf Programmierung und Werbung.

2008 und 2009 sind mehrere neue Sender auf dem norwegischen Markt aufgetaucht. So hat der SatTV-Betreiber Viasat (MTG) sein Angebot an Sportkanälen umstrukturiert und in diesem Zusammenhang den Kanal Viasat SportN eingestellt, dafür aber Viasat Sport und Viasat Motor auf dem norwegischen Markt eingeführt. Die beiden größten Privatsender (TVNorge und TV 2) bieten seit Oktober 2008 bzw. Juni 2009 eine HD-Version ihres Programms an. Der im Oktober 2008 gegründete Sender Frikanalen hat 2009 den Sendebetrieb im nationalen DVB-T-Netz aufgenommen. Dieser „offene Kanal“ ist ein nicht-kommerzieller Sender im Besitz von ca. 60 Nichtregierungsorganisationen.

Der 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 Satellitenfernsehdienst abonniert. In diesem Markt konkurrieren, wie auch in den anderen nordischen Ländern, zwei Plattformen miteinander: Canal Digital (Telenor) und Viasat (MTG). Immer mehr Haushalte nutzen das Internet als Fernsehplattform (IPTV). In einem Land, in dem über 75 % der Haushalte über einen Breitbandzugang zum Internet verfügen, ist dieses Marktsegment deutlich auf dem Vormarsch. 2009 gab es bereits sechs Anbieter am Markt: Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel und Telenor.

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.

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.

In October 2011, TV2 broadcast a production in 3D for the first time.

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 NRKs existing services are in compliance with the public service remit as stated in the Charter and consequently may be funded by license fees.

On 24 June 2011, the Ministry of Culture launched a public consultation on a proposal for amending the broadcasting regulations to include a list of sports events that are considered extremely important for society and should accordingly be available on free-to-air channels.

à l'unique candidat : la société Norges Television (NTV). NTV est détenue conjointement par NRK, TV2 et Telenor Broadcast Holding AS (filiale de l'opérateur télécoms norvégien). Elle a été attribuée pour une durée de quinze ans. Le processus de numérisation de l'ancien réseau de télévision analogique terrestre a débuté en 2007. NTV opère trois multiplex, le premier proposant les chaînes en clair et les deux autres étant réservés pour l'offre payante commercialisée par Riks TV.

En 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.

En octobre 2011 TV2 a diffusé pour la première fois une production en 3D.

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 la redevance.

Le 24 juin 2011, le ministère de la Culture a lancé une consultation publique autour d'une proposition d'amendement de la réglementation de la radiodiffusion afin d'y inclure une liste d'événements sportifs considérés comme revêtant une importance majeure pour la société et qui, de ce fait, devraient être disponibles sur les chaînes gratuites.

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.

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.

Im Oktober 2011 hat TV2 zum ersten Mal eine 3D-Produktion ausgestrahlt.

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.

Am 24. Juni 2011 hat das Kulturministerium eine öffentliche Anhörung im Zusammenhang mit einer Änderung der Rundfunkbestimmungen gestartet, die künftig eine Liste mit Sportereignissen enthalten sollen, die als gesellschaftlich besonders bedeutend gelten und folglich im frei empfangbaren Fernsehen zu sehen sein sollten.

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	4 920		Eurostat
Households	–	2 202		Statistics Norway (as at 1.1.2011)
TV households	98.0%	2 158		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	42.5%	936		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	20.6%		454	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	34.0%		748	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	33.8%		744	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	30.2%	666		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	7.9%		174	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	11.2%	246		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	19.5%		430	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	12.4%	274		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	81.8%		1 802	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	96.4%	2 122		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	89.2%	1 965		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	72.9%	1 605		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	28		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	950 Canal Digital (Telenor), Get etc.
Satellite packagers	2 Canal Digital (Telenor), Viasat (Modern Times Group MTG)
IPTV packagers	5 Comvie, Homebase, Lyse Energi "Altibox" (FTTH), NextGen Tel, Telenor
DTT multiplex operators and packagers	2 Norges Televisjon - NTV (multiplex operator), Riks TV (pay DTT packager)
Mobile phone TV packagers	1 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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	4	18	22
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	5	7	12
Regional/Local		15	15
Regional/Local windows	11		11
Channels targeting foreign markets		15	15
Total	20	55	75
Foreign channels targeting the country		66	66

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Pay digital terrestrial Riks TV	Cable GET	Satellite Canal Digital	IPTV Altibox
Generalist - national	3	4	4	4	5
Generalist - foreign		2	8		8
Adult			4	2	2
Children	1	4	6	7	7
Culture/ education/ documentary		3	12	8	11
Entertainment/ TV fiction/ games		7	11	12	12
Film		3	16	10	15
HD simulcast of an existing channel			13	16	19
International linguistic and cultural			8	1	8
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	6	3	5
Minority interest groups			6		1
Music		1	5	5	8
News/ business		2	10	7	11
Regional/ local		15	1		8
Religion		1	2		1
Sports		10	20	17	20
Various		1	1		2
Total (including HD channels)	4 (0)	40 (3)	133 (17)	92 (22)	143 (20)

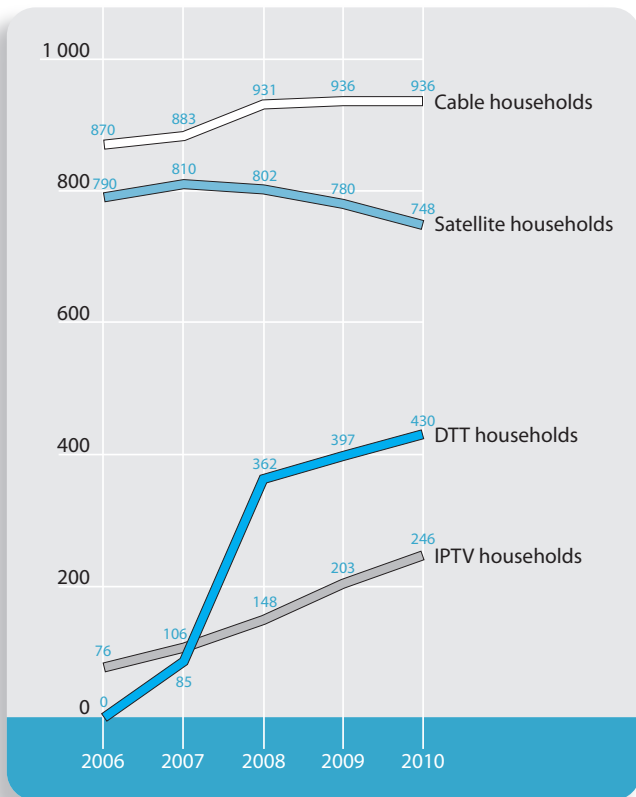
¹ In addition 15 local stations are available in their respective areas.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

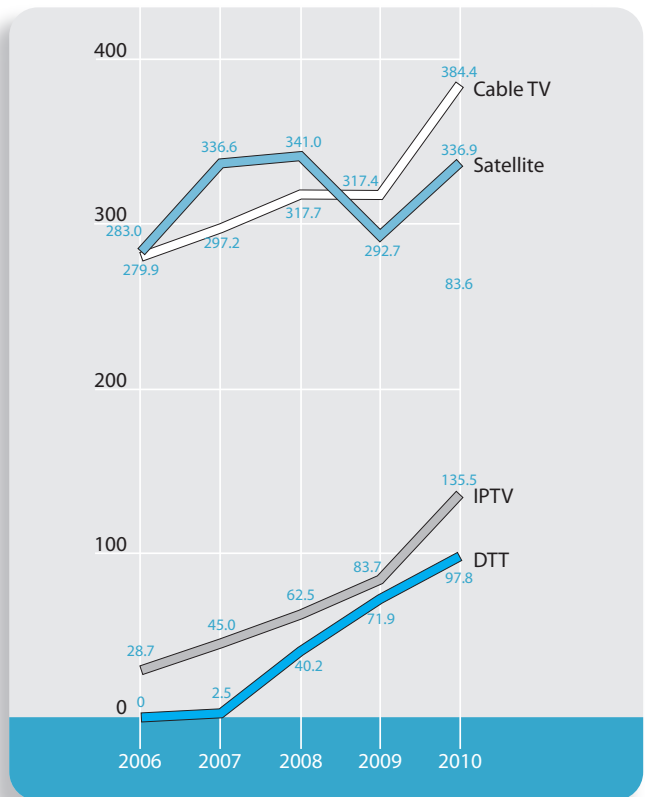
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

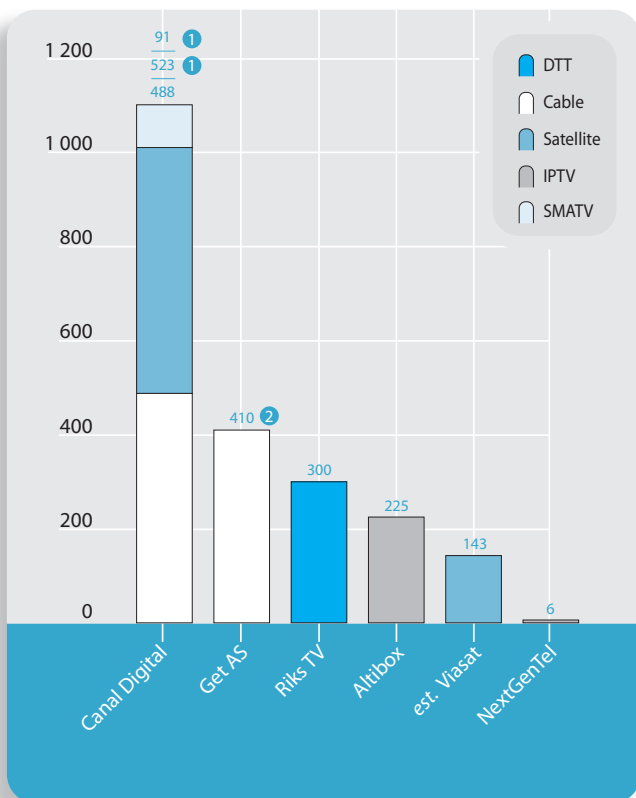
EUR million.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.

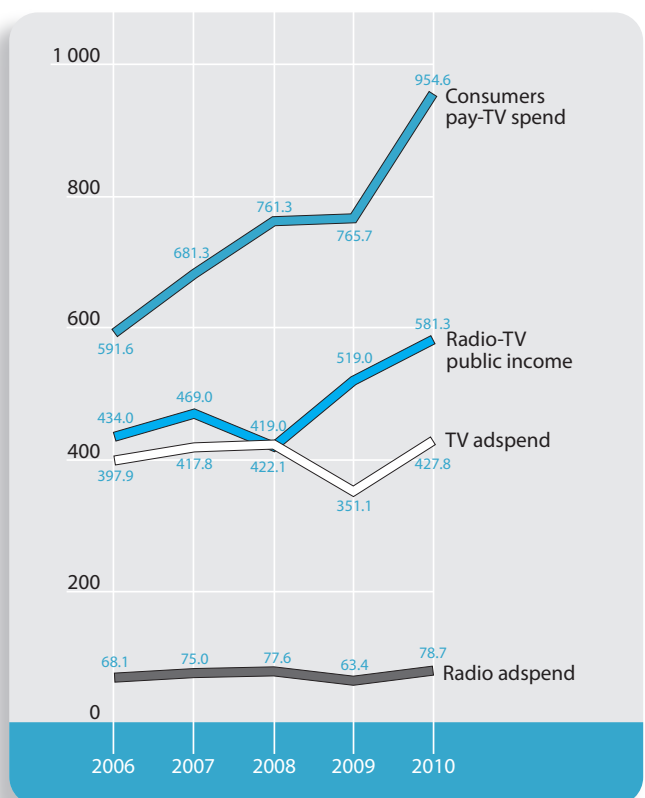


① Data March 2010.
② Data June 2010.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 NOK million.

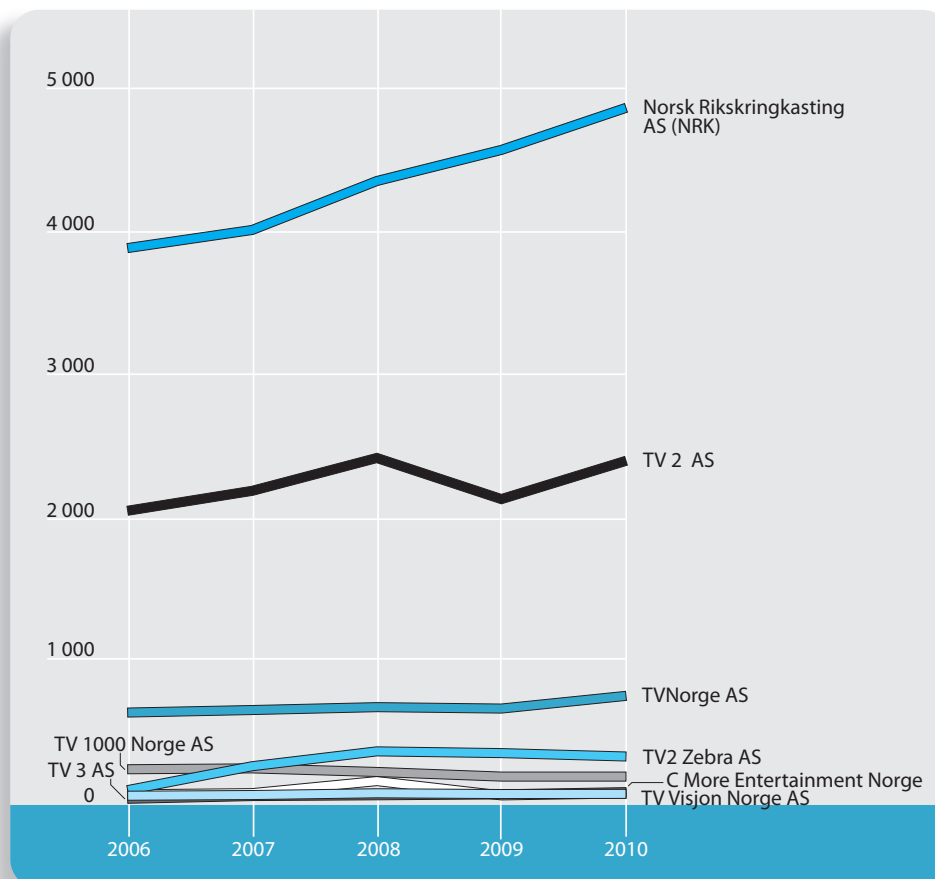
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Norsk Rikskringkasting AS (NRK)	sptv	NRK1, NRK2	4 009.1	4 350.9	4 568.2	4 861.9	6.4%
TV 2 AS	adtv	TV2	2 186.8	2 416.2	2 128.9	2 396.4	12.6%
TVNorge AS	adtv	TV Norge	655.5	675.6	665.8	754.4	13.3%
TV2 Zebra AS	thtv	TV2 Zebra	263.1	366.8	354.6	330.9	-6.7%
TV 1000 Norge AS	thtv	TV 1000	247.9	222.9	190.6	181.5	-4.8%
TV Visjon Norge AS	thtv	Visjon TV	54.7	60.1	66.3	81.9	23.5%
C More Entertainment Norge	thtv	Canal+	75.0	159.1	59.2	73.0	23.3%
TV 3 AS	adtv	TV 3	61.7	74.0	68.6	69.9	1.9%

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telenor ASA (cons.) ^①	4play, packTV	TelenorTV		92 473.0	97 194.0	97 650.0	94 843.0	-2.9%
<i>p.m.</i> Canal Digital Kabel TV AS ^①	3play	Canal Digital Kabel-TV		1 308.9	1 550.1	1 855.4	2 101.5	13.3%
<i>p.m.</i> Canal Digital Norge AS	sat-tv	Canal Digital		1 637.2	1 856.1	1 977.2	2 067.1	4.5%
Teliasonera Norge AS ^①	3GTV	NetCom Mobil TV		7 568.0	7 586.0	6 933.0	7 051.0	1.7%
GET AS ^①	3play	Get Digital TV		1 111.7	1 297.0	1 451.9	1 644.5	13.3%
NextGenTel AS ^①	3play	NextGenTelL Digital-TV		772.2	780.4	916.1	970.5	5.9%
Rikstv AS	DTT	Rikstv		55.5	406.4	574.5	897.2	56.2%
Viasat AS	packtv	Viasat		724.4	731.0	744.9	826.4	10.9%
Lyse AS ^①	4play	Lyse Tele AS		174.6	228.9	422.4	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

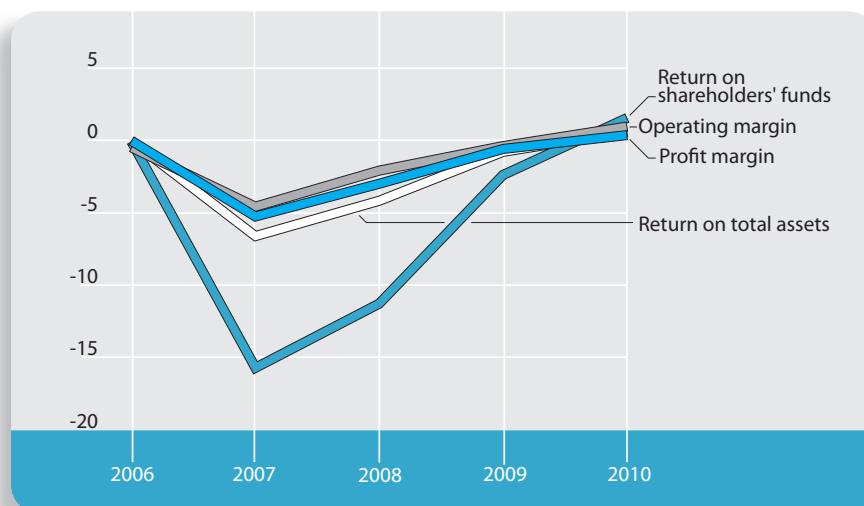
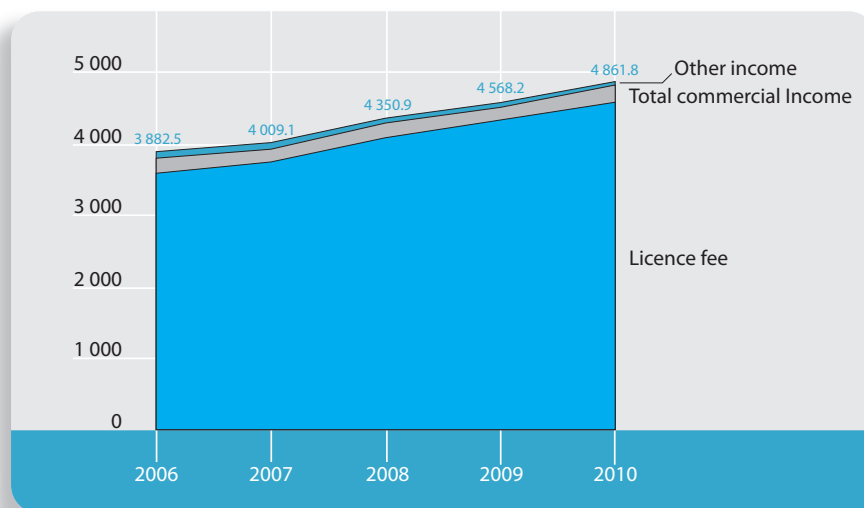
NOK million.



T.1.NO.2
G.1.NO.2NRK financial situation
2007-2010 NOK million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	3 738.9	4 077.9	4 325.0	4 573.3	93.3%	93.7%	94.7%	94.1%	5.7%
- Licence fee	3 738.9	4 077.9	4 325.0	4 573.3	93.3%	93.7%	94.7%	94.1%	5.7%
Total commercial income	178.2	205.3	176.5	240.6	4.4%	4.7%	3.9%	4.9%	36.3%
Other income	92.1	67.6	66.7	47.9	2.3%	1.6%	1.5%	1.0%	-28.2%
TOTAL	4 009.1	4 350.9	4 568.2	4 861.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	6.4%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	1 752.4	1 912.9	1 942.2	2 294.0	41.8%	43.0%	42.4%	47.6%	18.1%
Costs of personnel	2 187.6	2 267.6	2 378.5	2 253.5	52.2%	51.0%	51.9%	46.8%	-5.3%
Depreciation	253.1	263.3	265.1	268.4	6.0%	5.9%	5.8%	5.6%	1.2%
Operating expenditure	4 193.1	4 443.8	4 585.8	4 815.9	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	5.0%
Net result	-212.2	-131.7	-28.4	13.7					-148.2%
Operating margin (%)	-4.6	-2.1	-0.4	1.0					

Source: NRK, EBU-UER-SIS, European Audiovisual Observatory



T.1.NO.3
G.1.NO.3

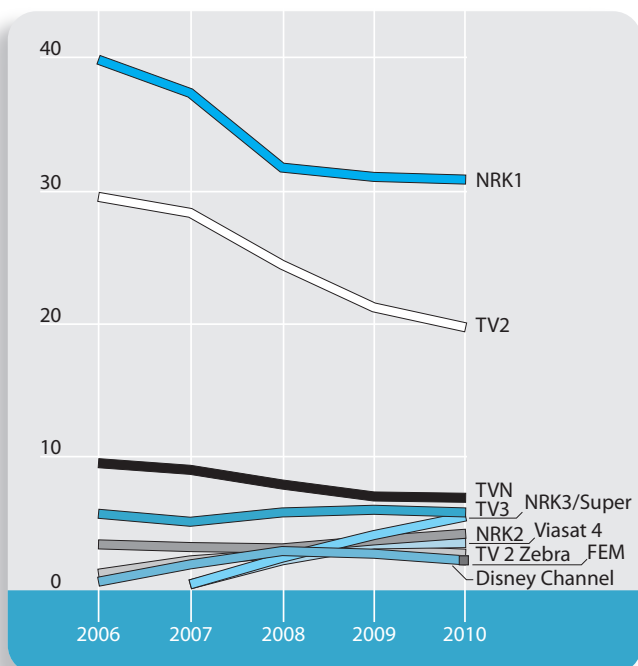
TV audience market share in Norway
2006-2010 In %, 2 years +. ①

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
NRK1	39.9	37.4	31.8	31.1	30.9	45.2	42.3	37.5	38.2	38.0
NRK2	3.5	3.3	3.2	3.8	4.3	3.4	3.1	2.6	3.4	4.1
NRK3/Super		0.5	2.5	4.2	5.6		0.5	1.9	2.9	3.8
Public Norwegian channels	43.4	41.2	37.5	39.1	40.8	48.6	45.9	42.0	44.5	45.9
TV2	29.6	28.4	24.5	21.3	19.8	29.7	29.3	26.6	23.6	22.7
TV 2 Zebra	1.3	2.3	2.8	3.1	2.8	1.5	2.5	3.2	3.2	2.4
TV2 Nyhetskanalen		0.5	1.0	1.6	1.9		0.2	0.5	0.8	0.9
TV2 Film		0.5	0.7	0.8	0.6		0.4	0.5	0.5	0.5
TV2 Bliss					0.2					0.2
TVN	9.6	9.1	8.0	7.1	7.0	9.7	9.4	8.7	7.7	7.7
TV3	5.8	5.2	5.9	6.1	5.9	4.8	4.4	5.6	6.0	5.7
FEM					2.3					2.0
TV Norge lokal	0.3		0.2	0.1	0.0	0.0		0.1	0.1	0.0
Private Norwegian channels	47.2	45.5	43.1	40.1	38.0	44.8	43.6	45.2	41.9	42.1
Viasat 4		0.5	2.3	3.5	3.6		0.6	2.2	3.0	3.3
Disney Channel	0.7	2.0	3.0	2.8	2.3	0.0	0.9	1.4	1.3	1.0
Discovery	1.0	1.4	1.8	1.7	1.5	0.6	0.9	1.2	1.1	1.0
National Geographic		0.5	0.8	0.8	0.8		0.4	0.6	0.6	0.5
Disney XD					0.7					0.4
Cartoon Network		0.5	0.7	0.5	0.6		0.2	0.4	0.3	0.2
Playhouse Disney		0.4	0.6	0.7	0.6		0.0	0.0	0.0	0.0
Animal Planet		0.4	0.8	0.8	0.5		0.3	0.5	0.5	0.3
Eurosport	0.4	0.5	0.5	0.6	0.5	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
SVT1	0.7	0.5	0.4	0.4	0.5	0.6	0.4	0.4	0.4	0.4
TLC Norge					0.5					0.3
Voice TV					0.4					0.2
TV4 (SE)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
MTV Nordic	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1
BBC Lifestyle					0.3					0.2
Other foreign channels		0.4	0.6	0.4	5.1		0.2	0.3	0.1	3.4
Main foreign channels	3.9	8.0	12.3	13.0	18.7	2.3	4.9	7.9	8.2	11.9
Others	5.5	5.3	7.1	7.8	2.5	4.3	5.6	4.9	5.4	0.1

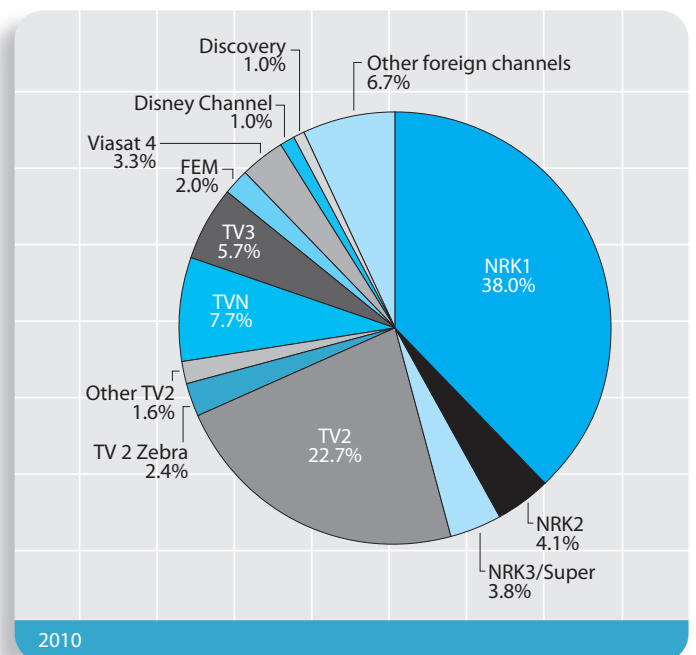
① Before 2008: 3 years and +.

Source: Eurodata TV Worldwide, TNS Gallup

Daily share. In %, 2 years +. ①



Prime time (19:00-23:00). In %, 2 years +.



The most important free-to-air transmission players are still the public group TVP and the two private groups TVN (ITI group) and Polsat.

The public channel TVP1 still heads the daily audience figures, with a 19.4% market share (compared with 24% in 2006). TVP2, the second public channel, lost more than 5% of its market share between 2006 and 2010. The two main private channels, TVN and Polsat, have seen their audiences dwindle: their market share in 2010 was 15.2% and 13.8% respectively (against 16.7% and 16.1% in 2006).

Following these four channels, there were six that commanded between 1 and 5% of the audience share. 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 in 2011, TVP has 9 national channels and 16 regional services, TVN directly provides 10 channels (and the ITI group controls 17), the group Polsat Cyfrowy has 14, as does the Canal+ Cyfrowy group (a subsidiary of the French group Vivendi). These groups are continuing to announce the establishment of new special interest channels.

After three years of discussions, an act amending the Broadcasting and Licence Fees was finally passed in August 2010. It changes the provisions on the operation of the public audiovisual group's governing bodies and the procedures for monitoring the fulfilment of the public service remit. It does not abolish the licence fee, a long considered possibility. TVP, which is already very much dependent on commercial revenues, has, however, anticipated a drop in income. In 2010, it obtained licences for two new channels, TVP Seriale and TVP Parlament, and set up a discussion group on the TVP Wilno project (a channel targeted at Lithuania). It also transmits a channel targeted at Belarus. However, a restructuring plan combining a significant decrease in the workforce (520 posts shed by the end of 2011) and a possible reduction in the range of special-interest programmes was announced in January 2011.

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. In 2011, The Competition Authority (UOKiK) imposed heavy fines on three of the main cable

Les acteurs les plus importants de la diffusion en clair sont toujours le groupe public TVP et les deux groupes privés TVN (groupe ITI) et Polsat.

La chaîne publique TVP1 est toujours en tête de l'audience quotidienne, avec 19,4% de part de marché (contre 24% en 2006). TVP2, la deuxième chaîne publique, a perdu plus de 5% de parts de marché entre 2006 et 2010. Les deux principales chaînes privées, TVN et Polsat, ont également vu leur audience s'éroder. Elles ont obtenu respectivement 15,2 et 13,8% de part de marché en 2010 (contre 16,7 et 16,1% en 2006).

Derrière ces quatre chaînes, six chaînes rassemblent entre 1 et 5% de l'audience. 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, TVP regroupe en 2011 9 chaînes nationales et 16 fenêtres régionales, TVN édite directement 10 chaînes (et le groupe ITI en contrôle 17), le groupe Polsat Cyfrowy en rassemble 14 et le groupe Canal+ Cyfrowy (filiale du groupe français Vivendi) 14 également. Ces groupes ne cessent d'annoncer de nouvelles créations de chaînes thématiques.

Après trois ans de débats, une loi amendement la loi sur la radiodiffusion et sur la redevance a finalement été adoptée en août 2010. Le texte modifie le fonctionnement des organes de 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 pourtant longtemps envisagée. TVP, qui est déjà très largement tributaire des recettes commerciales, a toutefois anticipé une baisse de ses recettes. TVP a 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). Elle émet également une chaîne à destination de la Biélorussie. Cependant, un plan de restructuration combinant d'importantes réductions d'effectifs (520 postes supprimés à l'horizon fin 2011) et une possible diminution de l'offre thématique a été annoncé en janvier 2011.

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. En 2011, l'Autorité de la concurrence (UOKiK) a infligé des amendes sévères à trois des principaux câblo-opérateurs pour avoir modifié leur plan de service sans en avoir informé les abonnés. En novembre 2011,

Die wichtigsten Akteure im Markt der unverschlüsselten Fernsehausstrahlung sind nach wie vor die öffentlich-rechtliche TVP-Gruppe sowie die beiden privaten Konzerne TVN (ITI-Gruppe) und Polsat.

Der öffentlich-rechtliche Sender TVP1 liegt bei der täglichen Einschaltquote mit einem Marktanteil von 19,4% (gegenüber 24% 2006) weiterhin an erster Stelle. Das zweite öffentlich-rechtliche Programm TVP2 büßte zwischen 2006 und 2010 mehr als 5% Marktanteil ein. Die beiden größten Privatsender, TVN und Polsat, hatten ebenfalls weniger Zuschauer: Sie kamen 2010 auf einen Marktanteil von 15,2 bzw. 13,8% (gegenüber 16,7 bzw. 16,1% 2006).

Auf den weiteren Plätzen erreichten sechs Sender zwischen 1 und 5% der Zuschauer. 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 2011 9 landesweite und 16 regionale Fenster, TVN betrieb direkt 10 Sender (und die ITI-Gruppe kontrollierte 17), die Gruppe Polsat Cyfrowy kam auf 14 Sender und die Gruppe Canal+ Cyfrowy (Tochter des französischen Konzerns Vivendi) ebenfalls auf 14. Gleichzeitig kündigen diese Gruppen ständig weitere Neugründungen von Spartenkanälen an.

Nachdem drei Jahre lang darüber debattiert wurde, hat das polnische Parlament im August 2010 schließlich das Gesetz zur Änderung des Rundfunk- und Rundfunkgebührengesetzes verabschiedet. Das Gesetz verändert die Funktionsweise der Führungsgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters und die Mechanismen zur Kontrolle, ob der öffentlich-rechtliche Auftrag erfüllt wurde. Es schafft nicht die Fernsehgebühr ab, eine Möglichkeit, die lange in Erwägung gezogen wurde. TVP ist in großem Maße von kommerziellen Einkünften abhängig, hat mit Blick auf sinkende Einnahmen allerdings bereits Maßnahmen ergriffen. Der Sender erhielt 2010 die Lizenz für zwei neue Sender, TVP Seriale und TVP Parlament, er setzte eine Arbeitsgruppe zum Projekt TVP Wilno (mit Zielpublikum in Litauen) ein und strahlt auch einen Sender nach Weißrussland aus. Allerdings wurde im Januar 2011 ein Umstrukturierungsplan angekündigt, der einen umfangreichen Personalabbau (Streichung von 520 Stellen bis Ende 2011) und eine mögliche Einschränkung des thematischen Angebots umfasst.

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,

operators for changing their service schedule without informing their subscribers. In November 2011, the spokesperson for the National Broadcasting Council (KRRiT) mentioned the possibility of introducing a must-carry rule for the seven main terrestrial channels, which provoked an immediate response from the Federation of Cable Operators.

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). On 1 November 2011, the ITI Holding group, which owns the TVN group, announced the imminent tie-up between the satellite packages N – Telewizja Nowej Generacji and Cyfra+. A new entity is likely to be created, with the French Canal+ group, which owns Cyfra+, probably holding a majority stake. The new venture would then have 2.5 million subscribers and expect to achieve rapid economies of scale and develop synergies. Canal+ is also likely to benefit from the transaction and acquire a share (initially only a minority stake) in N-Vision B.V., the Dutch intermediary that owns TVN. Canal+ could ultimately acquire all the shares of ITI Holdings in TVN.

Five IPTV services, which are still of marginal importance, are also available in Poland. TP and its Neotrada had 115 000 subscribers in December 2010, ahead of Dialog (35 000) and Multimedia Polska (9 000). The regional operator Wist launched its IPTV platform in January 2010 and the IAP Netia launched its own in November 2011.

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 was operated by Emitel, a subsidiary of the incumbent operator TP. In June 2011, TP sold the broadcasting subsidiary to Montagu Private Equity LLP for 1.7 billion zloty.

The launch on 1 August 2011 of a second multiplex permitting the transmission of eight additional channels enables 87% of the territory to be covered and the figure should reach 94% by the end of the year. TVP is likely to launch an HD version of its two main channels in June 2012 to coincide with Euro 2012. TVP's sixteen regional windows will probably be transmitted via DTT in 2013. The date for the analogue switch-off is still set for 31 July 2013.

la porte-parole du Conseil national de la radiotélévision (KRRiT) a évoqué la possibilité d'une règle de *must-carry* pour les 7 chaînes terrestres principales, ce qui a immédiatement suscité une réaction de la fédération des câblo-opérateurs.

Le marché de la télévision par satellite est 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 1^{er} novembre 2011, le groupe ITI Holding, propriétaire du groupe TVN, a annoncé qu'un rapprochement allait bientôt être opéré entre les bouquets satellite « N – Telewizja Nowej Generacji » et « Cyfra+ ». Une nouvelle entité devrait être créée dans laquelle le groupe français Canal+, propriétaire de Cyfra+, devrait être majoritaire. Le nouvel ensemble pèsera ainsi 2,5 millions d'abonnés et espère dégager rapidement des économies d'échelle et développer des synergies. Canal+ devrait également profiter de l'opération pour rentrer dans le capital (au départ de manière minoritaire) de N-Vision B.V., la société néerlandaise intermédiaire qui détient TVN. A terme, Canal+ pourrait acquérir l'intégralité des parts de ITI Holdings dans TVN.

Cinq offres IPTV, encore marginales, sont aussi disponibles en Pologne. TP et son bouquet Neotrada rassemble 115 000 abonnés en décembre 2010, devant Dialog (35 000) et Multimedia Polska (9 000). L'opérateur régional Wist a inauguré sa plate-forme IPTV en janvier 2010 et le fournisseur d'accès Netia a lancé la sienne en novembre 2011.

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 était opéré au départ par Emitel, une filiale de l'opérateur historique TP. En juin 2011, TP a vendu la filiale de diffusion à Montagu Private Equity LLP pour 1,7 milliard de zlotys.

Le lancement d'un second multiplex le 1^{er} août 2011 permet de couvrir 87 % du territoire et devrait atteindre 94 % en fin d'année. Ce deuxième multiplex permet de diffuser 8 chaînes complémentaires. La TVP devrait lancer une version HD de ses deux chaînes principales en juin 2012 à l'occasion de l'Euro 2012. Les 16 fenêtres régionales de la TVP devraient être diffusées en TNT en 2013. La date pour l'extinction des transmissions analogiques demeure fixée au 31 juillet 2013.

Une nouvelle loi sur la télévision numérique a été promulguée le 30 juin 2011. Elle établit les modalités d'introduction de la TNT, les obligations incombant aux

opérateurs et les modalités de la mise en œuvre de la TNT, les obligations incombant aux

opérateurs et les modalités de la mise en œuvre de la TNT, les obligations incombant aux

opérateurs et les modalités de la mise en œuvre de la TNT, les obligations incombant aux

opérateurs et les modalités de la mise en œuvre de la TNT, les obligations incombant aux

opérateurs et les modalités de la mise en œuvre de la TNT, les obligations incombant aux

A new law on digital television was published on 30 June 2011. The Act establishes the mode of the introduction of DTT, the obligations of the operators of DTT multiplexes I and II (MUX 1 and 2) as well as the obligations of the broadcasters of programme services set on MUX 1 and 2 with regard to the public information campaign about DTT. The Act also contains significant changes to the Broadcasting Act and Telecommunications Law. One of these changes is the introduction of a new legal must-carry regime within the Broadcasting Act.

Each operator retransmitting programme services, with the exception of an entity that retransmits programme services on the DTT platform ("DTT platform operator"), is obliged to retransmit the public service channels (Telewizja Polska I, Telewizja Polska II) and one regional television channel broadcast by the public service broadcaster - Telewizja Polska S.A.

Moreover, such an operator is obliged to retransmit those programme services that were broadcast on the basis of a broadcasting licence in analogue form terrestrially on the day of the entering into force of the Act on the introduction of terrestrial digital television, by the four commercial broadcasters: Telewizja Polsat S.A., TVN S.A., Polskie Media S.A., Telewizja Puls S.A. (namely the channels: Polsat, TVN, TV4 and TV Puls). These rules apply to all operators regardless of the technical mode of distribution, so they are basically technologically neutral (with the sole exception of retransmission by DTT platform operators, since these channels are broadcast on DTT platforms anyway).

These broadcasters cannot refuse to give their consent to the retransmission of the above-mentioned channels nor demand financial consideration for granting such consent. They are obliged to make these channels available free of charge on the request of the operator within 14 days of receiving such a motion. The operator is obliged to retransmit these channels and to inform viewers that these channels are also available free-to-air and free of charge in digital form via terrestrial diffusion.

June 2011 saw the adoption of decrees transposing the Audiovisual Media Services Directive (product placement, advertising and teleshopping, programming of European and independent works).

opérateurs des multiplex I et II de TNT (MUX 1 et 2) ainsi que les obligations imposées aux radiodiffuseurs de services de programmes sur MUX 1 et 2 eu égard à la campagne d'information publique sur la TNT. La loi contient également d'importantes modifications de la loi sur la radiodiffusion et de la loi sur les télécommunications. L'une de ces modifications concerne l'introduction d'un nouveau régime juridique de *must-carry* (obligation de distribution) dans la loi sur la radiodiffusion.

Tous les opérateurs retransmettant des services de programmes, à l'exception de ceux retransmettant des services de programmes sur la plate-forme TNT (« opérateur de plate-forme TNT »), sont tenus de retransmettre les chaînes du service public (Telewizja Polska I, Telewizja Polska II) et une chaîne de télévision régionale diffusée par le radiodiffuseur de service public, Telewizja Polska S.A.

En outre, ces opérateurs sont tenus de retransmettre les services de programmes qui étaient diffusés au titre d'une licence de radiodiffusion analogique terrestre le jour de l'entrée en vigueur de la loi sur l'introduction de la télévision numérique terrestre, par les quatre radiodiffuseurs commerciaux : Telewizja Polsat S.A., TVN S.A., Polskie Media S.A., Telewizja Puls S.A. (à savoir les chaînes Polsat, TVN, TV4 et TV Puls). Ces règles s'appliquent à tous les opérateurs, quel que soit le mode technique de distribution, de sorte qu'elles sont essentiellement neutres du point de vue technologique (à la seule exception de la retransmission par les opérateurs de plate-forme TNT, ces chaînes étant de toute façon diffusées sur les plates-formes TNT).

Les radiodiffuseurs concernés ne peuvent pas s'opposer à la retransmission des chaînes susmentionnées ni demander une contrepartie financière pour cette retransmission. Ils sont tenus de mettre gratuitement à disposition ces chaînes à la demande de l'opérateur dans les 14 jours suivant la réception d'une telle demande. L'opérateur doit retransmettre ces chaînes et informer les téléspectateurs que ces chaînes sont également disponibles gratuitement sous forme numérique via la diffusion terrestre.

En juin 2011 ont également été adoptés des décrets de transposition de la Directive sur les services de médias audiovisuels (placement de produit, publicité et téléachat, programmation d'œuvres européennes et indépendantes).

Fußballeuropameisterschaft eine HD-Version seiner beiden Hauptsender starten. Die 16 Regionalfenster sollen 2013 digital terrestrisch (DVB-T) ausgestrahlt werden. Das Datum für die Abschaltung der analogen Übertragung bleibt der 31. Juli 2013.

Ein neues Gesetz zum Digitalfernsehen wurde am 30. Juni 2011 veröffentlicht. Es legt das Verfahren zur Einführung von DVB-T, die Verpflichtungen der Betreiber der DVB-T-Multiplexe I und II (MUX 1 und 2) sowie die Verpflichtungen der Veranstalter von auf MUX 1 und 2 platzierten Programmdiensten im Hinblick auf die öffentliche Informationskampagne zu DVB-T fest. Darüber hinaus enthält das Gesetz wesentliche Änderungen zum Rundfunkgesetz und zum Telekommunikationsrecht. Eine dieser Änderungen ist die Einführung einer neuen rechtlichen *Must-Carry*-Regelung im Rahmen des Rundfunkgesetzes.

Jeder Betreiber, der Programmdienste weiterverbreitet, mit Ausnahme von Organisationen, die Programmdienste auf der DVB-T-Plattform weiterverbreiten („DVB-T-Plattformbetreiber“), ist verpflichtet, die öffentlich-rechtlichen Kanäle (Telewizja Polska I, Telewizja Polska II) und einen regionalen Fernsehkanal weiterzuverbreiten, der vom öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter Telewizja Polska S.A. ausgestrahlt wird.

Darüber hinaus ist ein solcher Betreiber verpflichtet, die Programmdienste weiterzuverbreiten, die am Tag des Inkrafttretens des Gesetzes zur Einführung terrestrischen Digitalfernsehens auf der Grundlage einer Rundfunklizenz in analoger Form terrestrisch von den vier kommerziellen Rundfunkveranstaltern Telewizja Polsat S.A., TVN S.A., Polskie Media S.A., Telewizja Puls S.A. (namentlich die Kanäle Polsat, TVN, TV4 und TV Puls) ausgestrahlt wurden. Diese Vorschriften gelten für alle Betreiber ungeachtet des technischen Vertriebsweges; sie sind somit grundsätzlich technologieneutral (mit der einzigen Ausnahme der Weiterverbreitung durch DVB-T-Plattformbetreiber, da diese Kanäle ohnehin über DVB-T-Plattformen ausgestrahlt werden).

Diese Rundfunkveranstalter können ihre Zustimmung zur Weiterverbreitung der oben genannten Kanäle nicht verweigern oder eine finanzielle Entschädigung für die Erteilung einer solchen Zustimmung verlangen. Sie sind verpflichtet, diese Kanäle auf Antrag des Betreibers binnen vierzehn Tagen nach Eingang eines solchen Antrags kostenlos zur Verfügung zu stellen. Der Betreiber ist verpflichtet, diese Kanäle weiterzuverbreiten und die Zuschauer darüber zu informieren, dass diese Kanäle ebenso in digitaler Form terrestrisch kostenlos frei zu empfangen sind.

Im Juni 2011 wurden auch Dekrete über die Umsetzung der audiovisuellen Mediendienste erlassen (Produktplatzierung, Werbung und Homeshopping, Programmierung von europäischen und unabhängigen Werken).

Basic figures

A 31.12.2010. C 07.2011.
B 07.2011. D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	38 200		Eurostat
Households	–	13 319		Eurostat (as at 1.1.2009)
TV households	97.3%	12 959		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	33.7%	4 489		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	8.2%		1 088	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	57.7%		7 685	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	57.7%		7 685	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	49.1%	6 541		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	1.4%		181	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	1.4%	181		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	0.5%		60	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	67.7%		9 015	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	84.2%	11 212		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	67.5%	8 990		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	38.4%	5 117		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	118		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies	
Cable operators	>400	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 Telecom), TVP
IPTV packagers	4 ¹	Multimedia Polska, TP SA (France Télécom), Telefonía Dialog, Wist
DTT multiplex operators and packagers	1	TP Emitel (sold by TP / France Telecom to EM Bidco in June 2011)
Mobile phone TV packagers	2	Centertel SP "Orange" (France Télécom), Polska Telefonia Cyfrowa "T-Mobile" (Deutsche Telekom)
Mobile broadcast TV packagers	0	Info-TV-FM: wholesale provider - trials only in July 2011

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	5	7	12
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	5	58	63
Regional/Local		211	211
Regional/Local windows	16		16
Channels targeting foreign markets	1	2	3
Total	27	278	305
Foreign channels targeting the country	9	102	111

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Free digital terrestrial	Cable UPC Polska	Cable Vectra	Satellite Cyfrowy Polsat	Satellite Canal+ Cyfrowy Cyfra+	IPTV TP SA Videostada
Generalist - national	5	7	6	5	7	5
Generalist - foreign		2	2	1	7	4
Adult		3	7	2	1	
Children		14	20	11	8	8
Culture/ education/ documentary	2	27	26	9	14	13
Entertainment/ TV fiction/ games	2	27	31	18	32	18
Film	1	17	13	12	16	11
HD simulcast of an existing channel		11	13	22	22	14
Home shopping		1	1	1	1	2
International linguistic and cultural		4	6	2	2	6
Lifestyle/ specific leisure/ travel		13	11	11	12	4
Minority interest groups			1		1	1
Music		10	11	4	9	7
News/ business	1	19	18	5	7	13
Regional/ local		1	1	1	1	1
Religion		2	3		1	2
Sports	1	21	14	35	37	10
Various		7	2	2	1	2
Total (including HD channels)	12 (0)	186 (25)	186 (20)	141 (27)	179 (30)	121 (24)

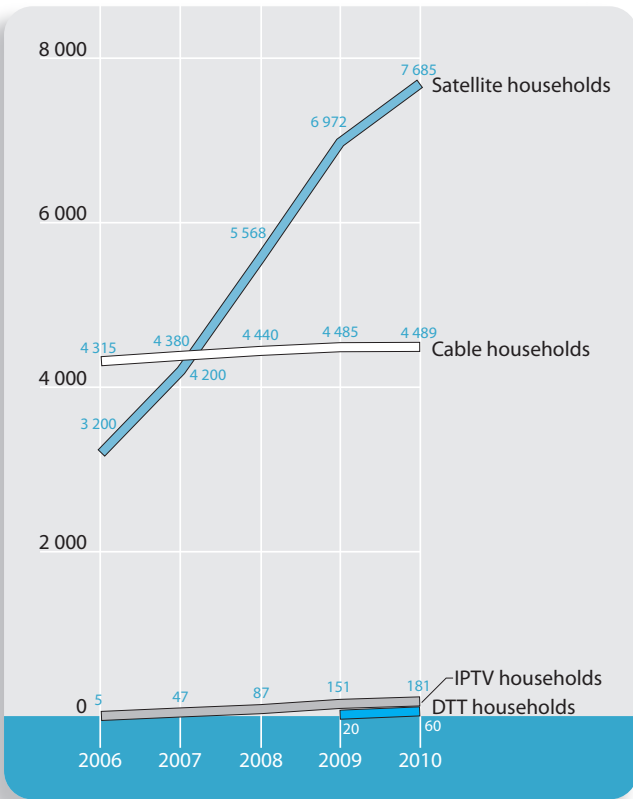
¹ The launch of a fifth IPTV platform before the end of 2011 has been announced by Netia.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

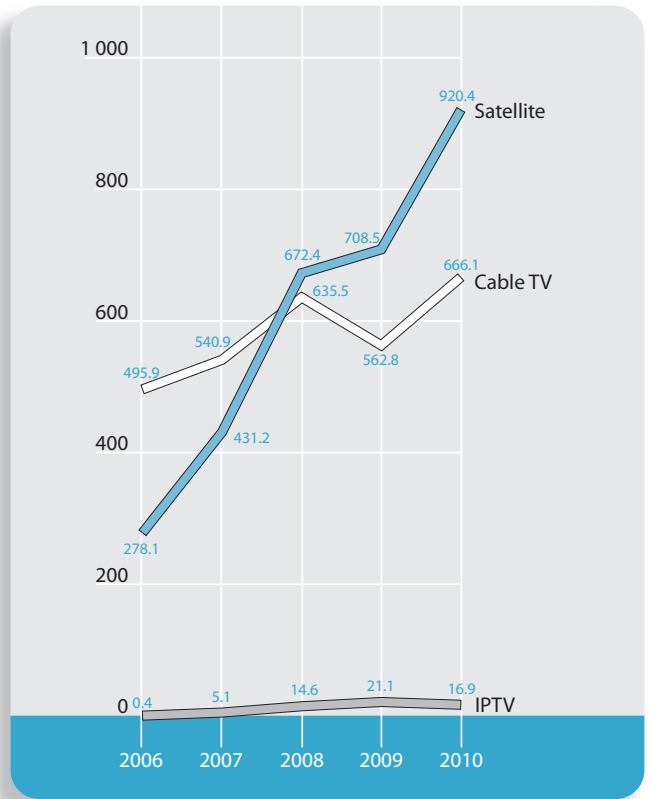
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

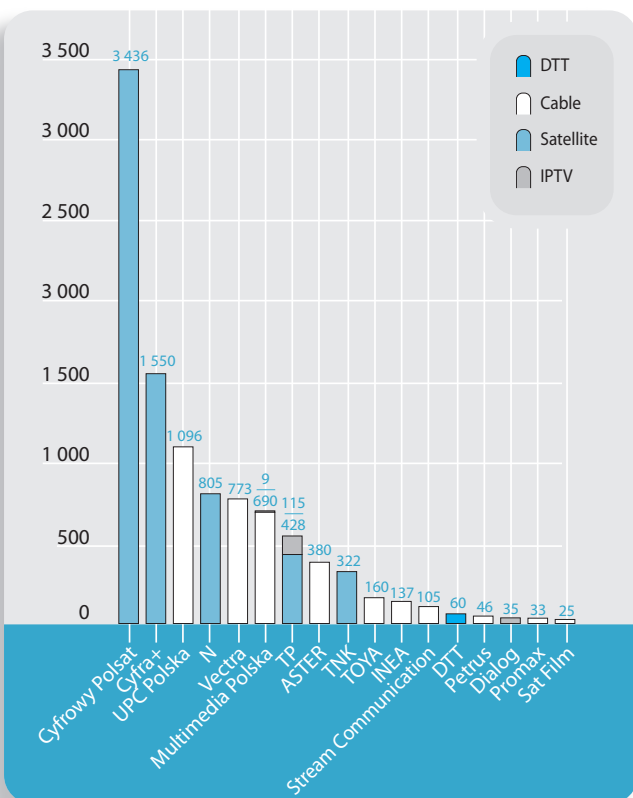
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

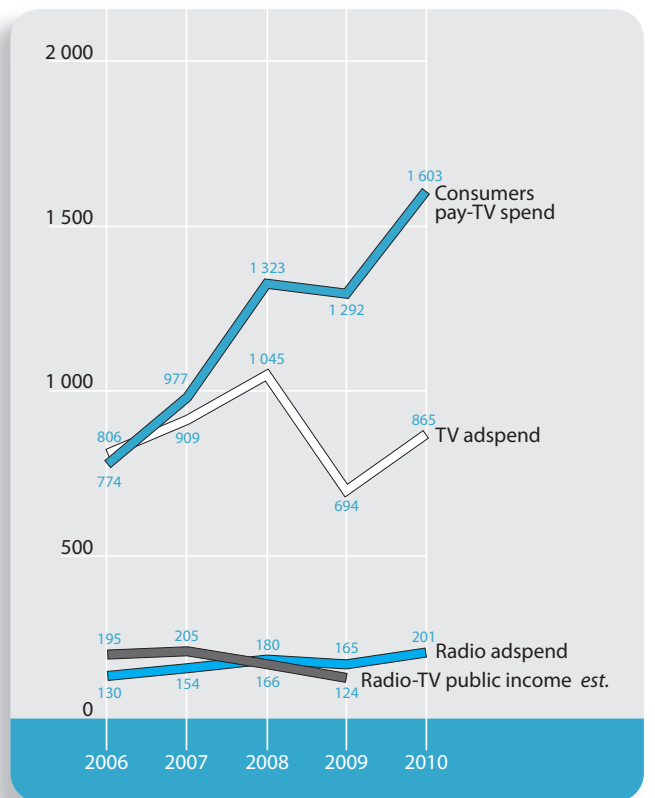
In thousands.



Source: PIKE, European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 PLN million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telewizja Polska SA	sptv, sat-tv	TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia	2 110.4	2 210.4	1 769.8	1 795.7	1.5%
TVN Sp. Z O.O.	adtv	TVN, TVN Siedem, TVN Style	1 375.0	1 667.9	1 719.4	1 719.4	0.0%
Telewizja Polsat SA	adtv	Polsat, Polsat 2, Polsat Sport	889.8	1 008.4	880.1	~	~
HBO Polska Sp. Z O.O.	thtv	HBO	71.3	106.1	174.3	~	~
Polskie Media S.A.	adtv	TV4 Polska	71.5	76.6	77.3	~	~
Mango Media	hstv	Telezakupy Mango 24	28.0	50.6	68.6	68.7	0.1%
Kino Polska TV Sp. Z.O.O.	thtv	Kino Polska	12.2	14.6	35.3	47.7	35.1%
MTV Networks Polska Sp. Z.O.O.	thtv	MTV Polska	30.7	39.0	36.9	~	~
Telewizja Puls Sp. Z.O.O.	adtv	Puls TV	6.8	~	23.0	~	~
4Fun Media SA	thtv	4fun.tv	11.6	14.1	10.4	13.1	26.0%
Telewizja Odra Sp. Z.O.O.	rtv	TV Odra	9.1	10.4	~	~	~
Media Biznes Sp. Z.O.O.	thtv	TV Biznes	13.3	14.6	4.8	5.1	6.3%

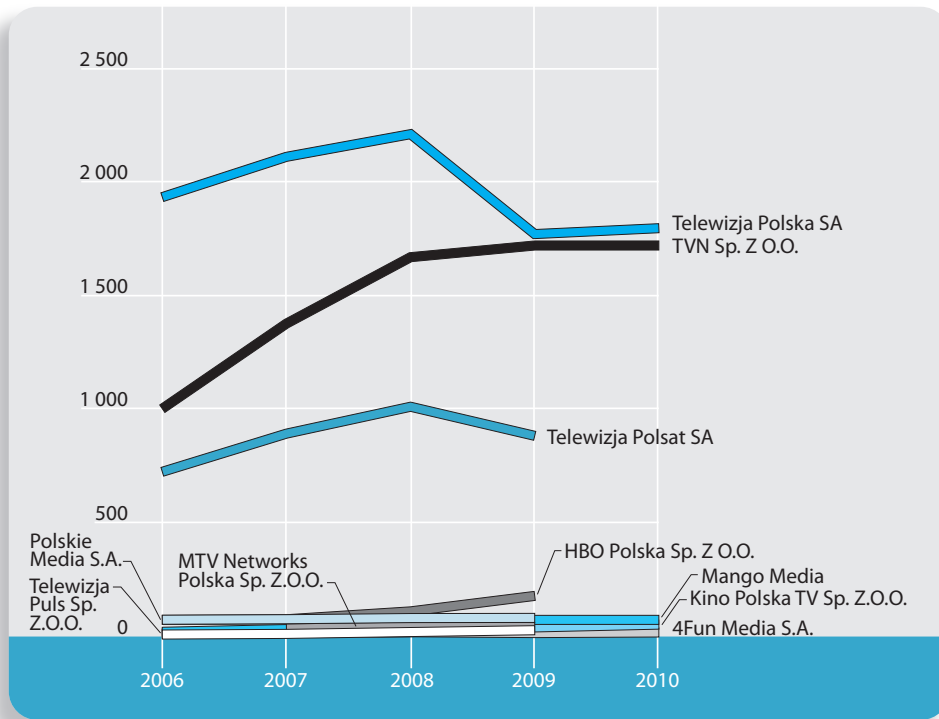
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Telekomunikacja Polska SA (cons.) ^①	3Play, sat-tv	Videostrada TV		18 559.0	18 406.0	16 560.0	15 715.0	-5.1%
Polska Telefonia Cyfrowa Sp. Z.O.O. ^①	3G TV	Era TV & Video		7 611.8	8 048.6	7 824.9	~	~
Centertel Sp. Z.O.O. ^①	3G TV	Orange Mobilna Telewizja i Video		8 207.0	8 779.0	7 825.0	7 807.0	-0.2%
Netia S.A. ^①	3Play	Netia Telewizja Kablowa		831.0	972.4	1 490.3	1 771.8	18.9%
Cyfrowy Polsat S.A.	sat-tv	Polsat Cyfrowy		793.9	1 130.9	1 279.9	1 496.4	16.9%
Canal + Cyfrowy Sp. Z.O.O. ^②	sat-tv	Cyfra+ (Canal+, Ale Kino,...)		952.1	1 090.2	1 348.2	1 416.0	5.0%
UPC Polska Sp. Z.O.O. ^①	3Play	Telewizja UPC		332.3	751.9	870.2	~	~
p.m. UPC Telewizja Kablowa Sp Z.O.O.	CATV	Telewizja UPC		-	-	-	-	-
Multimedia Polska SA ^①	3Play	Multimedia Telewizja		356.3	423.4	486.0	567.2	16.7%
Telefonia Dialog SA ^①	3Play	Dialog Telewizja Cyfrowa		525.4	558.1	509.4	518.3	1.7%
ITI Neovision Sp Z.O.O.	sat-tv	N		111.9	270.7	447.9	~	~
Vectra SA ^①	3Play	Vectra Telewizja		281.5	363.6	446.7	~	~
Aster Sp. Z.O.O. ^①	3Play	Aster Telewizja		295.5	390.8	420.9	423.7	0.7%
Toya Sp. Z.O.O. ^①	3Play	Toya Telewizja		87.6	105.3	117.8	~	~
Inea S.A. ^①	3Play	Telewizja INEA		39.8	82.9	104.1	~	~
Petrus Polska Sp. Z.O.O. ^①	3Play	Petrus TV		~	20.8	23.3	24.1	3.4%

^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)
2007-2010 PLN million.



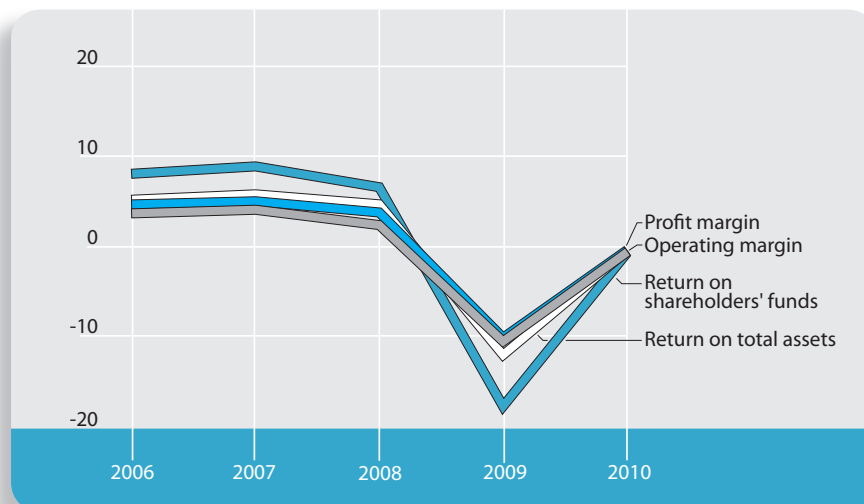
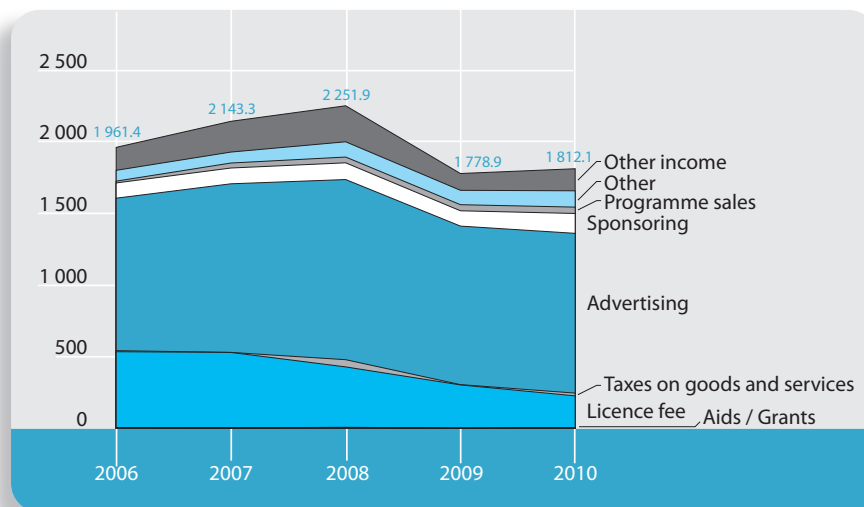
Source: European Audiovisual Observatory

AL
AT
BA
BE
BG
CH
CY
CZ
DE
DK
EE
ES
FI
FR
GB
GR
HR
HU
IE
IS
IT
LI
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
2007-2010 PLN million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Public income	529.6	478.7	304.6	245.3	24.7%	21.3%	17.1%	13.5%	-19.5%
- Aids / Grants	3.1	6.4	1.4	4.6	0.1%	0.3%	0.1%	0.3%	224.6%
- Licence fee	526.2	421.9	301.0	221.5	24.6%	18.7%	16.9%	12.2%	-26.4%
- Taxes on goods and services	0.3	50.4	2.2	19.2	0.0%	2.2%	0.1%	1.1%	773.5%
Commercial income	1 399.0	1 521.6	1 356.9	1 412.9	65.3%	67.6%	76.3%	78.0%	4.1%
- Advertising	1 177.4	1 258.0	1 107.0	1 115.7	54.9%	55.9%	62.2%	61.6%	0.8%
- Sponsoring	110.2	116.8	106.9	138.7	5.1%	5.2%	6.0%	7.7%	29.7%
- Programme sales	34.9	40.4	42.6	44.4	1.6%	1.8%	2.4%	2.5%	4.3%
- Other	76.5	106.5	100.4	114.0	3.6%	4.7%	5.6%	6.3%	13.6%
Other income	214.7	251.5	117.3	154.0	10.0%	11.2%	6.6%	8.5%	31.2%
Total revenues	2 143.3	2 251.9	1 778.9	1 812.1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	1.9%
Total operating revenues	2 210.4	2 210.4	1 769.8	1 795.7					1.5%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	0.0%
Purchase of goods and services	1 205	1 235	1 113	1 068	59.5%	57.2%	56.9%	59.2%	-4.0%
Costs of personnel	522	595	524	447	25.8%	27.6%	26.8%	24.8%	-14.7%
Depreciation	297	327	319	290	14.7%	15.2%	16.3%	16.1%	-9.0%
Operating expenditure	2 023	2 157	1 955	1 805	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-7.7%
Net result	86.0	100.5	-205.6	8					-103.7%
Operating margin (%)	4.1	2.4	-10.5	-0.6					

Source: European Audiovisual Observatory

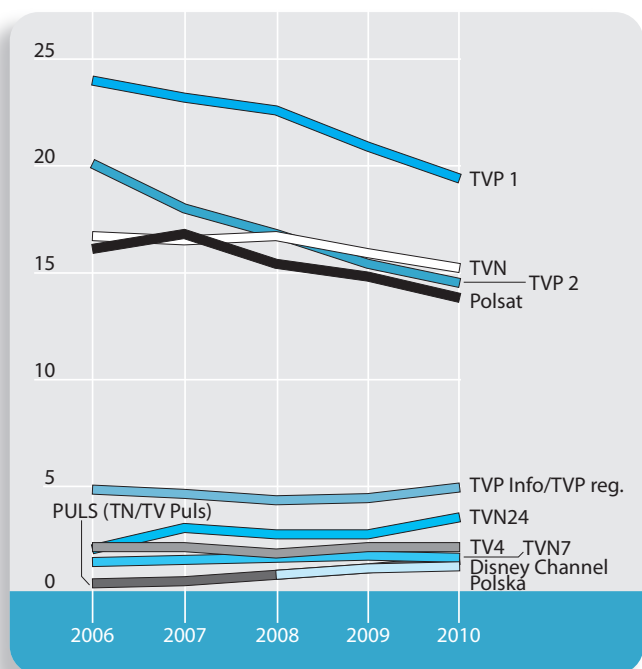


T.1.PL.3 TV audience market share in Poland
G.1.PL.3 2006-2010 In %, 4 years +.

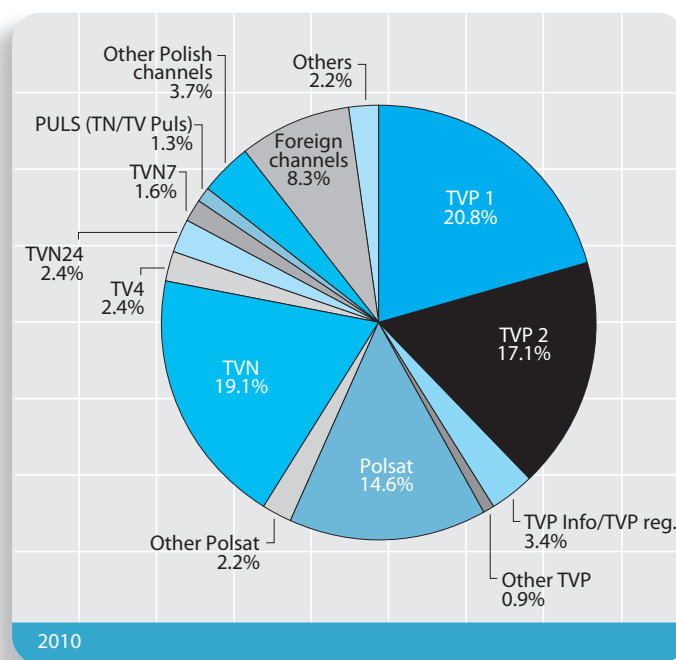
Channels	Daily share					Prime time (18:30 - 22:30)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
TVP 1	24.0	23.2	22.6	20.9	19.4	25.1	23.6	22.5	21.0	20.8
TVP 2	20.1	18.0	16.8	15.4	14.5	19.9	18.3	17.9	18.0	17.1
TVP Info/TVP reg.	4.8	4.6	4.3	4.4	4.9	3.6	3.3	3.1	3.3	3.4
TVP Polonia	0.8	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	0.5
TVP Kultura	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2
TVP Sport					0.2					0.2
Polish public channels	49.8	46.6	44.5	41.6	39.8	49.3	45.8	44.2	43.1	42.2
Polsat	16.1	16.8	15.4	14.8	13.8	17.0	18.3	17.4	16.0	14.6
Polsat 2	0.5	0.6	0.8	0.9	0.9	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5
Polsat News					0.6					0.5
Polsat Sport	0.4	0.5	0.6	0.8	0.5	0.3	0.4	0.5	0.8	0.5
Other Polsat					1.0					0.7
TVN	16.7	16.5	16.7	15.9	15.2	20.9	20.6	20.9	19.7	19.1
TV4	2.1	2.1	1.8	2.1	2.1	1.9	2.0	1.8	2.2	2.4
TVN24	2.0	3.0	2.7	2.7	3.5	1.2	1.9	1.8	1.8	2.4
TVN7	1.4	1.5	1.6	1.7	1.6	1.4	1.4	1.6	1.6	1.6
PULS (TN/TV Puls)	0.4	0.5	0.8	1.1	1.5	0.4	0.5	0.8	1.0	1.3
MiniMini	0.4	0.6	1.0	0.8	0.7	0.2	0.3	0.5	0.5	0.4
Other Polish channels	~	~	~	4.8	4.2	~	~	~	4.1	3.3
Main Polish private channels	40.0	42.1	41.4	45.6	45.6	43.7	45.9	45.8	48.2	47.3
Disney Channel Polska	~	~	0.8	1.1	1.2	~	~	0.4	0.6	0.8
Cartoon Network	0.8	0.6	0.7	0.6	0.9	0.4	0.3	0.5	0.3	0.5
Disney XD					0.9					0.6
AXN Polska	0.4	0.4	0.6	0.7	0.8	0.4	0.5	0.7	0.7	0.7
Discovery	0.4	0.4	0.5	0.6	0.7	0.3	0.3	0.4	0.5	0.5
Viva	0.5	0.5	0.8	0.6	0.6	0.3	0.3	0.5	0.3	0.4
Eurosport	0.6	0.5	0.5	0.5	0.6	0.4	0.3	0.4	0.3	0.4
Jetix/FoxKids	0.7	0.7	0.7	0.6		0.5	0.5	0.4	0.4	0.0
Other foreign channels					5.8					4.4
Total foreign channels	3.4	3.1	4.6	4.7	11.5	2.3	2.2	3.3	3.1	8.3
Others	6.8	8.2	9.5	8.1	3.1	4.7	6.1	6.7	5.6	2.2

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

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 2010, TVI (Grupa Media Capital) still had the largest audience market share with 27.5%. Since 2009, the public channel RTP1 has returned to second place (24.2% in 2010), ahead of the private channel SIC (Impresa), which, with 23.4%, has stabilised after declining for several years. The second public service channel RTP2 had a share of 5.3%.

According to the Autoridade Nacional da Comunicações (Communications Regulatory Authority – Anacom), in June 2011 about 1.428 million households were able to receive TV by cable, which was slightly down on 2010, of which 78.3% (1.118 million) were digital, while 676 000 households subscribed to a satellite pay-TV service, which was a rise of 2.8% over 2010. The number of subscribers to a fibre optic pay-TV service rose by 14.8% to 192 000, while IPTV (DSL/IP) had 551 000 subscribers, an increase of 2.4%.

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 55.8% of all subscribers in June 2011. Portugal Telecom has 32.3% of subscribers through its Meo TV service (satellite and IPTV). The company Cabovisao (owned by the Canadian company Cogeco Cable) is the third player in the pay-TV market (9% of subscribers). Apart from Meo TV, there are two other IPTV services available in Portugal: Sonaecom (a subsidiary of Sonae and France Télécom) which offers the triple-play service (Clix SmarTV); and Vodafone which offers “Casa TV” as part of double and triple play services.

The introduction of DTT was initiated in early 2008 with one tender for a free-to-air Multiplex (A) and a second tender for five Multiplexes providing pay-TV services (two with national coverage B and C, and a further three on partial territorial coverage, D, E and F). PT Comunicações (Portugal Telecom) was awarded the license for the free-to-air Multiplex, 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 2011, the service coverage was at 87% 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

Le marché télévisuel portugais est dominé par trois chaînes, dont la part d'audience cumulée dépasse 75%. En 2010, TVI (Grupa Media Capital) réalise toujours la meilleure part de marché (27,5 %). Depuis 2009, la chaîne publique RTP1 a repris la deuxième place (24,2 % en 2010) devant la chaîne privée SIC (Impresa) qui avec 23,4 % se stabilise après un déclin de plusieurs années. La deuxième chaîne de service public RTP2 a une part de 5,3 %.

Selon l'Autoridade Nacional da Comunicações (autorité de régulation des communications – Anacom), la diffusion par câble concerne environ 1,428 million de foyers en juin 2011, en très légère diminution, dont 78,3 % (1,118) en numérique, tandis que 676 000 foyers sont abonnés à un service de télévision payante par satellite, une hausse de 2,8 % par rapport à 2010. Le nombre de foyers abonnés à un service de télévision à péage par fibre optique était de 192 000, en augmentation de 14,8 % et ceux sur des plates-formes IPTV (DSL/IP) était de 551 000, en augmentation de 2,4 %.

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 représentait 55,8 % des abonnés en juin 2011. Portugal Telecom compte 32,3 % des abonnés à travers son offre Meo TV (satellite et IPTV). La société Cabovisao (appartenant à l'entreprise canadienne Cogeco Cable) est le troisième acteur du marché de la télévision à péage (9 % des abonnés). Outre Meo TV, 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.

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 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 2011, la couverture du service s'étend à 87 % de la population. Portugal Telecom a également remporté l'appel d'offres concernant les licences pour les multiplex de télévision

Der portugiesische Fernsehmarkt wird von drei Sendern beherrscht, die zusammen einen Zuschaueranteil von über 75 % erreichen. Den höchsten Marktanteil hatte 2010 nach wie vor TVI (Grupa Media Capital) mit 27,5 %. Seit 2009 nimmt der öffentlich-rechtliche Sender RTP1 wieder den zweiten Platz ein (24,2 % 2010), vor dem Privatsender SIC (Impresa), der sich nach mehreren Jahren der Verluste auf 23,4 % stabilisieren konnte. Das zweite öffentlich-rechtliche Programm RTP2 kam auf einen Anteil von 5,3 %.

Nach Angaben der Autoridade Nacional da Comunicações (Regulierungsbehörde für Kommunikation – Anacom) hatten im Juni 2011 rund 1,428 Mio. Haushalte (ein minimaler Rückgang) Zugang zu Pay-TV-Sendern über Kabel, davon 78,3 % (1,118 Mio. Haushalte) digital, während 676 000 Haushalte Abonnenten eines Pay-TV-Dienstes waren (ein Anstieg von 2,8 % gegenüber 2010). Die Zahl der Haushalte mit einem Abonnement bei einem Glasfaser-Bezahlfernsehendienst stieg um 14,8 % auf 192 000, während die Zahl der Haushalte auf IPTV-Plattformen (DSL/IP) um 2,4 % anstieg und bei 551 000 lag.

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 im Juni 2011 55,8 % der Abonnenten hatte. Portugal Telecom konnte 32,3 % der Abonnenten von seinem Angebot Meo TV (Satellit und IPTV) überzeugen. Drittgrößter Akteur auf dem Pay-TV-Markt ist mit 9 % der Abonnenten die Firma Cabovisao (im Besitz des kanadischen Betreibers Cogeco Cable). Neben Meo TV gibt es noch zwei weitere IPTV-Dienste in Portugal: Sonaecom (eine Tochtergesellschaft von Sonae und France Télécom), die einen Triple-Play-Dienst anbietet (Clix SmarTV), und Vodafone, ebenfalls mit einem Dienst (Casa TV) als Teil eines Double- oder Triple-Play-Pakets.

Die Einführung von DVB-T wurde Anfang 2008 mit einer Ausschreibung für eine Multiplex-Plattform für frei empfangbare Sender (A) und einer weiteren Ausschreibung für fünf Multiplex-Plattformen für Pay-TV-Dienste (B und C landesweit und D bis F regional) auf den Weg gebracht. Die Lizenz für die Free-TV-Plattform wurde PT Comunicações (Portugal Telecom) zugesprochen, die offizielle Inbetriebnahme erfolgte im April 2009. Über diesen Multiplex wird das Programm der vier landesweiten terrestrischen Sender (RTP1 und 2, TVI und SIC) und zweier autonomer

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. In October 2011, Anacom launched a consultation on the costs of operating a multiplex. The analogue switch-off is planned to take place between 12 January and 26 April 2012 but the planning and pace of the operation have been criticised by various broadcasters.

On 4 February 2011, the Portuguese Parliament approved a new television law. The new Television Law transposes the EU's Audiovisual Media Services Directive and makes amendments to several previous national laws. The major changes introduced are related to advertising and media ownership. Broadcasters gain a wider margin for manoeuvre as concerns advertising and product placement. Regarding media ownership and management, a new set of guidelines is introduced in order to increase transparency regarding property and editorial responsibilities.

The new centre-right government formed after the parliamentary elections of 5 June 2011 has announced the privatisation of one of the RTP channels in 2012 and the abolition of advertising on the remaining public channel in 2013. The privatisation of a public channel is a matter of concern for the two private operators (SIC and TVI), whose advertising revenues are already being severely affected by the recession. RTP will be able to continue to broadcast institutional advertising but intends to take its news channel off the air. RTP2 is likely to be privatised but it seems that the new channel to be created after the privatisation will not be able to broadcast commercial advertising either.

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 est 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. En octobre 2011, Anacom a lancé une consultation sur le coût d'opération du multiplex. L'extinction de la transmission analogique est prévue entre le 12 janvier et le 26 avril 2012, mais la planification et le rythme de l'extinction de l'analogique sont critiqués par les différents diffuseurs.

Le 4 février 2011, le Parlement portugais a adopté une nouvelle législation relative à la télévision. La nouvelle législation transpose en droit interne la Directive Services de médias audiovisuels et porte modification de plusieurs précédents textes de la législation nationale. Les principales modifications concernent la publicité et la propriété des sociétés de médias. Les radiodiffuseurs disposent à présent d'une plus grande marge de manoeuvre en matière de publicité et de placement de produit. S'agissant de la propriété et de la gestion des médias, de nouvelles lignes directrices ont été mises en place afin d'apporter davantage de transparence en matière de propriété des médias et de responsabilité éditoriale.

Le nouveau gouvernement de centre droit issu des élections législatives du 5 juin 2011 a annoncé la privatisation en 2012 d'une des chaînes de la RTP et la suppression en 2013 de la publicité sur la chaîne publique restante. La privatisation d'une chaîne publique inquiète les deux opérateurs privés (SIC et TVI), dont les recettes publicitaires sont déjà fortement affectées par la récession. La RTP pourra continuer à faire de la publicité institutionnelle, mais prévoit la disparition de sa chaîne thématique d'information. Il est probable que c'est la RTP2 qui sera privatisée, mais il semble que la nouvelle chaîne qui sera créée après la privatisation ne pourra pas elle non plus faire de la publicité commerciale.

Regionalsender ausgestrahlt. Im Oktober 2011 lag die DVB-T-Abdeckung bei 87 % der Bevölkerung. Portugal Telecom erhielt auch die Lizenzen für den Betrieb der Pay-TV-Multiplexe (B bis F). 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 in 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 Oktober 2011 hat Anacom eine Konsultation zu den Multiplexkosten gestartet. Die Abschaltung der analogen Übertragung soll zwischen dem 12. Januar und dem 26. April 2012 erfolgen, aber Planung und zeitlicher Ablauf der Abschaltung stoßen bei den verschiedenen Sendeunternehmen auf Kritik.

Am 4. Februar 2011 hat das portugiesische Parlament ein neues Fernsehgesetz verabschiedet. Das neue Fernsehgesetz setzt die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste um und ändert verschiedene nationale Gesetze. Die wichtigsten Änderungen betreffen die Werbung und die Eigentumsverhältnisse bei den Medien. Fernsehveranstalter erhalten einen größeren Spielraum bei Werbung und Produktplatzierung. Zu Inhaber- und Beteiligungsverhältnissen und zum Management wird eine Reihe neuer Regelungen eingeführt, um die Transparenz in Bezug auf die Eigentumsverhältnisse und die redaktionellen Verantwortlichkeiten zu erhöhen.

Die neue, aus den Wahlen vom 5. Juni 2011 hervorgegangene Mitte-rechts-Regierung hat für 2012 die Privatisierung eines der RTP-Sender und für 2013 die Abschaffung der Werbung auf dem verbleibenden öffentlich-rechtlichen Sender angekündigt. Die Privatisierung eines öffentlich-rechtlichen Senders beunruhigt die beiden privaten Betreiber (SIC und TVI), deren Werbeeinnahmen durch die Krise schon stark beeinträchtigt sind. RTP wird weiterhin institutionelle Werbung machen können, plant allerdings die Einstellung seines Nachrichtenspartenkanals. Wahrscheinlich wird RTP2 der Sender sein, der privatisiert wird, aber offenbar wird der nach der Privatisierung neu zu gründende Sender ebenfalls keine kommerzielle Werbung ausstrahlen dürfen.

Basic figures

A 31.12.2010.
B 11.2011.

C 11.2011.
D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	10 637		Eurostat
Households	–	3 942		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.3%	3 915		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	36.1%	1 424		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	27.2%		1 074	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	19.5%		769	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	19.3%		759	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	17.0%	670		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	15.3%		605	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	15.7%	617		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	13.5%		531	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	75.3%		2 969	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	68.8%	2 711		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	63.4%	2 500		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	49.4%	1 949		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	172		Screen Digest

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	6 Cabovisao, Zon TV Cabo, ...
Satellite packagers	2 Portugal Telecom (Meo), Zon Multimedia (TV Cabo)
IPTV packagers	3 Portugal Telecom/ TMN (Meo), Optimus (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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	4	67	71
Regional/Local	2	2	4
Regional/Local windows			0
Channels targeting foreign markets	4	7	11
Total	12	78	90
<i>Foreign channels targeting the country</i>	2	54	56

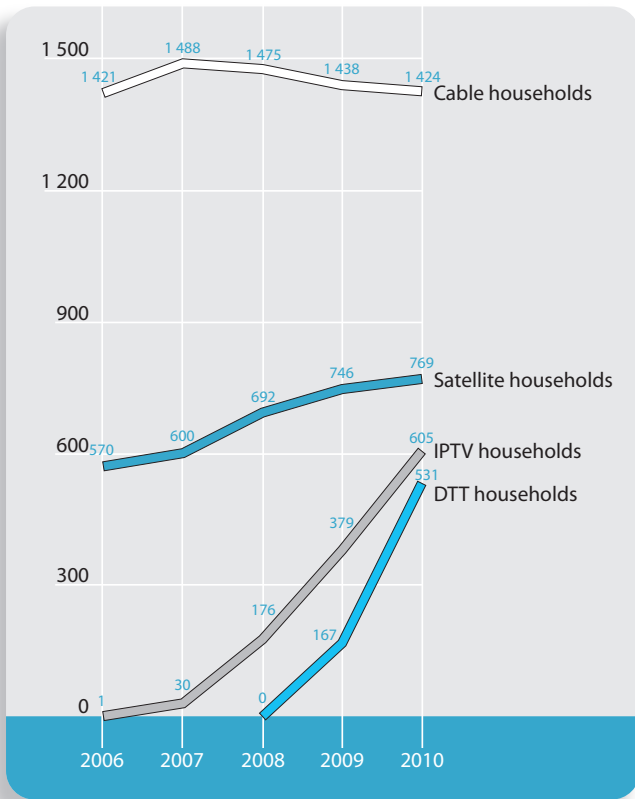
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Digital terrestrial	Cable Zon Multimedia	Cable Cabovisao	Satellite Zon Multimedia	Satellite MEO Portugal Telecom	Satellite MEO Portugal Telecom	IPTV Portugal Telecom
Generalist - national	4	5	5	5	5		4
Generalist - foreign		4	4	2			3
Adult		2	4	3	2		3
Children		9	9	9	6		6
Culture/ education/ documentary		11	10	9	6		6
Minority interest groups		3					2
Entertainment/ TV fiction/ games		18	15	13	13		16
Film		10	9	7	8		9
HD simulcast of an existing channel		17	7	14	5		12
International linguistic and cultural		12	5	4	3		11
Lifestyle/ specific leisure/ travel		7	8	6	7		12
Music		11	10	9	6		14
News/ business		20	12	14	13		17
Parliament/ government/ administration		1		1			1
Regional/ local	2	3	3	3	2		4
Religion		2	2	1			
Sports		17	14	17	20		24
Various		6	3	3	1		4
Total (including HD channels)	6	158 (37)	120 (17)	120 (20)	97 (8)		148 (30)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

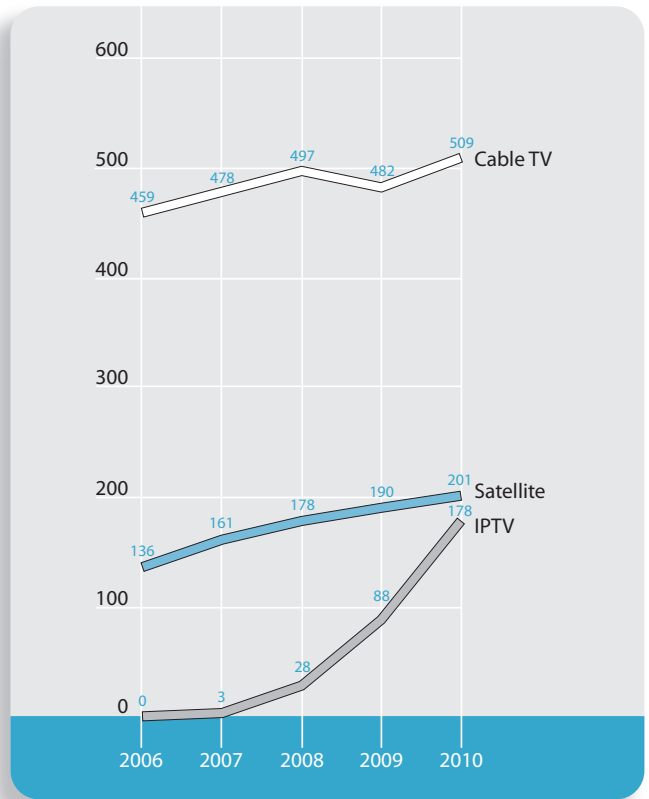
In thousands.



Source: Screen Digest, European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

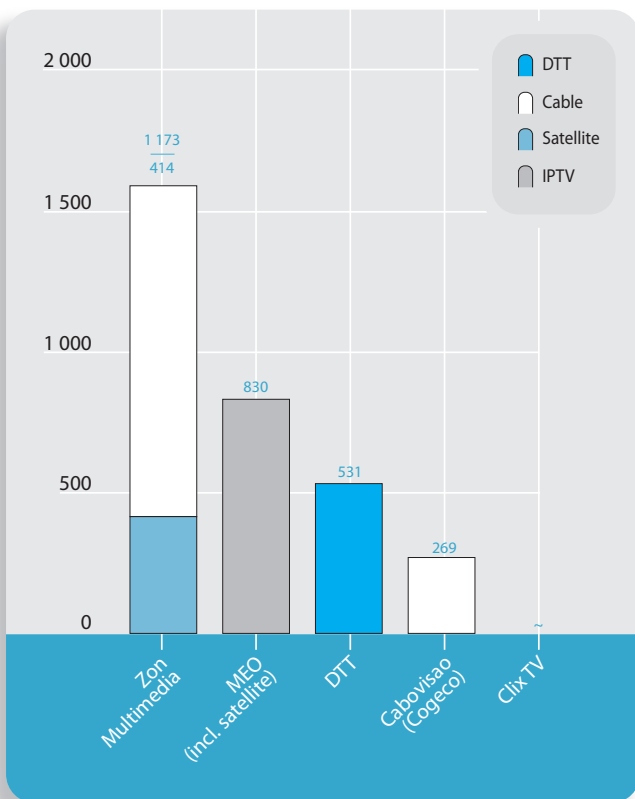
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

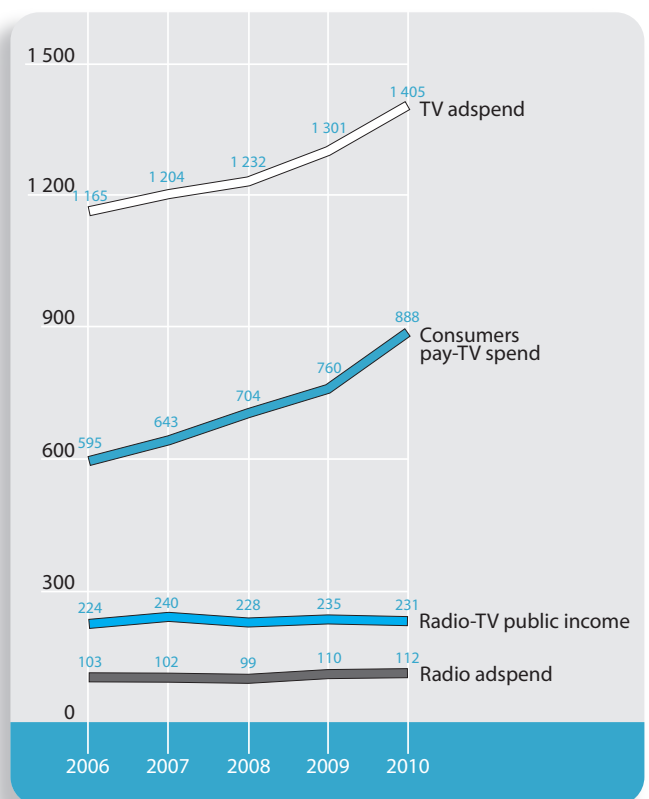
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Radio e Televisao de Portugal S.A. (cons.)	sptv	RTP1. LaDos	314.9	303.9	323.8	308.6	-4.7%
SIC (cons.)	adv	SIC. SIC Mulher. SIC K. SIC Radical	184.7	173.8	153.6	172.1	12.0%
<i>p.m.</i> Lisboa Informação e Multimédia ¹	thtv	SIC Noticias	21.3	24.2	-	~	~
TVI	adv	TVI	159.2	168.4	156.6	158.9	1.5%
Sport TV Portugal	thtv	Sport TV	106.5	129.6	147.7	158.3	7.2%
Zon Conteudos S.A.	thtv	TV Cine, Canal 21, MOV	58.3	61.4	42.8	55.5	29.7%
Benfica TV	thtv	Benfica TV	~	3.1	4.3	~	~
MTV Networks LDA	thtv	MTV Portugal	2.8	3.5	2.5	1.8	-28.0%

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Portugal Telecom S.A. (cons.) ²	4play. TV-sat; 3G TV	Meo TV. Meo. Satelite TV		6 148.4	6 734.3	6 784.7	~	~
<i>p.m.</i> TMN - Telecomunicações Movies Nacionais S.A. ²	3G TV	Meo Mobile		1 552.6	1 618.8	1 524.7	7 695.5	404.7%
Vodafone Portugal S.A. ²	3G TV	Vodafone Mobile TV		1 511.3	1 495.7	1 424.3	~	~
Soanecom - Serviços de Comunicações S.A. ²	3play	Clix TV		348.5	872.2	821.7	~	~
Zon TV Cabo Portugal S.A. ²	4play	Zon TV		589.7	633.9	687.2	708.7	3.1%
Cabovisao	3play	Cabovisao		168.0	152.5	138.8	~	~
Zon TV Cabo Madeirense ²	3play	Zon TV		29.3	31.2	31.6	31.5	-0.3%
Cabo TV Açoreana	3play	Zon TV		20.9	23.7	21.9	21.6	-1.4%
Pluricanal Leiria Televisao por Cabo S.A. ^{2 3}	3play	Zon Pluricanal		4.6	4.4	-	~	~
Bragatel ^{2 3}	3play	Zon Bragatel		4.5	~	-	~	~
TV Tel Comunicações S.A. ^{2 3}	CATV. ISP	Zon TVTEL		20.1	20.4	-	~	~

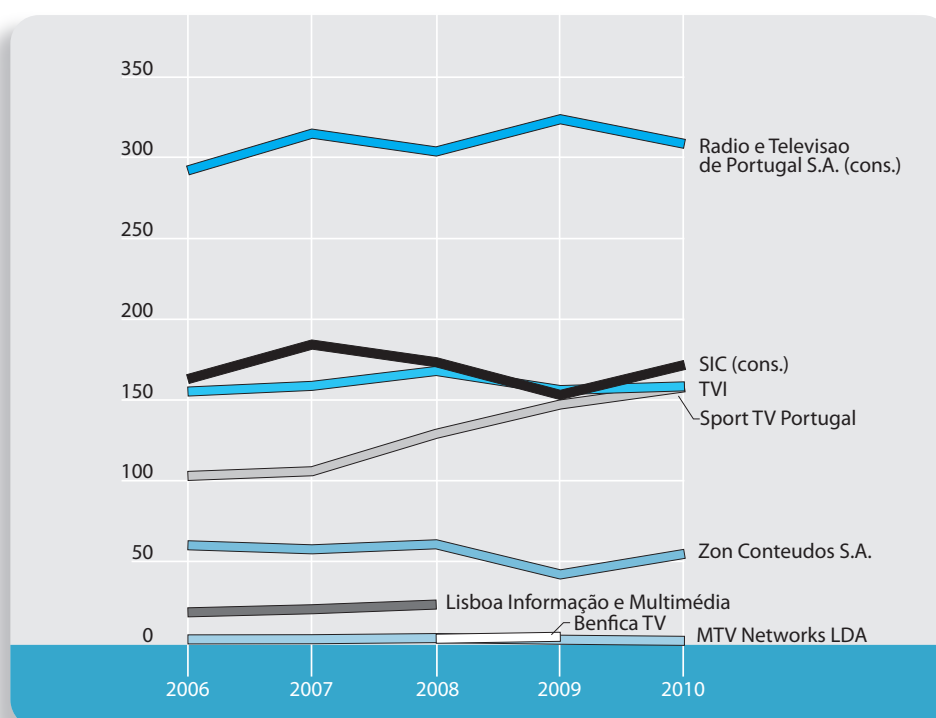
¹ The company was a joint-venture between SIC (60%) and TV Cabo (40%) until 2009. In February 2009, SIC bought ZON's shares. The company was merged into SIC.

² Includes telecommunication activities.

³ Taken over by Zon.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



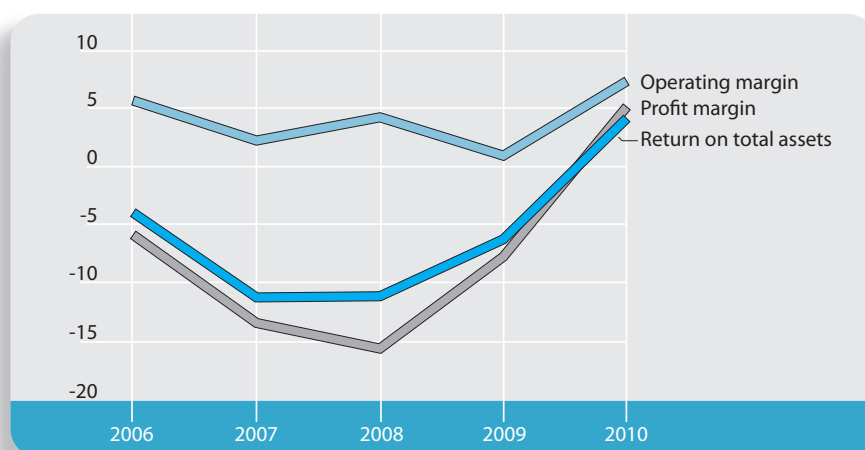
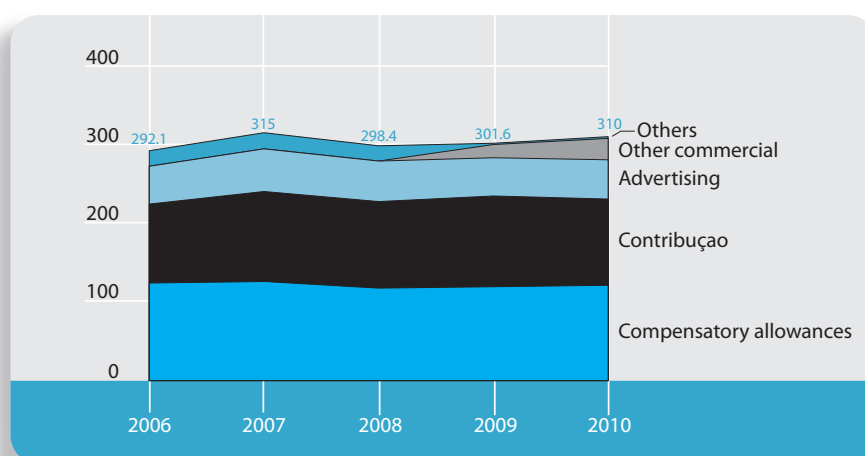
T.1.PT.2
G.1.PT.2Rádio e Televisão de Portugal S.A. financial situation (consolidated)
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Public funds	240.3	227.5	234.5	230.6	76.3%	76.2%	76.7%	74.7%	-1.7%
- Compensatory allowances	125.9	117.5	119.3	121.1	40.0%	39.4%	39.0%	39.2%	1.5%
- Contribuição do Audiovisual	114.4	110	115.3	109.6	36.3%	36.9%	37.7%	35.5%	-4.9%
Commercial revenues	74.6	70.9	69.7	75.8	23.7%	23.8%	22.8%	24.6%	8.8%
- Advertising	54.2	51.5	48.6	49.9	17.2%	17.3%	15.9%	16.2%	2.7%
- Distribution Cable	~	~	11.8	14			3.9%	4.5%	18.6%
- Technical services	~	~	5	3			1.6%	1.0%	-40.0%
- Sales content	~	~	0.9	6.6			0.3%	2.1%	633.3%
- Other commercial	~	~	3.6	2.4			1.2%	0.8%	-33.3%
Others	20.5	19.4	1.6	2.2	6.5%	6.5%	0.5%	0.7%	37.5%
Total	314.9	298.4	305.8	308.6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.9%
Operating revenues	314.9	303.9	305.8	308.6					0.9%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Purchase of goods and services	181.1	162.0	176.7	172.0	58.8%	55.6%	58.3%	60.1%	-2.7%
- Cost of personnel	109.9	111.7	113.0	102.9	35.7%	38.4%	37.3%	36.0%	-8.9%
- Amortisation	16.9	17.5	13.2	11.2	5.5%	6.0%	4.4%	3.9%	-15.2%
Operating expenditure	307.9	291.2	302.9	286.1	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-5.5%

Net result	-36.1	-46.9	-24.2	15.1					-162.4%
Operating margin (%)	2.2	4.2	0.9	7.3					

Source: RTP, European Audiovisual Observatory



T.1.PT.3
G.1.PT.3

TV audience market share in Portugal 2006-2010

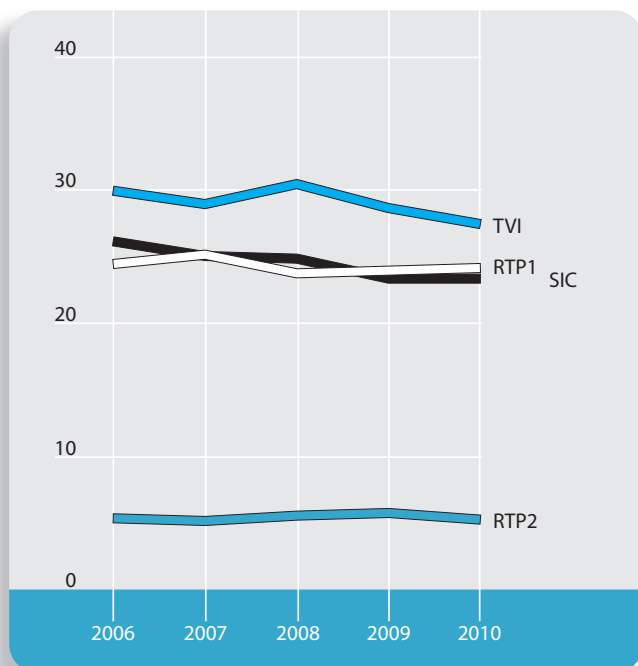
In %, 4 years +.

All households Channels	Daily share					Prime time (20:00-00:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
RTP1	24.5	25.2	23.8	24.0	24.2	22.4	24.4	21.8	22.2	21.9
RTP2	5.4	5.2	5.6	5.8	5.3	4.9	4.8	4.9	4.7	4.5
Main Portuguese public channels	29.9	30.4	29.4	29.8	29.5	27.3	29.2	26.7	26.9	26.4
TVI	30.0	29.0	30.5	28.7	27.5	34.7	33.0	35.8	34.2	32.4
SIC	26.2	25.1	24.9	23.4	23.4	26.7	24.9	24.2	23.7	23.8
Total main Portuguese private channels	56.2	54.1	55.4	52.1	50.9	61.4	57.9	60.0	57.9	56.2
Others	13.2	14.6	14.0	17.0	18.5	10.8	12.2	12.3	14.3	16.3
Video	0.7	0.9	1.2	1.1	1.1	0.5	0.7	1.0	0.9	1.1

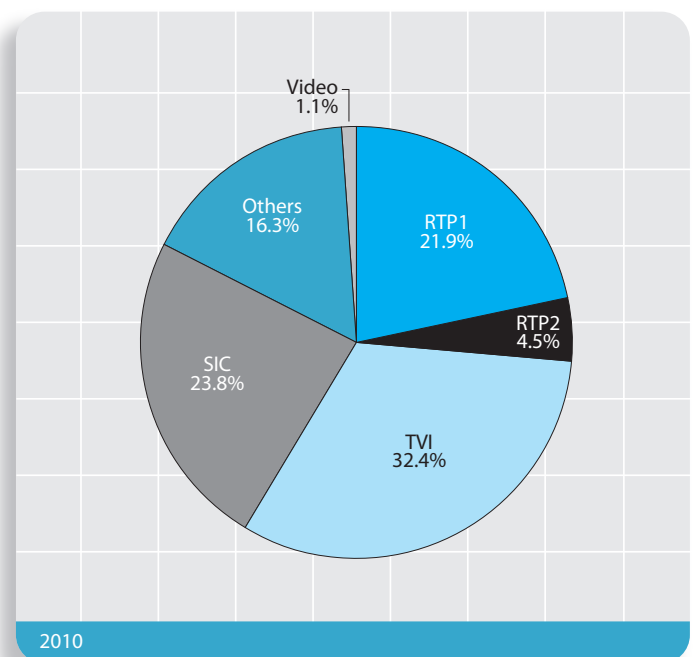
Cable/satellite households	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
RTP1	20.5	20.4	19.1	19.0	19.4	20.2	21.4	18.6	18.3	18.2
RTP2	3.4	3.1	3.3	3.3	3.0	3.2	3.0	3.0	3.0	2.9
RTPN	1.4	1.6	1.6	1.7	1.6	0.9	1.1	1.1	1.3	1.3
RTP Memoria	~	~	~	1.0	1.4	~	~	~	0.8	1.3
RTP Africa	~	~	~	0.4	0.3	~	~	~	0.4	0.2
Total Portuguese public channels	25.3	25.1	24.0	25.0	25.4	24.3	25.5	22.7	23.4	23.7
TVI	26.8	24.9	27.1	24.7	22.3	32.0	28.4	32.1	30.0	26.3
TVI24	~	~	~	1.0	0.9	~	~	~	0.9	0.8
SIC	19.6	18.9	18.5	17.8	18.4	20.2	19.8	19.1	19.4	19.8
SIC Noticias	3.6	3.7	3.8	4.0	4.0	2.4	2.6	2.8	3.2	3.4
SIC Radical	1.3	1.0	1.3	1.3	1.0	1.3	1.0	1.0	0.9	0.8
SIC Mulher	0.9	1.1	1.2	1.1	1.3	0.8	1.0	1.3	1.1	1.3
Sic K					0.2					0.1
SportTV	1.1	1.2	1.2	1.2	1.3	1.6	1.7	1.7	1.6	1.9
Other Portuguese	~	~	~	2.3	1.8	~	~	~	2.1	1.8
Total Portuguese private channels	53.3	50.8	53.1	53.4	51.2	58.3	54.5	58.0	59.2	56.2
AXN	3.1	3.3	2.8	2.9	2.5	2.9	3.4	3.1	3.0	2.7
Panda	2.3	2.6	2.5	2.5	2.3	1.7	2.0	1.9	1.8	1.7
Hollywood	1.5	1.6	1.7	2.1	2.0	1.4	1.6	1.6	1.9	1.8
Fox	1.4	1.7	1.6	1.4	2.1	1.3	1.7	1.5	1.1	1.9
Disney Channel					1.1					0.7
Total foreign channels	9.2	10.2	9.3	19.2	23.4	7.9	9.4	8.5	15.2	20.1
Others	12.2	13.9	13.6	2.4	0.0	9.5	10.6	10.8	2.2	0.0

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. The *Consiliul Național al Audiovizualului* (National Council for Electronic Media – CNA) granted a total of 102 audiovisual licences in 2010 (four radio broadcasting licences, 17 television broadcasting licences and 81 licences for electronic communications networks); 40 audiovisual licences were renewed (35 for radio stations and five for television channels) and 57 others were transferred. 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. A study published by Media Express in autumn 2011 highlighted the fact that the three competing companies are in deficit. There is a persistent rumour in professional circles concerning the possible takeover of UPC's operations by RCS-RDS.

In 2010, the audience share of Pro TV (CME) continued to rise and reached 14.9% (higher than its 2007 level), while that of Antena 1 (Intact Media Group) declined to 10.3% (9.1% in 2008). The channel now in third place as regards audience share is the news channel Realitatea TV with 6.1%. The channel Acasa TV, which also belongs to CME and targets women with entertainment programmes such as drama, telenovelas and films, now only has 4% (compared with 7.7% in 2006). 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 2010 of 5.4% (down from 16.7% in 2006). The share of TVR2 also declined from 5.3% to 1.8% between 2006 and 2010. Several other channels have a share of around 4% of the audience: Antena 3, Prima TV (ProSiebenSat.1 Media AG) and Kanal D (Dogan Media Group)

Cable is the most important reception mode in Romania (45% 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 1.4 million subscribers end 2010. End of September 2011, UPC Romania had 1.1 million subscribers of which about 37.9% had digital services. The third company, AKTA (formerly Digital Cable Systems (DCS)) had about 180 000 subscribers in December 2010. Romtelecom has also

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 lancé plusieurs chaînes thématiques, commence à se faire sa place. Le CNA a octroyé en 2010 un total de 102 licences audiovisuelles (quatre licences radiophoniques, 17 licences télévisuelles et 81 licences destinées à des réseaux de communications électroniques) ; 40 licences audiovisuelles ont été renouvelées (35 pour des stations de radio et cinq pour des chaînes de télévision) et 57 autres transférées. 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. Une étude publiée par Media Express à l'automne 2011 mettait en évidence le fait que les trois sociétés concurrentes sont déficitaires. Le possible rachat des activités de UPC par RCS-RDS fait l'objet d'une rumeur persistante dans les milieux professionnels.

En 2010, la part d'audience de Pro TV (CME) continue à augmenter pour atteindre 14,9 % (supérieure au niveau de 2007), celle d'Antena 1 (Intact Media Group) régresse à 10,3 % (contre 9,1 % en 2008). Avec 6,1 %, la chaîne d'information Realitatea TV arrive en troisième position. La chaîne Acasa TV, appartenant également à CME, et ciblant les femmes avec des programmes de divertissement tels que drames, telenovelas et films, n'obtient plus que 4 % (contre 7,7 % en 2006). 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 2010 est de 5,4 % (contre 16,7 % en 2006). La part de TVR2 a également reculé, de 5,3 % à 1,8 % entre 2006 et 2010. Plusieurs autres chaînes ont une part d'audience aux alentours de 4 % : Antena 3, Prima TV (ProSiebenSat.1 Media AG), et Kanal D (Dogan Media Group).

Le câble est le principal mode de réception en Roumanie (45 % 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 environ 1,4 million d'abonnés fin 2010. Fin septembre 2011, UPC Romania comptait 1,1 million d'abonnés dont environ 37,9 % à des services numériques. La troisième société, AKTA (auparavant Digital Cable Systems DCS), revendiquait environ 180 000 abonnés au

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. Die Regulierungsbehörde CNA hat 2010 insgesamt 102 Lizenzen im audiovisuellen Bereich vergeben (4 für Hörfunk, 17 für Fernsehen und 81 für elektronische Kommunikationsnetze); 40 Lizenzen im audiovisuellen Bereich wurden erneuert (35 für Hörfunk- und 5 für Fernsehsender), 57 weitere wurden übertragen. 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. Aus einer von Media Express im Herbst 2011 veröffentlichten Studie geht hervor, dass die drei Konkurrenten Verluste einfahren. In Fachkreisen hielt sich hartnäckig das Gerücht einer möglichen Übernahme der Aktivitäten von UPC durch RCS-RDS.

2010 stieg der Zuschaueranteil von Pro TV (CME) weiter an und erreichte 14,9 % (mehr als 2007), der Anteil von Antena 1 (Intact Media Group) fällt wieder auf 10,3 % zurück (gegenüber 9,1 % en 2008). An dritter Stelle liegt erstmals der Nachrichtensender Realitatea TV mit einem Zuschaueranteil von 6,1 %. Der Sender Acasa TV, der auch zu CME gehört und mit Unterhaltungsprogrammen wie Dramen, Telenovelas und Spielfilmen Frauen als Zielgruppe hat, kommt nur noch auf 4 % (gegenüber 7,7 % 2006).

Die beiden CME-Sender erreichten somit zusammen einen Marktanteil von rund 19 %. Den stärksten Einbruch der Marktanteile musste der öffentlich-rechtliche Sender TVR1 hinnehmen (5,4 % 2010 gegenüber 16,7 % 2006). Auch der Marktanteil von TVR2 ist zwischen 2006 (5,3 %) und 2010 (1,8 %) deutlich zurückgegangen. Einige weitere Sender erreichten 2009 einen Zuschaueranteil von rund 4 %, darunter Antena 3, Prima TV (ProSiebenSat.1 Media AG) und Kanal D (Dogan Media Group).

Kabelfernsehen ist die in Rumänien am häufigsten genutzte Plattform (45 % der Haushalte). Das Kabelnetz teilen sich im Wesentlichen zwei Betreiber: RCS-RDS und UPC Romania. RCS-RDS hat Ende 2010 mit 1,4 Mio. Abonnenten die Position des Marktführers übernommen. UPC Romania hatte 1,1 Mio. Abonnenten, von denen ca. 37,9 % digitale Dienste nutzten. Das dritte Unternehmen, AKTA (vormals Digital Cable Systems, DCS), hatte im Dezember 2010 rund 180 000 Abonnenten. Romtelecom

moved into the cable sector, via its subsidiary NextGen, by taking over smaller operators (and claimed 138 000 subscribers in December 2010). UPC launched 13 HD channels in November 2011.

The satellite broadcasting market is developing rapidly with more than 34% of households subscribing to services at the end of 2010, and it underwent a concentration process at the beginning of 2011. At the end of 2010 five satellite platforms were competing in the Romanian market: DigiTV (RCS-RDS) which had 1.1 million subscribers in 2009 in Romania (the service also operates in Croatia, the Czech Republic, Hungary, Serbia and Slovakia) and Dolce (Romtelecom) which had 886 000 subscribers in December 2010. The three other packages are: Akta TV with 70 000 subscribers in December 2010, Boom TV (the now bankrupt DTH Television Group) with 130 000 subscribers and UPC with 255 500 subscribers in September 2011. In the first quarter of 2011, Romtelecom took over Boom TV followed by the satellite service of Akta TV. In September 2011, the press mentioned the possibility of a new service being launched, on the initiative of Eutelsat.

The launch of DTT services in Romania underwent some turmoil in 2010. In August 2010, the regulatory authority ANCOM cancelled the procedure for allocating multiplex frequencies. The government has adopted a law postponing the analogue switch-off, which will take place in 2015 and not in 2012 as called for by the European Commission. In practice, in November 2011 two multiplex operators were in a test phase: SNR (10 channels broadcast in November 2011, one in HD) and MediaSat (two channels of the MediaPro group, broadcast in HD).

In 2011, five IPTV services were available (InesTV, Romtelecom, Massive Telecom, Gemini Networks and nTouchTV). In 2006, the IPTV platform "Ines", was launched by the Ines group. In particular, it offers 6 HD channels. The principal players are also interested in this new distribution market. Romtelecom launched an IPTV package in mid-2009 (and claimed to have 30 000 subscribers by December 2010).

The Draft Law projected to change and complete the *Legea Audiovizualului nr. 504/2002* (Audiovisual Law no. 504/2002), proposed by four Deputies of PD-L (Democrat-Liberal Party, the main ruling party), was tacitly adopted by the Chamber of Deputies in June 2011.

câble en décembre 2010. Romtelecom est également passée au câble, via sa filiale NextGen, en reprenant de plus petits opérateurs (elle annonce 138 000 abonnés fin décembre 2010). UPC a lancé 13 chaînes HD en novembre 2011.

Le marché de la diffusion par satellite se développe rapidement, avec plus de 34 % des foyers abonnés fin 2010 et est entré dans un processus de concentration début 2011. Le marché roumain comptait fin 2010 cinq plates-formes satellitaires. DigiTV (RCS-RDS) comptait 1,1 million d'abonnés en 2009 en Roumanie (le service est également disponible en Croatie, République tchèque, Hongrie, Serbie et Slovaquie). Dolce (Romtelecom) comptait 886 000 abonnés en décembre 2010. Les trois autres bouquets sont : Akta TV qui comptait 70 000 abonnés en décembre 2010, Boom TV (DTH Television Group), qui en revendiquait 130 000 mais a fait faillite et UPC qui comptait plus de 255 500 abonnés en septembre 2011. Au premier trimestre 2011 Romtelecom a racheté successivement Boom TV et le service satellite de Akta TV. En septembre 2011, la presse évoquait la possibilité du lancement d'un nouveau service, à l'initiative d'Eutelsat.

Le lancement des services TNT en Roumanie a connu quelques turbulences en 2010. En août 2010, l'instance de régulation ANCOM a annulé la procédure d'attribution des fréquences pour les multiplexes. Le gouvernement a adopté une loi fixant l'extinction du signal analogique en 2015 et non en 2012 comme demandé par la Commission européenne. Dans la pratique, en novembre 2011, deux opérateurs de multiplex sont en phase de test : SNR (10 chaînes diffusées en novembre 2011, dont une en HD) et MediaSat (deux chaînes du groupe MediaPro, diffusées en HD).

En 2011, cinq offres IPTV sont disponibles (InesTV, Romtelecom, Massive Telecom, Gemini Networks et nTouchTV). En 2006, la première plate-forme IPTV baptisée Ines a été lancée par le groupe Ines. Elle propose notamment 6 chaînes en format HD. Les principaux acteurs s'intéressent également à ce nouveau marché de distribution. Romtelecom a lancé un bouquet IPTV mi-2009 (revendiquant 30 000 abonnés en décembre 2011).

Le projet de loi envisagé pour modifier et compléter la *Legea Audiovizualului nr. 504/2002* (loi relative à l'audiovisuel n° 504/2002), proposé par quatre députés du PD-L (le Parti libéral démocrate, principal parti au pouvoir), a été tacitement adopté par la Chambre des députés en juin 2011.

ist über die Tochterfirma NextGen, die einige kleinere Betreiber übernommen hat, ebenfalls in den Kabelsektor eingestiegen (und hatte Ende Dezember 2010 nach eigenen Angaben 138 000 Abonnenten). UPC hat im November 2011 dreizehn HD-Programme gestartet.

Der Satelliten-TV-Markt in Rumänien wächst sehr schnell – Ende 2010 nutzten bereits über 34 % der Haushalte entsprechende Dienste – und ist Anfang 2011 in einen Konzentrationsprozess eingetreten. Ende 2010 gab es auf dem 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 2010 886 000 Abonnenten. Die drei weiteren Bouquets sind: Akta TV (im Dezember 2010 70 000 Abonnenten), Boom TV (DTH Television Group, hatte nach eigenen Angaben 130 000 Abonnenten, musste aber Insolvenz anmelden) sowie UPC (mit über 255 500 Abonnenten im September 2011). Im ersten Quartal 2011 hat Romtelecom zunächst Boom TV und dann den Satellitendienst von Akta TV übernommen. Im September 2011 wurde in der Presse gemutmaßt, auf Betreiben von Eutelsat werde ein neuer Dienst gestartet.

Der für 2010 geplante Start von DVB-T-Diensten verlief alles andere als reibungslos. Im August 2010 hat die Regulierungsbehörde ANCOM das Frequenzvergabeverfahren für die Multiplexe annulliert. Die Regierung hat die Abschaltung der analogen Übertragung per Gesetz auf 2015 verschoben, anstatt, wie von der Europäischen Kommission gefordert, 2012. Im November 2011 befanden sich zwei Multiplexbetreiber in einer Testphase: SNR (10 Programme auf Sendung im November 2011, eines davon in HD) und MediaSat (zwei Sender der Gruppe MediaPro, in HD ausgestrahlt).

2011 gab es fünf IPTV-Angebote (InesTV, Romtelecom, Massive Telecom, Gemini Networks und nTouchTV). 2006 wurde von der Ines Group der erste IPTV-Dienst (Ines) gestartet. Er hat insbesondere sechs HD-Sender im Angebot. 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 Dezember 2010 30 000 Abonnenten hatte).

Der Gesetzentwurf zur Änderung und Ergänzung des *Legea Audiovizualului nr. 504/2002* (audiovisuelles Gesetz Nr. 504/2002), der von vier Abgeordneten der PD-L (demokratisch-liberale Partei, die größte Regierungspartei) vorgeschlagen wurde, ist von der Abgeordnetenkammer ohne Diskussion im Juni 2011 verabschiedet worden.

Basic figures

A 31.12.2010.
B 11.2011.

C 11.2011.
D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	21 414		Eurostat
Households	–	7 402		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	96.0%	7 106		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	45.0%	3 332		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	5.4%		400	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	34.7%		2 568	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	33.8%		2 503	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	32.2%	2 383		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	0.4%		33	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	0.4%	33		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	39.7%		2 936	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	77.7%	5 748		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	45.5%	3 370		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	34.7%	2 568		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B		Companies
Cable operators	>600	Digital Cable Systems, RCS & RDS, Romtelecom (NetGen), UPC Romania,...
Satellite packagers	3	Focus Sat (UPC), RCS & RDS (Digi TV), Romtelecom (with three packages: Dolce, AKTA, Boom)
IPTV packagers	5	Ines Group, Gemenii Network, Romtelecom (Dolce), Massive Telecom, nTouchTV
DTT packagers		
Mobile phone TV packagers	2	Orange Romania, Vodafone Romania

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	7	4	11
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	30	31
Regional / Local	121	407	528
Regional / Local windows	6		6
Channels targeting foreign markets		3	3
Total	135	444	579
Foreign channels targeting the country	2	80	82

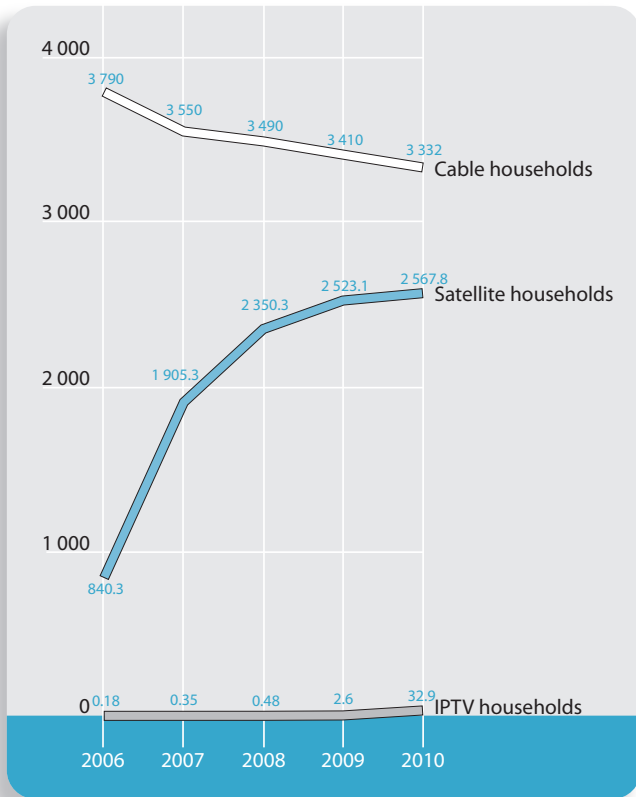
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Terrestrial	Cable RCS RDS	Cable UPC Romania	Satellite Dolce	Satellite Digi TV RO	IPTV Ines
Generalist - national	4	8	10	6	8	9
Generalist - foreign		10	6	4	2	14
Adult		1	4	5		10
Children		6	7	11	6	12
Culture/ education/ documentary		11	14	18	10	17
Minority interest groups			1	1		
Entertainment/ TV fiction/ games		17	21	17	17	18
Film		7	11	6	5	6
HD simulcast of an existing channel		5	7	7		10
Home shopping			1			1
International linguistic and cultural		1	2	2	1	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		3	9	8	7	10
Music		11	15	11	10	17
News/ business		12	18	7	7	16
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local	5	4	1		3	2
Religion		2	2	1	2	3
Sports		9	12	9	7	13
Various			1		1	2
Total (including HD channels)	9	107 (7)	142 (9)	113 (9)	86	165 (12)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

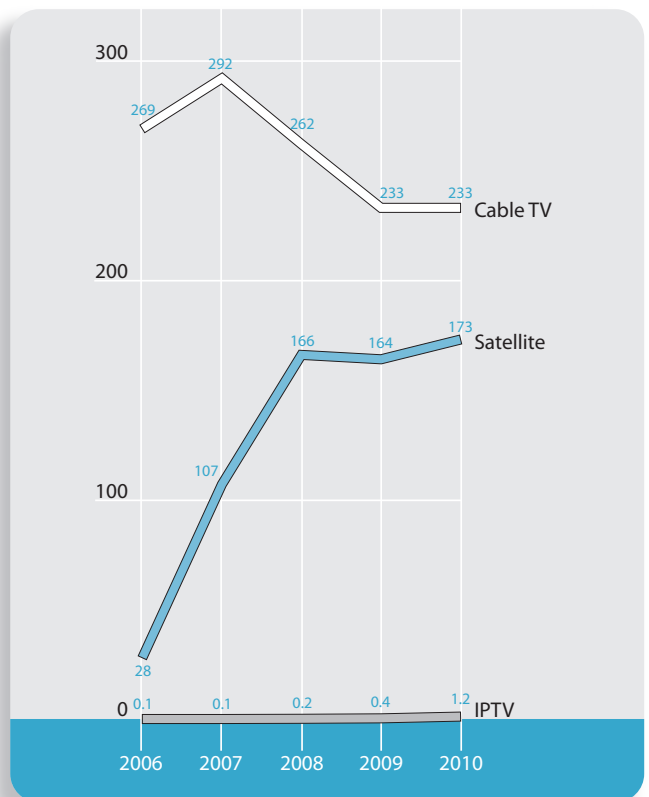
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

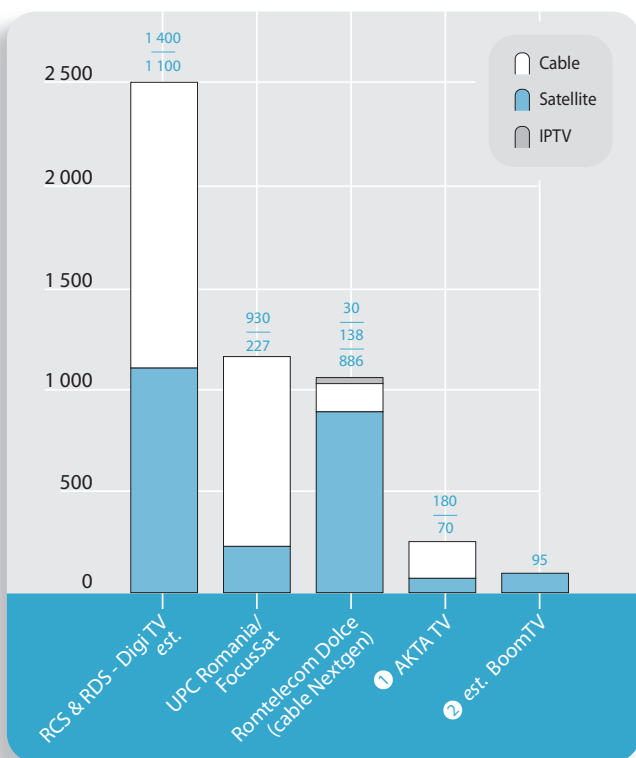
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.

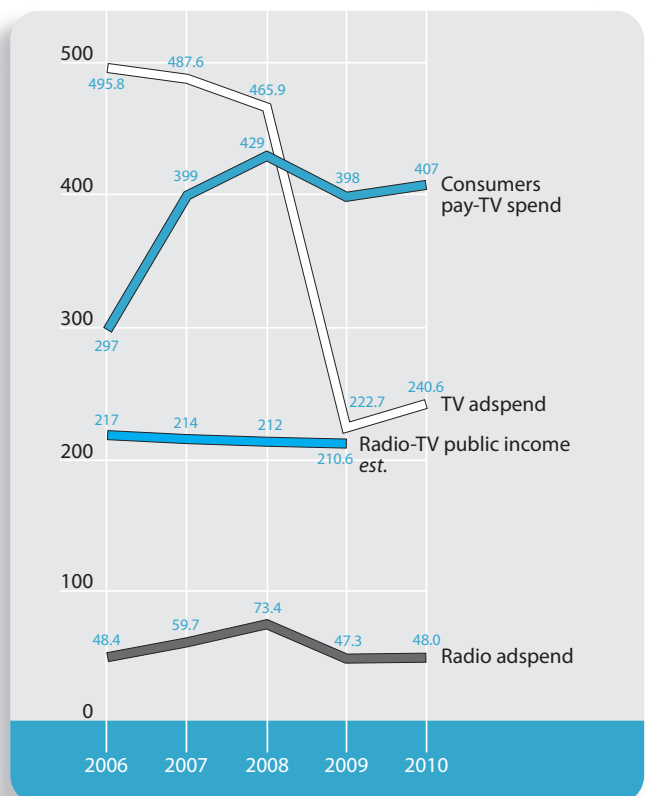


① Satellite activities sold to Romtelecom in March 2011.
 ② Taken over by Romtelecom in February 2011.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 RON million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
TVR	sptv	TVR1, TVR2, TVR Cultural, TVRi	519.7	565.9	570.3	559.6	-1.9%
Pro TV S.A.	adtv	Pro TV, Acasa, Pro Cinema	525.4	686.0	535.0	509.6	-4.7%
<i>p.m.</i> Media Pro International SA	adtv	ProTV, Acasa	9.9	9.5	7.7	3	-61.0%
<i>p.m.</i> Sport Radio TV Media SRL ¹	thtv	Sport.ro	5.5	0.7	0.2	-	-
<i>p.m.</i> Music Television System ²	thtv	MTV Romania	9.9	0.5	-	-	-
Antena TV Group SA	adtv	Antena1	244.0	254.6	229.7	222.1	-3.3%
Realitatea Media SRL	thtv	Realitatea TV	105.9	100.9	130.8	117.7	-10.0%
<i>p.m.</i> Telesport Intermedia SRL	thtv	Telesport	~	29.8	~	~	~
SBS Broadcasting Media SRL	adtv	Prima TV	~	~	115.3	100.5	-12.8%
HBO Romania SRL	thtv	HBO	10.8	13.0	50.9	67.7	33.0%
Antena 3 S.A.	adtv	Antena 3	41.6	68.5	55.5	44.7	-19.5%
Dogan Media International SA	thtv	Kanal D	18.8	52.9	49.1	41.3	-15.9%
Iko Balkan SRL	thtv	The Wellness Channel, The Golf Channel	-	17.4	25.3	30.7	21.3%
Iko Romania SRL	thtv	Cool TV, Film+, Sport Klub	11.5	~	26.8	23.4	-12.7%
News Television Romania SA	thtv	B1 TV	10.0	12.0	15.5	16	3.2%
Antena 2 SA	thtv	Antena 2	1.9	12.1	13.2	15.3	15.9%
Romantica Television SRL	thtv	Romantica	6.8	12.0	15.4	14	-9.1%
Ocram Televizijne	thtv	OTV	7.9	8.7	13.2	12.1	-8.3%
Iko Poland SRL	thtv	Sport Klub Premium, Sport Klub+	~	~	16.2	11.9	-26.5%
Antena 4 SA	thtv	Eufora Lifestyle TV	13.5	17.3	14.2	11.8	-16.9%
Minimax Romania SRL	thtv	Minimax Romania	9.2	12.3	13.8	9	-34.8%
Etno Folclor Media SRL	thtv	Etno TV	5.3	7.1	~	6.4	~

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Orange Romania SA ³	3G TV	Orange TV Live		4 060.1	4 748.2	4 452.2	4 185.4	-6.0%
Vodafone Romania SA ³	3G TV	Vodafone TV Mobil		3 897.8	4 542.4	4 100.8	3 599.3	-12.2%
Romtelecom S.A. ³	ISP. sat-TV	Dolce		3 152.5	3 225.5	3 442.7	3 144.7	-8.7%
RCS & RDS SA ³	3play. sat-TV	Digi TV. Digi TV cable		1 290.7	1 580.8	1 799.2	1 956.6	8.7%
UPC Romania SRL	CATV. sat-TV	UPC Romania		661.0	640.9	646.9	569.2	-12.0%
Digital Cable System SA ³	3play. sat-TV	Akta TV (MaxTV)		67.3	98.2	114.1	127.6	11.8%
Focus Sat Romania SA	sat-tv	Focus-Sat		~	40.6	47.5	84.3	77.5%
INES Group ³	3play	INES IPTV		19.5	25.5	24.5	22.4	-8.6%
DTH Television Grup SA ⁴	sat-TV	Boom TV		19.2	69.6	~	~	~
Air Bites SRL ³	3play	Airbites		9.8	10.8	13.0	6.3	-51.5%

¹ In March 2007 Pro TV acquired full control of Sport Radio TV Media.

² 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.

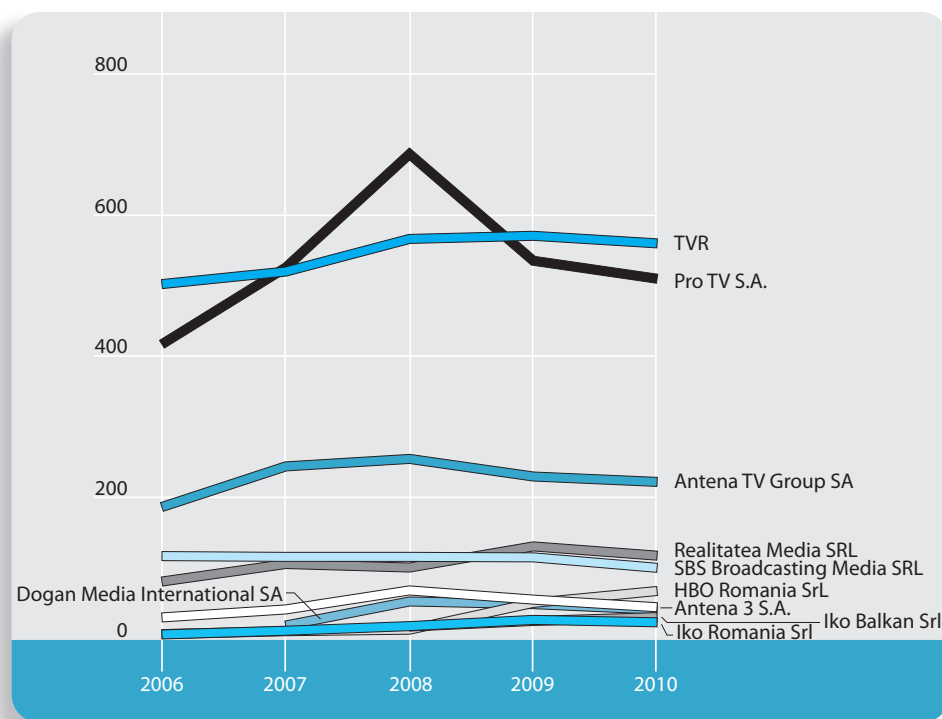
³ Includes telecommunication activities.

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)
2007-2010 RON million.



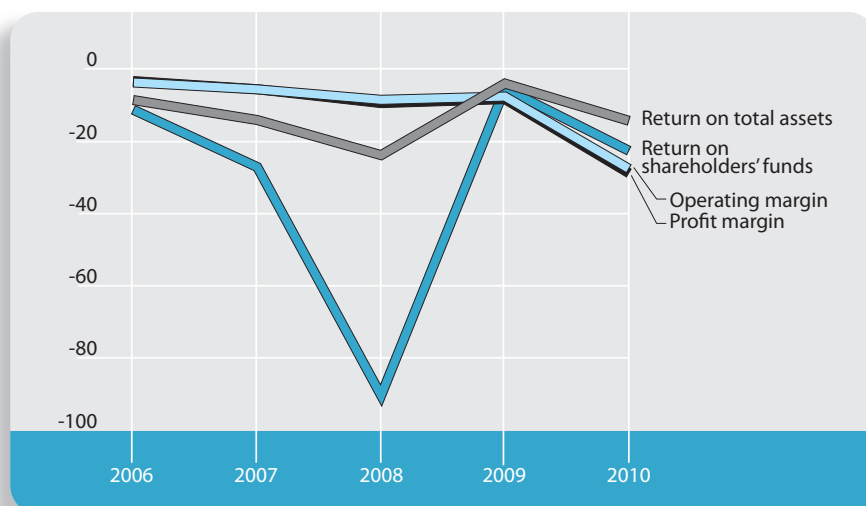
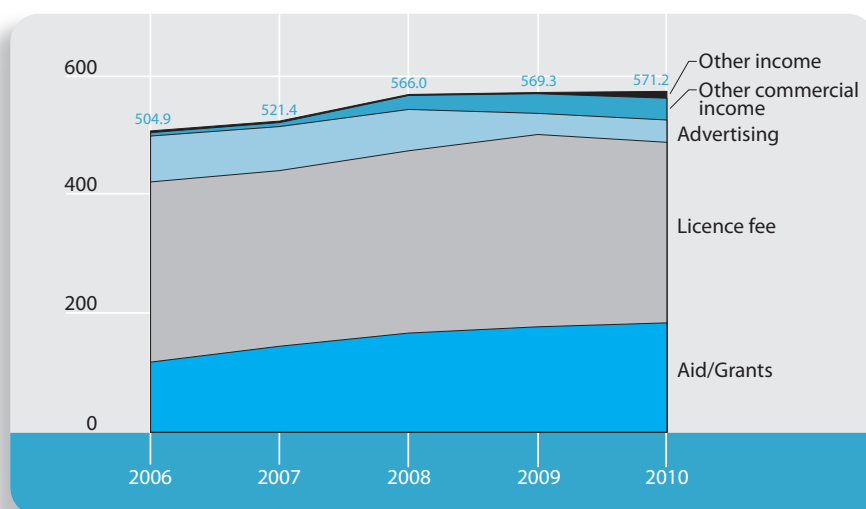
Source: European Audiovisual Observatory

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

T.1.RO.2
G.1.RO.2TVR financial situation
2007-2010 RON million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	438.5	471.6	498.9	485.7	84.0%	83.1%	87.2%	85.0%	-2.6%
- Aid/Grants	144.0	166.1	176.6	183.2	27.6%	29.3%	30.8%	32.1%	3.7%
- Licence fee	294.4	305.5	322.3	302.6	56.4%	53.8%	56.3%	53.0%	-6.1%
Total commercial income	81.2	94.3	71.4	73.9	15.6%	16.6%	12.5%	12.9%	3.5%
- Advertising	73.8	69.3	35.4	37.4	14.1%	12.2%	6.2%	6.5%	5.6%
- Other commercial income	6.7	23.4	32.9	36.5	1.3%	4.1%	5.7%	6.4%	11.1%
Other income	2.5	1.7	2.1	11.5	0.5%	0.3%	0.4%	2.0%	448.7%
TOTAL	522.2	567.6	572.4	571.1	100%	100%	100%	100%	-0.2%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	297.1	354.8	346.9	443.5	54.1%	57.7%	56.5%	62.0%	27.8%
Costs of personnel	187.1	191.5	197.8	204.1	32.0%	30.5%	32.2%	28.6%	3.2%
Depreciation	65.3	68.3	69.4	67.2	11.9%	11.1%	11.3%	9.4%	-3.2%
Operating expenditure	549.5	614.6	614.1	714.8	100%	100%	100%	100%	16.4%
Net result	-29.5	-53.8	-48.0	-162.0					237.4%
Operating margin (%)	-5.7	-8.6	-7.7	-27.7					

Source: TVR, European Audiovisual Observatory



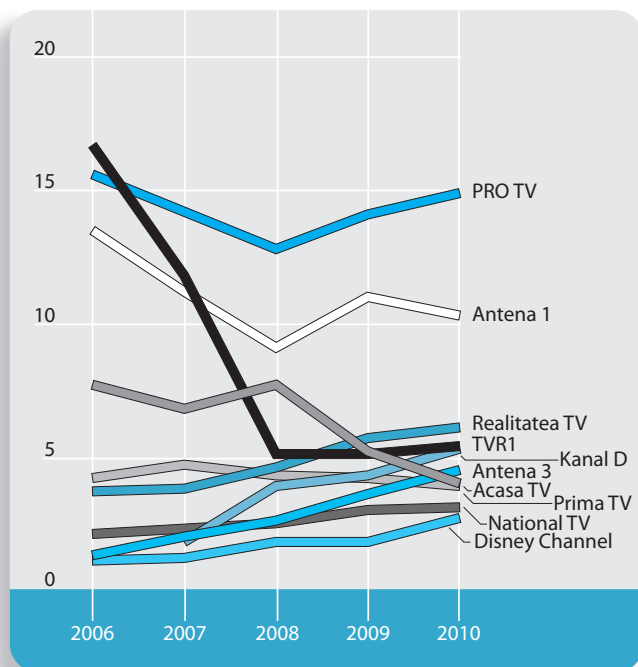
T.1.RO.3
G.1.RO.3 TV audience market share in Romania
2006-2010 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
TVR1	16.7	11.8	5.1	5.1	5.4	19.4	13.5	6.0	5.7	6.8
TVR2	5.3	4.5	2.0	2.0	1.8	4.3	4.2	1.8	1.9	1.7
TVR Cultural					0.2					0.2
TVR 3					0.2					0.2
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	15.6	14.2	12.8	14.1	14.9	17.1	16.4	14.9	16.4	17.5
Antena 1	13.5	11.2	9.1	11.0	10.3	16.7	14.2	11.7	12.4	10.8
Realitatea TV	3.7	3.8	4.6	5.7	6.1	2.7	2.9	3.3	4.3	4.6
Kanal D		1.8	3.9	4.3	5.3		2.0	4.5	4.6	5.2
Antena 3 ①	1.3	2.0	2.6	3.6	4.5	1.1	1.6	2.1	3.0	4.2
Acasa TV	7.7	6.8	7.7	5.2	4.0	8.0	6.1	9.2	7.4	4.4
Prima TV	4.2	4.7	4.3	4.2	3.9	5.2	5.9	5.0	5.3	5.0
National TV	2.1	2.3	2.5	3.0	3.1	1.9	2.2	2.6	3.1	3.8
OTV	2.1	3.9	4.0	3.1	2.5	1.9	3.9	4.0	3.2	2.6
ETNO	1.6	1.7	1.8	1.5	2.3	1.2	1.4	1.4	1.2	2.1
Sport.ro (ex TV Sport)	1.4	1.8	1.5	1.6	1.6	1.2	1.4	1.2	1.5	1.5
B1TV	1.4	1.4	1.3	1.4	1.3	1.4	1.4	1.4	1.7	1.4
Antena 2					1.2					1.6
Taraf TV	-	0.4	2.0	1.3	1.0	-	0.3	1.2	0.7	0.7
Pro Cinema	1.0	1.3	1.2	1.2	1.0	0.9	1.1	1.1	1.0	1.0
Favorit TV	1.0	1.2	1.4	1.1	1.0	0.9	1.4	1.6	1.2	1.1
Other Romanian private channels	~	~	~	4.1	4.1	~	~	~	4.0	3.7
Romanian private channels	56.6	58.5	60.7	66.4	68.1	60.2	62.2	65.2	71.0	71.2
Cartoon Network	1.8	0.5	2.4	2.3	2.2	1.1	0.3	1.5	1.4	1.4
Minimax	1.4	1.6	2.0	1.8	1.7	0.6	0.6	0.7	0.5	0.5
Disney Channel (ex JETIX)	1.1	1.2	1.8	1.8	2.7	0.7	0.7	1.2	1.2	1.8
Discovery	0.7	0.9	0.7	0.8	0.8	0.5	0.7	0.6	0.6	0.7
Diva Universal					0.7					0.6
Eurosport	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.6	0.5	0.5
Foreign channels	5.7	10.9	9.0	8.9	11.7	3.5	4.6	6.7	6.3	7.8
Others	13.6	8.6	14.0	17.6	13.1	10.2	9.5	10.4	14.9	13.4

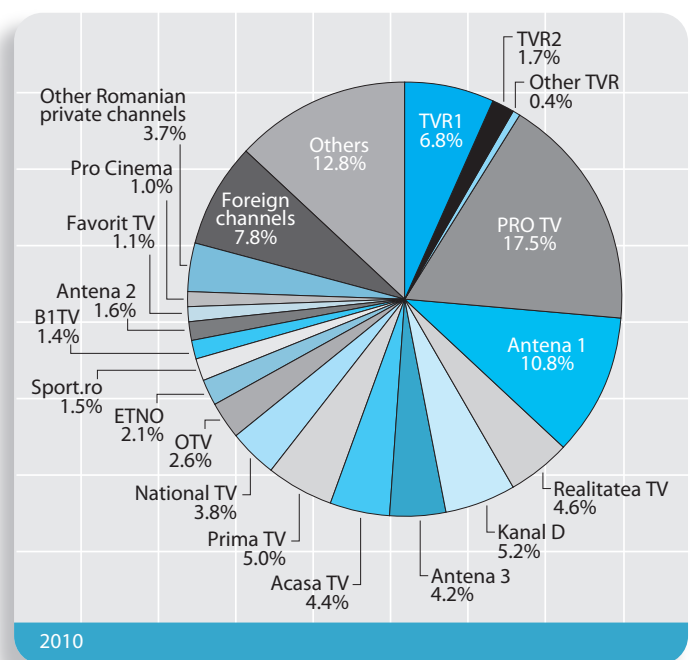
① Broadcast since 1st July 2005.

Source: Eurodata TV Worldwide, GfK Romania, Copyright: Armadata SRL
Before 2008: Eurodata TV Worldwide, TNS, AGB International, Armadata SRL

Daily share. In %, 4 years +.



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



In the terrestrial television segment there are 21 central channels, claiming to have national coverage. The level of their actual technical penetration varies significantly, from 99% to 36%. The industry has adopted a division of these channels into three groups:

- Russian universal channels (Channel One, Russia 1, NTV, Channel 5),
- Federal network channels (TV-Center, CTC, TNT, REN TV), one of which is universal - "REN TV",
- Terrestrial channels, most of which are specialized (Russia 2, Russia K, Domashniy, MUZ TV, MTV, TV3, DTV, Russia 24, Euronews, 2x2, Zvezda, Semerka). Almost all terrestrial channels belong to large media holdings. The exceptions are TV-Center and Zvezda.

Channel One, Russia 1 and NTV, which inherited the USSR Central Television programme distribution network, have the greatest coverage. "Old" TV networks such as CTC, REN TV and TNT (the first Russian TV channels with network-style broadcasting) are catching up with them in coverage.

The system of organisation of the TV networks broadcasting in Russia is similar to the USA. Television networks have a limited amount of their own stations and a large number of affiliated stations that provide airtime under the TV programmes for a particular fee and revenue from regional advertising. The difference is that in the U.S. the amount of stations that a TV network can own (the so-called Owned-and-operated stations) is legally limited: the total coverage of stations must not exceed 39% of all U.S. households. In Russia there are no legal restrictions, and the number of stations depends on the plans of a network's development, its financial capacity and the presence of stations that are available for purchase.

As of January 1, 2010, Russia granted 12 957 television and radio broadcasting licenses, and 19 772 electronic media outlets are registered. Radio and television broadcasting activities are carried out by more than 4,500 companies, including - 2 254 TV-and-radio stations and television-only stations, 2 246 radio stations. As of January 1, 2010, there were more than 93,500 registered outlets in an all-Russian Media Register. According to Roskomnadzor, the total number of control and supervision subjects entitled to pursue activities in the field of television and radio broadcasting in Russia, was 3 221. 29% of licenses were issued for terrestrial TV broadcasting, and 22% for cable transmissions.

The Federal Target Programme (FTP) for the development of broadcasting for 2009-2015 was adopted in November 2009, defining the goals and objectives of the transition to digital technology, pro-

La télévision terrestre compte 21 grandes chaînes qui revendiquent une couverture nationale. En fait, leur niveau de pénétration varie de 99 à 36 %. L'industrie classe ces chaînes en trois groupes :

- chaînes universelles russes (Channel One, Russia 1, NTV, Channel 5),
- chaînes de réseau fédéral (TV-Center, CTC, TNT, REN TV), REN TV étant universelle,
- chaînes terrestres, principalement thématiques (Russia 2, Russia K, Domashniy, MUZ TV, MTV, TV3, DTV, Russia 24, Euronews, 2x2, Zvezda, Semerka). A l'exception de TV-Center et Zvezda, elles appartiennent toutes à de grands groupes de médias.

Channel One, Russia 1 et NTV, héritières du réseau de distribution de la Télévision centrale de l'URSS, ont la plus grande couverture. Les « anciens » réseaux, comme CTC, REN TV et TNT (premières chaînes TV russes diffusées comme un réseau), les rattrapent dans ce domaine.

Les réseaux de télévision russes sont organisés comme ceux des Etats-Unis : ils possèdent un nombre limité de chaînes propres mais ont beaucoup de chaînes affiliées qui donnent du temps d'antenne contre une redevance et des recettes générées par la publicité régionale. La différence est que, aux Etats-Unis, la loi limite le nombre de chaînes qu'un réseau de télévision peut posséder (les chaînes détenues et exploitées) : les chaînes ne peuvent couvrir plus de 39 % des foyers américains. Aucune restriction légale ne s'applique en Russie : le nombre de chaînes dépend des objectifs de développement du réseau, de sa capacité financière et des chaînes disponibles à l'achat.

Au 1^{er} janvier 2010, la Russie avait accordé 12 957 licences de radiotélédiffusion, et 19 772 médias électroniques étaient enregistrés. Ces activités sont entreprises par plus de 4 500 sociétés, dont 2 254 chaînes de TV et chaînes de TV/stations de radio et 2 246 stations de radio. Au 1^{er} janvier 2010, le registre russe des médias comptait 93 500 entrées. Selon Roskomnadzor, le nombre total de sujets de contrôle et de surveillance habilités à exercer des activités dans ce domaine en Russie était de 3 221. 29 % des licences concernaient la télévision hertzienne, 22 % le câble.

Le programme fédéral cible (FTP) pour le développement de la radiodiffusion pour 2009-2015 a été adopté en novembre 2009. Il définit les objectifs du passage au numérique, les indicateurs et mesures du programme, les dates et étapes de sa mise en œuvre, les montants et sources de son financement. La 1^{ère} phase du programme (2009) fixait les conditions du passage à la radiodiffusion numérique. A savoir : développement, examen et approbation des projets du système pour la 1^{ère} phase de

Im Marktsegment des terrestrischen Fernsehens gibt es 21 zentrale Sender, die ihr Programm nach eigenen Angaben landesweit ausstrahlen. Die tatsächliche Haushaltsdurchdringung schwankt allerdings deutlich und reicht von 99 % bis 36 %. In der Industrie wird zwischen drei Arten von Sendern unterschieden:

- russische Universalsender (Channel One, Russia 1, NTV, Channel 5),
- föderale Sender (TV-Center, CTC, TNT, REN TV), darunter einen Universalkanal (REN TV),
- terrestrische Sender, von denen die meisten Spartenkanäle sind (Russia 2, Russia K, Domashniy, MUZ TV, MTV, TV3, DTV, Russia 24, Euronews, 2x2, Zvezda, Semerka). Nahezu alle terrestrischen Sender sind im Besitz großer Medienkonzerne. Einzige Ausnahmen sind TV-Center und Zvezda.

Channel One, Russia 1 und NTV, die das zentrale Verbreitungsnetz des Staatsfernsehens der UdSSR geerbt haben, verfügen über die größte geographische Reichweite. Die „alten“ Netzwerke wie CTC, REN TV und TNT (die ersten russischen TV-Sender mit einer netzwerkartigen Struktur) haben sie aber in dieser Hinsicht bald eingeholt.

Die Organisation der Fernsehnetzwerke in Russland ähnelt der in den USA. Die Netzwerke verfügen über eine begrenzte Anzahl an eigenen Sendern und über zahlreiche assoziierte Sender, die ihr Programm gegen eine Gebühr und Einnahmen aus der Regionalwerbung über das Netzwerk ausstrahlen. Ein Unterschied besteht darin, dass die Anzahl der Sender, die ein Fernsehnetzwerk besitzen darf (die so genannten *owned-and-operated* Sender), in den USA gesetzlich begrenzt ist. So dürfen die Sender eines amerikanischen Networks nur maximal 39 % aller amerikanischen Haushalte erreichen. In Russland hingegen gibt es keinerlei rechtliche Einschränkungen und die Anzahl der Sender hängt nur von der Planung des Fernsehnetzwerks, seiner finanziellen Möglichkeiten und der Verfügbarkeit von Sendern ab.

Zum 1. Januar 2010 gab es in Russland 12 957 genutzte Fernseh- und Hörfunklizenzen sowie 19 772 eingetragene elektronische Medien. Über 4 500 Unternehmen strahlen Hörfunk- bzw. Fernsehprogramme aus, davon mindestens 2 254 TV- und Radio- oder reine TV-Sender und mindestens 2 246 reine Radiosender. Ebenfalls Stand 1. Januar 2010 gab es über 93 500 im landesweiten Medienregister eingetragene Medien. Laut Angaben der Telekommunikationsbehörde Roskomnadzor lag die Gesamtzahl der Rechtsobjekte mit der Berechtigung zur Ausübung von Rundfunkaktivitäten in Russland bei 3 221. 29 % der Lizenzen wurden für terrestrisches Fernsehen, 22 % für Kabelfernsehen vergeben.

Im November 2009 wurde das Föderale Zielprogramm (FZP) für die Entwicklung des Rundfunks im Zeitraum 2009-2015 verabschiedet. Darin werden die Ziele

gramme indicators and metrics, dates and stages of its implementation, the amount and sources of its funding. In the first stage of the Programme (2009) the conditions for the transition to digital broadcasting were to be provided. This stage includes: development, examination and approval of the system projects for 1st phase of construction of the digital television broadcasting networks in the regions; construction of pilot digital broadcasting networks in regions intended to fine-tune the technological solutions planned for implementation; spacecraft design and development to assure the orbital launch in time for providing the necessary broadcasting frequency resources.

The second stage of the Program (2010-2015) includes implementation of planned broadcasting development activities, widespread transition to digital broadcasting, creation of conditions for sequential shutdown of analogue broadcasting in the country, and complete establishment of common information area in the Russian Federation, including modernization and expansion of existing TV and radio broadcasting infrastructure (upgrading, retooling of antenna mast structures and engineering utilities, replacement of emergency facilities and structures); construction of digital terrestrial broadcasting networks for delivery of mandatory TV and radio channels and other free access channels; construction and launch of communications and broadcasting satellites; construction of digital and VHF-FM radio networks; awareness-raising activities to ensure successful and smooth introduction of digital broadcasting in the Russian Federation; creation of an archival digitalization system.

Construction of the first multiplex broadcasting network will be phased in 2009-2013 period, the second and third multiplexes in 2013-2015. Construction of multiplex creation and delivery centres is planned for 2010-2013.

The federal budget cost of construction of the first multiplex is estimated at more than 12 billion RUB. The included TV channels will be distributed both in analogue and digital formats until more than 95% of the Russian Federation population will be provided with digital TVs or tuners. FTP allocates over 23 billion RUB from the federal budget on parallel broadcasting during the transitional period. 20 channels for the first three multiplexes are planned to be delivered free of charge, however, unlike the first multiplex, the second and third will be partly or entirely funded by commercial entities.

The issue of transition to the new standard DVB-T2 in Russia has become especially relevant after the discussion at the meeting of the Government Commission for TV and radio Broadcasting Development on July 7, 2011. The Commission supported

construction des réseaux de radiodiffusion télévisuelle numérique dans les régions ; construction de réseaux de radiodiffusion numérique pilotes dans les régions pour affiner les solutions technologiques à mettre en œuvre ; conception et développement de l'engin spatial pour assurer le lancement sur orbite à temps pour fournir les fréquences de radiodiffusion nécessaires.

La 2^e phase du programme (2010-2015) comprend la mise en œuvre des activités de développement de la radiodiffusion prévues, le passage généralisé à la radiodiffusion numérique, la création des conditions pour l'arrêt séquentiel de la radiodiffusion analogique dans le pays et la création totale d'une zone d'information commune en Fédération de Russie, y compris la modernisation et l'expansion de l'infrastructure de radiotélédiffusion existante (mise à niveau, modernisation des installations techniques et structures des mâts d'antenne, remplacement des installations et structures d'urgence) ; la construction de réseaux de radiodiffusion numérique terrestre pour la diffusion des chaînes TV et radio obligatoires et autres chaînes gratuites ; la construction et le lancement de satellites de communications et de radiodiffusion ; la construction de réseaux de radio numérique et VHF-FM ; les activités de sensibilisation pour assurer l'introduction en douceur réussie de la radiodiffusion numérique en Fédération de Russie ; la création d'un système de numérisation des archives.

Le 1^{er} réseau de radiodiffusion multiplex sera construit de 2009 à 2013, les 2^e et 3^e multiplex de 2013 à 2015. La construction de centres de création et livraison de multiplex est prévue pour 2010-2013.

Le budget fédéral pour la construction du premier multiplex est estimé à plus de 12 milliards RUB. Les chaînes TV incluses seront diffusées aux formats analogiques et numériques jusqu'à ce que plus de 95 % de la population du pays dispose d'un syntoniseur ou d'un téléviseur numérique. Le FTP alloue plus de 23 milliards RUB du budget fédéral à la radiodiffusion parallèle pendant la période de transition. 20 chaînes des trois premiers multiplex seront gratuites. Toutefois, contrairement au premier, les deuxième et troisième multiplex seront en totalité ou en partie financés par des sociétés privées.

La question du passage à la nouvelle norme DVB-T2 en Russie est devenue particulièrement pertinente après la discussion de la Commission gouvernementale pour le développement de la radiotélédiffusion du 7 juillet 2011. La Commission a appuyé la proposition du ministère des Communications sur le déploiement pilote du réseau terrestre pour la norme DVB-T2 de radiodiffusion télévisuelle numérique terrestre.

bei der Umstellung auf Digitaltechnik, verschiedene Programmindikatoren und Kennzahlen, die Termine und Phasen für die Umsetzung des Programms sowie das Budget und die Quellen für seine Finanzierung festgelegt. In der ersten Programmphase (2009) sollten die Voraussetzungen für die Umstellung auf Digitalfernsehen geschaffen werden. Dazu gehört: die Entwicklung, Überprüfung und Genehmigung der Systemprojekte für die erste Phase des Aufbaus der digitalen Rundfunknetze in den Regionen; der Aufbau von Pilotnetzwerken in einigen Regionen zur Feinabstimmung der für die Umsetzung vorgesehenen technischen Lösungen; die notwendige Raumfahrtentwicklung, um den rechtzeitigen Start der Satelliten für die Bereitstellung der erforderlichen Rundfunkfrequenzen sicherzustellen.

Die zweite Phase des Programms (2010-2015) umfasst die Umsetzung der geplanten Rundfunkentwicklungsaktivitäten, eine weitgehende flächendeckende Umstellung auf Digitalfernsehen, die Schaffung der Voraussetzungen für eine schrittweise Abschaltung des analogen Rundfunks sowie die vollständige Einrichtung eines gemeinsamen Informationsraums in der Russischen Föderation, einschließlich Modernisierung und Ausbau der vorhandenen Rundfunkinfrastruktur (Auf- und Umrüstung der Antennenmasten und technischen Anlagen, Ersetzung der Notfalleinrichtungen). Hinzu kommt der Aufbau digitaler Fernsehnetzwerke für die Bereitstellung der Pflichtsender und anderer frei empfangbarer Kanäle; die Konstruktion und der Start von Kommunikations- und Rundfunksatelliten; der Aufbau von digitalen und UKW-Radionetzwerken; bewusstseinsbildende Maßnahmen zur Sicherstellung einer reibungslosen Einführung des Digitalfernsehens in der Russischen Föderation; der Aufbau eines digitalen Archivs.

Der Aufbau des ersten Multiplex-Netzwerks ist für den Zeitraum 2009-2013 geplant, der zweite und der dritte Multiplex sollen 2013-2015 folgen. Die Einrichtung von Zentren für den Aufbau und die Bereitstellung der Multiplexe ist für 2010-2013 vorgesehen.

Die Kosten des Staates für den Aufbau des ersten Multiplexes werden auf über 12 Mrd. RUB geschätzt. Die berücksichtigten Fernsehsender sollen solange sowohl analog als auch digital ausgestrahlt werden, bis mindestens 95 % der Bevölkerung der Russischen Föderation mit einem Digitalfernseher bzw. einem entsprechenden Tuner ausgestattet sind. Das FZP sieht vor, dass für diese parallele Ausstrahlung während der Übergangszeit über 23 Mrd. RUB aus dem Staatshaushalt bereitgestellt werden. Über die ersten drei Multiplexe sollen 20 Sender kostenlos ausgestrahlt werden. Im Gegensatz zum ersten Multiplex sollen allerdings die Multiplexe 2 und 3 ganz oder teilweise von kommerziellen Organisationen finanziert werden.

Die Frage der Umstellung auf den neuen DVB-T2-Standard in Russland hat nach

the proposal of the Ministry of Communications on pilot deployment of the terrestrial network for digital terrestrial television broadcasting standard DVB-T2.

In Russia, the highest Pay TV penetration areas generally match the location of the economically developed centres. The only exception is the Moscow and Moscow Region where the Pay TV penetration is about 24% and 33%, respectively. On the contrary, Kamchatka Territory has a surprisingly high level of Pay TV penetration, which reached more than 65% in 2010. Such high Pay TV penetration is an exception for the Far Eastern Federal District, where total Pay TV penetration is minimal, and the Pay TV user base accounts for just about 3% of the total national user base.

In none of the Federal Districts the Pay TV market may be considered as highly monopolized one. In some of the Federal Districts located in the western and central parts of Russia, such as Central FD, Southern FD, North Caucasus FD, Ural FD and North-Western FD, the Tricolor-TV Company holds the leading positions, however, the Pay TV services are also offered by other operators, which share most of the market among themselves. Thereby, there is no nationwide Pay TV operator in Russia.

J'son & Partners Consulting noted the following major tendencies of Pay TV market development in Russia a 2010 year, which are mostly related to the economic crisis after-effects:

1. Slowdown of Pay TV market growth rates in 2009-2010 in Moscow as well as in the Regions ;
2. Decrease of operator's cable net development rates ;
3. Suspension of regional expansion of companies in connection with difficulties of obtaining large long-term loans ;
4. Content confrontation expressed in broadening of content by the operators in expectation of transfer to a digital broadcasting.

However, Pay TV market in Russia continues to grow as a whole, because of demand for non-terrestrial TV as a relatively inexpensive form of leisure that remains highly popular during the economic crisis.

According to J'son & Partners Consulting estimate, Pay TV services were used by more than 16,3 million subscribers in Russia at the end of 2010. Comparing with the end of 2009, Pay TV service user subscribers base increased by 12,4%. The most active growth was noted in satellite television (due to Tricolor TV operator) and IPTV segments.

En Russie, les zones à plus forte pénétration de la TV payante correspondent aux centres économiquement développés. La seule exception est Moscou et sa région où la pénétration de la TV payante est, respectivement, d'environ 24 et 33 %. Au contraire, au Kamchatka ce taux est très élevé, supérieur à 65 % en 2010. Il s'agit d'une exception dans le district fédéral extrême-oriental, où la TV payante est marginale et sa base d'utilisateurs représente à peine 3 % de la base d'utilisateurs nationale.

Le marché de la TV payante ne peut être considéré comme hautement monopolisé dans aucun des districts fédéraux. Dans certains des districts fédéraux occidentaux et centraux du pays (central, du Sud, du Nord-Caucase, de l'Oural, du Nord-Ouest), Tricolor-TV occupe la position dominante. Toutefois, les services de TV payante sont également proposés par d'autres opérateurs, qui se partagent la majeure partie du marché. Il n'existe pas d'opérateur de TV payante à l'échelle nationale en Russie.

J'son & Partners Consulting a noté les grandes tendances suivantes pour le développement du marché de la TV payante en Russie en 2010, principalement liées aux séquelles de la crise économique :

1. ralentissement de la croissance du marché de la TV payante en 2009-2010 à Moscou et dans les régions ;
2. diminution des taux de développement nets des câblo-opérateurs ;
3. suspension de l'expansion régionale des sociétés à cause des difficultés à obtenir d'importants prêts à long terme ;
4. confrontation de contenu exprimée dans l'élargissement du contenu par les opérateurs dans l'attente du passage à la radiodiffusion numérique.

Toutefois, le marché de la TV payante en Russie continue de croître dans son ensemble : la TV non terrestre reste demandée car il s'agit d'un loisir relativement peu coûteux qui demeure très populaire pendant la crise économique.

J'son & Partners Consulting estime que les services de TV payante ont été utilisés par plus de 16,3 millions d'abonnés en Russie fin 2010, soit une augmentation de 12,4 % par rapport à fin 2009. La télévision par satellite (du fait de l'opérateur Tricolor TV) et l'IPTV ont connu la croissance la plus forte.

den Diskussionen bei der Sitzung der Regierungskommission für Rundfunkentwicklung vom 7. Juli 2011 eine besondere Brisanz erhalten. So hat die Kommission den Vorschlag des Ministeriums für Kommunikation für ein Pilotprojekt zur Einführung eines terrestrischen Netzwerks für den digitalen Rundfunkstandard DVB-T2 unterstützt.

In Russland entsprechen die Gegenden mit der höchsten Verbreitung von Pay-TV in der Regel den am stärksten entwickelten Wirtschaftszentren. Einzige Ausnahme sind die Stadt und die Region Moskau, wo ca. 24 % bzw. 33 % der Haushalte Pay-TV-Dienste nutzen. Dagegen weist die Region Kamtschatka mit über 65 % (2010) eine überraschend hohe Pay-TV-Durchdringung aus. Dieser hohe Wert ist für den föderalen Bezirk (FB) Fernost ganz untypisch, wo das Bezahlfernsehen insgesamt nur sehr schwach ausgeprägt ist und die Pay-TV-Abonnenten nur rund 3 % aller Abonnenten in Russland ausmachen.

Der Pay-TV-Markt weist in keinem der föderalen Bezirke besonders monopolistische Strukturen auf. In einigen der westlichen und zentralen föderalen Bezirke, darunter Zentralrussland, Südrussland, Nord-Kaukasus, Ural und der Nordwesten, nimmt das Unternehmen Tricolor-TV eine führende Position ein, wobei die Pay-TV-Dienste auch von anderen Betreibern angeboten werden, die den Markt weitestgehend unter sich aufgeteilt haben. So gibt es auch in Russland keinen landesweiten Pay-TV-Anbieter.

Laut J'son & Partners Consulting lassen sich folgende grundlegende Trends in der Entwicklung des russischen Pay-TV-Markts im Jahr 2010 feststellen, die fast alle auf die Nachwirkungen der Wirtschaftskrise zurückzuführen sind:

1. eine Verlangsamung der Pay-TV-Wachstumsraten in den Jahren 2009-2010 in Moskau und den Regionen ;
2. eine Verlangsamung des Ausbaus der Kabelnetze ;
3. eine Aussetzung der regionalen Expansion von Unternehmen auf Grund der Schwierigkeiten bei der Beschaffung größerer langfristiger Kredite ;
4. eine inhaltliche Konfrontation, die ihren Ausdruck in einer Verbreiterung der Inhalte durch die Betreiber in Erwartung der Umstellung auf Digitalfernsehen findet.

Der Pay-TV-Markt in Russland wächst jedoch auf Grund der hohen Nachfrage nach nicht-terrestrischem Fernsehen als vergleichsweise preiswerte und in der Wirtschaftskrise sehr beliebte Form der Unterhaltung insgesamt weiter.

Nach einer Schätzung von J'son & Partners Consulting gab es in Russland Ende 2010 16,3 Mio. Pay-TV-Abonnenten. Gegenüber 2009 bedeutet dies ein Zuwachs um 12,4 %. Das stärkste Wachstum wird in den Bereichen Satellitenfernsehen (auf Grund des Betreibers Tricolor TV) und IPTV verzeichnet.

Sources: Extracts from J'son & Partner Consulting, *Television and On-Demand Audiovisual Services in the Russian Federation*, a report for the European Audiovisual Observatory, October 2011, http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/russiantvmarket2011.pdf
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 31.12.2010.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	In thousands	Sources
Population (inhabitants)	–	142 905	GKS
Households	–	68 050	European Audiovisual Observatory estimates
TV households	95.0%	64 678	TNS / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		~	J'son & Partners Consulting
Digital cable TV households	2.3%	1 600	J'son & Partners Consulting
Pay Cable households	14.1%	9 600	J'son & Partners Consulting
DTH/SMATV households	11.9%	8 100	J'son & Partners Consulting
Dig. DTH/SMATV households		~	J'son & Partners Consulting
Pay DTH households	9.3%	6 300	J'son & Partners Consulting
IPTV subscriptions	0.7%	500	J'son & Partners Consulting
Installed DVB-T receivers		~	J'son & Partners Consulting
Total digital TV households	10.9%	7 400	J'son & Partners Consulting
Households with PC	49.0%	25 935	ITU (2009)
Households with broadband connections	34.6%	18 300	J'son & Partners Consulting
Number of households for BBA&PC ¹		52 928	J'son & Partners Consulting

¹ The number of Households for BroadBand Access Data is different from HH for Pay TV Data.

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	5 MTS (including Comstar-UTS and Multiregion), Divan-TV (ER-Telecom), Rostelecom (incl. macroregional branches), AKADO, UfaNet
Satellite packagers	8 NTV-Plus, Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD, Raduga TV, Kosmos TV (March 2010), Telekarta (September 2010), Active TV (Ricor LTD)
IPTV packagers	3 MTS (including Comstar-UTS and Multiregion), Rostelecom (incl. macroregional branches), Beeline TV
DTT packagers	9 First Multiplex (free of charge): Channel One (Pervy Kanal), Russia 1, Russia 2, Russia K, Russia 24, 5 channel, NTV, Carousel, Regional channel
Mobile phone TV packagers	5 Megafon, Beeline, MTS, Sky Link, CTV Dvision

The structure of network broadcasting of large federal TV companies ^C		
Number of partners	Number of regions RF, where partners work	Average total daily volume of regional programmes, hours
191	83	2.6
522	79 (922 cities)	3
1100	80 (787 localities)	3
241	33	1.6
335	77	3

Source: The National Association of TV and Radio Broadcasters of Russia (NAT), European Audiovisual Observatory

T.1.RU.1
G.1.RU.1

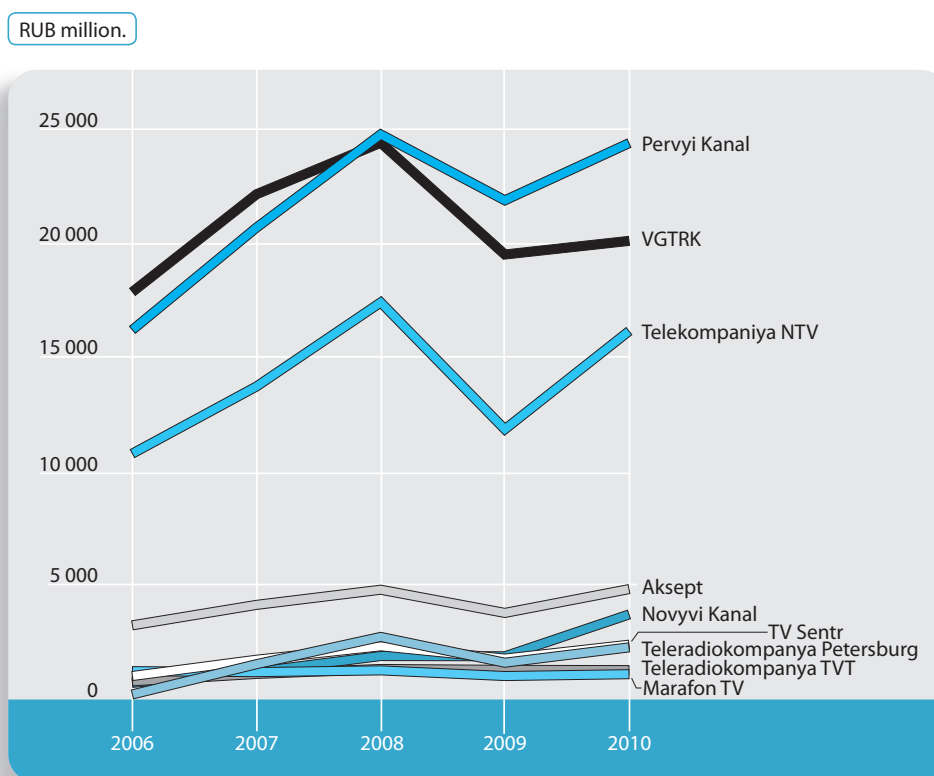
Operating revenues of the main television companies in the Russian Federation 2007-2010 RUB million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Pervyi Kanal	sptv	Pervyi Kanal	20 762.6	24 869.4	21 962.7	24 482.2	11.5%
- Pervyii Kanal - Global Network	sptv	Pervyi Kanal - Global Network	1 257.7	1 540.3	1 551.5	1 594.8	2.8%
VGTRK	sptv		22 232.0	24 500.3	18 572.8	20 174.1	8.6%
- Telekanal Rossiya	sptv	Rossiia	1 296.5	1 523.9	1 243.7	~	~
Telekompaniya NTV	adtv	NTV	13 756.4	17 461.1	11 867.2	16 195.3	36.5%
Aksept	adtv	Ren TV	4 124.5	4 792.6	3 769.5	4 819.6	27.9%
Teleradiokompanya Petersburg	rtv	TV Petersburg	1 510.0	2 711.5	1 574.3	3 700.5	135.1%
Novyvi Kanal	adtv	Domashny	1 176.7	1 868.7	1 856.7	2 367.7	27.5%
TV Sentr	adtv	TV Sentr (Center TV)	1 705.9	2 299.0	1 754.7	2 250.2	28.2%
Teleradiokompanya TVT	adtv	TBT	1 080.5	1 297.3	1 259.3	1 247.2	-1.0%
Marafon TV	adtv	CTC (STS)	1 159.1	1 236.2	986.8	1 067.8	8.2%

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Vimpel Communications ①	3play	Beeline TV		155 566.3	179 673.6	200 391.2	210 128.8	4.9%
Mobilnye Telesystemy (MTS) ①	3play, 3GTV	MTS TV		147 302.8	188 580.2	~	~	~
Rostelecom (cons.) ①	3play	Rostelecom		~	66 629.0	65 510.0	62 967.0	-3.9%
Tsentrlnaya Telekommunikatsionnaya Kompaniya ①	3play	CenterTelecom TV		32 409.1	33 715.2	36 433.7	40 639.0	11.5%
Severo-Zapadnyi Telekom ①	3play	Avangard TV		23 661.4	24 499.9	26 295.0	~	~
Yuzhnaya Telekommunikatsionnaya Kompaniya ①	3play	Disel-TV (UTK)		18 772.4	20 883.8	21 857.0	~	~
Komstar-Obyedinnye-Telesistemy ①	3play	Stream TV		6 205.2	8 974.8	11 066.1	~	~
NTV Plyus	packtv	NTV+		6 529.8	7 502.2	7 852.2	8 261.3	5.2%
ER Telecom ①	3play	Divan TV		830.3	3 170.6	4 452.2	~	~
Tsentrlnyi Telegraf ①	3play	Qwerty.tv		3 399.1	3 420.7	3 613.7	~	~
National Satellite Company	packtv	Tricolor TV		-	-	~	2 875.8	~

① Includes telecommunication activities.

Source: Creditreform, BVDEP (Amadeus), European Audiovisual Observatory



T.1.RU.2
G.1.RU.2

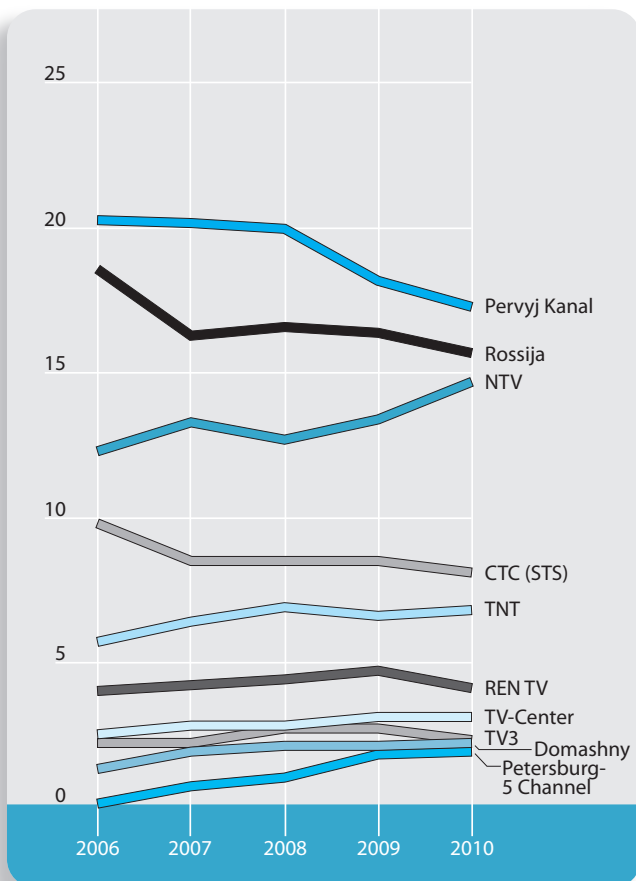
TV audience market shares in urban population of the Russian Federation 2006-2010 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Pervyj Kanal	20.3	20.2	20.0	18.2	17.3	20.7	22.4	21.1	17.6	17.9
Rossija	18.6	16.3	16.6	16.4	15.7	20.3	17.6	18.2	18.8	17
Rossija 2 (former Sport)	2.4	1.9	2.1	1.6	1.8	2.0	1.5	1.8	1.5	1.6
Rossija K (former Kultura)	2.4	2.3	2.0	1.9	1.7	2.2	2.2	2.1	1.9	1.8
Rossija 24 (former Vesti)		0.3	0.8	0.9	0.8		0.2	0.5	0.6	0.5
NTV	12.3	13.3	12.7	13.4	14.7	12.5	14.9	13.8	14.9	17.3
CTC (STS)	9.8	8.5	8.5	8.5	8.1	11.3	8.7	8.7	9.1	8.5
TNT	5.7	6.4	6.9	6.6	6.8	5.9	6.5	7.2	7.1	6.7
REN TV	4.0	4.2	4.4	4.7	4.1	3.6	3.7	3.9	4.1	3.5
TV-Center	2.5	2.8	2.8	3.1	3.1	2.2	2.3	2.4	2.6	2.7
TV3	2.2	2.2	2.7	2.7	2.3	2.0	1.9	2.3	2.6	2.2
Domashny	1.3	1.9	2.1	2.1	2.2	1.2	1.6	1.9	1.8	1.9
Petersburg-5 Channel	0.1	0.7	1.0	1.8	1.9	0.1	0.6	0.9	1.5	1.6
DTV VIASAT	1.6	1.8	1.7	1.9	1.8	1.3	1.4	1.4	1.7	1.5
ZVEZDA	0.3	0.7	1.1	1.3	1.6	0.3	0.6	0.9	1.1	1.4
7TV	0.3	0.2	0.3	0.3	1.0	0.2	0.2	0.2	0.2	0.9
Muz TV	1.3	1.3	1.0	0.7	0.9	0.9	1.0	0.7	0.5	0.8
MTV Russia	1.1	0.9	1.0	1.0	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7	0.8
Euronews	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1
Rambler	0.3	0.1	-	-	-	0.2	0.1	-	-	-
Others	13.8	13.9	12.1	12.7	13.1	12.5	12.0	11.2	11.6	11.3

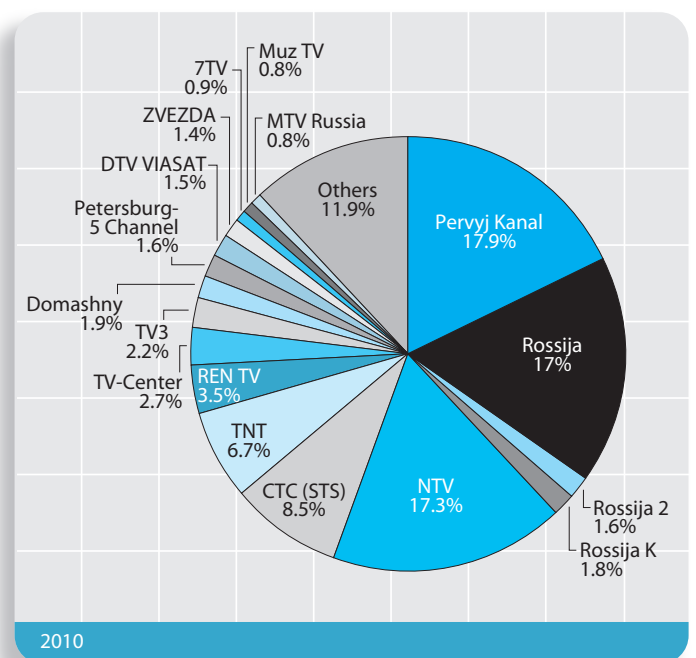
From 2006, market shares are normalised (not taking into account external devices such as DVD, VCR ...)

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%, which it increased even further in 2010 (23.2%), ahead of TV4 (Bonnier), which remained below the 20% mark (19.2%) in 2010. SVT2, Sweden's second public channel, dropped to 6.9% (a market share that has virtually been halved in the space of four years) and lost third place in 2009 to TV3 (MTG) with 8.1%. 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 69.4% in 2010, compared to almost 80% four 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 35.2% in 2010, in contrast to the nine TV4 channels, whose share rose from 26% to 31% in 2010.

Regarding distribution, the main players in the market remain the Swedish groups MTG, TeliaSonera and Teracom, as well as cable operator Com Hem and the Norwegian Telenor group.

Com Hem dominated the cable television market with 1.8 million subscribers at the end of 2010, including more than 620 000 households with a subscription to one of its digital pay-TV packages. In July 2011, the Carlyle Group and Providence Equity announced the sale of Com Hem to BC Partners for EUR 1.8 billion.

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 450 000 subscribers on 30 December 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

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 %, qu'elle a encore accru en 2010 (23,2 %). TV4 (Bonnier), qui est restée en 2010 sous la barre des 20 % (19,2 %). SVT2, la seconde chaîne publique suédoise, recule à 6,9 % (une part de marché divisée par deux en quatre ans). En 2009 elle a perdu sa troisième position au profit de TV3 (MTG) qui affiche 8,1 %. 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 69,4 % en 2010 contre presque 80 % quatre 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 35,2 % en 2010, contrairement aux chaînes TV4 (9 chaînes), qui passent de 26 % à 31 % en 2010.

Au niveau de la distribution de chaînes, les principaux acteurs du marché demeurent les groupes suédois MTG, TeliaSonera et Teracom, ainsi que le câble-opérateur Com Hem et le groupe norvégien Telenor. Com Hem domine le marché de la télévision par câble avec 1,8 million d'abonnés à la fin de l'année 2010, dont plus de 620 000 foyers souscrivant à l'un de ses bouquets numériques payants. En juillet 2011 Carlyle Group et Providence Equity ont annoncé la vente de Com Hem à BC Partners pour 1,8 milliard d'euros.

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 450 000 abonnés au 30 décembre 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

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 und konnte diese Zahl 2010 auch noch steigern (23,2 %). TV4 (Bonnier) blieb 2010 unter der Marke von 20 % (19,2 %). SVT2, das zweite öffentlich-rechtliche Programm, fiel auf 6,9 % zurück (womit sich sein Marktanteil innerhalb von vier Jahren halbierte) und verlor damit 2009 seinen dritten Platz an TV3 (MTG) mit 8,1 %. 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 2010 bei nur noch 69,4 %; vier 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 35,2 % 2009, im Gegensatz zu den neun TV4-Sendern, die von 26 % auf 31 % 2010 zulegen.

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 dominierte den Kabelfernsehmarkt mit 1,8 Mio. Abonnenten Ende 2010, von denen über 620 000 eines der kostenpflichtigen Digitalbouquets abonniert hatten. Im Juli 2011 haben die Carlyle Group und Providence Equity den Verkauf von Com Hem an BC Partners für 1,8 Mrd. EUR angekündigt.

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 450 000 Abonnenten am 30. Dezember 2010. Dank der deutlich steigenden Abonnentenzahl behauptete sich

other operators are active in the IPTV market, such as Fast TV or B2 bredband (Telenor).

Since its launch in 1997, the DTT platform has been operated by the company Boxer, a subsidiary of Teracom, which controls the digital terrestrial network. Long a symbol of the dynamism of the digital transition in Sweden (the analogue switch-off began in 2007), Boxer did, however, in 2009 face a drop in its number of subscribers, which fell to 533 000 in December 2009 but went back up to 646 000 at the end of 2010.

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 has breathed new life into the Swedish DTT market and enabled Boxer to revise its forecasts upwards. In April 2011, Boxer broadcast football matches in 3D.

In March 2011, the telecommunications regulator PTS announced that the auctioning off of the 800MHz band, which constitutes the digital dividend, had realised a total of SEK 2.054 billion (EUR 233 million). The operators Telia Sonera, 3 Sweden and Tele2 Sweden acquired licences for 25 years, which will be used for mobile telephony services.

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.

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).

télévision numérique terrestre, de nombreux autres opérateurs sont présents sur le marché de l'IPTV, comme Fast TV ou encore B2 bredband (Telenor).

La plate-forme TNT est opérée depuis son lancement en 1997 par la société Boxer, filiale de Teracom, qui contrôle le réseau numérique terrestre. Longtemps symbole du dynamisme de la transition vers le numérique en Suède (l'extinction des transmissions analogiques terrestres a été opérée dès 2007), Boxer voit son nombre d'abonnés en Suède régresser, pour atteindre 533 000 en décembre 2009 mais remonte à 646 000 fin 2010.

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 a redynamisé le marché de la TNT suédoise et a permis à Boxer de revoir ses prévisions à la hausse. En avril 2011, Boxer a diffusé des matches de football en 3D.

En mars 2011, l'autorité de régulation des télécommunications, PTS annoncé que la mise aux enchères de la bande 800MHz, constituant le dividende numérique, a rapporté un total de 2,054 milliards de SEK, soit 233 millions d'euros. Les opérateurs Telia Sonera, 3 Sweden et Tele2 Sweden ont emporté les licences pour 25 ans, qui seront utilisées pour des services de téléphonie mobile.

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.

En matière juridique, la nouvelle loi sur la radio et la télévision est entrée en vigueur le 1^{er} août 2010, transposant ainsi la Directive Services de médias audiovisuels (2007). Le texte définit et réglemente les messages de parrainage et de publicité ainsi que le placement de produits. Il crée une nouvelle instance de régulation de l'audiovisuel, *Myndigheten för radio och tv* (Autorité suédoise de l'audiovisuel), qui remplace l'Autorité pour la radio et la télévision (Radiooch TV-Verket, RTVV) et la Commission suédoise de l'audiovisuel (*Granskningsnämnden för radio och TV*, GRN).

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 angekündigt hat, gibt es noch zahlreiche andere IPTV-Betreiber, wie etwa Fast TV oder B2 bredband (Telenor).

Die DVB-T-Plattform wird seit dem Start 1997 von Boxer betrieben, einer Tochter von Teracom, die das digitale terrestrische Netz kontrolliert. Dieses Unternehmen stand lange Zeit stellvertretend für die Dynamik der Umstellung auf Digitaltechnik in Schweden (die Abschaltung der analogen terrestrischen Signale erfolgte bereits 2007), verzeichnete aber 2009 sinkende Abonentenzahlen, die im Dezember 2009 bei 533 000 lagen, Ende 2010 jedoch wieder auf 646 000 angestiegen waren.

Die schwedische Hörfunk- und Fernsehbehörde RTVV erteilte im Juni 2010 Lizenzen für elf neue DVB-T-Sender, von denen sieben hochauflösend verbreitet werden. Ihr Sendestart Ende 2010 hat dem schwedischen DVB-T-Markt neuen Schwung verschafft und es Boxer erlaubt, die eigenen Prognosen nach oben zu korrigieren. Im April 2011 strahlte Boxer Fußballspiele in 3D aus.

Im März 2011 teilte die Telekommunikationsregulierungsbehörde PTS mit, die Versteigerung des 800MHz-Bands aus der digitalen Dividende habe Einnahmen in Höhe von insgesamt 2,054 Mrd. SEK erbracht, umgerechnet 233 Mio. EUR. Die Betreiber Telia Sonera, 3 Sweden und Tele2 Sweden haben die Lizenzen, die für Mobiltelefoniedienste verwendet werden, für eine Laufzeit von 25 Jahren erhalten.

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.

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

A 31.12.2010.
B 11.2011.

C 11.2011.
D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	9 416		Eurostat
Households	–	4 244		European Audiovisual Observatory estimates
TV households	97.5%	4 138		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	56.4%	2 393		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	20.1%		853	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	19.0%		805	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	18.9%		804	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	15.1%	639		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	11.1%		471	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	10.1%	430		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	21.0%		892	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	15.2%	645		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	71.2%		3 022	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	96.8%	4 108		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	92.1%	3 909		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	64.5%	2 739		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	83		Screen Digest

TV channels distributors [Ⓞ]	Companies
Cable operators	91 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 (Hutchison Whampoa), Tele 2, TeliaSonera

TV channels established in the country by kind of transmission [Ⓞ]	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	7	18	25
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		46	46
Regional / Local		81	81
Regional / Local windows	13	16	29
Channels targeting foreign markets	1	109	110
Total	21	270	291
<i>Foreign channels targeting the country</i>	2	68	70

TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) [Ⓞ]	Digital terrestrial	Ⓛ Digital terrestrial Boxer	Cable Comhem	Satellite Canal Digital	IPTV TeliaSonera
Generalist - national	3	3	3	3	3
Generalist - foreign		2	17	3	11
Adult			4	3	3
Children	1	5	7	7	8
Culture/ education/ documentary	1	6	20	11	14
Entertainment/ TV fiction/ games	1	9	13	12	12
Film		6	17	11	17
HD simulcast of an existing channel	2	6	13	10	10
International linguistic and cultural	1	1	10	1	10
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	5	3	1
Minority interest groups		1	2		2
Music		3	4	4	3
News/ business		3	9	7	6
Regional/ local					6
Religion			3		
Sports		5	25	16	24
Various	1	1	2	1	3
Total (including HD channels)	10 (2)	52 (8)	154 (22)	92 (17)	133 (14)

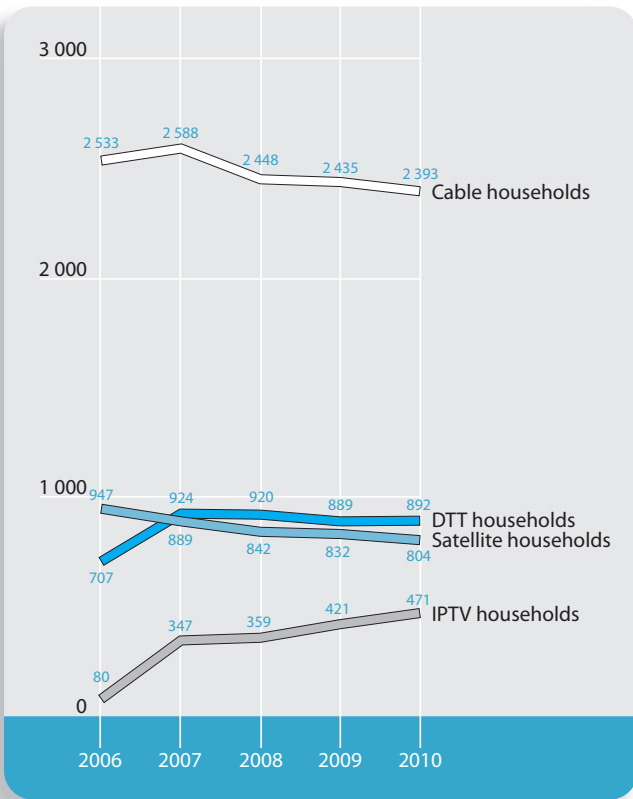
Ⓛ Includes free DTT channels.

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

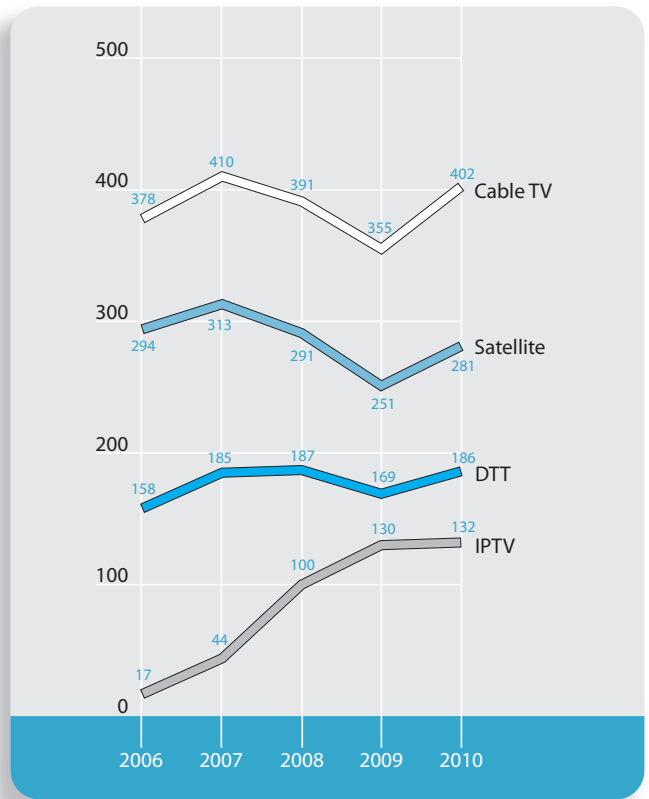
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

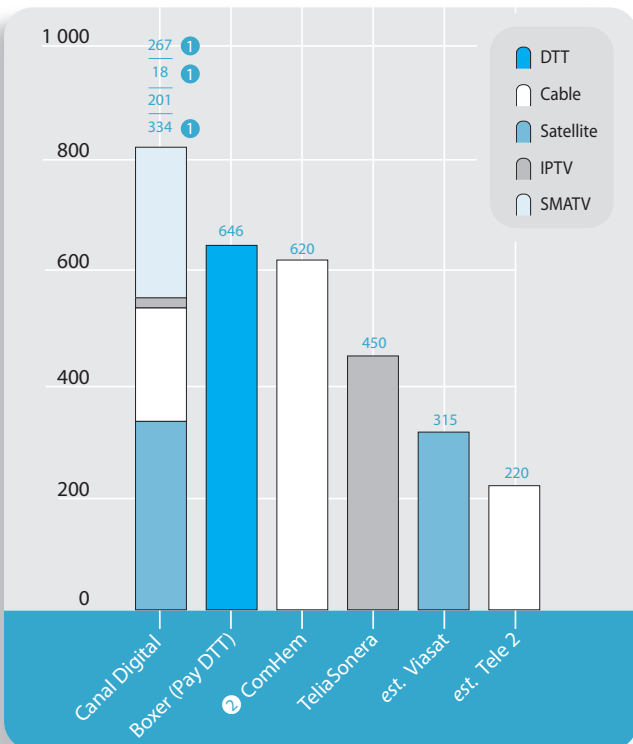
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.



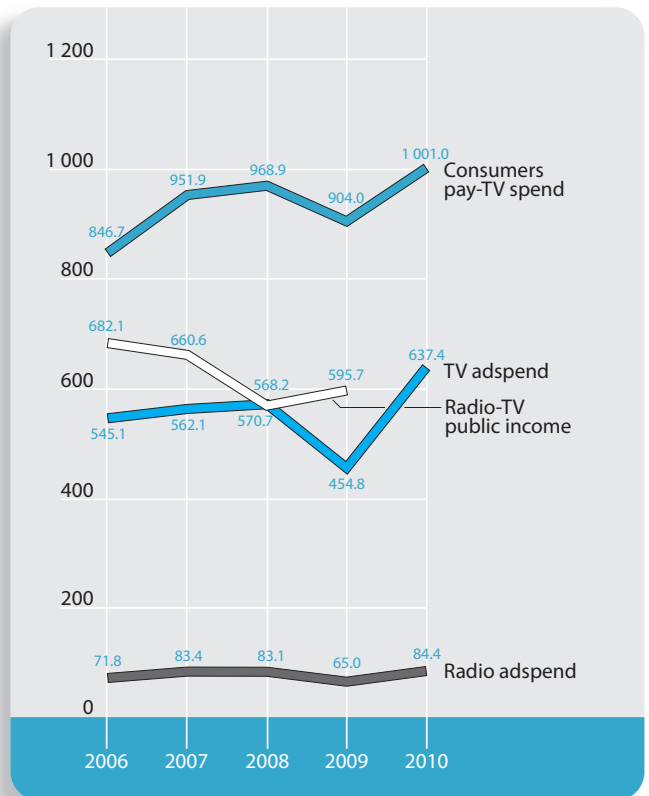
1 Data 31/03/2010.

Source: European Audiovisual Observatory

2 ComHem also has almost 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 2006-2010

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 2007-2010

SEK million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Sveriges Television AB	sptv	STV1, SVT2, 24,...	4 028.5	3 951.5	3 803.5	4 155.8	9.3%
TV4 AB	adtv	TV4, TV4 Film,...	2 657.0	2 781.2	2 464.9	2 906.2	17.9%
C More Entertainment	thtv	Canal+,...	2 196.8	2 301.6	2 468.4	2 490.5	0.9%
Kanal 5 AB	adtv	Kanal 5	1 133.0	1 170.8	1 059.3	1 159.7	9.5%
TV1000 AB	thtv	TV 1000	713.0	749.1	761.1	702	-7.8%
TV4 Syd AB	rtv	TV4 Syd	382.9	477.7	493.5	616.7	25.0%
Sveriges Utbildningsradio AB	sptv	UR, Kunskapskanalen	328.4	314.2	319.8	357.2	11.7%
Viasat Pay Channels AB	thtv	Viasat Nature/Action	186.5	173.0	190.7	246.3	29.2%
Guthy-Renker Europe AB	hstv	TV-Shop	247.4	174.5	191.9	211	10.0%
TV4 Sport AB	thtv	Sportexpressen	31.4	114.5	160.7	174	8.3%
TV4Sydost	rtv	TV4 Sydost	106.1	96.2	73.7	66	-10.4%
Nonstop Television 2.0 AB ^①	thtv	Showtime	47.8	36.3	49.2	48	-2.4%
Nonstop Television 3.0 AB ^①	thtv	Silver, Silver Baltic	7.8	9.5	23.0	37.3	62.2%
Nonstop Television 1.0 AB ^①	thtv	Star!	80.6	67.0	87.8	34.5	-60.7%
Nonstop Television 7.0 AB ^①	thtv	TNT7	7.2	1.2	2.5	7.9	216.0%

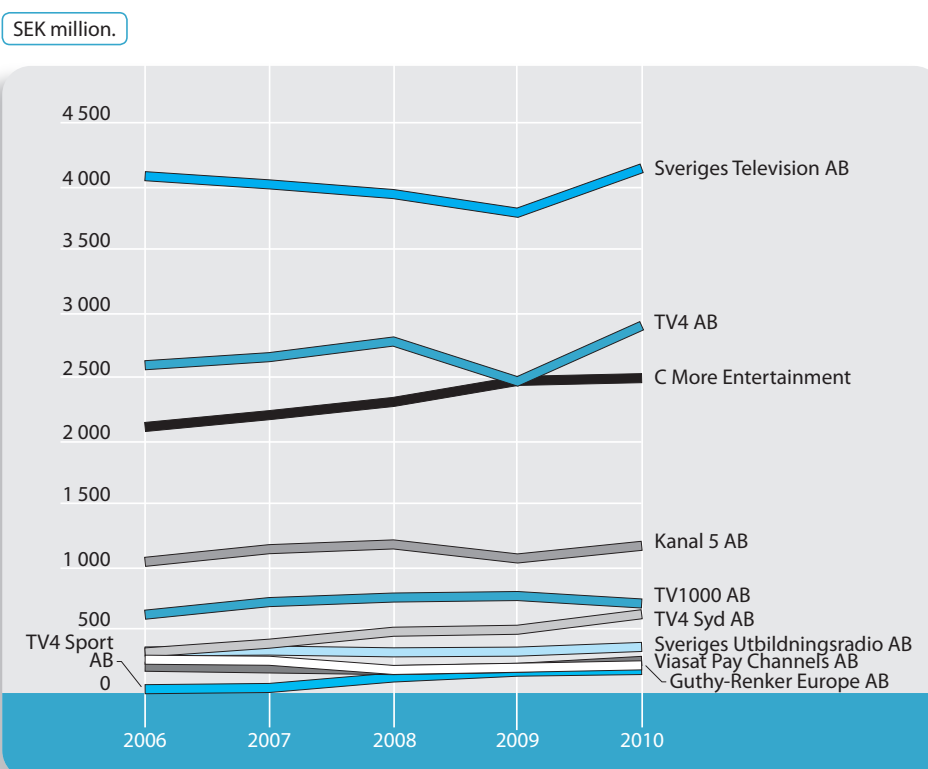
Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Teliasonera Sverige AB ^②	3play	Telia TV		33 804.9	28 928.9	29 599.4	30 268.8	2.3%
Teliasonera Mobile Networks AB ^②	3G TV	Start		11 053.7	12 164.9	14 842.0	15 497.4	4.4%
Tele2 Sverige AB ^②	3play	Tele2 TV		11 594.5	12 139.3	11 924.6	13 217.8	10.8%
Telenor Sverige AB	4play, 3G TV	Telenor TV, Mobil TV		7 962.1	8 360.6	9 727.9	10 689.6	9.9%
Hi3G Access AB ^{② ③}	3G TV	3Mobil-TV		3 527.4	3 621.4	3 684.5	4 437.7	20.4%
Com Hem AB ^②	3play	Com Hem TV		2 730.9	3 606.8	4 099.5	4 326.9	5.5%
Boxer TV-Access AB	DTT, 3play	Boxer		1 824.9	1 966.9	2 041.3	2 040.9	0.0%
Canal Digital Sverige AB	CATV, IPTV, sat-tv	Canal Digital, Kiosk		1 630.8	1 765.6	1 786.7	1 842.2	3.1%
B2 Bredband AB ^②	3play	Bredband Digital TV		2 375.6	2 498.2	2 375.3	1 836.1	-22.7%
Viasat AB	sat-tv	Viasat		1 286.9	1 431.1	1 410.8	1 656.5	17.4%
Telge Nät AC ^②	3play	Kabel-TV Telge		805.6	863.6	953.4	994.1	4.3%

^① 2008 over 8 months. The Millenium Group, owner of the Nonstop Television companies, was taken over in 2010 by Turner Broadcasting System.

^② Includes telecommunication activities.

^③ 2006 over 10 months.

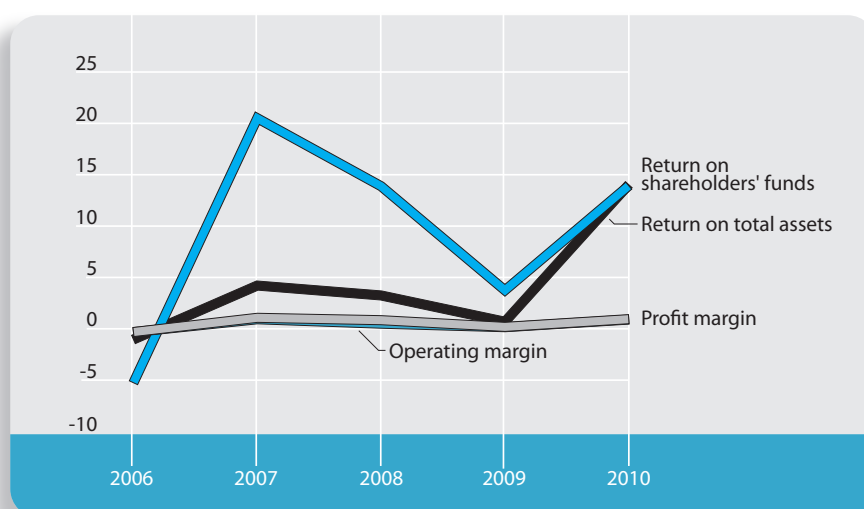
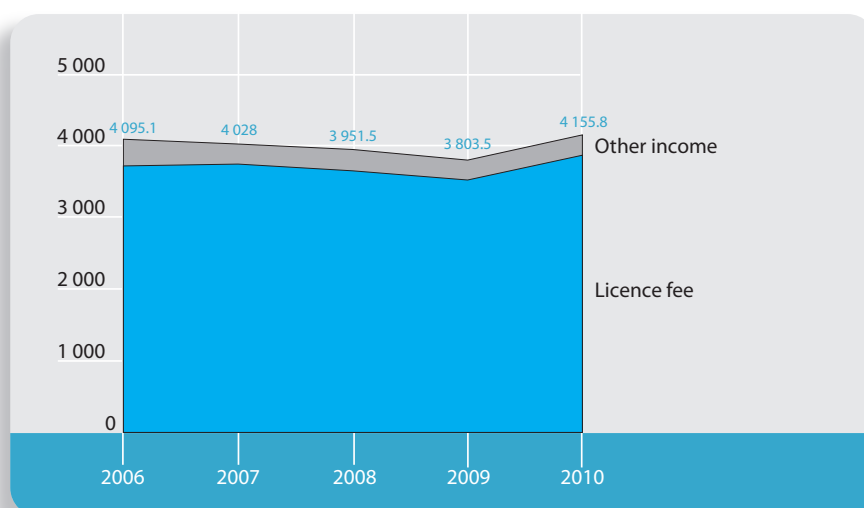
Source: European Audiovisual Observatory



T.1.SE.2
G.1.SE.2SVT financial situation
2007-2010 SEK million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	3 748.0	3 653.5	3 525.5	3 871.9	93.0%	92.5%	92.7%	93.2%	9.8%
- Licence fee	3 748.0	3 653.5	3 525.5	3 871.9	93.0%	92.5%	92.7%	93.2%	9.8%
Other income	280.0	298.0	278.0	283.9	7.0%	7.5%	7.3%	6.8%	2.1%
TOTAL	4 028.0	3 951.5	3 803.5	4 155.8	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	9.3%
Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
- Purchase of goods and services	~	~	2 211	2 624	~	~	58.3%	63.8%	18.7%
- Costs of personnel	~	~	1 487.2	1 398.6	~	~	39.2%	34.0%	-6.0%
- Depreciation	88.1	90.6	96.0	92.7	2.2%	2.3%	2.5%	2.3%	-3.4%
Operating expenditure	3 987.7	3 928.5	3 794.5	4 115.2	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	8.5%
Net result	1.0	6.0	4.2	9.2					119.0%
Operating margin (%)	1.01	0.58	0.24	0.98					

Source: SVT, European Audiovisual Observatory



T.1.SE.3
G.1.SE.3

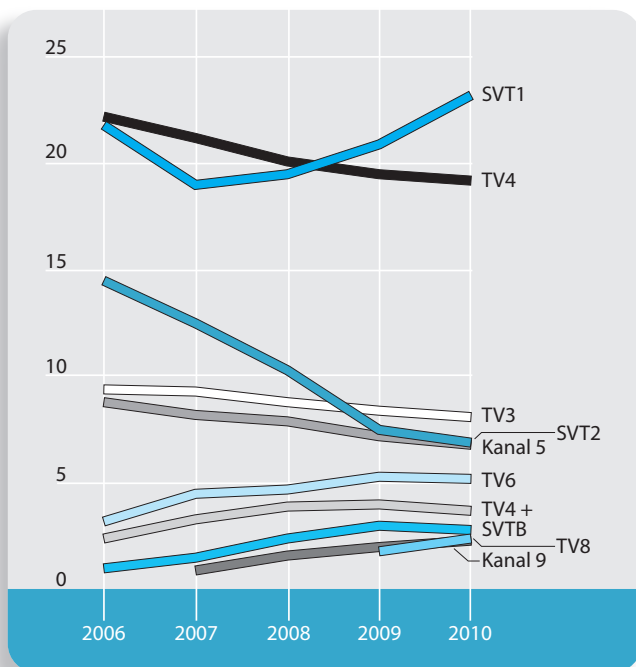
TV audience market share in Sweden 2006-2010 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00 - 22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
SVT1	21.8	19.0	19.5	20.9	23.2	28.5	28.2	24.6	25.6	27.6
SVT 2	14.5	12.5	10.3	7.5	6.9	14.2	11.2	11.2	9.5	9.3
SVT24	1.0	1.4	2.0	1.5	1.0	0.8	1.2	1.8	1.6	1.3
SVTB (Barnkanalen)	1.0	1.5	2.4	3.0	2.8	0.4	0.6	1.3	1.8	1.3
Kunskapskanalen ①	-	-	-	-	1.0	-	-	-	-	1.0
SVT HD	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	0.4
Swedish public channels	38.3	34.4	34.2	32.9	35.2	43.9	41.2	38.9	38.5	40.9
TV4	22.2	21.2	20.1	19.5	19.2	23.3	23.6	21.8	20.9	21.2
TV4 +	2.4	3.3	3.9	4.0	3.7	2.4	3.4	3.8	3.6	3.4
TV4 Sport	-	0.3	1.1	1.4	1.3	-	0.3	1.1	1.4	1.2
TV4 Fakta	0.4	0.6	0.7	1.1	1.2	0.4	0.4	0.5	0.7	0.7
TV4 Film	0.6	0.8	0.9	0.9	0.8	0.4	0.6	0.7	0.8	0.6
TV400	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4
TV4 Guld	-	0.2	0.3	0.4	0.4	-	0.1	0.2	0.2	0.2
TV4 Komedi	-	0.2	0.2	0.3	0.2	-	0.1	0.1	0.2	0.2
TV4 Sci	-	-	-	-	0.2	-	-	-	-	0.2
TV1000/Viasat (Total)	~	~	~	0.7	1.9	~	~	~	0.4	0.8
Canal+ (Total)	~	~	~	1.1	1.4	~	~	~	1.2	1.0
Swedish private channels	26.2	27.2	27.8	30.0	31.0	27.0	29.0	28.6	29.8	30.1
TV3	9.4	9.3	8.8	8.4	8.1	8.8	8.7	8.7	8.5	7.4
Kanal 5	8.8	8.2	7.9	7.2	6.8	8.5	7.0	7.9	7.8	7.4
TV6	3.2	4.5	4.7	5.3	5.2	2.8	3.7	4.3	4.6	4.5
TV8	~	~	~	1.8	2.4	~	~	~	1.8	2.3
Kanal 9	-	0.9	1.6	2.0	2.3	-	0.7	1.7	2.1	2.3
Discovery	1.7	1.9	1.7	1.8	1.2	1.1	1.0	1.0	1.1	0.8
Nickelodeon	0.8	0.6	0.9	0.9	0.9	0.2	0.1	0.2	0.1	0.0
Disney Channel	1.0	1.3	1.1	1.0	0.8	0.5	0.9	0.7	0.6	0.5
MTV	1.1	1.1	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.7	0.5	0.4
Eurosport	1.6	1.4	0.9	0.9	0.7	1.0	0.7	0.5	0.5	0.4
Total foreign channels	31.8	34.0	33.8	34.7	33.8	26.3	26.5	28.9	30.6	29.0
Others	3.7	4.4	4.2	2.4	0.0	2.8	3.3	3.6	1.1	0.0

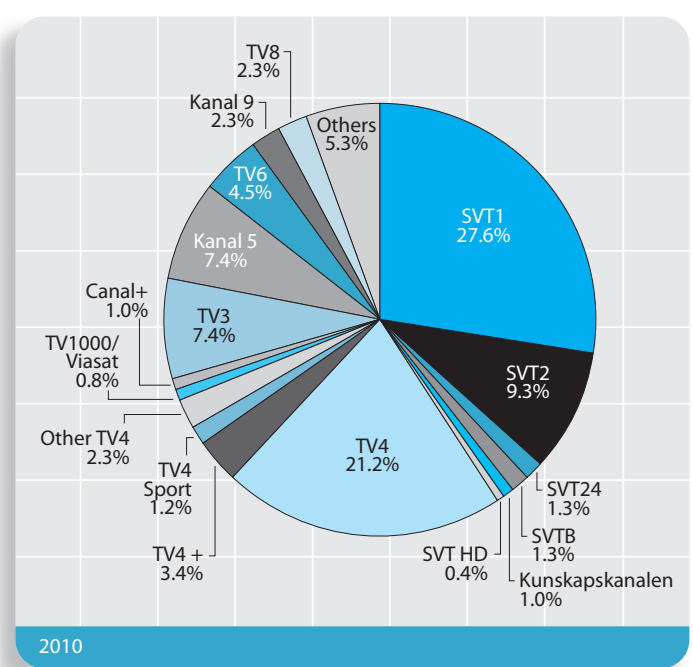
① Until 2009 Kunskapskanalen data were merged with Barnkanalen.

Source: Eurodata TV Worldwide, MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB

Daily share. In %, 3 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 3 years +.



The public service broadcaster RTV Slovenija, and the Central European Media Enterprises (CME) Group (Pop TV, Kanal A and Pop Brio) are the main TV operators. Pop TV had an audience share of 23.6% in 2010, while the main public channel TVSLO1 had 19.1%. The other main commercial channels are Kanal A and TV3 (Modern Times Group). Foreign channels play an important role in the Slovenian market, i.e. the channels of neighbouring countries and approximately 27 pan-European channels. According to AGB Nielsen data provided to the regulator, APEK, about 41% of households were cable (28% digital) in spring 2011. The main operator is Telemach (formerly UPC, now Mid Europa Partners), which had 190 000 subscribers in December 2010. IPTV is quite developed in Slovenia with an estimated 39% of households in 2011. SiOL (Telekom Slovenije) launched their service in 2003 and claimed 120 000 subscribers at the end of 2010 (and 60% of the market). Further data from 2010 shows that T2 had about 63 000 subscribers (31,6% of the market). The only satellite package, Total TV (Mid Europa Partners), launched in 2007, has approximately 30 000 customers. Analogue terrestrial switch-off took place in December 2010. RTV Slovenija runs one Multiplex with the channels TV SLO1, TV SLO2, TV SLO3, Pop TV, Kanal A, TV Pika and three regional channels. The Norwegian company Norkring operates Multiplex B (since September 2010) with the channels Pink TV Slovenia and TV3. According to AGB Nielsen data, 17% of households were DTT in spring 2011. The official DVB-T website also reports that there are reception problems in areas where there is interference of the Italian DTT transmissions.

The Radio and Television Slovenia Act was passed by parliament in October 2010. The law proposed *inter alia* a new financial structure for public service broadcaster Radio and Television Slovenia (RTVS) – namely that of a joint stock company. Both this, and proposals on the structure of the governing board were criticised by the opposition parties who demanded a referendum on the issue. The public rejected the Act in December 2010 (with a very low voter turn-out). The parliament rejected a New Media Act in July 2011 aimed at *inter alia* implementing the AVMS Directive. Several aspects of the proposed media law proved controversial in particular proposals regarding radio ownership. In autumn 2011 a specific AVMS Act will be presented to Parliament.

Le radiodiffuseur de service public RTV Slovenija et le groupe Central European Media Enterprises (CME) (Pop TV, Kanal A et Pop Brio) sont les principaux opérateurs de télévision. En 2010, la part d'audience de Pop TV est de 23,6 % et celle de TVSLO1, principale chaîne publique, de 19,1 %. Les autres grandes chaînes privées sont Kanal A et TV3 (Modern Times Group). Les chaînes étrangères, à savoir les chaînes des pays voisins et environ 27 chaînes pan-européennes, jouent un rôle important sur le marché slovène.

Selon les chiffres d'AGB Nielsen fournis au régulateur, APEK, environ 41 % des foyers sont câblés (28 % de numérique) au printemps 2011. L'opérateur principal est Telemach (précédemment UPC, désormais Mid Europa Partners) avec 190 000 abonnés en décembre 2010. L'IPTV est assez développé en Slovénie et représente 39 % des foyers (estimation) en 2011. SiOL (Telekom Slovenije) a lancé son service en 2003 et revendique 120 000 abonnés fin 2010 (et 60 % du marché). Quant à T2, il annonce 63 000 abonnés (31,6 % du marché). Le seul bouquet satellite, Total TV (Mid Europa Partners), lancé en 2007, compte quelque 30 000 clients. L'abandon de l'analogique terrestre a eu lieu en décembre 2010. RTV Slovenija gère un multiplex avec les chaînes TV SLO1, TV SLO2, TV SLO3, Pop TV, Kanal A, TV Pika et trois chaînes régionales. La société norvégienne Norkring gère le multiplex B (depuis septembre 2010) avec les chaînes Pink TV Slovenia et TV3. Selon AGB Nielsen, le pays compte 17 % de foyers TNT au printemps 2011. Le site web officiel DVB-T signale des problèmes de réception dans les zones où il y a des interférences avec les transmissions TNT italiennes.

La loi slovène sur la radio et la télévision a été adoptée par le Parlement en octobre 2010. La loi proposait, entre autres, une nouvelle structure financière pour le radiodiffuseur de service public Radio and Television Slovenia (RTVS), à savoir celle d'une société de capitaux. Cette proposition et d'autres sur la structure du conseil d'administration ont été critiquées par les partis de l'opposition qui ont demandé un référendum sur la question. La population a rejeté la loi en décembre 2010 (très faible taux de participation). En juillet 2011, le Parlement a rejeté une nouvelle loi sur les médias visant, notamment, à mettre en œuvre la Directive SMAV. Plusieurs aspects de la proposition de loi sur les médias ont prêté à controverse, en particulier les propositions concernant la propriété des radios. A l'automne 2011, une loi spécifique sur les SMAV sera présentée au Parlement.

Wichtigste TV-Betreiber in Slowenien sind die öffentlich-rechtliche Anstalt RTV Slovenija und CME, die Central European Media Enterprises Group (Pop TV, Kanal A, Pop Brio). Pop TV hatte 2010 einen Marktanteil von 23,6 %, gefolgt vom öffentlich-rechtlichen Sender TVSLO1 mit 19,1 %. Weitere große Privatsender sind Kanal A und TV3 (Modern Times Group). Eine wichtige Rolle spielen auch ausländische Sender, darunter die der Nachbarländer sowie ca. 27 europaweite Kanäle.

Laut Zahlen von AGB Nielsen und der Regulierungsbehörde APEK hatten Anfang 2011 ca. 41 % der Haushalte einen Kabelfernsehanschluss (28 % digital). Größter Kabelnetzbetreiber ist Telemach (Mid Europa Partners, früher UPC) mit 190 000 Abonnenten (Dez. 2010). Mit geschätzten 39 % der Haushalte (2011) ist auch IPTV gut entwickelt. SiOL (Telekom Slovenije) hat seinen Dienst bereits 2003 gestartet und hatte Ende 2010 nach eigenen Angaben 120 000 Abonnenten (und einen Marktanteil von 60 %). Dahinter folgt T2 mit rund 63 000 Abonnenten (31,6 %). Das einzige Sat-TV-Paket, Total TV (Mid Europa Partners), ist 2007 an den Start gegangen und hat ca. 30 000 Kunden. Die Abschaltung des analogen terrestrischen Fernsehens ist Ende 2010 erfolgt. RTV Slovenija betreibt einen Multiplex mit den Kanälen TV SLO1, TV SLO2, TV SLO3, Pop TV, Kanal A, TV Pika und drei Regionalsendern. Die norwegische Firma Norkring betreibt Multiplex B (seit Sept. 2010) mit den Kanälen Pink TV Slovenia und TV3. Laut AGB Nielsen konnten Anfang 2011 17 % der Haushalte DVB-T empfangen. Auf der offiziellen DVB-T-Website wird über Empfangsprobleme in Gegenden berichtet, in denen es zu Beeinträchtigungen durch italienische DVB-T-Sender kommt.

Im Oktober 2010 wurde vom Parlament das Gesetz über den slowenischen Rundfunk verabschiedet. Darin vorgesehen war u.a. die Umwandlung der öffentlich-rechtlichen Anstalt RTVS in eine Aktiengesellschaft. Die Opposition hat dies sowie die Vorschläge zur neuen Struktur des Aufsichtsrats kritisiert und ein Referendum gefordert. Im Dezember 2010 wurde das Gesetz von der Bevölkerung (mit einer sehr niedrigen Wahlbeteiligung) abgelehnt. Im Juli 2011 hat das Parlament ein neues Mediengesetz abgelehnt, mit dem u.a. die AVMD-Richtlinie umgesetzt werden sollte, nachdem sich mehrere Aspekte des Entwurfs als kontrovers herausgestellt hatten, darunter insbesondere die vorgeschlagenen Eigentumsregelungen für den Hörfunk. Im Herbst 2011 sollte ein spezielles AVMD-Gesetz ins Parlament eingebracht werden.

Basic figures

A 31.12.2010.
B 07.2011.

C 07.2011.
D 07.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	2 050		Eurostat 2010
Households	–	807		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	98.8%	797		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	30.9%	249		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	9.2%		74	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	9.9%		80	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	8.1%		65	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	3.7%	30		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	24.7%		199	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	24.7%	199		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	20.2%		163	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions				Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	62.1%		501	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	59.2%	478		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	61.9%	500		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	54.1%	437		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	7		Screen Digest

TV channels distributors ^B	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 ^C	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	3	6	9
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	40	41
Regional / Local	3	28	31
Regional / Local windows			
Channels targeting foreign markets			
Total	7	74	81
Foreign channels targeting the country	2	27	29

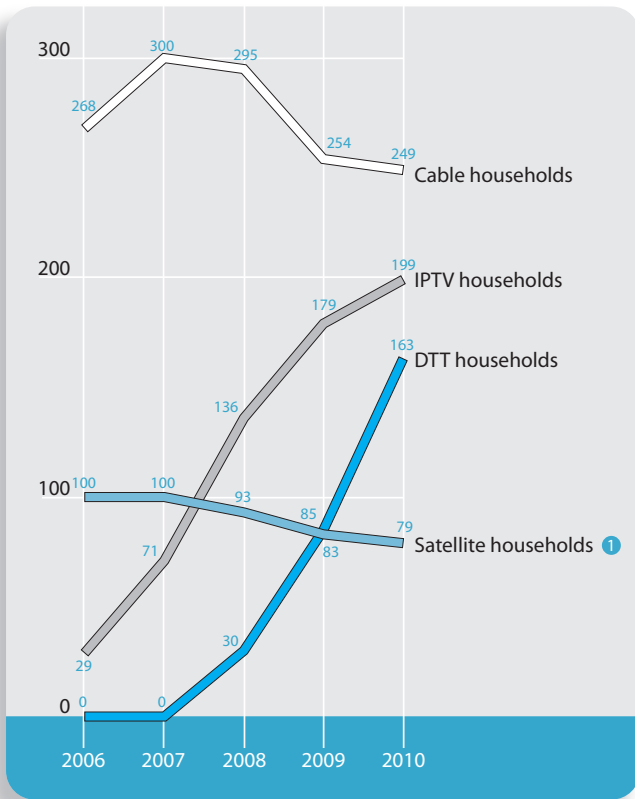
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	DTT	Cable Telemach	IPTV SIOL	IPTV T2	Satellite Total TV (SI)
Generalist - national	4	5	5	7	4
Generalist - foreign		20	21	27	4
Adult		3	10		4
Children		7	12	9	4
Culture/ education/ documentary		16	15	21	8
Minority interest groups		1	1	1	1
Entertainment/ TV fiction/ games	2	21	19	19	17
Film		10	6	4	6
HD simulcast of an existing channel		7	7	8	3
Home shopping				1	1
International linguistic and cultural		5	4	7	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		6	6	9	1
Music		12	14	22	6
News/ business		9	8	15	
Parliament/ government/ administration	1	1	1	1	
Regional/ local	7	8	14	24	
Religion			1	3	
Sports		16	12	14	9
Various		4	1	5	1
Total (including HD channels)	14	151 (10)	157	197 (9)	69

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

In thousands.

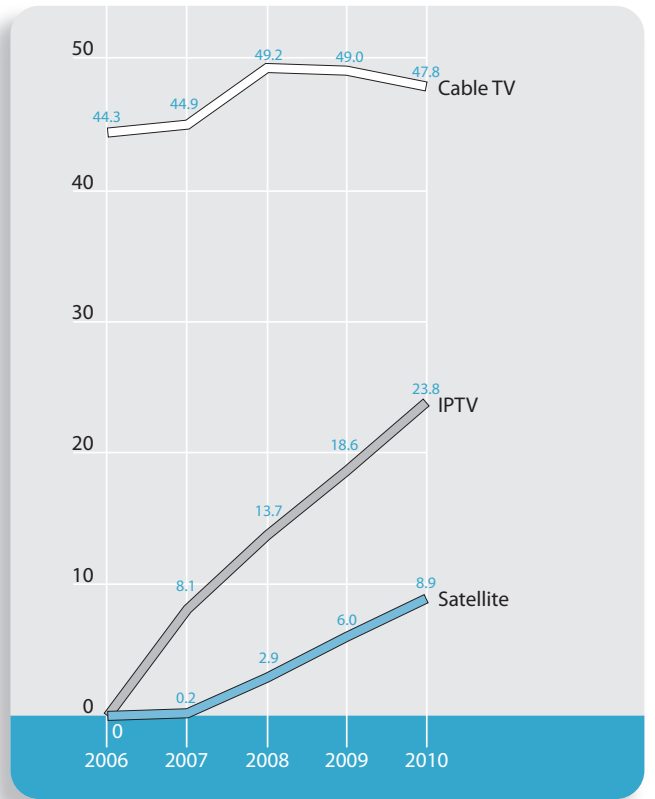


1 Satellite data revised from previous years.

Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

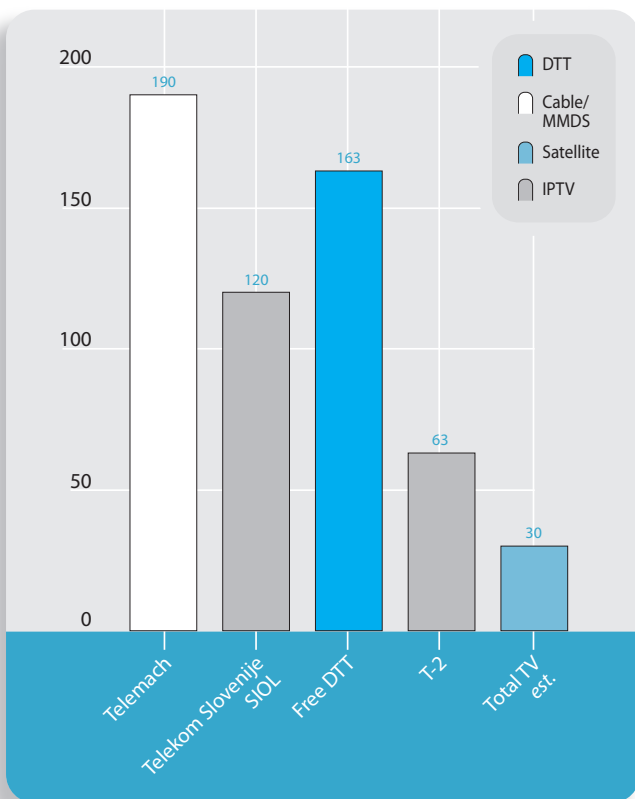
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

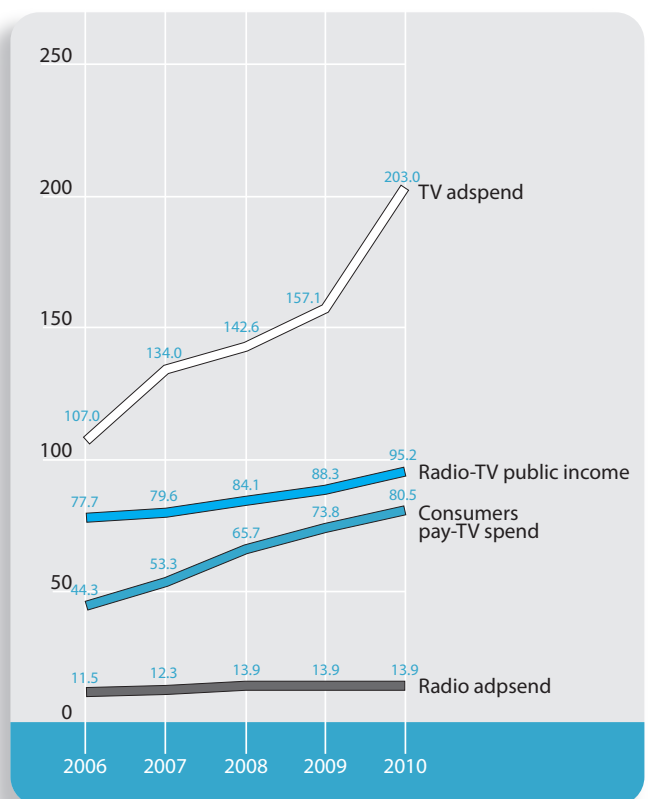
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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

2007-2010 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
RTVSLO	sptv	TVS-1, TVS-2, Televizija Koper, Televizija Maribor	114.5	114.2	122.7	125.3	2.1%
Central European Media Enterprises Ltd est. ¹	adtv	Pop TV, Kanal A, Pop Brio	47.3	54.6	44	48.5	10.2%

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Mobitel ²	3GTV	Mobilna TV	434.5	450.5	410.2	392.2	-4.4%	
Telekom Slovenije D.D. ²	3play	Siol TV	402.9	413.8	397.1	382.5	-3.7%	
Tusmobile D.O.O.	3play, 3GTV	TUS TV	1.5	37.0	73.1	74	1.2%	
p.m. TUS Telekom ²	3play	TUS TV	20.1	-	-	-	-	
T-2 D.O.O. ²	4play	T2 Televizija	12.4	23.1	35.1	~	~	
UPC Telemach ³	3play	Telemach Televizija	26.8	27.2	27.8	39.9	43.5%	
AMIS D.O.O. ²	3play	Amis TV	16.7	25.3	33	25.3	-23.3%	
EVJ Elektroprom Trgovina ²	3play	Kabelska TV	11.7	11.8	10.2	9.9	-2.9%	
Total TV D.O.O.	packtv	Total TV	0.0	2.0	3.4	~	~	
Skyline Telekomunikacije D.O.O. ²	3play	Skyline Televizija	0.9	1.6	1.3	1.1	-15.4%	

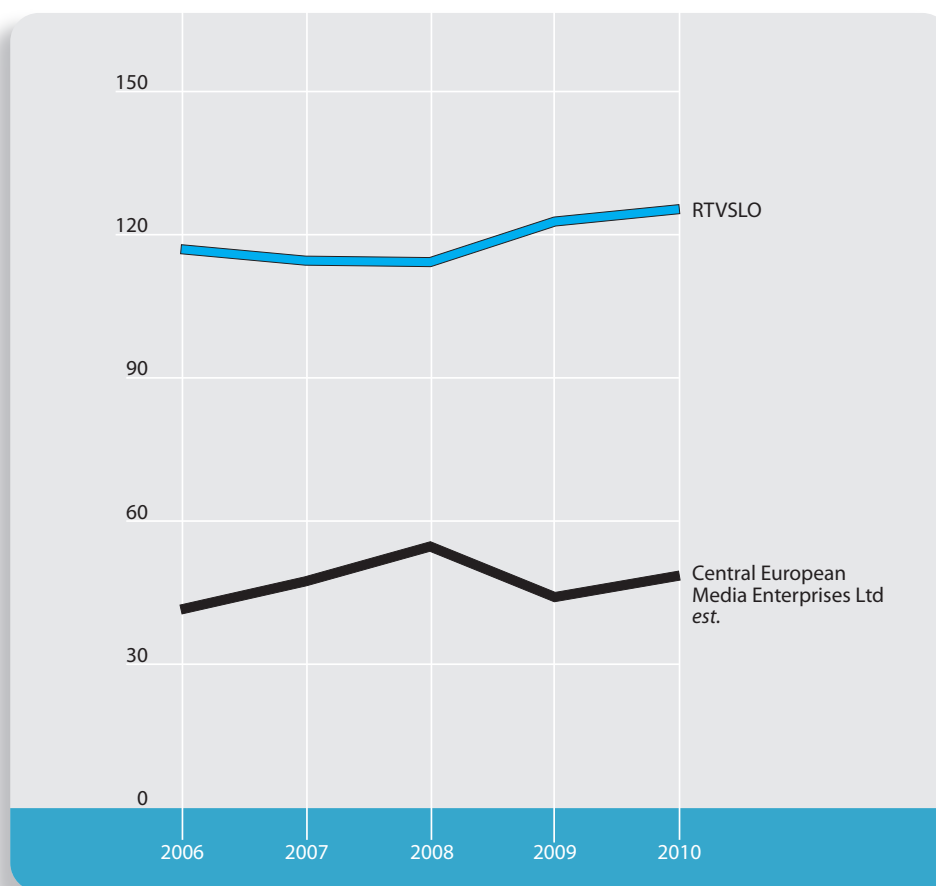
¹ Converted from data in USD. Turnover in thousand USD: 2006: 54 534; 2007: 69 647; 2008: 75 963; 2009: 63 385; 2010: 64 799.

Source: European Audiovisual Observatory

² Includes telecommunication activities.

³ Sold in July 2009 by Liberty Corp. to Mid Europa Partners LLP.

EUR million.



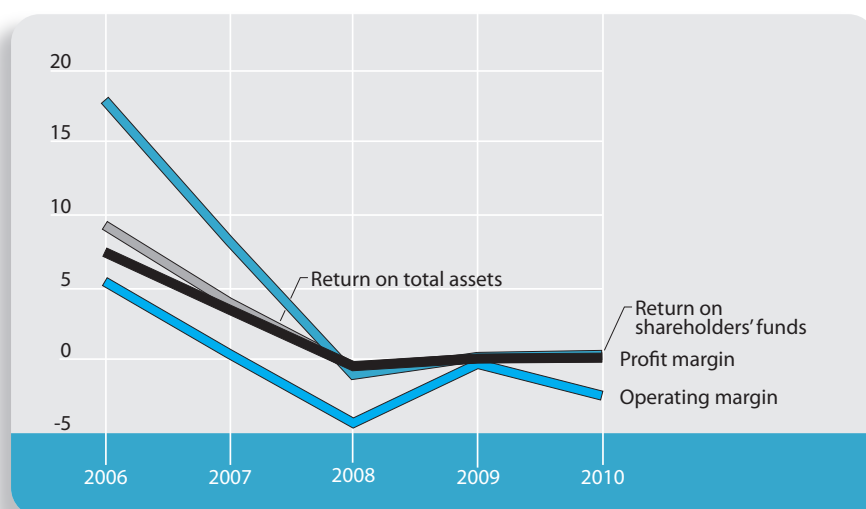
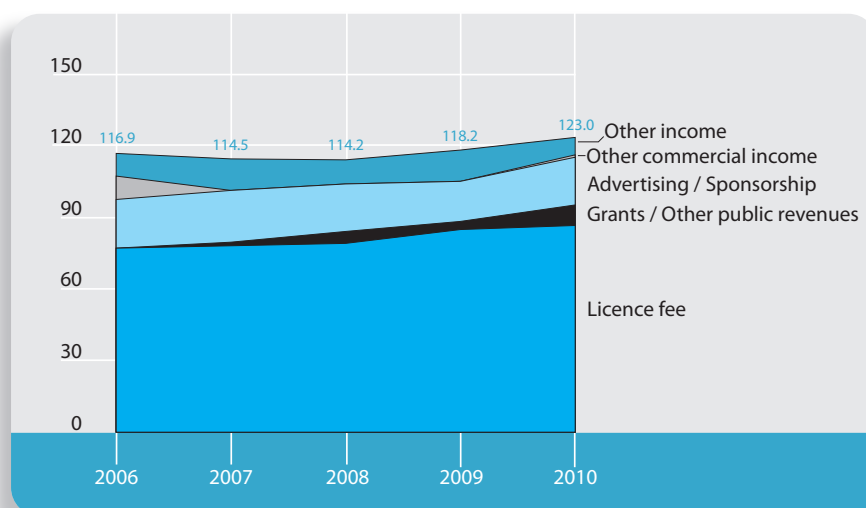
T.1.SI.2
G.1.SI.2RTVSLO financial situation
2007-2010 EUR million.

Income	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Total public income	79.6	84.1	88.3	95.2	69.5%	73.7%	75.5%	77.4%	7.8%
- Licence fee	78.1	79.1	84.9	86.6	68.2%	69.3%	72.6%	70.4%	2.0%
- Grants / Other public revenues	1.5	5.0	3.4	8.6	-	4.3%	2.9%	7.0%	152.9%
Total commercial income	21.7	19.9	16.8	20.5	18.9%	17.5%	14.4%	16.7%	22.0%
- Advertising / Sponsorship	21.7	19.9	16.8	20.0	18.9%	17.5%	14.4%	16.3%	19.0%
- Other commercial income	~	~	~	0.5	~	~	~	0.4%	~
Other income	13.2	10.1	13.1	7.3	11.6%	8.9%	11.2%	5.9%	-44.3%
TOTAL	114.5	114.2	117.0	123.0	100%	100%	100%	100%	5.1%

Expenditure	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2010/09
Purchase of goods and services	48.7	51.7	52.3	57.1	42.7%	43.4%	42.5%	44.4%	9.2%
Costs of personnel	54.6	56.3	59.2	59.7	47.9%	47.3%	48.1%	46.5%	0.8%
Depreciation	10.8	11.0	11.6	11.7	9.5%	9.3%	9.4%	9.1%	0.9%
Operating expenditure	114.1	119.0	123.1	128.5	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	4.4%

Net result	3.5	0.1	0.1	0.2					78.4%
Operating margin (%)	0.4	-4.4	-0.3	-2.5					

Source: RTVSLO, European Audiovisual Observatory

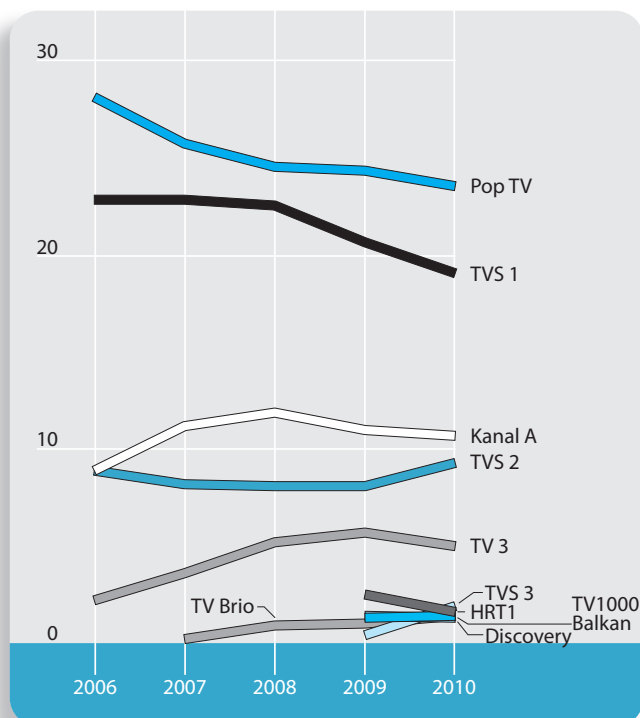


T.1.SI.3
G.1.SI.3TV audience market share in Slovenia
2006-2010 In %, 4 years +.

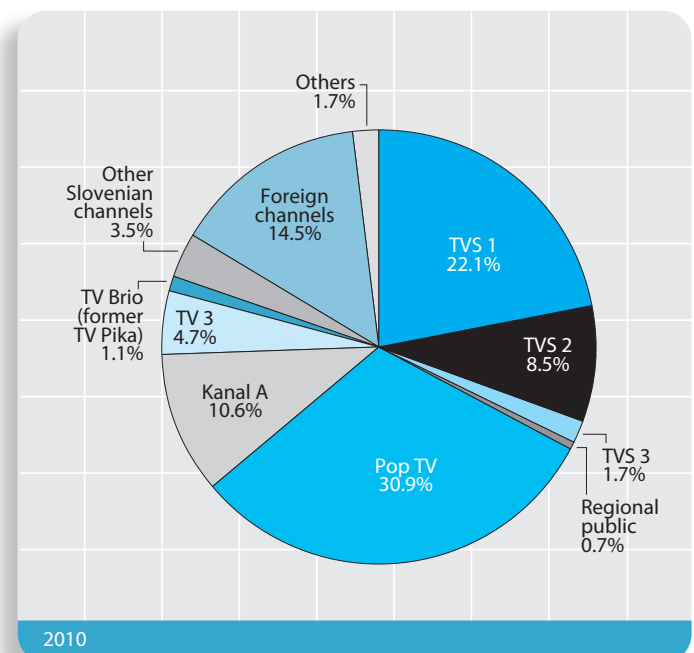
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
TVS 1	22.9	22.9	22.6	20.7	19.1	25.1	26.5	26.1	24.1	22.1
TVS 2	8.9	8.2	8.1	8.1	9.3	7.5	6.9	6.3	6.9	8.5
TVS 3	-	-	-	0.4	1.9	-	-	-	0.3	1.7
Koper	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1
Tele Maribor	0.3	0.4	0.4	0.4	0.5	0.3	0.4	0.4	0.5	0.6
Slovenian public channels	32.4	31.8	31.3	29.8	30.9	33.0	34.0	32.9	31.9	33.0
Pop TV	28.2	25.8	24.6	24.4	23.6	34.3	31.9	31.4	32.3	30.9
Kanal A	8.9	11.2	11.9	11.0	10.7	9.9	11.2	11.5	10.4	10.6
TV 3	2.2	3.6	5.2	5.7	5.0	1.9	3.0	4.8	5.3	4.7
TV Brio (former TV Pika)	-	0.2	0.9	1.0	1.4	-	0.2	1.0	0.9	1.1
Golica	-	-	-	0.8	0.9	-	-	-	0.4	0.5
Sport TV1	-	-	-	0.8	0.7	-	-	-	0.6	0.7
Pink Slovenia	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-	0.6
Info TV	-	-	-	0.5	0.4	-	-	-	0.3	0.3
Other Slovenian channels	-	-	-	0.2	1.8	-	-	-	0.2	1.4
Main Slovenian private channels	39.3	40.8	42.6	44.4	45.1	46.1	46.3	48.7	50.4	50.8
HRT1	~	~	~	2.5	1.6	~	~	~	2.0	1.3
HRT2	~	~	~	1.3	0.9	~	~	~	1.1	0.7
RTL Croatia	~	~	~	1.1	0.6	~	~	~	1.1	0.7
Croatian channels	7.9	7.1	6.0	5.1	3.1	6.2	5.9	5.1	4.4	2.7
Discovery	~	~	~	1.4	1.3	~	~	~	0.7	0.7
TV1000 Balkan	~	~	~	1.3	1.4	~	~	~	0.9	1.0
Hallmark / Universal Diva	~	~	~	1.2	1.0	~	~	~	0.7	0.5
National Geographic	-	-	-	-	0.9	-	-	-	-	0.5
Animal Planet	-	-	-	-	0.7	-	-	-	-	0.4
Zone Reality	-	-	-	-	0.7	-	-	-	-	0.4
Other foreign	-	-	-	-	13.5	-	-	-	-	8.3
Main foreign channels	7.9	7.1	6.0	9.0	22.6	6.2	5.9	5.1	6.7	14.5
Others	20.4	20.3	20.1	16.8	1.4	14.7	13.8	13.3	11.0	1.7

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

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 29.7 % market share in 2010 (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 2010 (20,6 %) than the three public service channels combined (17,5 %).

Since 1 January 2011 Slovak Television (STV) and Slovak Radio (SRo) have merged into a single public institution under the Act No. 532/2010 on Slovak Television and Radio of 15 December 2010.

Cable and satellite both served respectively 42,5% and 50,5 % of households at the end of 2010. In September 2011, the main cable operator, UPC (Liberty Global) had 214 000 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 with a similar market share in the Slovak Republic. One is DIGI TV (Romanian operator RCS/RDS), with 320 000 subscribers at the end of 2010. Skylink (bought by the M7 Group in 2011) had by August 2011, 1,5 million customers in the Czech and Slovak Republics (550,000 in the Slovak Republic). The CS Link (also bought by the M7 Group in 2011) package had approximately 500 000 customers in the Czech and Slovak at the end of 2009. UPC Direct (Liberty Global) had 42,300 subscribers in September 2011. A fifth satellite service was launched in 2010 when T-Com made the IPTV Magio service available over satellite, as MagioSat. 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. 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 29,7 % en 2010 (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 2010 (20,6 %) que les trois chaînes de service public réunies (17,5 %).

Depuis le 1^{er} janvier 2011, la Télévision slovaque (STV) et la Radio slovaque (SRo) ont fusionné en une seule institution publique en vertu de la loi n° 532/2010 relative à la télévision et à la radio slovaques du 15 décembre 2010.

Fin 2010, respectivement 42,5 % et 50,5 % des foyers reçoivent le câble ou le satellite. En septembre 2011, le principal câblo-opérateur, UPC (Liberty Global), comptait 214 000 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. Deux acteurs majeurs ont une part de marché similaire en République slovaque. L'un est DIGI TV (opérateur roumain RCS/RDS), comptant 320 000 abonnés fin 2010. Skylink (acheté par le groupe M7 en 2011) revendiquait en août 2011, 1,5 million d'abonnés dans les Républiques tchèque et slovaque (550 000 en République slovaque). Le bouquet CS Link (également racheté par le groupe M7 en 2011) comptait environ 500 000 clients dans les Républiques tchèque et slovaque fin 2009. UPC Direct (Liberty Global) revendiquait 42 300 abonnés en septembre 2011. Un cinquième service par satellite a été lancé en 2010, lorsque T-Com a proposé son service satellitaire IPTV Magio, sous le nom de MagioSat. Le service IPTV Magio (T-Com AS, contrôlé à 51 % par Deutsche Telekom) comptait 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 2010 einen Marktanteil von 29,7 % (gegenüber 35 % 2008). Die Sender der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt STV verlieren weiter an Boden. Der zweite Privatsender, TV Joj, hatte 2010 mehr Zuschauer (20,6 %) als die drei STV-Sender zusammen (17,5 %).

Entsprechend dem Gesetz Nr. 532/2010 zum slowakischen Fernsehen und Hörfunk vom 15. Dezember 2010 bilden das Slowakische Fernsehen (STV) und der Slowakische Hörfunk (SRo) seit dem 1. Januar 2011 eine gemeinsame öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt.

Ende 2010 empfangen jeweils 42,5 % und 50,5 % der Haushalte ihr Programm über Kabel- oder Satellit. Im September 2011 hatte der größte Kabelnetzbetreiber UPC (Liberty Global) 214 000 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 ähnlichen Marktanteilen. Der erste ist DIGI TV (des rumänischen Betreibers RCS/RDS) mit 320 000 Abonnenten Ende 2010. Der zweite, Skylink (2011 von der M7 Group übernommen), hatte im August 2011 1,5 Mio. Kunden in der Tschechischen Republik und der Slowakei (davon 550 000 in der Slowakei). Die Plattform CS Link (ebenfalls 2011 von der M7 Group übernommen) hatte Ende 2009 rund 500 000 Kunden in der Tschechischen Republik und der Slowakei. UPC Direct (Liberty Global) hatte im September 2011 42 300 Abonnenten. Seit 2010 gibt es noch einen fünften Satellitendienst, da T-Com seinen IPTV-Dienst Magio unter dem Namen MagioSat 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. Er umfasst 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

A 31.12.2010.
B 11.2011.C 11.2011.
D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in thousands)	Primary (in thousands)	Sources
Population (inhabitants)	–	5 435		Eurostat
Households	–	1 754		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.3%	1 742		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	42.5%	745		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	7.9%		138	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	50.5%		886	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	44.8%		785	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	27.6%	484		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	6.7%		117	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	6.7%	117		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	2.9%		50	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%			Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	62.1%		1 090	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	76.7%	1 346		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	96.4%	1 690		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	42.2%	740		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions	–	32		Screen Digest

TV channels distributors [ⓐ]	Companies
Cable operators	22 Satro, Slovicable, Trnavatel, UPC Broadband Slovakia,...
Satellite packagers	4 Digi Slovakia, M7 Group (CS link and Skylink), UPC, T-Com
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 [ⓐ]	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	2	4	6
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	1	22	23
Regional / Local		80	80
Regional / Local windows			
Channels targeting foreign markets		2	2
Total	3	108	111
Foreign channels targeting the country	2	2	4

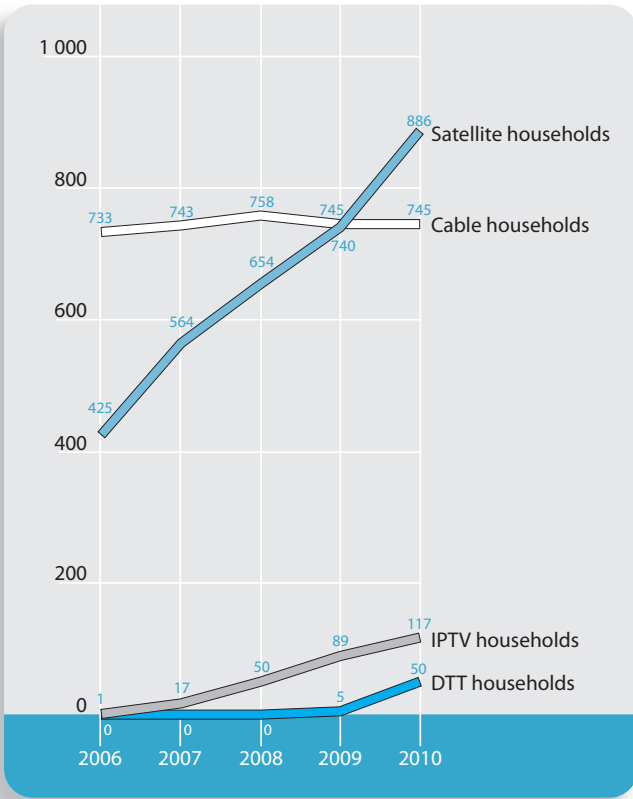
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) [ⓐ]	DTT	Satellite Digi TV (Slovakia)	Cable UPC Slovakia	IPTV MAGIO	Satellite CS Link	Satellite Skylink
Generalist - national	4	4	5	4	5	5
Generalist - foreign		7	15	10	5	5
Adult		2	3	4	3	6
Children		5	5	4	3	4
Culture/ education/ documentary		11	12	16	6	12
Entertainment/ TV fiction/ games	2	9	14	15	12	10
Film		1	7	9	6	8
HD simulcast of an existing channel			8	6	2	9
Home shopping			1			
International linguistic and cultural		1	1	2		
Lifestyle/ specific leisure/ travel		4	9	6	2	5
Music		10	9	4	5	8
News/ business		4	11	4	4	2
Regional/ local		1			4	1
Religion		2	2		1	1
Sports		6	8	6	8	8
Various		2	1	1		
Total (including HD channels)	6	69	111 (11)	91 (8)	66 (4)	84 (18)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

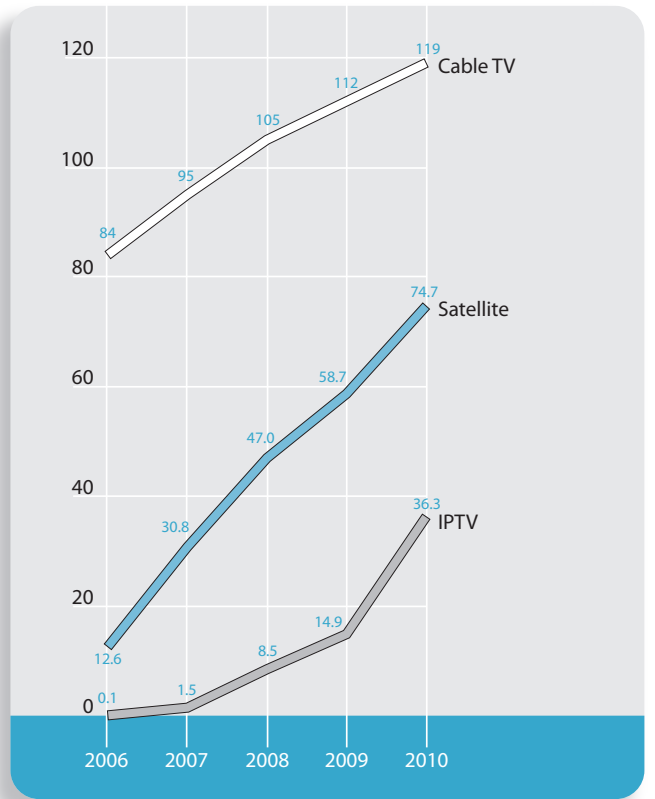
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

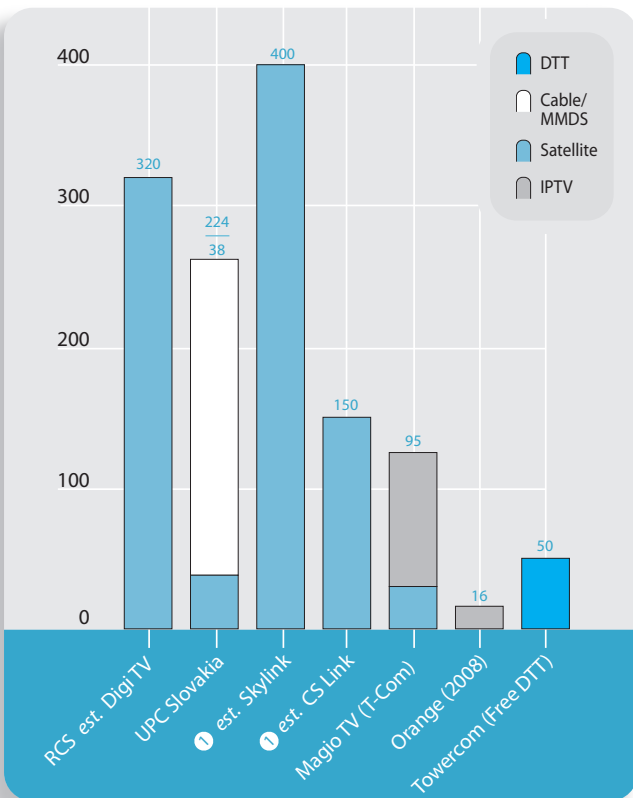
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

In thousands.

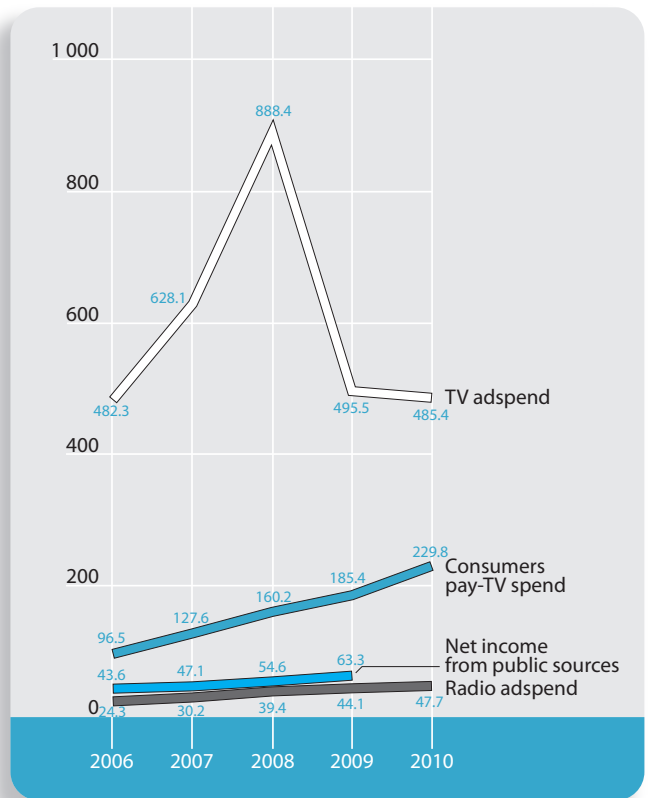


1 M7 Group.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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
2007-2010 EUR million.

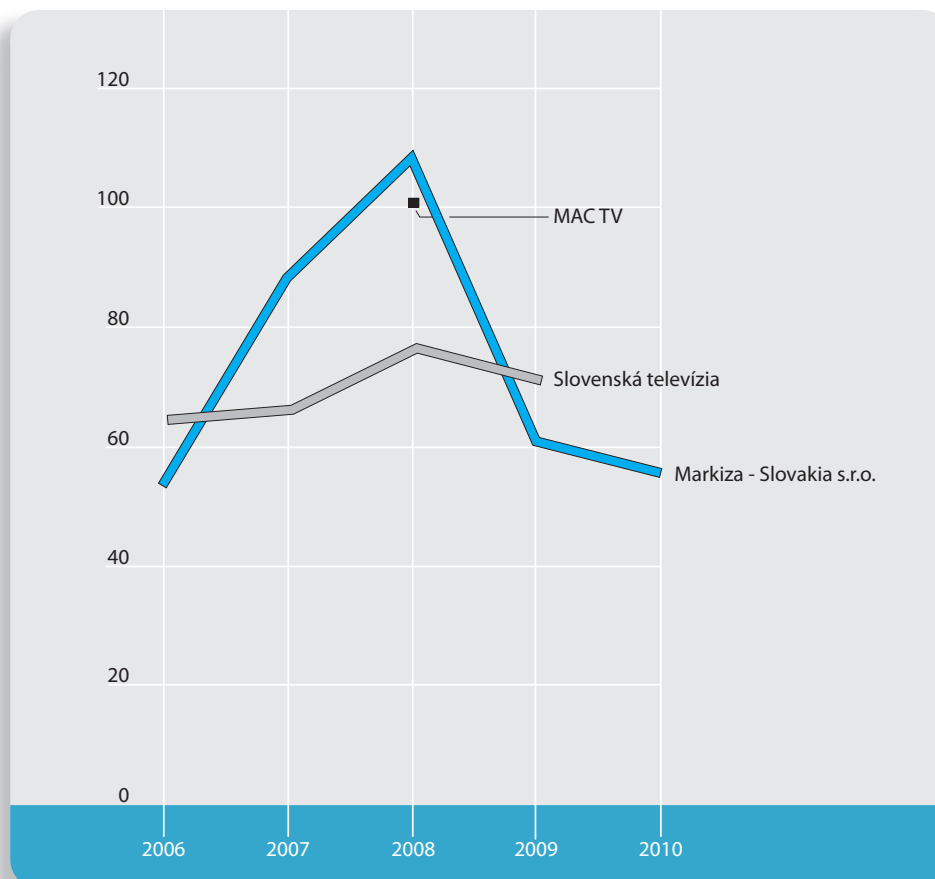
Main broadcasters		Channels	2007	2008	2009	2010	2010/09
Markiza - Slovakia s.r.o.	adtv	Markiza TV	88.2	108.3	60.8	55.5	-9.5%
MACTV	adtv	Joj TV, Joj Plus	~	100.8	~	~	~
Slovenská televízia	sptv	Jednotka, Dvojka, Trojka	66.1	76.4	71.0	~	~
HBO Ceska Republika	thtv	HBO	2.2	~	~	~	~
CreaTV S.R.O.	thtv	Music Box	0.7	1.1	~	~	~

Main distributors		Services	Packages	2007	2008	2009	2010	2010/09
Orange Slovensko A.S. ①	3play	Fiber TV		745.8	873.7	812.7	764.1	-6.4%
Slovak Telekom A.S. ①	3play	Magio TV		~	~	~	~	~
Digi Slovakia ①	sat-tv, catv, ISP	Digi TV		39.9	43.0	~	~	~
UPC Broadband ①	3play, sat-tv	UPC Televizia		47.2	56.2	~	~	~
Slovanet A.S. ①	3play	Slovanet Televizia		19.3	24.3	24.1	24.3	0.8%
Swan A.S. ①	3play	Max TV		~	~	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR million.



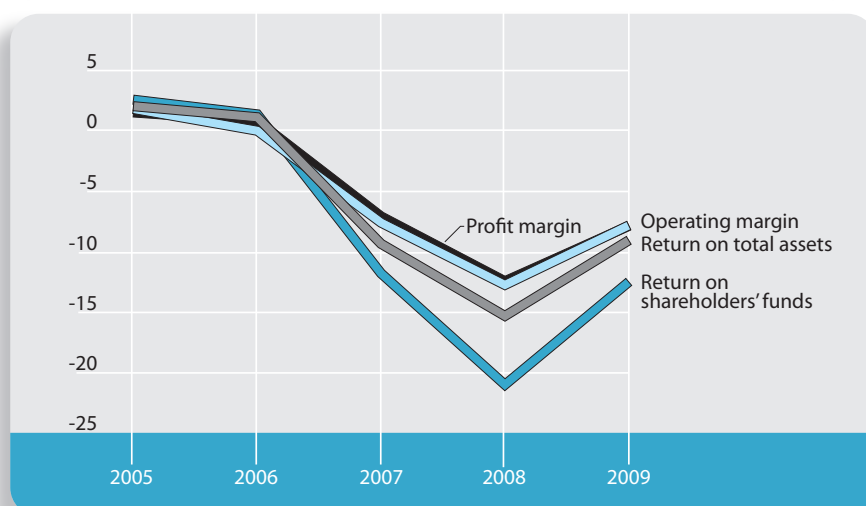
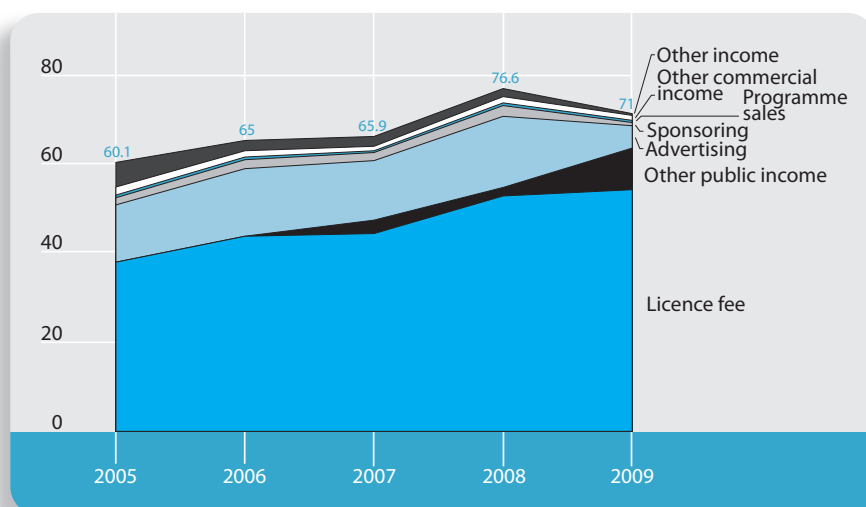
T.1.SK.2
G.1.SK.2STV financial situation
2006-2009 EUR million.

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

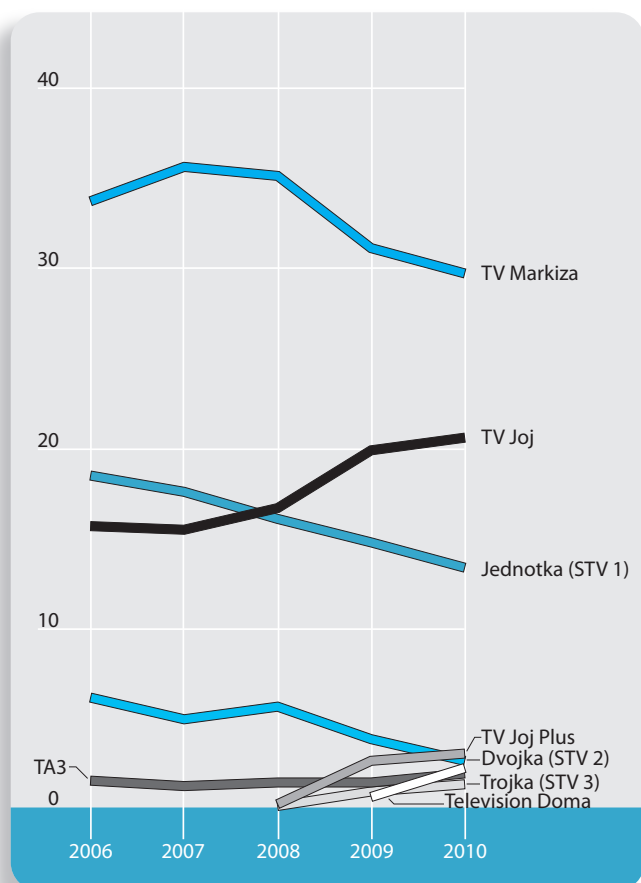


T.1.SK.3
G.1.SK.3TV audience market share in Slovakia
2006-2010 In %, 4 years +.

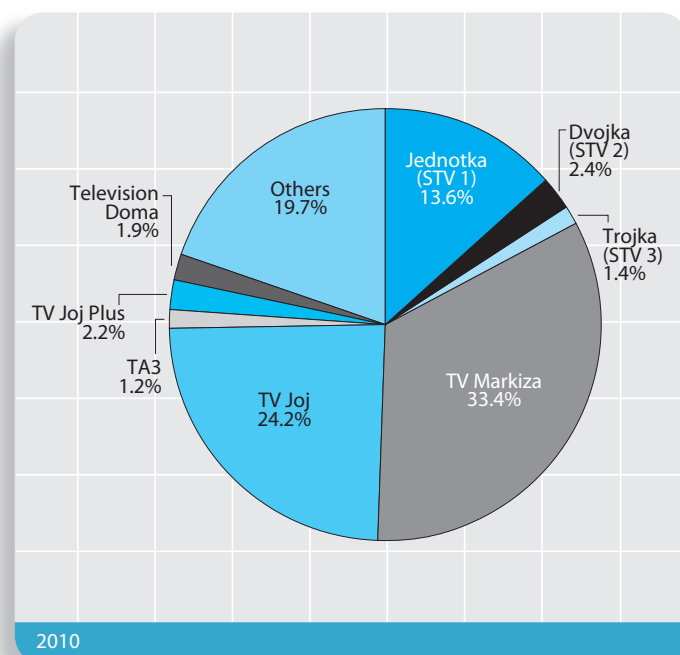
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
Jednotka (STV 1)	18.5	17.6	16.1	14.8	13.4	20.0	18.8	17.5	16.5	13.6
Dvojka (STV 2)	6.2	5.0	5.7	3.9	2.7	5.6	4.4	4.9	3.4	2.4
Trojka (STV 3)	-	-	0.2	1.0	1.4	-	-	0.2	0.9	1.4
Total Slovak public channels	24.7	22.6	22.0	19.7	17.5	25.6	23.2	22.6	20.8	17.4
TV Markiza	33.7	35.6	35.1	31.1	29.7	35.9	39.6	37.7	34.4	33.4
TV Joj	15.7	15.5	16.7	19.9	20.6	17.0	16.9	19.5	22.6	24.2
TA3	1.6	1.3	1.5	1.5	2.0	1.0	0.9	1.0	0.9	1.2
TV Joj Plus	-	-	0.3	2.7	3.1	-	-	0.2	2.1	2.2
Television Doma	-	-	-	0.7	2.3	-	-	-	0.4	1.9
Total Slovak private channels	51.0	52.4	53.6	55.9	57.7	53.9	57.4	58.4	60.4	62.9
Czech TV	10.0	10.0	8.7	7.3	~	9.1	8.4	7.2	6.5	~
Hungarian TV	7.2	6.8	5.7	4.7	~	6.9	6.4	5.7	4.8	~
Total main foreign channels	17.2	16.8	14.4	12.0	~	16.0	14.8	12.9	11.3	~
Others	7.1	8.2	10.0	12.4	24.8	4.5	4.6	6.1	7.5	19.7

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. The Doğan Group had the largest daily audience market share in 2010 with its channels Kanal D (15%) and Star TV (8.9%), ahead of ATV (Çalık Group, 11.7%), Show TV (Çukurova Group, 8.4%) and Fox Türk (News Corp group, 7.9%).

The most important reception platforms are terrestrial and satellite, with almost 50% of homes using satellite TV services (of these 14% were pay services) at the end of 2010. 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 2.3 million subscribers in December 2010. D-Smart had 1.234 million in December 2010. 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. Four mobile TV services, operated by Avea, Türkcell, TTNET and Vodafone, 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 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. In September 2010 the group announced a 30% increase in their advertising revenues in comparison to one year earlier. In October 2011, Doğan announced the sale of Star TV to the Doğuş group.

The Turkish Law on the Establishment of Radio and Television Enterprises and their Broadcasts has been repealed by a new law that was adopted by the Turkish Parliament on 15 February 2011 and entered into force on 3 March 2011.

La Turquie représente l'un des marchés les plus importants d'Europe avec près de 18 millions de foyers TV. Le groupe Doğan arrive en tête des audiences pour l'année 2010 avec ses chaînes Kanal D (15 %) et Star TV (8,9 %), devant ATV (groupe Çalık, 11,7 %), Show TV (groupe Çukurova, 8,4 %), Fox Türk (groupe Newscorp, 7,9 %).

Les principales plates-formes de réception sont terrestres et satellitaires, près de 50 % des foyers recevant des services de télévision par satellite (dont 14 % sont des services payants) fin 2010. 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 2,3 millions d'abonnés en décembre 2010. En décembre 2010, D-Smart déclare 1,234 million d'abonnés. 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. Quatre services de télévision sur téléphones portables sont en concurrence dans le pays, par les opérateurs Avea, Türkcell, TTNET et Vodafone. En ce qui concerne l'IPTV, TTNET, filiale de Türk Telekom ayant reçu une licence du régulateur en juin 2010, a lancé un service test en septembre 2010.

En octobre 2008, le groupe audiovisuel Doğan (qui exploite Kanal D, Star TV, CNN Türk et la plate-forme 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 a dû s'acquitter d'impôts, d'amendes et d'intérêts s'élevant à environ EUR 1 436 millions. En septembre 2010, le groupe a annoncé une augmentation de 30 % de ses recettes publicitaires par rapport à l'année précédente. En octobre 2011, Doğan a annoncé la vente de Star TV au groupe Doğuş.

La loi turque relative à la création des entreprises de radio et de télévision et à leurs émissions, datant de 1994, a été abrogée par une nouvelle loi adoptée le 15 février 2011 par le Parlement turc et

Mit knapp 18 Millionen Fernsehhaushalten gehört die Türkei zu den wichtigsten Märkten in Europa. Platz eins der Zuschauerzahlen erreicht 2010 die Gruppe Doğan mit einem Zuschaueranteil von 15 % für Kanal D und 8,9 % für Star TV. Dahinter folgen ATV (Çalık, 11,7 %), Show TV (Çukurova, 8,4 %) und Fox Türk (News Corp, 7,9 %).

Wichtigste Empfangsplattformen sind Antenne und Satellit. So nutzten Ende 2010 fast 50 % der Haushalte Satelliten-TV-Dienste (davon 14 % 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 Dezember 2010 2,3 Mio. Abonnenten. D-Smart hatte im Dezember 2010 1,234 Mio. Abonnenten. 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 vier Anbieter: Avea, Türkcell, TTNET und Vodafone. Was das Internetfernsehen betrifft, so wurde im September 2010 von TTNET (eine Tochter der Türk Telekom) ein Test-IPTV-Dienst gestartet, nachdem das Unternehmen im Juni 2010 eine entsprechende Lizenz erhalten hatte.

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. Im September 2010 hat der Konzern eine Steigerung seiner Werbeeinnahmen um 30 % gegenüber dem Vorjahr bekanntgegeben. Im Oktober 2011 verkündete Doğan der Verkauf von Star TV an Doğuş.

Das türkische Gesetz über die Einrichtung von Rundfunkunternehmen und ihre Rundfunkfähigkeit ist durch ein am 15. Februar 2011 vom türkischen Parla-

The new law was prepared with the intention of solving current problems the Turkish media sector has been facing. It contains completely new provisions alongside articles that repeat related provisions of the repealed law. The most important changes may be summarised under the following four titles:

1. The Turkish Media Sector has been regulated in accordance with EU standards. For example, the Audiovisual Media Services Directive 2010/13/EU has been taken into consideration in terms of the responsibilities of cross-border media service providers. The scope of Art. 3, titled "Definitions", is enlarged to include the new concepts mentioned in the Directive. Namely, new items such as European works, media service provider, editorial responsibility and commercial communication have been added.
2. The articles relating to advertising have been revised and broadened. The time allowed for commercial breaks is limited to 20% per hour while the media service provider decides on the frequency of the breaks. Product placement is permitted in cinema and TV films, TV series, sports and entertainment programmes, provided that it does not infringe the editorial independence and responsibilities of the respective media service providers.
3. The period and date of the transition to digital terrestrial broadcasting have been clarified. The procedures relating to the frequency planning are regulated in detail in Art. 26. A provisional article declares that the transition to digital terrestrial broadcasting has to be completed in 2015. The term of the broadcasting license is extended from five years to ten.
4. The partnership structure of radio and television enterprises has been revised. One of the most important changes concerns the structure of media companies. However, with the new law, the ratio for the share of foreign capital has been raised to 50%.

est entrée en vigueur le 3 mars 2011. Ce nouveau texte a été élaboré afin d'apporter des solutions aux problèmes rencontrés par le secteur des médias en Turquie. Il comporte des dispositions totalement nouvelles qui sont associées à des articles qui reprennent des dispositions de la loi abrogée. Les plus importantes de ces modifications peuvent être résumées selon les quatre points suivants :

1. le secteur turc des médias a été réglementé conformément aux normes de l'Union européenne. La Directive Services de médias audiovisuels (2010/13/UE) a par exemple été prise en compte à propos de la responsabilité des fournisseurs de services de médias transfrontières. La portée de l'article 3, intitulé « Définitions », a été élargie aux nouvelles notions mentionnées par la directive. De nouveaux points ont ainsi été ajoutés, à savoir les œuvres européennes, les fournisseurs de services de médias, la responsabilité éditoriale et la communication commerciale ;
2. les articles portant sur la publicité ont été révisés et élargis. Le temps d'antenne alloué aux interruptions publicitaires est plafonné à 20 % par heure tandis que la fréquence de ces interruptions est décidée par le fournisseur de services de médias. Le placement de produit est autorisé dans les films et téléfilms, les séries télévisées, les émissions sportives et de divertissement, sous réserve qu'il ne porte pas atteinte à l'indépendance et aux compétences éditoriales des fournisseurs de services de médias concernés ;
3. la période et la date du passage à la radiodiffusion numérique terrestre ont été précisées. L'article 26 règle en détail les procédures relatives à la planification des fréquences. Un article transitoire précise que le passage à la radiodiffusion numérique terrestre devra être achevé en 2015. La durée des licences de radiodiffusion passe de cinq à dix ans ;
4. la structure de partenariat des sociétés de radio et de télévision a été révisée. L'une des principales modifications porte sur la structure des sociétés de médias. La nouvelle loi porte à présent la part de capital étranger autorisée à 50 %.

ment verabschiedetes und am 3. März 2011 in Kraft getretenes neues Gesetz ersetzt worden.

Ziel des neuen Gesetzes ist es, die aktuellen Probleme zu lösen, denen der türkische Mediensektor derzeit ausgesetzt ist. Es enthält völlig neue Bestimmungen sowie diverse Artikel, in denen die entsprechenden Bestimmungen aus dem Vorgängergesetz übernommen wurden. Die Änderungen lassen sich im Wesentlichen in vier Punkten zusammenfassen:

1. Der türkische Mediensektor wird nach EU-Standards reguliert. So wurde beispielsweise hinsichtlich der Pflichten grenzüberschreitend tätiger Mediendiensteanbieter die Richtlinie 2010/13/EU über audiovisuelle Mediendienste berücksichtigt. Artikel 3 („Definitionen“) wurde um neue, in der Richtlinie erwähnte Begriffe und Definitionen ergänzt. Zu den Neuerungen gehören insbesondere die Begriffe „europäische Werke“, „Mediendiensteanbieter“, „redaktionelle Verantwortung“ und „kommerzielle Kommunikation“.
2. Die Artikel zur Rundfunkwerbung wurden überarbeitet und erweitert. Die für Werbeunterbrechungen verfügbare Zeit wird auf 20 Prozent pro Stunde beschränkt, wobei der Mediendiensteanbieter über die Häufigkeit der Unterbrechungen entscheidet. Produktplatzierungen sind in Spiel- und Fernsehfilmen, TV-Serien sowie in Sport- und Unterhaltungssendungen erlaubt, sofern dadurch nicht die redaktionelle Unabhängigkeit und die Pflichten des jeweiligen Mediendiensteanbieters beeinträchtigt werden.
3. Der Zeitpunkt und die Fristen für die Umstellung auf das terrestrische Digitalfernsehen wurden präzisiert. Die Verfahren in Verbindung mit der Frequenzplanung sind in Art. 26 umfassend geregelt. In einem vorläufigen Artikel wird festgelegt, dass die Umstellung 2015 abgeschlossen sein muss. Die Laufzeit von Rundfunklizenzen wird von fünf auf zehn Jahre verlängert.
4. Die Partnerschaftsstrukturen der Hörfunk- und Fernsehgesellschaften wurden überarbeitet. Eine der wichtigsten Änderungen betrifft die Struktur von Medienunternehmen. Mit dem neuen Gesetz wurde der Anteil ausländischen Kapitals auf 50 Prozent angehoben.

Basic figures

A 31.12.2010. C 11.2011.
B 11.2011. D 11.2011.

Population and equipment ^A	Penetration (in % HH)	Total (in th.)	Primary (in th.)	Sources
Population (inhabitants)	–	73 723		Eurostat
Households	–	19 304		Eurostat (as at 1.1.2010)
TV households	99.0%	19 111		European Audiovisual Observatory
Cable TV subscriptions	6.8%	1 321		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households	1.0%		198	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households	46.3%		8 938	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital DTH/SMATV households	46.3%		8 938	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV subscriptions	13.7%	2 645		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV households	0.0%		6	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay IPTV subscriptions	0.0%	6		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTT households	0.0%		0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTT subscriptions	0.0%	0		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households	47.4%		9 142	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total pay TV subscriptions	20.6%	3 972		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with PC	33.4%	6 438		Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections	28.9%	5 582		Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors ^B	Companies
Cable operators	12 TÜRKSAT A.S. dominates the market with several packages (Türksat Kablo, Teledünya etc.)
Satellite packagers	2 Digitürk, D-Smart (Doğan Holding)
IPTV packagers	1 TTNET "Tivibu" (Türk Telekom)
DTT multiplex operators	~ Tests only
Mobile phone TV packagers	4 Avea (Türk Telekom), TTNET "Tivibu Cep", Turkcell, Vodafone Turkey

TV channels established in the country by kind of transmission ^C	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)	9	24	33
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		225	225
Regional / Local		231	231
Regional / Local windows			0
Channels targeting foreign markets	6	3	9
Total	15	483	498
Foreign channels targeting the country	1	58	59

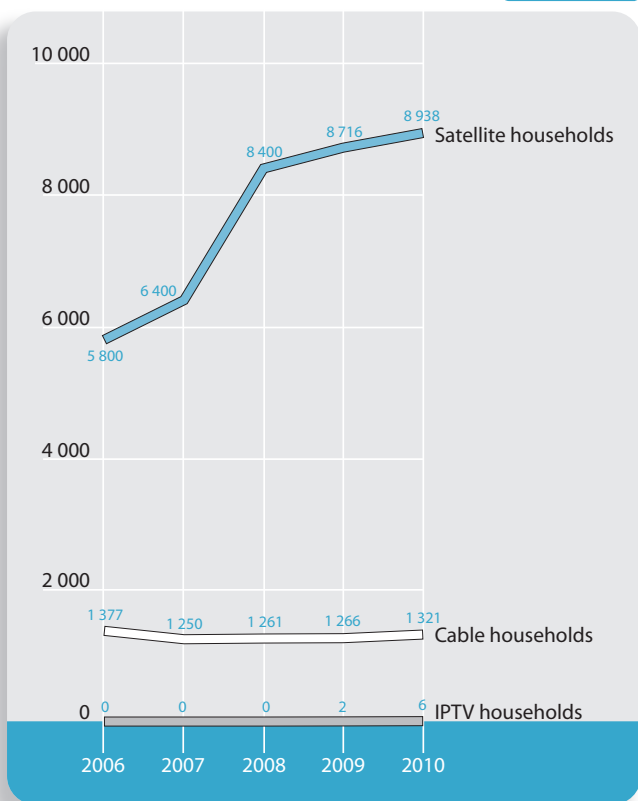
TV channels available in the country by genre and platform (including foreign channels) ^D	Analogue terrestrial	Cable TÜRKSAT Teledünya	Satellite DigiTürk	Satellite D-Smart
Generalist - national	21	18	23	12
Generalist - foreign		7	3	1
Adult			4	3
Children	1	8	10	6
Culture/ education/ documentary	1	7	10	9
Entertainment/ TV fiction/ games		4	11	10
Film		5	15	19
HD simulcast of an existing channel		10	21	2
Home shopping		1		1
International linguistic and cultural		13	5	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel		4	5	4
Minority interest groups	1	1	1	
Music	1	6	6	15
News/ business	6	26	19	4
Parliament/ government/ administration				
Regional/ local	1	2	1	1
Religion		2		
Sports	1	7	22	5
Various		3	11	3
Total (including HD channels)	33 (0)	124 (10)	167 (28)	96 (20)

Source: MAVISE, European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2006-2010

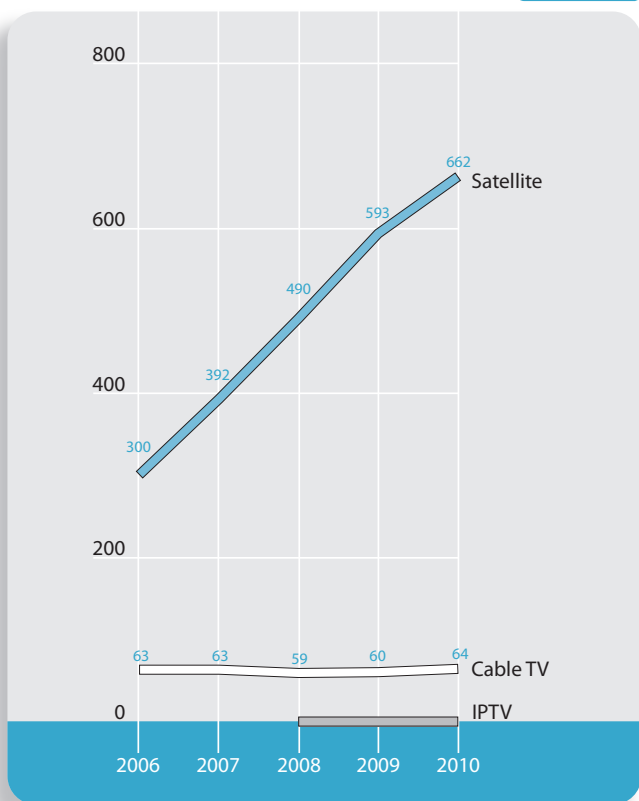
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2006-2010

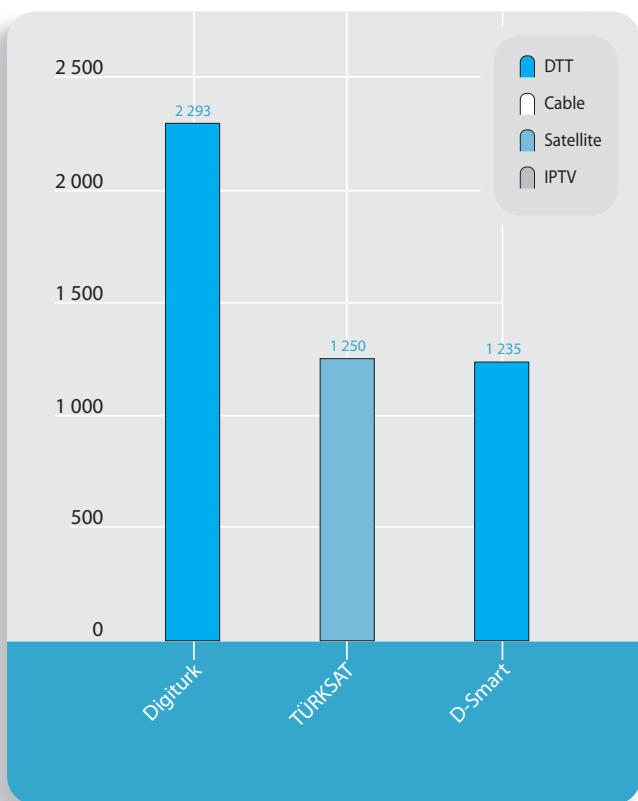
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2010

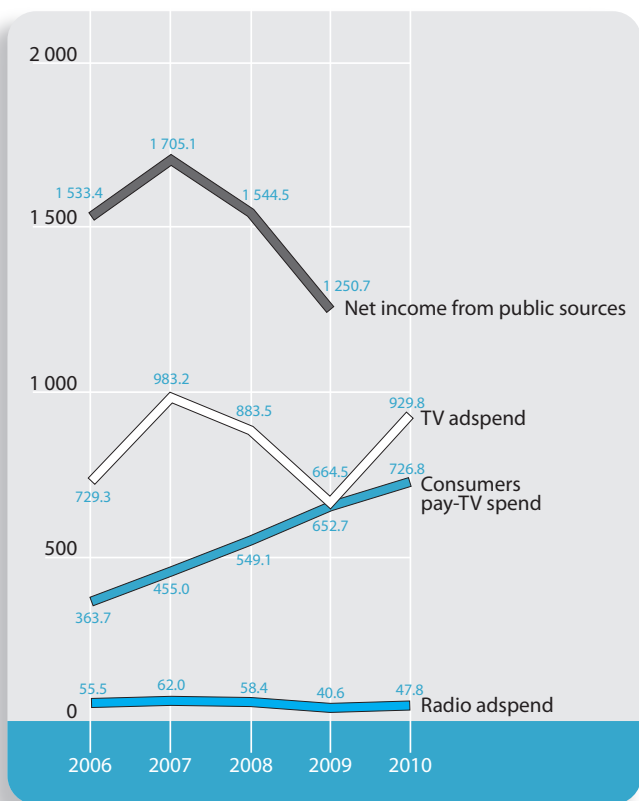
In thousands.



Source: TV International

Gross revenues of radio-television 2006-2010

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 2006-2010

In main urban areas. In %, 5 years +.

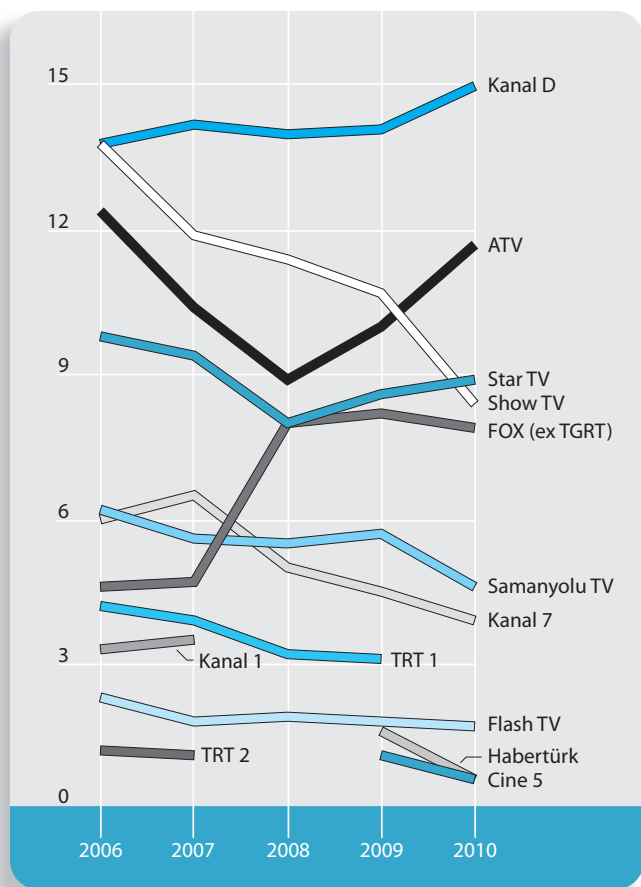
Channels	Daily share					Prime time (20:00-23:00)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
TRT 1	4.2	3.9	3.2	3.1	~	3.8	3.5	3.6	3.0	~
TRT 2	1.2	1.1	~	~	~	0.7	0.6	~	~	~
Main Turkish public channels	5.4	5.0	3.2	3.1	~	4.5	4.1	3.6	3.0	~
Kanal D	13.8	14.2	14.0	14.1	15.0	14.9	17.3	18.2	19.8	21.2
Show TV	13.8	11.9	11.4	10.7	8.4	15.2	14.8	15.3	12.2	9.2
ATV	12.4	10.4	8.9	10.0	11.7	14.5	12.4	10.1	11.9	13.8
Star TV	9.8	9.4	8.0	8.6	8.9	11.1	10.7	8.0	8.6	9.3
FOX (ex TGRT)	4.6	4.7	8.0	8.2	7.9	4.8	4.6	6.8	7.9	7.3
Samanyolu TV	6.2	5.6	5.5	5.7	4.6	7.6	7.0	7.1	7.1	4.9
Kanal 7	6.0	6.5	5.0	4.5	3.9	6.1	5.9	4.0	4.1	3.7
Flash TV	2.3	1.8	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.6	1.7	1.5
Habertürk ①	~	~	~	1.6	0.6	~	~	~	1.2	0.5
Cine 5 ②	~	~	~	1.1	0.6	~	~	~	0.8	0.6
Kanal 1	2.4	3.3	3.5	-	-	1.9	2.0	3.8	-	-
Main Turkish private channels	68.9	64.5	62.7	63.6	62.1	75.9	74.3	71.1	73.3	70.9
Others	25.7	30.5	34.1	33.3	37.9	19.6	21.6	25.3	23.7	29.1

① Habertürk is reported from January 1st 2010 to May 31st 2010.

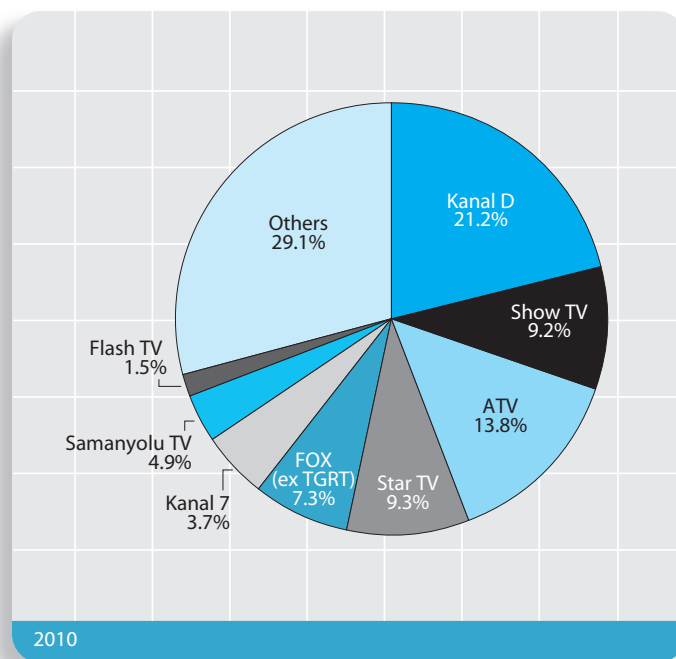
② Cine5 is reported from January 1st 2010 to September 30th 2010.

Source: Eurodata TV Worldwide, AGB Nielsen Media Research, TIAK
Source 2010: Eurodata TV Worldwide, Nielsen Television Audience Measurement

Daily share. In main urban areas. In %, 5 years +.



Prime time (20:00-23:00). In main urban areas. In %, 5 years +.



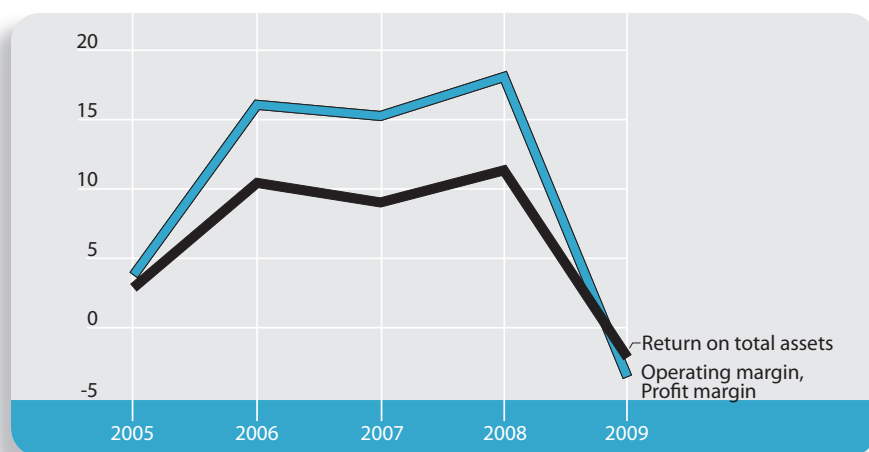
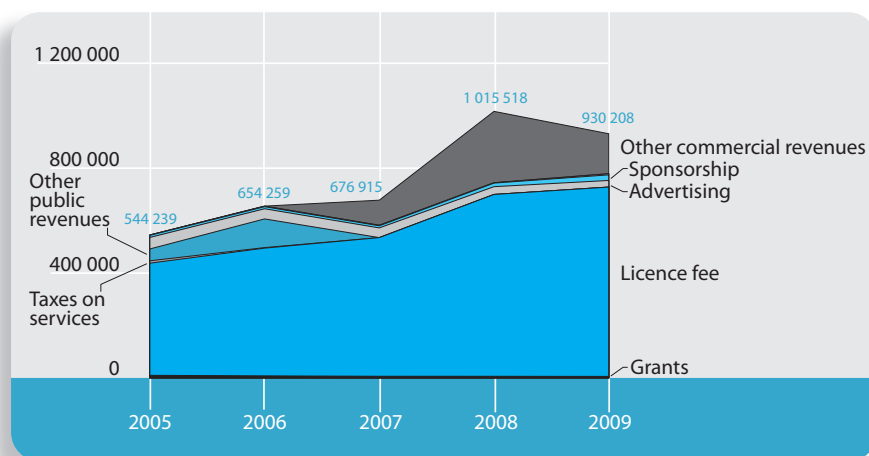
T.1.TR.2
G.1.TR.2TRT financial situation
2006-2009 TRL million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Public funds	605 462	534 220	698 738	726 915	92.5%	78.9%	68.8%	78.1%	4.0%
- Grants	6 957	5 501	5 394	4 966	1.1%	0.8%	0.5%	0.5%	-7.9%
- Licence fee	487 149	528 719	693 344	721 949	74.5%	78.1%	68.3%	77.6%	4.1%
- Taxes on services	2 035				0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	-
- Other public revenues	109 321				16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	-
Commercial revenues	48 797	142 695	316 780	203 293	7.5%	21.1%	31.2%	21.9%	-35.8%
- Advertising	38 695	36 938	29 649	25 158	5.9%	5.5%	2.9%	2.7%	-15.1%
- Sponsorship	7 970	8 084	13 610	21 391	1.2%	1.2%	1.3%	2.3%	57.2%
- Programme sales	1 816	1 899	1 262	4 018	0.3%	0.3%	0.1%	0.4%	218.4%
- Merchandising	316	254	363	629	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	73.1%
- Other commercial revenues		95 519	271 896	152 097	0.0%	14.1%	26.8%	16.4%	-44.1%
TOTAL	654 259	676 915	1 015 518	930 208	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-8.4%

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	164 072	183 178	290 077	441 541	36.2%	37.1%	47.3%	54.9%	52.2%
Costs of personnel	266 042	288 933	301 184	330 222	58.7%	58.6%	49.1%	41.0%	9.6%
Depreciation	23 026	21 113	21 943	32 862	5.1%	4.3%	3.6%	4.1%	49.8%
TOTAL	453 140	493 224	613 204	804 626	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	31.2%

Net result	138 998	106 010	264 103	46 749					-82.3%
Operating margin	16	15	18	-4					

Source: TRT, European Audiovisual Observatory



Sources

Sources

Quellen

Contents	Sommaire	Inhalt	
Sources	Sources	Quellen	266
Glossary and methodology	Glossaire et méthodologie	Glossar und Methodik	268
Abbreviations	Abréviations	Abkürzungen	272

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

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 program logs and ratings, based on a partnership with national institutes operating people meter systems throughout the world. Eurodata TV was created in the early 90's by Médiamétrie, which is the operating company of the people meter in France.

Currently, the Eurodata TV data bank includes more than 3 000 channels in 90 territories. In each country, Eurodata TV collects the information directly from the official local TV Research Companies that work with the television industry.

The people meter system is the reference tool studying television programming and viewing. The Eurodata TV data bank provides you with all the official information about the broadcast and audience rating and average market share by target group. All this information is readily available in electronic or in paper version in a standardised computer file format.

Eurodata TV clients are broadcasters, TV program sales and acquisition executives, marketing and strategic planners, sport sponsorship companies, sport federations, legal departments, copyright organisations, etc. The information is used in the areas of production, programming, acquisition and distribution as well as for the control of view, in order to back up sales argumentation or buying decisions, to identify the success or failure of programs, etc.

Eurodata TV Worldwide est la banque de données internationales des diffusions et des audiences des programmes de télévision, fondée sur un accord de partenariat avec les instituts d'études audimétriques à travers le monde. Eurodata TV a été créé au début des années 90 par Médiamétrie, l'opérateur du système audimétrique en France.

Aujourd'hui, Eurodata TV couvre plus de 3 000 chaînes de télévision dans 90 territoires et s'étend régulièrement à tous les pays qui viennent de s'équiper d'un système audimétrique. Dans chaque pays, l'information provient directement de l'institut d'études national mesurant l'audience de la télévision pour les grands acteurs de son marché.

L'audimétrie individuelle est l'outil de référence pour suivre la programmation et mesurer l'audience de la télévision. Eurodata TV vous permet d'obtenir rapidement toute l'information officielle concernant la diffusion et les audiences de tout programme sur les chaînes mesurées : titre de diffusion, date, chaîne, heure de début, durée, genre, taux d'audience et part d'audience moyenne en % pour chaque cible standard disponible pays par pays. Ces informations sont disponibles dans un format standardisé sous une version électronique ou papier.

Les clients Eurodata TV sont les diffuseurs, les producteurs, les vendeurs et acheteurs de programmes télévisés, les directions de la stratégie et des développements, les sponsors d'événements sportifs, les fédérations sportives, les départements juridiques d'entreprises audiovisuelles, les organisations de gestion de droits, les agences, les centrales d'achat d'espaces, etc. Les informations sont utilisées dans le domaine de la production, de la programmation, des acquisitions et de la distribution. Elles permettent d'étudier les marchés télévisuels d'un point de vue stratégique, légal ou marketing afin de disposer d'arguments d'aide à la décision mais aussi de détecter des programmes ayant connu le succès ou au contraire un échec.

Eurodata TV ist die internationale Datenbank mit Angaben über Ausstrahlung und Einschaltquoten von Fernsehprogrammen, die auf der Grundlage einer weltweiten Partnerschaft mit den nationalen Fernsehforschungsinstituten ermittelt werden. Eurodata TV wurde Anfang der 90er-Jahre von Médiamétrie, dem französischen Fernsehforschungsinstitut, gegründet.

Heute wertet Eurodata TV über 3 000 Fernsehsender in 90 Ländern aus und erweitert das Erfassungsgebiet regelmäßig auf die Länder, die ein Fernsehforschungssystem einrichten. Die Informationen stammen in jedem Land direkt vom nationalen Fernsehforschungsinstitut, das für die wichtigen Akteure auf dem Heimatmarkt die TV-Einschaltquoten ermittelt.

Die Messung der individuellen Sehbeteiligung ist das Referenzwerkzeug bei der Untersuchung der Fernsehprogrammgestaltung und der Einschaltquoten. Eurodata TV bietet zeitnah sämtliche offiziellen Informationen über Ausstrahlung und Einschaltquoten jeder einzelnen Sendung auf den erfassten Fernsehsendern: Sendetitel, Datum, Sender, Sendezeit, Länge, Genre, Sehbeteiligung und durchschnittlicher prozentualer Marktanteil für jede Standardzielgruppe in den einzelnen Ländern. Diese Informationen sind in einem einheitlichen Format elektronisch oder als Druckversion erhältlich.

Kunden von Eurodata TV sind Sendeanstalten, Produzenten, Käufer und Verkäufer von Fernsehprogrammen, Planungs- und Entwicklungsabteilungen, Sponsoren von Sportevents, Sportverbände, Rechtsabteilungen audiovisueller Unternehmen, Verwertungsgesellschaften, Agenturen, Werbezentralen usw. Die Informationen finden Verwendung in den Bereichen Produktion, Programmplanung sowie Einkauf und Vertrieb. Sie bilden die Grundlage zur Analyse der Fernsehmärkte aus Sicht der Strategen, Juristen oder Marketingexperten, liefern Argumente für Entscheidungsträger und zeigen auf, welche Programme erfolgreich waren und welche nicht.

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

- In general we have used data provided by Eurostat rather than by national sources, as in principal they have a higher level of harmonisation.
- Estimates by the Observatory. The figures are calculated from the number of households and the latest available rate of penetration.
- 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.
- Absolute figures provided by Screen Digest on the basis of data published by Eutelsat and SES Astra.
- Absolute figures elaborated by Screen Digest or the Observatory on the basis of declaration by the satellite packagers.
- 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.
- 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.
- Data calculated by Screen Digest from national sources.

- 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.
- Estimations par l'Observatoire. Les chiffres sont calculés à partir du nombre de foyers et du dernier taux de pénétration disponible.
- 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.
- Chiffres absolus fournis par Screen Digest sur base des données publiées par Eutelsat et SES Astra.
- Chiffres absolus élaborés par Screen Digest ou l'Observatoire sur base des déclarations des opérateurs de bouquets satellitaires.
- 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.
- 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.
- Données calculées par Screen Digest à partir de sources nationales.

- Üblicherweise haben wir aufgrund der größeren Einheitlichkeit eher auf die von Eurostat übermittelten Daten zurückgegriffen als auf die Angaben nationaler Quellen.
- Schätzungen der Informationsstelle. Die Berechnung beruht auf der Zahl der Haushalte und der letzten verfügbaren Penetrationsrate.
- 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.
- Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten, die von Eutelsat und SES Astra veröffentlicht wurden.
- Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest oder der Informationsstelle, auf der Grundlage von Angaben der Anbieter von Satellitenbouquets.
- 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.
- 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.
- 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	
Adult	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/Fernsehfilme/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 Verbände 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 volumeListe des abréviations utilisées
dans le présent volumeIn 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 italique 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
BA	Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien-Herzegowina
BE	Belgium	Belgique	Belgien
BG	Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien
CH	Switzerland	Suisse	Schweiz
CY	Cyprus	Chypre	Zypern
CZ	Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik
DE	Germany	Allemagne	Deutschland
DK	Denmark	Danemark	Dänemark
EE	Estonia	Estonie	Estland
ES	Spain	Espagne	Spanien
FI	Finland	Finlande	Finnland
FR	France	France	Frankreich
GB	United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich
GR	Greece	Grèce	Griechenland
HR	Croatia	Croatie	Kroatien
HU	Hungary	Hongrie	Ungarn
IE	Ireland	Irlande	Irland
IS	Iceland	Islande	Island
IT	Italy	Italie	Italien
LI	Liechtenstein	Principauté de Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein
LT	Lithuania	Lituanie	Litauen
LU	Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg
LV	Latvia	Lettonie	Lettland
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

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 Arab 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 2011

The three-volume European Audiovisual Observatory Yearbook offers a comprehensive overview of the audiovisual sector in the Observatory's 37 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 2011

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 37 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 2011

Das Jahrbuch der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle gibt für ihre 37 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 37 European States

La télévision dans
37 Etats européens

Fernsehen in
37 europäischen Staaten

198.50 €

272 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-7209-9
PDF VERSION

VOLUME
BAND

2

Trends in European television

Les tendances de la
télévision européenne

Trends im
europäischen Fernsehen

172.50 €

192 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-7210-5
PDF VERSION

VOLUME
BAND

3

Film and home video

Cinéma
et vidéo

Film und
Video

145 €

128 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-7211-2
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/