



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

YEARBOOK
ANNUAIRE
JAHRBUCH

2008
VOLUME
BAND

1

Television in 36 European States

La télévision dans
36 Etats européens

*Fernsehen in
36 europäischen
Staaten*



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

This 14th edition of the European Audiovisual Observatory Yearbook follows the principles of the previous editions: the Yearbook comes in three volumes: the first describes the television landscape in the Observatory's 36 member states on a country by country basis, the second summarises the European television landscape and the third focuses on cinema and video.

A new feature of this edition is that it is the first to benefit from the existence of the MAVISE database (<http://mavise.coe.int>), which was set up by the Observatory in 2007 on behalf of the European Commission's DG Communication. The aim of this database is to provide a complete listing of the television channels and companies in the 27 European Union member states and the two candidate countries, Croatia and Turkey. The launch of MAVISE, which has been accessible to the public since April 2008, has enabled the Observatory to increase its capacity to collect and verify data on European television. Not only have two specialised analysts joined the Observatory to develop the database but the latter has also made it possible to strengthen the co-operative relationship with the television companies and the regulatory bodies, as well as with the classical data providers, such as Médiamétrie/Eurodata-TV, Bureau van Dijk Electronic Publishing and Lyngsat. This has led to improvements in the statistical collection of channel data and in the analysis of the financial situation of the broadcasting companies, and these improvements can be seen in the first volume and will be even more noticeable in the second.

The EBU also remains a valuable supplier of information to public service bodies and Screen Digest with regard to data on the development of cable TV, IPTV and mobile TV transmission. Use has also been made of the resources of the MERLIN legal information database (<http://merlin.obs.coe.int>) to supplement the comments on the national situations.

In volumes 2 and 3, readers will also be able to see the progress we have been able to make in other areas. For example, co-operation with the Direction du développement des médias (Media Development Directorate, France) has enabled us to fund a second study on the development of the video-on demand-market in Europe. Like last year, this was carried out by the media research company NPA Conseil. In addition, co-operation with the European Film Agencies Research Network (EFARN) has made our gathering of statistics on the cinema more robust, while the improvements in our LUMIERE database on admissions to films distributed in Europe (<http://lumiere.obs.coe.int>) enables us to carry out more and more

Cette 14^{ème} édition de l'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel suit les mêmes principes que les deux éditions précédentes : l'annuaire se répartit en trois volumes, dont le premier présente les paysages télévisuels nationaux dans les 36 Etats membres de notre organisme ; le deuxième présente une synthèse du paysage audiovisuel télévisuel européen, tandis que le troisième est consacré au cinéma et à la vidéo.

La nouveauté de cette édition est qu'elle est la première à bénéficier de l'existence de la base de données MAVISE (<http://mavise.coe.int>) qui a été mise en place en 2007 par l'Observatoire pour le compte de la DG Communication de la Commission européenne. Cette base de données vise à recenser, de manière exhaustive, les chaînes et entreprises de télévision dans les 27 Etats de l'Union européenne ainsi que dans les deux pays candidats, Croatie et Turquie. Le lancement de cette base, partiellement publique depuis avril 2008, a permis à l'Observatoire d'accroître ses capacités de collecte et de vérification des données sur l'univers télévisuel européen. Non seulement deux analystes spécialisées ont rejoint l'Observatoire pour développer la base, mais celle-ci a également permis de renforcer les relations de coopération avec les entreprises de télévision et les instances de régulation, ainsi qu'avec des fournisseurs classiques tels que Médiamétrie/Eurodata-TV, le Bureau van Dijk Electronic Publishing et Lyngsat. Le recensement statistique des chaînes et l'analyse financière de la situation financière des entreprises éditrices s'en trouvent renforcés. Ces améliorations sont perceptibles dans ce premier volume et le seront encore plus dans le second.

L'UER reste également un fournisseur précieux en ce qui concerne les informations relatives aux organismes de service public et Screen Digest pour les données relatives au développement de la diffusion par câble, en mode IPTV et vers les mobiles. Les ressources de la base d'information juridique MERLIN (<http://merlin.obs.coe.int>) ont également été exploitées pour nourrir les commentaires sur les paysages nationaux.

Dans les volumes 2 et 3, les lecteurs pourront également percevoir les progrès que nous avons pu réaliser dans d'autres domaines : ainsi, la collaboration avec la Direction du développement des médias (France) nous a permis de financer une seconde étude sur le développement du marché de la vidéo à la demande en Europe, réalisée, comme l'an dernier, par la société NPA Conseil. Par ailleurs, la collaboration avec le réseau EFARN (European Film Agencies Research Network) a renforcé la solidité de notre collecte statistique en matière de données sur le cinéma, tandis que les perfectionnements de notre

Diese 14. Ausgabe des *Jahrbuchs* der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle ist wie in den beiden Vorjahren in drei Bände unterteilt: Der erste Band beschreibt die Fernsehlandschaft in jedem einzelnen der 36 Mitgliedstaaten der Informationsstelle, der zweite fasst die Entwicklung des Fernsehens in Europa zusammen und der dritte beschäftigt sich mit der Film- und Videoindustrie.

Neu an dieser Ausgabe ist, dass zum ersten Mal auf die Datenbank MAVISE (<http://mavise.coe.int>) zurückgegriffen werden konnte, die 2007 von der Informationsstelle im Auftrag der GD Kommunikation der Europäischen Kommission eingerichtet wurde. Diese Datenbank dient der Erfassung sämtlicher Fernsehdienste und -unternehmen in den 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union sowie in den beiden Kandidatenländern Kroatien und Türkei. Dank dieser seit April 2008 teilweise öffentlich zugänglichen Datenbank verfügt die Informationsstelle nun über größere Kapazitäten für die Erfassung und Überprüfung der Daten über die europäische Fernsehlandschaft. Für den Aufbau der Datenbank bekam die Informationsstelle nicht nur Verstärkung durch zwei spezialisierte Analysten, sondern auch die Zusammenarbeit mit den Fernsehunternehmen und den Regulierungseinrichtungen sowie mit klassischen Zulieferern wie Médiamétrie/Eurodata-TV, dem Bureau van Dijk Electronic Publishing und Lyngsat konnte ausgebaut werden. Die statistische Erfassung der Fernsehdienste und die Analyse der Finanzlage der Rundfunkveranstalter werden dadurch verbessert. Diese Neuerungen schlagen sich bereits in diesem ersten Band nieder und werden im zweiten Band noch stärker spürbar sein.

Auch die EBU bleibt ein wertvoller Lieferant von Informationen über die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und Screen Digest stellt weiterhin umfangreiches Datenmaterial zur Entwicklung der Verbreitung per Kabel und IPTV sowie zu mobilen Empfängern bereit. Die Ressourcen der juristischen Datenbank MERLIN (<http://merlin.obs.coe.int>) wurden für die Kommentare in den Länderberichten ebenfalls genutzt.

In den Bänden 2 und 3 sind Verbesserungen auch in anderen Bereichen erkennbar: Die Zusammenarbeit mit der *Direction du développement des médias* (Frankreich) ermöglichte uns beispielsweise die Finanzierung einer zweiten Studie über die Entwicklung des Video-on-Demand-Marktes in Europa, die wie im vergangenen Jahr von NPA Conseil durchgeführt wurde. Außerdem verfügen wir durch die Zusammenarbeit mit dem Netzwerk EFARN (*European Film Agencies Research Network*) über solidere

detailed studies on the European film market. The KORDA database (<http://korda.obs.coe.int>) on public funding for films and audiovisual works, which has been dormant for two years, is being relaunched and the first statistical results provided by it will be found in the next edition of the Yearbook.

The publication of reliable data on the European audiovisual sector remains an ongoing challenge and our work would not be possible without the many suppliers of information and the correspondents who help us every day and to whom we are most grateful.

That said, the unresolved problems as far as transparency is concerned still seem more serious for the experts. Professional players, anxious that their competitors might provide less information, are tending to acknowledge more and more that only regulations that guarantee the equal treatment of the various protagonists might significantly improve the situation – but then that is another story...

André Lange

Head of the Department for Information on Markets and Financing

base de données LUMIERE sur les entrées en salles des films distribués en Europe (<http://lumiere.obs.coe.int>) nous permettent de réaliser des études toujours plus fines sur le marché cinématographique européen. La base de données KORDA (<http://korda.obs.coe.int>) sur les aides publiques aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles, en sommeil depuis deux ans, est en cours de relance et l'on en trouvera les premiers résultats statistiques dans la prochaine édition de l'Annuaire.

La publication de données fiables sur le secteur audiovisuel européen reste un défi permanent et notre travail ne serait pas possible sans les nombreux fournisseurs et correspondants qui nous aident quotidiennement et que nous tenons à remercier chaleureusement.

Ceci dit, les problèmes non résolus en matière de transparence paraissent toujours plus criants pour les experts. Les acteurs professionnels, soucieux de ce que leurs concurrents pourraient se montrer moins prolixes, ont de plus en plus tendance à reconnaître que seules des réglementations garantissant une égalité de traitement entre les différents protagonistes seraient susceptibles d'améliorer sensiblement la situation. Mais ceci est une autre histoire...

André Lange

Responsable du département
Informations sur les marchés et les financements

Kinostatistiken, während wir nach der Verbesserung unserer Datenbank LUMIERE über die Zahl der in Europa verkauften Kinokarten (<http://lumiere.obs.coe.int>) immer stärker aufgeschlüsselte Studien über den europäischen Kinomarkt anbieten können. Die Datenbank KORDA (<http://korda.obs.coe.int>) über die öffentliche Film- und Fernsehförderung, die seit zwei Jahren ruht, wird derzeit reaktiviert, und die ersten statistischen Ergebnisse werden in der nächsten Ausgabe des Jahrbuches erscheinen.

Die Veröffentlichung zuverlässiger Daten über den audiovisuellen Bereich in Europa bleibt eine ständige Herausforderung und unsere Arbeit wäre nicht möglich ohne die zahlreichen Informanten und Korrespondenten, die uns tagtäglich helfen und denen unser herzlicher Dank gilt.

Allerdings treten die ungelösten Probleme im Hinblick auf die Transparenz für die Fachleute immer deutlicher zu Tage. Die Akteure des Sektors, die besorgt sind, dass ihre Mitbewerber weniger auskunftsfreudig als sie selbst sein könnten, erkennen immer eher an, dass einzig und allein Regelungen, die die Gleichbehandlung aller Beteiligten garantieren, die Situation spürbar verbessern könnten. Aber das ist ein anderes Thema...

Prof. Dr. André Lange

Leiter der Abteilung
Informationen über Märkte und Finanzierungen

Country by country reports

Les paysages
télévisuels,
pays par pays

Länderberichte

Country	Pays	Land		
Albania	Albanie	Albanien	7	AL
Austria	Autriche	Österreich	9	AT
Belgium	Belgique	Belgien	16	BE
Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien	30	BG
Switzerland	Suisse	Schweiz	35	CH
Cyprus	Chypre	Zypern	43	CY
Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik	46	CZ
Germany	Allemagne	Deutschland	54	DE
Denmark	Danemark	Dänemark	71	DK
Estonia	Estonie	Estland	81	EE
Spain	Espagne	Spanien	88	ES
Finland	Finlande	Finnland	99	FI
France	France	Frankreich	108	FR
United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich	125	GB
Greece	Grèce	Griechenland	142	GR
Croatia	Croatie	Kroatien	148	HR
Hungary	Hongrie	Ungarn	156	HU
Ireland	Irlande	Irland	163	IE
Iceland	Islande	Island	171	IS
Italy	Italie	Italien	178	IT
Lithuania	Lituanie	Litauen	189	LT
Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg	194	LU
Latvia	Lettonie	Lettland	199	LV
"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"	205	MK
Malta	Malte	Malta	207	MT
Netherlands	Pays-Bas	Niederlande	212	NL
Norway	Norvège	Norwegen	220	NO
Poland	Pologne	Polen	229	PL
Portugal	Portugal	Portugal	237	PT
Romania	Roumanie	Rumänien	245	RO
Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation	252	RU
Sweden	Suède	Schweden	259	SE
Slovenia	Slovénie	Slowenien	268	SI
Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik	274	SK
Turkey	Turquie	Türkei	279	TR

There are three national players in the audiovisual market: on the one hand, Radio-Television of Albania (RTSH) which has two channels, TV Shqiptar 1 and TV Shqiptar 2; and on the other hand, two private broadcasters, TV Klan and Top Channel.

The public broadcaster, Radio-Television of Albania (RTSH), started its regular transmissions in November 1971. Up until 1990 it was merely an instrument of State propaganda.

The activity of private electronic media began without a legal framework in 1995, with the launch of the unlicensed channel "Shijak TV". After the creation of the *Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve* (National Council of Radio and Television - CNRT) in 1999, commercial radio and television stations started operating under licences. Currently, Albania has around 150 commercial broadcasters.

There is one licensed operator for satellite broadcasting (ALSAT) and there are 44 private licensed operators for cable TV distribution in the various Albanian districts. Furthermore, one digital terrestrial and satellite television operator, Digitalb, broadcasts a package of 47 channels, four of them in HD. A new satellite platform, called Tring, was launched 1 October 2008 by Albanian Satellite Communications (ASC). It was estimated that in spring 2007, 25% of TV households were equipped to receive digital television by satellite or terrestrial means. Finally, there is one commercial digital mobile television service (DVB-H standard) in Albania.

The Albanian Parliament approved, on 28 May 2007, the Law on digital broadcasting in the Republic of Albania, which is the first law of its kind to be introduced in Albania. Under the new law, provisions are made for seven digital terrestrial multiplexes for national public and private digital providers. Two of these will be used by the public broadcasters and five other frequencies will be used by private operators. By law, only one frequency will be allocated for every private digital provider. The law also provides that 50% of services must be free of charge. Digitalb, which currently operates several digital terrestrial pay-TV multiplexes, will have to bring its offering into line with the new law.

► National Radio and Television Council: www.kkrt.gov.al

Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Albanian Media Monitoring Centre,
Parliament of the Republic of Albania
Albanian Institute of Statistics

Trois acteurs majeurs se partagent le marché audiovisuel national : d'un côté, la Radio-Télévision publique albanaise (RTSH) qui comprend deux chaînes, Shqiptar TV1 et Shqiptar TV2, et, d'un autre côté, deux opérateurs de télévision privés, TV Klan et Top Channel.

La Radio-Télévision publique albanaise (RTSH) transmet régulièrement depuis novembre 1971. Jusqu'en 1990, le radio-diffuseur public n'était qu'un instrument de propagande gouvernemental.

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. Aujourd'hui, l'Albanie compte environ 150 radios et télévisions privées.

Un opérateur titulaire d'une licence pour la radiodiffusion par satellite (ALSAT) et 44 opérateurs privés titulaires d'une licence pour la distribution de la télévision par câble sont répartis dans les différentes régions du pays. Par ailleurs, un opérateur de télévision numérique terrestre et par satellite, Digitalb, diffuse un bouquet de 47 chaînes, dont 4 chaînes HD. Une nouvelle plate-forme satellite nommée Tring a été lancée le 1^{er} octobre 2008 par l'entreprise Albanian Satellite Communications (ASC). Il était estimé qu'au printemps 2007, 25 % des foyers TV étaient équipés pour recevoir la télévision numérique par satellite ou par voie terrestre. Il existe enfin en Albanie un service commercial de télévision numérique mobile (DVB-H).

Le Parlement albanaise a adopté le 28 mai 2007 la loi relative à la radiodiffusion numérique en République d'Albanie. Il s'agit là du premier texte de loi du pays en la matière. Le nouveau texte prévoit sept multiplexes numériques terrestres destinés aux opérateurs numériques nationaux publics et privés. Deux d'entre eux seront attribués à la radiotélévision publique, tandis que les cinq autres seront utilisés par les opérateurs privés. La loi attribue un seul multiplexe à chaque opérateur privé. Elle prévoit en outre que 50 % des services doivent être gratuits. Digitalb, qui opère actuellement plusieurs multiplexes de télévision numérique terrestre à péage, devra mettre son offre en conformité avec la nouvelle loi.

► Conseil national de la radio et de la télévision : <http://www.kkrt.gov.al>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Centre de surveillance des médias albanais
Institut de statistiques albanaises

Es gibt drei nationale Akteure auf dem audiovisuellen Markt: zum einen das albanische Radio und Fernsehen (RTSH) mit zwei Kanälen (TV Shqiptar 1 und TV Shqiptar 2) und zum anderen zwei private Rundfunksender (TV Klan und Top Channel),

Der öffentlich-rechtliche Rundfunksender RTSH sendet seit November 1971. Bis 1990 war er ein reines Propaganda-instrument der Regierung.

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 Fernsehnetzes *Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve* im Jahr 1999 mussten private Radio- und Fernsehsender eine Sendelizenz erwerben. Derzeit gibt es in Albanien etwa 150 Privatsender.

Es gibt einen lizenzierten Satellitenrundfunkbetreiber (ALSAT) und 44 lizenzierte private Kabelfernsehbetreiber für die verschiedenen albanischen Bezirke. Darüber hinaus bietet Digitalb, ein Unternehmen, das digitales Fernsehen terrestrisch und per Satellit verbreitet, ein Bouquet aus 47 Sendern an, von denen 4 in HD-Qualität ausgestrahlt werden. Albanian Satellite Communications (ASC) hat die neue Satellitenplattform Tring am 1. Oktober 2008 starten. Im Frühjahr 2007 waren schätzungsweise 25 % der Fernsehhaushalte für den Empfang von terrestrisch oder per Satellit verbreitetem Fernsehen ausgerüstet. Und in Albanien gibt es nun auch einen kommerziellen digitalen Mobilfernsehdienst (DVB-H).

Das albanische Parlament hat am 28. Mai 2007 das Gesetz über den digitalen Rundfunk in der Republik Albanien verabschiedet. Es ist das erste Gesetz über digitales Fernsehen in dem Land. Das neue Gesetz sieht sieben digitale terrestrische Multiplexe für landesweite öffentlich-rechtliche und private Digitalanbieter vor. Zwei davon werden vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk genutzt, fünf weitere von privaten Anbietern. Nach dem Gesetz wird jedem privaten Digitalanbieter nur eine Frequenz zur Verfügung gestellt. Außerdem müssen laut Gesetz 50 % der Dienste kostenlos sein. Das Unternehmen Digitalb, das zurzeit auf mehreren Multiplexen digitale terrestrische Pay-TV-Sender verbreitet, wird sein Angebot an das neue Gesetz anpassen müssen.

► Nationaler Radio- und Fernseherrat: www.kkrt.gov.al
Rechtliche Informationen: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Albanisches Zentrum für Medienüberwachung
Albanisches Institut für Statistik

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2006	31.12.2006
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	3 170
Households	Ménages	Haushalte	-	742
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	94,5%	701
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	5,4%	40
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	~	~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	12,1%	90
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,0%	0
DTT connection	Foyers recevant la TNT	Haushalte mit DVB-T	13,5%	100
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	25,0%	186
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	4,8%	35
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	~	~
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	10.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	44		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	0		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
TV packager to personal mobile (DVB-H)	Ensembleurs TV vers mobile	DVB-H -Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	10.2008	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)		2	2	4
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		1	48	49
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		3	68	71
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		1	0	1
Total	Total	Gesamt		7	118	125
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	1	1

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial (analog) Tirana	Satellite Digitalb	Satellite Tring
Generalist - national (incl. dedicated)		4	2	
Generalist - foreign			5	
Adults			4	
Children			3	3
Film			7	4
Culture/Documentary/Education			7	4
Entertainment			2	5
Cultural minorities				
Home shopping				
News/Business			9	1
International channels				
Leisure/travel				
Lifestyle/Women				
Music			6	2
Parliamentary				
Regional/Local			1	
Religion				
Sports			6	1
Various			4	

Despite a significant fall in its market share in 2007, the public broadcaster ORF remains the largest player in the Austrian audiovisual landscape. Its two channels, ORF1 and ORF2, achieved a combined average market share of 41.6% in 2007 (compared to 46.7% in 2006), with ORF2 still the most watched channel, attracting 24.4% of viewers on average (compared to 26.2% in 2006).

For linguistic reasons, the German channels have a very important position on the Austrian market and their importance has been increasing for several years. RTL and Sat1 are among the most watched channels. This situation explains why Austria was the last country in Western Europe to launch a private terrestrial television channel (ATV Plus in 2003). Four years after it was set up, its audience share has levelled off at 2.6%. Since November 2007, it has been almost entirely controlled by Tele München Gruppe (TMG).

However, ATV's position is about to be challenged by the arrival of new private channels on the market. A new satellite channel, Austria 9 TV, was launched at the end of 2007 by a group of shareholders, backed in particular by the German publishing house Burda Verlag. After acquiring the Viennese channel Puls TV, German group ProSiebenSat.1 Media AG relaunched it at the start of 2008 as a national channel known as Puls 4, which is broadcast via the digital terrestrial network.

According to the annual report published by KommAustria in 2006, the number of households that only receive terrestrial television has more than halved in the last eight years: 29.3% in 1997 compared with only 11.7% in 2006. At the end of 2007, around 54.5% of households were equipped with their own satellite dish (almost 60% of them digital) and approximately 38% with a cable connection. By mid-2007, the penetration rate of digital TV had reached around 45%, mainly thanks to cable and satellite. The consequence of digitisation is that the average number of channels available in TV households rose from 48 at the beginning of 2006 to 58 in September 2007.

The satellite platform Premiere Österreich, a subsidiary of Germany's Premiere Fernsehen, had about 310,000 subscribers at the end of 2005. By 30 June 2007, the main cable operator, UPC Telekabel, had a total of 550,200 subscribers. In early 2006, Telekom Austria launched the IPTV platform Aon Digital in Vienna. At the end of 2007, the service had about 20,900 subscriber households. The operator is continuing to increase the service's coverage rate and hopes to make it accessible to 50% of households by the end of 2008.

Malgré une nette érosion en 2007, le radiodiffuseur public ORF reste le principal acteur du paysage audiovisuel autrichien. Ses deux chaînes, ORF1 et ORF2 réalisent au total une part de marché moyenne de 41,6 % en 2007 (contre 46,7 % en 2006), ORF2 restant la chaîne la plus regardée, avec 24,4 % d'audience en moyenne (contre 26,2 % en 2006).

Pour des raisons linguistiques, les chaînes allemandes ont un poids très important sur le marché autrichien, en augmentation depuis plusieurs années. RTL et Sat1 figurent parmi les quatre chaînes les plus regardées. Cette situation explique que l'Autriche ait été le dernier pays d'Europe occidentale à lancer une chaîne de télévision privée terrestre en 2003, ATV. Quatre ans après sa création, sa part de marché d'audience s'établit à 2,6 %. Depuis novembre 2007, la chaîne est presque entièrement contrôlée par le groupe allemand Tele München Gruppe (TMG).

La position d'ATV est désormais remise en cause par l'arrivée de nouvelles chaînes privées sur le marché. Une nouvelle chaîne diffusée par satellite, Austria 9 TV, a été lancée fin 2007 par un groupes d'actionnaires soutenus notamment par la maison d'édition allemande Burda Verlag. Après avoir repris la chaîne viennoise Puls TV, le groupe allemand ProSiebenSat.1 Media AG l'a transformée début 2008 en chaîne nationale baptisée Puls 4, qui est diffusée sur le réseau numérique terrestre.

Selon le rapport annuel publié par la Kommunikationsbehörde Austria (autorité autrichienne de régulation des communications – KommAustria) en 2006, le nombre de foyers recevant la télévision uniquement par voie terrestre a été plus que divisé par deux au cours des huit dernières années. En 1997, 29,3 % des foyers étaient concernés contre seulement 11,7 % en 2006. Fin 2007, près de 54,5 % des foyers sont équipés d'une réception satellite directe (dont près de 60 % en numérique), et environ 38 % d'une réception par câble. Ainsi, mi-2007, le taux de pénétration du numérique atteint environ 45 %, principalement grâce au câble et au satellite. Conséquence de la numérisation : le nombre moyen de chaînes disponibles dans les foyers TV est passé de 48 début 2006 à 58 en septembre 2007.

La plate-forme satellitaire Premiere Österreich, filiale de Premiere Fernsehen (Allemagne) compte environ 310 000 abonnés fin 2005. Au 31 décembre 2007, le principal câble-opérateur, UPC Telekabel, totalise 550 200 abonnés. Début 2006, Telekom Austria a lancé la plate-forme IPTV « Aon Digital » à Vienne. A la fin de l'année 2007, le service compte environ 20 900 foyers abonnés. L'opérateur poursuit l'extension du taux de couverture du service et annonce l'objectif de le

Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ORF bleibt trotz einer deutlichen Verschlechterung 2007 weiterhin wichtigster Akteur in der österreichischen Fernsehlandschaft. Die beiden Sender ORF1 und ORF2 erzielten 2007 zusammen einen Marktanteil von durchschnittlich 46,7 % (gegenüber 46,7 % 2006), wobei ORF2 mit einer durchschnittlichen Einschaltquote von 24,4 % die meisten Zuschauer hatte (im Vorjahr 26,2 %).

Aufgrund der Sendesprache kommt den deutschen Fernsehsendern eine sehr große, seit mehreren Jahren stetig steigende Bedeutung auf dem österreichischen Markt zu. RTL und Sat.1 gehören zu den vier Sendern mit den meisten Zuschauern. Dies ist auch die Erklärung dafür, dass Österreich als letztes Land in Westeuropa 2003 einen terrestrischen Privatsender startete: ATVplus. Nach vier Jahren liegt sein Zuschaueranteil bei 2,6 %, und der Sender wird seit November 2007 fast völlig von der Tele München Gruppe (TMG) kontrolliert.

Die Position von ATV wird allerdings durch neue auf den Markt drängende Privatsender gefährdet. Ende 2007 wurde der neue Satellitenkanal Austria 9 TV von einer Aktionärsgruppe gestartet, die insbesondere vom deutschen Burda-Verlag unterstützt wird. Die deutsche ProSiebenSat.1 Media AG hat Anfang 2008 den Wiener Sender Puls TV nach der Übernahme in Puls 4 umbenannt und verbreitet ihn nun landesweit im digitalen terrestrischen Netz.

Nach dem Jahresbericht 2006 der Kommunikationsbehörde KommAustria hat sich die Zahl der Haushalte, die Fernsehen ausschließlich über terrestrische Signale empfangen, während der letzten acht Jahre mehr als halbiert. 1997 galt das noch für 29,3 % aller Haushalte, 2006 waren es nur noch 11,7 %. Ende 2007 waren fast 54,5 % der Haushalte mit einer Satellitendirektempfangsanlage ausgestattet (fast 60 % davon digital), und etwa 38 % empfangen das Fernsehprogramm per Kabel. Mitte 2007 lag so die Penetrationsrate des digitalen Fernsehens aufgrund von Kabel und Satellit bei etwa 45 %. Als Konsequenz der Digitalisierung stieg die durchschnittliche Zahl der empfangbaren Sender von 48 Anfang 2006 auf 58 im September 2007.

Die Satellitenplattform Premiere Österreich, ein Tochterunternehmen von Premiere Fernsehen (Deutschland), hatte Ende 2005 etwa 310 000 Abonnenten. Am 30. Juni 2007 kam der wichtigste Kabelnetzbetreiber, UPC Telekabel, insgesamt auf 550 200 Abonnenten. Anfang 2006 hatte Telekom Austria die IPTV-Plattform „Aon Digital“ in Wien gestartet und Ende 2007 rund 20 900 Abonnenten. Der Betreiber baut die Reichweite weiter

The first digital terrestrial platform was launched in October 2006. The service initially consisted of the simultaneous broadcasting of current analogue channels (ORF1, ORF2 and ATV Plus). A second multiplex comprising six additional channels was launched in October 2007. At the end of 2007, KommAustria launched an invitation to tender for the third multiplex, reserved for regional and local channels.

A new law passed in July 2007 provides the legal basis for the introduction of mobile terrestrial television in Austria. The government planned to have the services launched before the Euro 2008 football championship, which took place in summer 2008. At the end of February 2008, KommAustria granted to the German company Media Broadcast GmbH, a subsidiary of the Télédiffusion de France group, a licence to operate a multiplex platform for mobile terrestrial broadcasting. The licence is valid for 10 years.

The maximum capacity, a total of six multiplexes, will only be reached if all the frequencies are released, ie when the neighbouring states have completed their transitions. Phase 3 of the programme provides for the gradual deactivation of the analogue networks from 2007. Most of the regional capitals and some regions have already completed the transition. All analogue signals are due to be switched off in Austria in 2010.

At the end of July 2005, the *Verband Österreichischer Privatsender* (Austrian Commercial Broadcasters' Association – VÖP) made a complaint to the European Commission asking it to investigate ORF's public-service programming remit, its funding by advertising and the licence fees it receives, as well as its 100% control of the specialist channel TW1 (which is devoted to tourism and leisure activities). On 31 January 2008, the European Commission asked Austria, pursuant to Article 88.2 of the EC Treaty, to explain the financing of the public broadcaster ORF.

The Foundation Board of ORF decided to increase the ORF licence fee. On 1 June 2008, the ORF licence fee rose by 9.4%.

➔ KommAustria/ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH): <http://www.rtr.at>
ORF Markt & Medienforschung: <http://mediaresearch.orf.at>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

rendre accessible à 50 % des foyers avant fin 2008.

Le lancement de la première plate-forme numérique terrestre a eu lieu en octobre 2006. Au départ, l'offre était constituée de la diffusion simultanée des chaînes analogiques actuelles (ORF1, ORF2 et ATV Plus). Un second multiplexe comprenant six chaînes supplémentaires a été lancé en octobre 2007. Fin 2007, KommAustria a lancé un appel à proposition pour le troisième multiplexe, réservé aux chaînes régionales et locales.

Une nouvelle loi, adoptée en juillet 2007, pose les bases juridiques de l'introduction de la télévision mobile terrestre en Autriche. Le gouvernement avait prévu le début des services avant l'Euro 2008 (Championnat d'Europe de football), qui s'est déroulé pendant l'été 2008. Fin février 2008, KommAustria a attribué à la société allemande Media Broadcast GmbH, filiale du groupe Télédiffusion de France, une licence d'exploitation pour une plate-forme multiplexe de radiodiffusion mobile terrestre. Cette licence est limitée à dix ans.

La capacité maximale, qui est de six multiplexes au total, ne sera atteinte que si toutes les fréquences sont libérées, c'est-à-dire lorsque les Etats voisins auront effectué leurs transitions. La phase 3 du programme prévoit de désactiver progressivement les réseaux analogiques à compter de 2007. La plupart des capitales régionales ainsi que certaines régions ont déjà effectué la transition. L'extinction totale du signal analogique en Autriche est prévue pour 2010.

Fin juillet 2005, la Fédération des radiodiffuseurs autrichiens privés (Verband Österreichischer Privatsender – VÖP) a saisi la Commission européenne d'une plainte lui demandant d'examiner la définition de la mission de programmes de service public, le financement par la publicité et les redevances, ainsi que le contrôle à 100 % par l'ORF de la chaîne thématique TW1 (consacrée au tourisme et aux loisirs). Le 31 janvier 2008, la Commission européenne a mis l'Autriche en demeure, conformément à l'article 88, paragraphe 2 du Traité CE, de fournir des explications sur le financement de l'organisme public de radiodiffusion ORF.

Enfin, le Conseil de la fondation de l'Österreichischer Rundfunk (ORF) a décidé d'augmenter la redevance de 9,4 % au 1^{er} juin 2008.

➔ KommAustria/ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH): <http://www.rtr.at>
ORF Markt & Medienforschung : <http://mediaresearch.orf.at>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

aus und kündigte als Ziel die Empfangbarkeit in 50 % der Haushalte bis Ende 2008 an.

Im Oktober 2006 erfolgte der Start der ersten digitalen terrestrischen Plattform. Anfangs bestand das Angebot in der gleichzeitigen Ausstrahlung der aktuellen analog verbreiteten Sender (ORF1, ORF2 und ATVplus). Ein zweiter Multiplex mit sechs zusätzlichen Sendern kam im Oktober 2007 dazu. Ende 2007 veröffentlichte KommAustria eine Ausschreibung für den dritten Multiplex, der regionalen und lokalen Sendern vorbehalten ist.

Ein neues, im Juli 2007 verabschiedetes Gesetz schafft die rechtlichen Grundlagen für die Einführung des mobilen terrestrischen Fernsehens in Österreich. Die Regierung plante den Sendebeginn noch vor der Fußball-Europameisterschaft im Sommer 2008. Ende Februar 2008 hat KommAustria der deutschen Media Broadcast GmbH, einer Tochter von Télédiffusion de France, die auf zehn Jahre befristete Zulassung zum Betreiben einer Multiplexplattform für mobilen terrestrischen Rundfunk erteilt.

Die Höchstkapazität von insgesamt sechs Multiplexen wird erst erreicht, wenn alle Frequenzen frei sind, also wenn die Nachbarstaaten ihre Umstellung abgeschlossen haben. Die dritte Phase sieht eine schrittweise Abschaltung der Analognetze ab 2007 vor. Die meisten Landeshauptstädte sowie einige Regionen haben die Umstellung bereits abgeschlossen. Die komplette Abschaltung des analogen Signals in Österreich ist für 2010 geplant.

Ende Juli 2005 reichte der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) eine Beschwerde bei der Europäischen Kommission ein und bat sie um eine Überprüfung der Definition des öffentlich-rechtlichen Programmauftrages, der Finanzierung über Werbung und Gebühren sowie der völligen Kontrolle des Freizeit- und Tourismus-Spartenkanals TW1 durch den ORF. Am 31. Januar 2008 hat die Kommission Österreich gemäß Artikel 88 Absatz 2 des EG-Vertrags aufgefordert, die Finanzierung des öffentlichen Rundfunkveranstalters ORF klarzustellen.

Der Stiftungsrat des Österreichischen Rundfunks (ORF) hat eine Erhöhung des Programmnetzes beschlossen. Die ORF-Programmnetze sind mit dem 1. Juni 2008 um 9,4 Prozent gestiegen.

➔ KommAustria/ Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH): <http://www.rtr.at>
ORF Markt & Medienforschung: <http://mediaresearch.orf.at>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	8 332
Households	Ménages	Haushalte	-	3 486
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,2%	3 387
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	38,0%	1 324
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	6,8%	237
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	54,5%	1 900
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	38,0%	1 325
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,6%	21
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	11,5%	400
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	56,9%	1 983
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	72,0%	2 510
Broadband subscriptions	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	46,0%	1 603
Unicast mobile TV subscriptions	Abonnés aux services mobiles Unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	40

Packagers	Distributeurs	Anbieter	12.2007
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	>250
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV service providers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T Anbieter	1
TV telephone packagers	Ensembleurs TV par téléphone	Handy-TV-Anbieter	3
Personal mobile TV packagers	Ensembleurs TV vers mobiles personnels	Anbieter von Mobil-TV (DVB-H)	1

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)	2	2	4	
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	4	48	52	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	~	~	50	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	10	0	10	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	1	4	5	
Total	Total	Gesamt	~	~	121	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	~	~	35	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Terrestrial Digital	Cable (full offer) UPC Digital	Satellite ORF Digital	Satellite Premiere	IPTV Aon Digital Full offer
Generalist - foreign				24			16
Adults				1		8	1
Children				7		7	5
Cultural minorities							
Culture/Documentary/Education			1	14		3	11
Entertainment/TV Fiction				14		14	9
Film				9			4
Home Shopping				2		1	
International linguistic channels				4	1		1
Leisure/travel				1	1		
Lifestyle				6		1	2
Music				13		4	6
News/Business				10			10
Parliamentary							
Regional/Local			1				
Religion							
Sports			1	8		6	7
Various						3	

Operating revenues of principal television companies in Austria

EUR thousand.

Produit d'exploitation des principales entreprises de télévision en Autriche

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der wichtigsten Fernsehunternehmen in Österreich

In Tausend EUR.

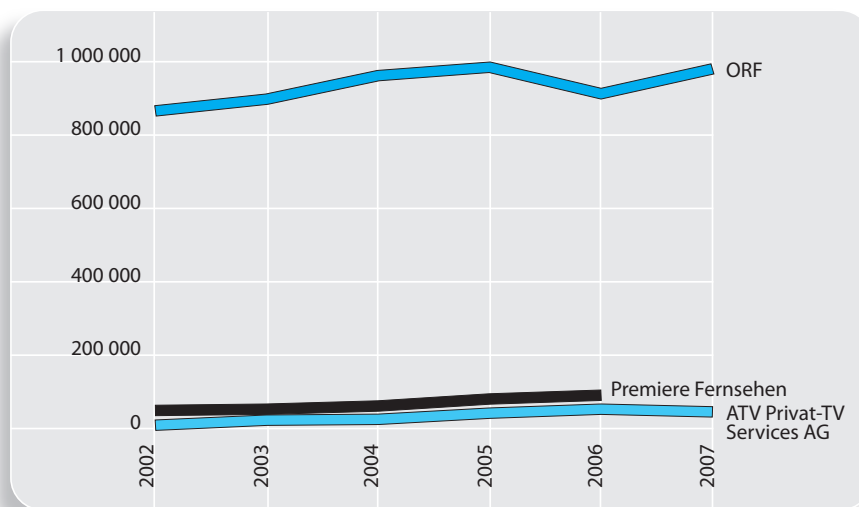
T.1.AT.1

G.1.AT.1

2002-2007

Company		Channels	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Entreprises		Chaînes						
Unternehmen		Dienste						
ORF	sptv	ORF-1, ORF-2, ORF Sat, TW1	870 500	902 613	967 104	990 010	917 642	985 491
Premiere Fernsehen e	packtv	Premiere Österreich	50 008	53 451	62 200	81 400	91 700	~
ATV Privat-TV Services AG	adtv	ATV	9 643	17 030	25 697	42 569	53 457	46 095

➔ OBS



Financial situation of ATV Privat-TV Services AG (ATV+)

EUR thousand.

Situation financière de ATV Privat-TV Services AG (ATV+)

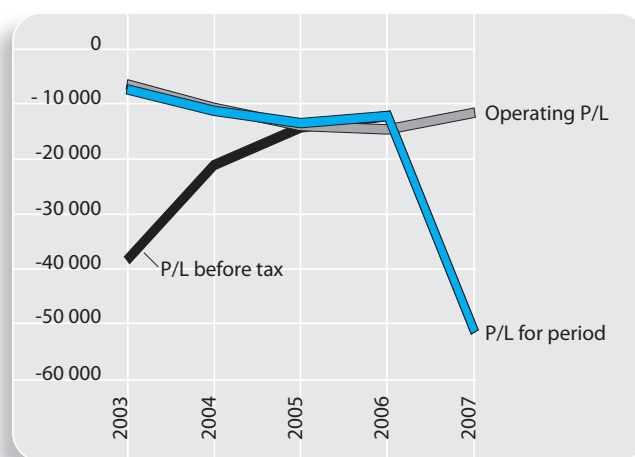
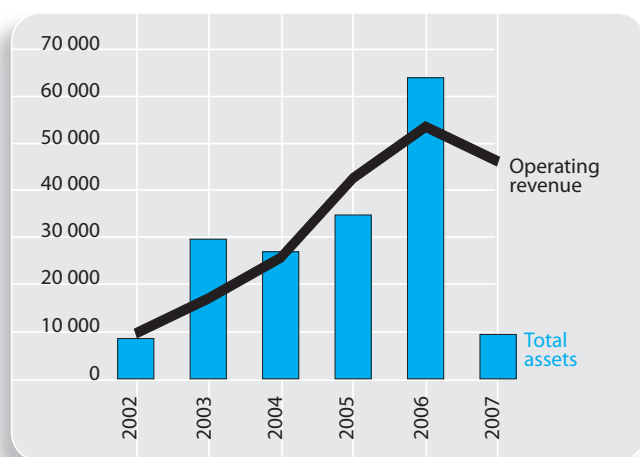
Milliers EUR.

Wirtschaftliche Lage von ATV Privat-TV Services AG (ATV+)

In Tausend EUR.

G.1.AT.2

2002-2007



➔ ATV/OBS

Situation financière
de l'ORF

Millions EUR.

Wirtschaftliche Lage
des ORF

In Millionen EUR.

T.1.AT.2
G.1.AT.3
2005-2007

ORF financial situation

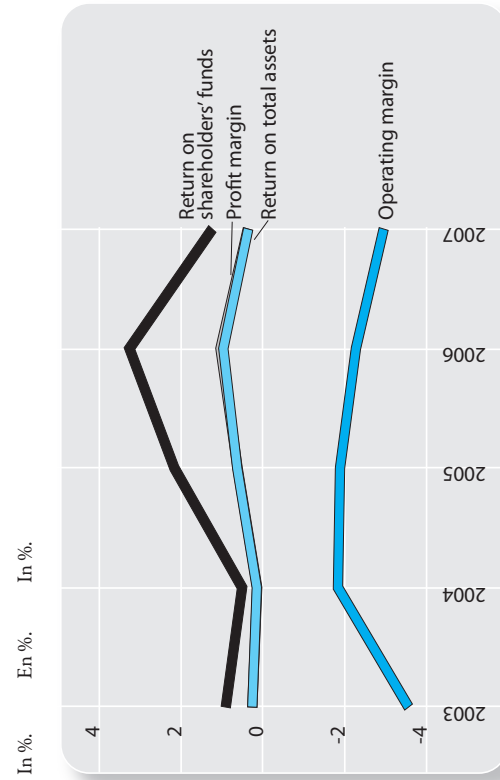
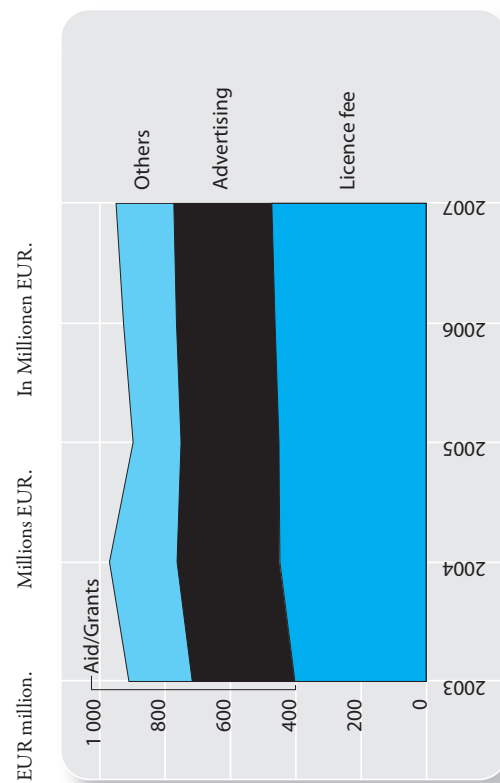
EUR million.

Income	Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007		
	Total public income	- Subventions	Öffentliche Erträge	- Subventionen														
	450,8	0,0	450,8	0,0	450,8	0,0	450,8	50,2%	0,0%	472,7	0,0	472,7	50,2%	0,0%	49,7%	0,0%	49,7%	
	- Licence fee	- Redevance	- Gebühr		450,8	462,8	472,7	50,2%	49,9%	472,7	49,9%	49,9%	49,9%	49,9%	49,7%	49,7%	2,1%	2,1%
	300,0	302,0	300,0	302,0	300,0	302,0	302,0	33,4%	32,6%	302,0	30,2	300,2	33,4%	32,6%	31,7%	0,0%	0,0%	
	- Advertising	- Publicité	- Werbung		300,0	302,0	300,2	33,4%	32,6%	300,2	17,0	177,0	16,4%	17,5%	18,6%	9,1%	9,1%	
	146,8	162,3	146,8	162,3	146,8	162,3	177,0	16,4%	17,5%	177,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	897,6	927,1	897,6	927,1	897,6	927,1	951,7	100,0%	100,0%	951,7	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	389,7	410,3	389,7	410,3	389,7	410,3	435,7	38,6%	43,7%	435,7	42,9%	42,9%	42,9%	42,9%	42,9%	6,2%	6,2%	
	- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe		431,1	393,0	406,4	42,7%	41,9%	406,4	5,3%	5,3%	5,3%	5,3%	5,3%	2,5%	2,5%	
	- Cost of personnel	- Dépenses de personnel	- Personalaufwendungen		56,1	52,9	54,2	5,6%	5,6%	54,2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	- Depreciation	- Amortissements	- Abschreibung		1 008,8	938,6	1 014,7	100,0%	100,0%	1 014,7	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	8,1%	8,1%
	5,70	9,00	5,70	9,00	5,70	9,00	3,60	-60,0%	-60,0%	3,60	-60,0%	-60,0%	-60,0%	-60,0%	-60,0%	-60,0%	-60,0%	
	-1,89	-2,28	-1,89	-2,28	-1,89	-2,28	-2,96			-2,96								

Expenditure	Dépenses		Aufwendungen		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	Betriebsaufwendungen	Nettoergebnis									
	389,7	410,3	389,7	410,3	389,7	410,3	435,7	38,6%	43,7%	435,7	42,9%	42,9%	42,9%
	- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe		431,1	393,0	406,4	42,7%	41,9%	406,4	40,1%	40,1%	40,1%
	- Cost of personnel	- Dépenses de personnel	- Personalaufwendungen		56,1	52,9	54,2	5,6%	5,6%	54,2	5,3%	5,3%	5,3%
	- Depreciation	- Amortissements	- Abschreibung		1 008,8	938,6	1 014,7	100,0%	100,0%	1 014,7	100,0%	100,0%	100,0%
	5,70	9,00	5,70	9,00	5,70	9,00	3,60	-60,0%	-60,0%	3,60	-60,0%	-60,0%	
	-1,89	-2,28	-1,89	-2,28	-1,89	-2,28	-2,96			-2,96			

Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)		Betriebsspanne (%)		2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Net result	Résultat net	Nettoergebnis							
	5,70	9,00	5,70	9,00	5,70	9,00	3,60	-60,0%	-60,0%	3,60
	-1,89	-2,28	-1,89	-2,28	-1,89	-2,28	-2,96			-2,96

ORF/EBU-UER-ISBN/OBS



TV audience
market shareParts de marché
d'audience TVMarktanteile
der FernsehdiensteT.1.AT.3
G.1.AT.4

In %, 3 years +.

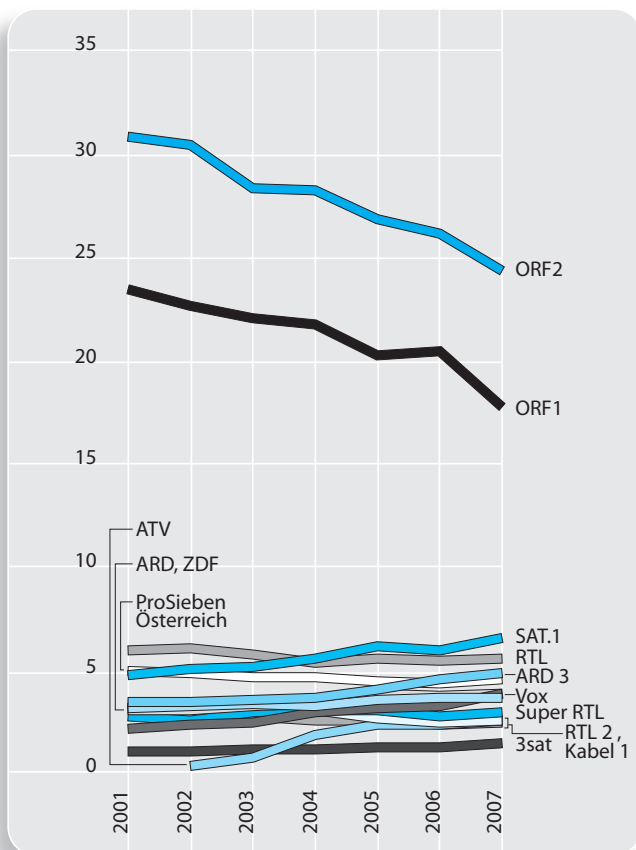
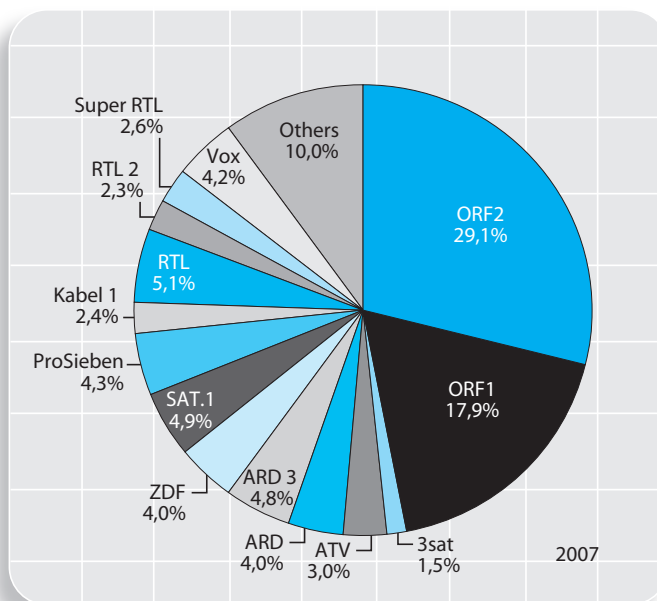
En %, 3 ans et +.

In %, ab 3 Jahre.

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztäglich					Prime time (18:00-23:00) Heures de grande écoute (18h-23h) Primetime (18-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
ORF2	28,4	28,3	26,9	26,2	24,4	32,7	32,6	31,3	30,6	29,1
ORF1	22,1	21,8	20,3	20,5	17,8	22,8	22,4	20,9	21,1	17,9
3sat	1,2	1,2	1,3	1,3	1,5	1,1	1,1	1,3	1,3	1,5
ATV	0,8	1,9	2,4	2,4	2,6	0,8	2,1	2,6	2,8	3,0
ARD	3,4	3,3	3,6	3,7	3,7	3,7	3,6	3,9	3,9	4,0
ARD 3	3,6	3,7	4,1	4,6	4,9	3,6	3,7	4,1	4,5	4,8
ZDF	3,3	3,4	3,9	3,8	3,9	3,6	3,7	3,9	3,8	4,0
DRS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SAT.1	5,2	5,6	6,2	6,0	6,6	4,1	4,2	5,0	5,0	4,9
ProSieben Österreich	4,7	4,7	4,5	4,4	4,6	4,2	4,3	4,0	4,0	4,3
Kabel 1	2,8	2,6	2,6	2,4	2,5	2,4	2,2	2,1	2,2	2,4
RTL	5,8	5,4	5,6	5,5	5,6	5,1	4,8	4,7	4,5	5,1
RTL 2	3,3	3,1	2,7	2,5	2,6	3,0	2,7	2,4	2,1	2,3
Super RTL	3,0	3,1	3,1	2,8	3,0	2,6	2,7	3,0	2,7	2,6
Vox	2,5	3,0	3,2	3,3	3,9	2,4	2,8	3,1	3,2	4,2
Eurosport	-	0,9	1,0	0,9	0,9	-	0,6	0,6	0,6	0,6
DSF	-	-	-	0,6	0,6	-	-	-	0,6	0,6
Arte	-	-	-	-	0,8	-	-	-	-	0,9
Others Autres Sonstige	9,9	7,8	8,7	8,9	10,1	7,9	6,4	7,2	7,1	7,9

Eurodata TV Worldwide/AGTT/GfK Teletest

Daily share.
In %, 3 years +.Ensemble de la journée.
En %, 3 ans et +.Ganztäglich.
In %, ab 3 Jahre.Prime time
(18:00-23:00).
In %, 12 years +.Heures de grande
écoute (18h-23h).
En %, 12 ans et +.Primetime
(18-23 Uhr).
In %, ab 12 Jahre.

Breakdown by genre of ORF TV programme output
 Hours.
 Ventilation par genre des programmes TV de l'ORF
 Heures.

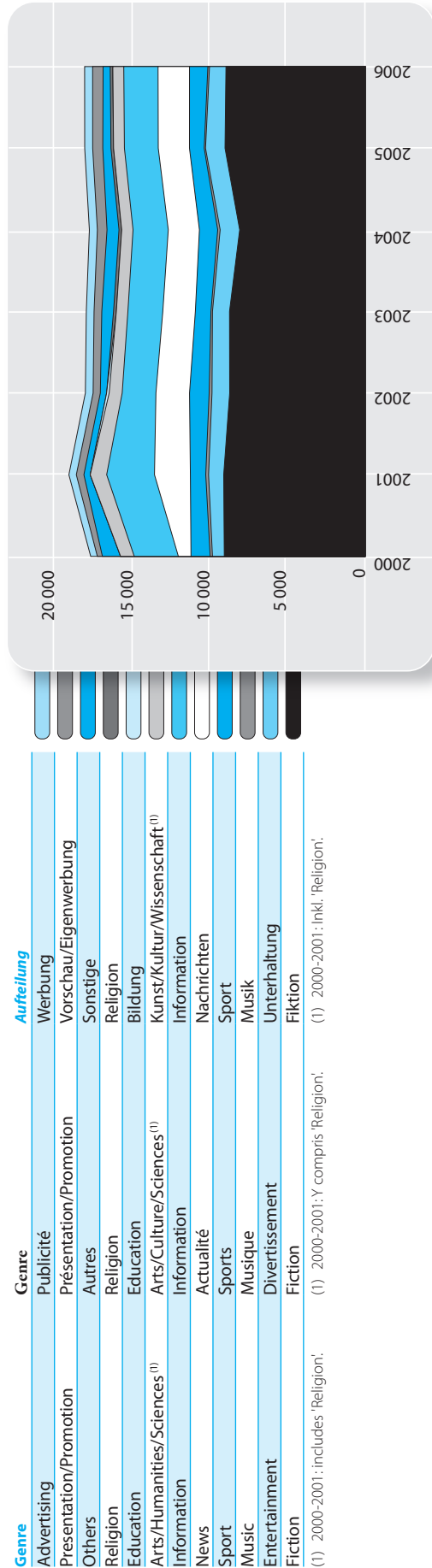
Inhaltliche Aufteilung der ORF-Fernsehprogramme

T.1.AT.4
 G.1.AT.5
 2004-2006

In Stunden.

Genre	Total		ORF1		ORF2		Total		Total		Total 2006/05
	2004	2005	2006	2006	2006	2006	2004	2005	2006		
Fiction	8 027	8 967	6 175	2 730	8 905	45,5%	49,9%	49,6%	-0,7%		
Entertainment	1 251	1 249	269	786	1 055	7,1%	7,0%	5,9%	-15,5%		
Music	156	83	13	91	104	0,9%	0,5%	0,6%	25,3%		
Sport	1 172	944	1 148	29	1 177	6,6%	5,3%	6,6%	24,7%		
News	1 995	1 999	143	1 872	2 015	11,3%	11,1%	11,2%	0,8%		
Information	2 256	2 168	35	2 160	2 195	12,8%	12,1%	12,2%	1,2%		
Arts/Humanities/Sciences	727	693	62	639	701	4,1%	3,9%	3,9%	1,2%		
Religion	172	168	0	167	167	1,0%	0,9%	0,9%	-0,6%		
Others	767	524	370	84	454	4,3%	2,9%	2,5%	-13,4%		
Presentation/Promotion	618	647	289	383	672	3,5%	3,6%	3,7%	3,9%		
Advertising	512	510	256	256	512	2,9%	2,8%	2,9%	0,4%		
Total	17 653	17 952	8 760	9 197	17 957	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%		

ORF/UER-EBU



The three Communities (Flemish, French and German-speaking) each have responsibility for audiovisual communication and constitute separate markets, the common feature of which is 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 have their own systems of regulating the audiovisual media and their own public-service broadcasting authorities, namely VRT, RTBF and BRFB respectively.

In the German-speaking Community, the majority of the population (about 74,000 inhabitants) choose to watch the German television channels. In the French Community, the French channels also have a significant penetration. Despite the existence of a growing range of local programmes, these channels still have a third share of the audience. This phenomenon is found to a lesser extent in the Flemish Community, the inhabitants of which prefer to choose the Flemish channels but the Dutch and British channels also have a sizeable market share.

In the French and Flemish Communities, there is very fierce competition between the public broadcasters, VRT and RTBF, and their private sector rivals:

- In the Flemish Community, the market remains relatively concentrated around two channels (Eén, public, and VTM, private), which attract more than 50% of viewers in the daytime and 60% in the evening. But while Eén's position as leader is growing, with an increased market share in 2007 (up from 28.7% to 30.1%), VTM's share dropped by 0.6% (to 20.7%). As a result, the public channels in the Flemish Community (Eén and Ketnet/Canvas) are becoming stronger, with a 39.5% market share, compared to the private channels operated by the VMMA group (VTM, Kanaltee and JIM), which only represent a 26.6% share (down from 28% in 2006). VMMA has reacted to these disappointing performances by renaming the Kanaltee channel 2BE and altering its identity.
- In the French Community, the viewing figures of the main channels in the market are astonishingly stable. The three channels controlled by the RTL group (RTL-TVI, Club RTL and Plug TV) accounted for 25.6% of the market in 2007, exactly the same as in 2006, with a slight increase for RTL-TVI and Plug TV offsetting a downturn for Club RTL. In the same way, the public channels of RTBF (La Une, La Deux) held a steady 19.6% market share, with a noticeable improvement for La Une compensating for a drop in ratings for La Deux. Finally, the market share of the French private channel TF1, second in the market, fell from 17.5 to 17.1%.

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 BRFB.

En Communauté germanophone, la population (environ 74 000 habitants) se tourne majoritairement vers les chaînes de télévision allemandes. En Communauté française, la pénétration des chaînes françaises reste aussi très importante. Malgré l'existence d'une offre locale de plus en plus fournie, ces dernières représentent encore plus d'un tiers des parts de marché d'audience. Ce phénomène se retrouve dans une moindre mesure en Communauté flamande, dont les habitants sont davantage tournés vers les chaînes flamandes, mais où la part de marché des chaînes néerlandaises et britanniques n'est pas négligeable.

Dans les Communautés française et flamande, il règne une concurrence très vive entre les chaînes des radiodiffuseurs publics, VRT et RTBF, et leurs rivaux privés :

- En Communauté flamande le marché demeure relativement concentré autour de deux chaînes (Eén, publique, et VTM, privée) qui rassemblent plus de 50 % de l'audience en journée et 60 % en soirée. Mais si Eén voit sa position de leader confortée avec une part de marché en nette progression en 2007 (de 28,7 % à 30,1 %), VTM perd 0,6 points (à 20,7 %). En conséquence, les chaînes publiques de la Communauté flamande (Eén et Ketnet/Canvas) s'affirment avec 39,5% de parts de marché, face aux chaînes privées du groupe VMMA (VTM, Kanaltee et JIM) qui ne rassemblent plus que 26,6 % de parts de marché (contre 28 % en 2006). VMMA a d'ailleurs réagi à ces mauvaises performances en rebaptisant la station Kanaltee en 2BE et en modifiant son identité.
- En Communauté française, les audiences des principales chaînes du marché se caractérisent par une étonnante stabilité. Les trois chaînes contrôlées par le groupe RTL (RTL-TVI, Club RTL et Plug TV) réunissent 25,6 % de parts de marché en 2007, exactement comme en 2006, grâce à une légère progression de RTL-TVI et de Plug TV, compensant le tassement de Club RTL. De la même manière, les chaînes publiques de la RTBF (La Une, La Deux) sont stables à 19,6 % de parts de marché, la

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. BRFB.

In der Deutschsprachigen Gemeinschaft wendet sich die Bevölkerung (etwa 74 000 Einwohner) in der Mehrzahl dem deutschen Fernsehen zu. In der Französischen Gemeinschaft ist die Durchdringungsrate der französischen Fernsehsender ebenfalls sehr hoch. Obwohl sich das belgische Angebot zunehmend verbessert, entfällt auf die ausländischen Fernsehsender immer noch über ein Drittel der Marktanteile. Dasselbe Phänomen findet sich abgeschwächt auch in der Flämischen Gemeinschaft, deren Einwohner eher flämische Sender einschalten, wo aber der Marktanteil der niederländischen und britischen Sender nicht zu vernachlässigen ist.

In der Flämischen und der Französischen Gemeinschaft herrscht eine starke Konkurrenz zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern VRT und RTBF und ihren privaten Mitbewerbern:

- In der Flämischen Gemeinschaft konzentriert sich der Markt weiterhin recht stark auf zwei Sender (den öffentlich-rechtlichen Eén und den privaten VTM), die tagsüber auf 50 % und abends auf 60 % der Zuschauer kamen. Dabei konnte Eén seine Führungsposition 2007 mit einer deutlichen Zunahme bei den Marktanteilen ausbauen (von 28,7 auf 30,1 %), wohingegen VTM 0,6 % einbüßte und auf 20,7 % kam. Die öffentlich-rechtlichen Sender der Flämischen Gemeinschaft (Eén und Ketnet/Canvas) behaupteten sich mit einem Marktanteil von 39,5 % gut gegenüber den Privatsendern von VMMA (VTM, Kanaltee und JIM), die nur noch 26,6 % erreichten (gegenüber 28 % 2006). VMMA hat auf die schlechten Ergebnisse reagiert und den Sender Kanaltee in 2BE umbenannt und tiefgreifend verändert.
- In der Französischen Gemeinschaft waren die Einschaltquoten der wichtigsten Sender erstaunlich stabil. Die drei von RTL kontrollierten Sender (RTL-TVI, Club RTL und Plug TV) kamen 2007 exakt wie im Vorjahr auf einen Marktanteil von 25,6 %, wobei leichte Zunahmen bei RTL-TVI und Plug TV den Rückgang bei Club RTL ausglich. Auch die öffentlich-rechtlichen Sender der RTBF (La Une und La Deux) lagen stabil bei einem Marktanteil von

The cable television market, which serves around 90% of households, has become very concentrated. Following the acquisition in 2007 of UPC Belgium by Telenet (the country's largest operator with 1.6 million subscribers in March 2008), eight Walloon cable operators were bought in December 2007 by a joint venture formed by Tecteo and Brutélé (creating the "voo" service). This takeover, which was initially challenged by Telenet, was finally approved by the Belgian Competition Council in April 2008.

While cable continues to dominate the Belgian market, its supremacy is nonetheless threatened by the emergence of other types of multi-channel service. The total number of cable subscribers in Belgium experienced an unprecedented fall in 2007 to less than 4 million households, according to Cable Belgium.

The IPTV Belgacom platform, which in June 2008 retained the rights to broadcast the Jupiler League (the Belgian football first division) for the 2008/2011 period, claimed to have almost 350,000 subscribers in May 2008. Even the traditionally small satellite TV market is beginning to grow: the TV Vlaanderen package was launched in 2006 for the Flemish Community and had 55,000 subscribers in April 2008. Meanwhile, TéléSat, a platform targeting the French Community, should be launched in 2008.

The switch to digital terrestrial TV is taking longer in one Community than the other:

- The Flemish Community is totally covered by the TNT network and analogue signals are due to be switched off at the end of 2008. However, this could be delayed by legal disputes concerning the sale of the terrestrial network owned by VRT.
- Meanwhile, the French Community plans to switch off analogue signals in 2011. RTBF launched its first digital terrestrial services in November 2007 with a package comprising La Une, La Deux, La Trois (a new channel essentially comprising programmes from the RTBF Sat channel), Euronews and BRF (channel of the German-speaking Community's public service broadcaster).

Turning to legal matters, following the decision of TVI not to request the renewal of the licence it had been granted by the Government of the French Community, the dispute between the subsidiary of the RTL group and the CSA continues concerning the channels RTL-TV, Club RTL and Plug TV. The CSA still considers that these channels lie under its jurisdiction and continues to impose regular fines on TVI (for failure to respect legal provisions concerning the transparency of editors, product placement, protection of minors,

progression sensible de La Une compensant la perte d'audience de La Deux. La chaîne privée française TF1, seconde sur le marché, marque un recul, passant de 17,5 à 17,1 % de parts de marché.

Le marché de la distribution de la télévision par câble, qui équipe environ 90 % des foyers, a connu un mouvement de concentration sensible. Après le rachat en 2007 d'UPC Belgium par Telenet (le plus grand opérateur du pays avec 1,6 million d'abonnés en mars 2008), huit câblo-opérateurs wallons ont été rachetés en décembre 2007 par une joint venture formée par Tecteo et Brutélé (formant l'offre « voo »). Cette dernière opération, contestée dans un premier temps par Telenet, a été finalement approuvée en avril 2008 par le Conseil de la concurrence belge.

Si le câble demeure prédominant sur le marché belge, sa suprématie est toutefois remise en cause par l'émergence d'autres types d'offres multichaines. Le nombre total d'abonnés au câble en Belgique a d'ailleurs connu une baisse inédite en 2007, repassant sous la barre des 4 millions de foyers, selon l'association Cable Belgium.

La plate-forme IPTV Belgacom, qui a remporté à nouveau en juin 2008 les droits de diffusion de la Jupiler League (la première division belge de football) pour la période 2008/2011, revendique ainsi près de 350 000 abonnés en mai 2008.

Même la réception par satellite, traditionnellement peu développée, émerge désormais : le bouquet TV Vlaanderen a été lancé en 2006 pour la Communauté flamande, et compte 55 000 abonnés en avril 2008. TéléSat, une plate-forme ciblant la Communauté française, devrait voir à son tour le jour en 2008.

La transition vers le numérique terrestre ne s'effectue pas au même rythme dans les deux Communautés :

- La Communauté flamande est totalement couverte par le réseau TNT et l'arrêt de la diffusion analogique est prévue pour la fin de l'année 2008. Elle pourrait toutefois être retardée par les litiges autour de la vente du réseau terrestre, détenu par la VRT.
- La Communauté française a planifié quant à elle l'extinction de l'analogique pour 2011. La RTBF a inauguré en novembre 2007 ses services en numérique terrestre avec le lancement d'un bouquet composé de La Une, La Deux, La Trois (un nouveau canal essentiellement alimenté par les programmes de la chaîne RTBF Sat), de Euronews et de BRF (la chaîne du radiodiffuseur de service public de la Communauté germanophone).

19,6 %, wobei eine deutliche Steigerung bei La Une den Zuschauerrückgang bei La Deux kompensierte. Der französische Privatsender TF1, der an zweiter Stelle rangiert, verzeichnete beim Marktanteil einen Rückgang von 17,5 auf 17,1 %.

Etwa 90 % der Haushalte sind verkabelt. Der Markt für die digitale Rundfunkverbreitung per Kabel machte einen spürbaren Konzentrationsprozess durch. Nachdem 2007 der größte Kabelnetzbetreiber des Landes Telenet (1,6 Mio. Abonnenten im März 2008) UPC Belgium übernommen hatte, erwarb ein Jointventure aus Tecteo und Brutélé im Dezember 2007 acht wallonische Kabelbetreiber und lancierte das Angebot „voo“. Dieser zunächst von Telenet beanstandete Vorgang wurde schließlich im April 2008 von der belgischen Wettbewerbsbehörde genehmigt.

Zwar dominiert das Kabel nach wie vor den belgischen Markt, aber seine Vormachtstellung bröckelt durch das Aufkommen anderer Multikanal-Angebotstypen. Die Gesamtzahl der Kabelabonnenten in Belgien ist 2007 nach Angaben von Cable Belgium so stark wie noch nie zurückgegangen und liegt nun wieder unter der Schwelle von 4 Mio. Haushalten.

Die IPTV-Plattform Belgacom, die im Juni 2008 erneut den Zuschlag für die Ausstrahlung der Spiele der Jupiler League, der ersten belgischen Fußballliga, für den Zeitraum 2008/2011 erhielt, hatte nach eigenen Angaben im Mai fast 350 000 Abonnenten. Selbst in das traditionell sehr schwach entwickelte Segment des Satellitendirektempfangs ist Bewegung gekommen: Das 2006 für die Flämische Gemeinschaft gestartete Bouquet TV Vlaanderen hatte im April 2008 55 000 Abonnenten. TéléSat, eine Plattform für die Französische Gemeinschaft, soll 2008 auf Sendung gehen.

Die Umstellung auf die digitale terrestrische Rundfunkverbreitung erfolgt in den beiden Gemeinschaften in unterschiedlichem Tempo:

- In der gesamten Flämischen Gemeinschaft ist digitales terrestrisches Fernsehen empfangbar, und die Abschaltung der analogen Signale ist für Ende 2008 geplant. Allerdings könnte es aufgrund von Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit dem Verkauf des terrestrischen Netzes durch VRT noch zu Verzögerungen kommen.
- Die Französische Gemeinschaft hat ihrerseits die Analogabschaltung für 2011 geplant. Die RTBF hat im November 2007 ein Bouquet aus La Une, La Deux, La Trois (einem neuen Kanal, der ausschließlich mit Programmen von RTBF Sat gespeist wird), Euronews und BRF (dem Kanal des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters der Deutschsprachigen Gemeinschaft) gestartet und damit ihr digitales terrestrisches Angebot eingeweiht.

advertising and teleshopping). According to the RTL group, these stations are operated by the company CLT-UFA, licensed in Luxembourg and not under the authority of the CSA.

Furthermore, the European Commission concluded its investigations linked to the financing of VRT in February 2008. In addition to the legislative amendments adopted in 2005 and 2006, the Belgian authorities have made new commitments concerning the definition of the public service remit of VRT. These include an *ex ante* evaluation by an independent advisory body and third parties for new services; a framework for merchandising and related activities; supervision by an independent body; a public service consultation carried out every five years and corrective measures to avoid overcompensation.

Finally, the "must carry" rules in the Brussels Capital region lack transparency in the opinion of the European Commission, which has issued a final warning to the Belgian authorities. These rules were also the subject of a judgment by the Court of Justice of the European Communities in December 2007, which stated that "must carry" status could be granted for cultural policy reasons, as long as the requirements of transparency, proportionality and non-discrimination were met.

► Conseil supérieur de l'audiovisuel (French Community): <http://www.csa.be>
 Vlaamse Regulator voor de Media (Flemish Community): <http://www.vlaamseregulatormedia.be>
 Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (German Community): <http://www.medienrat.be>
 Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 Audience data: Eurodata TV/CIM/GfK Audimetrie SA

Au niveau juridique, suite à la décision de TVI de ne pas demander le renouvellement de l'autorisation qui lui avait été accordée par le Gouvernement de la Communauté française, le bras de fer se poursuit entre la filiale du groupe RTL et le CSA à propos des chaînes RTL-TVI, Club RTL et Plug TV. Le CSA considère toujours que ces chaînes dépendent de sa juridiction et continue d'infliger régulièrement des amendes à TVI (pour non respect des dispositions légales en matière de transparence des éditeurs, de placement de produits, de protection des mineurs, de communication publicitaire ou encore de télé-achat). Selon le groupe RTL, ces stations sont éditées par la société CLT-UFA, leurs licences sont luxembourgeoises et elles ne sont plus placées sous l'autorité du CSA.

Par ailleurs, la Commission européenne a clos la procédure d'enquête liée au financement de la VRT en février 2008. Au-delà des modifications législatives opérées en 2005 et 2006, les autorités belges ont pris de nouveaux engagements relatifs à la définition de la mission de service public de la VRT. Parmi ceux-ci, on trouve : une évaluation *ex ante* par un organisme consultatif indépendant et des tiers, un cadre pour le merchandising et les activités afférentes, la surveillance par un organisme indépendant, une consultation publique à conduire tous les cinq ans et des mesures correctives pour éviter la surcompensation.

Enfin les règles du « must carry » dans la région de Bruxelles-Capitale manquent de transparence pour la Commission européenne, qui a adressé un avertissement final aux autorités belges. Ces règles ont d'ailleurs fait l'objet d'un arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes en décembre 2007, rappelant que l'octroi du statut de « must carry » pouvait se justifier au nom de la politique culturelle, mais dans le respect des exigences de transparence, de proportionnalité et de non discrimination.

► Conseil supérieur de l'audiovisuel (Communauté française) : <http://www.csa.be>
 Vlaamse Regulator voor de Media (Communauté flamande) : <http://www.vlaamseregulatormedia.be>
 Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens : <http://www.medienrat.be>
 Aspects juridiques - IRIS Merlin : <http://merlin.obs.coe.int>
 Données d'audience : Eurodata TV/CIM/GfK Audimetrie SA

In juristischer Hinsicht geht die Kraftprobe zwischen der Tochtergesellschaft der RTL-Gruppe und der Medienaufsichtsbehörde CSA wegen der Sender RTL-TVI, Club RTL und Plug TV weiter, nachdem TVI beschlossen hatte, keine Verlängerung der von der Regierung der Französischen Gemeinschaft erteilten Sendegenehmigung zu beantragen. Die Aufsichtsbehörde ist weiterhin der Ansicht, dass diese Sender unter ihre rechtliche Zuständigkeit fallen und erlässt gegenüber TVI regelmäßig Geldstrafen (wegen der Nichteinhaltung gesetzlicher Bestimmungen über die Transparenz der Programmveranstalter, die Produktplatzierung, den Schutz Minderjähriger, die Werbung und das Homeshopping). Nach Ansicht der RTL-Gruppe werden diese Sender von CLT-UFA betrieben, sie verfügen über eine luxemburgische Lizenz und fallen nicht mehr unter die Zuständigkeit der Aufsichtsbehörde CSA.

Die Europäische Kommission hat die Untersuchung der Finanzierung von VRT im Februar 2008 eingestellt. Über die gesetzlichen Änderungen der Jahre 2005 und 2006 hinaus haben die belgischen Behörden eine Reihe von Verpflichtungsangeboten unterbreitet, durch die der öffentlich-rechtliche Auftrag von VRT präziser definiert werden soll. Dazu gehören: die Vorabevaluierung neuer Dienste durch ein unabhängiges Beratungsgremium unter Einbeziehung Dritter, eine Rahmenregelung für Merchandising- und ähnliche Aktivitäten, die Überwachung durch eine unabhängige Instanz, eine alle fünf Jahre stattfindende öffentliche Konsultation sowie Korrekturmaßnahmen zur Vermeidung von Überkompensation.

Bei der Übertragungspflicht (*must-carry*) in der Region Brüssel-Hauptstadt fehlt es nach Ansicht der Europäischen Kommission an Transparenz, weshalb sie die belgischen Behörden ein letztes Mal ermahnte. Mit der Übertragungspflicht befasste sich im Dezember 2007 auch ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes, in dem er daran erinnerte, dass sie mit Blick auf die Kulturpolitik gerechtfertigt sein könnte, allerdings unter Einhaltung der gebotenen Transparenz, Verhältnismäßigkeit und Nicht-Diskriminierung.

► Conseil supérieur de l'audiovisuel (Französische Gemeinschaft): <http://www.csa.be>
 Vlaamse Regulator voor de Media (Flämische Gemeinschaft): <http://www.vlaamseregulatormedia.be>
 Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens: <http://www.medienrat.be>
 Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin: <http://merlin.obs.coe.int>
 Zuschauerdaten: Eurodata TV/CIM/GfK Audimetrie SA

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	10 585
Households	Ménages	Haushalte	-	4 523
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	98,6%	4 460
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	83%	3 768
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	16%	719
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	9%	400
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	1%	60
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	7%	305
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	-	-
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	24%	1 084
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	76%	3 438
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	50,6%	2 290
Subscribers Mobile TV	Abonnés TV vers les mobiles	Abonnenten Mobil-TV	-	9,0

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	7
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	2
TV telephone packagers	Ensembleurs TV par téléphone	Handy-TV-Anbieter	1

Number of TV channels by type of licence	French Community			Flemish Community			German speaking Community
	Public	Private	Total	Public	Private	Total	Total
Terrestrial (national)	3	-	3	2	0	2	-
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	1	22	23	-	39	39	1
Local/Regional	12	-	12	-	10	10	1
Regional/local windows	-	-	0	-	-	0	-
Channels targeting foreign markets	1	-	1	-	-	0	-
Total	17	22	39	2	49	51	-
Foreign channels targeting the country	1	11	18	1	9	11	-

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Digital terrestrial CFB	Terrestrial Analog VLG	Cable Telenet BXL (Full offer)	Cable Voo (Full offer)	Satellite TV Vlaanderen (Full offer)	IPTV - Belgacom TV BXL (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		3	3	4	4	3	5
Generalist - foreign		-	-	17	18	5	13
Adults		-	-	6	2	5	2
Children		-	1	15	11	3	17
Culture/Documentary/Education		-	-	17	10	5	13
Cultural minorities		-	-	-	-	-	-
Entertainment/TV Fiction/Games		-	-	19	11	4	15
Film		-	-	15	9	3	6
Home shopping		-	-	-	2	-	-
International channels		-	-	2	2	-	2
Leisure/travel		-	-	5	4	-	5
Lifestyle		-	-	8	4	4	7
Music		-	-	13	9	10	10
News/Business		1	-	13	3	2	7
Parliamentary		-	-	-	-	-	-
Regional/Local		-	-	2	1	-	2
Religion		-	-	-	-	-	-
Sports		-	-	14	9	5	11
Various		-	-	3	3	2	1

Operating revenues
of main television
companies in Belgium

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Belgique

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten
Fernsehunternehmen
in Belgien

In Tausend EUR.

T.1.BE.1

G.1.BE.1

2003-2007

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2003	2004	2005	2006	2007
VRT	sptv Een, Canvas, Ketnet	339 158	367 837	405 666	469 055	453 331
RTBF	sptv La Une, La Deux, RTBFSat	276 539	297 958	305 671	315 700	311 278
Vlaamse Media Maatschappij	adtv VTM, Kanal twee, JimTV	231 626	256 108	244 087	259 188	271 902
TVI	adtv RTL-TVI, RTL Club	123 662	120 424	122 797	124 046	143 412
Telenet (Premium+Distribution)	packtv Prime	-	67 593	69 019	84 100	98 200
(p.m) Airfield (former Canal+ Televisie) ⁽¹⁾	packtv TV Vlaanderen	139 338	78 549	50 512	9 511	~
SBS Belgium ⁽²⁾	adtv VT-4, Vijftv	52 381	64 737	67 907	85 862	~
Skynet iMotion Activities ⁽³⁾	thtv 11TV Jupiler, MyClub Away, Via Calcio	-	-	24 097	56 953	58 960
BETV	packtv BETV Bouquet, BE1, ...	64 081	60 545	61 952	58 341	57 366
Belgium Television	thtv AB3, AB4	12 706	15 723	18 958	21 626	20 859
MTV Networks Belgium	thtv TMF	13 977	15 098	18 267	21 461	~
Media ad Infinitum	thtv Vitaya TV	3 896	5 909	8 118	10 609	11 391
Euro 1080	thtv HD1, HD2, EXQI, HD NL	-	5 288	5 733	6 943	7 652
BRF	sptv Das BRF-Fernsehen	5 240	5 341	5 573	5 600	~
Belgian Business Television	thtv Kanaal Z, Canal Z	5 713	6 720	5 872	6 331	5 058
MCM Belgique	thtv MCM Belgique	3 418	3 263	2 879	3 549	~
Event TV Network	thtv Liberty TV	884	1 088	1 029	1 042	1 251
Event TV Vlaanderen	thtv Liberty TV Vlaams	506	548	736	492	516

(1) Taken over by Telenet in December 2003.

(2) Since 2002 the Belgian company SBS Belgium has been the licence holder of VT-4, previously operated by the UK company VT-4 Ltd.

(3) 2005 over 6 months.

(1) Absorbé par Telenet en décembre 2003.

(2) Depuis 2002, la société belge SBS Belgium détient la licence de VT-4, précédemment détenue par la société britannique VT-4 Ltd.

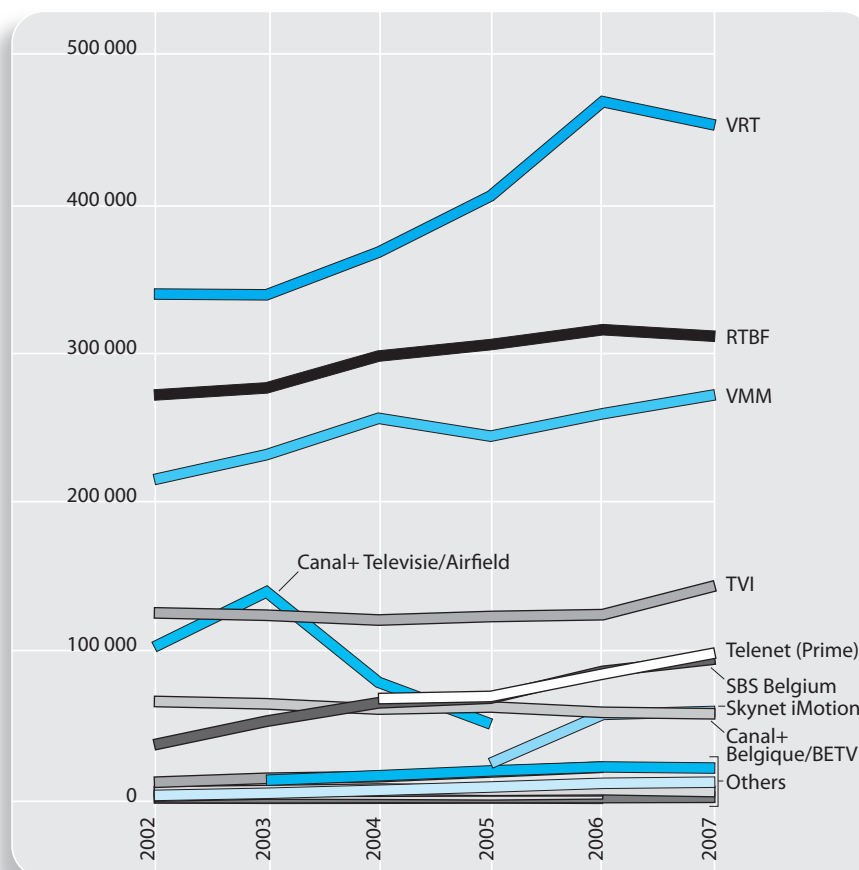
(3) 2005 sur 6 mois.

(1) Von Telenet im Dezember 2003 übernommen.

(2) Seit 2002 besitzt die SBS Belgium die Lizenz für VT-4, die früher der britischen Gesellschaft VT4-Ltd gehörte.

(3) 2005: 6 Monate.

➔ OBS



Financial situation of television companies in the French Community of Belgium

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision de la Communauté française de Belgique

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der Fernsehunternehmen in der Französischen Gemeinschaft Belgiens

In Tausend EUR.

T.1.BE.2
G.1.BE.2
2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	6	6	6	6	6
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	303 551	416 000	393 439	386 464	433 930
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	465 728	481 290	499 021	513 316	522 304
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-4 545	4 265	-4 708	167	-2 057
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-2 270	6 789	1 228	4 888	6 066
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-1 822	-8 360	1 634	4 722	31 624
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	43,89	48,9	38,7	21,6	13
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	4,19	-1,3	-2,84	-3,87	3,59
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-1,0	0,9	-0,9	0,0	-0,40
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-0,5	1,4	0,2	1,0	1,20
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-0,7	1,6	0,3	1,3	1,40

(1) Local television channels, Belgian Business Television, Skynet iMotion Activities and Home Shopping Europe 7/7 not included.

(1) Télévisions locales, Belgian Business Television, Skynet iMotion Activities et Home Shopping Europe 7/7 non inclus.

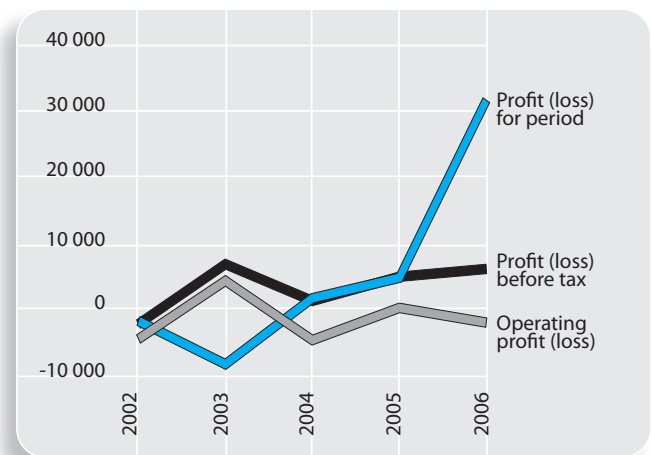
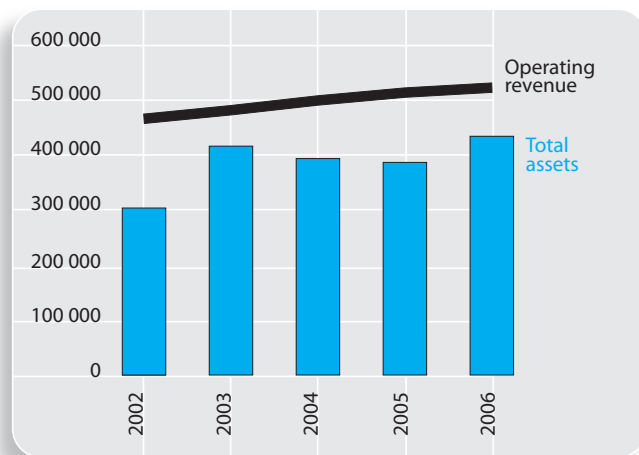
(1) Ohne lokale Sender, Belgian Business Television, Skynet iMotion Activities und Home Shopping Europe 7/7.

➔ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

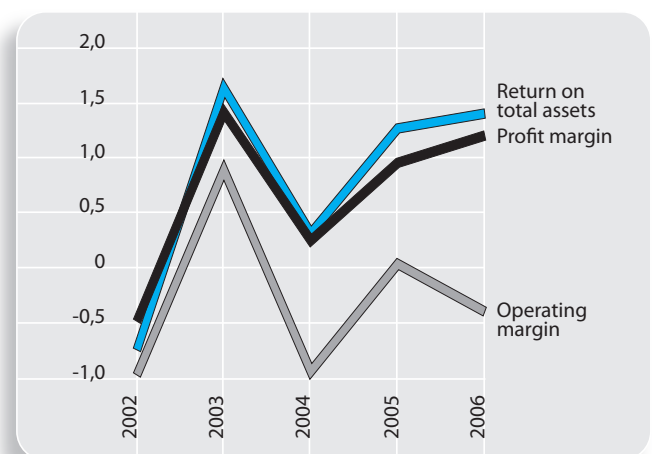
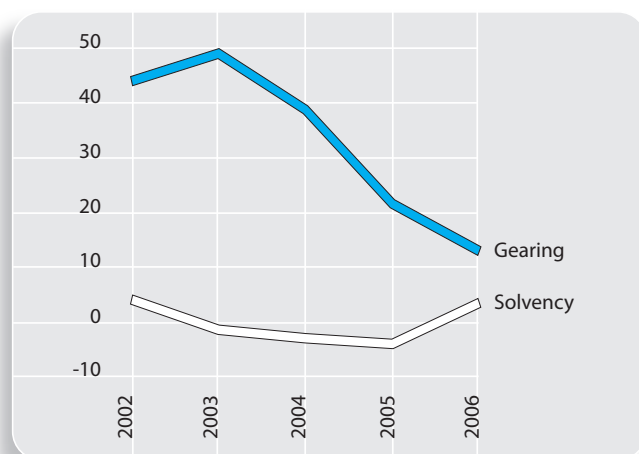
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



RTBF financial situation
 Situation financière
 de la RTBF

EUR thousand.

Milliers EUR.

Wirtschaftliche Lage
 von RTBF

T.1.BE.3

G.1.BE.3

In Tausend EUR.

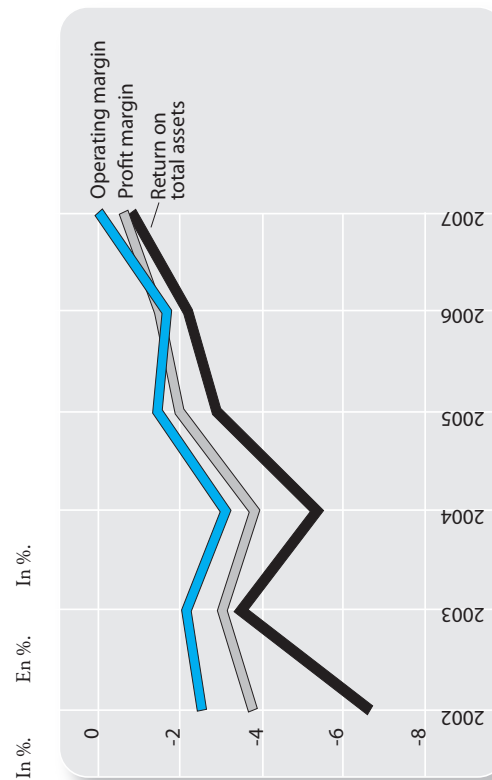
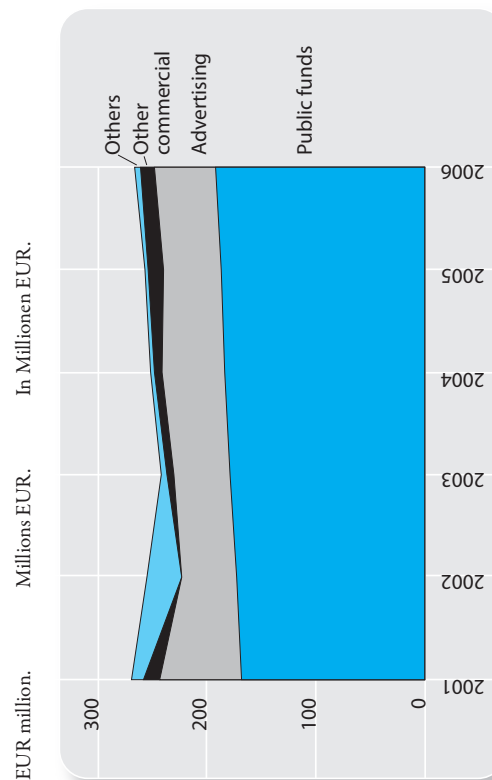
2005-2007

Income	Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Total public income	Total recettes publiques	Öffentliche Erträge	Öffentliche Erträge									
- Aid/Grants	- Subventions	- Subventions	- Subventions	187 026	192 217	~	72,7%	72,1%	~	~	~	~	~
- Other public income	- Autres recettes publiques	- Autres recettes publiques	- Sonstige öffentlich. Erträge	181 896	186 594	193 182	70,8%	70,0%	~	~	~	~	3,5%
Total commercial income	Total recettes commerciales	Total recettes commerciales	Kommerzielle Erträge	5 130	5 623	~	2,0%	2,1%	~	~	~	~	~
- Advertising	- Publicité	- Publicité	- Werbung	67 161	68 979	~	26,1%	25,9%	~	~	~	~	~
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	- Autres recettes commerciales	- Sonstige kommerz. Erträge	52 988	56 191	56 679	20,6%	21,1%	~	~	~	~	0,9%
Other income	Autres recettes	Autres recettes	Andere Erträge	14 173	12 789	~	5,5%	4,8%	~	~	~	~	~
TOTAL	TOTAL	TOTAL	SUMME	2 894	5 418	~	1,1%	2,0%	~	~	~	~	~
				257 081	266 614	~	100%	100%	~	~	~	~	~

Expenditure	Dépenses		Aufwendungen		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Purchase of goods and services	Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe	- Waren- und Dienstleistungskäufe									
- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	- Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe	88 148	96 823	147 696	33,9%	35,8%	47,4%	47,4%	47,4%	47,4%	52,5%
- Cost of personnel	- Dépenses de personnel	- Dépenses de personnel	- Personalaufwendungen	158 402	159 374	149 717	60,8%	58,9%	48,1%	48,1%	48,1%	48,1%	-6,1%
- Depreciation	- Amortissements	- Amortissements	- Abschreibung	13 818	14 568	13 911	5,3%	5,4%	4,5%	4,5%	4,5%	4,5%	-4,5%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	Dépenses opérationnelles	Betriebsaufwendungen	260 368	270 765	311 324	100%	100%	100%	100%	100%	100%	15,0%

Net result	Résultat net	Nettoergebnis	-3 959	-1 058	11 816
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	Betriebsspanne (%)	-1,45	-1,68	-0,01

↗ RTBF/OBS



TV audience market share in the French Community of Belgium

In %, 4 years +.

Parts de marché d'audience TV dans la Communauté française de Belgique

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernseh-dienste in der Französischen Gemeinschaft von Belgien

In %, ab 4 Jahre.

T.1.BE.4

G.1.BE.4

2003-2007

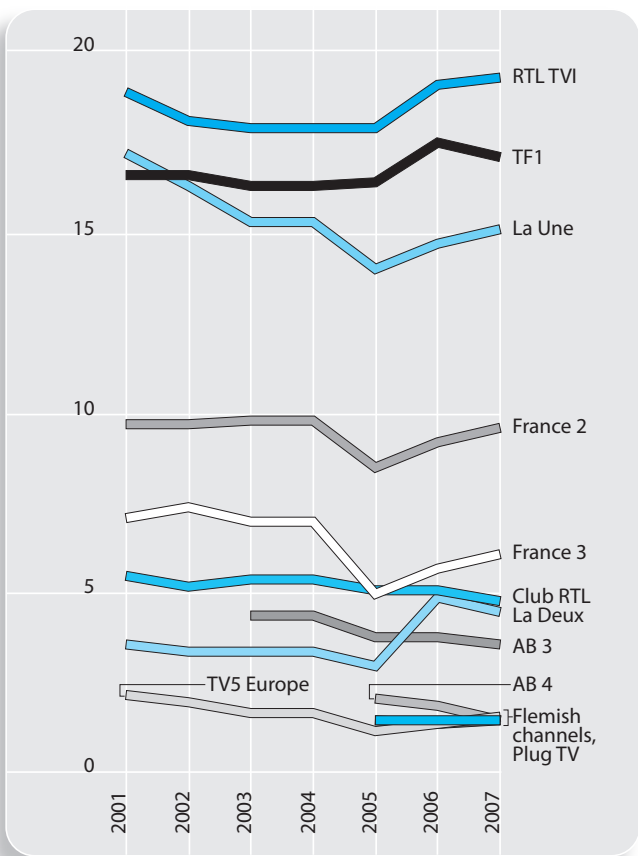
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (18:55-22:30) Heures de grande écoute (18h55-22h30) Primetime (18.55-22.30 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
La Une	15,3	15,3	14,0	14,7	15,1	18,5	17,5	16,2	16,7	16,8
La Deux	3,4	3,4	3,0	4,9	4,5	2,3	3,6	2,6	4,8	4,7
TV5 Europe	1,7	1,7	1,2	1,4	1,6	1,2	0,8	0,8	0,8	1,2
RTL TVI	17,9	17,9	17,9	19,1	19,3	24,9	24,6	25,6	27,3	27,1
Club RTL	5,4	5,4	5,1	5,1	4,8	6,2	6,7	6,1	6,6	6,8
Plug TV	-	-	1,5	1,4	1,5	-	1,5	2,1	1,8	1,8
AB 3	4,4	4,4	3,8	3,8	3,6	4,4	3,8	3,8	3,6	3,4
AB 4	-	-	2,1	1,9	1,5	5,4	1,9	2,3	1,8	1,9
Be 1 (ex Canal+)	0,8	1,8	0,7	0,4	0,5	1,0	0,9	0,8	0,5	0,6
TF1	16,3	16,3	16,4	17,5	17,1	13,6	13,0	12,4	13,1	12,9
France 2	9,8	9,8	8,5	9,2	9,6	7,4	6,7	6,4	6,7	6,7
France 3	7,0	7,0	5,0	5,7	6,1	5,9	4,6	4,4	4,9	4,9
Arte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Flemish channels	-	-	1,5	1,5	1,5	-	1,7	1,8	1,7	1,6
Others	18,0	17,0	19,4	13,3	13,4	9,2	12,7	14,8	9,8	9,6

➔ Eurodata TV Worldwide/CIM - GfK Audimetrie SA

Daily share.
In %, 4 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

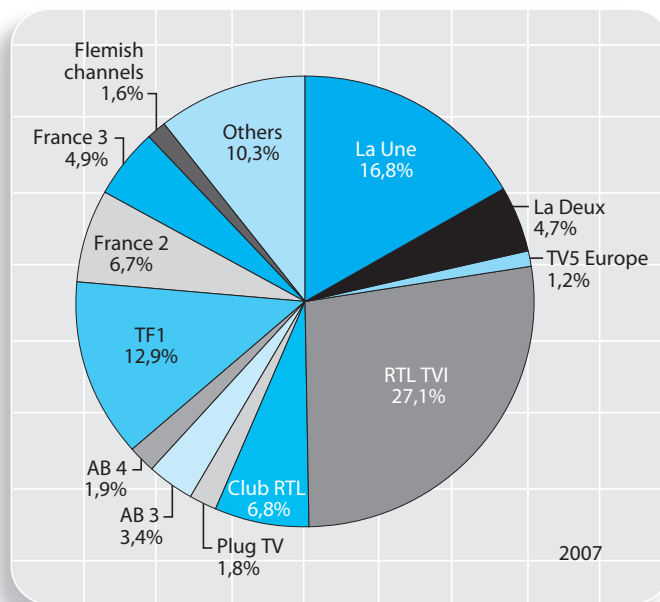
Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.



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

Heures de grande écoute
(18h55-22h30).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(18.55-22.30 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



Breakdown by genre of RTBF
TV programme output

Inhaltliche Aufteilung der
RTBF-Fernsehprogramme

T.1.BE.5
G.1.BE.5

Hours, 2005 data not available.
Heures, Données 2005 non disponibles.

In Stunden, Daten für 2005 nicht verfügbar.

2003-2006

Genre	Total		La Une		La Deux		Total		La Une		La Deux		Total	
	2003	2004	2006	2006	2006	2006	2003	2004	2006	2006	2006	2006	2006	2006/04
Fiction	3 805	4 461	2 589	2 248	4 837	4 837	32,8%	35,3%	29,6%	28,1%	28,9%	28,9%	28,9%	8,4%
Entertainment	226	191	205	145	350	350	2,0%	1,5%	2,3%	1,8%	2,1%	2,1%	2,1%	83,2%
Music	443	467	6	82	88	88	3,8%	3,7%	0,1%	1,0%	0,5%	0,5%	0,5%	-81,2%
Sport	1 098	1 334	716	1 215	1 931	1 931	9,5%	10,6%	8,2%	15,2%	11,5%	11,5%	11,5%	44,8%
News ⁽¹⁾	1 116	1 082	3 019	923	3 942	3 942	9,6%	8,6%	34,5%	11,6%	23,6%	23,6%	23,6%	190,3%
Information	317	276	-	-	-	-	2,7%	2,2%	-	-	-	-	-	-
Arts/Culture/Sciences	516	600	-	-	-	-	4,5%	4,8%	-	-	-	-	-	-
Education ⁽²⁾	2 729	2 822	1 099	2 665	3 764	3 764	23,6%	22,3%	12,6%	33,4%	22,5%	22,5%	22,5%	10,0%
Religion	46	45	2	74	76	76	0,4%	0,4%	0,0%	0,9%	0,5%	0,5%	0,5%	68,9%
Others	486	359	140	73	213	213	4,2%	2,8%	1,6%	0,9%	1,3%	1,3%	1,3%	-40,7%
Presentation/Promotion	265	350	357	223	580	580	2,3%	2,8%	4,1%	2,8%	3,5%	3,5%	3,5%	65,7%
Advertising	536	640	614	340	954	954	4,6%	5,1%	7,0%	4,3%	5,7%	5,7%	5,7%	49,1%
Total	11 583	12 627	8 747	7 988	16 735	16 735	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	32,5%

(1) Including 'Information' in 2006.
(2) Including 'Arts/Humanities/Sciences' in 2006.
(3) Including 'Arts/Humanities/Sciences' in 2006.

(1) 2006 inkl. 'Information'.

(2) 2006 inkl. 'Kunst/Kultur/Wissenschaft'.

(3) 2006 inkl. 'Kunst/Kultur/Wissenschaft'.

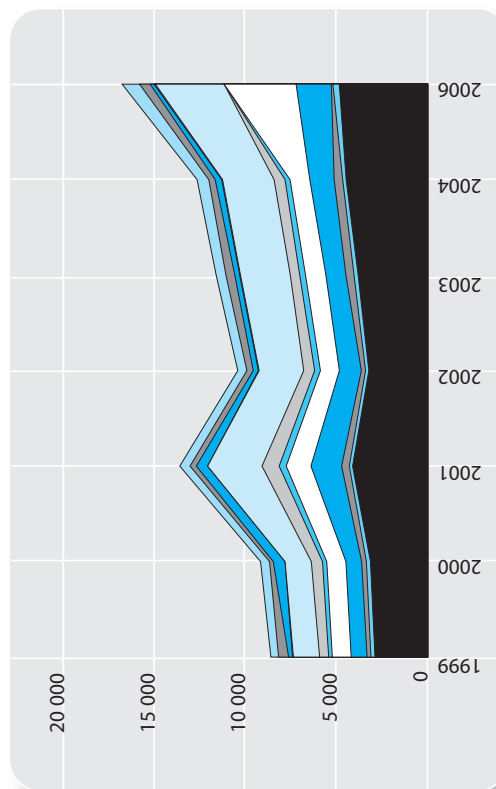
Genre	Aufteilung
Advertising	Werbung
Others	Sonstige
Presentation/Promotion	Vorschau/Eigenwerbung
Religion	Religion
Education ⁽³⁾	Bildung ⁽³⁾
Arts/Humanities/Sciences ⁽²⁾	Kunst/Kultur/Wissenschaft ⁽²⁾
Information	Information
News ⁽¹⁾	Nachrichten ⁽¹⁾
Sport	Sport
Music	Musik
Entertainment	Unterhaltung
Fiction	Fiktion

(1) Including 'Information' in 2006.
(2) 2000-2001: includes 'Religion'.
(3) Including 'Arts/Humanities/Sciences' in 2006.

(1) 2006 inkl. 'Information'.

(2) 2000-2001: y compris 'Religion'.

(3) 2006 inkl. 'Kunst/ Kultur/Wissenschaft'.



RTBF/UEB-EBU

Financial situation of television companies in the Flemish Community of Belgium

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision dans la Communauté flamande de Belgique

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der Fernsehunternehmen in der Flämischen Gemeinschaft Belgiens

In Tausend EUR.

T.1.BE.6

G.1.BE.6

2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	8	8	9	10	10
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	842 230	733 074	650 502	986 525	922 844
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	712 508	786 595	799 031	855 092	926 395
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-5 515	-18 825	347	-15 280	62 447
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-1 569	-28 603	7 087	-5 741	57 767
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-1 987	-148 084	-4 229	22 885	47 060
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	48	47	28	77	63
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	26	42	40	32	38
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-0,77	-2,39	0,05	-2,06	6,74
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-0,71	-9,36	3,74	-1,67	16,64
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-0,22	-3,64	0,89	-0,77	6,24
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-0,19	-3,90	1,09	-0,65	6,26

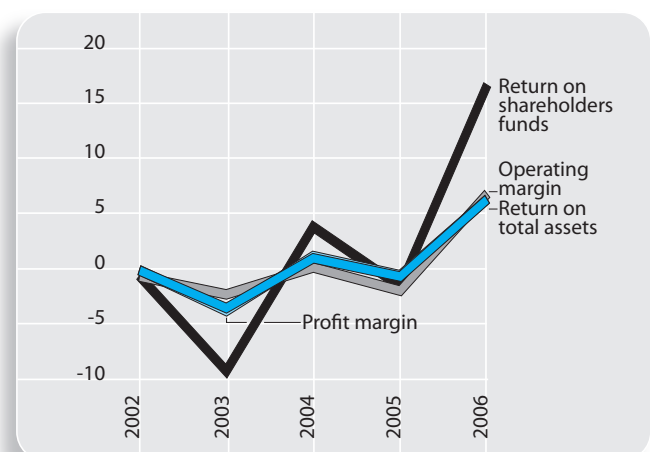
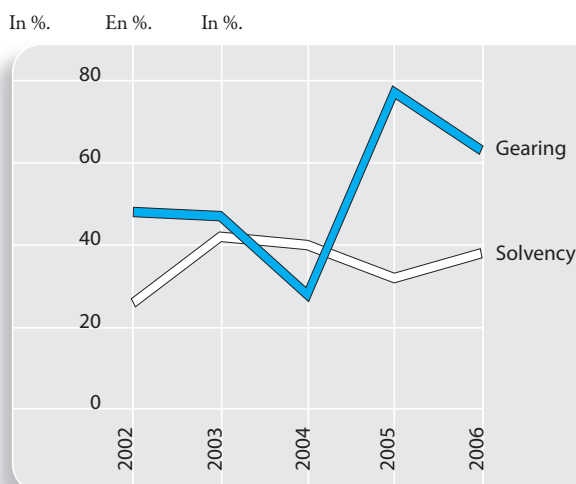
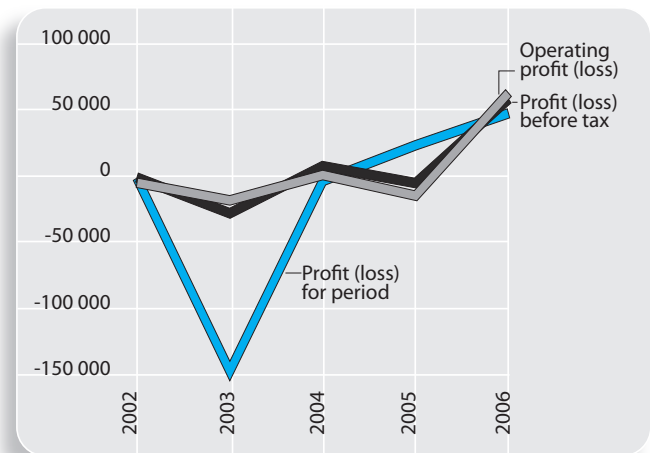
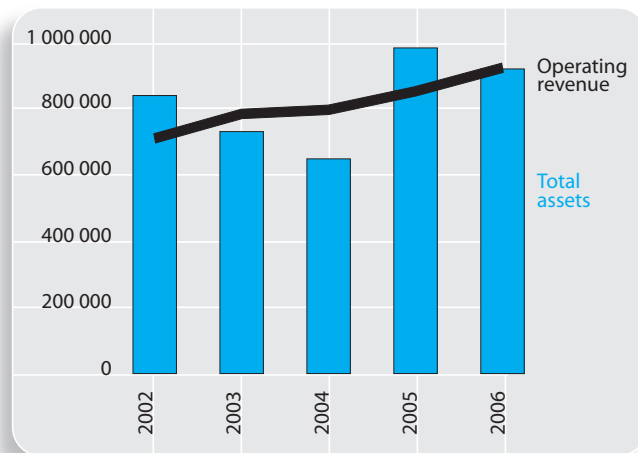
(1) Local television stations not included. Skynet iMotion Activities and Belgium Business Television included.

(1) Télévisions locales non incluses. Skynet iMotion Activities et Belgium Business Television incluses.

(1) Ohne lokale Sender. Mit Skynet iMotion Activities und Belgium Business Television.

OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



VRT financial situation
EUR million.

Wirtschaftliche Lage
von VRT

T.1.BE.7
G.1.BE.7
2005-2007

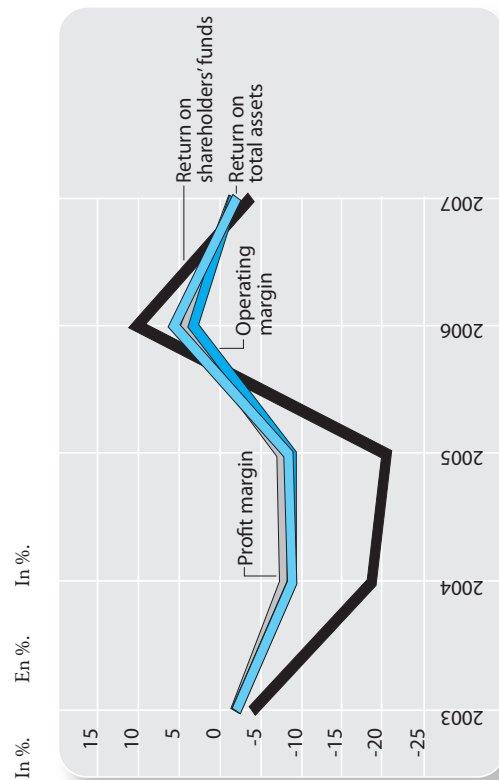
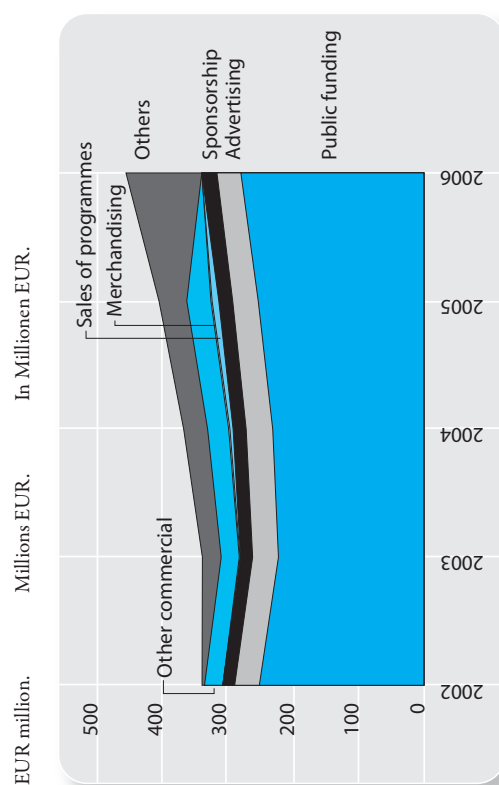
In Millionen EUR.

Income	Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Total public income	Total recettes publiques	Öffentliche Erträge	Kommerzielle Erträge									
Total public income					253,60	280,20	~	62,5%	61,4%	~	~	~	~
Total commercial income					109,50	60,00	~	27,0%	13,1%	~	~	~	~
- Advertising	- Publicité		- Werbung		39,10	36,70	~	9,6%	8,0%	~	~	~	~
- Sponsorship	- Parrainage		- Sponsorship		21,30	23,30	~	5,3%	5,1%	~	~	~	~
- Programme sales	- Ventes de programmes		- Programmverkäufe		10,25	~	~	2,5%	~	~	~	~	~
- Merchandising	- Merchandising		- Merchandising		1,84	~	~	0,5%	~	~	~	~	~
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales		- Sonstige kommerz. Erträge		36,99	~	~	9,1%	~	~	~	~	~
Other income	Autres recettes		Andere Erträge		42,53	116,10	~	10,5%	25,4%	~	~	~	~
TOTAL	TOTAL		SUMME		405,67	456,30	~	100,0%	100,0%	~	~	~	~

Expenditure	Dépenses		Aufwendungen		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Purchase of goods and services	Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe	- Personalaufwendungen									
- Purchase of goods and services			- Waren- und Dienstleistungskäufe		253,45	256,45	256,53	57,4%	56,5%	55,6%	0,0%	0,0%	0,0%
- Cost of personnel	- Dépenses de personnel		- Personalaufwendungen		169,07	177,98	180,00	38,3%	39,2%	39,0%	1,1%	1,1%	1,1%
- Depreciation	- Amortissements		- Abschreibung		18,88	19,38	24,49	4,3%	4,3%	5,3%	26,4%	26,4%	26,4%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles		Betriebsaufwendungen		441,41	453,81	461,02	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Net result	Résultat net		Nettoergebnis		-30,68	18,98	-7,38						
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)		Betriebsspanne (%)		-8,81	3,25	-1,70						

► VRT/OBS



TV audience market share in the Flemish Community

In %, 4 years +.

Parts de marché d'audience TV dans la Communauté flamande

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste in der Flämischen Gemeinschaft

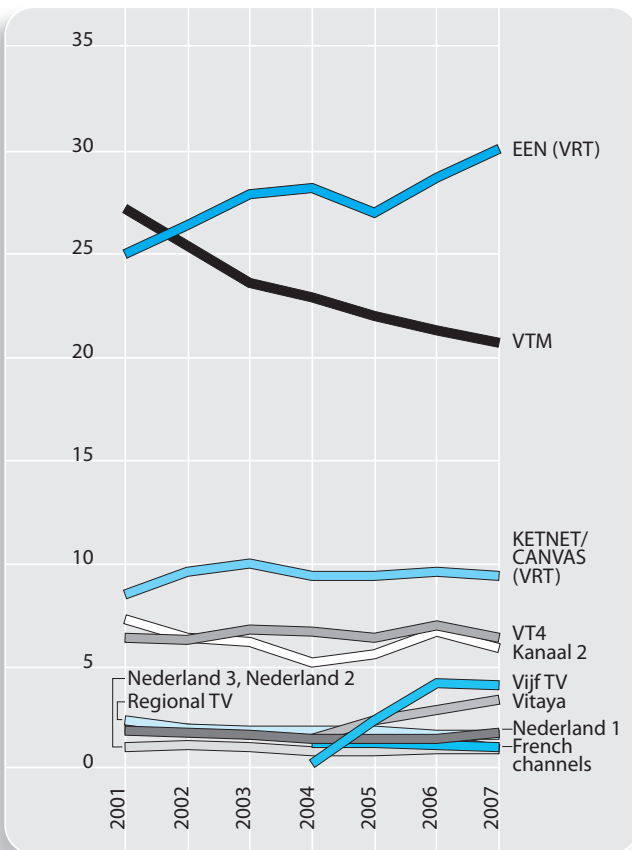
In %, ab 4 Jahre.

T.1.BE.8
G.1.BE.8
2003-2007

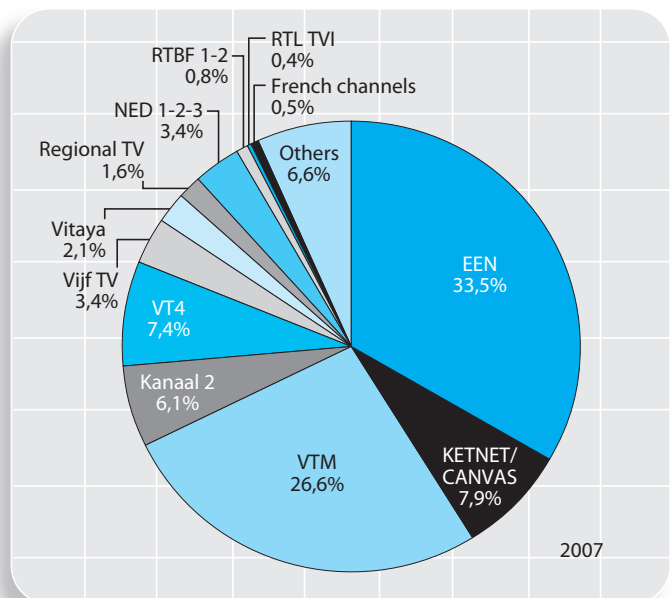
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztäglich					Prime time (18:55-22:30) Heures de grande écoute (18h55-22h30) Primetime (18.55-22.30 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
EEN (VRT)	27,9	28,2	27,0	28,7	30,1	31,3	31,8	30,8	32,2	33,5
KETNET/CANVAS (VRT)	10,0	9,4	9,4	9,6	9,4	8,9	8,4	8,1	7,8	7,9
SPORZA		2,6	-	-	-		2,2	-	-	-
VTM	23,6	22,9	22,0	21,3	20,7	28,1	27,7	27,8	27,3	26,6
Kanaal 2	6,2	5,2	5,6	6,7	5,9	6,7	5,9	6,2	7,3	6,1
VT4	6,8	6,7	6,4	7,0	6,4	6,8	7,3	7,3	7,6	7,4
Vijf TV		0,3	2,4	4,2	4,1		0,3	2,1	3,3	3,4
Vitaya		1,5	2,4	2,9	3,4		0,7	1,1	1,7	2,1
Regional TV TV régionales Regionale Dienste	-	1,9	1,9	1,7	1,7	-	1,7	1,7	1,5	1,6
Nederland 1	1,7	1,5	1,5	1,5	1,8	1,7	1,4	1,4	1,6	1,9
Nederland 2	1,7	1,8	1,6	1,5	1,0	1,7	1,9	1,7	1,4	0,7
Nederland 3	1,1	0,9	0,9	1,0	1,0	0,7	0,6	0,5	0,6	0,7
La Une (RTBF)	0,9	0,7	0,7	0,8	0,7	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5
La Deux (RTBF)	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3
RTL TVI	0,7	0,7	0,7	0,6	0,4	0,7	0,8	0,7	0,6	0,4
French channels	-	1,3	1,3	1,2	1,1	-	0,7	0,6	0,6	0,5
Others Autres Sonstige	19,2	14,0	15,9	10,9	12,0	12,5	7,9	9,2	5,7	6,6

➔ Eurodata TV Worldwide/CIM - GfK Audimetrie SA

Daily share. Ensemble de la journée. Ganztäglich.
In %, 4 years +. En %, 4 ans et +. In %, ab 4 Jahre.



Prime time (18:55-22:30). Heures de grande écoute (18h55-22h30). Primetime (18.55-22.30 Uhr).
In %, 4 years +. En %, 4 ans et +. In %, ab 4 Jahre.



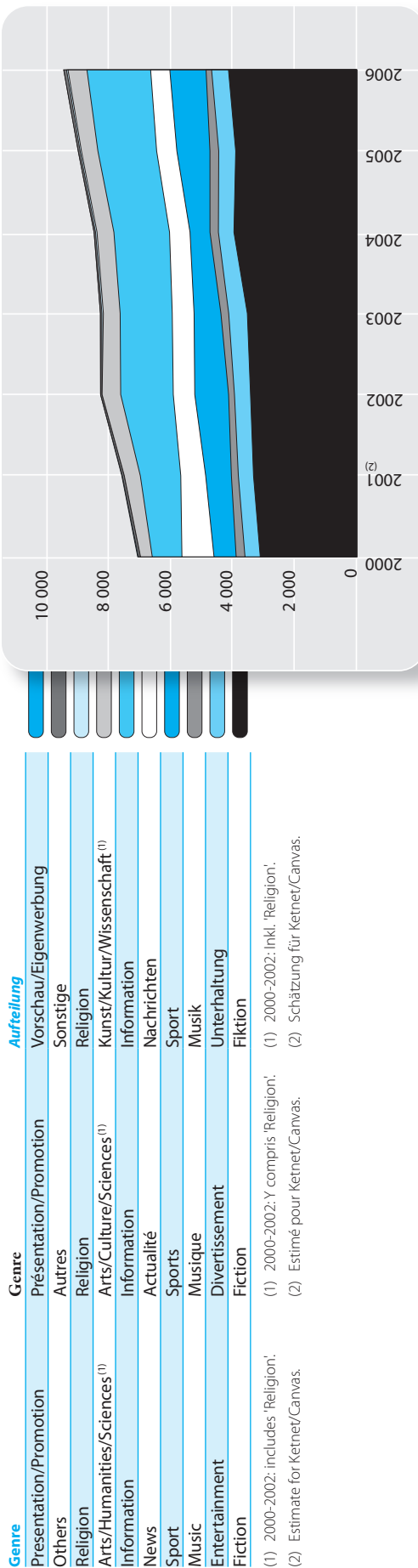
Breakdown by genre of VRT TV programme output
 Ventilation par genre des programmes TV de la VRT
 Hours. Heures.
 In Stunden.

Inhaltliche Aufteilung der VRT-Fernsehprogramme

T.1.BE.9
 G.1.BE.9
 2004-2006

Genre	Total			Canvas			Total	Total	Total	Total
	2004	2005	2006	Een	Ketnet	2006				
Fiction	3 953	3 896	1 205	2 924	4 129	46,7%	43,4%	43,7%	6,0%	
Entertainment	501	547	387	157	544	5,9%	6,1%	5,8%	-0,5%	
Music	271	283	100	79	179	3,2%	3,2%	1,9%	-36,7%	
Sport	644	1 067	461	707	1 168	7,6%	11,9%	12,4%	9,5%	
News	660	652	601	18	619	7,8%	7,3%	6,6%	-5,1%	
Information	1 794	1 894	1 269	784	2 053	21,2%	21,1%	21,8%	8,4%	
Arts/Humanities/Sciences	544	531	343	268	611	6,4%	5,9%	6,5%	15,1%	
Religion	47	44	43	3	46	0,6%	0,5%	0,5%	4,5%	
Others	47	58	43	47	90	0,6%	0,6%	1,0%	55,2%	
Total	8 461	8 972	4 452	4 987	9 439	100,0%	100,0%	100,0%	5,2%	

VRT/UER-EBU



The 30 leading
TV production
companies in Belgium

Operating revenues in EUR thousand.

Les 30 premières sociétés
de production de programmes
de télévision en Belgique

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Die 30 führenden
Fernsehproduktions-
unternehmen in Belgien

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

T.1.BE.10
2004-2007

Rank	Company	Genre	2004	2005	2006	2007	2007/06
Rang	Entreprises	Genres					
Rang	Unternehmen	Genre					
1	Studio 100	Children, animation	45 445	46 261	50 054	50 888	1,7%
2	Woestijnvis	Formats	18 372	33 940	33 940	35 621	5,0%
3	Eyeworks Entertainment	Reality shows	18 522	17 571	19 750	28 383	43,7%
4	Endemol Belgie	Reality shows	23 486	22 328	21 879	~	~
5	Kanakna Productions	Entertainment, fiction	11 288	20 390	18 058	18 349	1,6%
6	Demensen	Entertainment, fiction	6 797	10 670	13 956	12 986	-7,0%
7	D en D Productions	Entertainment, fiction	12 795	12 461	11 384	~	~
8	Fremantle Productions Belgium	Entertainment, fiction	4 476	5 631	8 166	10 357	26,8%
9	Eyeworks Film and TV Drama (former MMG)	Fiction	4 526	17 425	13 340	9 442	-29,2%
10	Havana	Regional programmes	2 689	2 964	4 218	3 554	-15,7%
11	Telesaurus	Entertainment, fiction	4 194	~	~	~	~
12	Sputnik TV ⁽¹⁾	Fiction	3 793	~	~	~	~
13	Videowatch	News	3 244	~	~	~	~
14	Instant News Service	News	1 756	1 640	2 199	3 007	36,7%
15	Jok Foe ⁽²⁾	Entertainment, fiction	4 229	~	~	2 997	~
16	Stromboli Pictures	Fiction, feature films, documentaries	317	1 096	2 424	~	~
17	To Do Today Productions	Documentaries	2 050	~	~	~	~
18	Ded's It	Entertainment	-	-	1 111	1 984	78,6%
19	Z Company	Documentaries	1 604	1 759	~	~	~
20	Archi - Text Production	Fiction, documentaries	1 367	~	1 145	~	~
21	Internationale Televisie Produkties	-	987	~	~	~	~
22	D en D Humorproducties	Entertainment	2 214	854	985	~	~
23	Les films de la Passerelle	Documentaries	982	717	905	963	6,4%
24	TV de Wereld	Documentaries	1 466	1 101	963	~	~
25	Be Films	Fiction, feature films, entertainment	1 533	2 982	902	~	~
26	P.L.S. '96	-	1 008	1 970	779	~	~
27	Kaos Films	-	934	1 094	708	~	~
28	Al Jazeera Brussels	News	-	632	592	~	~
29	Walking the Dog	Animation	172	181	411	~	~
30	Conception	-	1 938	787	410	457	11,5%

(1) 19 months at 30/06/2005.

(2) 2007 over 15 months.

Some of these companies also
produce feature films.Various companies are not
included in the ranking as they
do not disclose their revenues.

(1) 19 mois au 30/06/2005.

(2) 2007 sur 15 mois.

Certaines de ces entreprises
produisent également des films de
long métrage.Diverses entreprises, qui ne
publient pas leurs revenus, ne sont
pas incluses dans le classement.

(1) 19 Monate am 30. Juni 2005.

(2) 2007 über 15 Monate.

Einige dieser Unternehmen
produzieren auch Spielfilme.Unternehmen, die ihre Einnahmen
nicht veröffentlichen, fehlen im
Ranking.

➔ OBS

The bulk of the Bulgarian television market is divided up among the three terrestrial broadcasters with national Hertzian licences: bTV, BNT and Nova TV. Commercial broadcaster bTV is still in the lead, with an audience share of 36.9% in 2007, slightly down on 2006. It is owned by the Balkan News Corporation, itself owned by Rupert Murdoch's NewsCorp group. BNT, the state-owned broadcaster, has two television channels: Kanal 1, the only state-owned national terrestrial channel, and the satellite channel TV Bulgaria. Kanal 1's audience has been shrinking since the rise of its commercial competitors. It has fallen significantly since 2005, down from 18.7% in 2005 to 14.6% in 2007. Lastly, Nova TV, owned by Antenna Bulgaria, a subsidiary of Antenna Group, further increased its audience in 2007, to the detriment of its main competitors, bTV and Kanal 1, attaining a market share of 17.8%.

The numerous cable channels are starting to carve out a niche for themselves within this highly concentrated market and are increasingly eroding the major terrestrial channels' market share. Bulgaria also has more than 600 cable network operators, as well as two satellite platforms, Bulsatcom and ITV Partner. The telecommunications operator Vestitel has launched the country's first IPTV service.

On 31 January 2008, the Council of Ministers adopted a plan for the implementation of digital terrestrial television broadcasting (DVB-T) in Bulgaria. Two main goals are set out in the plan: ensuring audience reception of television channels via terrestrial means, while allowing channels to be received by cable or satellite; and attracting a new audience and thus preventing the emergence of a monopoly over cable and satellite digital broadcasting.

The transition from analogue to digital terrestrial will be accomplished in two stages. The first stage will cover the period from June 2008 to December 2012. During this period three national MFN (SFN) networks and twelve regional SFN networks should start operating. The second stage covers the period from July 2010 to June 2015. During this stage three national MFN (SFN) networks and fifteen SFN networks should become operational. By December 2012, all transmitters for terrestrial analogue television broadcasting are due to be switched off.

► Council for Electronic Media: www.cem.bg
Legal aspects: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Association of Bulgarian Broadcasters, ABBRO:
<http://www.abbro-bg.org>

Le marché télévisuel bulgare est principalement réparti entre les trois radiodiffuseurs terrestres possédant une licence hertzienne nationale : bTV, BNT et Nova TV. La chaîne privée bTV reste en tête, avec 36,9 % de parts d'audience en 2007, en légère baisse par rapport à 2006. Celle-ci appartient à la société Balkan News Corporation, elle-même détenue par le groupe NewsCorp de Rupert Murdoch. BNT, le radiodiffuseur public détenu par l'État, est propriétaire de deux chaînes de télévision : Kanal 1, seule chaîne publique terrestre nationale, et la chaîne satellitaire TV Bulgaria. Depuis l'essor de ses concurrentes privées, l'audience de Kanal 1 est en retrait. Elle connaît un recul significatif depuis 2005, chutant de 18,7 % en 2005 à 14,6 % en 2007. Enfin, Nova TV, propriété d'Antenna Bulgaria, filiale d'Antenna Group, enregistre encore une progression d'audience en 2007, au détriment de ses principales concurrentes, bTV et Kanal 1 et atteint 17,8 % de part de marché.

Au sein de ce marché très concentré, les très nombreuses chaînes du câble commencent à se faire une place, érodant de plus en plus les parts de marché des grandes chaînes terrestres. Le pays compte par ailleurs plus de 600 câblo-opérateurs ainsi que deux plates-formes satellite, Bulsatcom et ITV Partner. L'opérateur télécom Vestitel a lancé le premier service IPTV en Bulgarie.

Le 31 janvier 2008, le Conseil des Ministres a adopté le projet de mise en œuvre de la radiodiffusion numérique terrestre (DVB-T) en Bulgarie. Il fixe deux objectifs principaux : assurer la réception par le public des chaînes de télévision par des dispositifs terrestres, tout en permettant la réception des chaînes par câble ou satellite ; attirer un nouveau public et prévenir ainsi la constitution d'un monopole de la radiodiffusion numérique par câble et satellite.

Le passage de l'analogue au numérique terrestre s'effectuera en deux étapes. La première étape s'étendra du mois de juin 2008 au mois de décembre 2012. Au cours de cette période, trois réseaux nationaux MFN (SFN) et douze réseaux régionaux SFN devraient être mis en service. La seconde étape concerne la période du mois de juillet 2010 au mois de juin 2015. Au cours de cette phase, trois réseaux nationaux MFN (SFN) et quinze réseaux SFN devraient entrer en fonction. D'ici à décembre 2012, l'ensemble des émetteurs de radiodiffusion télévisuelle analogique terrestre devraient cesser leur activité.

► Council for Electronic Media: www.cem.bg
Aspects juridiques : IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Association des radiodiffuseurs bulgares,
ABBRO : <http://www.abbro-bg.org>

Der bulgarische Fernsehmarkt wird maßgeblich von den drei Rundfunkveranstaltern mit einer landesweiten terrestrischen Lizenz beherrscht: bTV, BNT und Nova TV. Der Privatsender bTV verzeichnet zwar einen leichten Rückgang gegenüber dem Vorjahr, war aber auch 2007 mit einem Zuschaueranteil von 36,9 % führend. Dabei handelt es sich um ein Unternehmen der Balkan News Corporation, die wiederum zur NewsCorp-Gruppe von Rupert Murdoch gehört. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter im staatlichen Besitz, BNT, gehören zwei Fernsehdienste: Kanal 1, der einzige landesweite terrestrisch verbreitete öffentlich-rechtliche Sender, und der Satellitenkanal TV Bulgaria. Seitdem die private Konkurrenz boomt, sinken die Einschaltquoten von Kanal 1. Der Rückgang ist seit 2005 signifikant: von 18,7 % 2005 auf 14,6 % 2007. Nova TV, im Besitz von Antenna Bulgaria, einer Filiale der Antenna Group, erzielte 2007 erneut bessere Einschaltquoten, was zulasten seiner Hauptkonkurrenten bTV und Kanal 1 ging, und kam auf einen Marktanteil von 17,8 %.

In diesem Markt, in dem wenige Veranstalter die Einschaltquoten auf sich konzentrieren, setzen sich die zahlreichen Kabelsender langsam durch, was die großen terrestrischen Rundfunkveranstalter an einem immer stärkeren Rückgang ihrer Marktanteile zu spüren bekommen. In Bulgarien gibt es über 600 Kabelnetzbetreiber sowie zwei Satellitenplattformen, Bulsatcom und ITV Partner. Der erste IPTV-Dienst des Landes wurde vom Telekommunikationsbetreiber Vestitel gestartet.

Am 31. Januar 2008 verabschiedete der Ministerrat das Projekt zum Start des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in Bulgarien, das zwei wesentliche Ziele verfolgt: sicherstellen, dass die Zuschauer die Fernsehprogramme sowohl terrestrisch als auch über Kabel und Satellit empfangen können, und ein neues Publikum ansprechen, um so zu vermeiden, dass ein Monopol des über Kabel und Satellit verbreiteten digitalen Rundfunks entsteht.

Der Übergang von analoger zu digitaler Terrestrik soll dem Plan zufolge in zwei Phasen erfolgen. Die erste Phase soll von Juni 2008 bis Dezember 2012 dauern. In dieser Zeit sollen drei landesweite Multi-Frequenznetze (oder Gleichwellennetze) und zwölf regionale Gleichwellennetze in Betrieb gehen. Die zweite Phase erstreckt sich von Juli 2010 bis Juni 2015. In dieser Zeit sollen drei landesweite Multi-Frequenznetze (oder Gleichwellennetze) und 15 Gleichwellennetze den Betrieb aufnehmen. Bis Dezember 2012 sollen alle Sendeinrichtungen für terrestrisches analoges Fernsehen abgeschaltet werden.

► Council for Electronic Media: www.cem.bg
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Verband der bulgarischen Rundfunkveranstalter, ABBRO: <http://www.abbro-bg.org>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	7 640
Households	Ménages	Haushalte	-	2 825
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	95%	2 684
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	71%	2 000
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	~	~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	13%	370
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	13%	370
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	~	~
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	~	~
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	24%	670
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	15%	424

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	>650		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV par téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	09.2008	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)		1	2	3
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		1	42	43
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		~	~	ca160
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		4	~	4
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	0	0
Total	Total	Gesamt		~	~	ca210
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	21	21

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Satellite Bulsatcom	Satellite ITV
Generalist - national (incl. dedicated)		3	7	7
Generalist - foreign			1	
Adults			4	3
Children			3	
Cultural minorities				
Culture/Documentary/Education			8	2
Entertainment/TV Fiction			11	5
Film			6	4
Home shopping			1	
International channels			1	
Leisure/travel			1	
Lifestyle			4	
Music			8	3
News/Business			2	2
Parliamentary				
Regional/Local		1		
Religion				1
Sports			3	3
Various				

Operating revenues
of principal television
companies in Bulgaria

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Bulgarie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Bulgarien

In Tausend EUR.

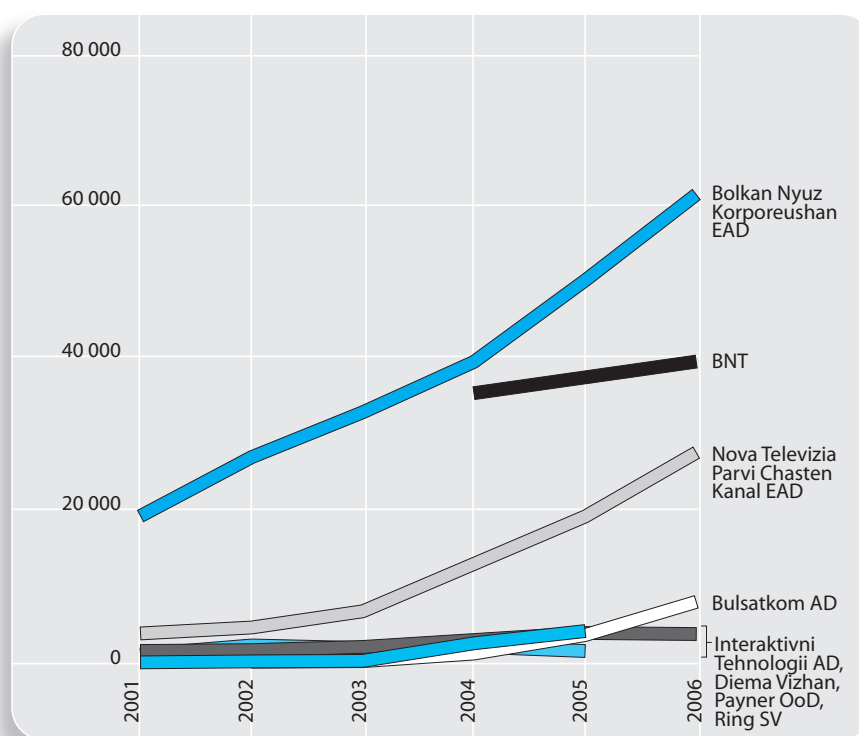
T.1.BG.1

G.1.BG.1

2002-2006

Company		Channels	2002	2003	2004	2005	2006
Entreprises		Chaînes					
Unternehmen		Dienste					
Bolkan Nyuz Korporeushan EAD	adtv	bTV	27 292	33 263	39 962	50 785	62 204
BNT	sptv	Kanal 1	~	~	35 800	~	40 000
Nova Televizia Parvi Chasten Kanal EAD	adtv	Nova Televizia	4 641	6 796	~	19 395	27 894
Bulsatkom AD	paktv	Bulsatkom	89	167	1 176	3 630	8 047
Evrokom Plovdiv	thtv	Evrokom Bulgaria	~	~	~	4 369	5 639
Diema Vizhan	thtv	Diema+, Diema2, DiemaExtra, Diema Family	1 277	1 588	2 747	3 491	4 341
Interaktivni Tehnologii AD	packtv	Package ITV Partner	135	202	2 539	4 169	~
Payner OoD	thtv	Planeta TV	1 631	2 055	2 974	3 910	3 769
Ring SV	thtv	Ring TV	2 253	1 906	2 090	1 512	~
Balkan Bulgarska Televizia AD	adtv	BBT	127	72	442	1 160	987
Evrokom Nacionalna Kabelna Televizia Ood	adtv	Evrokom NKTV	1 272	~	~	~	~
Telestar Bulgaria Eood	hstv	Telestar	-	358	778	648	914
Televizia Evropa	thtv	Evropa TV	687	480	483	686	704
Elit Media Bulgaria Ood	thtv	SofiaCable Film, SK Folk, Kanal 3	674	723	633	738	617
Televizia MM OOD	thtv	M2TV	338	353	356	416	596
Radio Veselina AD	thtv	Veselina TV	579	~	~	~	~
Maks Chenal AD (former Televizia Sedem Dni AD)	thtv	TV Sedem Dni	295	429	326	971	420
Skat TV	adtv	TV Skat	~	~	~	~	~
Triada Komyunikeyshans Eood	thtv	CTV	97	83	89	92	318
Fen Ti Vi Ood	thtv	FenTV	-	5	97	205	263
Heros Komyunikeyshans Holding Eood	thtv	Heros TV	125	~	~	~	~
Aleksandra Ti Vi Eood	adtv	Aleksandra TV	103	105	147	115	81
Bulgarska Kabel TV OoD	thtv	BKTV (Bulgaria Cable TV)	96	~	95	~	~
Hot TV AD	thtv	Hot TV	-	-	34	198	51
M SAT TV OOD	adtv	M SAT TV	21	~	~	~	~

➔ OBS



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.BG.2
G.1.BG.2

2003-2007

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

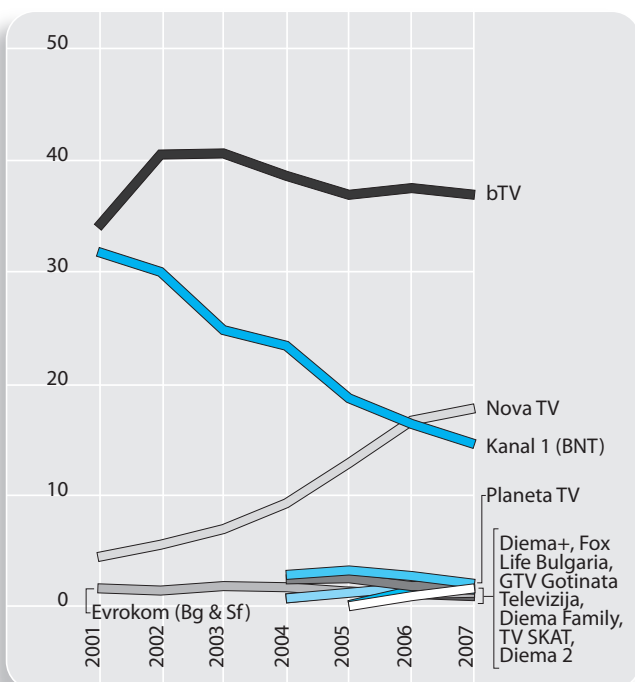
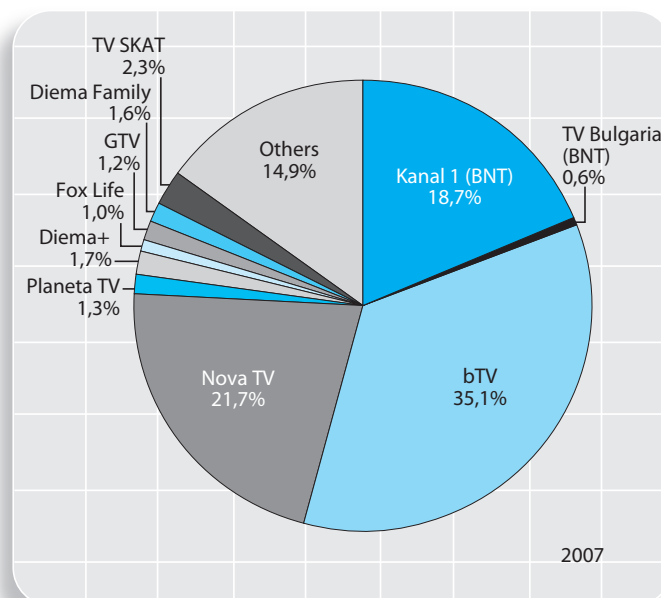
Prime time (20:00-22:30)

Heures de grande écoute (20h-22h30)

Primetime (20-22.30 Uhr)

	Daily share					Prime time (20:00-22:30)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
Kanal 1 (BNT)	24,8	23,4	18,7	16,4	14,6	31,5	24,0	21,5	18,7
TV Bulgaria (BNT)	-	0,5	0,7	0,7	0,6	0,5	0,9	0,7	0,6
bTV	40,6	38,6	36,9	37,5	36,9	32,6	31,8	32,4	35,1
Nova TV	7,0	9,3	12,9	16,7	17,8	12,6	17,9	22,0	21,7
Planeta TV	-	2,9	3,3	2,8	2,1	2,2	2,3	1,8	1,3
Diema+	-	2,5	2,6	1,9	2,0	1,7	2,0	1,4	1,7
Fox Life Bulgaria	-	-	0,2	1,5	1,9	-	0,1	0,7	1,0
GTV Gotinata Televizija	-	-	0,1	1,0	1,7	-	0,1	0,8	1,2
Diema Family	-	-	-	1,7	1,6	-	-	0,3	1,6
TV SKAT	-	0,8	1,3	1,8	1,6	1,0	1,8	2,6	2,3
Evrokom (Bg & Sf)	1,9	1,8	1,4	1,2	1,3	1,8	1,3	0,9	~
Diema 2	-	0,8	1,4	1,2	1,0	0,6	1,0	0,9	0,7
TV Evropa	-	0,8	0,8	0,8	0,9	0,6	0,4	0,5	0,5
FENTV	-	0,1	0,8	0,7	0,8	0,1	0,6	0,5	0,5
TV7	-	-	-	-	0,7	-	-	-	0,7
AXN	-	-	-	-	0,6	-	-	-	0,5
Eurosport	-	-	0,4	0,5	0,5	-	0,4	0,4	0,4
City TV	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,2
BBT Balkan Bulgarian TV	-	0,6	0,7	0,5	0,5	0,5	0,7	0,5	0,4
Discovery Channel (total)	-	-	0,5	0,5	0,5	-	0,4	0,3	0,3
Hallmark Channel Central Europe	-	-	0,7	0,6	0,4	-	0,6	0,5	0,4
Kanal 3	-	0,5	0,6	0,5	0,4	0,5	0,6	0,5	0,4
M-Sat	-	0,7	0,9	0,6	0,4	0,6	0,9	0,6	0,5
Cartoon Network	-	-	0,7	0,6	0,4	-	0,5	0,4	0,3
TV 7 Dni	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,7
Other BG	0,7	7,1	6,9	5,7	2,2	6,3	6,2	5,6	1,7
Other foreign	-	8,4	7,2	2,3	1,0	6,2	5,5	4,3	1,1
Others (BG or foreign)	25,0	1,0	0,1	2,4	6,5	0,8	0,1	0,0	5,7

Eurodata TV Worldwide/TNS TV Plan

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(20:00-22:30).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (20h-22h30).
En %, 4 ans et +.Primetime
(20-22.30 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Aufschlüsselung der Einnahmen von BNT

Ventilation des revenus de la BNT

Breakdown of revenues of BNT

T.1.BG.3
G.1.BG.3
2004-2006

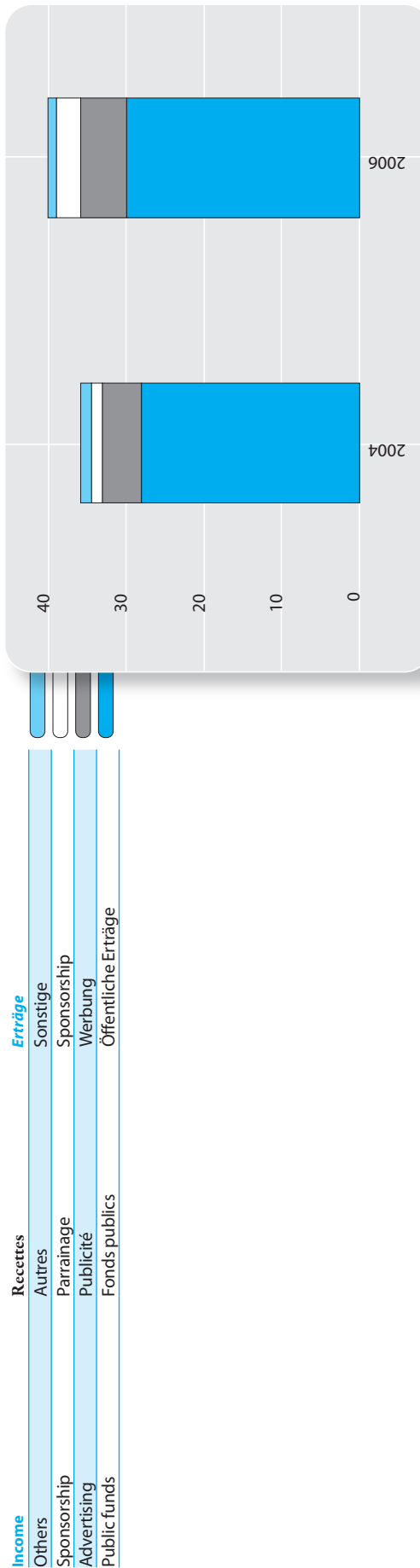
In EUR-Millionen.

Millions EUR.

EUR million.

Income	Recettes	Erträge	2004	2006
Public funds	Fonds publics	Öffentliche Erträge	28	29,9
Advertising	Publicité	Werbung	5	5,9
Sponsorship	Parrainage	Sponsorship	1,4	3,1
Others	Autres	Sonstige	1,4	1,1
Total	Total	Summe	35,8	40

↗ BNT/UEF-EBU



The Law on Radio and Television (LRTV) adopted by Parliament on 24 March 2006 overhauled the Swiss audiovisual legal regime. To implement the provisions of the law, the Federal Council adopted a new Decree on Radio and Television (DRTV). The Decree entered into force on 1 April 2007.

Broadcasters who command neither a share of fees nor guaranteed distribution will no longer require a licence and will not have to fulfil a service mandate. They will merely be subject to compulsory registration. Private broadcasters now have more advertising options, and the share of the reception fees for local/regional radio stations and television channels has been increased (fee splitting). The Decree specifies that the financing of an individual broadcaster may amount to no more than half of its operating costs. However, in the case of regional television broadcasters in areas that are particularly expensive to operate, the upper limit is set at 70%.

The Decree also implements the legal provisions on the admissibility of advertising and sponsorship. Private broadcasters have significantly more commercial freedom (duration of advertising, commercial breaks, introduction of new forms of advertising such as split-screen and virtual advertising). For the public broadcaster SRG SSR idée suisse, the status quo remains, with a few exceptions: SRG SSR idée suisse is now also banned from broadcasting commercial programme windows, as well as independent advertising and sponsorship on the Internet. On the other hand, its options have been extended with regard to television (among other things, the inclusion of virtual and split-screen commercials during the transmission of sports programmes). Furthermore, product placement is still permitted. Provisions relating to brief reports on public events have doubled the maximum time slot to three minutes. In addition, an obligation to indicate aurally or visually any programmes on freely available television channels that could be potentially inappropriate for young viewers was added.

On 28 November 2007, the Federal Council granted the SRG SSR idée suisse a new concession with a term of ten years. This concession, which came into force on 1 January 2008, contains terms of reference that involve a number of obligations for the SRG SSR idée suisse, primarily in the areas of information, culture and training. The federal government also imposes quality requirements to guarantee that the SRG SSR idée suisse's channels clearly differ from the commercial services.

Where cable distribution of programmes is concerned, the Federal Council has implemented the provision making it possible to oblige cable network operators to

La loi sur la radio et la télévision (TRTV) adoptée par le parlement le 25 mars 2006 avait remis à jour le régime juridique de l'audiovisuel suisse. Pour mettre en œuvre les dispositions de cette loi, le Conseil fédéral a adopté un nouveau décret sur la radio et la télévision (DRTV). Celui-ci est entré en vigueur le 1^{er} avril 2007.

Les diffuseurs qui ne bénéficient ni d'une quote-part de la redevance, ni d'une diffusion garantie, n'auront plus l'obligation de solliciter une licence ni de remplir un mandat de prestations. Ils ne seront plus soumis qu'à une inscription obligatoire. Les diffuseurs privés disposent désormais de possibilités plus larges en matière de publicité, et la part des redevances de réception a augmenté pour les stations de radio et les chaînes de télévision locales et régionales (répartition des quotes-parts). Le décret spécifie que le financement d'un diffuseur ne peut excéder la moitié de ses coûts d'exploitation. En revanche, dans le cas des télévisions régionales opérant dans les zones les plus coûteuses en termes d'exploitation, cette limite est fixée à 70 %.

Le décret met également en œuvre les dispositions légales relatives à l'admissibilité de la publicité et du parrainage. Les chaînes privées disposent d'une liberté supplémentaire non négligeable (durée des publicités, nombre de pauses, introduction de nouvelles formes de publicité, comme les écrans multiples et la publicité virtuelle). Pour le diffuseur public, SRG SSR idée suisse, la situation reste inchangée à quelques exceptions près : il ne peut plus, désormais, diffuser des fenêtres de programmes commerciaux, ni faire de la publicité et du parrainage indépendants sur Internet. Par ailleurs, ses possibilités sont élargies en termes de télévision (entre autres, inclusion de la publicité virtuelle et des écrans multiples au cours des émissions sportives). De plus, le téléachat reste autorisé. Les dispositions relatives aux extraits portant sur des événements publics doublent le temps maximum, qui passe à trois minutes. En outre, une disposition vient s'ajouter en faveur des mineurs : l'obligation de signaler par des moyens optiques ou acoustiques les émissions, diffusées sur les chaînes gratuites, susceptibles de leur porter préjudice.

Le 28 novembre 2007, le Conseil fédéral a octroyé à la SRG SSR idée suisse une nouvelle concession, d'une durée de 10 ans, entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008. Cette concession contient un mandat de prestations élargi impliquant des obligations pour la SRG SSR idée suisse, en premier lieu dans le domaine de l'information, de la culture et de la formation. Le gouvernement fédéral fixe en outre des contraintes en matière de qualité, afin de garantir que les chaînes de la SRG SSR idée suisse de

Durch das am 24. März 2006 vom Parlament verabschiedete Bundesgesetz für Radio und Fernsehen (RTVG) wurde der audiovisuelle Sektor der Schweiz rechtlich neu geordnet. Die Ausführungsbestimmungen zu dem Gesetz wurden nun vom Bundesrat mit der Radio- und Fernsehverordnung (RTVV) verabschiedet, die am 1. April 2007 in Kraft trat.

Programmveranstalter, die weder einen Gebührenanteil noch eine garantierte Verbreitung beanspruchen, benötigen danach künftig keine Konzession mehr und müssen keinen Leistungsauftrag erfüllen. Sie unterstehen lediglich einer Meldepflicht. Private Veranstalter erhalten weitergehende Werbemöglichkeiten, und die Anteile für lokale sowie regionale Radio- und Fernsehveranstalter aus den Empfangsgebühren werden erhöht (Gebührensplitting). Die Verordnung legt fest, dass die Gebührenfinanzierung für einen einzelnen Veranstalter höchstens die Hälfte seiner Betriebskosten ausmachen darf. Bei Regionalfernsehveranstaltern in besonders aufwendig zu versorgenden Gebieten liegt die Obergrenze bei 70 %.

Die Ausführungsbestimmungen zum Gesetz betreffen auch die Zulässigkeit von Werbung und Sponsoring. Private Veranstalter erhalten wesentlich mehr kommerzielle Freiheiten (Werbedauer, Unterbrecherwerbung, Einführung neuer Werbeformen wie Bildschirmteilung und virtuelle Werbung). Für die öffentlich-rechtliche Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG SSR idée suisse) bleibt es mit einigen Ausnahmen beim Status quo: So ist der SRG SSR idée suisse jetzt auch die Ausstrahlung von Verkaufssendungsfenstern sowie von eigenständiger Werbung und Sponsoring im Internet untersagt. Erweitert werden ihre Möglichkeiten aber im Fernsbereich (beispielsweise durch Zulässigkeit von virtueller und Split-Screen-Werbung während Sportübertragungen), und auch die Produktplatzierung ist ihr weiterhin erlaubt. Die Höchstdauer des Anspruchs auf Kurzberichterstattung über öffentliche Ereignisse wurde gegenüber dem Entwurf auf drei Minuten verdoppelt. Zudem wurde eine Pflicht zur optischen oder akustischen Kennzeichnung von jugendgefährdenden Sendungen im frei empfangbaren Fernsehen eingefügt.

Am 28. November 2007 erteilte der Bundesrat der SRG SSR idée suisse eine neue Konzession für die Dauer von 10 Jahren ab dem 1. Januar 2008. Diese Konzession beinhaltet einen erweiterten Leistungsauftrag, welcher die SRG SSR idée suisse in erster Linie zur Information, Kultur und Bildung verpflichtet. Die Landesregierung will zudem mit Qualitätsvorgaben gewährleisten, dass sich die Sender von SRG SSR idée suisse deutlich von kommerziellen Angeboten unterscheiden.

broadcast certain foreign channels in addition to Swiss channels. This concerns the following eight foreign television channels: Arte, 3sat, Euronews, TV5, ARD, ORF 1, France 2 and Rai Uno. The Decree also fixes the maximum number of channels that a cable network operator is obliged to broadcast (25 analogue television channels, which includes both foreign and Swiss channels).

As Switzerland has a dense cable penetration, the three language-based markets are largely occupied by the channels of the respective neighbouring countries. Moreover, various foreign channels (RTL and RTL II, M6) offer versions with commercials specific to Switzerland, which is problematic for the regulatory body OFCOM.

The main cable operator, Cablecom (a subsidiary of the UPC group) has positioned itself as the principal initiator of the "quadruple play" offering. Its range of digital channels includes new channels such as 3+ and the three C:More film channels.

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

On 13 May 2008, Swisscom launched Bluewin TV Mobile, its television service to personal mobiles. This service was expanded in October 2008 and enables subscribers to receive up to 120 television channels and 80 radio stations.

On 8 July 2008, OFCOM granted a concession to 27 USW (ultra short waves) radio broadcasters and 6 regional television broadcasters. These 33 broadcasters were the only ones competing for the grant of a concession in their licensed area. The department will deal with the more complex procedures involving several applicants in autumn 2008.

➔ BAKOM – OFCOM – UCOM:
<http://www.bakom.ch>
Publica Data: <http://www.publicadata.ch>
Legal aspects: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

distinguent clairement des offres commerciales.

En matière de transmission par câble, le Conseil fédéral a mis en œuvre une disposition qui permet d'obliger les câblo-opérateurs à diffuser certaines émissions étrangères en plus des émissions suisses. Voici les huit chaînes étrangères concernées : Arte, 3sat, Euronews, TV5, ARD, ORF 1, France 2 et Rai Uno. Le décret fixe également le nombre maximal d'émissions qu'un câblo-opérateur est obligé de transmettre (25 chaînes de télévision analogiques incluant les chaînes étrangères et suisses).

La Suisse étant fortement câblée, les trois marchés linguistiques sont en grande partie occupés par les chaînes des pays voisins. Diverses chaînes étrangères (RTL et RTL II, M6) proposent d'ailleurs des versions avec des écrans publicitaires spécifiques à la Suisse, ce qui cause problème à l'instance de régulation, l'OFCOM.

Le principal opérateur du câble, Cablecom (filiale du groupe UPC) s'est positionné comme le principal initiateur de l'offre « quadruple play ». Son offre numérique inclut de nouvelles chaînes telles que 3+ et les trois chaînes de film C:More.

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

Le 13 mai 2008, Swisscom a lancé son offre de télévision vers les mobiles personnels, Bluewin TV Mobile. Cette offre, renforcée en octobre 2008, permet aux abonnés de recevoir jusqu'à 120 chaînes de télévision et 80 stations de radio.

Le 8 juillet 2008, l'OFCOM a octroyé une concession à 27 diffuseurs de radio OUC (ondes ultra courtes) et à 6 diffuseurs régionaux de télévision. Ces 33 diffuseurs étaient seuls en lice pour l'octroi d'une concession dans leur zone de desserte. Le département traitera les procédures plus complexes impliquant plusieurs candidats durant l'automne 2008.

➔ BAKOM – OFCOM – UCOM :
<http://www.bakom.ch>
Publica Data : <http://www.publicadata.ch>
IRIS Merlin : <http://merlin.obs.coe.int>

Bei der Verbreitung von Programmen über Kabel hat der Bundesrat von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, die Kabelnetzbetreiber zusätzlich zu den Schweizer Programmen zur Verbreitung von bestimmten ausländischen Programmen zu verpflichten. Es handelt sich dabei um die acht Fernsehprogramme Arte, 3sat, Euronews, TV5, ARD, ORF 1, France 2 und Rai Uno. Die Verordnung bestimmt auch die Höchstzahl der Programme, die ein Kabelnetzbetreiber analog verbreiten muss (25 Fernsehprogramme, ausländische und schweizerische Programme zusammengefasst).

Da große Teile der Schweiz verkabelt sind, finden sich in den drei Sprachenmärkten in erheblichem Umfang die Sender aus dem benachbarten Ausland. Verschiedene ausländische Fernsehsender (RTL und RTL II, M6) bieten Programmfassungen mit eigenen, speziell auf die Schweiz zugeschnittenen Werbefenstern an, was dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) Sorge bereitet.

Der wichtigste Kabelnetzbetreiber, Cablecom (Tochter der Gruppe UPC) hat sich als Hauptinitiator des „Quadruple-Play“-Angebots positioniert. Sein digitales Angebot umfasst neue Sender wie 3+ und die drei Spielfilmkanäle C:More.

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

Am 13. Mai 2008 hat Swisscom ihr Fernsehangebot fürs Handy gestartet: Bluewin TV Mobile. Dieser Dienst, der im Oktober 2008 erweitert wurde, ermöglicht den Abonnenten den Empfang von bis zu 120 Fernseh- und 80 Hörfunksender.

Am 8. Juli 2008 erteilte das BAKOM 27 UKW-Radio- und 6 Regionalfernsehveranstalter eine Konzession. Diese 33 Veranstalter waren in ihren Versorgungsgebieten ohne Konkurrenz angetreten. Die Entscheidungen in den komplexeren Verfahren mit mehreren Kandidaten sollten im Herbst 2008 getroffen werden.

➔ BAKOM – OFCOM – UCOM:
<http://www.bakom.ch>
Publica Data: <http://www.publicadata.ch>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	7 509
Households	Ménages	Haushalte	–	3 314
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	95%	3 148
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	87%	2 881
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	12%	401
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	14%	470
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	14%	470
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	2%	60
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	8%	265
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	36%	1 196
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	81%	2 696
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	61%	2 026
Unicast TV subscribers	Abonnées TV Unicast	Unicast TV-Abonnenten	–	80

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	>260
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	3	0		3
Cable/Satellite/IPTV channels	Cable/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	4	7		11
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	~	~		60
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0		0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	1		1
Total	Total	Gesamt	7	8		15
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	3	39		42

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Terrestrial Digital	Cable Cablecom German	Cable Cablecom French	Cable Cablecom Italian	Satellite SatAccess	IPTV Bluewin TV
Generalist - foreign	0	0	33	34	33		22	
Adults	0	0	4	3	2			
Children	0	0	12	9	3		4	
Film	0	0	7	9	2		9	
Culture/Documentary/Education	0	0	16	12	3		8	
Entertainment/TV Fiction	0	0	27	18	14		7	
Cultural minorities	0	0	3	1	1			
Home shopping	0	0	1		1		1	
News/Business	0	0	14	12	13	1	5	
International channels	0	0	15	19	15		3	
Leisure/travel	0	0	1	1			1	
Lifestyle	0	0	4	2	1		3	
Music	0	0	7	10	3		3	
Parliamentary	0	0						
Regional/Local	4	4	8	2	7	3	21	
Religion	0	0						
Sports	0	0	14	12	7		7	
Lifestyle	0	0	4	2	1		10	
Various	0	0	2	2	2		~	

Financial situation
of SRG SSR idée suisse
EUR million.

Situation financière
de la SRG SSR idée suisse
Millions EUR.

*Wirtschaftliche Lage
von SRG SSR idée suisse*

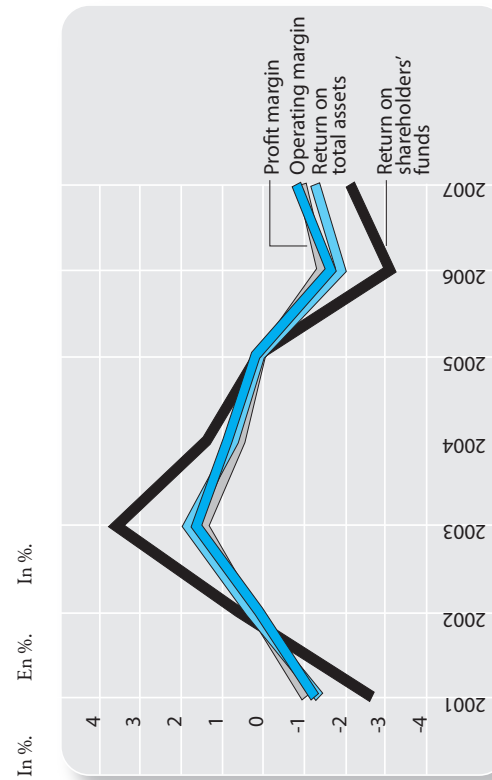
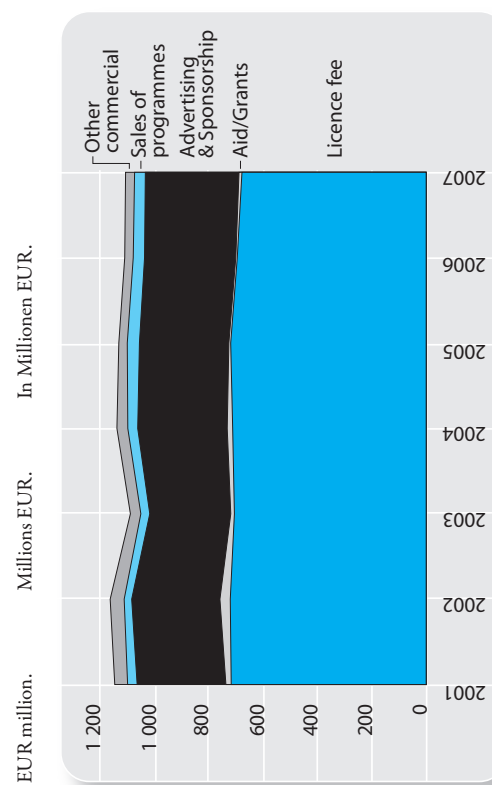
T.1.CH.1
G.1.CH.1
2005-2007

Income	Erträge					
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Total public income	725,41	699,95	688,07	64,2%	63,2%	62,3%
- Aid/Grants	-	-	-	-	-	-3,5%
- Subventions	-	-	-	-	-	-18,8%
- Licence fee	6,76	5,49	10,81	0,6%	0,5%	1,0%
- Redevance	718,65	694,46	677,26	63,6%	62,7%	61,3%
Total commercial income	404,59	408,31	417,06	35,8%	36,8%	37,7%
- Advertising	-	-	-	-	-	0,9%
- Publicité	296,21	297,80	305,82	26,2%	26,9%	27,7%
- Sponsorship	32,56	37,62	38,58	2,9%	3,4%	3,5%
- Parrainage	-	-	-	-	-	15,5%
- Sales of programmes	44,72	41,58	39,52	4,0%	3,8%	3,6%
- Programverkäufe	-	-	-	-	-	-7,0%
- Other commercial income	31,10	31,31	33,14	2,8%	2,8%	3,0%
- Autres recettes commerciales	-	-	-	-	-	0,7%
Total	1 130,00	1 108,27	1 105,13	100,0%	100,0%	100,0%
Operating revenues	1 026,40	995,08	983,26			-1,9%
Produit d'exploitation						-3,1%

Expenditure	Aufwendungen					
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Purchase of goods and services	480,80	494,83	478,63	46,9%	48,9%	48,3%
- Achats de biens et services	-	-	-	-	-	2,9%
- Dépenses de personnel	469,72	452,81	462,85	45,8%	44,8%	46,7%
- Cost of personnel	-	-	-	-	-	-3,6%
- Depreciation	74,04	63,99	49,86	7,2%	6,3%	5,0%
- Amortissements	-	-	-	-	-	-13,6%
Operating expenditure	1 024,56	1 011,64	991,34	100,0%	100,0%	100,0%
Dépenses opérationnelles						-1,3%

Net result	Résultat net	-0,19	-14,79	-9,74	7 684,2%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	0,18	-1,66	-0,82	

➔ SRG-SSR idée suisse/OBS



TV audience market share in German-speaking Switzerland

Parts de marché d'audience TV en Suisse alémanique

Marktanteile der Fernsehdienste in der deutschsprachigen Schweiz

T.1.CH.2
G.1.CH.2
2003-2007

In %, 3 years +.

En %, 3 ans et +.

In %, ab 3 Jahre.

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (18:00-23:00) Heures de grande écoute (18h-23h) Primetime (18-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
SF1	26,0	24,8	23,8	23,7	24,1	34,9	33,6	32,9	32,2	32,6
SF2	8,0	8,9	8,5	9,7	8,2	8,1	9,5	8,6	9,6	7,5
SF info	~	~	1,0	1,1	1,2	~	~	0,7	0,8	0,9
3sat	1,0	0,9	1,0	1,0	1,1	0,9	0,8	0,9	0,9	1,0
TSR1	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
TSI1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
ARD	5,7	5,7	5,8	6,0	5,7	5,8	6,0	6,1	6,1	6,1
ZDF	4,5	4,8	5,0	5,2	5,1	4,7	4,9	5,0	5,1	5,0
ORF1	4,4	4,1	4,2	3,6	3,4	3,7	3,2	3,6	3,2	3,0
ORF2	2,2	2,2	2,2	2,3	1,9	1,6	1,7	1,6	1,6	1,2
RTL	8,0	7,9	7,4	7,3	7,0	7,0	6,7	6,3	6,3	6,4
PRO 7	5,6	5,0	4,6	4,4	4,3	4,6	4,3	3,8	3,7	3,8
SAT 1	5,7	6,2	6,7	6,4	6,0	4,3	4,3	4,7	4,6	4,1
RTL 2	3,7	3,8	3,1	2,6	2,7	3,2	3,3	2,7	2,3	2,3
VOX	~	3,0	3,4	3,1	3,5	~	2,6	3,1	2,8	3,3
Kabel Eins	~	2,4	2,5	2,3	2,2	~	2,0	2,1	2,2	2,1
SuperRTL	~	3,0	3,0	2,8	2,8	~	2,3	2,6	2,4	2,3
TELEZ	~	1,7	1,7	1,7	1,7	~	2,2	2,2	2,0	2,0
Eurosport	~	1,1	1,1	1,1	1,1	~	0,8	0,7	0,8	0,7
Bayern 3	~	1,1	1,2	1,3	1,2	~	1,1	1,1	1,1	1,2
SW3	~	1,6	1,6	1,6	1,7	~	1,4	1,3	1,4	1,5
ARTE / KIKA (1)	~	1,5	1,4	-	-	~	1,2	1,2	-	-
ARTE	~	~	-	0,6	0,7	~	~	-	0,7	0,8
KIKA	~	~	-	0,7	-	~	~	-	0,4	-
DSF	~	~	0,6	0,5	0,6	~	~	0,5	0,4	0,5
N-TV	~	~	0,4	0,3	0,2	~	~	0,2	0,2	0,1
MTV	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	0,4
Others Autres Sonstige	24,7	9,9	9,2	10,3	12,5	20,8	7,7	7,7	8,8	10,8

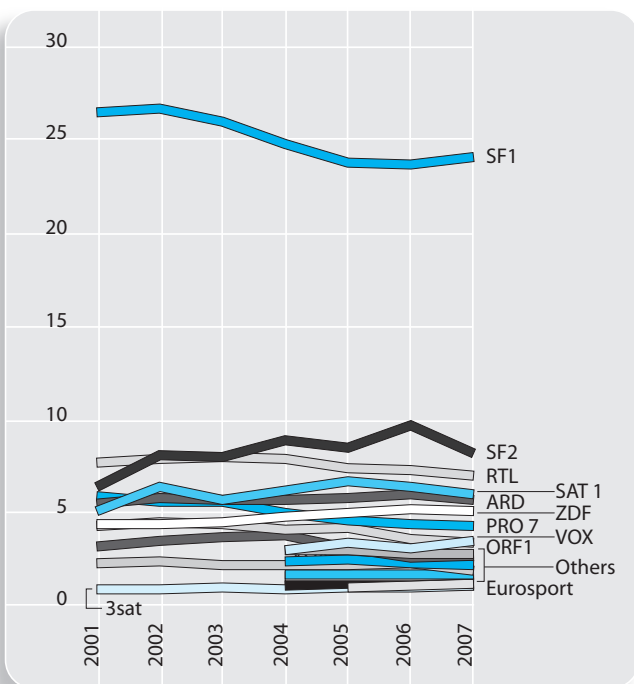
(1) ARTE and KIKA have been measured separately since 2006.

(1) ARTE et KIKA sont mesurées séparément depuis 2006.

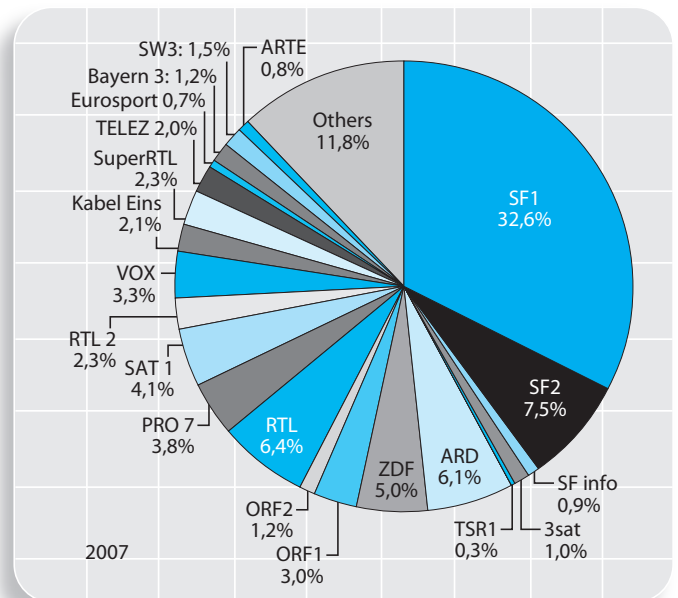
(1) ARTE und KIKA werden seit 2006 getrennt gemessen.

► Eurodata TV Worldwide/Publica Data

Daily share. In %, 3 years +. Ensemble de la journée. En %, 3 ans et +. Ganztägig. In %, ab 3 Jahre.



Prime time (18:00-23:00). In %, 3 years +. Heures de grande écoute (18h-23h). En %, 3 ans et +. Primetime (18-23 Uhr). In %, ab 3 Jahre.



TV audience market share in Italian-speaking Switzerland

In %, 3 years +.

Parts de marché d'audience TV en Suisse italophone

En %, 3 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste in der italienischsprachigen Schweiz

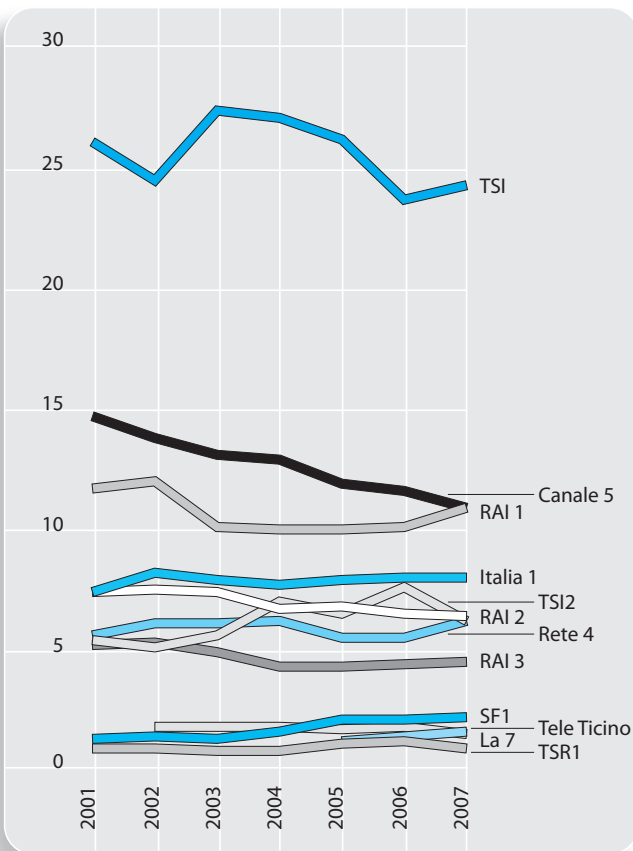
In %, ab 3 Jahre.

T.1.CH.3
G.1.CH.3
2003-2007

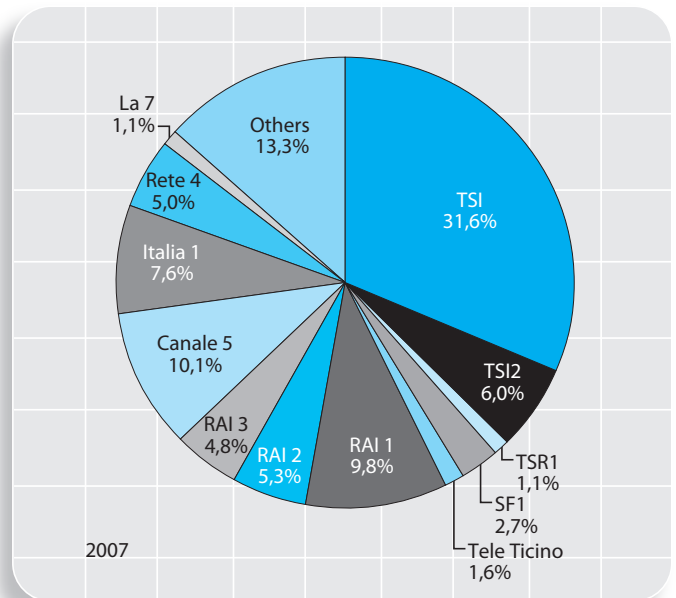
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (18:00-23:00) Heures de grande écoute (18h-23h) Primetime (18-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
TSI	27,4	27,1	26,2	23,7	24,3	34,4	33,8	33,0	31,1	31,6
TSI2	5,6	7,0	6,5	7,6	6,2	5,5	7,1	6,4	8,2	6,0
TSR1	0,8	0,8	1,1	1,2	0,9	0,9	0,9	1,3	1,3	1,1
SF1	1,3	1,6	2,1	2,1	2,2	1,5	2,0	2,7	2,8	2,7
Tele Ticino	-	-	1,2	1,4	1,6	-	-	1,2	1,4	1,6
RAI 1	10,1	10,0	10,0	10,1	10,9	9,2	9,4	8,8	8,8	9,8
RAI 2	7,4	6,7	6,8	6,5	6,4	6,7	5,8	5,9	5,2	5,3
RAI 3	4,9	4,3	4,3	4,4	4,5	5,0	4,4	4,5	4,6	4,8
Canale 5	13,1	12,9	11,9	11,6	10,9	12,9	12,2	11,5	10,2	10,1
Italia 1	7,9	7,7	7,9	8,0	8,0	7,0	6,4	7,6	8,1	7,6
Rete 4	6,1	6,2	5,5	5,5	6,2	4,9	5,4	4,9	4,7	5,0
La 7	1,8	1,8	1,7	1,8	1,5	1,2	1,2	1,2	1,3	1,1
Others	13,6	13,9	14,8	16,1	16,4	10,8	11,4	11,0	12,3	13,3

➔ Eurodata TV Worldwide/Publica Data

Daily share. In %, 3+.
Ensemble de la journée. En %, 3 ans et +.
Ganztägig. In %, ab 3 Jahre.



Prime time (18:00-23:00). In %, 3 years +.
Heures de grande écoute (18h-23h). En %, 3 ans et +.
Primetime (18-23 Uhr). In %, ab 3 Jahre.



TV audience market share in French-speaking Switzerland

In %, 3 years +.

Parts de marché d'audience TV en Suisse romande

En %, 3 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste in der französischsprachigen Schweiz

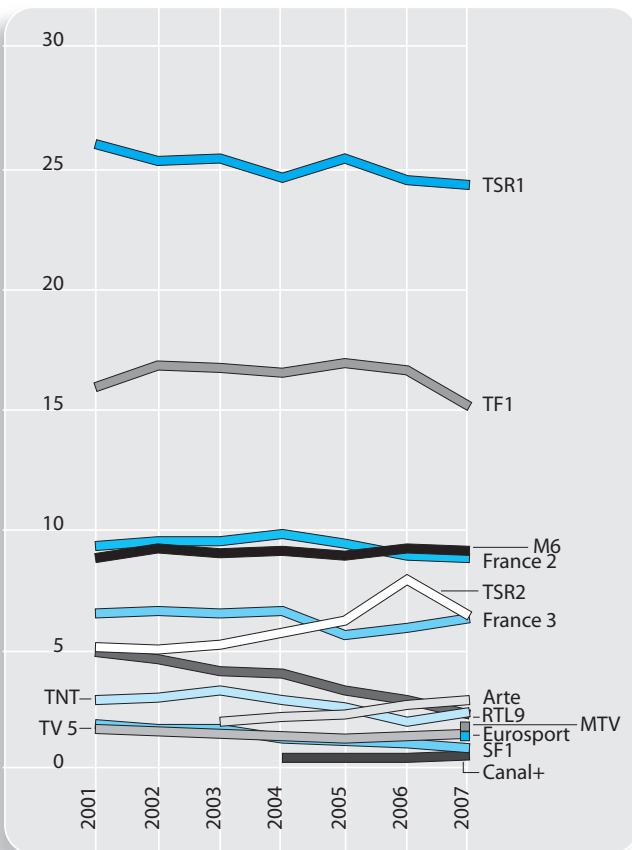
In %, ab 3 Jahre.

T.1.CH.4
G.1.CH.4
2003-2007

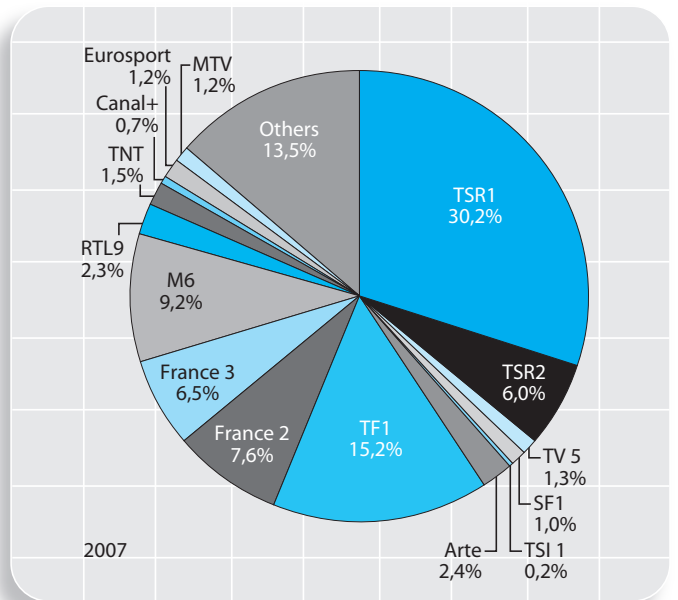
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (18:00-23:00) Heures de grande écoute (18h-23h) Primetime (18-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
TSR1	25,4	24,6	25,4	24,5	24,3	31,2	30,6	31,6	31,1	30,2
TSR2	5,2	5,7	6,2	7,9	6,4	5,3	6,2	6,5	8,2	6,0
TV 5	1,5	1,4	1,3	1,4	1,5	1,1	1,0	0,9	0,9	1,3
TVRL	~	0,1	0,1	0,1	0,1	~	0,1	0,1	0,1	0,1
LMB	~	0,0	0,1	0,1	~	~	0,0	0,1	0,1	~
TVM3	~	~	0,2	0,1	0,2	~	~	0,1	0,1	0,1
SF1	1,7	1,3	1,2	1,1	0,9	2,1	1,7	1,5	1,1	1,0
TSI 1	0,4	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2
Arte	2,0	2,2	2,3	2,7	2,9	1,8	1,9	2,0	2,2	2,4
TF1	16,7	16,5	16,9	16,6	15,1	16,6	15,9	16,0	15,6	15,2
France 2	9,5	9,8	9,4	8,9	8,8	7,8	8,1	8,0	7,7	7,6
France 3	6,5	6,6	5,6	5,9	6,3	6,6	6,4	5,9	6,0	6,5
M6	9,0	9,1	8,9	9,2	9,1	9,1	9,0	8,6	9,0	9,2
RTL9	4,1	4,0	3,3	2,9	2,3	4,2	3,9	3,2	2,8	2,3
TNT	3,3	2,9	2,6	2,0	2,4	1,8	1,8	1,7	1,3	1,5
AB1	~	0,6	0,7	0,7	0,4	~	0,4	0,5	0,5	0,3
Canal+	~	0,5	0,5	0,5	0,6	~	0,5	0,5	0,5	0,7
Eurosport	~	~	~	~	1,8	~	~	~	~	1,2
MTV	~	~	~	~	1,4	~	~	~	~	1,2
Others	14,7	14,5	15,0	15,1	15,2	12,1	12,3	12,5	12,5	13,0

➡ Eurodata TV Worldwide/Publica Data

Daily share. In %, 3+.
Ensemble de la journée. En %, 3 ans et +.
Ganztägig. In %, ab 3 Jahre.



Prime time (18:00-23:00). In %, 3 years +.
Heures de grande écoute (18h-23h). En %, 3 ans et +.
Primetime (18-23 Uhr). In %, ab 3 Jahre.



Breakdown by genre of SRG SSR idée suisse TV programme output

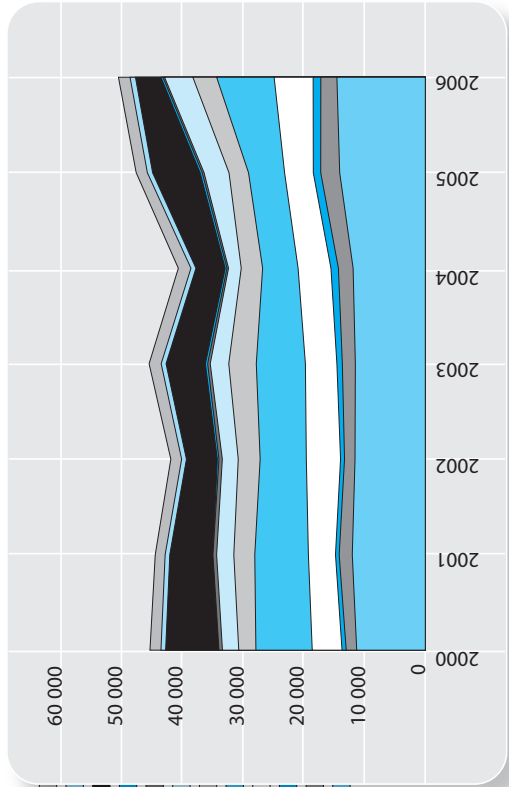
Inhaltliche Aufteilung der SRG SSR idée suisse Fernsehprogramme

T.1.CH.5
G.1.CH.5
2005-2006

Hours. In Stunden.

Genre	Aufteilung	Total		SF 1/2		TSR 1/2		TSI 1/2		Total		SF 1/2		TSR 1/2		TSI 1/2		Total		
		2005	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006
Fiction	Fiktion	14 072	6 293	4 584	483	932	222	1 260	14 531	39,4%	27,0%	2,8%	5,3%	28,8%	3,3%	20,9%	0,6%	1,3%	2,5%	3,1%
Entertainment	Unterhaltung	3 116	1 229	98	1 632	1 767	3 013	6 412	2 644	7,7%	10,2%	10,4%	17,2%	12,7%	-15,1%	5,2%	5,9%	0,6%	1,3%	2,5%
Music	Musik	1 222	940	1 128	3 208	1 001	1 175	1 732	3 908	5,9%	6,3%	6,9%	9,9%	7,7%	3,1%	2,5%	6,3%	6,9%	9,9%	7,7%
Sport	Sport	4 718	1 632	1 175	4 099	1 690	1 553	1 406	4 649	10,6%	10,6%	9,2%	8,0%	9,2%	13,4%	8,0%	10,6%	9,2%	8,0%	9,2%
News	Nachrichten	5 927	1 128	0	298	220	34	254	339	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	-14,8%	0,5%	1,4%	0,0%	0,2%	0,5%
Information	Information	3 208	1 001	80	7 802	698	1 094	4 188	4 188	0,5%	1,1%	1,1%	0,4%	0,7%	-4,2%	0,7%	0,5%	1,1%	0,4%	0,7%
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	4 099	1 690	333	863	333	301	257	891	4,4%	4,4%	14,1%	6,2%	8,3%	-46,3%	8,3%	2,1%	1,8%	1,5%	1,8%
Education	Bildung	298	220	717	1 837	717	780	408	1 905	4,5%	4,5%	4,6%	2,3%	3,8%	3,7%	4,6%	4,5%	4,6%	2,3%	3,8%
Religion	Religion	354	80	185	74	339	0,5%	1,1%	0,4%	0,7%	-4,2%	0,7%	0,4%	0,7%	-4,2%	0,7%	0,5%	1,1%	0,4%	0,7%
Others	Sonstige	7 802	698	2 396	1 094	4 188	4,4%	14,1%	6,2%	8,3%	-46,3%	8,3%	2,1%	1,8%	1,5%	1,8%	1,5%	1,8%	1,5%	1,8%
Presentation/Promotion	Vorschau/Eigenwerbung	863	333	301	257	891	4,4%	14,1%	6,2%	8,3%	-46,3%	8,3%	2,1%	1,8%	1,5%	1,8%	1,5%	1,8%	1,5%	1,8%
Advertising	Werbung	1 837	717	780	408	1 905	4,5%	4,6%	2,3%	3,8%	3,7%	4,6%	2,3%	3,8%	3,7%	4,6%	4,5%	4,6%	2,3%	3,8%
Total	Summe	47 516	15 961	16 963	17 508	50 432	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,1%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,1%

↗ SSR SRG idée suisse/UER-EBU



Genre	Aufteilung
Advertising	Werbung
Presentation/Promotion	Vorschau/Eigenwerbung
Others	Sonstige
Religion	Religion
Education	Bildung
Arts/Humanities/Sciences ⁽¹⁾	Kunst/Kultur/Wissenschaft ⁽¹⁾
Information	Information
News	Nachrichten
Sport	Sport
Music	Musik
Entertainment	Unterhaltung
Fiction	Fiktion

(1) 2000-2001: Y compris 'Religion'. (1) 2000-2001: inkl. 'Religion'.

The audiovisual landscape in Cyprus is composed of the channels operated by the public broadcaster CYBC (RIK1, RIK2, RIK Sat), two Cypriot private channels (Sigma and CNC plus) and the sister channels of the main Greek commercial stations (ANT1 and Mega). The market is completed by two sets of pay-TV channels (Alfa TV and LTV), a number of specialist channels and around 10 local channels. Finally, Cyprus is also the home of several religious channels (mostly Christian) broadcast in the Middle East (sat-7, METV, etc).

In 2007, ANT1 consolidated its position as the market leader, attracting more daily and prime-time viewers than Sigma. In contrast, the audience share of the public channels dropped sharply: RIK1 and RIK2 lost 1.8% and 1.4% of their daily audience share respectively (falling to 13.4% and 5.8%), while that of the Greek public channel ET1 fell by 0.3% (to 2.9%). Several private channels also saw their performance levels fall (Sigma and particularly Mega, whose market share fell by 2.8%). One of the reasons for this could be the breakthrough made by the channel CNC Plus, the sixth free terrestrial channel launched in 2006 and measured for the first time in 2007, when it recorded a 2.9% daily audience market share.

The multi-channel market was affected in March 2008 by the withdrawal of the satellite platform Athina Sat, launched in 2005. This decision, which led to the closure of several specialist channels (All Movies, Kidz Channel, Cine Greek, M24 and Globe documentaries), followed the departure of the pay-TV channels Alfa and LTV (which holds the rights to broadcast Cypriot football) to rival platform Nova Cyprus. Nova (Multichoice Hellas) therefore remains the only satellite platform in Cyprus. Multi-channel services are also offered by several cable (Cablenet) and ADSL networks (CYTA since 2004 and PrimeTel since 2006).

The country's political division is reflected in its media landscape. The operators established in the northern part of the country are not recognised by the Cypriot administrative authorities.

► Cyprus Radio-Television Authority : <http://www.crta.org.cy>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Audience data: AGB Nielsen
Media Research Cyprus / Eurdata-TV

Le paysage audiovisuel chypriote est composé des chaînes du radio-diffuseur de service public CYBC (RIK1, RIK2, RIK Sat), de deux stations privées chypriotes (Sigma et CNC plus) et des chaînes sœurs des principales stations commerciales grecques (ANT1 et Mega). Le marché est complété par deux ensembles de chaînes à péage (Alfa TV et LTV), quelques chaînes thématiques et une dizaine de chaînes locales. Chypre a enfin pour particularité d'héberger plusieurs chaînes religieuses (pour la plupart chrétiennes) à destination du Moyen-Orient (sat-7, METV...).

En 2007, ANT1 conforte sa position de leader et dépasse désormais Sigma en audience quotidienne et en prime-time. En revanche, l'audience des chaînes publiques a connu une chute importante : RIK1 et RIK2 perdent respectivement 1,8 et 1,4 points de parts de marché d'audience quotidienne pour s'établir à 13,4 et 5,8 % et la chaîne publique grecque ET1 perd 0,3 point de parts de marché (à 2,9 %). Plusieurs chaînes privées enregistrent aussi des performances en recul (Sigma et surtout Mega qui abandonne 2,8 points de parts de marché). L'une des explications pourrait se trouver dans la percée de la chaîne CNC Plus, la sixième chaîne terrestre gratuite lancée en 2006 et mesurée pour la première fois en 2007, qui capte 2,9 % de parts de marché d'audience quotidienne.

Le marché de la transmission multichaines a été marqué en mars 2008 par l'arrêt de la plate-forme satellite Athina Sat, lancée en 2005. Cette décision, qui a provoqué la disparition de plusieurs chaînes thématiques (All Movies, Kidz Channel, Cine Greek, M24 ou Globe documentaries), fait suite au départ des chaînes à péage Alfa et LTV (qui détient les droits de diffusion du football chypriote) vers la plate-forme rivale Nova Cyprus. Nova (Multichoice Hellas) demeure donc désormais l'unique plateforme satellite commercialisée à Chypre. L'offre multichaine est par ailleurs satisfaite par plusieurs offres de télévision par câble (Cablenet) ou via ADSL (CYTA depuis 2004 et PrimeTel depuis 2006).

La division politique du pays se reflète dans son paysage médiatique. Les opérateurs établis dans la partie nord ne sont pas reconnus par l'administration chypriote. Il s'agit principalement de l'organisme de radiotélévision en turc, Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT), qui est totalement sous le contrôle de l'administration chypriote-turque, ainsi que de plusieurs stations locales.

► Cyprus Radio-Television Authority : <http://www.crta.org.cy>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Données d'audience : AGB Nielsen
Media Research Cyprus/Eurodata-TV

Die Fernsehlandschaft Zyperns setzt sich zusammen aus den Sendern des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters CYBC (RIK1, RIK2, RIK Sat), zwei zypriotischen Privatkanälen (Sigma und CNC plus) sowie den Schwesterunternehmen der wichtigsten griechischen Privatsender (ANT1 und Mega). Der Markt wird abgerundet durch zwei Pay-TV-Gesellschaften (Alfa TV und LTV), einige Spartenkanäle und ein Dutzend Lokalsender. Eine Besonderheit Zyperns sind die religiösen (meist christlichen) Fernsehveranstalter, die in den Mittleren Osten senden (sat-7, METV u. a.).

2007 konnte ANT1 seine Führungsposition ausbauen und Sigma in der Primetime und bei der täglichen Einschaltquote hinter sich lassen. Dagegen verzeichneten die öffentlich-rechtlichen Sender deutliche Verluste: RIK1 und RIK2 verloren 1,8 bzw. 1,4 % ihrer Zuschauer und kamen auf einen Marktanteil von 13,4 bzw. 5,8 %. Auch das griechische öffentlich-rechtliche Programm ET1 verlor 0,3 Punkte und sank auf einen Marktanteil von 2,9 %. Die Entwicklung ist auch bei mehreren Privatsendern negativ (bei Sigma und vor allem Mega, mit einem Verlust von 2,8 % der Marktanteile). Eine Erklärung könnte im Durchbruch von CNC Plus liegen, dem sechsten frei empfangbaren terrestrischen Kanal, der seit 2006 auf Sendung ist, 2007 zum ersten Mal mit erfasst wurde, und auf den 2,9 % der täglichen Einschaltquote entfallen.

Der Markt für Multikanalangebote war dadurch geprägt, dass die 2005 gestartete Satellitenplattform Athina Sat im März 2008 ihren Betrieb einstellte. Dieser Schritt, der den Sendestopp mehrerer Spartenkanäle nach sich zog (All Movies, Kidz Channel, Cine Greek, M24 und Globe documentaries), war eine Folge der Abwanderung der Bezahlender Alfa und LTV (der die Senderechte für die zypriotische Fußballmeisterschaft besitzt) zur Konkurrenzplattform Nova Cyprus. Nova (Multichoice Hellas) ist nunmehr noch die einzige in Zypern vermarktete Satellitenplattform. Das Multikanalangebot setzt sich zudem aus einer ganzen Reihe von Fernsehdiensten im Kabel (Cablenet) oder per DSL (CYTA seit 2004 und PrimeTel seit 2006) zusammen.

Die politische Teilung des Landes spiegelt sich auch in seiner Medienlandschaft wider. Die im Norden der Insel ansässigen Betreiber werden von der Regierung Zyperns nicht anerkannt.

► Cyprus Radio-Television Authority : <http://www.crta.org.cy>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Zuschauerdaten: AGB Nielsen
Media Research Cyprus / Eurdata-TV

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants) ⁽¹⁾	Population (habitants) ⁽¹⁾	Bevölkerung (Einwohner) ⁽¹⁾	–	868
Households ⁽²⁾	Ménages ⁽²⁾	Haushalte ⁽²⁾	–	263
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	100%	263
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	12%	31
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	~	~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	20%	53
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	20%	53
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	~	~
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	~	~
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	53%	139
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	51%	135
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

(1) Incl. Turkish Cypriots.

(1) Cypriotes turcs inclus.

(1) Inkl. türkischer Zyprioten.

(2) Government controlled area.

(2) Zone contrôlée par le gouvernement.

(2) In dem von der Regierung kontrollierten Gebiet.

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	1
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0
TV telephone packagers	Ensembleurs TV par téléphone	Handy-TV-Anbieter	0

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		2	6	8
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		1	13	14
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	9	9
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		1	5	6
Total	Total	Gesamt		4	33	37
Northern part	Partie Nord	Nordteil		1	7	8

Supply of TV channels by genre and by platform
(including foreign channels)

	08.2008	Terrestrial	Cable Cablenet	Satellite Nova Cyprus	IPTV MiVision	IPTV Primetel
Generalist - national		8	6		6	6
Generalist - foreign			3	6		
Adults				2	1	1
Children			2	2	3	3
Cultural minorities						
Culture/Documentary/Education			3	2	3	6
Entertainment/TV Fiction			2	2	4	4
Film			1	5	5	7
Home shopping						
International channels			3			2
Leisure/travel			1		1	2
Lifestyle			1	1	1	4
Music			2	3	3	6
News/Business			5	1	4	10
Parliamentary			1	1		
Regional/Local				2	1	
Religion						
Sports			4	9	11	14
Various				1		

TV audience market share

In %, 4 years +. ⁽¹⁾

Parts de marché d'audience TV

En %, 4 ans et +. ⁽¹⁾

Marktanteile der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾

T.1.CY.1

G.1.CY.1

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-22:00) Heures de grande écoute (19h-22h) Primetime (19-22 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
PIK1	9,7	12,5	14,3	15,2	13,4	13,9	13,9	14,7	13,2
PIK2	7,3	6,9	6,5	7,2	5,8	4,3	3,8	4,2	3,7
SIGMA	26,1	25,4	22,8	19,5	19,1	31,4	28,6	23,7	22,1
ANT1	21,5	20,3	18,9	19,0	21,7	19,4	17,2	20,0	23,5
MEGA	17,0	15,9	17,0	16,5	13,7	15,7	20,3	19,8	15,2
ERT	3,6	3,7	3,4	3,2	2,9	2,8	2,5	2,1	1,9
Plus TV	-	-	-	-	2,9	-	-	-	2,5
VCR	~	2,1	1,8	2,6	4,2	1,7	1,5	2,2	4,0
Others Autres Sonstige	14,8	13,2	15,3	16,8	16,3	10,8	12,2	13,3	13,9

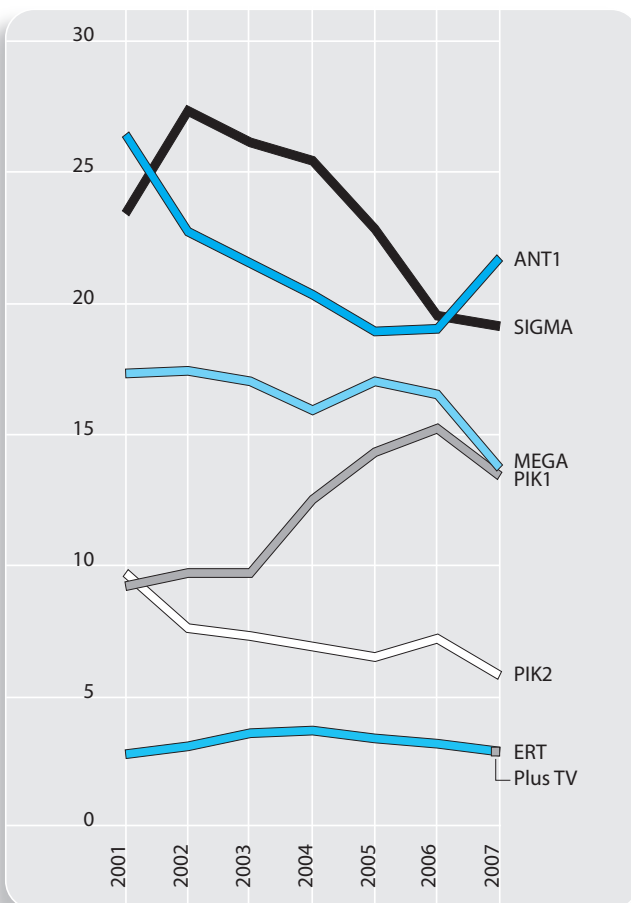
(1) Before 2003: 6 years +.

(1) Avant 2003 : 6 ans et +.

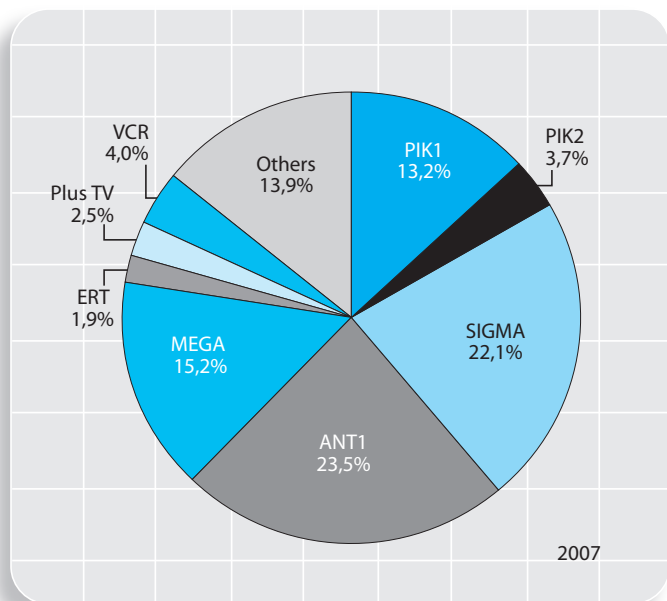
(1) Vor 2003: ab 6 Jahre.

➔ Eurodata TV Worldwide / AGB NMR CYPRUS

Daily share. In %, 4 years +. ⁽¹⁾ Ensemble de la journée. En %, 4 ans et +. ⁽¹⁾ Ganztägig. In %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾



Prime time (19:00-22:00). In %, 4 years +. Heures de grande écoute (19h-22h). En %, 4 ans et +. Primetime (19-22 Uhr). In %, ab 4 Jahre.



Following the turbulent times experienced by the Czech audiovisual sector as a result of the launch of digital terrestrial television, the government drafted a new law on the digitisation of television in 2007. Under this law, the deadlines, conditions and procedures for the development of the electronic communications network for digital terrestrial television transmission and the switch-off of analogue terrestrial broadcasting in the Czech Republic are to be determined in a "technical transition plan". This technical plan for the switch-over from analogue to digital terrestrial television broadcasting is to be drawn up by the government and will then become mandatory. The date scheduled for the complete switch-off of analogue terrestrial television broadcasting is 31 December 2012.

In April 2008, the government approved the transition plan submitted by the Czech telecommunications regulator, Český telekomunikační Úřad (ČTU), providing for the analogue signal to be switched off completely nationwide by November 2011, except in two regions (Jeseník and Zlín), which for technical reasons will be allowed to make the switch in 2012.

In the meantime, work is continuing on setting up digital networks. According to Mediaresearch, approximately 12% of the population were able to receive digital terrestrial television in late 2007. In the Domažlice region, near the German border, the analogue signal was switched off in August 2007.

In 2006, the Broadcasting Council issued six digital terrestrial television licences (to TV Barrandov, Febio TV, TV Pohoda, Z1, Ocko and RTA). As a result of an appeal against its decision, lodged *inter alia* by TV Nova and Prima TV, the Prague District Court cancelled the licences on the grounds of administrative deficiencies. Under the new law, these withdrawn licences are to be made valid again at the end of the transition period. The licences of the largest private broadcasting companies, TV Nova and Prima TV, will also be valid under the digital regime and are to be extended by eight years. Both broadcasters can obtain a further (bonus) licence when they give up their analogue capability.

Licences for terrestrial digital transmission will, in the future, be issued basically to anyone fulfilling the personal and programme-related requirements. Consequently there will be no selection or competition procedure. Anyone with a licence can enter into contracts with electronic network operators in order to broadcast their channels. The possibility of advertising on public service television, which in the original proposals was almost completely done away with, remains in place under the present bill until the end of the transitional period.

Suite à la période de turbulences traversée par le paysage audiovisuel tchèque en raison du lancement de la télévision numérique terrestre, une nouvelle loi sur la numérisation de la télévision a été élaborée par le Gouvernement en 2007. Au terme de cette loi, les délais, les conditions et les procédures en vue du développement des réseaux de communications électroniques pour une diffusion télévisuelle numérique terrestre ainsi que pour l'extinction de la diffusion analogique terrestre en République tchèque doivent être définis par le biais d'un « plan de transition technique ». Ce plan technique en vue du passage de la télévision analogique terrestre à la télévision numérique terrestre doit être élaboré par le Gouvernement et être ferme. La date d'extinction totale de la diffusion analogique terrestre a été fixée au 31 décembre 2012.

En avril 2008, le Gouvernement a approuvé le plan de transition présenté par le régulateur tchèque des télécommunications, Český telekomunikační Úřad (ČTU), prévoyant une extinction complète du signal analogique en novembre 2011 pour tout le territoire, à l'exception de deux régions (Jeseník et Zlín), qui pour des raisons techniques seront autorisées à effectuer leur transition en 2012.

D'ici là, la mise en place des réseaux numériques se poursuit. Selon Mediaresearch, 12 % de la population environ était susceptible de recevoir la télévision numérique terrestre à la fin de l'année 2007. L'extinction du signal analogique a eu lieu dès août 2007 dans la région de Domažlice, près de la frontière allemande.

En 2006, le Conseil de la radiodiffusion avait délivré six licences de télévision numérique terrestre (à TV Barrandov, Febio TV, TV Pohoda, Z1, Ocko et RTA). En raison d'une plainte émise entre autres par TV Nova et Prima TV à l'encontre de cette décision du Conseil de la radiodiffusion, le Tribunal d'Instance de Prague avait annulé ces licences pour motif d'insuffisance formelle. Conformément à la nouvelle loi, ces licences annulées seront à nouveau valables dès la fin de la période de transition. Les licences des plus grandes chaînes de télévision privée TV Nova et Prima TV vaudront également dans le domaine du numérique et seront prolongées de huit ans. Chacun des diffuseurs peut, à condition de rendre ses capacités analogiques, se voir délivrer une licence (bonus) supplémentaire.

En principe, les licences en vue de la diffusion analogique terrestre pourront désormais être délivrées aux personnes satisfaisant à des critères d'ordre personnels et liés au programme. Ainsi, il n'y aura pas de procédure de sélection ou de concours. Toute personne possédant une licence pourra conclure des contrats en vue de la diffusion de ses programmes avec des

Im Anschluss an die Turbulenzen in der tschechischen Fernsehlandschaft nach dem Start des digitalen terrestrischen Fernsehens hat die Regierung 2007 ein neues Gesetz über die Digitalisierung des Fernsehens ausgearbeitet. Laut dieses Gesetzes sollen die Fristen, Konditionen und Verfahren zur Entwicklung der elektronischen Kommunikationsnetze für die digitale terrestrische Fernsehübertragung sowie für die Abschaltung der analogen terrestrischen Ausstrahlung in der Tschechischen Republik durch einen „Technischen Übergangsplan“ festgelegt werden. Dieser technische Plan für den Übergang von der analogen zur digitalen terrestrischen Fernsehausstrahlung soll von der Regierung erstellt werden und verbindlich gelten. Als Datum für die vollständige Abschaltung der analogen terrestrischen Fernsehübertragung ist der 31. Dezember 2012 vorgesehen.

Im April 2008 hat die Regierung dem Übergangsplan der tschechischen Regulierungsbehörde, Český telekomunikační Úřad (ČTU), zugestimmt, der die vollständige landesweite Abschaltung der analogen Signale für November 2011 vorsieht, mit Ausnahme von zwei Regionen (Jeseník und Zlín), in denen die Übergangsphase aus technischen Gründen bis 2012 dauern kann.

Bis dahin werden die digitalen Netze weiter ausgebaut. Nach Informationen von Mediaresearch lag die technische Reichweite des digitalen terrestrischen Fernsehens Ende 2007 bei etwa 12 %. Die Abschaltung der analogen Signale erfolgte in der Region von Domažlice, in der Nähe der deutschen Grenze, bereits im August 2007.

Im Jahr 2006 erteilte der Rundfunkrat sechs digitale terrestrische Fernsehlicenzen (an TV Barrandov, Febio TV, TV Pohoda, Z1, Ocko und RTA). Aufgrund einer Klage gegen diese Entscheidung des Rundfunkrats unter anderem von TV Nova und Prima TV hat das Amtsgericht Prag die Lizenzen wegen formaler Unzulänglichkeiten annulliert. Gemäß dem neuen Gesetz erlangen diese annullierten Lizenzen nach Ablauf der Übergangsphase erneut ihre Gültigkeit. Die Lizenzen der größten privaten Fernsehsender TV Nova und Prima TV werden auch für den digitalen Bereich gelten und um acht Jahre verlängert werden. Jeder Sendeveranstalter kann eine zusätzliche (Bonus-) Lizenz erhalten, vorausgesetzt, die analogen Frequenzen werden zurückgegeben.

Lizenzen zur terrestrischen Digitalübertragung sollen zukünftig grundsätzlich jedem erteilt werden, der die entsprechenden persönlichen sowie auf das Programm bezogenen Voraussetzungen erfüllt. Es wird also keine Auswahl- oder Wettbewerbsverfahren geben. Jeder, der eine Lizenz hat, kann mit Betreibern

Nova TV confirmed its position as the leading broadcaster in 2007, with a market share of 39.6%, down from 41.8% in 2006. Its commercial rival Prima TV recorded a similar drop, down from 20.2% in 2006 to 19.1% in 2007. Only the leading state-owned channel, Czech TV 1, managed to increase its market share, up from 21.5% in 2006 to 22.7% in 2007; Czech TV 2's market share, on the other hand, fell from 9.3% in 2006 to 7.9% in 2007.

The concentration process continues in the cable market: Liberty Global, through its subsidiary UPC Czech, holds most of the country's subscribers; in late 2007 it had 570,000 subscribers, 124,200 of these with digital packages. There are also three competing satellite platforms: CS Link, Digi TV, controlled by Romanian cable network operator RCS/RDS, and UPC Direct (with 139,400 subscribers in late 2007), controlled by the American media giant Liberty Global.

The leading telecommunications operator O2 Czech Republic, a subsidiary of the Spanish group Telefonica, launched an IPTV platform in autumn 2006. This service, O2 TV, had approximately 70,000 subscribers in December 2007. Another IPTV package, known as Volny, was also launched by the Czech operator On Line, which was subsequently taken over by Telekom Austria.

► Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (Council for Radio and Television Broadcasting): <http://www.rrtv.cz>
Český telekomunikační úřad (Czech Telecommunications Office), <http://www.ctu.cz>
Audience data: Association of Television Organisations (ATO), <http://www.ato.cz>
Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

opérateurs de réseaux de communications électroniques. La diffusion de publicité sur les chaînes de télévision publiques, qui à l'origine des propositions devait être quasiment supprimée, est maintenue jusqu'à la fin de la période de transition conformément au projet de loi actuel.

En 2007, Nova TV a confirmé sa place de première chaîne, avec 39,6 % de part de marché, en baisse par rapport à 2006 (41,8 %). Sa rivale privée Prima TV a connu un recul similaire, passant de 20,2 % en 2006 à 19,1 % en 2007. Seule la première chaîne publique, Czech TV 1, est parvenu à accroître ses parts de marché, 21,5 % en 2006 à 22,7 % en 2007, mais Czech TV 2 a par contre enregistré un repli, de 9,3 % en 2006 à 7,9 % en 2007.

Sur le marché du câble, le processus de concentration se poursuit : Liberty Global, à travers sa filiale UPC Czech, détient une grande partie des abonnés du pays avec 570 000 abonnés fin 2007, dont 124 200 abonnés à l'offre numérique. Par ailleurs, trois plates-formes satellitaires sont en concurrence : CS Link, Digi TV, contrôlée par le câble-opérateur roumain RCS/RDS, et UPC Direct (139 400 abonnés à la fin de l'année 2007) contrôlée par le géant américain des médias Liberty Global.

Le principal opérateur télécoms O2 Czech Republic, filiale du groupe espagnol Telefonica, a lancé à l'automne 2006 une plate-forme IPTV. Ce service, O2 TV, comptait environ 70 000 abonnés en décembre 2007. Par ailleurs, une autre offre IPTV a été lancée sous le nom de Volny par l'opérateur Czech on Line, qui a par la suite été absorbé par Telekom Austria.

► Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (Conseil pour la radio- et télédiffusion): <http://www.rrtv.cz>
Český telekomunikační úřad (Agence tchèque de télécommunication): <http://www.ctu.cz>
Données sur l'audience : Association of Television Organisations (ATO), <http://www.ato.cz>
Aspects juridiques : Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

elektronischer Kommunikationsnetze Verträge über die Verbreitung seiner Programme schließen. Die Möglichkeit der Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, die nach ursprünglichen Vorschlägen fast vollständig abgeschafft werden sollte, bleibt nach dem jetzigen Gesetzentwurf bis zum Ende der Übergangszeit bestehen.

2007 konnte Nova TV mit 39,6 % der Marktanteile seine Führungsposition zwar behaupten, musste gegenüber 2006 (41,8 %) aber Einbußen hinnehmen. Auch die Marktanteile seines privaten Konkurrenten Prima TV gaben vergleichbar nach und gingen von 20,2 % im Jahr 2006 auf 19,1 % 2007 zurück. Lediglich das erste öffentlich-rechtliche Programm, Czech TV 1, konnte seine Marktanteile von 21,5 % 2006 auf 22,7 % 2007 steigern, wohingegen Czech TV 2 von 9,3 % 2006 auf 7,9 % 2007 zurückfiel.

Auf dem Kabelmarkt setzt sich der Konzentrationsprozess fort: Liberty Global kam mit 570 000 Abonnenten Ende 2007 über sein Tochterunternehmen UPC Czech auf einen Großteil der Abonnenten im Land, von denen 124 200 das Digitalangebot abonniert hatten. Drei Satellitenplattformen konkurrieren miteinander: CS Link, das vom rumänischen Kabelnetzbetreiber RCS/RDS gestartete Unternehmen Digi TV und das vom US-Medienriesen Liberty Global kontrollierte Unternehmen UPC Direct (139 400 Abonnenten Ende 2007).

Der wichtigste Telekombetreiber, O2 Czech Republic, ein Tochterunternehmen der spanischen Telefonica-Gruppe, startete im Herbst 2006 eine IPTV-Plattform. Dieser Dienst, O2 TV, hatte im Dezember 2007 etwa 70 000 Abonnenten. Ein weiteres IPTV-Angebot war unter dem Namen Volny vom tschechischen Betreiber Czech on Line gestartet worden, der in der Folge von Telekom Austria übernommen wurde.

► Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (Council for Radio and Television Broadcasting): <http://www.rrtv.cz>
Český telekomunikační úřad (Czech Telecommunications Office): <http://www.ctu.cz>
Zuschauerdaten: Association of Television Organisations (ATO), <http://www.ato.cz>
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	10 403
Households	Ménages	Haushalte	-	4 013
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,2%	3 901
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	26,2%	1 050
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	3,7%	150
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	19,4%	780
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	11,8%	474
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	2,0%	80
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	19,2%	390
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	27,2%	1 094
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	40%	1 589
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	34%	1 357
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	23		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	3		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	2		
Personal mobile TV operator	Opérateur TV pour mobile personnel	Betreiber von Mobil-TV (DVB-H)	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)	2	6	8	
Cable/Satellite/IPTV channels	Cable/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	3	17	20	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		39	39	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	4		4	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		5	5	
Total	Total	Gesamt	9	67	76	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		26		

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital Radiokom- municacie	Terrestrial Digital Czech Digital Group	Cable UPC	Satellite UPC Direkt	Satellite CS Link	IPTV O2 TV	IPTV Volny
Generalist - foreign				4	11		2	1
Adults				3	3	3	2	2
Children				5	7	2	7	2
Cultural minorities								
Culture/Documentary/Education				6	13	6	6	6
Entertainment/TV Fiction		1		7	13	2	7	6
Film				12	12	5	9	7
Home shopping								
International channels				2	2			
Leisure/travel					1		1	
Lifestyle				3	4		4	2
Music				10	6	1	8	1
News/Business	1	1		5	6	2	4	4
Parliamentary		1						
Regional/Local				8	9			
Religion			1	1		1		1
Sports	1	1		8	9	4	11	3
Various				1		1		

Operating revenues
of principal television
companies in the
Czech Republic

EUR thousand.

Produit d'exploitation des
principales entreprises de
télévision en République
tchèque

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in der
Tschechischen Republik

In Tausend EUR.

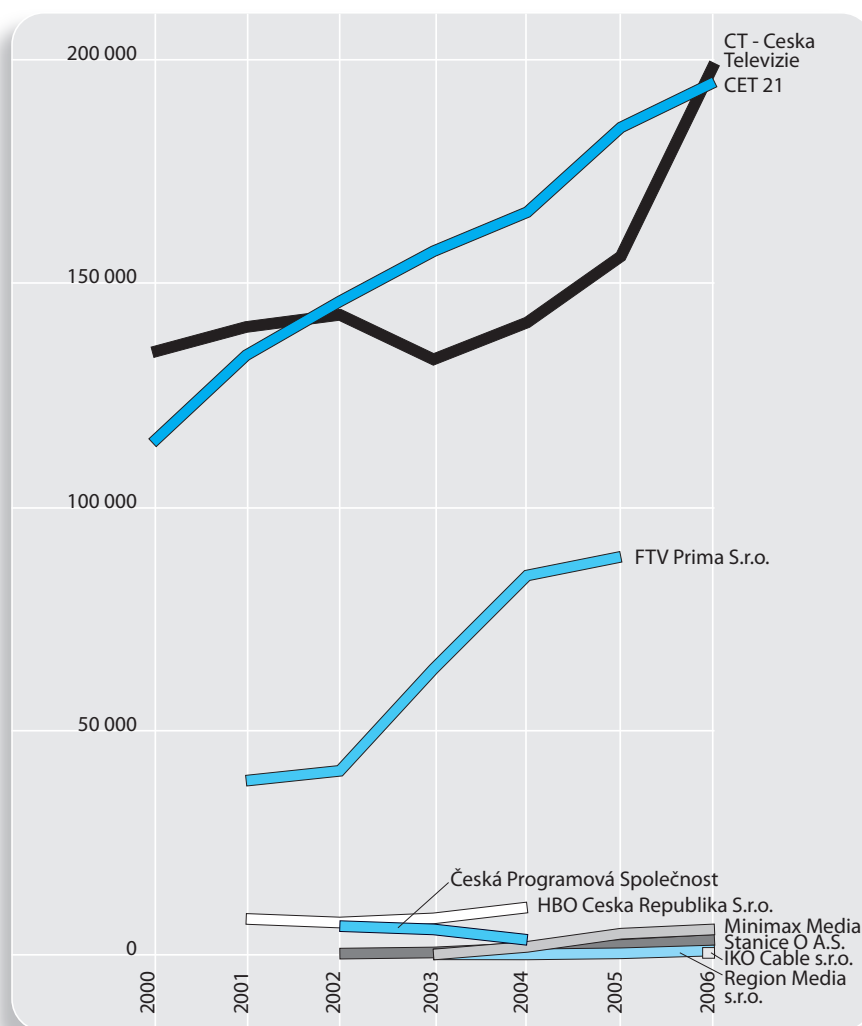
T.1.CZ.1

G.1.CZ.1

2002-2006

Company		Channels	2002	2003	2004	2005	2006
Entreprises		Chaînes					
Unternehmen		Dienste					
CT - Česká Televizία	sptv	CT 1, CT 2	142 731	132 786	141 025	155 770	198 810
CET 21	adv	Nova TV	145 731	156 912	165 635	184 526	194 680
FTV Prima S.r.o.	adv	Prima TV	40 989	63 696	84 569	88 738	~
(p.m.) TV3 A.S.	adv	TV3	-	-	-	-	~
HBO Česká Republika S.r.o.	paytv	HBO, HBO 2	7 138	8 057	10 498	~	~
Minimax Media s.r.o.	thtv	Minimax	-	-	1 707	4 643	5 917
Galaxie Sport S.r.o.	thtv	Nova Sport	~	~	~	4 483	3 758
Česká Programová Společnost	paytv	Spektrum	6 338	5 603	3 274	~	~
Stanice O A.S.	thtv	Ocko TV	196	453	1 430	2 127	3 267
Region Media s.r.o.	sptv	24cz	-	53	25	272	904
IKO Cable s.r.o.	paytv	Fimplusz	-	-	-	-	359

➔ OBS



Financial situation of
television companies
in the Czech RepublicSituation financière des
entreprises de télévision
en République tchèqueFinanzielle Lage der
Fernsehunternehmen in
der Tschechischen RepublikT.1.CZ.2
G.1.CZ.2
2002-2006

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

			2002	2003	2004	prov. 2005	prov. 2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	6	7	10	10	10
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	253 035	253 385	281 788	340 441	390 540
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	341 831	367 560	411 438	433 851	495 368
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	20 692	-59 867	64 964	51 873	55 079
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	17 170	-41 708	45 867	51 623	55 643
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	11 927	-45 593	40 755	35 925	38 944
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	50,2	31,5	56	59	62
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	6,1	-16,3	15,8	12,0	11,1
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	5,0	-11,4	11,2	11,9	11,2
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	6,8	-16,5	16,3	15,2	14,2

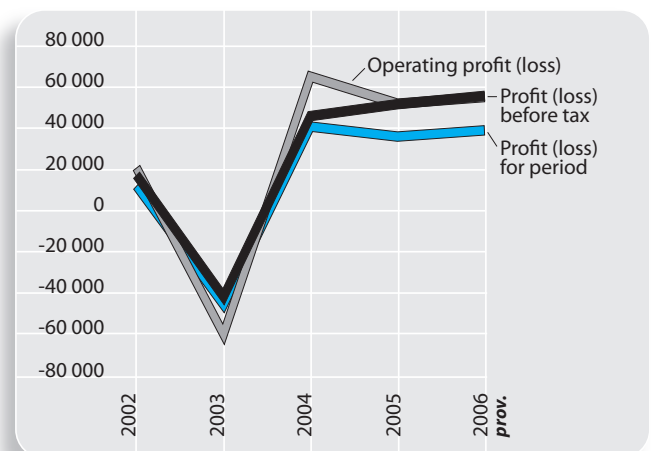
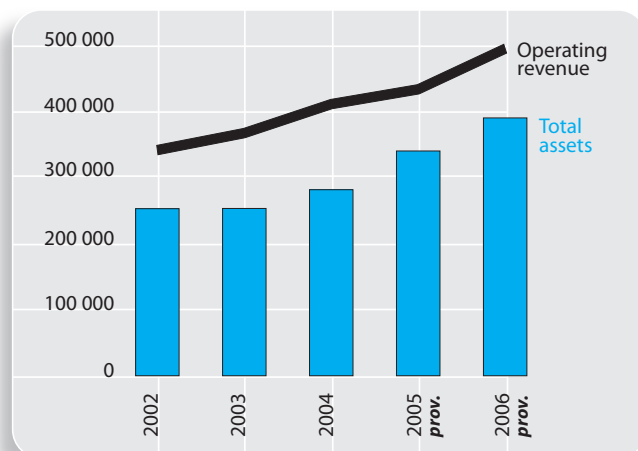
(1) Local television channels
not included. 2005 and 2006
based on estimated data.(1) Télévisions locales non incluses.
2005 et 2006 basées sur des
estimations.(1) Ohne lokale Sender. Die Angaben
für 2005 und 2006 beruhen auf
Schätzungen.

➔ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

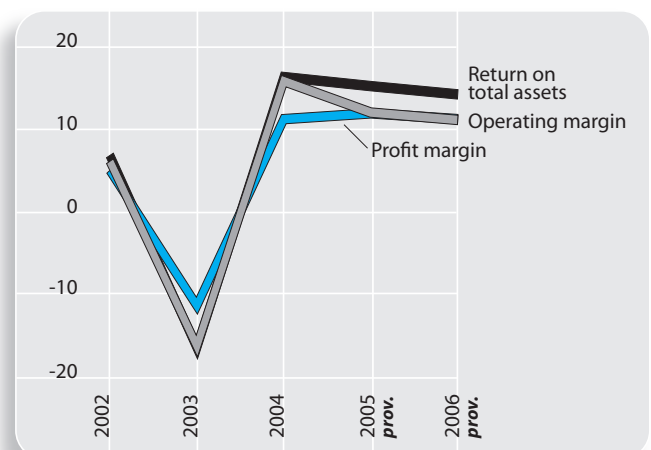
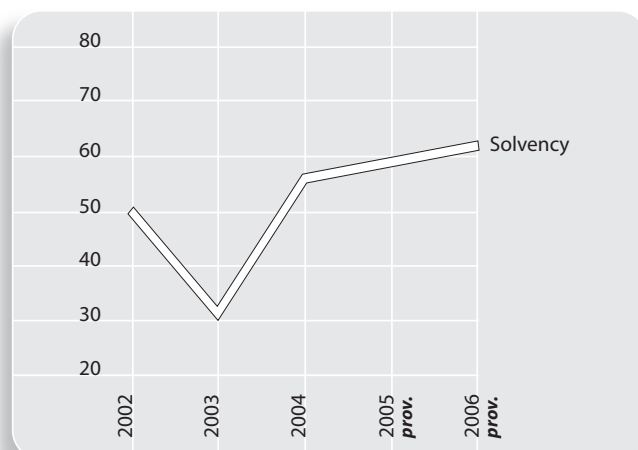
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



2004-2006

In Millions EUR.

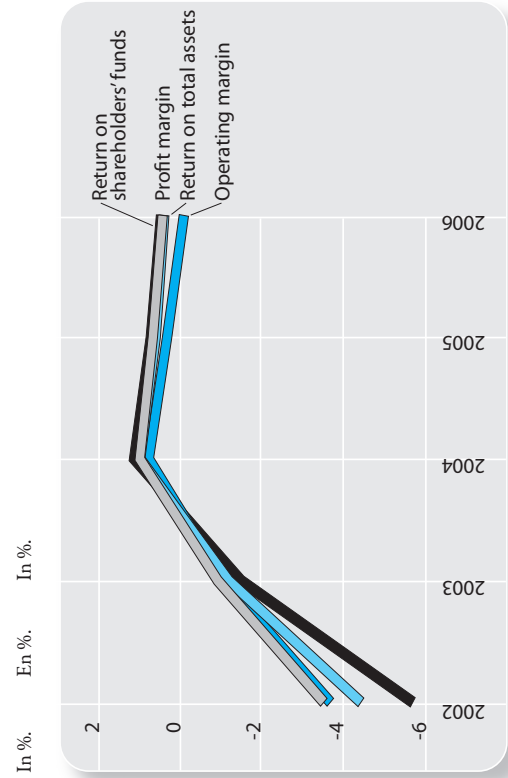
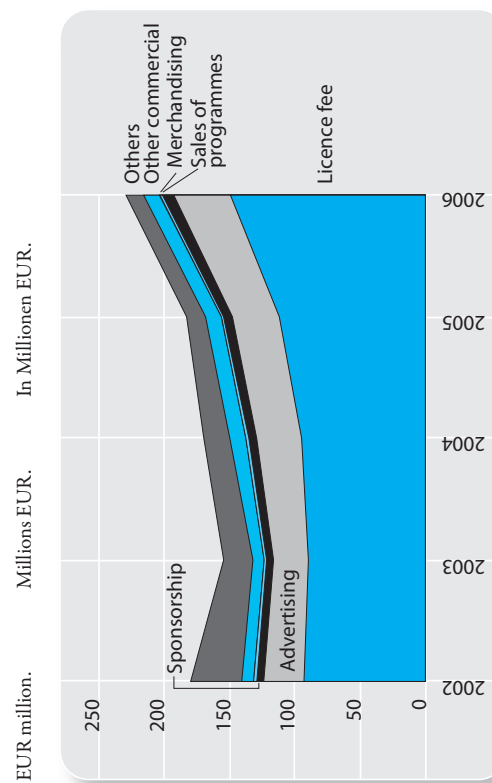
Millions EUR.

Income	Recettes	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Total public income	Total recettes publiques	94,8	111,9	149,3	94,8	111,9	149,3	55,9%	61,2%	65,1%	55,9%	61,2%	65,1%	33,4%
- Licence fee	- Redevance	94,8	111,9	149,3	94,8	111,9	149,3	55,9%	61,2%	65,1%	55,9%	61,2%	65,1%	33,4%
Total commercial income	Total recettes commerciales	55,0	56,5	66,5	55,0	56,5	66,5	32,4%	30,9%	29,0%	32,4%	30,9%	29,0%	17,7%
- Advertising	- Publicité	34,4	35,9	43,4	34,4	35,9	43,4	20,3%	19,6%	18,9%	20,3%	19,6%	18,9%	20,9%
- Sponsorship	- Parrainage	6,0	6,8	8,6	6,0	6,8	8,6	3,5%	3,7%	3,8%	3,5%	3,7%	3,8%	26,5%
- Programme sales	- Ventes de programmes	2,3	1,6	2,0	2,3	1,6	2,0	1,4%	0,9%	0,9%	1,4%	0,9%	0,9%	25,0%
- Merchandising	- Merchandising	0,0	0,1	0,5	0,0	0,1	0,5	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,1%	0,2%	400,0%
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	12,3	12,1	12,0	12,3	12,1	12,0	7,2%	6,6%	5,2%	7,2%	6,6%	5,2%	-0,8%
Other income	Autres recettes	19,9	14,5	13,5	19,9	14,5	13,5	11,7%	7,9%	5,9%	11,7%	7,9%	5,9%	-6,9%
TOTAL	TOTAL	169,7	182,9	229,3	169,7	182,9	229,3	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	25,4%

Expenditure	Dépenses	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	142,1	155,3	199,0	142,1	155,3	199,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	57,0%
- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	81,3	87,4	116,2	81,3	87,4	116,2	57,2%	56,3%	58,4%	57,2%	56,3%	58,4%	33,0%
- Cost of personnel	- Dépenses de personnel	36,7	39,2	47,4	36,7	39,2	47,4	25,8%	25,2%	23,8%	25,8%	25,2%	23,8%	20,9%
- Depreciation	- Amortissements	14,1	19,0	29,8	14,1	19,0	29,8	9,9%	12,2%	15,0%	9,9%	12,2%	15,0%	57,0%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	142,1	155,3	199,0	142,1	155,3	199,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	28,1%

Net result	Résultat net	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Net result	Résultat net	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	0,8	0,3	-0,1	0,8	0,3	-0,1

CT/OBS



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.CZ.4

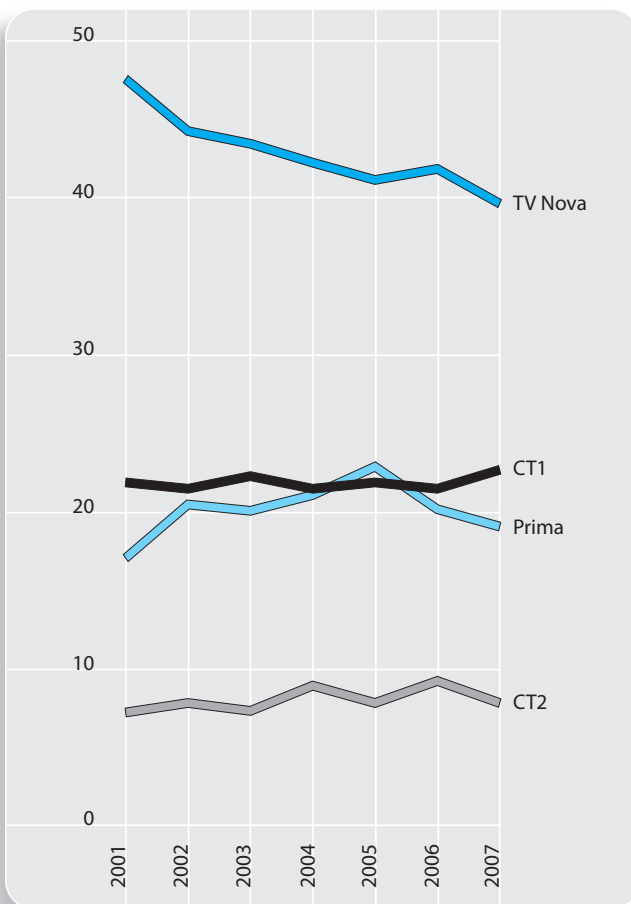
G.1.CZ.4

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-23:00) ⁽¹⁾ Heures de grande écoute (19h-23h) ⁽¹⁾ Primetime (19-23 Uhr) ⁽¹⁾				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
CT1	22,3	21,5	21,9	21,5	22,7	24,3	21,9	22,0	21,9	24,2
CT2	7,4	9,0	7,9	9,3	7,9	5,8	8,2	6,8	8,2	6,3
TV Nova	43,4	42,2	41,1	41,8	39,6	45,7	44,9	42,3	44,9	43,5
Prima	20,1	21,1	22,9	20,2	19,1	19,6	20,7	24,4	19,7	18,2
CT24	-	-	-	-	0,7	-	-	-	-	0,5
CT4 Sport	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	0,4
Others Autres Sonstige	6,8	6,1	6,3	7,2	9,6	4,6	4,4	4,5	5,3	6,9

(1) 1999: 19:30-22:00;
2000-2001: times not indicated.(1) 1999: 19:30-22:00;
2000-2001: plage horaire non fournie.(1) 1999: 19:30-22:00;
2000-2001: Zeitraum nicht angegeben.Eurodata TV Worldwide/
ATO - MEDIARESEARCH

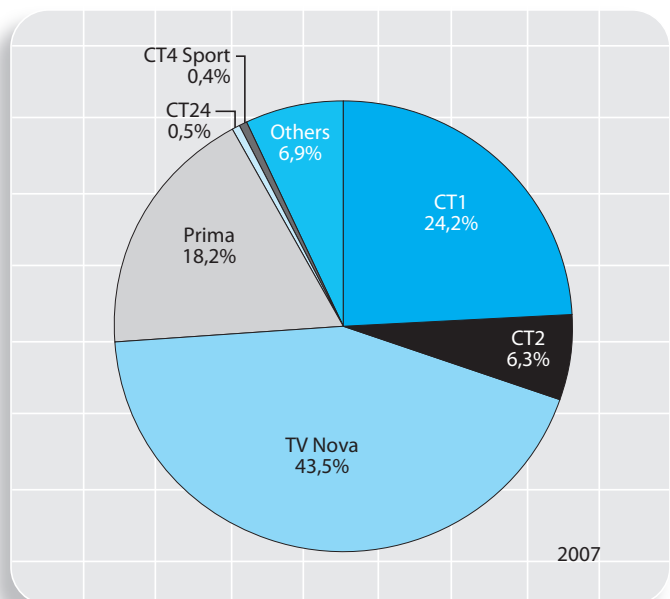
Daily share. In %, 4 years +.⁽¹⁾ Ensemble de la journée. En %, 4 ans et +.⁽¹⁾ Ganztägig. In %, ab 4 Jahre.⁽¹⁾



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

Heures de grande
écoute (19h-23h).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



Hours.

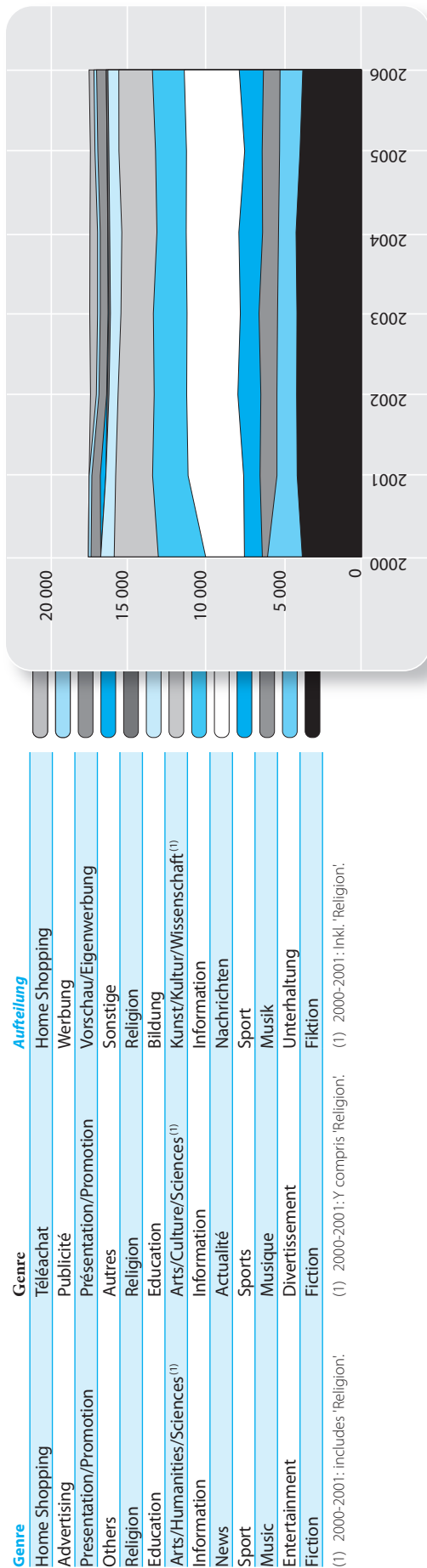
Heures.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Total		CT1		CT2		CT1		CT2		Total	2006/05
	2005	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006		
Fiction	3 939	2 642	2 642	1 118	3 760	30,2%	12,8%	21,5%	-4,5%			
Entertainment	1 316	1 047	1 047	419	1 466	12,0%	4,8%	8,4%	11,4%			
Music	1 121	271	271	797	1 068	3,1%	9,1%	6,1%	-4,7%			
Sport	1 128	120	120	1 440	1 560	1,4%	16,4%	8,9%	38,3%			
News	3 747	1 447	1 447	2 093	3 540	16,5%	23,9%	20,2%	-5,5%			
Information	1 994	1 430	1 430	623	2 053	16,3%	7,1%	11,7%	3,0%			
Arts/Culture/Sciences	2 356	760	760	1 401	2 161	8,7%	16,0%	12,3%	-8,3%			
Education	646	276	276	427	703	3,2%	4,9%	4,0%	8,8%			
Religion	108	44	44	65	109	0,5%	0,7%	0,6%	0,9%			
Others	13	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	-100,0%			
Présentation/Promotion	593	378	378	242	620	4,3%	2,8%	3,5%	4,6%			
Advertising	184	165	165	7	172	1,9%	0,1%	1,0%	-6,5%			
Home Shopping	296	180	180	130	310	2,1%	1,5%	1,8%	4,7%			
Total	17 441	8 760	8 760	8 762	17 522	100,0%	100,0%	100,0%	0,5%			

CT/UER-EBU



Germany has the largest television market in Europe. 39.7 million households had a TV set in December 2007 in Germany, of which 49.6% received television by cable and 42.1% by satellite. The rate of digitisation is almost 40%. This is a very competitive market characterised by the existence of a large number of unscrambled channels.

Net advertising income for the television sector increased by 1% in 2007 to EUR 4.156 billion. In 2006, it had risen by 4% to EUR 4.114 billion.

In its 2007 annual report, the *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten* (Association of regional media authorities – ALM) pointed out that the number of commercial broadcasters had doubled between 2004 and 2007. In 2007, the country had 149 national private channels and 226 regional private channels. The ALM also reports that the average time spent watching TV by viewers aged 3 or more fell in 2007 for the first time since 1999, from 212 to 208 minutes per day.

The increasing number of channels has led to a steady decline in the viewer ratings of the traditional major channels over the past five years. In 2007, for example, the audiences of the main channels of RTL, ProSieben and Sat.1 fell once again. VOX was the only exception, increasing its ratings by almost 1%. Having increased in 2006, the audience share of the public channels ARD and ZDF fell in 2007, although they continue to play an important role in the audiovisual landscape.

The *Zehnter Rundfunkänderungs-Staatsvertrag* (10th Agreement amending the Inter-State Broadcasting Agreement – 10. RÄStV), ratified by the prime ministers of the *Länder* on 19 December 2007, brought in new rules concerning, in particular, the reform of the body that monitors private broadcasting and the extension of the “must-carry” rules to all platforms. These new provisions were then approved by the parliaments of the *Länder* in order to enter into force, as planned, on 1 September 2008.

At the beginning of March 2008, the Minister-Presidents of the *Länder* agreed to increase the audiovisual licence fee for the period 2009 to 2012. Based on a proposal by the *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (Commission on the analysis of the financial needs of broadcasting bodies – KEF) and dialogue with the broadcasters, the television licence will cost EUR 17.98 a month, a rise of EUR 0.95.

In June 2007, ProSiebenSat1 Media AG bought the SBS group for EUR 3.3 billion. The new group controls 26 free TV channels, 24 pay-TV channels and 22 radio stations spread across

L'Allemagne est le plus grand marché de la télévision d'Europe. Il compte 39,7 millions de foyers équipés en décembre 2007, dont 49,6 % reçoivent la télévision par câble et 42,1 % par satellite. Le taux de numérisation est de près de 40 %. Il s'agit d'un marché très compétitif, caractérisé par l'existence d'un grand nombre de chaînes en clair. Les recettes publicitaires nettes du secteur de la télévision ont augmenté de 1 % en 2007, pour atteindre 4,156 milliards EUR. En 2006, elles avaient augmenté de 4 % et représentaient 4,114 milliards EUR.

Dans son rapport annuel 2007, l'Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Association des offices régionaux des médias- ALM) a souligné que le nombre de radiodiffuseurs commerciaux avait doublé entre 2004 et 2007. En 2007, le pays compte 149 chaînes privées nationales et 226 chaînes privées régionales. Par ailleurs en 2007, toujours selon l'ALM, la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 3 ans et plus a baissé pour la première fois depuis 1999, passant de 212 minutes à 208 minutes par jour.

Du fait de l'augmentation du nombre de chaînes, on constate une tendance au déclin progressif de l'audience des grandes chaînes historiques au cours des cinq dernières années. Ainsi, en 2007, les audiences des principales chaînes de RTL, de ProSieben et de Sat.1 subissent encore une nouvelle érosion. Seule la chaîne VOX fait exception, bénéficiant d'une hausse de près d'un point. Après une augmentation en 2006, les parts de marché d'audience des chaînes publiques ARD et ZDF sont en recul en 2007, même si elles occupent toujours une place de premier plan dans le paysage audiovisuel.

La ratification du Zehnter Rundfunkänderungs-Staatsvertrag (dixième traité portant modification du traité d'État sur la radiodiffusion – 10. RÄStV) par les ministres-présidents des Länder, le 19 décembre 2007, a introduit de nouvelles modifications qui concernent, pour l'essentiel, la réforme de l'instance de contrôle de la radiodiffusion privée et l'extension des règles du *must-carry* à toutes les plates-formes. Ces nouvelles dispositions ont obtenu l'accord des Parlements des Länder pour pouvoir entrer en vigueur, comme prévu, le 1^{er} septembre 2008.

Début mars 2008, les ministres-présidents des Länder se sont mis d'accord sur l'augmentation de la redevance audiovisuelle pour la période de 2009 à 2012. Sur la base d'une proposition de la Commission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (Commission d'étude des besoins financiers des organismes de radiodiffusion - KEF) et de la concertation avec les organismes de radiodiffusion, la redevance télévisée passera à 17,98 EUR par mois, soit une augmentation de 0,95 EUR.

Deutschland ist der größte Fernsehmarkt in Europa. Von den insgesamt 39,7 Mio. Fernsehhaushalten im Dezember 2007 empfangen 49,6 % Fernsehen über Kabel und 42,1 % per Satellit. Die Digitalisierungsrate liegt bei knapp 40 %. Es handelt sich um einen stark umkämpften Markt, der von einer großen Zahl unverschlüsselt verbreiteter Sender geprägt ist.

Die Nettoeinnahmen aus der Fernsehwerbung stiegen 2007 um 1 % auf 4,156 Mrd. EUR an. 2006 betrug der Anstieg 4 % und entsprach 4,114 Mrd. EUR.

Die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) hebt in ihrem Jahrbuch 2007 hervor, dass sich die Zahl der kommerziellen Rundfunkveranstalter zwischen 2004 und 2007 verdoppelt hat. 2007 gab es in Deutschland 149 bundesweite und 226 regionale Privatsender. Nach Angaben der ALM ging die tägliche Sehdauer der Zuschauer ab drei Jahren 2007 erstmals seit 1999 zurück, und zwar von 212 auf 208 Minuten.

Aufgrund der steigenden Zahl von Sendern lassen sich in den letzten fünf Jahren tendenziell sinkende Zuschauerzahlen bei den großen etablierten Sendern beobachten. So gaben 2007 die Marktanteile der wichtigsten Sender von RTL sowie von ProSieben und Sat.1 weiter nach. Lediglich VOX machte eine Ausnahme und legte um fast einen Punkt zu. Nachdem die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten ARD und ZDF 2006 einen Anstieg verzeichnet hatten, gingen die Einschaltquoten 2007 wieder zurück, auch wenn beide Sender mit einem Zuschauermarktanteil von 13,4 % (ARD) bzw. 12,9 % (ZDF) weiterhin eine herausragende Position in der Fernsehlandschaft einnahmen.

Die Ratifizierung des Zehnten Rundfunkänderungsstaatsvertrags durch die Ministerpräsidenten der Länder am 19. Dezember 2007 brachte einige Neuerungen mit sich, insbesondere mit Blick auf die Neuordnung der Medienaufsicht für den Privatrundfunk und die Ausweitung der Ausstrahlungspflicht („must carry“) auf alle Plattformen. Diesen neuen Bestimmungen haben die Länderparlamente zugestimmt, damit sie wie geplant am 1. September 2008 in Kraft treten konnten.

Anfang März 2008 haben sich die Ministerpräsidenten der Bundesländer auf eine Erhöhung der Rundfunkgebühren für den Zeitraum 2009 bis 2012 verständigt. Auf der Grundlage eines Vorschlags der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) und nach Absprache mit den Rundfunkveranstaltern wird die Fernsehgebühr um 0,95 EUR auf 17,98 EUR pro Monat erhöht.

Im Juni 2007 hat die ProSiebenSat.1 Media AG die SBS-Gruppe für einen Betrag von 3,3 Mrd. EUR übernommen. Die neue Gruppe kontrolliert 26 frei empfangbare Fernsehsender, 24 Bezahlsender

13 countries. It is therefore the largest operator of free television in Germany.

Pay-TV remains relatively undeveloped in Germany, largely because the range of free channels is very broad and meets the needs of most German viewers. At the end of 2007, 3.65 million German households were customers of the subscription-based Premiere service, available via satellite and cable, according to company statements. However in October 2008, it was revealed that the assessment of subscriptions was almost one million less than the revealed figure, causing a crash in the value of Premiere shares. The ArenaSat service had 334,000 subscribers at the end of 2007.

In December 2005, Arena, a subsidiary of the cable operator Unity Media, acquired the rights to show the Bundesliga for three seasons from 2006/07. However, after the channel failed to secure the expected 2.5 million subscribers, its losses in the first season amounted to around EUR 158 million. For the following two seasons, the broadcasting rights were sublicensed to Premiere so that it could show Bundesliga matches. The Federal Competition Authority authorised Premiere's acquisition of the pay-TV rights and agreed to tolerate collaboration between the former competitors until 30 June 2009. In October 2007, former media magnate Leo Kirch completed a deal with the DFL to market the rights for six seasons starting in 2009. Following an investigation of this deal by the Federal Cartel Authority (Bundeskartellamt) the deal collapsed in October 2008.

In September 2007, Premiere launched "Premiere Star", a marketing and channel distribution platform. On 25 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.

Cable represents the most common mode of television distribution and the digitisation of the network is well under way: at the end of 2007, Kabel Deutschland, the country's leading cable operator, had more than 9.5 million subscribers, including more than 700,000 digital subscribers. Consolidation of the sector continued following the creation of Unity Media, a conglomerate comprising Ish, Iesy, Tele-Columbus and Arena. In September 2007, Kabel Deutschland bought numerous networks owned by Orion Cable, with a total of 1.2 million subscribers.

After encouraging results were achieved in Berlin, where the analogue signal has been switched off, digital terrestrial television (DTT) is now accessible in many regions. The expansion of the network continued

En juin 2007, ProSiebenSat1 Media AG a racheté le groupe SBS pour un montant de 3,3 milliards EUR. Le nouveau groupe contrôle 26 chaînes de télévision gratuite, 24 chaînes à péage et 22 stations de radio réparties dans 13 pays. Il constitue ainsi le principal opérateur de télévision gratuite en Allemagne.

La télévision à péage reste relativement peu développée en Allemagne, en grande partie car l'offre de chaînes gratuites est très fournie et satisfait la demande d'une majorité de consommateurs allemands. Selon Premiere, fin 2007, 3,65 millions de foyers allemands auraient été abonnés au bouquet payant de Premiere, distribué par satellite et par câble. Cependant, en octobre 2008, le nombre d'abonnés s'est révélé être inférieur de près d'un million, ce qui a causé une chute du cours des parts de Premiere. Quant à l'offre ArenaSat, elle comptait 334 000 abonnés fin 2007.

En décembre 2005, Arena, filiale du câblo-opérateur Unity Media, a acquis les droits de la Bundesliga pour trois saisons à compter de 2006/2007, mais la chaîne n'a pas réussi à obtenir le nombre escompté de 2,5 millions d'abonnés, de sorte que dès la première saison, ses pertes s'élevaient à environ 158 millions EUR. Pour les deux saisons de matchs suivantes, les droits de diffusion ont été transférés à Premiere contre une rétro-licence payante permettant à ses abonnés d'accéder aux retransmissions des matchs de la Bundesliga sur Premiere. L'Office fédéral de contrôle de la concurrence a autorisé la reprise des droits de télévision à péage par Premiere et tolère la collaboration des ex-concurrentes jusqu'au 30 juin 2009. En octobre 2007, l'ancien magnat des médias Leo Kirch a passé un accord avec la DFL pour six saisons à compter de 2009. Suite à une enquête de l'office fédéral des cartels, cet accord a été annulé en octobre 2008.

En septembre 2007, Premiere a lancé « Premiere Star », une plate-forme de marketing et de distribution de chaînes. Le 25 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.

Le câble constitue le premier mode de distribution de la télévision et la numérisation du réseau est en pleine expansion: fin 2007, Kabel Deutschland, premier câblo-opérateur du pays, compte plus de 9,5 millions d'abonnés, dont plus de 700 000 numériques. La consolidation du secteur s'est poursuivie après l'établissement de Unity Media, un conglomérat regroupant Ish, Iesy, Tele-Columbus et Arena : en septembre 2007, Kabel Deutschland a racheté de nombreux réseaux appartenant à Orion Cable et représentant 1,2 million d'abonnés.

und 22 Radiostationen in 13 Ländern. Damit ist sie wichtigster Betreiber frei empfangbarer Fernsehsender in Deutschland.

Das Bezahlfernsehen ist in Deutschland nach wie vor relativ wenig entwickelt. Zum Großteil ist dies auf ein sehr umfangreiches Angebot an frei empfangbaren Sendern zurückzuführen, das den meisten deutschen Zuschauern ausreicht. Ende 2007 hatten nach Unternehmensangaben 3,65 Mio. Haushalte in Deutschland das über Kabel und Satellit verbreitete kostenpflichtige Bouquet von Premiere abonniert. Im Oktober 2008 wurde allerdings bekannt, dass die Zahl der Abonnenten fast eine Million niedriger ist, was zu einem Kurssturz der Premiere-Aktien führte. Das Angebot von ArenaSat hatte Ende 2007 334 000 Abonnenten.

Im Dezember 2005 erhielt Arena, ein Tochterunternehmen des Kabelnetzbetreibers Unity Media, den Zuschlag für die Übertragungsrechte der Fußball-Bundesliga für die Dauer von drei Spielzeiten ab 2006/2007. Allerdings kam der Sender nicht auf die erwartete Zahl von 2,5 Mio. Abonnenten, und bereits in der ersten Spielzeit bezifferten sich seine Verluste auf 158 Mio. EUR. Für die beiden ausstehenden Spielzeiten wurden daher die Senderechte wieder auf Premiere übertragen; Arena erhielt im Gegenzug von Premiere eine kostenpflichtige Rücklizenz, damit seine Abonnenten die auf Premiere ausgestrahlten Bundesligaspiele verfolgen können. Das Bundeskartellamt hatte keine Einwände gegen die Übertragung der Pay-TV-Rechte auf Premiere und duldet die Zusammenarbeit der beiden ehemaligen Konkurrenten bis zum 30. Juni 2009. Im Oktober 2007 traf der ehemalige Medienmogul Leo Kirch mit der DFL eine Vereinbarung über die Zentralvermarktung der Fernsehrechte ab 2009. Nach einem Prüfungsverfahren durch das Bundeskartellamt platzte dieser Deal im Oktober 2008.

Im September 2007 hat Premiere seine neue Marketing- und Senderplattform gestartet: Premiere Star. 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.

Das Kabel ist die wichtigste Verbreitungsart für das Fernsehen, und die Digitalisierung des Netzes ist in vollem Gange: Ende 2007 hatte Kabel Deutschland, der bundesweit größte Kabelnetzbetreiber, mehr als 9,5 Mio. Abonnenten, davon über 700 000 mit Digitalempfang. Die Konsolidierung des Sektors setzte sich nach der Gründung von Unity Media, einem Mischkonzern aus Ish, Iesy, Tele-Columbus und Arena, fort: Im September 2007 übernahm Kabel Deutschland eine ganze Reihe von Unternehmen, die zu

in 2007, with the gradual launch of new digital terrestrial television services, particularly in Schleswig-Holstein (October 2006), Palatinate (September 2007) and Saarland (December 2007). At the end of 2007, around 85% of households were covered by digital terrestrial TV. After a transitional period, all analogue transmissions will be stopped at the end of 2008.

The rollout of the DTT network has been subsidised by the local authorities. Following several complaints lodged by cable operators, the European Commission announced on 9 November 2005 that around EUR 4 million of subsidies granted by the *Medienanstalt Berlin-Brandenburg* (Berlin-Brandenburg media authority – *Mabb*) to private broadcasters for use of the DTT network were incompatible with Community law. In July 2006, the European Commission opened similar investigations in the *Länder* of Bavaria and North Rhine-Westphalia. In October 2007, the European Commission prohibited state subsidies granted by the *Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen* (North Rhine-Westphalia regional media authority - LfM).

At the end of 2007, three IPTV services were competing on the German market: T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (Alice/HanseNet) and Arcor Digital-TV (Arcor). In March 2008, Deutsche Telekom's IPTV service had 180,000 subscribers.

In January 2008, the German regulatory authorities officially awarded the licence to use the DVB-H platform to the company Mobile 3.0 (joint venture between Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) and Neva Media). However, in October 2008, the authorities requested the return of the license claiming that Mobile 3.0 had failed to realise the concept proposed in the tender.

➔ *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM):* <http://www.alm.de>
Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich: <http://www.kek-online.de>
 Information on the development of DTT: <http://www.ueberallfernsehen.de>
 Audience data: <http://www.agf.de>; <http://www.gfk.com>
 Data on advertising: ZAW, <http://www.interverband.com/u-img/184/zawhome.html>
 Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 General information: <http://www.digitalfernsehen.de>

Après des résultats encourageants à Berlin, où le signal analogique a été éteint, la télévision numérique terrestre (TNT) est accessible dans un grand nombre de régions. L'expansion du réseau se poursuit en 2007, avec le lancement progressif de nouveaux services de télévision numérique terrestre, notamment au Schleswig-Holstein (octobre 2006), dans le Palatinat (septembre 2007), et en Sarre (décembre 2007). Fin 2007, le pourcentage de foyers couverts par le numérique terrestre avoisinait 85 %. Après une période de transition, l'extinction de toutes les transmissions analogiques est prévue fin 2008.

Le déploiement du réseau TNT a été subventionné par les autorités locales. Suite à plusieurs plaintes déposées par des câblo-opérateurs, la Commission européenne a annoncé, le 9 novembre 2005, que les quelque 4 millions d'euros de subventions attribuées par la *Medienanstalt Berlin-Brandenburg* (l'Office des médias de Berlin-Brandebourg – *Mabb*) aux radiodiffuseurs privés pour l'utilisation du réseau de télévision numérique terrestre étaient considérées comme contraires au droit communautaire. En juillet 2006, la Commission européenne a ouvert des enquêtes similaires dans les Länder de Bavière et de Rhénanie-du-Nord-Westphalie. En octobre 2007, la Commission européenne a interdit les subventions d'État accordées par la *Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen* (Office régional des Médias de Rhénanie du Nord-Westphalie - LfM).

Fin 2007, trois services de télévision par IPTV sont en concurrence sur le marché allemand: T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (Alice/HanseNet) et Arcor Digital-TV (Arcor). En mars 2008, l'offre IPTV de Deutsche Telekom compte 180 000 abonnés.

En janvier 2008, les autorités de régulation allemandes ont officiellement attribué la licence d'exploitation de la plate-forme DVB-H à l'entreprise Mobile 3.0 (joint-venture entre Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) et Neva Media). Cependant, en octobre 2008, ces autorités ont annulé l'attribution de licence au prétexte que Mobile 3.0 a échoué dans la réalisation du concept proposé lors de l'appel d'offre.

➔ *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM):* <http://www.alm.de>
Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich: <http://www.kek-online.de>
 Informations sur le développement de la TNT : <http://www.ueberallfernsehen.de>
 Données sur l'audience : <http://www.agf.de>; <http://www.gfk.com>
 Données sur la publicité : ZAW, <http://www.interverband.com/u-img/184/zawhome.html>
 Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 Informations générales : <http://www.digitalfernsehen.de>

Orion cable gehörten und insgesamt 1,2 Mio. Abonnenten zusätzlich einbrachten.

Nach ermutigenden Resultaten in Berlin, wo das analoge Signal abgeschaltet wurde, ist das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) in vielen Regionen empfangbar. Die Ausweitung des Netzes setzte sich 2007 mit dem schrittweisen Start neuer digitaler terrestrischer Fernsehdienste fort, insbesondere in Schleswig-Holstein (Oktober 2006), in Rheinland-Pfalz (September 2007) und im Saarland (Dezember 2007). Ende 2007 konnten fast 85 % der Haushalte digitalen terrestrischen Rundfunk empfangen. Nach einer Übergangszeit soll die analoge Übertragung Ende 2008 definitiv eingestellt werden.

Für den Ausbau des DVB-T-Netzes wurden auf Länderebene Beihilfen gezahlt. Nachdem mehrere Klagen von Kabelnetzbetreibern eingereicht worden waren, erklärte die EU-Kommission am 9. November 2005, dass die von der Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg für die Nutzung des digitalen terrestrischen Fernsehnetzes gezahlten Beihilfen in Höhe von rund 4 Mio. EUR an die privaten Rundfunkunternehmen gegen das Gemeinschaftsrecht verstoßen. Im Juli 2006 leitete die Europäische Kommission eine ähnliche Untersuchung in Bayern und Nordrhein-Westfalen ein. Im Oktober 2007 verbot die Europäische Kommission die von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen gewährten Beihilfen.

Ende 2007 waren drei IPTV-Fernsehdienste auf dem deutschen Markt präsent: T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (Alice/HanseNet) und Arcor Digital-TV (Arcor). Im März 2008 hatte das IPTV-Angebot der Deutschen Telekom 180 000 Abonnenten.

Im Januar 2008 erteilte die deutsche Regulierungsbehörde offiziell dem Unternehmen Mobile 3.0 (einem Jointventure zwischen Mobiles Fernsehen Deutschland (MFD) und Neva Media) die Betriebslizenz für die DVB-H-Plattform. Diese Lizenz wurde allerdings im Oktober 2008 mit der Begründung widerrufen, Mobile 3.0 habe das im Rahmen der Ausschreibung vorgelegte Konzept nicht umgesetzt.

➔ *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM):* <http://www.alm.de>
Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich: <http://www.kek-online.de>
 Informationen über die Entwicklung von DVB-T: <http://www.ueberallfernsehen.de>
 Zuschauerdaten: <http://www.agf.de>; <http://www.gfk.com>
 Daten zur Werbung: ZAW, <http://www.interverband.com/u-img/184/zawhome.html>
 Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 Allgemeine Informationen: <http://www.digitalfernsehen.de>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	82 218
Households	Ménages	Haushalte	-	39 722
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	93,1%	36 981
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	49,6%	19 700
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	6,5%	2 585
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	42,1%	16 710
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	22,7%	9 023
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,5%	190
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	9,2%	3 661
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	38,9%	15 460
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	75,7%	30 080
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	40,9%	16 234
Subscribers to unicast mobile TV	Abonnés Unicast Mobile TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	290
Subscribers to broadcast mobile TV	Abonnés Broadcast Mobile TV	Abonnenten Mobil-TV Broadcast	-	30

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	116
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	4
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	3
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1 per area
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		7	15	22
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		10	207	217
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		10	250	260
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster				49
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		1	17	18
Total	Total	Gesamt		28	489	566
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	35	36

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital ⁽¹⁾ (All country)	Satellite Entavio	Cable Kabel- deutschland (Full offer)	Cable Unity Media (Full offer)	IPTV Deutsche Telekom
Generalist - national		9	15	14	14	18
Generalist - foreign			20	15	16	
Adults			47	4	2	
Children		2	13	11	3	8
Cultural minorities			1	2	3	
Culture/Documentary/Education		6	18	12	8	11
Entertainment/TV Fiction		2	23	13	17	12
Film			15	9	8	4
Home shopping		2	25	8	9	2
International channels			15	13	8	2
Leisure/travel		1				
Lifestyle			11	6	8	6
Music			19	15	10	5
News/Business		5	23	23	19	8
Parliamentary			2			
Regional/Local		13	13		3	
Religion			8	2	2	2
Sports		2	7	10	10	9
Various			13	2	3	1

(1) Some channels are available only in certain areas.

(1) Certaines chaînes ne sont disponibles que dans certaines régions.

(1) Einige Dienste sind nur in bestimmten Regionen empfangbar.

Operating revenues
of principal television
companies in Germany

EUR million.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Allemagne

Millions EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten
Fernsehunternehmen
in Deutschland

In Millionen EUR.

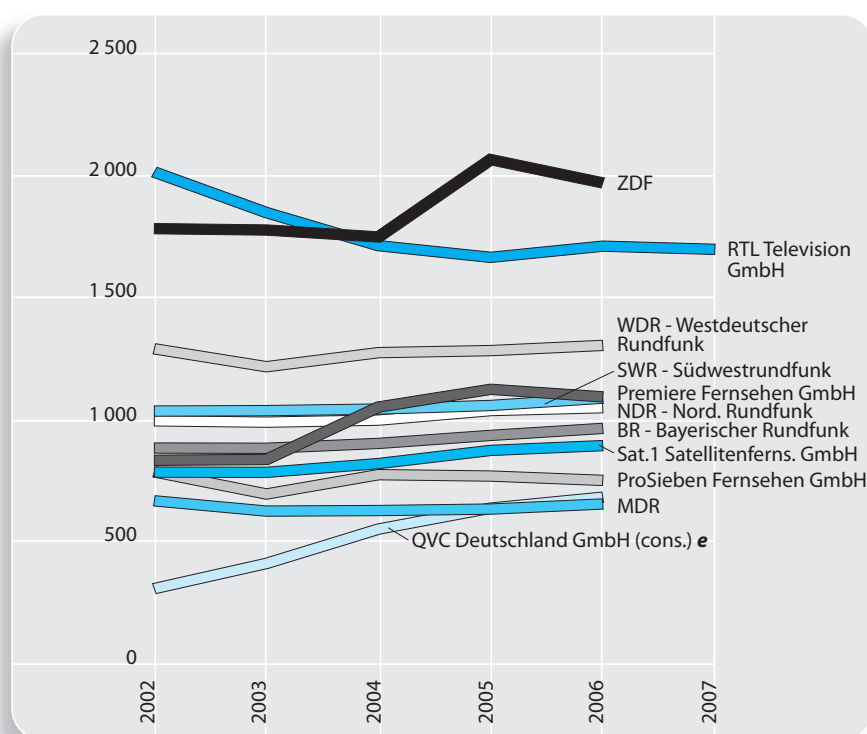
T.1.DE.1

G.1.DE.1

2004-2007

Company		Channels	2004	2005	2006	2007
Entreprises		Chaînes				
Unternehmen		Dienste				
ZDF	sptv	ZDF, Kinderkanal, Phoenix,...	1 744	2 062	1 966	~
RTL Television GmbH	adtv	RTL	1 708	1 660	1 706	1 693
WDR - Westdeutscher Rundfunk	sptv	WDR Fernsehen	1 268	1 258	1 298	1 311
SWR - Südwestrundfunk	sptv	Südwest Fernsehen	1 036	1 051	1 081	1 096
Premiere Fernsehen GmbH	packtv	Premiere	1 078	1 107	1 001	~
NDR - Norddeutscher Rundfunk	sptv	NDR Fernsehen	991	1 030	1 042	1 042
BR - Bayerischer Rundfunk	sptv	Bayerisches Fernsehen	895	928	957	955
Sat.1 Satellitenfernsehen GmbH	adtv	Sat.1	812	866	886	~
ProSieben Fernsehen GmbH	adtv	Pro 7	767	761	743	~
QVC Deutschland GmbH (cons.)	e	QVC	543	629	674	634
MDR - Mitteldeutscher Rundfunk	sptv	MDR Fernsehen	619	615	646	622
HR - Hessischer Rundfunk	sptv	HR Fernsehen	434	447	449	459
Vox Film- und Fernseh-GmbH & Co. Kg	adtv	Vox	293	348	400	~
RBB - Rundfunk Berlin Brandenburg	sptv	rbb Fernsehen	376	381	394	393
Home Shopping Europe AG	hstv	HSE	275	305	286	320
DW - Deutsche Welle	sptv	Deutsche Welle	313	312	295	289
Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH	adtv	Kabel 1	195	224	257	~
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. Kg	adtv	RTL 2	296	279	249	~
SuperRTL Disney Fernsehen GmbH & Co. Kg	thtv	Super RTL	136	154	163	~
DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH	thtv	DSF	113	114	116	~
RTL Shop GmbH	hstv	RTL shop	83	91	100	~
Neun Live Fernsehen GmbH	thtv	Neun Live	97	~	~	~
N 24 GmbH	thtv	N 24	73	86	92	~
RB - Radio Bremen	sptv	Radio Bremen TV	58	66	75	91
SR - Saarländischer Rundfunk	sptv	SR Südwest Fernsehen	73	82	83	85
1-2-3.TV GmbH	thtv	1-2-3 TV	1	33	66	78

→ OBS



Financial situation of television companies in Germany

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Allemagne

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der Fernsehunternehmen in Deutschland

In Tausend EUR.

T.1.DE.2
G.1.DE.2
2003-2006

			2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	32	32	32	33
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	14 180 597	14 148 346	14 890 921	15 399 558
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	13 206 934	13 336 603	13 962 332	14 092 061
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	404 743	395 327	831 190	745 437
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	572 433	546 920	1 025 076	964 433
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	58 649	17 243	370 014	238 980
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	29	30	31	29
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	3,1	3,0	6,0	5,3
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	13,7	13,1	22,5	21,4
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	4,3	4,1	7,3	6,8
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	4,0	3,9	6,9	6,3

(1) Estimates – Small thematic channels and private regional television channels not included. The population has been slightly reviewed.

(1) Estimations – Petites chaînes thématiques et stations régionales privées non incluses. La population a été légèrement modifiée.

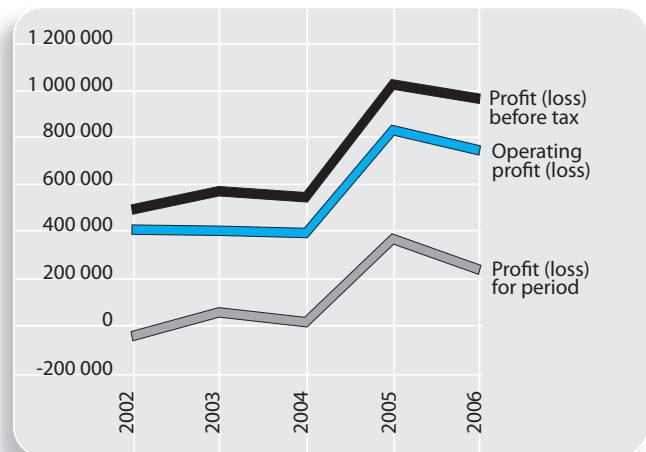
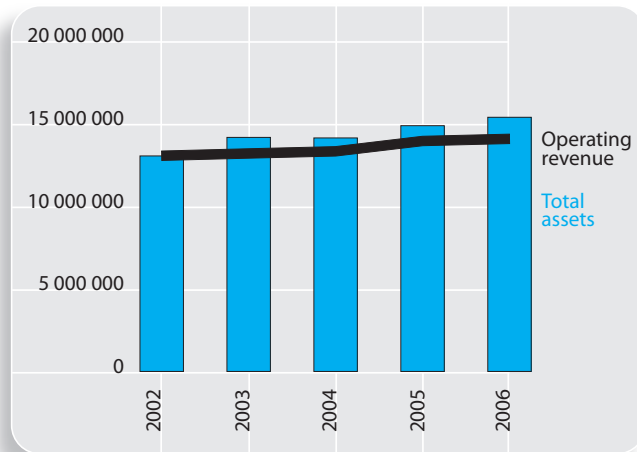
(1) Schätzung – Ohne kleine Spartenkanäle und regionale private Sender. Die Population wurde leicht geändert.

➔ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

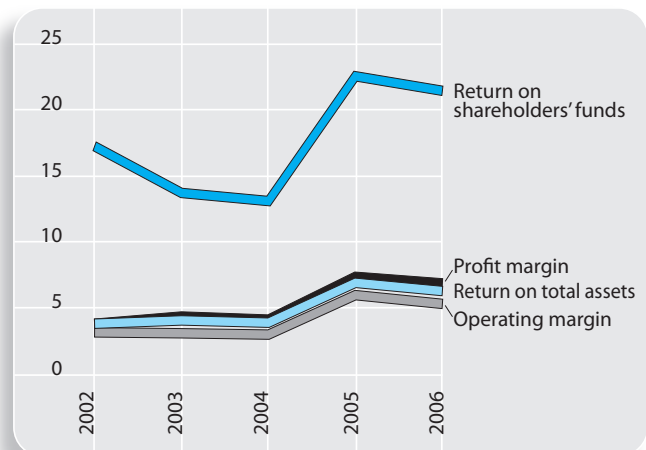
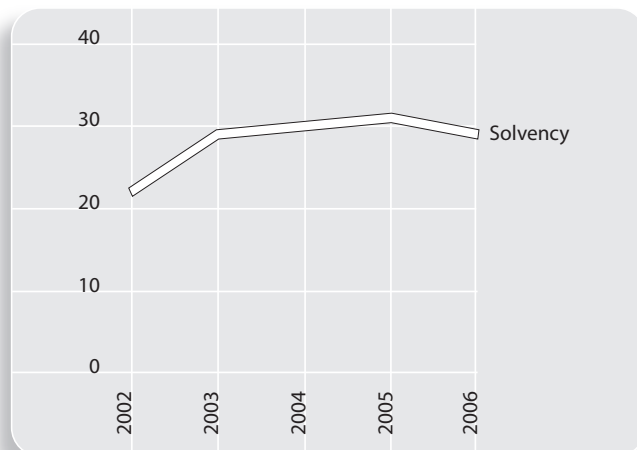
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



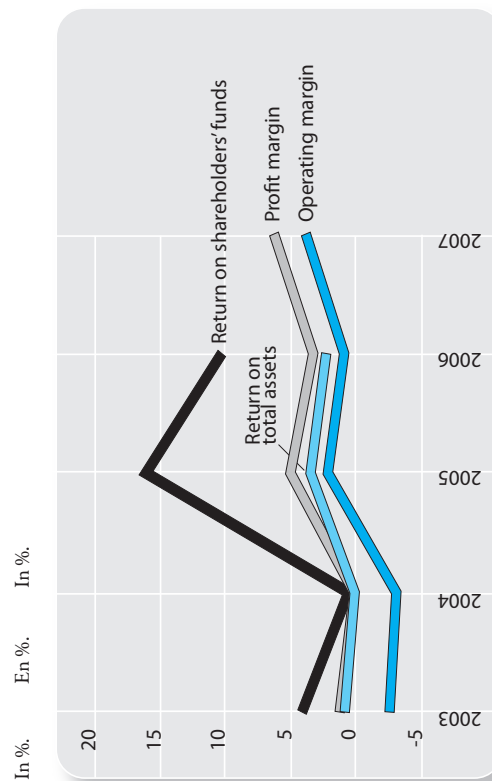
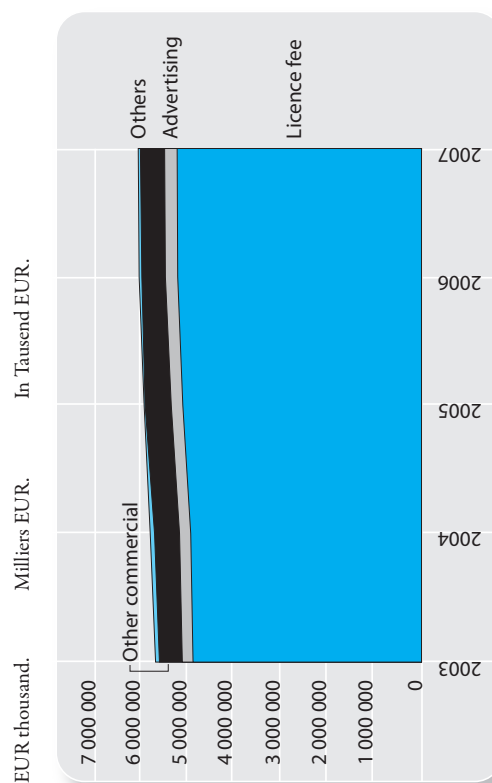
ARD financial situation
 EUR thousand.
 Situation financière
 de l'ARD
 Milliers EUR.

**Wirtschaftliche Lage
 der ARD**
 In Tausend EUR.
 2005-2007

T.1.DE.3
 G.1.DE.3
 2005-2007

Income	Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
	Total public income	Total recettes publiques	Öffentliche Erträge	- Gebühr	5 119 309	5 229 049	5 241 141	86,1%	86,3%	86,3%	86,1%	86,3%	86,3%	86,1%	86,3%	86,3%	0,2%
- Licence fee					5 119 309	5 229 049	5 241 141	86,1%	86,3%	86,3%	86,1%	86,3%	86,3%	86,1%	86,3%	86,3%	0,2%
Total commercial income	Total recettes commerciales	Kommerzielle Erträge	- Werbung		808 192	768 782	787 719	13,6%	12,7%	13,0%	13,6%	12,7%	13,0%	13,6%	12,7%	13,0%	2,5%
- Advertising	- Publicité				247 726	264 166	268 350	4,2%	4,4%	4,4%	4,2%	4,4%	4,4%	4,2%	4,4%	4,4%	1,6%
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales				560 466	504 616	519 369	9,4%	8,3%	8,5%	9,4%	8,3%	8,5%	9,4%	8,3%	8,5%	2,9%
Other income	Autres recettes	Andere Erträge	SUMME		21 497	58 437	46 410	0,4%	1,0%	0,8%	0,4%	1,0%	0,8%	0,4%	1,0%	0,8%	-20,6%
TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL		5 948 998	6 056 268	6 075 270	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,3%
Expenditure	Dépenses	Aufwendungen															
- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe			3 503 651	3 722 690	3 691 919	60,6%	62,4%	63,4%	60,6%	62,4%	63,4%	60,6%	62,4%	63,4%	-0,8%
- Costs of personnel	- Dépenses de personnel	- Personalaufwendungen			1 970 862	1 943 096	1 820 054	34,1%	32,6%	31,3%	34,1%	32,6%	31,3%	34,1%	32,6%	31,3%	-6,3%
- Depreciation	- Amortissements	- Abschreibung			303 920	302 934	308 425	5,3%	5,1%	5,3%	5,3%	5,1%	5,3%	5,3%	5,1%	5,3%	1,8%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	Betriebsaufwendungen			5 778 433	5 968 720	5 820 398	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,5%
Net result	Résultat net	Nettoergebnis			240 909	130 732	315 724										141,5%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	Betriebsspanne (%)			2,17	0,93	3,86										

ARD/OBS



ZDF financial situation

Situation financière
de la ZDF

Wirtschaftliche Lage
des ZDF

T.1.DE.4
G.1.DE.4
2005-2007

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

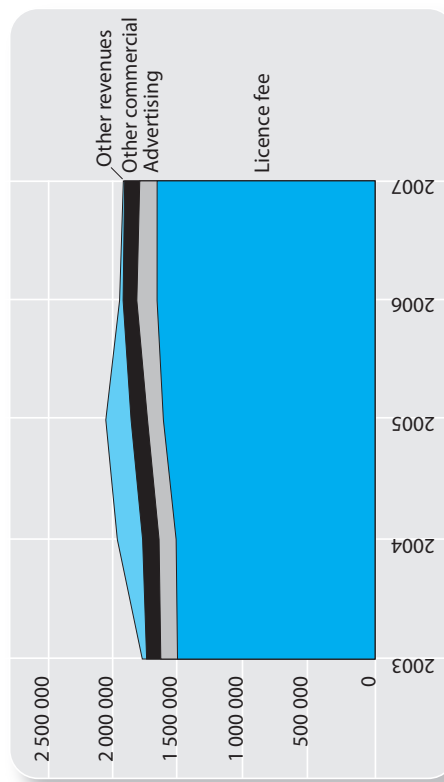
Income	Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	
	Total public income	- Licence fee	Öffentliche Erträge	- Gebühr													Total commercial income
Total public income	1 620 474	1 620 474	Öffentliche Erträge	1 620 474	1 620 474	1 668 931	1 668 550	1 620 474	1 668 931	1 668 550	78,6%	84,9%	86,6%	78,6%	84,9%	86,6%	0,0%
- Licence fee			- Gebühr														0,0%
Total commercial income	247 447	247 447	Kommerzielle Erträge	247 447	247 447	263 659	248 575	247 447	263 659	248 575	12,0%	13,4%	12,9%	12,0%	13,4%	12,9%	-5,7%
- Advertising	121 448	121 448	- Werbung	121 448	121 448	154 973	132 873	121 448	154 973	132 873	5,9%	7,9%	6,9%	5,9%	7,9%	6,9%	-14,3%
- Other commercial income	125 999	125 999	- Autres recettes commerciales	125 999	125 999	108 686	115 702	125 999	108 686	115 702	6,1%	5,5%	6,0%	6,1%	5,5%	6,0%	6,5%
Other revenues	193 681	193 681	Sonstige Erträge	193 681	193 681	33 031	10 093	193 681	33 031	10 093	9,4%	1,7%	0,5%	9,4%	1,7%	0,5%	-69,4%
TOTAL	2 061 601	2 061 601	SUMME	2 061 601	2 061 601	1 965 622	1 927 218	2 061 601	1 965 622	1 927 218	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,0%
Expenditure			Aufwendungen														
- Purchase of goods and services	1 547 737	1 547 737	- Achats de biens et services	1 547 737	1 547 737	1 516 796	1 432 571	1 547 737	1 516 796	1 432 571	80,4%	80,2%	78,1%	80,4%	80,2%	78,1%	-5,6%
- Costs of personnel	329 416	329 416	- Dépenses de personnel	329 416	329 416	319 423	356 678	329 416	319 423	356 678	17,1%	16,9%	19,4%	17,1%	16,9%	19,4%	11,7%
- Depreciation	48 073	48 073	- Amortissements	48 073	48 073	54 301	45 638	48 073	54 301	45 638	2,5%	2,9%	2,5%	2,5%	2,9%	2,5%	-16,0%
Operating expenditure	1 925 226	1 925 226	Dépenses opérationnelles	1 925 226	1 925 226	1 890 521	1 834 887	1 925 226	1 890 521	1 834 887	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,9%
Net result	121 311	121 311	Résultat net	121 311	121 311	53 508	86 862	121 311	53 508	86 862	6,6%	4,8%	6,2,3%	6,6%	4,8%	6,2,3%	
Operating margin (%)	6,6%	6,6%	Marge opérationnelle (%)	6,6%	6,6%	3,8%	4,8%	6,6%	3,8%	4,8%			4,8%				

➔ ZDF/OBS

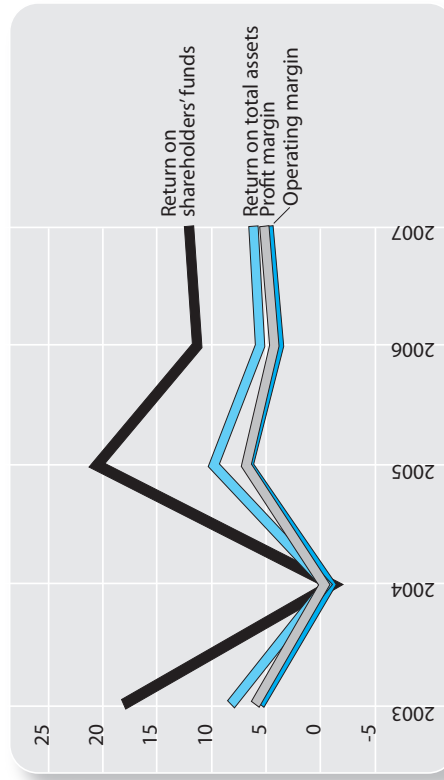
EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.



In % En % In %



ProSiebenSat.1 Media AG
financial situation

Situation financière de
ProSiebenSat.1 Media AG

Wirtschaftliche Lage der
ProSiebenSat.1 Media AG

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

EUR million.

Millions EUR.

In Millionen EUR.

2005-2007

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Erträge												
- Advertising	1 836,1	1 876,0	2 289,2	92,3%	89,5%	84,7%	22,0%					
- Barter deals	26,3	24,0	29,4	1,3%	1,1%	1,1%	22,5%					
- Others	127,2	195,1	384,0	6,4%	9,3%	14,2%	96,8%					
Total	1 989,6	2 095,1	2 702,5	100,0%	100,0%	100,0%	29,0%					
Operating revenues	2 004,0	2 216,7	2 719,3				22,7%					

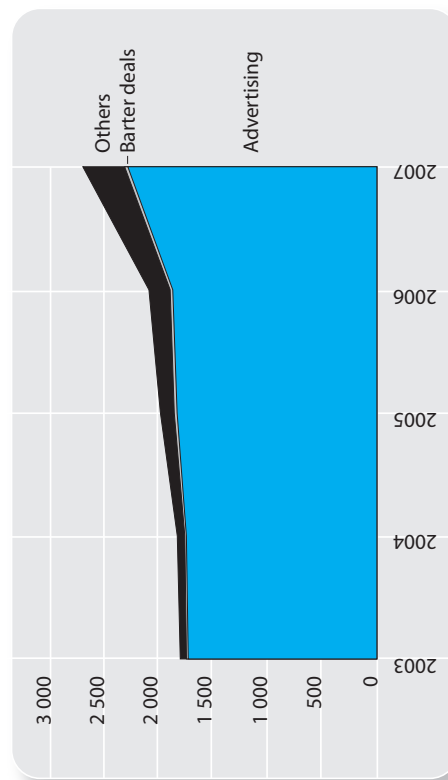
Expenditure	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Dépenses									
Purchase of goods and services e	1 372,9	1 396,9	1 874,3	84,7%	83,5%	80,3%	34,2%		
Cost of employees	212,6	235,5	323,6	13,1%	14,1%	13,9%	37,4%		
Depreciation and amortisation	34,8	40,0	137,0	2,1%	2,4%	5,9%	242,5%		
Operating expenditure	1 620,3	1 672,4	2 334,9	100,0%	100,0%	100,0%	39,6%		

Net result	221,6	243,9	96,2	-60,6%
Operating margin (%)	19,2	21,0	14,1	

ProSiebenSat.1 Media AG/OBS

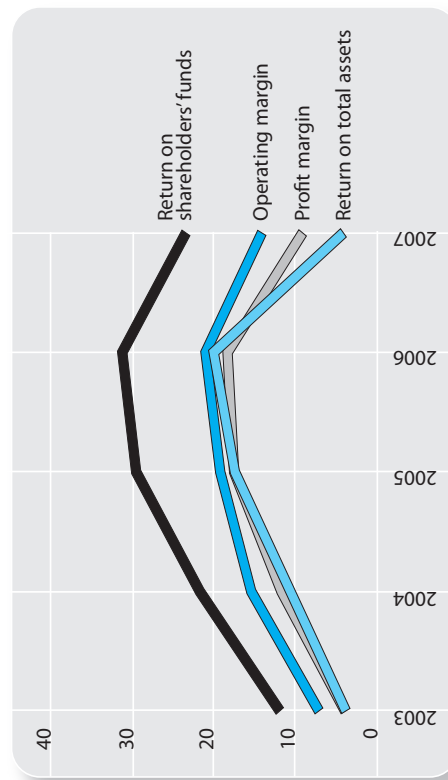
EUR million.

Millions EUR.



In %.

In %.



TV audience
market share

In %, 3 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 3 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 3 Jahre.

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

2001-2007

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ARD 1	13,9	14,3	14,0	13,9	13,5	14,2	14,6
ARD III	13,2	13,4	13,5	13,7	13,6	13,5	15,7
ZDF	13,2	13,9	13,2	13,6	13,5	13,6	14,3
3sat	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
KI.KA	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	0,6
PHOENIX	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6
ARTE	0,4	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,8
RTL	14,7	14,6	14,9	13,8	13,2	12,8	12,9
RTL 2	4	3,8	4,7	4,9	4,2	3,8	3,5
SuperRTL	2,8	2,4	2,7	2,7	2,8	2,6	2,3
VOX	3,1	3,3	3,5	3,7	4,2	4,8	6,4
SAT.1	10,1	9,9	10,2	10,3	10,9	9,8	8,0
PRO 7	8	7,0	7,1	7,0	6,7	6,6	6,2
Kabel Eins	5	4,5	4,2	4,0	3,8	3,6	3,4
DSF	1	0,9	1,1	1,1	1,2	1,0	1,2
n-tv	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,4
Eurosport	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,6
Neun Live	0,5	0,4	~	0,2	0,2	0,2	0,1
Das VIERTE⁽¹⁾	-	-	-	-	0,5	0,6	0,8
NICK⁽¹⁾	-	-	-	-	0,5	0,5	0,4
Tele 5	-	-	-	-	0,4	0,6	0,7
VIVA	-	-	-	-	0,5	0,6	0,3
VIVA PLUS	-	-	-	-	0,3	0,2	0,0
N 24	-	-	-	-	-	-	0,6
Comedy Central	-	-	-	-	-	-	0,2
MTV	-	-	-	-	-	-	0,3
Euronews	-	-	-	-	-	-	0,0
DMAX	-	-	-	-	-	-	0,4
Others Autres Sonstige	5,9	7,4	6,4	6,3	5,4	6,2	3,5

(1) Nick and Das Vierte have been measured since the end of September 2005 => Average based on the period from October to December 2005.

(1) Nick et Das Vierte sont mesurées depuis fin septembre 2005 => Moyennes calculées sur la période d'octobre à décembre 2005.

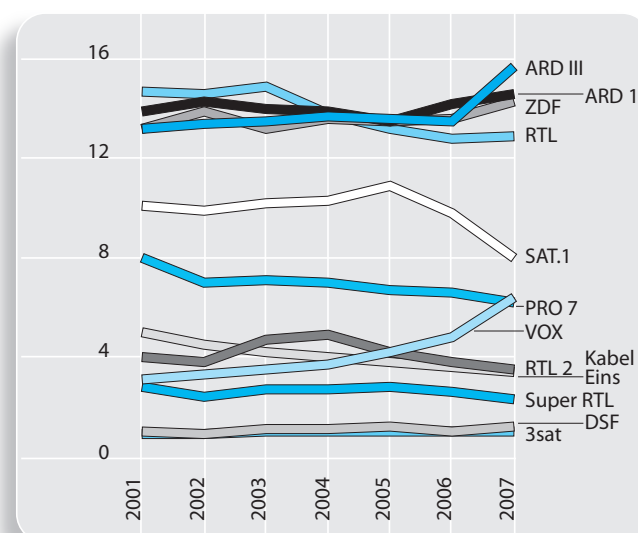
(1) Nick und Das Vierte werden seit Ende September 2005 gemessen => Der Durchschnittswert betrifft den Zeitraum Oktober-Dezember 2005.

► Eurodata TV Worldwide/AGF - GfK

Daily share.
In %, 3 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 3 ans et +.

Ganztägig.
In %, ab 3 Jahre.



TV audience
market shareParts de marché
d'audience TVMarktanteile
der FernsehdiensteT.1.DE.7
G.1.DE.7

In %, 3 years +.

En %, 3 ans et +.

In %, ab 3 Jahre.

2001-2007

Channels

Prime time (19:00-23:00)

Chaînes

Heures de grande écoute (19h-23h)

Dienste

Primetime (19-23 Uhr)

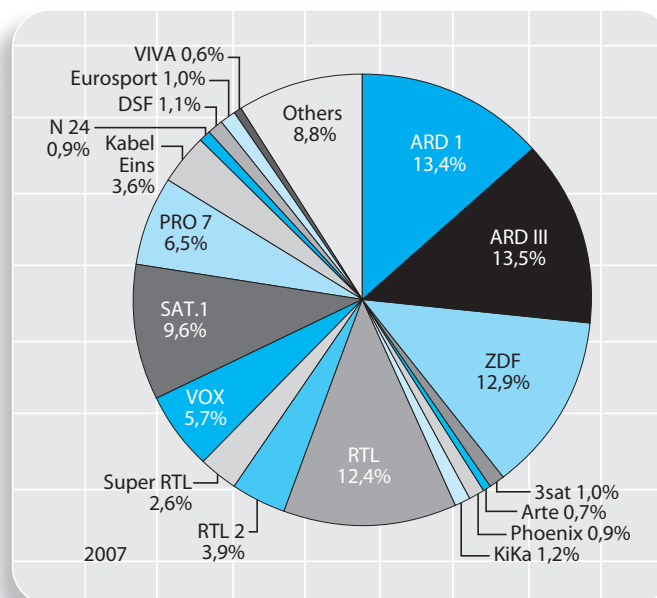
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ARD 1	14,4	15,2	15,5	15,9	15,4	15,5	13,4
ARD III	15,2	15,6	15,6	15,8	15,7	15,7	13,5
ZDF	14,8	15,2	15,1	15,8	15,2	15,2	12,9
3sat	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0
Arte	0,6	0,6	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7
Phoenix	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,9
RTL	16,2	15,8	15,0	13,5	12,9	12,7	12,4
RTL 2	3,6	3,7	4,3	4,8	4,0	3,5	3,9
Super RTL	2,6	2,2	2,3	2,2	2,6	2,3	2,6
VOX	2,7	2,9	3,2	3,7	4,4	5,3	5,7
SAT.1	10,3	9,7	9,7	8,9	9,8	8,9	9,6
PRO 7	7,3	6,9	6,9	6,7	6,3	6,3	6,5
Kabel Eins	4,3	3,6	3,6	3,4	3,2	3,2	3,6
DSF	0,8	0,8	1,0	1,2	1,3	1,2	1,1
Eurosport	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	1,0
9Live	0,5	0,2	-	0,1	0,1	0,1	0,2
n-tv	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,7
KiKa	-	-	0,3	0,5	0,5	0,5	1,2
Das Vierte ⁽¹⁾	-	-	-	-	0,5	0,6	0,8
NICK ⁽¹⁾	-	-	-	-	0,2	0,3	0,7
Tele 5	-	-	-	-	0,4	0,6	0,7
VIVA	-	-	-	-	0,3	0,3	0,6
VIVA PLUS	-	-	-	-	0,1	0,1	0,0
N 24	-	-	-	-	-	-	0,9
Comedy Central	-	-	-	-	-	-	0,3
MTV	-	-	-	-	-	-	0,5
Euronews	-	-	-	-	-	-	0,0
DMAX	-	-	-	-	-	-	0,5
Others Autres Sonstige	4,6	5,5	4,7	4,7	4,0	4,6	4,5

(1) See T.1.DE.6.

(1) Voir T.1.DE.6.

(1) Siehe T.1.DE.6.

Eurodata TV Worldwide/AGF - GfK

Prime time
(19:00-23:00).
In %, 3 years +.Heures de grande
écoute (19h-23h).
En %, 3 ans et +.Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 3 Jahre.

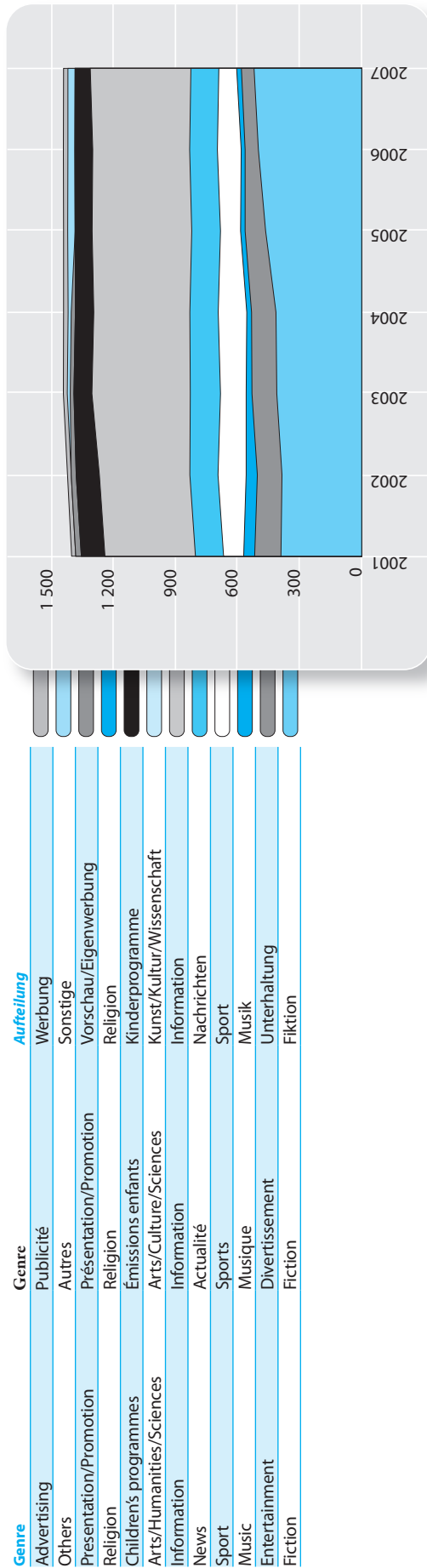
In minutes/day.

In Minuten/Tag.

2004-2007

Genre	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Fiction	414	464	499	520	28,8%	32,3%	34,6%	36,1%	28,8%	32,3%	34,6%	36,1%	4,2%
Entertainment	118	99	64	61	8,2%	6,9%	4,4%	4,2%	8,2%	6,9%	4,4%	4,2%	-4,7%
Music	23	22	19	23	1,6%	1,5%	1,3%	1,6%	1,6%	1,5%	1,3%	1,6%	21,1%
Sports	138	97	115	86	9,6%	6,7%	8,0%	6,0%	9,6%	6,7%	8,0%	6,0%	-25,2%
News	137	138	134	135	9,5%	9,6%	9,3%	9,4%	9,5%	9,6%	9,3%	9,4%	0,7%
Information	464	482	468	486	32,2%	33,5%	32,5%	33,8%	32,2%	33,5%	32,5%	33,8%	3,8%
Children's programmes	89	82	86	73	6,2%	5,7%	6,0%	5,1%	6,2%	5,7%	6,0%	5,1%	-15,1%
Presentation/Promotion	20	~	~	~	1,4%	~	~	~	1,4%	~	~	~	~
Others	15	34	34	35	1,0%	2,4%	2,4%	2,4%	1,0%	2,4%	2,4%	2,4%	2,9%
Advertising	22	20	22	21	1,5%	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%	1,4%	1,5%	1,5%	-4,5%
Total	1 440	1 438	1 441	1 440	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,1%

IFEM Institut für empirische Medienforschung/OBS



Breakdown of ZDF TV programme output

Inhaltliche Aufteilung des ZDF-Fernsehprogramms

T.1.DE.9
G.1.DE.9

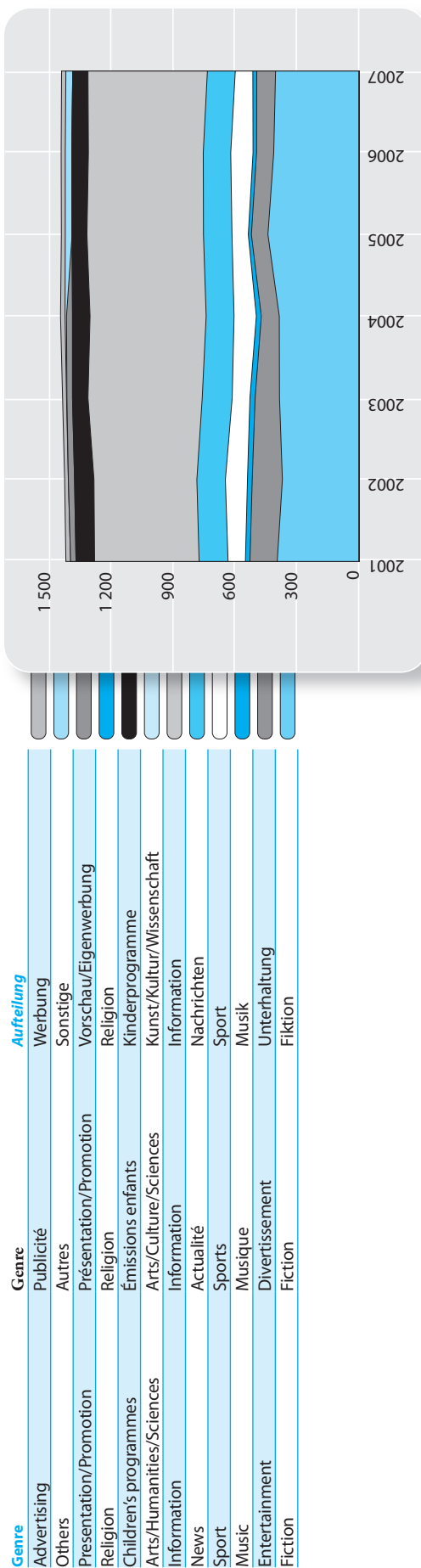
In minutes/day.

In Minuten/Tag.

2004-2007

Genre	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Fiction	385	440	412	403	26,7%	30,6%	28,6%	28,0%	28,0%	28,6%	28,0%	28,0%	-2,2%
Entertainment	87	80	83	91	6,0%	5,6%	5,8%	6,3%	6,3%	5,8%	6,3%	6,3%	9,6%
Music	24	15	17	19	1,7%	1,0%	1,2%	1,3%	1,3%	1,0%	1,2%	1,3%	11,8%
Sports	108	79	108	85	7,5%	5,5%	7,5%	5,9%	5,9%	5,5%	7,5%	5,9%	-21,3%
News	135	138	133	135	9,4%	9,6%	9,2%	9,4%	9,4%	9,6%	9,2%	9,4%	1,5%
Information	562	564	556	578	39,0%	39,2%	38,6%	40,2%	39,0%	39,2%	38,6%	40,2%	4,0%
Children's programmes	85	72	80	74	5,9%	5,0%	5,6%	5,1%	5,9%	5,0%	5,6%	5,1%	-7,5%
Presentation/Promotion	29	~	~	~	2,0%	~	~	~	2,0%	~	~	~	~
Others	7	33	32	33	0,5%	2,3%	2,2%	2,3%	0,5%	2,3%	2,2%	2,3%	3,1%
Advertising	18	18	20	21	1,3%	1,3%	1,4%	1,5%	1,3%	1,3%	1,4%	1,5%	5,0%
Total	1 440	1 439	1 441	1 439	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,1%

➔ Institut für empirische Medienforschung/MediaPerspektiven/OBS



Ventilation par genre des programmes TV de SAT.1

Breakdown by genre of SAT.1 TV programme output

Inhaltliche Aufteilung des SAT.1-Fernsehprogramms

T.1.DE.10
G.1.DE.10

In minutes/day.

En minutes/jour.

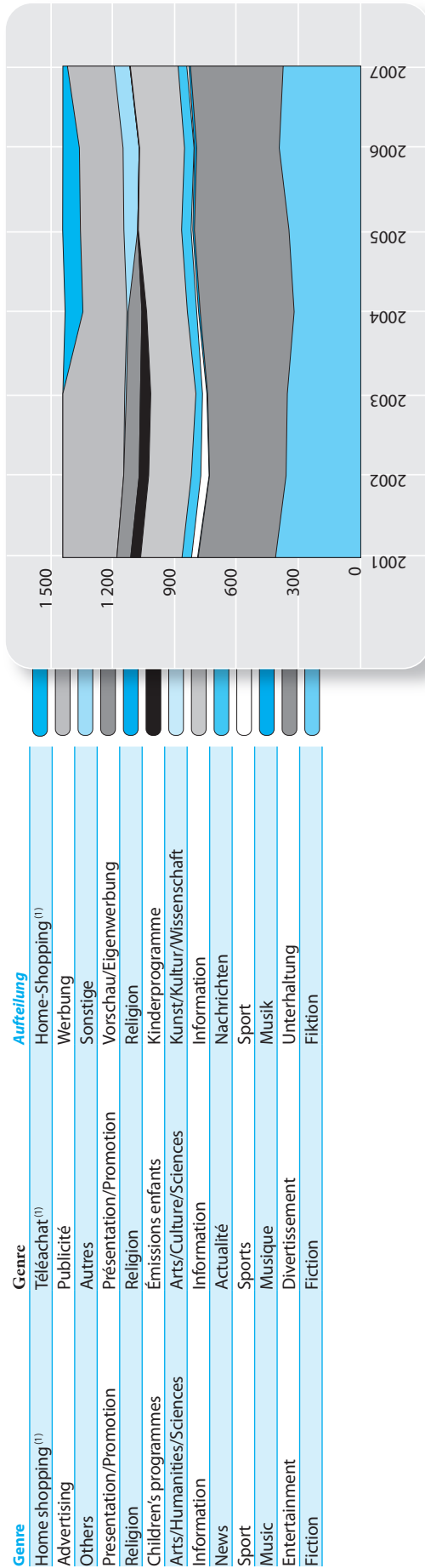
2004-2007

Genre	Aufteilung	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Fiction	Fiktion	322	347	394	375	22,4%	24,1%	27,4%	26,0%	-4,8%
Entertainment	Unterhaltung	454	457	399	448	31,5%	31,7%	27,7%	31,1%	12,3%
Music	Musik	8	8	10	8	0,6%	0,6%	0,7%	0,6%	-20,0%
Sports	Sport	9	8	3	10	0,6%	0,6%	0,2%	0,7%	233,3%
News	Actualité	45	46	46	42	3,1%	3,2%	3,2%	2,9%	-8,7%
Information	Information	197	209	217	231	13,7%	14,5%	15,1%	16,0%	6,5%
Children's programmes	Émissions enfants	23	3	2	2	1,6%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%
Presentation/Promotion	Présentation/Promotion	66	~	~	~	4,6%	~	~	~	~
Others	Autres	6	68	78	76	0,4%	4,7%	5,4%	5,3%	-2,6%
Advertising	Publicité	213	210	211	226	14,8%	14,6%	14,7%	15,7%	7,1%
Home shopping ⁽¹⁾	Téléachat ⁽¹⁾	86	86	80	22	6,0%	6,0%	5,6%	1,5%	-72,5%
Total	Summe	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%

(1) Includé dans «Advertising» avant 2004.

(1) Bis 2004 in «Werbung» enthalten.

↗ Institut für empirische Medienforschung/MediaPerspektiven



Breakdown by genre of
RTL TV programme output
In minutes/day.

Inhaltliche Aufteilung des
RTL Television-Programms
In Minuten/Tag.

T.1.DE.11
G.1.DE.11
2004-2007

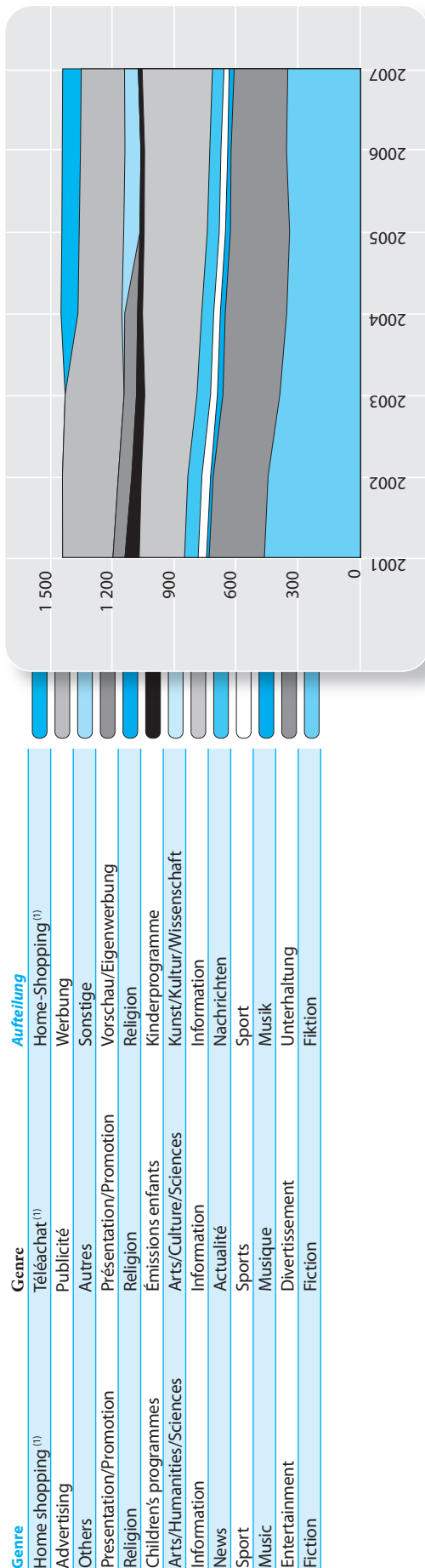
En minutes/jour.

Genre	Aufteilung	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Fiction	Fiktion	356	342	357	351	24,7%	23,8%	24,8%	24,4%	-1,7%
Entertainment	Unterhaltung	297	286	268	259	20,6%	19,9%	18,6%	18,0%	-3,4%
Music	Musik	24	24	16	24	1,7%	1,7%	1,1%	1,7%	50,0%
Sports	Sport	32	30	33	25	2,2%	2,1%	2,3%	1,7%	-24,2%
News	Actualité	58	58	54	56	4,0%	4,0%	3,8%	3,9%	3,7%
Information	Information	286	305	315	340	19,9%	21,2%	21,9%	23,6%	7,9%
Children's programmes	Émissions enfants	24	20	18	18	1,7%	1,4%	1,3%	1,3%	0,0%
Presentation/Promotion	Présentation/Promotion	62	~	~	~	4,3%	~	~	~	~
Others	Autres	14	78	77	67	1,0%	5,4%	5,3%	4,7%	-13,0%
Advertising	Publicité	212	212	215	209	14,7%	14,7%	14,9%	14,5%	-2,8%
Home shopping ⁽¹⁾	Téléachat ⁽¹⁾	82	84	88	90	5,7%	5,8%	6,1%	6,3%	2,3%
Total	Summe	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%

(1) Inklus dans «Advertising»
until 2003.

(1) Bis 2003 in 'Werbung' enthalten.

➔ Institut für empirische Medienforschung/MediaPerspektiven/OBS



Ventilation par genre des programmes de Pro7

Inhaltliche Aufteilung des Pro7-Fernsehprogramms

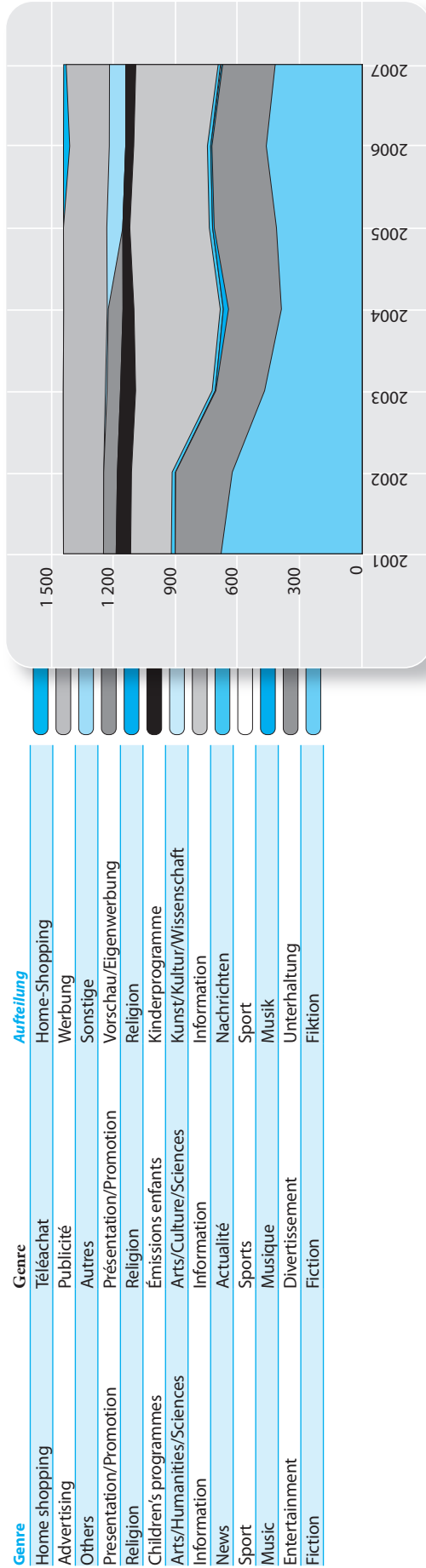
T.1.DE.12
G.1.DE.12
2004-2007

In minutes/day.

In Minuten/Tag.

Genre	Aufteilung	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Fiction	Fiktion	389	413	462	419	27,0%	28,7%	32,1%	29,1%	-9,3%
Entertainment	Unterhaltung	255	300	262	253	17,7%	20,8%	18,2%	17,6%	-3,4%
Music	Musik	25	8	6	6	1,7%	0,6%	0,4%	0,4%	0,0%
Sports	Sport	0	0	0	5	-	-	-	-	-
News	Nachrichten	15	16	16	11	1,0%	1,1%	1,1%	0,8%	-31,3%
Information	Information	416	383	355	397	28,9%	26,6%	24,7%	27,6%	11,8%
Children's programmes	Émissions enfants	53	34	39	49	3,7%	2,4%	2,7%	3,4%	25,6%
Presentation/Promotion	Présentation/Promotion	71	~	~	~	4,9%	~	~	~	~
Others	Autres	5	77	79	78	0,3%	5,3%	5,5%	5,4%	-1,3%
Advertising	Publicité	210	209	191	209	14,6%	14,5%	13,3%	14,5%	9,4%
Home shopping	Téléachat	0	0	30	12	0,0%	0,0%	2,1%	0,8%	-60,0%
Total	Summe	1 440	1 440	1 440	1 440	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%

↳ Institut für empirische Medienforschung/MediaPerspektiven



The 40 leading
TV production
companies in Germany

Operating revenues in EUR thousand.

Les 40 premières sociétés
de production de programmes
de télévision en Allemagne

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Die 30 führenden
Fernsehproduktions-
unternehmen in Deutschland

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

T.1.DE.13
2003-2007

Rank	Company	Genre	2003	2004	2005	2006	2007
Rang	Entreprises	Genres					
Rang	Unternehmen	Genre					
1	Colonia Media Filmproduktions GmbH	e Fiction, film, documentaries	273 710	300 267	~	~	~
2	Bavaria Film GmbH	e Fiction, film	255 500	281 700	256000	~	~
3	MME Me, Myself & Eye Entertainment AG (cons.) ⁽¹⁾	Fiction, entertainment	19 234	52 944	92 642	95 837	96 467
4	Studio Hamburg Produktion	Fiction, film	60 778	62 405	55 228	80 607	~
5	Plazamedia GmbH TV & Film Produktion	e Sports	49 583	75 603	~	75 000	~
6	Grundy UFA TV Produktions GmbH	e Fiction, entertainment	75 000	75 000	75 000	75 000	~
7	Constantin Entertainment GmbH	e Entertainment	44 000	68 500	70 000	70 000	70 000
8	Endemol Deutschland GmbH	e Entertainment	81 000	100 000	100 000	63 682	62 738
9	Neue Deutsche Filmgesellschaft	e Fiction, film	63 000	63 300	60 000	60 000	~
10	Brainpool TV GmbH	Fiction, entertainment	47 131	51035	~	~	~
11	Film pool, Film und Fernsehproduktion GmbH	Fiction	~	~	19 723	44 579	~
12	Innova Film GmbH		18 000	20000	27 836	39 767	37 958
13	Raab TV Produktion GmbH	e Entertainment	33 044	36 340	~	~	~
14	Spiegel TV GmbH	e News	29 000	29 000	36 000	~	~
15	Ziegler Film GmbH	Fiction, film	32 144	28 582	~	~	~
16	Janus TV GmbH	e Entertainment	10 744	29 957	27 000	~	~
17	NFP Neue Filmproduktion TV GmbH	e Fiction	26 000	~	~	~	~
18	Granada Produktion für Film und Fernsehen	Entertainment	6 027	17 763	10 776	26 430	~
19	Action Concept Film- und Stuntproduktion GmbH	Fiction	31 196	34 371	25 450	~	~
20	Nova-Entertainment GmbH	e Fiction, film	10 000	15 000	25 000	~	~
21	Beckground TV+Filmproduktion GmbH	e Entertainment, sports	25 000	25 000	~	~	~
22	Hoffmann & Voges Entertainment GmbH	e Fiction, film	11 000	11 000	11 000	18 056	22 000
23	TVN - Television Programm- und Nachrichten GmbH	News	16 300	19 500	21 000	~	~
24	Polyphon Film und Fernseh GmbH	e Fiction, film	17 129	~	~	20 000	20 000
25	Nostro Film GmbH	e Fiction	18 432	18 450	~	~	~
26	TV Loonland AG	Animation	32 026	20 763	18 069	~	~
27	FFP Entertainment GmbH	e	~	18 000	18 000	18 000	18 000
28	BKN International AG	Animation	4 491	7 722	11 967	13 893	17 987
29	BAF Berlin Animation Film GmbH	Animation	6 737	8 102	15 452	~	~
30	I & U Information und Unterhaltung TV Produktion GmbH		1 500	~	1 500	15 000	15 000
31	Blue Eyes Film & Television GmbH & Co KG		~	~	17 000	15 000	15 000
32	Cinecentrum GmbH	Fiction	7 259	20 890	14 586	~	~
33	Time 2 Talk Show GmbH	e Entertainment	14 000	14 000	~	~	~
34	Opal Filmproduktion GmbH	Fiction, film	14 516	15 780	13 027	~	~
35	Monaco Film GmbH	e Fiction, documentary	11 000	13 000	~	~	~
36	GGG Filmproduktion und Vertrieb		7 000	7 000	7 000	13 000	~
37	DFA Deutsche Fernseh- nachrichten-Agentur-GmbH	e News	29 000	12 900	~	~	~
38	Pro Programme und Produktion für Bühne und Fernsehen GmbH	e Entertainment	20 000	16 000	10 000	12 000	12 000
39	Janus Film GmbH	Fiction, film	10 163	4 963	11 200	~	~
40	News and Pictures Fernsehen GmbH	e News	10 900	10 000	11 000	11 000	~

(1) 2007 over 14 months.

(1) 2007 sur 14 mois.

(1) 2007 über 14 Monate.

➔ OBS

The Danish audiovisual landscape is characterised by a strong public sector, represented by two broadcasters: DR (with channels DR1, DR2, DR Extra and DR Update, launched in 2007) and TV2 (with channels TV2, TV2 Charlie, TV2 Extra, TV2 Film, TV2 Zulu, the network of TV2 regional windows, as well as TV2 News and TV2 Sport, which were launched in 2007). DR and TV2 do not follow the same economic model, since the former does not receive any advertising income, while the latter is entirely funded by advertising.

Several private foreign groups make up the range of Danish channels. While the Swedish Modern Times Group (MTG) broadcasts Danish versions of its TV1000 pay-TV channels, its market position is particularly strong thanks to the channels TV3, TV3+ (broadcast under British licences) and TV2 Sport (a joint venture between TV2 and MTG). Meanwhile, the German group ProSiebenSat.1 Media AG has invested in the Danish market by acquiring the SBS Broadcasting Group in 2007. It now controls channels Kanal 4, Kanal 5 (which are also broadcast under British licences) and SBS NET (launched in 2007).

The audience data demonstrate the predominance of the public sector. Danish public channels achieved a 71.5% market share in 2007, although this figure was 0.9 percentage point lower than in 2006. If the mixed channel TV2 Sport is included in the figure for public channels, the market share of public channels is 72.4%, reducing the drop in ratings since 2006 to 0.4 percentage point.

The market is particularly concentrated around two channels, TV2 and DR1, which share almost 60% of the daytime audience and more than 68% in prime time. However, these two channels' results fell significantly in 2007, when they lost 0.8 and 1.2 percentage points of their daytime market share respectively. The top private channel therefore stands in third place in the list of daytime audiences with only 5.3% of the market, and only fourth in prime time (with 4.8%), behind DR2.

Contrary to what the concentration of Danish audience shares might suggest, multi-channel services are very popular in Denmark.

Cable is the most common option, serving more than 60% of households. The strongest cable operators are You See (controlled by TDC, the traditional Danish telecommunications operator, now privatised) with 1.1 million subscribers in the first quarter of 2008, and Stofa (controlled by the Swedish company TeliaSonera), as well as Dansk Kabel TV (200,000 subscribers in 2008). According to Cable Europe

Le paysage audiovisuel danois se caractérise par une forte présence du secteur public, représenté par deux radiodiffuseurs : DR (les chaînes DR1, DR2, DR Extra et DR Update, lancée en 2007) et TV2 (les chaînes TV2, TV2 Charlie, TV2 Extra, TV2 Film, TV2 Zulu, le réseau de décrochages régionaux de TV2 ainsi que TV2 News et TV2 Sport lancées en 2007). DR et TV2 ne relèvent pas du même modèle économique puisque le premier ne perçoit pas de recettes publicitaires tandis que le financement du second en dépend intégralement.

Plusieurs groupes privés étrangers complètent l'offre de chaînes danoises. Le groupe suédois Modern Times Group (MTG) est certes présent à travers les versions danoises de ses chaînes à péage TV1000, mais est surtout positionné sur le marché grâce aux chaînes TV3, TV3+ (diffusées sous licences britanniques) et TV2 Sport (la chaîne étant une joint-venture entre TV2 et MTG). Le groupe allemand ProSiebenSat.1 Media AG a quant à lui investi le marché danois depuis le rachat de SBS Broadcasting Group en 2007. Il contrôle depuis lors les chaînes Kanal 4, Kanal 5 (diffusées elles aussi sous licences britanniques) et SBS NET (inaugurée en 2007).

Les données d'audience consacrent la prédominance du secteur public. Les chaînes publiques danoises réunissent 71,5 % de parts de marché d'audience en 2007, un chiffre toutefois en baisse depuis 2006 (-0,9 points). L'inclusion de la chaîne mixte TV2 Sport dans le total des chaînes publiques fait remonter la part de marché des chaînes publiques à 72,4 % et limite la baisse d'audience par rapport à 2006 à 0,4 point.

Le marché se révèle particulièrement concentré autour de deux chaînes, TV2 et DR1. Elles captent près de 60% de l'audience en journée et plus de 68 % en prime time. Ces deux stations accusent néanmoins un net repli en 2007 : elles perdent respectivement 0,8 et 1,2 point de parts de marché en journée. La première chaîne privée se place donc à la troisième place des audiences en journée avec seulement 5,3 % de parts de marché, et elle ne se classe que quatrième en prime time (avec 4,8 % de parts de marché), derrière DR2.

Contrairement à ce que pourrait laisser envisager la concentration de l'audience danoise, le multichainés est très présent dans le pays.

C'est le câble qui rencontre le succès le plus large, équipant plus de 60 % des foyers. Parmi les offres des cablo-opérateurs, les plus populaires sont You See (contrôlée par TDC, l'opérateur historique danois des télécommunications, aujourd'hui privé) avec 1,1 million d'abonnés au premier trimestre 2008 et Stofa (contrôlée par le suédois TeliaSonera), sans oublier Dansk

Die dänische Fernsehlandschaft ist von einer starken Präsenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, namentlich zwei Veranstaltern geprägt: DR (mit den Sendern DR1, DR2, DR Extra und seit 2007 DR Update) sowie TV2 (mit TV2, TV2 Charlie, TV2 Extra, TV2 Film, TV2 Zulu, den regionalen Fensterprogrammen von TV2 und den 2007 gestarteten Sendern TV2 News und TV2 Sport). DR und TV2 haben nicht dasselbe Geschäftsmodell: DR verzichtet völlig auf Werbeeinnahmen, während sich TV2 ausschließlich darüber finanziert.

Mehrere private Gruppen aus dem Ausland ergänzen das dänische Senderangebot. Die schwedische Modern Times Group (MTG) ist zwar über die dänische Sprachfassung seiner Bezahlkanäle TV1000 präsent, aber die Positionierung auf dem dänischen Markt erfolgt vor allem über die Sender TV3, TV3+ (unter britischer Lizenz ausgestrahlt) und TV2 Sport (einem Joint Venture zwischen TV2 und MTG). Die deutsche ProSiebenSat.1 Media AG ist mit der Übernahme der SBS Broadcasting Group 2007 auf den dänischen Markt vorgedrungen und kontrolliert nunmehr auch die Sender Kanal 4, Kanal 5 (ebenfalls unter britischer Lizenz ausgestrahlt) und SBS NET (Sendestart 2007).

Die Einschaltquoten bestätigen die Dominanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der 2007 mit allen seinen Sendern auf einen Zuschauermarktanteil von 71,5 % kam, wenngleich dies 0,9 Prozentpunkte unter dem Vorjahresergebnis lag. Bei Einbeziehung des Mischsenders TV2 Sport in das Gesamtergebnis der Öffentlich-Rechtlichen steigt der Marktanteil auf 72,4 %, was den Zuschauerverlust gegenüber dem Vorjahr auf 0,4 Prozentpunkte begrenzt.

Der Markt konzentriert sich insbesondere um zwei Sender, TV2 und DR1. Auf sie entfallen fast 60 % der Einschaltquoten tagsüber und über 68 % in der Primetime. Allerdings ging der Marktanteil beider Sender im Tagesprogramm 2007 deutlich zurück (um 0,8 bzw. 1,2 %). Der größte Privatsender kam bei den Einschaltquoten tagsüber mit einem Marktanteil von 5,3 % nur auf den dritten und in der Primetime mit 4,8 % nur auf den vierten Platz hinter DR2.

Anders als die Konzentration der Einschaltquoten in Dänemark vermuten ließe, ist die Multikanalverbreitung im Land sehr präsent.

Das Kabel ist mit einer Reichweite von über 60 % der Haushalte die häufigste Verbreitungsart. Die beliebtesten Angebote der Kabelbetreiber sind You See (von TDC kontrolliert, dem klassischen Telekomanbieter in Dänemark, der heute privatisiert ist) mit 1,1 Mio. Abonnenten im ersten Quartal 2008 und Stofa (von der schwedischen Gruppe TeliaSonera kontrolliert), nicht zu vergessen Dansk Kabel TV (200 000 Abonnenten 2008). Nach

and Screen Digest, a total of more than 1,500 cable operators are operating in Denmark.

Two satellite services are available in Denmark, as in all Nordic countries: Canal Digital and Viasat. IPTV is also emerging, with services offered by fasttv (SkyCom group), in partnership with A+ Arrownet (which claimed to have 10,000 subscribers in May 2008), Fixnet Nordic (a subsidiary of TDC) and Dansk Bredbaand. Finally, although mobile television trials using the DVB-H standard were conducted in the Copenhagen region in summer 2007, no services have been officially launched yet.

Analogue terrestrial signals are due to be switched off on 1 November 2009. Since 2006, the first multiplex has been operational, controlled by the public broadcasters and offering the main public channels throughout the country. A second multiplex dedicated to public channels will be launched in 2009. Meanwhile, a tendering procedure for the management of the last four multiplexes (with a capacity of around 25 channels) was carried out at the beginning of 2008. The winning bid was submitted by Boxer TV A/S (a subsidiary of the Swedish group of the same name). The licence awarded to Boxer is valid for 12 years, i.e. until 2020. The other candidates were subsidiaries of the Norwegian group Telenor and the Swedish group MTG.

Regarding legal matters, there was no real progress in the privatisation of the TV2 group in 2007. 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. A recapitalisation plan was then put together and approved by the Commission in October 2004. However, an appeal was lodged against this plan by the broadcasters TV Danmark and Kanal 5 in January 2005. The Danish authorities still make regular reference to the privatisation of TV2, which remains on hold. In spring 2008, for example, the Ministry of Culture announced that emergency aid would be provided to stabilise TV2, which is heavily in debt, prior to possible privatisation.

➔ Medie- og Tilskudssekretariatet:
<http://www.mediesekretariatet.dk>

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

Audience data: Eurodata TV
Worldwide/Gallup TV meter

Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>

Kabel TV (200 000 abonnés en 2008). Selon Cable Europe et Screen Digest, ce sont en tout plus de 1500 cablo-opérateurs qui opèrent au Danemark.

Deux bouquets satellites sont commercialisés au Danemark comme dans tous les pays nordiques : Canal Digital et Viasat. La télévision via protocole IP émerge aussi, grâce aux offres de fasttv (groupe SkyCom), associée avec A+ Arrownet (ils revendiquent 10 000 abonnés en mai 2008), de Fixnet Nordic (une filiale de TDC) ou de Dansk Bredbaand. Enfin, si des tests de télévision vers les mobiles en norme DVB-H ont été menés lors de l'été 2007 dans la région de Copenhague, aucun service n'est encore officiellement lancé.

La date de l'extinction de l'analogique terrestre est fixée au 1er novembre 2009. Depuis 2006, un premier multiplexe est opérationnel, contrôlé par les radiodiffuseurs publics et offrant les principales chaînes publiques sur la totalité du territoire. Un second multiplexe dédié aux chaînes publiques sera inauguré en 2009. Par ailleurs, un appel d'offre concernant la gestion des quatre derniers multiplexes (représentant une capacité de 25 chaînes environ) a été mené au début de l'année 2008 : c'est la firme Boxer TV A/S (filiale du groupe suédois du même nom) qui a remporté la mise. La licence de l'entreprise Boxer a une validité de douze ans, soit jusqu'en 2020. Les autres candidats étaient des filiales du groupe norvégien Telenor et du groupe suédois MTG.

Au niveau juridique, le dossier relatif à la privatisation du groupe TV2 n'a pas connu de réel développement en 2007. La privatisation de TV2 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 TV2 avait bénéficié d'aides publiques illégales ; elle a donc exigé le remboursement à l'Etat danois de 84,4 millions EUR. Un plan de recapitalisation a été alors forgé et approuvé par la Commission en octobre 2004. Mais ce dernier a fait l'objet d'un recours par les radiodiffuseurs TV Danmark et Kanal 5 en janvier 2005. Les autorités danoises continuent d'évoquer régulièrement la privatisation de TV2, toujours en suspens. Ainsi une aide d'urgence a été annoncée au printemps 2008 par le ministère de la Culture visant à assainir TV2, fortement endettée, avant une éventuelle privatisation.

➔ Medie- og Tilskudssekretariatet :
<http://www.mediesekretariatet.dk>

Aspects juridiques : IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Données d'audience : Eurodata TV
Worldwide/Gallup TV meter

Nordicom : <http://www.nordicom.gu.se>

Angaben von Cable Europe und Screen Digest gibt es in Dänemark insgesamt über 1 500 Kabelbetreiber.

Wie in allen nordischen Ländern bieten auch in Dänemark zwei Satellitenbouquets ihre Dienste an: Canal Digital und Viasat. Auch per Internet-Protokoll ist das Fernsehprogramm nun zu empfangen: bei fasttv (SkyCom-Gruppe), in Partnerschaft mit A+ Arrownet (mit 10 000 Abonnenten im Mai 2008 nach eigenen Angaben), Fixnet Nordic (Tochter von TDC) oder Dansk Bredbaand. Versuche mit mobilem Fernsehen in der DVB-H-Norm fanden zwar im Sommer 2007 im Großraum Kopenhagen statt, aber es wurde noch kein Dienst offiziell gestartet.

Am 1. November 2009 soll die Verbreitung des terrestrischen analogen Signals eingestellt werden. 2006 wurde das erste digitale terrestrische Fernsehnetz von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern in Betrieb genommen, auf dem die wichtigsten öffentlich-rechtlichen Sender im ganzen Land zu empfangen sind. Ein zweiter Multiplex für die öffentlich-rechtlichen Sender wird 2009 den Betrieb aufnehmen. Eine Ausschreibung für den Betrieb der vier letzten Multiplexe (mit einer Kapazität von etwa 25 Sendern) wurde Anfang 2008 durchgeführt: Das Unternehmen Boxer TV A/S (Tochter der gleichnamigen schwedischen Gruppe) erhielt den Zuschlag. Die Lizenz gilt 12 Jahre lang, also bis 2020. Die anderen Bewerber waren Tochterunternehmen der norwegischen Gruppe Telenor und der schwedischen MTG.

Auf juristischer Ebene hat die Privatisierung der Gruppe TV2 im Jahr 2007 keine wirklichen Fortschritte gemacht. Die Privatisierung von TV2 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 TV2 unrechtmäßig öffentliche Beihilfen erhalten habe, und forderte das Unternehmen auf, dem Staat 84,4 Mio. EUR zurückzuzahlen. Dem vorgelegten Kapitalaufstockungsplan stimmte die Kommission im Oktober 2004 zu. Dagegen legten allerdings die Rundfunkveranstalter TV Danmark und Kanal 5 im Januar 2005 Widerspruch ein. Die dänischen Behörden beziehen sich immer wieder auf die angestrebte Privatisierung von TV2, die jedoch weiterhin ausgesetzt ist. So wurde im Frühjahr 2008 vom Kulturministerium eine Soforthilfe zur Sanierung des stark verschuldeten Senders vor einer eventuellen Privatisierung angekündigt.

➔ Medie- og Tilskudssekretariatet:
<http://www.mediesekretariatet.dk>

Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Zuschauerdaten: Eurodata TV
Worldwide/Gallup TV meter

Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	5 434
Households	Ménages	Haushalte	-	2 517
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,1%	2 443
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	62,9%	1 582
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	5,0%	126
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	16,3%	410
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	16,3%	410
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	1,4%	35
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	19,9%	500
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	42,6%	1 071
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	87,0%	2 189
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	75,7%	1 906
Subscribers to unicast mobile TV	Abonnés aux services mobiles Unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast		10

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	>350
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	3
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Numérique terrestre (national)	Terrestrisch (national)	6	0	6	
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	4	12	16	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	84	84	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	8	57	65	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	0	0	
Total	Total	Gesamt	18	153	171	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	0	39	39	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital	Cable TDC Kabel TV Digital Full offer	Satellite Canal Digital Full offer	Satellite Viasat	IPTV Dansk Bredband TV Full offer
Generalist - national (incl. dedicated)		3	4	4	3	3
Generalist - foreign		-	30	14	24	15
Adults		-	4	4	3	3
Children		-	6	17	18	6
Film		-	15	26	25	8
Culture/Documentary/Education		-	13	13	25	8
Entertainment/TV Fiction		-	13	19	24	9
Cultural minorities		-	5			
Home shopping		-				
News/Business		1	8	12	7	10
International channels		-	4	1	2	4
Leisure/travel		-	2	4	2	1
Lifestyle		-	1	3		
Music		-	9	9	9	4
Parliamentary		-				
Regional/Local		-	1			
Religion		-	1	2	1	
Sports		-	12	21	22	9
Various		2			1	

Operating revenues
of principal television
companies in Denmark

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision au Danemark

Milliers EUR.

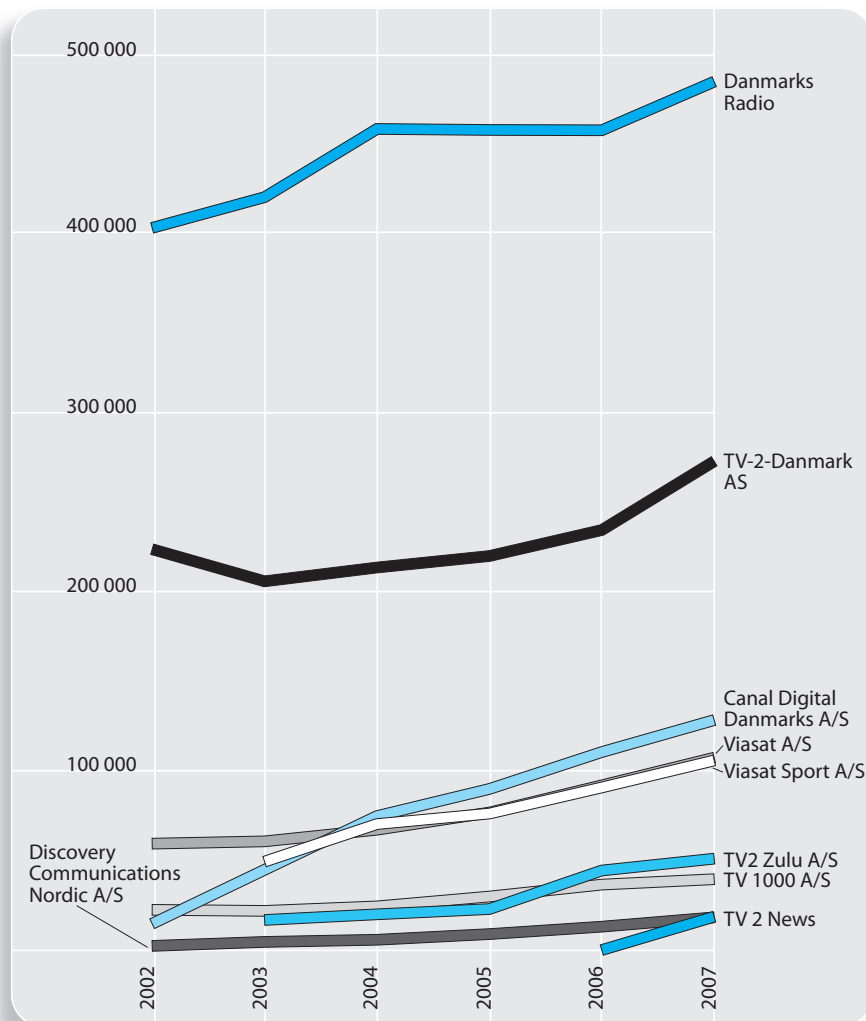
Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Dänemark

In Tausend EUR.

T.1.DK.1
G.1.DK.1
2002-2007

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Danmarks Radio	sptv DR-1, DR-2	402 835	419 965	458 011	457 458	457 283	484 384
TV-2-Danmark AS	sptv TV-2	223 571	205 690	213 376	219 796	234 282	272 642
Canal Digital Danmarks A/S	packv Canal Digital	14 691	44 777	74 736	89 866	110 450	128 282
Viasat A/S	packtv Viasat	59 360	60 637	67 127	76 707	91 871	107 300
Viasat Sport A/S	thtv Viasat Sport	~	49 342	70 273	76 148	90 706	105 760
TV2 Zulu A/S	sptv TV 2 Zulu	-	16 785	19 938	22 881	44 364	50 982
TV 1000 A/S	pay-tv TV 1000	22 434	21 850	24 366	29 853	36 515	39 527
TVDanmark A/S	adtv TV Danmark	~	~	~	~	~	37 094
TV 2 News	thtv TV 2 News	-	-	-	-	18	18 609
Canal Digital DTH Danmark A/S	packtv Canal Digital	36 558	17 459	~	~	~	~
Discovery Communications Nordic A/S	thtv Discovery	2 318	4 545	5 750	8 913	13 046	18 243
TV 3 A/S	adtv TV 3	6 832	8 758	9 618	10 329	12 065	12 602
CIAC A/S	adtv DK4	7 366	8 778	8 923	9 216	8 962	6 001
TV Shop A/S	hstv TV Shop	~	3 385	3 762	4 151	4 003	3 293
TV2 Charlie	sptv TV Charlie	-	-	535	10 220	-	-

➔ OBS



Financial situation of television companies in Denmark

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision au Danemark

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in Dänemark

In Tausend EUR.

T.1.DK.2
G.1.DK.2
2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	13	13	13	15	14
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	853 361	1 015 932	1 120 071	1 261 233	1 440 733
Operating revenue e	Produit d'exploitation e	Betriebserträge e	848 416	880 576	975 261	1 038 432	1 138 747
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-8 258	96 137	-140 345	22 763	8 452
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-6 923	92 068	-148 385	17 366	-2 562
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	10 862	76 019	-147 827	15 761	-8 104
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	29	31	22	22	18
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-0,7	10,9	-14,4	2,4	1,4
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-0,8	10,5	-15,2	1,7	-0,2
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-2,8	29,4	-59,1	6,4	-1,0
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-0,8	9,1	-13,2	1,4	-0,2

(1) Canal+ Danmark, small thematic channels and local television channels not included.

(1) Canal+ Danmark, petites chaînes thématiques et télévisions locales non incluses.

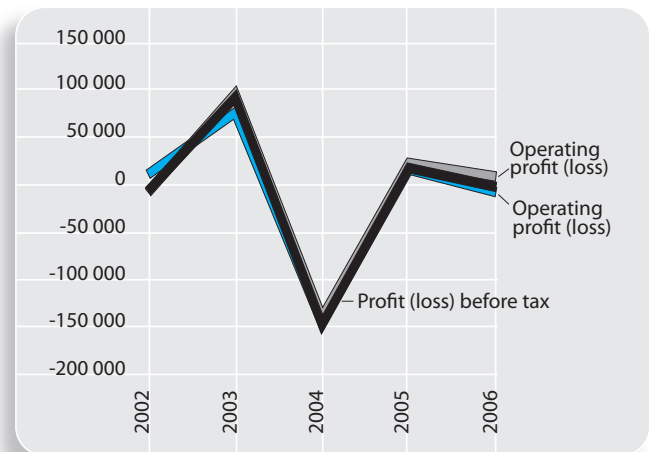
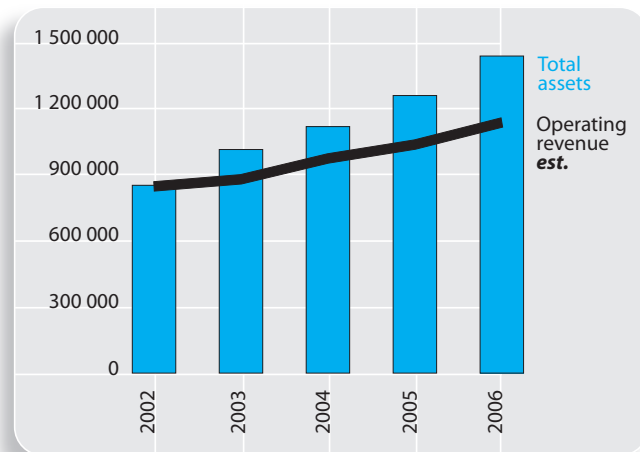
(1) Canal+ Danmark, kleine Spartenkanäle und lokale Sender nicht eingeschlossen.

➔ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

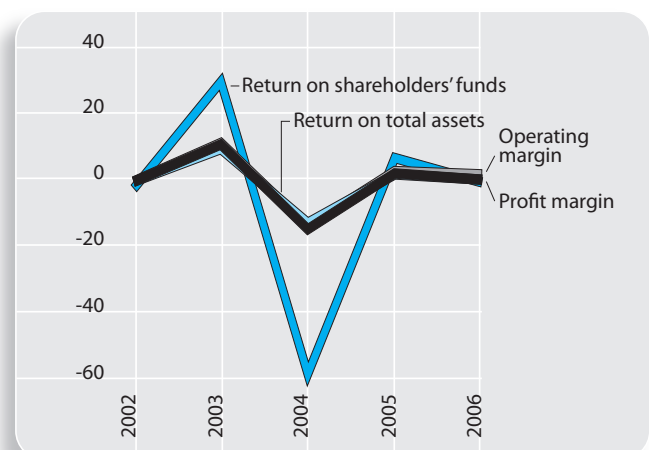
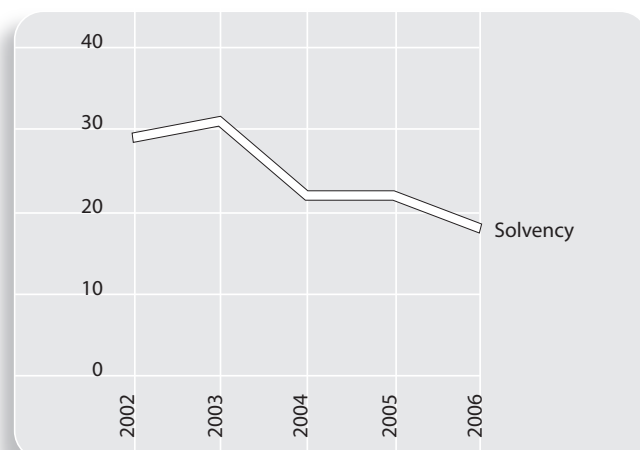
In Tausend EUR.



In %.

En %.

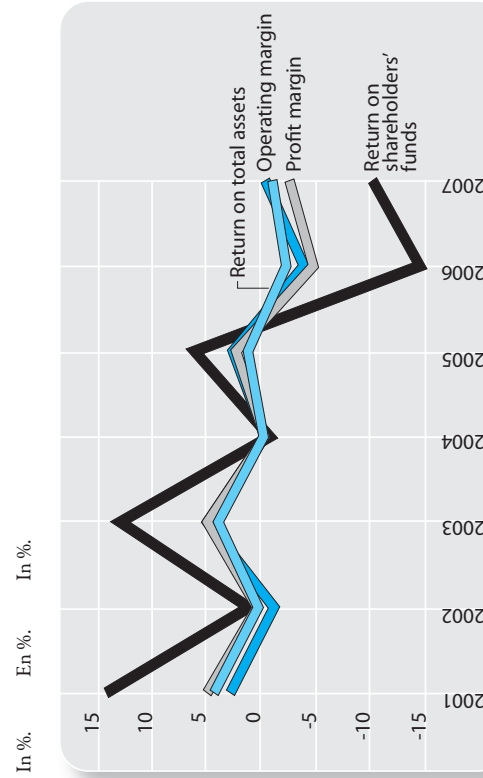
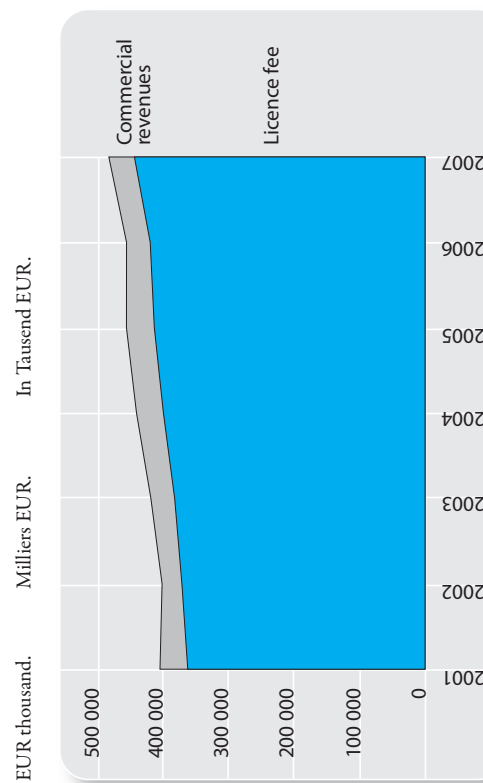
In %.



DR financial situation Situation financière de DR **Wirtschaftliche Lage von DR** T.1.DK.3
 EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR. G.1.DK.3
2005-2007

Income	Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
	Total public income	- Licence fee	Total recettes publiques	- Redevance									
Total public income					414 714	421 029	445 221	90,7%	92,1%	91,9%	91,9%	92,1%	91,9%
- Licence fee					414 714	421 029	445 221	90,7%	92,1%	91,9%	91,9%	92,1%	91,9%
Total commercial income					42 691	36 255	39 163	9,3%	7,9%	8,1%	8,1%	7,9%	8,0%
TOTAL					457 405	457 284	484 384	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Expenditure	Dépenses		Aufwendungen										
- Purchase of goods and services					176 488	191 683	~	39,6%	40,4%	~	~	40,4%	~
- Cost of personnel					240 665	240 770	~	54,0%	50,7%	~	~	50,7%	~
- Depreciation					28 148	42 422	47 167	6,3%	8,9%	9,7%	11,2%	8,9%	9,7%
Operating expenditure					445 301	474 908	485 910	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Net result					10 803	-21 607	-12 327						-42,9%
Operating margin (%)					2,7	-3,86	-0,32						

➔ DR/EBU-UER-ISN/OBS



EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

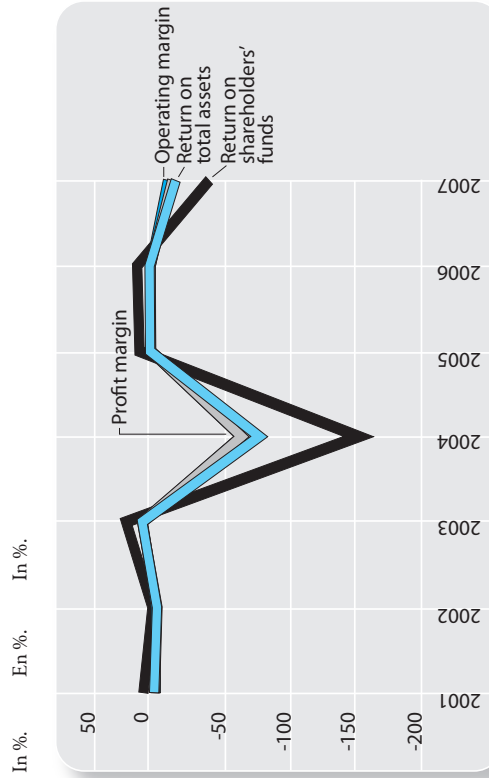
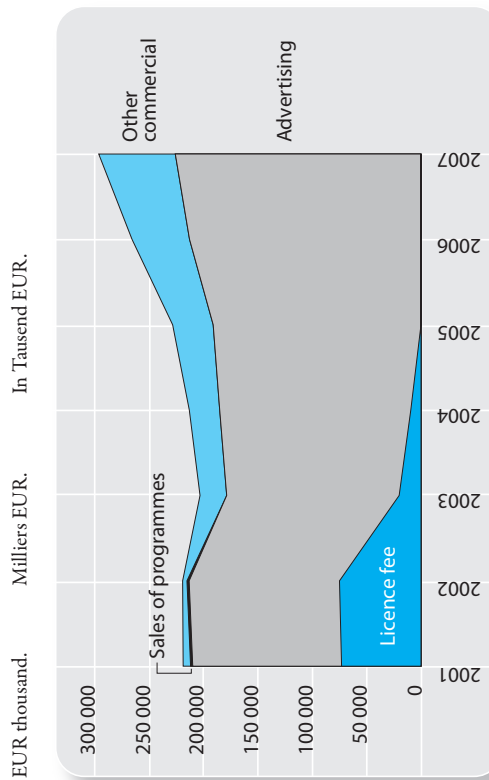
2005-2007

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Erträge										
- Advertising	191 018	212 754	225 823	83,7%	80,1%	76,2%	83,7%	80,1%	76,2%	6,1%
- Other commercial income	37 263	52 847	70 389	16,3%	19,9%	23,8%	16,3%	19,9%	23,8%	33,2%
Summe	228 281	265 601	296 212	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	11,5%

Expenditure	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Dépenses										
- Material costs	141 796	172 019	193 767	66,6%	69,6%	60,0%	66,6%	69,6%	60,0%	12,6%
- Costs of personnel	58 591	62 906	90 051	27,5%	25,5%	27,9%	27,5%	25,5%	27,9%	43,2%
- Depreciation	12 412	12 165	39 176	5,8%	4,9%	12,1%	5,8%	4,9%	12,1%	222,0%
Betriebsaufwendungen	212 799	247 090	322 994	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	30,7%

Net result	Résultat net	13 524	15 693	-21 214	-235,2%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	6,8	7,0	-6,2	

→ TV2/OBS



TV audience
market share

In %, 3 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 3 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 3 Jahre.

T.1.DK.5

G.1.DK.5

2003-2007

Channels

Chaînes
Dienste

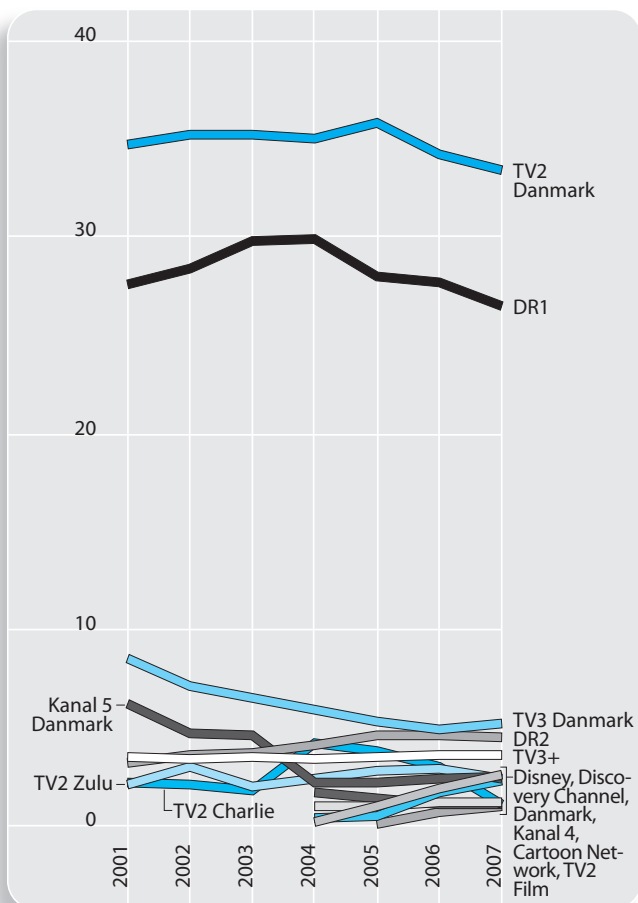
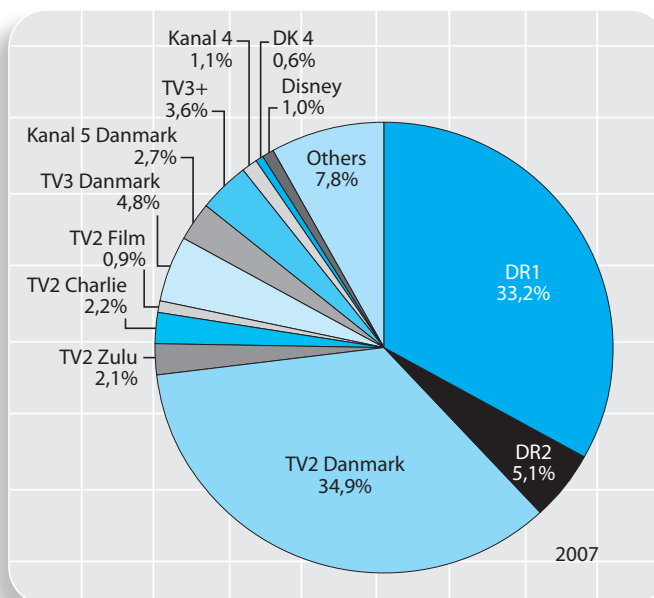
Daily share

Ensemble de la journée
Ganztäglich

Prime time (18:30-23:00)

Heures de grande écoute (18h30-23h)
Primetime (18.30-23 Uhr)

	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
DR1	29,8	29,9	28,0	27,7	26,5	36,3	34,0	34,1	33,2
DR2	3,8	4,2	4,7	4,7	4,6	4,6	5,1	5,0	5,1
TV2 Danmark	35,2	35,0	35,8	34,2	33,4	36,5	37,6	35,5	34,9
TV2 Zulu	2,1	2,5	2,9	3,0	2,5	1,9	2,3	2,5	2,1
TV2 Charlie	-	0,3	1,1	2,0	2,7	0,3	1,0	2,0	2,2
TV2 Film	-	-	0,2	0,8	1,1	-	0,1	0,7	0,9
TV3 Danmark	6,6	6,0	5,4	5,0	5,3	5,3	4,7	4,5	4,8
Kanal 5 Danmark	4,7	2,3	2,3	2,5	2,6	1,8	2,1	2,5	2,7
TV3+	3,6	3,5	3,6	3,7	3,7	3,0	3,0	3,3	3,6
Kanal 4 (ex TV Danmark)	1,9	4,3	3,9	3,1	1,2	3,0	2,9	2,4	1,1
Eurosport	0,9	0,8	0,9	0,8	0,9	0,5	0,5	0,5	0,5
DK 4	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6
Disney	-	0,5	0,6	1,8	2,4	0,2	0,2	0,7	1,0
Discovery Channel Danmark	-	1,1	1,1	1,3	1,3	0,7	0,7	0,7	0,7
Cartoon Network	-	1,8	1,5	1,2	1,2	1,0	0,8	0,7	0,7
Others	10,9	7,2	7,4	7,6	10,0	4,4	4,4	4,5	5,9

Eurodata TV Worldwide/
GALLUP TV-METERDaily share.
In %, 3 years +.Ensemble de la journée.
En %, 3 ans et +.Ganztäglich.
In %, ab 3 Jahre.Prime time
(18:30-23:00).
In %, 3 years +.Heures de grande
écoute (18h30-23h).
En %, 3 ans et +.Primetime
(18.30-23 Uhr).
In %, ab 3 Jahre.

Breakdown by genre of DR TV programme output

Inhaltliche Aufteilung der DR-Fernsehprogramme

T.1.DK.6
G.1.DK.6

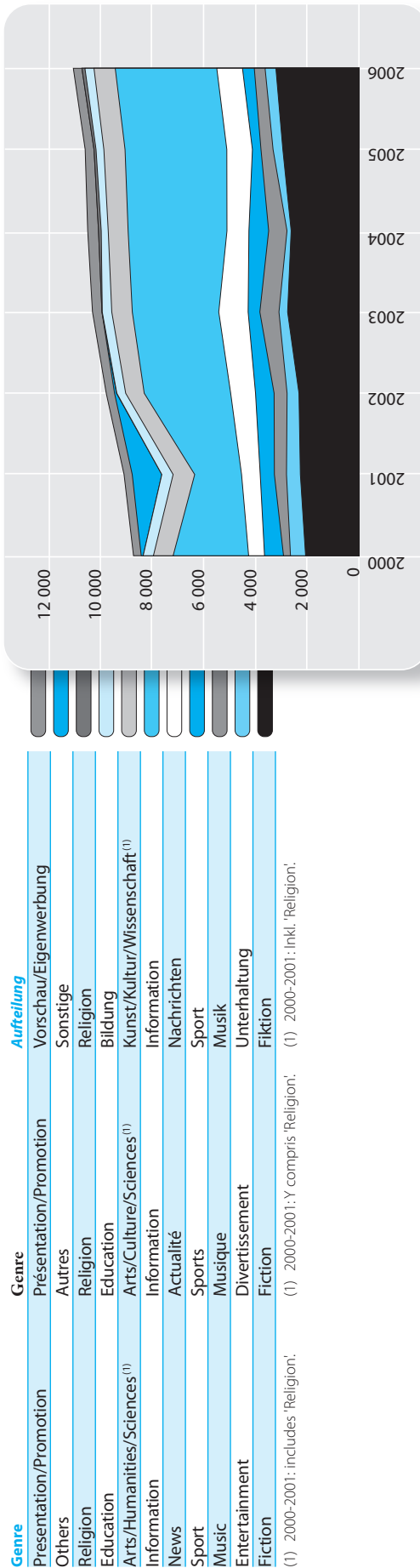
Hours.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Aufteilung			Total			Total			Total		
	2005	2006	2006	2005	2006	2006	2005	2006	2006	2005	2006	2006/05
Fiction	2 947	2 052	1 164	3 216	27,8%	31,0%	26,3%	29,1%	9,1%			
Entertainment	378	344	74	418	3,6%	5,2%	1,7%	3,8%	10,6%			
Music	467	347	70	417	4,4%	5,2%	1,6%	3,8%	-10,7%			
Sport	332	354	103	457	3,1%	5,4%	2,3%	4,1%	37,7%			
News	989	711	282	993	9,3%	10,8%	6,4%	9,0%	0,4%			
Information	3 935	2 143	1 783	3 926	37,2%	32,4%	40,2%	35,5%	-0,2%			
Arts/Humanities/Sciences	818	209	613	822	7,7%	3,2%	13,8%	7,4%	0,5%			
Education	303	167	182	349	2,9%	2,5%	4,1%	3,2%	15,2%			
Religion	78	57	60	117	0,7%	0,9%	1,4%	1,1%	50,0%			
Presentation/Promotion	342	229	103	332	3,2%	3,5%	2,3%	3,0%	-2,9%			
Total	10 589	6 613	4 434	11 047	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	4,3%			

DR/UER-EBU



(1) 2000-2001: includes 'Religion'; (1) 2000-2001: inkl. 'Religion'.

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

Breakdown by genre
of TV2 programme output

Ventilation par genre
des programmes TV de TV2

Inhaltliche Aufteilung
der TV2-Fernsehprogramme

T.1.DK.7
G.1.DK.7

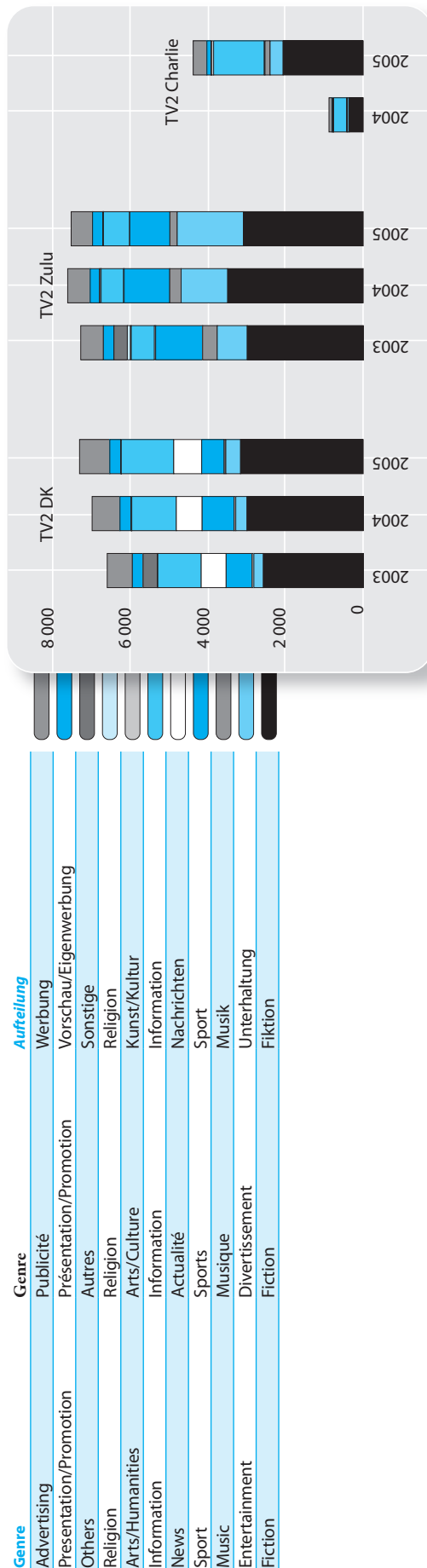
Hours.

In Stunden.

2004-2005

Genre	Genre	Aufteilung		TV2		TV2		TV2		TV2		Total	
		2004	2005	DK	Zulu	DK	Zulu	DK	Zulu	2005	2005	2005	2005
Fiction	Fiction	6 830	3 153	379	3 075	2 059	8 287	43,2%	41,0%	47,1%	43,2%	43,2%	43,2%
Entertainment	Unterhaltung	1 529	379	43	1 707	335	2 421	5,2%	22,7%	7,7%	12,6%	12,6%	
Music	Musik	355	43	188	131	0	362	0,6%	2,5%	3,0%	1,9%	1,9%	
Sport	Sport	1 992	578	1 031	2	18	738	7,9%	13,7%	0,0%	8,4%	8,4%	
News	Actualité	678	718	2	675	1 303	3 327	9,8%	0,0%	0,4%	3,8%	3,8%	
Information	Information	2 064	1 349	1	8	53	62	18,5%	9,0%	29,8%	17,4%	17,4%	
Arts/Humanities	Arts/Culture	22	2	0	0	6	8	0,0%	0,1%	1,2%	0,3%	0,3%	
Religion	Religion	42	2	2	1	3	6	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	
Others	Autres	8	2	1	271	111	672	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	
Presentation/Promotion	Vorschau/Eigenwerbung	553	290	271	551	352	1 681	4,0%	3,6%	2,5%	3,5%	3,5%	
Advertising	Publicité	1 375	778	778	551	352	1 681	10,7%	7,3%	8,1%	8,8%	8,8%	
Total	Summe	15 448	7 293	7 509	4 371	19 173	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

DR/UER-EBU



The media market in Estonia is concentrated and competition between TV channels is intensive. The public broadcaster, Eesti Rahvusringhääling (ERR), only broadcasts one television channel, ETV. On 1 June 2007, ETV was merged with Eesti Radio to form ERR. In addition, Estonia has two main national private TV channels, namely TV3 (owned by the Modern Times Group, Sweden) and Kanal 2 (owned by Schibsted, Norway).

Both of these operators have launched new channels in 2008: Kanal 11 (Kanal 2 AS) and TV6 (TV3 AS). These innovations reflect the dynamism of the Estonian audiovisual landscape, coinciding with the launch of the Neljas channels (by cable operator Starman) and Estonia's first sports channel, Kalev Sport (by the Kalev group).

Kanal 2 has topped the viewer ratings since 2006 and strengthened its position in 2007, when its daily market share rose by 0.2% (to 22.1%), while those of its main rivals fell: TV3 by 1.1% (to 18.9%) and ETV by 0.7% (to 16.4%). On the other hand, the ratings of channels aimed at Russian-speaking viewers increased significantly: PBK, 3+, RTR and NTV mir achieved a combined daily market share of 22.7% in 2007, compared to 19.6% in 2006 (+ 3.1%).

More than half of Estonian households are equipped with cable. The cable TV market is dominated by two leading operators – STV and Starman. Viasat operates the only satellite service in Estonia. Elion, a subsidiary of Eesti Telekom (the traditional telecoms operator), launched an Internet Protocol Television (IPTV) service called DigiTV in 2006. This has proved fairly successful, with Elion boasting more than 55,000 subscribers to its digital TV service in April 2008.

The Estonian government has brought forward the date of the switchover to digital terrestrial TV from February 2012 to June 2010. Digital terrestrial broadcasting was launched at the end of 2006 through the subscription-based ZUUMtv. Offering around 20 channels and operated by a joint venture between Levira (Estonian terrestrial broadcasting company) and cable operator Starman, this service had only 10,000 customers by the end of 2007. After public channel ETV was the only free channel for a long time, four more free channels have been launched in 2008 in order to make digital terrestrial TV more attractive. Meanwhile, the tests for digital terrestrial HD channels are still under way.

► Ringhäälingunõukogu (Estonian Broadcasting Council): <http://www.rhn.ee>
Audience data: TNS Emor

Le marché estonien des médias est concentré et une vive concurrence règne entre les chaînes télévisées. Le radiodiffuseur public, Eesti Rahvusringhääling (ERR), ne diffuse qu'une chaîne de télévision, ETV. Au 1^{er} juin 2007, la société publique Eesti Televisioon a été fusionnée avec Eesti Radio et forme désormais la ERR. Par ailleurs, les deux principales chaînes privées estoniennes sont TV3 (détenue par le Suédois Modern Times Group) et Kanal 2 (propriété du groupe norvégien Schibsted).

Ces deux opérateurs ont chacun lancé une nouvelle chaîne en 2008 : Kanal 11 (Kanal 2 AS) et TV6 (TV3 AS). Ces lancements traduisent le dynamisme du paysage audiovisuel estonien puisqu'ils interviennent en même temps que ceux des chaînes Neljas (par le câblo-opérateur Starman) et de la première chaîne sportive estonienne Kalev Sport (par le groupe Kalev).

Kanal 2 est leader en termes d'audience depuis 2006, et la tendance se confirme en 2007 puisque sa part de marché d'audience quotidienne progresse encore de 0,2 point (à 22,1 %) tandis que celle de ses principaux concurrents se tasse : TV3 perd 1,1 point (à 18,9 %) et ETV regresse de 0,7 point (à 16,4 %). En revanche, l'audience des chaînes s'adressant au public russophone progresse nettement : PBK, 3+, RTR et NTV mir réunissent 22,7 % de part de marché quotidienne en 2007 contre 19,6 % en 2006 (+ 3,1 points).

Le câble équipe plus de la moitié des foyers estoniens. Le marché de la télévision câblée est dominé par deux principaux opérateurs, STV et Starman. Viasat commercialise l'unique bouquet satellitaire en Estonie. Elion, filiale de Eesti Telekom (l'opérateur télécom historique) a lancé en 2006 un service de télévision par protocole IP (IPTV) appelé DigiTV. Ce dernier rencontre un certain succès puisque Elion comptait plus de 55 000 abonnés à son service de télévision numérique en avril 2008.

Le gouvernement estonien a avancé la date prévue pour le basculement vers le numérique terrestre de février 2012 à juin 2010. La diffusion en numérique terrestre a été lancée à la fin de l'année 2006 à travers le service payant ZUUMtv. Cette offre d'une vingtaine de chaînes, opérée par une joint-venture entre Levira (la société estonienne de transmission terrestre) et le câblo-opérateur Starman, avait attiré 10 000 clients seulement à la fin de l'année 2007. Longtemps limitée à la seule chaîne publique ETV, l'offre gratuite a alors été développée en 2008, avec quatre nouvelles chaînes, afin de renforcer l'attractivité de la télévision numérique terrestre. Par ailleurs, les tests pour la diffusion HD numérique terrestre sont toujours en cours.

► Ringhäälingunõukogu (Conseil estonien de la radiodiffusion) : <http://www.rhn.ee>
Données d'audience : TNS Emor

Die Medienkonzentration in Estland ist hoch, und unter den Fernsehkanälen herrscht ein lebhafter Wettbewerb. Der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter, Eesti Rahvusringhääling (ERR), strahlt nur ein Fernsehprogramm aus: ETV. Am 1. Juni 2007 fusionierte das öffentlich-rechtliche Unternehmen Eesti Televisioon mit Eesti Radio und wurde zu ERR. Die beiden wichtigsten Privatsender in Estland sind TV3 (im Besitz der schwedischen Modern Times Group) und Kanal 2 (gehört zum norwegischen Unternehmen Schibsted).

Beide Unternehmen haben 2008 jeweils einen neuen Dienst gestartet: TV6 (TV3 AS) und Kanal 11 (Kanal 2 AS). Dies zeigt die Dynamik der estnischen Fernsehlandschaft, da gleichzeitig auch der Kabelbetreiber Starman mit seinem Programm Neljas und die Kalev-Gruppe mit dem ersten estnischen Sportkanal, Kalev Sport, auf Sendung gingen.

Kanal 2 ist seit 2006 der Sender mit den meisten Zuschauern, was sich auch 2007 mit einem weiteren Anstieg des täglichen Zuschaueranteils um 0,2 Punkte auf 22,1 % bestätigte, während die wichtigsten Mitbewerber Verluste verzeichneten: TV3 verlor 1,1 Punkte (und kam auf 18,9 %), ETV gab 0,7 Punkte nach (16,4 %). Dagegen legten die Zuschauerzahlen der russischsprachigen Sender deutlich zu: PBK, 3+, RTR und NTV mir kamen 2007 zusammen auf einen täglichen Marktanteil von 22,7 % gegenüber 19,6 % im Vorjahr (+3,1 Punkte).

Mehr als die Hälfte der Haushalte sind ans Kabel angeschlossen. Der Kabelmarkt wird von zwei großen Netzbetreibern beherrscht, STV und Starman. Viasat vermarktet das einzige Satellitenbouquet in Estland. Elion, eine Tochter von Eesti Telekom (dem klassischen Telekommunikationsbetreiber) startete 2006 DigiTV, einen IPTV-Fernsehndienst. Der ist recht erfolgreich, da Elion im April 2008 über 55 000 Abonnenten für seinen digitalen Fernsehndienst hatte.

Der Termin für die Umstellung auf Digitaltechnik wurde von Februar 2012 auf Juni 2010 vorgezogen. Die Verbreitung des digitalen terrestrischen Fernsehens begann Ende 2006 mit dem kostenpflichtigen Dienst ZUUMtv. Dieses Angebot eines Jointventures aus Levira (der estnischen Gesellschaft für terrestrische Übertragung) und dem Kabelbetreiber Starman mit rund zwanzig Kanälen hatte Ende 2007 lediglich 10 000 Kunden. Der kostenlose Fernsehempfang war lange Zeit auf den einzigen öffentlich-rechtlichen Sender ETV beschränkt; 2008 kamen aber vier neue Programme dazu, um das digitale terrestrische Fernsehen attraktiver zu machen. Die Tests für die digitale HD-Ausstrahlung werden fortgeführt.

► Ringhäälingunõukogu (Estonischer Rundfunkrat): <http://www.rhn.ee>
Zuschauerdaten: TNS Emor

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

			Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung		
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	1 342
Households	Ménages	Haushalte	-	515
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,1%	500
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	50,7%	261
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	1,9%	10
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	1,0%	5
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	9,9%	51
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	3,2%	17
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	15,0%	78
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	68,1%	351
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	51,4%	265
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

			08.2008		
Packagers	Distributeurs	Anbieter			
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	4		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	~		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)	1	2	4	
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	0	11	11	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	5	5	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0	0	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	0	0	
Total	Total	Gesamt	1	18	19	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	1	4	5	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital	Cable Starman (Full offer)	Satellite Viasat (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		3	2	3
Generalist - foreign		-	14	24
Adults		-	5	3
Children		-	11	18
Film		-	5	25
Culture/Documentary/Education		-	23	25
Entertainment/TV Fiction		-	13	24
Cultural minorities		-		
Home shopping		-		
News/Business		-	9	7
International channels		-	2	2
Leisure/travel		-	3	2
Lifestyle		-	3	22
Music		-	9	
Parliamentary		-		9
Regional/Local		-	1	
Religion		-	1	
Sports		-	17	1
Various		-		1

Operating revenues of main television companies in Estonia

EUR thousand.

Produit d'exploitation des principales entreprises de télévision en Estonie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der wichtigsten Fernsehunternehmen in Estland

In Tausend EUR.

T.1.EE.1

G.1.EE.1

2002-2007

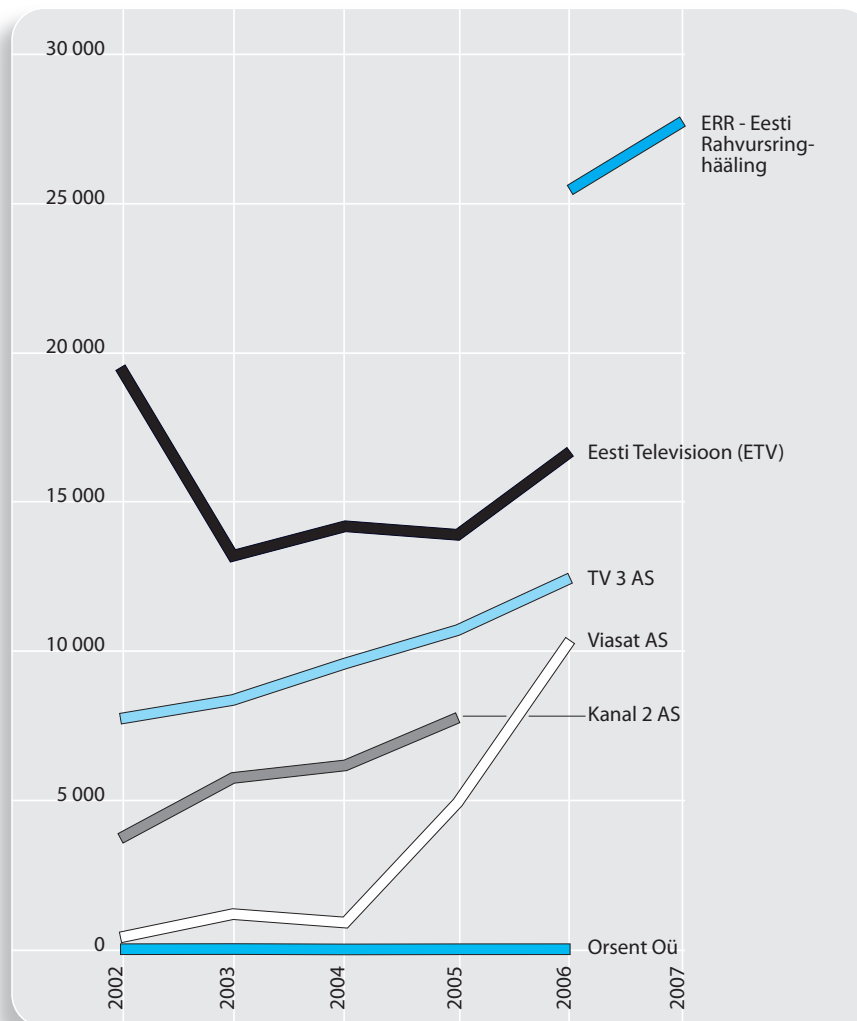
Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ERR - Eesti Rahvusringhääling⁽¹⁾	sptv ETV					25 439	27 725
(p.m.) Eesti Televisioon (ETV) ⁽¹⁾	sptv ETV	19 489	13 192	14 182	13 896	16 673	
Kanal 2 AS	adtv Kanal 2	3 737	5 759	6 179	7 773	11 020	14 267
TV 3 AS	adtv TV3	7 742	8 368	9 592	10 707	12 443	14 141
Viasat AS	packtv Viasat	423	1 202	919	4 935	10 358	
MTV Eesti	thtv MTV Estonia					262	581
Pervoi Baltiski Kanal	thtv PBK			238	224	271	
Orsent Oü	rtv Orsent TV	27	32	20	26	27	

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

(1) L'entreprise publique de télévision ETV a été fusionnée au 1.6.2007 avec l'entreprise publique de radio pour former Eesti Rahvusringhääling (ERR).

(1) Das öffentlich-rechtliche Fernsehunternehmen ETV fusionierte am 1.6.2007 mit der öffentlich-rechtlichen Hörfunkanstalt zu Eesti Rahvusringhääling (ERR).

➔ OBS



Financial situation of television companies in Estonia

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Estonie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in Estland

In Tausend EUR.

T.1.EE.2

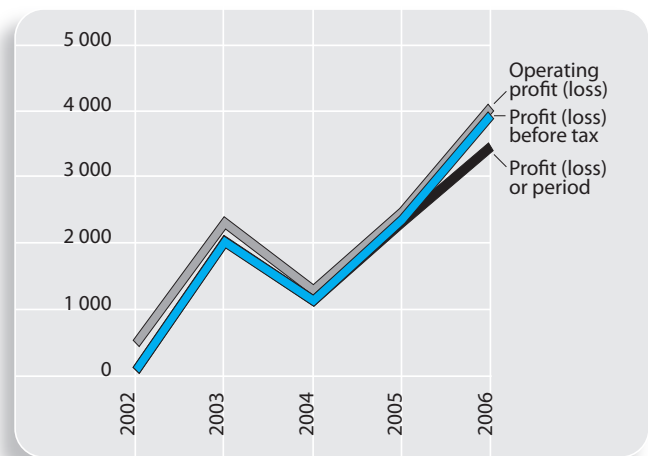
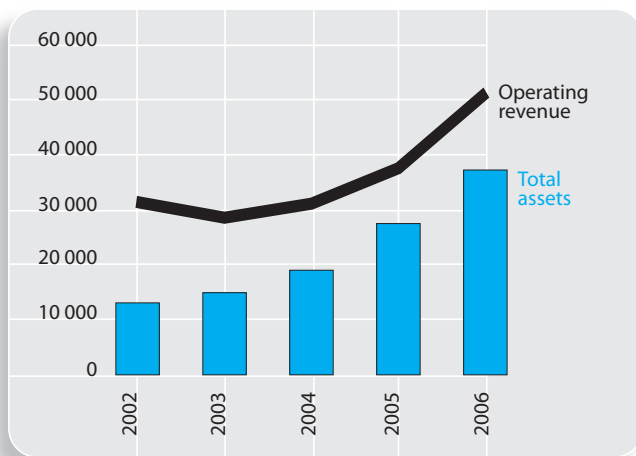
G.1.EE.2

2002-2006

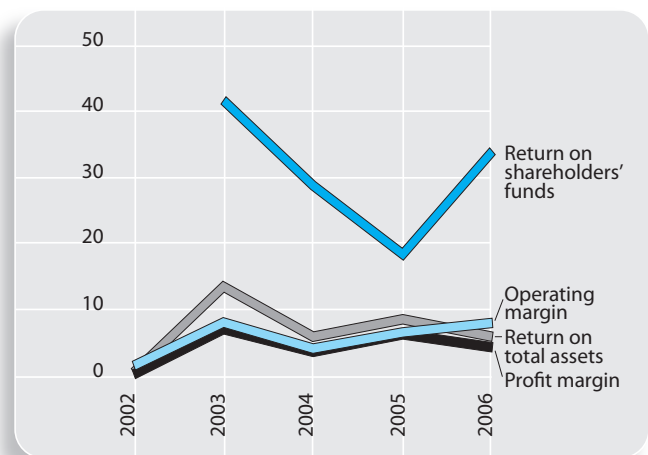
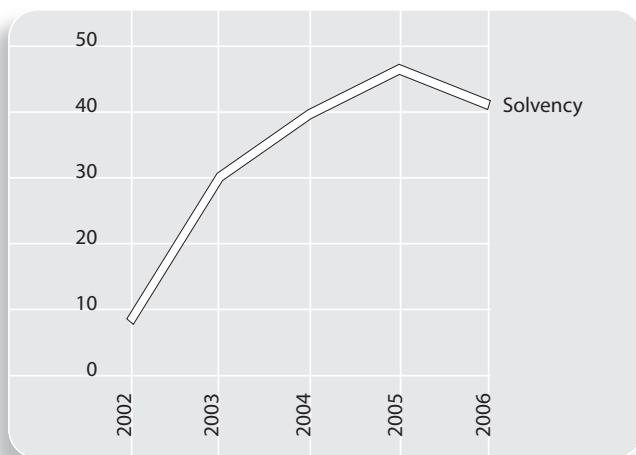
			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	4	4	5	5	6
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	13 084	14 925	19 014	27 494	37 229
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	31 391	28 556	31 110	37 557	51 148
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	476	2 302	1 280	2 464	4 048
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	68	2 012	1 124	2 350	3 931
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	68	2 021	1 124	2 310	3 454
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	8,2	30,1	39,6	46,4	41
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	1,5	8,1	4,1	6,6	8
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	0,2	7,0	3,6	6,3	4,3
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite		41,7	28,8	18,4	34
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	0,5	13,5	5,9	8,5	5,9

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

Revenues	EETV					ERR				
	2003	2004	2005	2006	2007	2006	2007	2006	2007	
Total public income	12 095	12 905	12 742	15 251	25 308	21 275	25 308	19,0%	19,0%	
- Aid/Grants	12 095	12 905	12 742	15 251	20 598	20 598	21 994	6,8%	6,8%	
- Others	-	-	-	-	677	677	3 314	389,5%	389,5%	
Total commercial income	1 097	1 277	1 156	1 421	1 789	1 789	1 895	5,9%	5,9%	
- Advertising	~	~	~	~	170	170	474	2,4%	2,4%	
- Sales of programmes	~	~	~	~	465	465	474	1,9%	1,9%	
- Other commercial	~	~	~	~	1 154	1 154	1 247	8,1%	8,1%	
Others	~	~	~	~	2 375	2 375	522	-78,0%	-78,0%	
Total	13 192	14 182	13 898	16 672	25 439	25 439	27 725	9,0%	9,0%	
Expenses										
Goods and services	6 543	8 145	7 000	7 914	~	~	~	~	~	
Costs of employees	4 841	4 881	5 817	6 626	~	~	~	~	~	
Depreciation	905	893	899	962	~	~	~	~	~	
Total	12 289	13 919	13 716	15 502	23 192	23 192	26 761	15,4%	15,4%	
Net result	713	101	72	1 078	2 153	2 153	1 005	-53,3%	-53,3%	
Operating margin (%)	6,8	1,9	1,3	7,0	8,5	8,5	3,6	~	~	

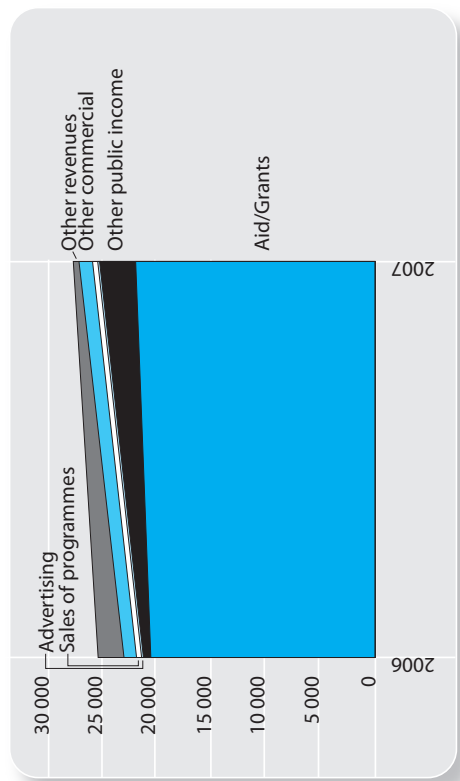
(1) Until 31.05.2007 there were two separate organisations for tv (Eesti Television) and for radio (Eesti Radio). As at 1.06.2007 they were merged in Eesti Rahvusringhääling (ERR). ERR data for 2006 and 2007 are consolidated pro forma.

(1) Jusqu'au 31.05.2007, deux organismes distincts existaient pour la télévision (Eesti Television) et pour la radio (Eesti Radio). Ils ont été fusionnés au 1.6.2007 dans Eesti Rahvusringhääling (ERR). Les données 2006 et 2007 de ERR sont consolidées pro forma.

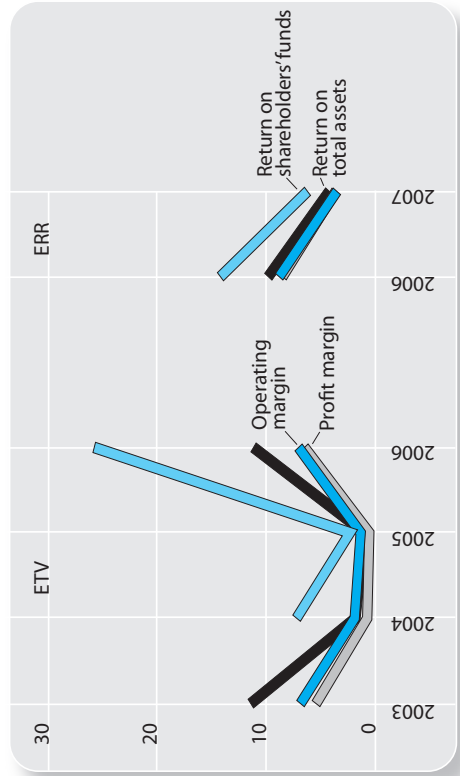
(1) Bis 31.5.2007 gab es für Fernsehen und Hörfunk zwei verschiedene Einrichtungen, Eesti Television bzw. Eesti Radio. Sie fusionierten am 1.6.2007 zu Eesti Rahvusringhääling (ERR). Die Daten von ERR für 2006 sind pro forma konsolidiert.

→ EETV/OBS

EUR thousand. Milliers EUR.



In % En % In %



TV audience market share

In %, 4+.

Parts de marché d'audience

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.EE.4
G.1.EE.4

2003-2007

Channels

Chaînes
Dienste

Daily share

Ensemble de la journée
Ganztägig

Prime time (19:00-22:00)

Heures de grande écoute (19h-22h)
Primetime (19-22 Uhr)

	(1) 2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
Eesti Televisioon	16,7	18,0	17,1	17,3	16,4	18,9	19,6	18,1	17,1
TV3 Estonia	24,4	23,6	22,2	20,0	18,9	24,0	22,7	20,3	18,8
Kanal 2	20,0	19,6	19,7	21,9	22,1	21,9	21,8	26,0	26,9
Perviy Baltiysky Kanal Estonia⁽²⁾	8,4	9,6	10,3	10,2	12,4	10,8	11,6	11,0	12,8
RTR/Rossiya/RTR Planeta	4,3	4,6	4,8	4,2	3,7	4,5	3,7	3,1	2,8
Finnish channels	1,4	1,4	1,1	0,8	0,6	1,5	1,0	0,9	0,6
TV1⁽³⁾	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NTV, NTV+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NTV mir	-	-	2,1	2,1	2,5	-	1,6	1,9	1,9
ORT	-	-	-	-	-	-	-	-	-
STV+VTV	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3+ Estonia	-	-	1,7	3,1	4,1	-	2,2	3,7	5,3
MTV Eesti	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,3
Video & TV Games	~	1,9	2,3	2,4	1,8	1,3	1,5	1,7	1,1
Other channels	24,8	21,3	18,7	18,0	17,2	17,1	14,3	13,3	12,3

(1) In January 2003, a people meter system replaced the diary system.

(2) ORT Baltic was renamed Perviy Baltiyski Kanal in 2003.

(3) TV1 ceased broadcasting in 2001.

(1) En janvier 2003, un système peoplometer a remplacé le système des agendas.

(2) ORT Baltic a été renommée Perviy Baltiyski Kanal en 2003.

(3) TV1 a cessé d'émettre en 2001.

(1) Ab Januar 2003 ersetzte ein Peoplometer das Diary-System.

(2) ORT Baltic wurde 2003 in Perviy Baltiyski Kanal umbenannt.

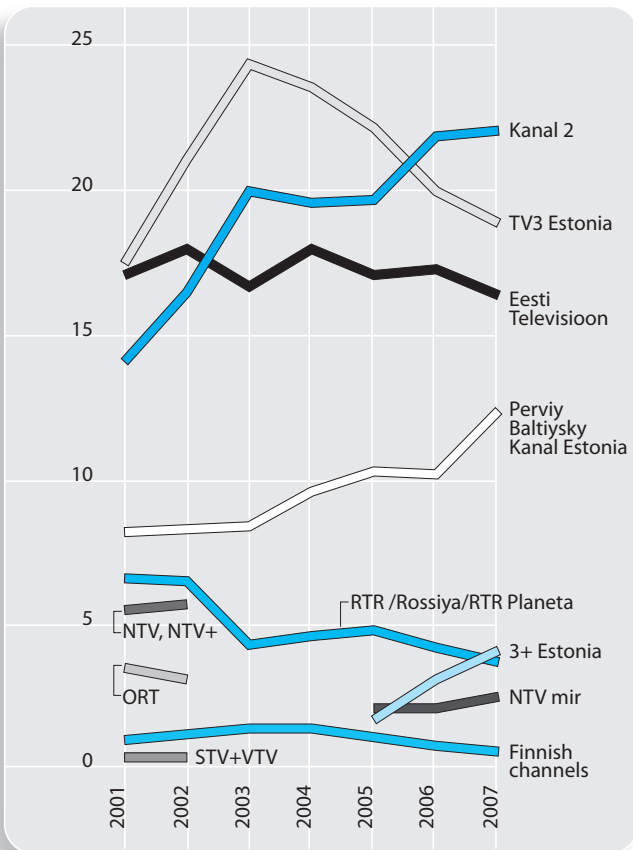
(3) TV1 stellte 2001 den Sendebetrieb ein.

► Eurodata TV Worldwide/TNS EMOR

Daily share.
In %, 4+.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

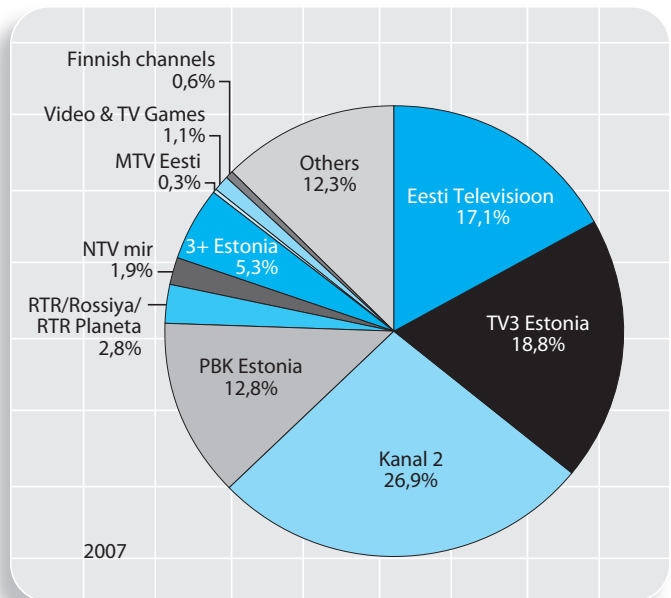
Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.



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

Heures de grande écoute (19h-22h).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(19-22 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



Breakdown by genre of ETV programme output

Inhaltliche Aufteilung des ETV-Fernsehprogramms

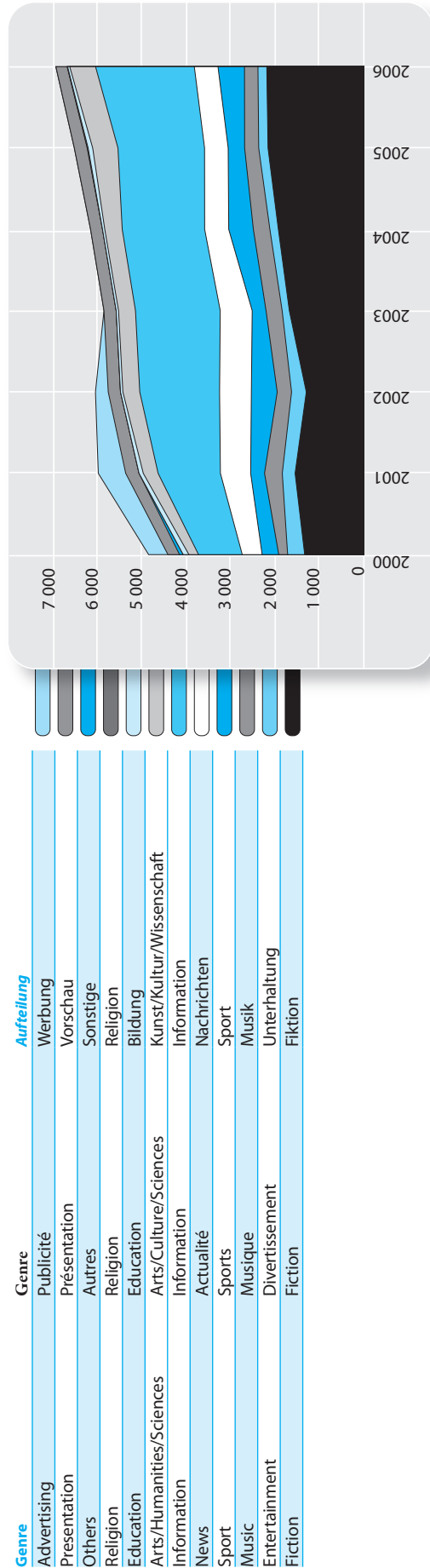
T.1.EE.5
G.1.EE.5
2003-2006

In Stunden.

Heures.

Genre	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2006/05
Fiction	1 681	1 928	2 161	2 189	28,7%	31,3%	33,1%	31,5%	28,7%	31,3%	33,1%	31,5%	1,3%
Entertainment	162	191	210	199	2,8%	3,1%	3,2%	2,9%	2,8%	3,1%	3,2%	2,9%	-5,2%
Music	363	372	317	303	6,2%	6,0%	4,9%	4,4%	6,2%	6,0%	4,9%	4,4%	-4,4%
Sport	311	555	370	597	5,3%	9,0%	5,7%	8,6%	5,3%	9,0%	5,7%	8,6%	61,4%
News	720	542	532	533	12,3%	8,8%	8,2%	7,7%	12,3%	8,8%	8,2%	7,7%	0,2%
Information	1 909	1 856	1 950	2 224	32,6%	30,1%	29,9%	32,1%	32,6%	30,1%	29,9%	32,1%	14,1%
Arts/Culture/Sciences	389	393	569	581	6,6%	6,4%	8,7%	8,4%	6,6%	6,4%	8,7%	8,4%	2,1%
Education	53	51	103	48	0,9%	0,8%	1,6%	0,7%	0,9%	0,8%	1,6%	0,7%	-53,4%
Religion	-	-	19	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Présentation	275	269	292	255	4,7%	4,4%	4,5%	3,7%	4,7%	4,4%	4,5%	3,7%	-12,7%
Advertising	0	0	0	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Total	5 863	6 157	6 523	6 939	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,4%

ETV/UER-EBU



The audiovisual scene in Spain continues to undergo transformation, with the restructuring of public broadcasting and the implementation of the digital transition process.

On 20 April 2005, the Commission closed the procedures it had initiated under the EC Treaty state aid rules with regard to the system for funding the Spanish public broadcaster RTVE. The Commission decided that the commitments of the Spanish authorities ensured a sufficient degree of transparency and proportionality in RTVE's finances. RTVE started operating from 1 January 2007 in the form of a public company financed by annual contributions from the Spanish government. The budget contribution to RTVE required that a 'programme contract' is agreed between the government and RTVE for the period 2008-2010, which should include additional advertising restrictions: advertising and teleshopping time must not exceed 11 minutes in any one hour.

In 2005, after the government had abolished the limit to the number of national analogue licences (limited to three since 1988) Canal+ (Sogecable group) became a free-to-air channel, broadcast under the name Cuatro. In 2006 and 2007, the channel gained audience share with 7.7% in 2007, a performance that has had an impact on the audience shares of the other big free-to-air channels. Accordingly, between 2005 and 2007 the audience shares of the main channels, whether public or private, all registered a decline. Similarly the combined audience of the autonomous channels dropped from 17.3% in 2005 to 15.4% in 2006. On the other hand, the private channel Telecinco continues to hold its lead (20.3%) over Antena 3 (17.4%).

The introduction of a fifth free-to-air channel, La Sexta, in 2006, by a Spanish-Mexican consortium (Televisa and the Spanish production company Grupo Audiovisual de Medios de Producción) has led to more competition. La Sexta had an audience share of 4% in 2007, which was almost the same as the second public service channel La 2, with 4.6%. There have been several disputes and legal actions in 2007 and 2008 involving La Sexta, Mediapro, a member of the consortium, and Sogecable concerning the rights to show the national football championship.

In 2006, the European Commission sent Spain a letter of formal notice for failing to comply with the rules on television advertising, under the "Television without Frontiers" Directive. Many programmes exceeded the 12 minutes per hour limit and failed to observe the 20-minute interval between commercial breaks. This was followed by a reasoned opinion from the Commission (May 2008) suggesting that

Le paysage audiovisuel espagnol connaît toujours une période de profonde transformation, marquée notamment par la restructuration de l'audiovisuel public et la mise en place du processus de transition vers le numérique.

Le 20 avril 2005, la Commission européenne a mis fin aux procédures engagées, dans le cadre du Traité CE en matière d'aides d'Etat, relatives au système de financement du radiodiffuseur public espagnol RTVE. La commission a décidé que les engagements donnés par les autorités espagnoles garantissaient un degré de transparence suffisant et le maintien d'une participation proportionnée dans le financement de RTVE.

RTVE a débuté ses activités le 1er janvier 2007 sous la forme d'une société publique financée par des contributions annuelles provenant du Gouvernement espagnol. Les crédits budgétaires affectés à RTVE ont été soumis à la conclusion d'un « contrat de programmation » entre le gouvernement et RTVE pour la période 2008-2010, qui devait comprendre des restrictions supplémentaires portant sur la publicité – la durée de la publicité et du téléshopping ne devant pas excéder 11 minutes par heure d'horloge.

En 2005, après que le gouvernement eut supprimé la limite du nombre de licences pour des chaînes analogiques (limité à 3 licences depuis 1988), Canal+ (groupe Sogecable) devient une chaîne en clair, diffusée sous le nom de Cuatro.

En 2006 et 2007, la chaîne a gagné des parts d'audience, atteignant 7,7% en 2007 – une performance qui a eu un impact sur les parts d'audience des autres grandes chaînes gratuites. Ainsi, entre 2005 et 2007, les parts de marché d'audience des principales chaînes, qu'elles soient publiques ou privées, enregistrent toutes un recul. De même, l'audience cumulée des chaînes indépendantes a baissé (17,3% en 2005 contre 15,4% en 2006). En revanche, la chaîne privée Telecinco conserve son avance (20,3%) sur Antena 3 (17,4%).

Le lancement en 2006 d'une cinquième chaîne en clair, La Sexta, par un consortium hispano-mexicain (Televisa et la société de production espagnole Groupe audiovisuel de Moyens de production) a stimulé la concurrence. La Sexta affiche en 2007 une part d'audience de 4%, soit presque autant que la deuxième chaîne de service public La 2, avec 4,6%. Plusieurs conflits et actions en justice ont eu lieu en 2007 impliquant La Sexta, Mediapro et Sogecable et concernant les droits du championnat national de football.

En 2006, la Commission européenne a adressé à l'Espagne une mise en demeure pour non-respect des règles relatives à la publicité télévisuelle dans le cadre de la

Die spanische Film- und Fernsehlandschaft erlebt immer noch eine Phase tiefgreifender Umgestaltung, die insbesondere von der Umstrukturierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und dem einsetzenden Übergang zur Digitaltechnik geprägt war.

Die europäische Kommission hat am 20. April 2005 das von ihr nach den Beihilferegeln des EG-Vertrags eingeleitete Verfahren zur Überprüfung der Finanzierung des spanischen öffentlich-rechtlichen Senders RTVE eingestellt. Die Kommission hat entschieden, dass die Verpflichtungen der spanischen Behörden eine hinreichende Transparenz und Ausgewogenheit der Finanzen von TVE sicherstellten.

RTVE hat am 1. Januar 2007 seinen Betrieb als öffentlich-rechtliches Unternehmen, das über jährliche Mittelzuweisungen der spanischen Regierung finanziert wird, aufgenommen. Voraussetzung für den Beitrag zum RTVE-Haushalt ist die Vereinbarung eines „Programmvertrags“ zwischen der Regierung und RTVE für die Jahre 2008-2010 mit weiteren Werbebeschränkungen: Die maximale Zeit für Werbung und Teleshopping beträgt 11 Minuten pro Stunde.

2005 hob die Regierung die (seit 1988 auf drei Lizenzen beschränkte) Begrenzung für die Anzahl der landesweiten analog verbreiteten Sender auf. Diese Reform ermöglichte dem Sender Canal+ (Sogecable-Gruppe) eine unverschlüsselte Ausstrahlung, die unter dem Namen Cuatro erfolgt.

2006 und 2007 erreichte der Sender einen Zuschaueranteil von 7,7%, ein Ergebnis, das Auswirkungen auf die Anteile der anderen großen frei empfangbaren Sender hatte. So waren die Zuschaueranteile der größten (öffentlich-rechtlichen und privaten) Sender zwischen 2005 und 2007 alle rückläufig. Auch der kombinierte Zuschaueranteil der autonomen Kanäle ging von 17,3% (2005) auf 15,4% (2006) zurück. Andererseits kann der private Kanal Telecinco mit 20,3% seine führende Position gegenüber Antena 3 (17,4%) weiterhin behaupten.

2006 verschärfte sich der Wettbewerb weiter, als ein spanisch-mexikanisches Konsortium (Televisa und die spanische Produktionsgesellschaft Grupo Audiovisual de Medios de producción) mit La Sexta, einem fünften unverschlüsselt ausgestrahlten Programm, auf Sendung ging. La Sexta hatte 2007 mit 4% fast den gleichen Zuschaueranteil wie der zweite öffentlich-rechtliche Kanal La 2 mit 4,6%. 2007 kam es wegen der Rechte für die spanische Fußballmeisterschaft zu Konflikten und rechtlichen Auseinandersetzungen zwischen La Sexta, der zum Eigentümerkonsortium von La Sexta gehörenden Gesellschaft Mediapro und Sogecable.

the interpretation in Spain of what constitutes a commercial is too narrow. If Spain fails to implement the rules, the next step may involve a case before the European Court of Justice.

Since 2005, the government has been implementing a vigorous programme to relaunch digital terrestrial television (DTT), three years after the failure of the Quiero platform. A new regulatory framework was established in July 2005, and the digital switchover date was brought forward two years from 2012 to 2010, and this will happen in phases between the end of 2008 and April 2010. By May 2008, the number of decoders sold was estimated to be 10.8 million.

Regarding pay-TV, Spain is still one of the least mature markets in Western Europe. However, Digital+, the satellite platform of Sogecable, has begun to grow again after a difficult post-merger period. By March 31 2008, it had 2.080 million subscribers.

The telecoms operator Telefonica (a Sogecable shareholder) operates the ADSL television service Imagenio, which has become a major player on the Spanish television market (with nearly 575,000 subscribers at the end of June 2008) and is now one of Europe's major IPTV operators. Imagenio announced a target of one million subscribers in 2008, basing this on Telefonica's 1.1 million ADSL households. In all, there are four IPTV services in the country: Imagenio, Superbanda (Grupalia), Orange TV (France Telecom España) and Jazztel. Finally, the Spanish government has been carrying out consultations on the draft legislation necessary for the launch of mobile television services. Legislation is expected at the end of 2008 or the beginning of 2009.

➔ Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, <http://www.cmt.es>
Advertising data: <http://www.aeap.es>
Audiences: <http://www.sofresam.com>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Impulsa TDT (Asociación para la Implantación y el Desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en España), Association for the Introduction and Development of DTT in Spain: <http://www.impulsatdt.es/home/impulsaTDT>

Directive "Télévision sans frontières". En effet, nombre de publicités échappent à la limite de 12 minutes par heure d'horloge et ne respectent pas l'intervalle de 20 minutes entre chaque pause publicitaire. Le Commission a ensuite émis un avis motivé (mai 2008) suggérant que l'Espagne adoptait une interprétation trop étroite de ce qu'était une publicité. Si l'Espagne ne se conforme pas à ces règles, l'étape suivante pourrait être l'ouverture d'une procédure devant la Cour européenne de justice.

Depuis 2005, le gouvernement a mis en place un programme énergique de relance de la télévision numérique terrestre (TNT), trois ans après l'échec de la plate-forme Quiero. Un nouveau cadre réglementaire a été établi en juillet 2005 et la date du passage au numérique, initialement prévu pour 2012, a été avancée de deux ans (2010). Il se produira par étapes, entre la fin de l'année 2008 et avril 2010. En mai 2008, le nombre de décodeurs vendus était estimé à près de 10,8 millions.

En matière de télévision à péage, l'Espagne reste l'un des marchés les moins matures d'Europe occidentale. La plate-forme satellite de Sogecable, Digital+, renoue cependant avec la croissance après une difficile période post-fusion. Au 31 mars 2008, elle comptait 2,080 millions d'abonnés.

Par ailleurs, l'opérateur télécoms Telefonica (actionnaire de Sogecable) gère un service de télévision par ADSL, Imagenio, qui est devenu un acteur majeur du marché de la télévision espagnole (près de 575 000 abonnés fin juin 2008) et l'un des plus importants opérateurs IPTV d'Europe. Au total, il existe quatre offres IPTV dans le pays : Imagenio, Superbanda par Grupalia, Orange TV par France Telecom España, et Jazztel. Enfin, le gouvernement espagnol prépare actuellement la législation nécessaire au lancement de service de télévision vers les mobiles. Celle-ci est attendue pour la fin de l'année 2008 ou le début de 2009.

➔ Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, <http://www.cmt.es>
Données sur la publicité : <http://www.aeap.es>
Audiences : <http://www.sofresam.com>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Impulsa TDT (Asociación para la Implantación y el Desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en España), Association pour l'introduction et le développement de la TNT en Espagne : <http://www.impulsatdt.es/home/impulsaTDT>

Die Europäische Kommission hat 2006 wegen der Nichteinhaltung der Vorschriften über die Fernsehwerbung aus der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ ein Aufforderungsschreiben an Spanien gerichtet. Häufig seien die Begrenzung der Fernsehwerbung auf zwölf Minuten pro Stunde und der Abstand von 20 Minuten zwischen den Werbeunterbrechungen nicht eingehalten worden. Dies sei auf die enge Auslegung des Begriffs „Werbespot“ in Spanien zurückzuführen. Darauf folgte im Mai 2008 eine Stellungnahme der Kommission, wonach die Auslegung des Begriffs Werbespot in Spanien zu eng ist. Sollte Spanien die Regelungen nicht umsetzen, könnte der nächste Schritt eine Klage vor dem Europäischen Gerichtshof sein.

Seit 2005 betreibt die Regierung – drei Jahre nach dem Misserfolg der Plattform Quiero – mit Nachdruck ein Programm zur erneuten Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T). Im Juli 2005 wurde ein neuer Regulierungsrahmen eingeführt und die Umstellung auf Digitalbetrieb wurde um zwei Jahre (auf 2010) vorgezogen. Erfolgen soll diese schrittweise zwischen Ende 2008 und April 2010. Im Mai 2008 waren nach Schätzungen fast 10,8 Mio. Decoder verkauft.

Beim Bezahlfernsehen ist Spanien weiterhin einer der unausgereiftesten Märkte in Westeuropa. Allerdings konnte die Satellitenplattform von Sogecable, Digital+, nach einer schwierigen Phase im Anschluss an die Fusion wieder ein Wachstum verzeichnen. Am 31. März 2008 hatte sie 2,08 Mio. Abonnenten.

Der Telekommunikationsbetreiber Telefonica (Aktionär von Sogecable) startete einen Fernsehdienst per DSL: Imagenio. Dieser Sender wurde zu einem wesentlichen Akteur auf dem spanischen Fernsehmarkt (mit fast 575 000 Abonnenten Ende Juni 2008) und zu einem der wichtigsten IPTV-Betreiber in Europa. Insgesamt gibt es in Spanien vier IPTV-Angebote: Imagenio, Superbanda von Grupalia, Orange TV von France Telecom España und Jazztel. Die spanische Regierung bereitet derzeit den erforderlichen Gesetzesrahmen für den Start von Fernsehdiensten für Mobiltelefone vor. Mit entsprechenden Gesetzen wird Ende 2008 oder Anfang 2009 gerechnet.

➔ Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones: <http://www.cmt.es>
Werbedaten: <http://www.aeap.es>
Einschaltquoten: <http://www.sofresam.com>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Impulsa TDT (Asociación para la Implantación y el Desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en España), Verband für die Einführung und Entwicklung von DVB-T in Spanien: <http://www.impulsatdt.es/home/impulsaTDT>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

			Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	45 283
Households	Ménages	Haushalte	-	15 919
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	100,0%	15 919
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	8,9%	1 414
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	5,9%	939
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	16,8%	2 670
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	13,0%	2 065
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	3,6%	575
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	54,0%	8 599
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	76,5%	12 178
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	61,5%	9 797
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	40,0%	6 372
Subscribers to unicast TV services	Abonnés services TV Unicast	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	380

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	510
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	4
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008		
			Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	5	17	22
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	15	108	123
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	25	900	925
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	17	0	17
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	21	1	22
Total	Total	Gesamt	83	1 026	1 109
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	-	-	19

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital Madrid	Cable ONO Full offer⁽¹⁾	Satellite Digital + Full offer	IPTV Imagenio Full offer (Madrid)
Generalist - national (incl. dedicated)		6	6	6	7
Generalist - foreign			3		
Adults			1	2	
Children		2	12	9	9
Cultural minorities				1	
Culture/Documentary/Education		3	10	8	8
Entertainment/TV Fiction/Games		5	12	11	9
Film			16	8	5
Home shopping		1	1	2	1
International channels			18	14	10
Leisure/travel			1	1	2
Lifestyle			3	2	2
Music		2	10	7	9
News/Business		3	10	12	10
Parliamentary			2		1
Regional/Local		1	1		3
Religion					
Sports		1	8	10	4
Various			5	7	1

(1) Including Catalan versions of thematic channels.

(1) Y compris les versions catalanes de chaînes thématiques.

(1) Einschließlich der katalanischen Sprachfassung von Spartenkanälen.

Operating revenues
of main TV companies
in Spain

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
en Espagne

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
in Spanien

In Tausend EUR.

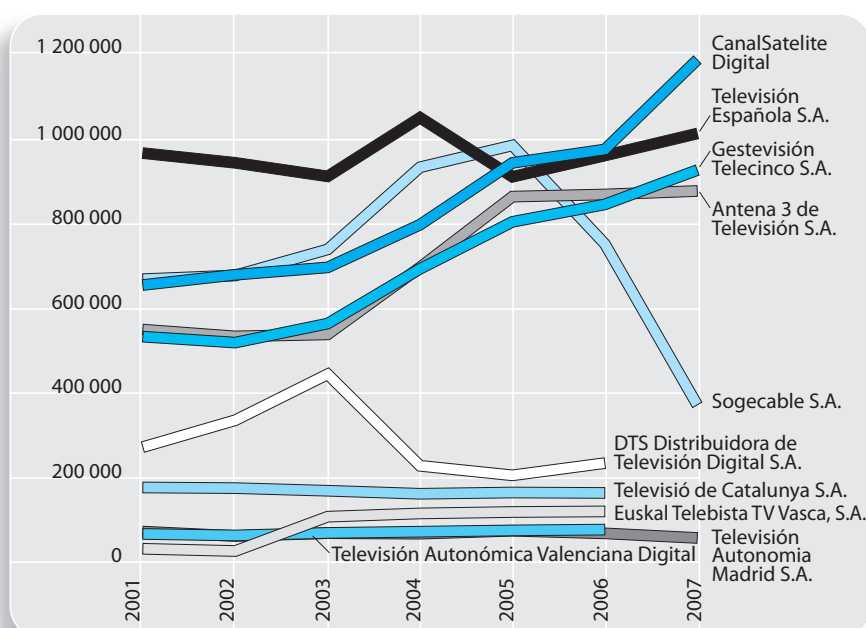
T.1.ES.1

G.1.ES.1

2004-2007

Company	Channels	2004	2005	2006	2007
Entreprises	Chaînes				
Unternehmen	Dienste				
CanalSatelite Digital S.L.	packtv Digital+	798 343	944 548	976 258	1 188 313
Sociedad Mercantil Estatal Television Española S.A.	sptv TVE-1, TVE-2, ...	-	-	-	1 013 837
(p.m.) Televisión Española S.A. (TVE)	sptv TVE-1, TVE-2, ...	1 051 364	911 620	961 794	-
Gestevisión Telecinco S.A. (uncons.)	adtv Tele5	693 959	805 025	846 228	927 437
Antena 3 de Televisión S.A. (uncons.)	adtv Antena 3	697 400	864 691	869 754	878 045
Sogecable S.A.	packtv Canal+, Cuatro	934 151	985 807	752 912	372 157
DTS Distribuidora de Televisión Digital S.A.	packtv Via Digital	228 061	205 509	234 464	~
Televisió de Catalunya S.A.	sptv TV3, Canal 33	161 931	164 906	163 876	~
Euskal Telebista Televisión Vasca, S.A.	sptv ETB1, ETB2	115 412	118 796	120 199	~
Televisión Autónoma Valenciana Digital S.A.	sptv Canal 9, Punt 2	72 256	75 276	77 217	~
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A.	adtv la Sexta	-	~	76 065	~
Canal Sur Televisión S.A.	sptv Canal Sur, Canal 2	57 089	62 579	59 970	~
Televisión Autónoma de Castilla-La Mancha	sptv Castilla La Mancha Television	51 647	38 571	57 557	~
Televisión Autonomia Madrid S.A.	sptv TVM, La Otra	67 516	74 500	68 289	57 418
Cinemanía S.L.	pay-tv Cinemanía	44 486	48 866	48 463	~
Compañía Independiente de Televisión S.L.	thtv Caza y pesca, Viajar, ...	19 089	41 900	45 340	~
Televisión Pública de Canarias S.A.	sptv TV Canaria	36 184	38 924	39 407	~
(p.m.) Sociedad Canaria de Televisión regional S.A.	rtv	24 103	24 218	26 623	~
Fox International Channels España	thtv Fox Espana	17 192	23 705	33 044	~
Compañía Independiente de Noticias de Televisión S.L.	thtv CNN+	16 257	18 414	32 665	~
Canal Club de Distribución de Ocio y Cultura	hstv Canal Club	28 278	~	~	~
Factoria de Canales S.L.	thtv Cinestar, CTK, ...	-	15 487	23 527	~
NBC Universal Global Networks España S.L.	thtv Calle 13	20 813	19 325	24 606	~
SPTI Networks Iberia	paytv AXN	19 235	24 196	~	~
Televisión de Galicia S.A.	sptv TVG	28 891	30 451	23 072	~
Multicanal Iberia S.L.	thtv Multicanal (Canal Hollywood, ...)	14 067	16 702	22 263	~
Paramount Comedy Channel España	thtv Paramount Comedy Channel	~	13 575	15 413	~
Media Park S.A.	thtv Canal 18, Canal Buzz, ...	14 580	~	~	~
Televisión del Principado de Asturias S.A.	sptv TPA	-	396	14 407	~
Sociedad publica de Televisión Extremena S.A.	sptv Extramadura TV	-	509	12 357	~
MTV Channel España	thtv MTV Espana	~	10 427	10 863	~

➔ OBS



Financial situation
of television
companies in Spain

EUR thousand.

Situation financière des
entreprises de télévision
en Espagne

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Spanien

In Tausend EUR.

T.1.ES.2

G.1.ES.2

2003-2006

			2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	53	55	59	57
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	7 435 558	7 584 104	7 682 753	7 798 088
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	4 768 164	5 323 735	5 718 790	5 805 725
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-655 863	-159 033	120 671	-142 888
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-736 954	-230 852	102 521	-131 035
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-1 360 580	-526 159	-67 755	-385 851
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	130	157	100	119
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	25	25	32	28
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-13,8	-3,0	2,1	-2,5
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-28,2	-3,3	4,1	-2,1
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-15,5	-4,3	1,8	-2,3
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-9,9	-3,0	1,3	-1,7

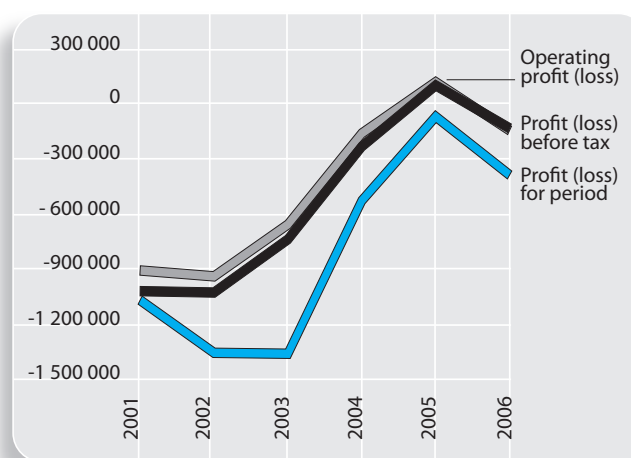
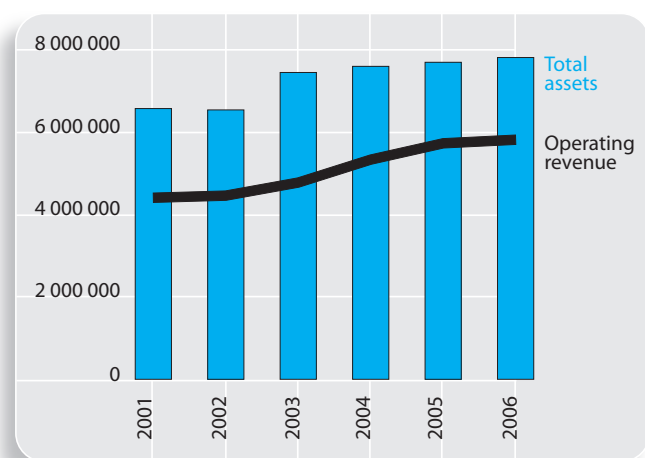
(1) Local television channels not included.

(1) Télévisions locales non incluses.

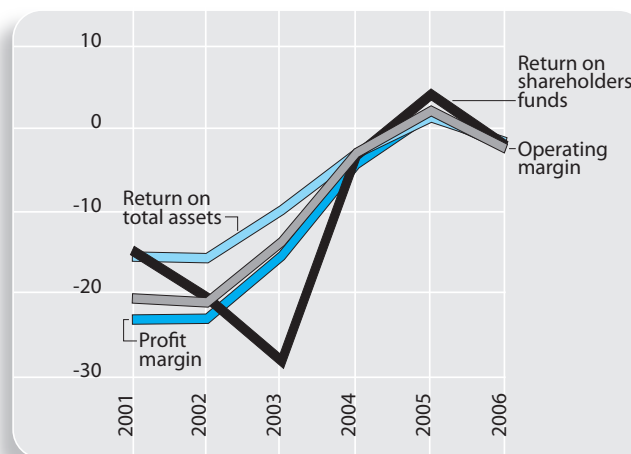
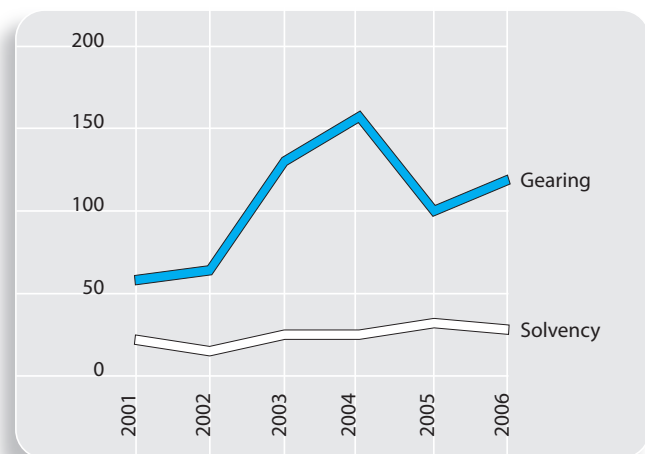
(1) Ohne lokale Sender.

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

2005-2007

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	(1) 2007
Recettes							
Total recettes publiques	81 357	579 051	~	9,8%	43,9%	~	~
- Aids/Grants	81 357	579 051	~	9,8%	43,9%	~	~
Total recettes commerciales	736 557	729 148	~	88,4%	55,2%	~	~
- Advertising	709 054	697 644	~	85,1%	52,8%	~	~
- Ventes de programmes	11 776	16 130	~	1,4%	1,2%	~	~
- Merchandising	9 674	8 350	~	1,2%	0,6%	~	~
- Autres recettes commerciales	6 053	7 024	~	0,7%	0,5%	~	~
Autres recettes	15 270	12 081	~	1,8%	0,9%	~	~
Total	833 184	1 320 280	1 183 805	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Expenditure	2005	2006	2007	2005	2006	2007	(1) 2007
Dépenses							
Purchase of goods and services/others	693 197	743 129	816 673	57,1%	57,8%	69,4%	69,4%
- Achats de biens et services/Autres	693 197	743 129	816 673	57,1%	57,8%	69,4%	69,4%
Costs of personnel	473 132	492 614	295 939	39,0%	38,3%	25,1%	25,1%
- Dépenses de personnel	473 132	492 614	295 939	39,0%	38,3%	25,1%	25,1%
Depreciation	47 944	50 627	64 523	3,9%	3,9%	5,5%	5,5%
- Amortissements	47 944	50 627	64 523	3,9%	3,9%	5,5%	5,5%
Operating expenditure	1 214 273	1 286 370	1 177 135	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
- Betriebsaufwendungen	1 214 273	1 286 370	1 177 135	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Net result	-618 597	-216 713	12 913				
Nettoergebnis	-618 597	-216 713	12 913				
Operating margin (%)	-46,5	2,4	0,6				
Marge opérationnelle (%)	-46,5	2,4	0,6				

(1) In 2007, Grupo RTVE was replaced by the Corporación de Radio y Televisión Española S.A.

(1) En 2007, le Grupo RTVE a été remplacé par la Corporación de Radio y Televisión Española S.A.

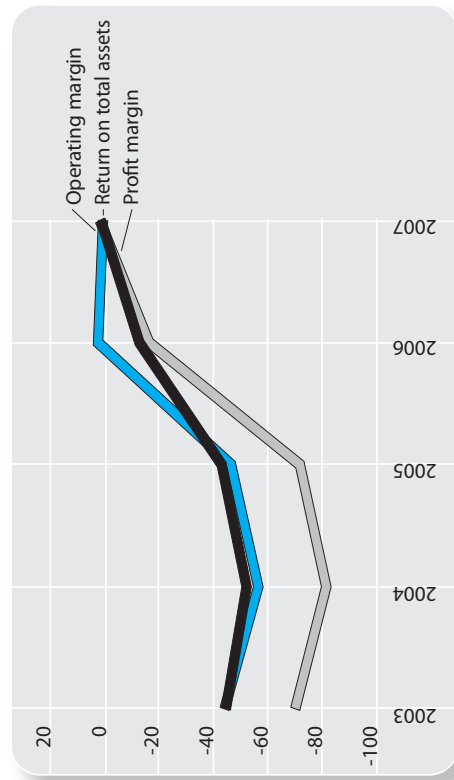
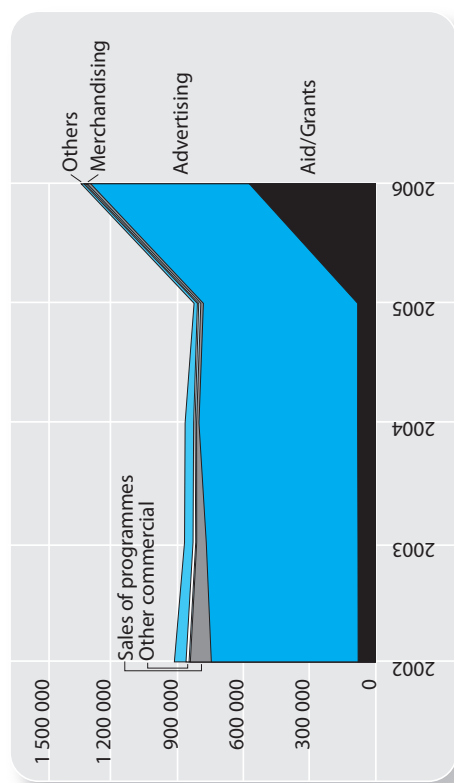
(1) 2007 trat die Corporation de Radio y Televisión Española S.A. an die Stelle von Grupo RTVE.

➔ RTVE/EBU-UER/OBS

EUR thousand. Milliers EUR.

In Tausend EUR.

In %. En %.



Television audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der
Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.ES.4

G.1.ES.4

2003-2007

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

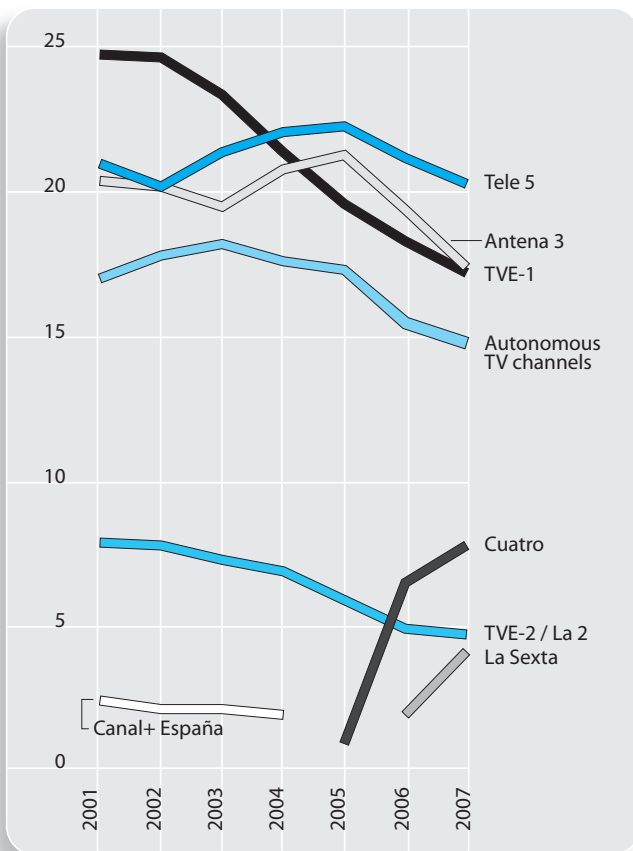
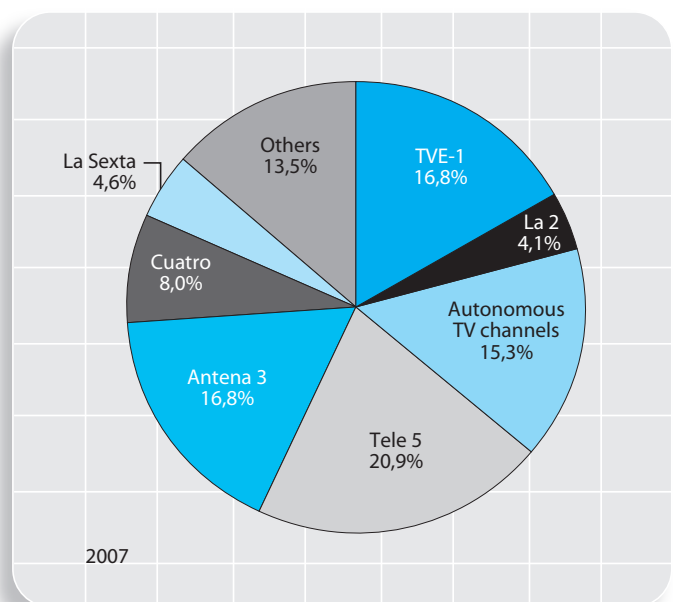
Prime time (20:30-24:00)

Heures de grande écoute (20h30-24h)

Primetime (20.30-24 Uhr)

	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
TVE-1	23,4	21,4	19,6	18,3	17,2	24,1	21,8	19,9	18,3	16,8
TVE-2 / La 2	7,2	6,8	5,8	4,8	4,6	6,5	5,8	4,9	4,3	4,1
Autonomous TV channels Chaînes autonomiques Dienste der autonomen Gemeinschaften	18,2	17,6	17,3	15,4	14,7	18,4	17,7	17,3	15,7	15,3
Tele 5	21,4	22,1	22,3	21,2	20,3	21,9	22,5	22,9	21,4	20,9
Antena 3	19,5	20,8	21,3	19,4	17,4	18,8	21,1	21,9	19,1	16,8
Cuatro	-	-	0,8	6,4	7,7	-	-	0,9	7,0	8,0
Canal+ España	2,0	1,8	-	-	-	2,2	1,9	-	-	-
La Sexta	-	-	-	1,8	4,0	-	-	-	2,1	4,6
Others Autres Sonstige	8,3	9,5	13,0	12,7	14,1	8,2	9,1	12,3	12,0	13,5

► Eurodata TV Worldwide/TNS Audiencia de Medios

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(20:30-24:00).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (20h30-24h).
En %, 4 ans et +.Primetime
(20.30-24 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

TV audience market
share by Community

Parts de marché d'audience
TV par Communauté

Marktanteile der Fernseh-
dienste nach Gemeinschaften

T.1.ES.5

2007

In %, 4+.

In %, ab 4 Jahre.

Channels	Andalucia	Catalonia	Basque Country	Galicia	Madrid	Valencian Community	Castilla La Mancha	Canary Islands	Aragon	Asturias	Balearic Island	Murcia	Other regions
Chânes	Andalousie	Catalonien	Pays basque	Galice	Madrid	Communauté valencienne	Castilla La Mancha	Canaries	Aragon	Asturies	Baléares	Murcie	Autres régions
Dienste	Andalusien	Katalonien	Baskenland	Galicien	Madrid	Gemeinschaft Valencia	Castilla La Mancha	Kanarische Inseln	Aragon	Asturien	Balearen	Murcia	Andere Regionen
TVE1	14,6	14,6	14,2	19,4	17,6	15,2	21,5	14,6	20,6	19,3	19,7	20,7	23,5
LA2	3,9	3,7	4,9	5,0	5,8	4,3	5,0	4,5	5,3	5,1	4,1	4,2	5,8
TVE	18,5	18,3	19,1	24,5	23,3	19,5	26,5	19,1	25,9	24,4	23,8	24,9	29,3
Tele 5	19,4	19,2	24,5	19,2	22,7	20,2	18,1	21,7	20,9	23,7	18,5	18,3	20,1
ANTENA 3	17,4	17,0	15,5	18,1	15,4	16,5	19,2	16,6	18,4	16,5	17,1	22,2	20,2
CUATRO	6,6	7,7	7,6	7,7	8,9	7,6	6,9	9,8	9,0	6,7	5,8	7,9	7,9
LA SEXTA	3,5	2,5	3,6	4,9	4,9	4,6	4,2	4,4	4,6	3,9	5,9	3,5	4,2
Private	46,8	46,3	51,1	49,9	51,9	48,9	48,4	52,5	52,9	50,9	47,3	52,0	52,4
CST	16,9					0,0	0,8					0,6	0,8
C2A	3,9					0,0	0,2					0,2	0,0
TV3		16,6				0,4	0,0		0,2		2,9	0,0	0,0
K3-33		3,4				0,1	0,0		0,0		1,2	0,0	0,1
ETB1			3,7						0,0				0,2
ETB2			14,8						0,5				1,3
TVG				14,1						0,1			0,0
TVM					10,5								1,1
C9	0,0	0,2				12,7	0,4		0,1		2,5	1,7	0,6
PUNT2	0,0	0,0				1,8	0,0		0,0		0,3	0,1	0,0
CMT	0,0				0,6	0,1	11,1		0,0			0,1	0,6
TVCAN								9,3					
ATV		0,1				0,0	0,0		6,7				0,0
TPA				0,0						4,5			0,0
IB3	0,0	0,1				0,0	0,0		0,0		6,5	0,0	0,1
7RM	0,0					0,0	0,0					2,8	
Other autonómicas	0,3	0,2	0,1	0,1	0,3	0,4	0,2	0,3	0,5	0,9	0,3	0,7	1,0
Autonómicas	21,1	20,7	18,6	14,3	11,4	15,4	15,7	9,5	8,1	5,5	13,7	6,2	5,0
Thematic channels													
Chânes thématiques	10,4	9,9	8,1	9,5	11,1	14,2	7,1	14,7	10,8	16,4	12,8	14,8	9,9
Spartenkanäle													
Local	2,8	3,3	3,1	1,9	1,9	1,9	2,3	4,1	2,0	2,8	2,3	1,8	3,3
Others	0,4	1,5	0,0	-0,1	0,4	0,1	0,0	0,1	0,3	0,0	0,1	0,3	0,1
Autres	Sonstige												

☛ Sofres A.M.

Ventilation par genre des programmes TV de TVE

Breakdown by genre of TVE programme output

Inhaltliche Aufteilung der TVE-Fernsehprogramme

T.1.ES.6
G.1.ES.5

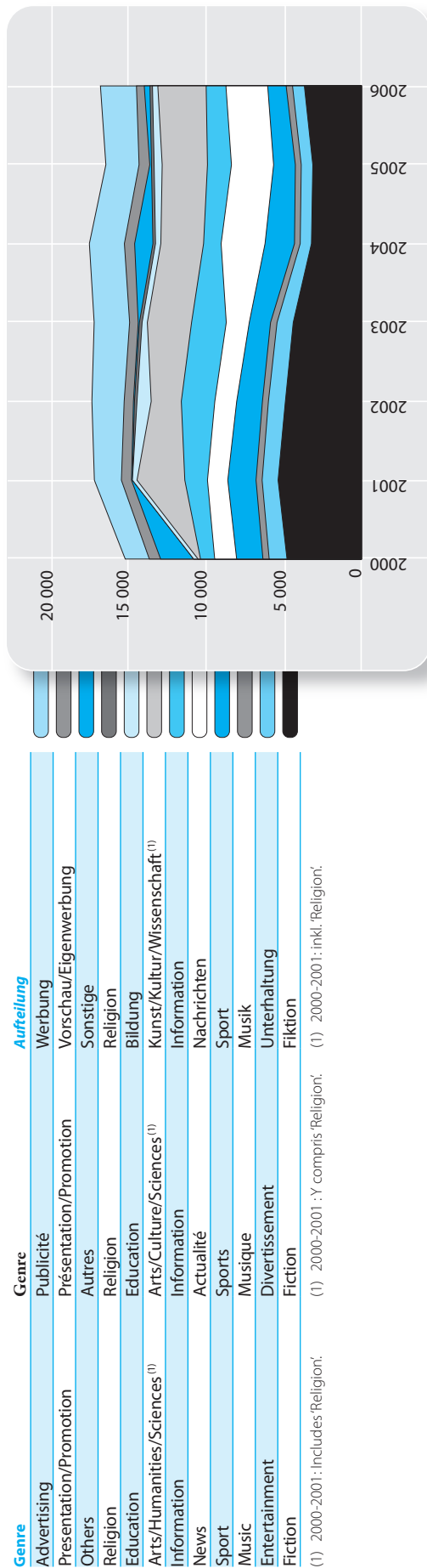
Hours.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Aufteilung		Total		La Primera		La 2		Total		La Primera		La 2		Total	
	2005	2006	2005	2006	2006	2006	2006	2006	2005	2006	2006	2006	2006	2006	2006	2006/05
Fiction	3 131	1 406	3 131	1 406	2 269	1 406	2 269	1 406	3 675	3 675	16,1%	16,1%	28,1%	28,1%	21,8%	17,4%
Entertainment	745	586	745	586	179	586	179	765	765	4,5%	6,7%	2,2%	2,2%	4,5%	2,7%	2,7%
Music	380	112	380	112	298	112	298	410	410	2,3%	1,3%	3,7%	3,7%	2,4%	7,9%	7,9%
Sport	1 403	141	1 403	141	1 051	141	1 051	1 192	1 192	8,5%	1,6%	13,0%	13,0%	7,1%	-15,0%	-15,0%
News	2 721	2 605	2 721	2 605	90	2 605	90	2 695	2 695	16,5%	29,7%	1,1%	1,1%	16,0%	-1,0%	-1,0%
Information	1 548	432	1 548	432	844	432	844	1 276	1 276	9,4%	4,9%	10,5%	10,5%	7,6%	-17,6%	-17,6%
Arts/Culture/Sciences	2 922	1 678	2 922	1 678	1 442	1 678	1 442	3 120	3 120	17,7%	19,2%	17,9%	17,9%	18,5%	6,8%	6,8%
Education	519	0	519	0	345	0	345	345	345	3,1%	0,0%	4,3%	4,3%	2,0%	-33,5%	-33,5%
Religion	171	3	171	3	158	3	158	161	161	1,0%	0,0%	2,0%	2,0%	1,0%	-5,8%	-5,8%
Others	111	313	111	313	57	313	57	370	370	0,7%	3,6%	0,7%	0,7%	2,2%	233,3%	233,3%
Presentation/Promotion	691	185	691	185	316	185	316	501	501	4,2%	2,1%	3,9%	3,9%	3,0%	-27,5%	-27,5%
Advertising	2 142	1 300	2 142	1 300	1 026	1 300	1 026	2 326	2 326	13,0%	14,8%	12,7%	12,7%	13,8%	8,6%	8,6%
Total	16 484	8 760	16 484	8 760	8 075	8 760	8 075	16 835	16 835	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	2,1%	2,1%

→ TVE/UEJER-EBU



(1) 2000-2001: includes 'Religion'; (1) 2000-2001: inkl. 'Religion'.

(1) 2000-2001: Y compris 'Religion'; (1) 2000-2001: inkl. 'Religion'.

Ventilation par genre des programmes des chaînes TV

In minutes par jour.

Inhaltliche Aufteilung der Fernsehdienste

In Minuten pro Tag.

T.1.ES.7
G.1.ES.6

2007

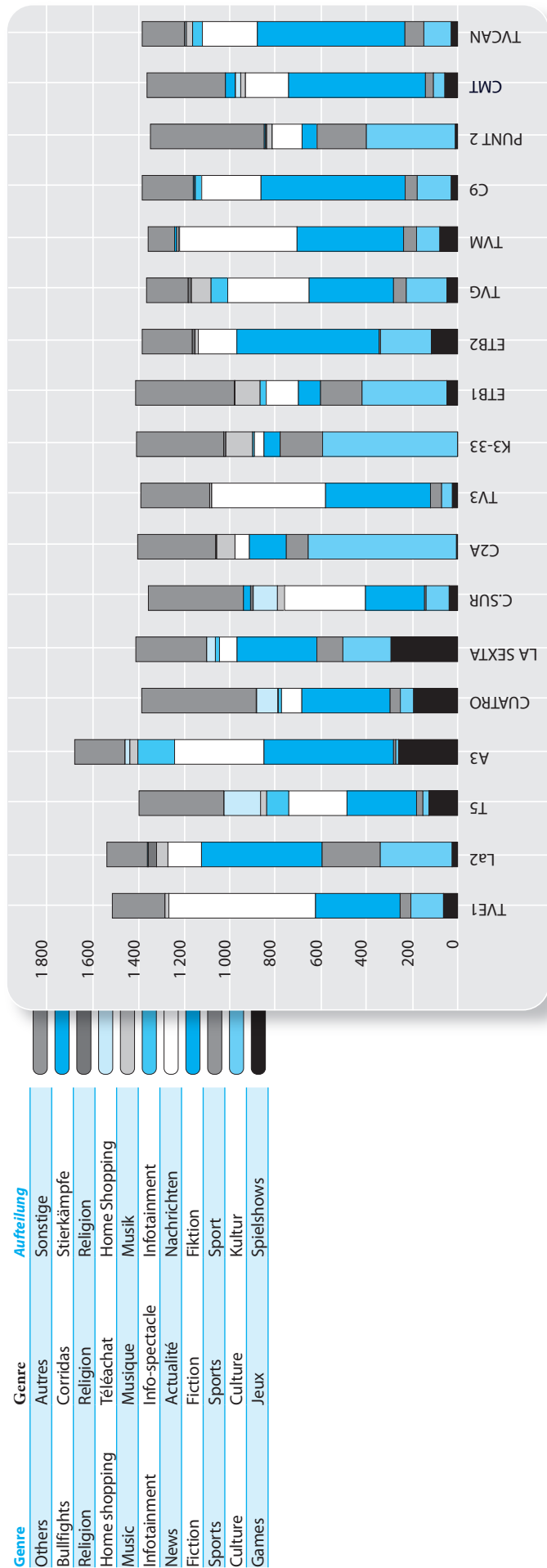
Genre	Aufteilung	TVE1 ⁽¹⁾	La2 ⁽¹⁾	T5	A3 ⁽¹⁾	CUATRO	LA SEXTA	C.SUR	C2A	TV3	K3-33	ETB1	ETB2	TVG	TVM	C9	PUNT2	CMT	TVCAN
Games	Jeux	62	24	126	259	193	292	37	5	23	0	47	115	47	78	28	10	56	28
Culture	Kultur	143	315	26	12	58	211	101	650	47	592	372	223	178	102	149	390	50	120
Sports	Sport	47	255	28	10	45	114	7	96	49	186	182	6	56	57	53	216	35	83
Fiction	Fiktion	371	529	305	568	387	350	259	162	460	71	97	624	370	467	632	66	600	647
News	Actualité	643	147	255	392	89	77	355	63	499	42	141	169	357	515	260	131	189	241
Infotainment	Info-spectacle	0	0	97	161	14	18	1	0	0	8	27	0	73	3	28	0	0	43
Music	Musique	17	50	27	35	2	0	30	80	9	117	110	14	86	9	0	24	21	27
Home shopping	Téléachat	0	0	160	21	93	38	106	0	0	0	0	1	0	0	0	0	23	7
Religion	Religion	0	36	0	0	0	0	12	4	0	10	3	11	14	0	3	5	1	1
Bullfights	Stierkämpfe	0	4	0	0	2	0	31	0	0	0	0	0	0	10	6	6	43	0
Others	Sonstige	231	178	373	221	502	311	417	343	302	382	433	220	183	116	224	499	344	186
Total	Summe	1514	1538	1397	1679	1385	1411	1356	1403	1389	1408	1412	1383	1364	1357	1383	1347	1362	1383

(1) Including windows.

(1) Y compris décrochages.

(1) Einschließlich Fensterprogramme.

↗ Sofres A.M.



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

The 30 leading TV production companies in Spain

Les 30 premières sociétés de production de programmes de télévision en Espagne

Die 30 führenden Fernsehproduktionsunternehmen in Spanien

T.1.ES.8
2003-2006

Operating revenues in EUR thousand.

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

Rank	Company	Genre	2003	2004	2005	2006	2006/05
Rang	Entreprises	Genres					
Rang	Unternehmen	Genre					
1	Mediaproducción SL	Fiction, feature films	33 151	48 781	55 485	204 021	267,7%
2	Globo Media	All genres	62 017	84 622	~	~	~
3	Gestmusic Endemol	Reality shows	60 794	53 788	62 248	73 559	18,2%
4	Agencia de Televisión Latinoamericana	News	53 201	59 224	59 557	60 825	2,1%
5	Zeppelin Television	Reality shows	31 092	42 780	39 041	39 910	2,2%
6	El Terrat de Producciones SL	Entertainment, fiction, theatre	8 617	11 570	33 125	37 155	12,2%
7	Bocaboca Producciones SL	Fiction, feature films	26 312	27 251	20 144	30 983	53,8%
8	Boomerang TV	Entertainment, fiction	14 795	17 750	19 365	27 465	41,8%
9	Videomedia SA	All genres	16 665	21 864	18 821	25 859	37,4%
10	Star Line TV Productions SL	Fiction, feature films	14 920	16 848	~	~	~
11	Cuarzo Producciones SL	All genres	9 393	12 341	16 659	18 397	10,4%
12	Diagonal Televisio SA	Fiction	2 758	9 060	12 796	17 235	34,7%
13	Linze Television SA	Fiction	7 732	8 355	9 451	14 339	51,7%
14	Grupo Ganga Producciones SL	Fiction	19 320	13 915	~	~	~
15	Contenidos Audiovisuales ExtraTV	-	-	-	6 338	11 777	85,8%
16	Europroducciones TV SL	Fiction, feature films	23 224	18 218	20 167	10 773	-46,6%
17	Tesauro SA	Fiction, feature films	9 696	8 076	10 839	9 960	-8,1%
18	Sisifus Producciones S.A.	Entertainment	3 505	3 475	3 594	9 521	164,9%
19	Arbol Producciones S.A.	Fiction	7 000	6 525	7 138	9 499	33,1%
20	Ida y Vuela Producciones de Ficción	Fiction	5 743	1 995	11 883	8955	-24,6%
21	Medianews Producciones de Noticias S.L.	News	3 848	2 271	6 498	8874	36,6%
22	Atlas Media	News	2 178	6 777	7 097	8 764	23,5%
23	Chip Audiovisual S.A.	-	-	-	103	8 600	-
24	Producciones 52 Andalucía	Fiction, feature films	8 335	7 425	7 659	8 286	8,2%
25	Grundy Producciones S.A.	Entertainment	9	2 712	7 297	~	~
26	K 2000 SA	Fiction, documentary	7 786	7 339	7 387	7 071	-4,3%
27	Continental Producciones SL	Fiction, feature films	3 574	7 483	7 075	6 513	-7,9%
28	Cromosoma SA	Animation	9 749	7 738	6 059	6 357	-17,8%
29	BRB Internacional SA	Animation	7 213	7 054	5 848	6 168	5,5%
30	Zinkia Entertainment S.L.	Animation	684	1 993	4 525	6 034	33,3%

➡ OBS

Finland was one of the first European countries to abandon analogue for all-digital transmission, with the switchover taking place on 31 August 2007. An extended deadline to 29 February 2008 was allowed for the cable industry as more time was needed to digitise the networks. While there were initially some concerns regarding consumer uptake and the purchase of adapters, a range of information initiatives (by government, regulators, transmission operators and broadcasters) have driven the process forward. According to recent data (early 2008) supplied by the All-Digital Monitoring Group of the Ministry for Transport and Communications, 89% of Finnish households had set-top boxes. According to the regulator FICORA, in March 2008, 98% of households receiving TV via terrestrial means had set-top boxes, while 92% of households with using cable reception had set-top boxes.

Digital transmission began in 2001, after the Ministry of Transport and Communications had granted licences for the operation of the first three digital terrestrial television (DTT) multiplexes: one for the public-service broadcasting company and the other two for commercial companies. A fourth multiplex was granted for the transmission of a mobile television service in the DVB-H format. Finally, the licences pertaining to a fifth multiplex were granted at the end of 2006 to MTV Oy, Discovery Channel, Eurosport and Swelcom Oy (pay-TV operators).

The structure of the audiovisual market has changed since late 2004 owing to the arrival of new operators. Firstly, in January 2005, following an initial takeover bid by the Norwegian group Schibsted, the Alma Media group – which owns the country's leading commercial channel, MTV3 – was taken over by the Swedish companies Bonnier and Proventus. Bonnier and Proventus already held a majority stake in the Swedish commercial broadcaster TV4, and had put in a bid for the Danish broadcaster TV2. Then, in February 2005, the Swedish company C More Group, which operates the Canal Digital Finland package, was taken over by SBS Broadcasting. As in the other Nordic countries, Canal Digital is in competition with the Swedish Group MTG's Viasat package in the multi-channel pay-TV market.

Three channels – the two public channels YLE 1 and YLE 2 and the private channel MTV3 – had a total audience share in 2007 of 66.4% (a drop from 73% in 2006). The difference in audience share between the leading commercial channel MTV3 and the first public service channel YLE 1 is no longer very significant, with the channels having 25.5% and 23.2% respectively. However, the decline of MTV3

La Finlande a été l'un des premiers pays d'Europe à abandonner la transmission analogique pour le tout numérique, le basculement ayant eu lieu le 31 août 2007. La numérisation des réseaux câblés prenant plus de temps, ce délai a été prolongé jusqu'au 29 février 2008 pour l'industrie du câble. Bien qu'il y ait eu au départ quelques préoccupations concernant l'acceptation par les consommateurs et l'achat des adaptateurs, diverses initiatives d'information (menées à bien par le gouvernement, les autorités de régulation, les opérateurs de transmission et les diffuseurs) ont fait avancer le processus. Selon des données récentes (début 2008) communiquées par le groupe de surveillance du tout numérique mis en place par le ministère du Transport et des Communications, 89 % des foyers finlandais sont équipés de décodeurs. Selon le régulateur FICORA, en mars 2008, 98 % des foyers recevant la télévision par voie hertzienne possédaient un décodeur, ce nombre étant de 92 % pour la réception par câble.

Les transmissions numériques débutèrent en 2001 après que le ministère du Transport et des Communications ait attribué les licences pour l'exploitation des trois premiers multiplexes de télévision numérique terrestre (TNT) : un pour la société de radiodiffusion publique et les deux autres pour des entreprises privées. Un quatrième multiplexe a été attribué à la transmission de service de télévision numérique vers les mobiles au format DVB-H. Enfin, les licences d'un cinquième multiplexe ont été attribuées fin 2006 à MTV Oy, Discovery Channel, Eurosport et Swelcom Oy.

Depuis fin 2004, la structure du marché audiovisuel a été modifiée par l'entrée en jeu de nouveaux acteurs. Tout d'abord, après une première tentative de rachat par le groupe norvégien Schibsted, le groupe Alma Media, propriétaire de la principale chaîne privée du pays MTV3, a été racheté par les entreprises suédoises Bonnier et Proventus en janvier 2005. Bonnier et Proventus sont déjà actionnaires majoritaires de la chaîne privée suédoise TV4. Ensuite, en février 2005, la société suédoise C More Group, opératrice du bouquet Canal Digital Finland, a été rachetée par SBS Broadcasting. Comme dans les autres pays nordiques, Canal Digital est en concurrence sur le marché de l'offre multichaine payante avec le bouquet Viasat du groupe suédois MTG.

Trois chaînes – les deux chaînes publiques YLE 1 et YLE 2, et la chaîne privée MTV3 – totalisent 66,4 % de parts de marché d'audience en 2007 (contre 73 % en 2006). La différence d'audience entre la principale chaîne commerciale MTV3 et la première chaîne du service public YLE 1 n'est plus très significative, avec 25,5 % et 23,2 % de part de marché respectivement.

Finnland war eines der ersten Länder Europas, das die analoge Übertragung völlig eingestellt und ausschließlich auf Digitaltechnologie umgerüstet hat. Die Umstellung erfolgte am 31. August 2007. Für das Kabelfernsehen wurde die Frist bis zum 29. Februar 2008 verlängert, da die Digitalisierung der Kabelnetze mehr Zeit erfordert. Zu Beginn gab es zwar einige Bedenken, ob die Verbraucher auch tatsächlich die neue Technologie annehmen und die erforderlichen Adapter kaufen würden. Doch eine breit angelegte Informationskampagne (die von der Regierung, der Regulierungsbehörde, von Betreibern von Übertragungsnetzen und von Fernsehveranstaltern durchgeführt wurde) hat dazu beigetragen, dass die Umstellung zügig vorangetrieben wurde. Aus den neuesten Daten (von Januar 2008) der All-Digital Monitoring Group des Ministeriums für Verkehr und Kommunikation geht hervor, dass Anfang des Jahres bereits in 89 % aller finnischen Haushalte Set-Top-Boxen installiert waren. Im März 2008 waren den Angaben der finnischen Regulierungsbehörde FICORA verfügten bereits 98 % der Haushalte, die terrestrisches Fernsehen empfangen, über Set-Top-Boxen. Bei den Haushalten mit Kabelfernsehen waren es sogar 92 %.

Die digitalen Übertragungen begannen 2001, nachdem das Ministerium für Verkehr und Kommunikation die Lizenzen für den Betrieb der drei ersten Multiplexe für das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) vergab: eine für den öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter und die beiden anderen für Privatunternehmen. Ein vierter Multiplex ist für die Übertragung digitaler Fernsehdienste für Mobiltelefone im DVB-H-Standard bestimmt. Die Lizenzen für den Betrieb eines fünften Multiplexes wurden Ende 2006 MTV Oy, Discovery Channel, Eurosport und Swelcom Oy zugewiesen.

Seit Ende 2004 hat sich die Struktur des audiovisuellen Marktes durch das Auftauchen neuer Akteure verändert. Zunächst wurde die Gruppe Alma Media, in deren Besitz sich der wichtigste Privatsender des Landes, MTV3, befindet, nach einem ersten Übernahmeversuch durch die norwegische Schibsted-Gruppe, im Januar 2005 von den schwedischen Unternehmen Bonnier und Proventus übernommen. Diese beiden Unternehmen sind bereits Mehrheitseigner des schwedischen Privatsenders TV4 und haben ein Übernahmeangebot für den dänischen Sender TV2 gemacht. Schließlich wurde die schwedische Gesellschaft C More Group, die das Bouquet Canal Digital Finland betreibt, im Februar 2005 von SBS Broadcasting übernommen. Wie in den anderen nordischen Ländern ist Canal Digital auf dem Markt für Multikanal-Bezahlfernsehen

has been partly compensated for by the performance of its additional channels, in particular Sub TV. Moreover, the MTV3 group (owned by Bonnier) launched four new special-interest pay-TV channels in 2006: MTV3 Max, Sub TV Juniori, Sub TV Leffa and MTV3 Fakta, and a further three special-interest pay-TV channels in 2008: MTV3 AVA, MTV3 Sarja and MTV3 Scifi. The other private broadcaster SWTelevision Oy (which owns the channel Nelonen) also launched the channel JIM (to be broadcast only as a digital channel) and the public broadcaster has launched YLE Extra, YLE Teema and YLE FST.

Many Internet television services (IPTV) have emerged over the last few years including Ålands Datakommunikation (Alcom), Lumo Broadband TV (from the company Finnet), Maxisat's Maxiitti IPTV service, Sonera Broadband TV, DNA TV, and the service of the cable operator Welho (part of the SanomaWSOY media company).

In March 2006, a licence to operate the national DVB-H network was granted to the operator Digita Oy. Digita Oy transmits free-to-air content only for the time being, and the company was aiming for a coverage of 40% of the population. The Act amending sections 4 and 7 of the Television and Radio Operations Act, which entered into force on 1 January 2007 introduced a relaxation of the rules governing the procedure for issuing programme operating licences for mobile television operations using the DVB-H standard or equivalent means of transmission.

➔ Finnish Communications Regulatory Authority - FICORA: www.ficora.fi
Finnish Ministry of Transport and Communications: <http://www.lvm.fi/web/en/home>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Cependant, le recul de MTV3 a été partiellement compensé par les résultats de ses chaînes de complément, notamment Sub TV. Le groupe MTV3 (détenu par Bonnier) a en outre lancé quatre nouvelles chaînes thématiques en 2006 (MTV3 Max, Sub TV Juniori, Sub TV Leffa et MTV3 Fakta) et trois autres chaînes thématiques en 2008 (MTV3 AVA, MTV3 Sarja et MTV3 Scifi). L'autre radiodiffuseur privé SWTelevision Oy (qui détient la chaîne Nelonen) a également lancé la chaîne JIM (qui sera uniquement diffusée au format numérique) et le radiodiffuseur public a lancé YLE Extra, YLE Teema et YLE FST.

De nombreux services de télévision par Internet (IPTV) sont apparus ces dernières années, notamment Ålands Datakommunikation (Alcom), Lumo Broadband TV (de la société Finnet), le service IPTV Maxiitti de Maxisat, Sonera Broadband TV, DNA TV et le service du câble-opérateur Welho (faisant partie de la société de médias SanomaWSOY).

En mars 2006, une licence d'exploitation du réseau national DVB-H a été attribuée à l'opérateur Digita Oy. Pour l'instant, Digita Oy n'émet que des émissions en clair et la société vise à couvrir 40 % de la population. La loi portant modification des chapitres 4 et 7 de la loi sur les activités de la radio et de la télévision, entrée en vigueur le 1er janvier 2007, a introduit un allègement de la procédure d'attribution des licences de programmation pour les activités de télévision mobile utilisant la norme DVB-H ou des modes de transmission équivalents.

➔ Finnish Communications Regulatory Authority - FICORA: www.ficora.fi
Ministère finlandais du Transport et des Communications : <http://www.lvm.fi/web/en/home>
Nordicom : <http://www.nordicom.gu.se>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

ein Konkurrent des Bouquets Viasat der schwedischen MTG.

Auf drei Sender – die beiden öffentlich-rechtlichen Dienste YLE 1 und YLE 2 und den Privatkanal MTV3 – entfallen 66,4 % der Zuschaueranteile (73 % gegenüber 2006). Heute unterscheiden sich die Zuschaueranteile des führenden kommerziellen Senders in Finnland, MTV3, und des ersten öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders, YLE 1, kaum noch: Ihre Anteile liegen bei 25,5 % bzw. 23,2 %. Der Rückgang bei MTV3 wurde allerdings durch die Ergebnisse seiner Zusatzprogramme teilweise ausgeglichen, insbesondere von Sub TV. Außerdem startete die MTV3-Gruppe (im Besitz des Medienkonzerns Bonnier) vier neue Spartenkanäle 2006 (MTV3 Max, Sub TV Juniori, Sub TV Leffa und MTV3 Fakta) und drei weitere Spartenkanäle 2008 ((MTV3 AVA, MTV3 Sarja und MTV3 Scifi). Der zweite private Rundfunkveranstalter SWTelevision Oy (zu dem auch der Sender Nelonen gehört), ging mit JIM auf Sendung, und der öffentlich-rechtliche Veranstalter startete YLE Extra, YLE Teema und YLE FST.

In den letzten Jahren sind zahlreiche Internet-Fernsehdienste (IPTV) auf dem Markt aufgetaucht, darunter Ålands Datakommunikation (Alcom), Lumo Broadband TV (Finnet-Gruppe), Maxisat's Maxiitti IPTV service, Sonera Broadband TV, DNA TV und das Angebot des Kabelanbieters Welho (im Besitz des Medienkonzerns SanomaWSOY).

Im März 2006 erhielt das Unternehmen Digita Oy eine Lizenz zum Betrieb des landesweiten DVB-H-Netzes. Digita Oy wird jedoch nur für eine befristete Zeit frei empfangbare Inhalte ausstrahlen. Langfristig will das Unternehmen mit seinen Programmen rund 40 % der finnischen Bevölkerung erreichen. Mit dem am 22. Dezember 2006 verabschiedeten Änderungsgesetz zu den Artikeln 4 und 7 des Rundfunkgesetzes, das am 1. Januar 2007 in Kraft trat, wurde das Lizenzvergabeverfahren für Programmanbieter von mobilem Fernsehen über den DVB-H-Standard oder vergleichbare Übertragungstechniken erleichtert.

➔ Finnish Communications Regulatory Authority - FICORA: www.ficora.fi
Finnisches Ministerium für Verkehr und Kommunikation: <http://www.lvm.fi/web/en/home>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	5 300
Households	Ménages	Haushalte	–	2 442
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,0%	2 369
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	52,9%	1 293
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	35,9%	877
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	5,1%	124
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	2,9%	70
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,2%	6
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	54,0%	1 318
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	95,2%	2 325
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	76,0%	1 856
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	66,2%	1 617
Subscribers to unicast mobile TV services	Abonnés à des services TV mobiles unicast	Abonnenten Mobil-TV Unicast	–	10

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	30		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	6		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	2 (incl. 1 pay)		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		5	17	22
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		1	2	3
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	32	32
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	0	0
Total	Total	Gesamt		6	51	57
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	29	29

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital	Cable Telia Sonera (Full offer)	Satellite Canal Digital (Full offer)	Satellite Viasat (Full Offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		5	5	4	3
Generalist - foreign		–	5	14	24
Adults		1	1	4	3
Children		3	8	17	18
Film		4	15	26	25
Culture/Documentary/Education		3	13	13	25
Entertainment/TV Fiction		5	11	19	24
Cultural minorities		1			
Home shopping		–			
News/Business		1	4	12	7
International channels		1	4	1	2
Leisure/travel		–	1	4	2
Lifestyle		–	1	3	
Music		4	3	9	9
Parliamentary		–			
Regional/Local		–			
Religion		–	1	2	1
Sports		5	11	21	22
Various		–			1

Operating revenues
of television companies
in Finland

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
en Finlande

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
in Finnland

In Tausend EUR.

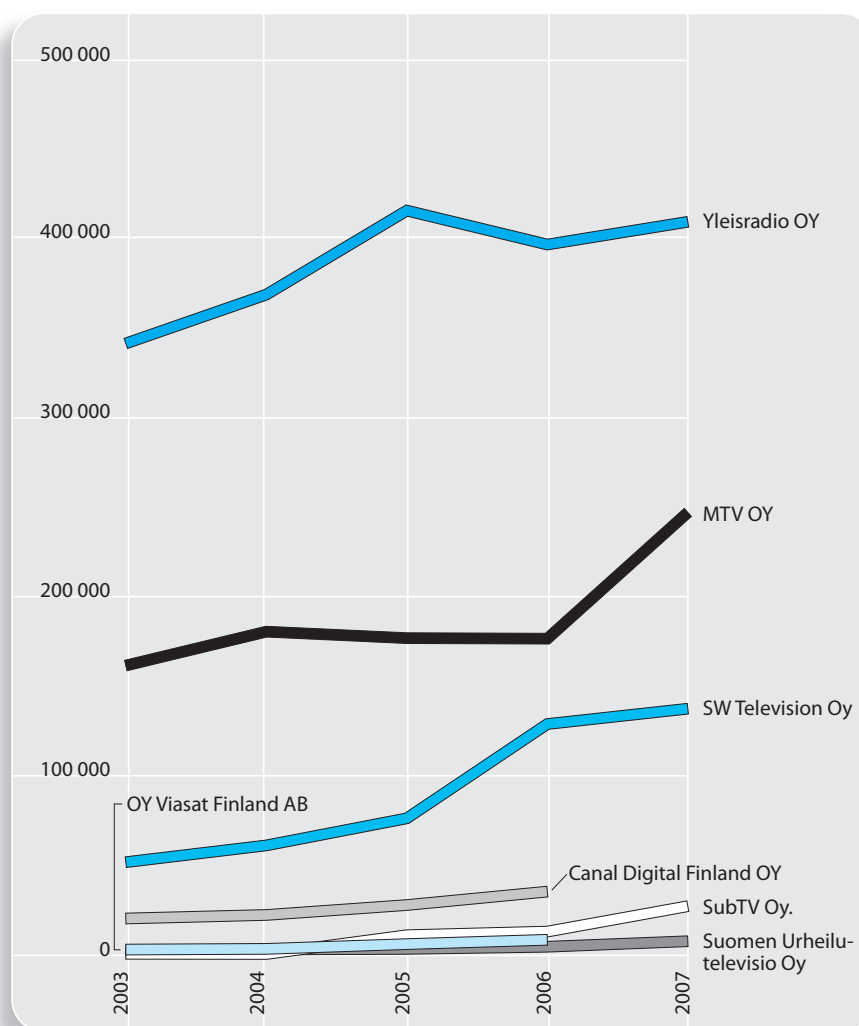
T.1.FI.1

G.1.FI.1

2003-2007

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2003	2004	2005	2006	2007
Yleisradio OY	sptv YLE1, YLE2, ...	341 199	368 458	415 302	396 374	409 051
MTV OY	adtv MTV-3	161 541	180 436	173 826	176 530	246 932
SW Television Oy	adtv Nelonen	51 860	61 209	76 308	128 914	137 468
Canal Digital Finland OY	packtv Canal Digital	20 438	22 412	27 944	35 443	~
SubTV Oy.	thtv SubTV	752	643	11 120	13 140	27 303
OY Viasat Finland AB	packtv Viasat	3 113	3 496	6 158	8 565	~
Suomen Urheilutelevisio Oy	thtv Urheilukanava	2 188	3 126	3 487	4 686	7 763
TV 5 Finland Oy	thtv The Voice		20	663	1 222	1 644
TV-Tampere Oy	rtv TV-Tampere	651	744	~	~	~

➔ OBS



Financial situation of television companies in Finland

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Finlande

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in Finnland

In Tausend EUR.

T.1.FI.2

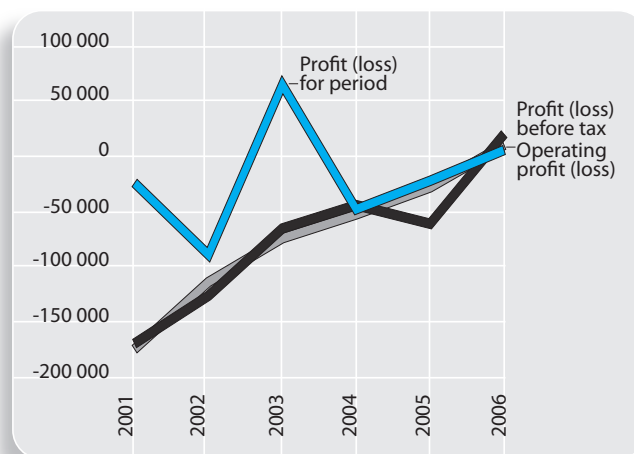
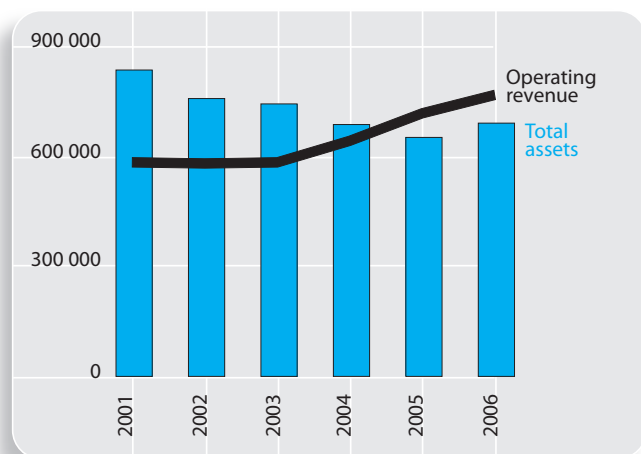
G.1.FI.2

2002-2006

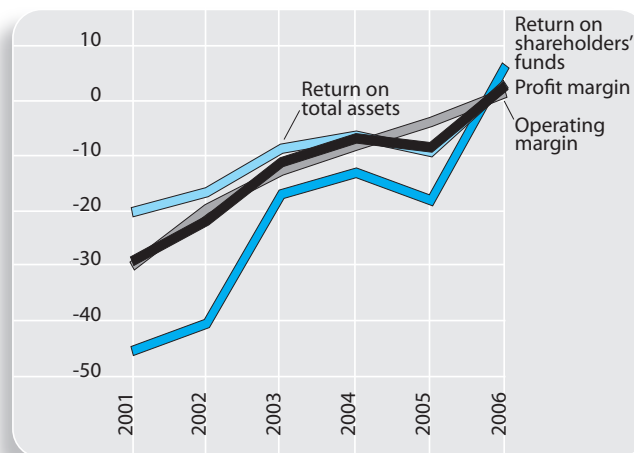
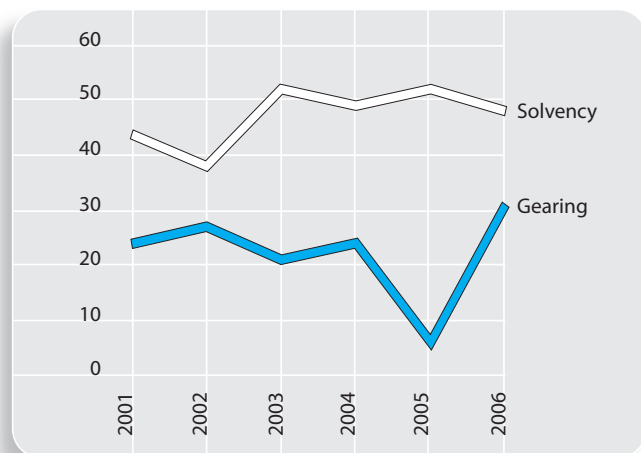
			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	7	7	8	8	8
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	757 467	742 915	686 652	651 532	690 495
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	578 182	581 091	639 803	714 808	764 874
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-114 245	-74 483	-52 793	-28 295	10 254
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-126 722	-65 549	-44 408	-61 287	20 084
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-89 439	64 971	-48 146	-22 245	5 695
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	27	21	24	6	31
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	38	52	49	52	48
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-19,8	-12,8	-8,3	-4,0	1,3
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-21,9	-11,3	-6,9	-8,6	2,6
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-40,6	-17,1	-13,2	-18,2	6,3
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-16,7	-8,8	-6,5	-9,4	2,9

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



Wirtschaftliche Lage von YLE

Situation financière de YLE
Milliers EUR.

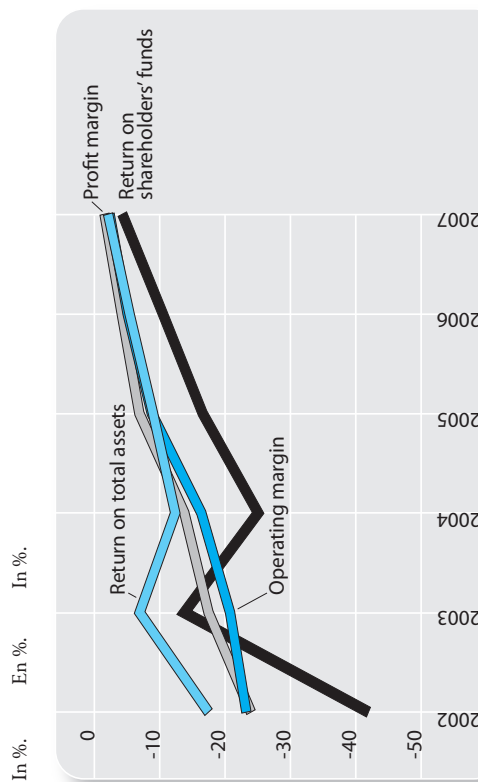
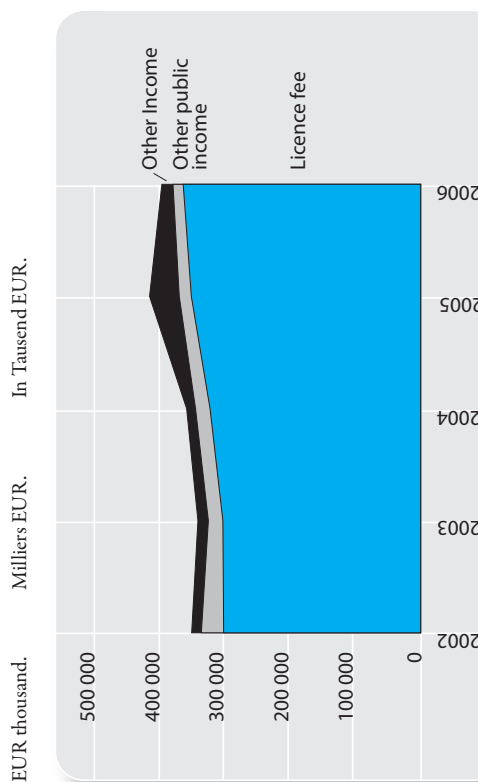
YLE financial situation
EUR thousand.

T.1.FI.3
G.1.FI.3
2005-2007

In Tausend EUR.

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Total public income	369 800	379 400	~	89,0%	95,7%	~	~	~	~	~
- Licence fee	351 300	363 800	~	84,6%	91,8%	~	~	~	~	~
- Other public income	18 500	15 600	~	4,5%	3,9%	~	~	~	~	~
Other income	45 502	16 974	~	11,0%	4,3%	~	~	~	~	~
TOTAL	415 302	396 374	409 051	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,2%
Erträge										
Öffentliche Erträge										
- Gebühr										
- Sonstige öffentliche Erträge										
Sonstige Erträge										
SUMME										
Expenses										
Aufwendungen										
- Purchase of goods and services	196 635	204 770	202 201	47,7%	49,7%	-1,3%				
- Costs of personnel	232 398	189 573	193 118	56,4%	46,0%	1,9%				
- Depreciation	22 637	22 193	23 356	5,5%	5,4%	5,2%				
Operating expenditure	451 670	416 536	418 675	109,6%	101,0%	0,5%				
Betriebsaufwendungen										
Net result	-28 843	-16 529	-6 641							-59,8%
Résultat net										

► YLE/EBU-UER-ISBN/OBS



TV audience
market shareIn %, 4 years +. ⁽¹⁾Parts de marché
d'audience TVEn %, 4 ans et +. ⁽¹⁾Marktanteile
der FernsehdiensteIn %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾

T.1.FI.4

G.1.FI.4

2003-2007

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

Prime time (18:00-23:00)

Heures de grande écoute (18h-23h)

Primetime (18-23 Uhr)

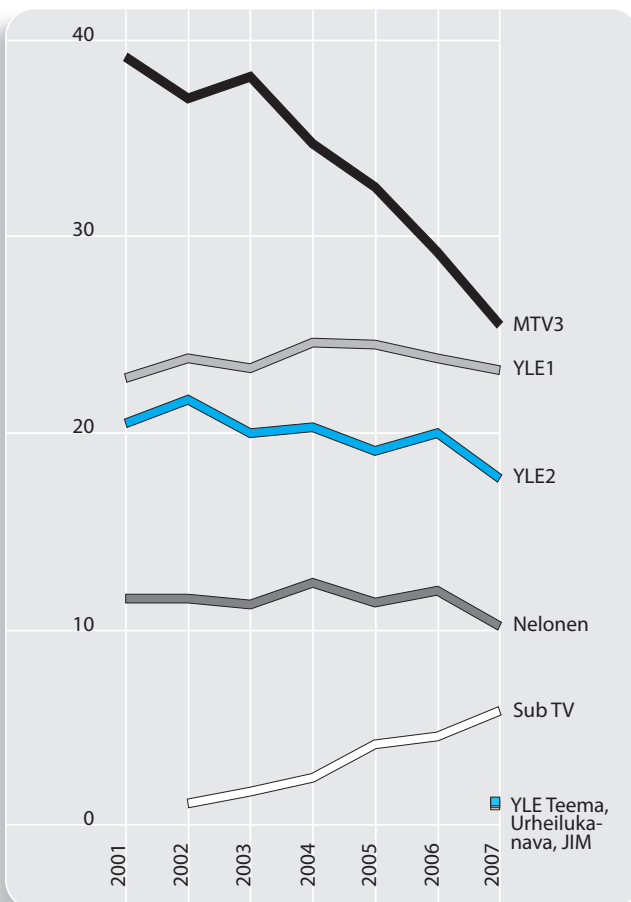
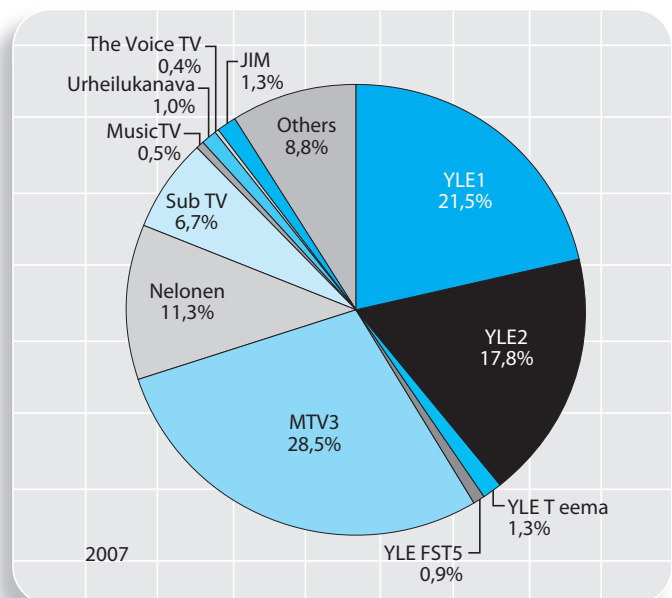
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
YLE1	23,3	24,6	24,5	23,8	23,2	22,1	22,0	21,3	21,5
YLE2	20,0	20,3	19,1	20,0	17,7	21,1	20,4	21,5	17,8
MTV3	38,1	34,7	32,5	29,2	25,5	36,3	34,3	31,0	28,5
Nelonen	11,3	12,4	11,4	12,0	10,2	13,7	12,6	12,8	11,3
Sub TV	1,8	2,5	4,2	4,6	5,9	2,6	4,3	5,0	6,7
MusicTV	-	-	-	-	0,8	-	-	-	0,5
Urheilukanava	-	-	-	-	1,2	-	-	-	1,0
YLE Teema	-	-	-	-	1,3	-	-	-	1,3
YLE FST5	-	-	-	-	0,8	-	-	-	0,9
The Voice TV	-	-	-	-	0,7	-	-	-	0,4
JIM	-	-	-	-	1,1	-	-	-	1,3
Others Autres Sonstige	5,5	5,5	8,3	10,4	11,6	4,2	6,3	8,4	8,8

(1) Before 2006: 10 years and +.

(1) Avant 2006 : 10 ans et +.

(1) Vor 2006: ab 10 Jahre.

Eurodata TV Worldwide/Finnpanel

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(18:00-23:00).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (18h-23h).
En %, 4 ans et +.Primetime
(18-23 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Breakdown by genre of YLE TV programme output
 Ventilation par genre des programmes TV de YLE

Inhaltliche Aufteilung der YLE-Fernsehprogramme

T.1.FI.5 G.1.FI.5

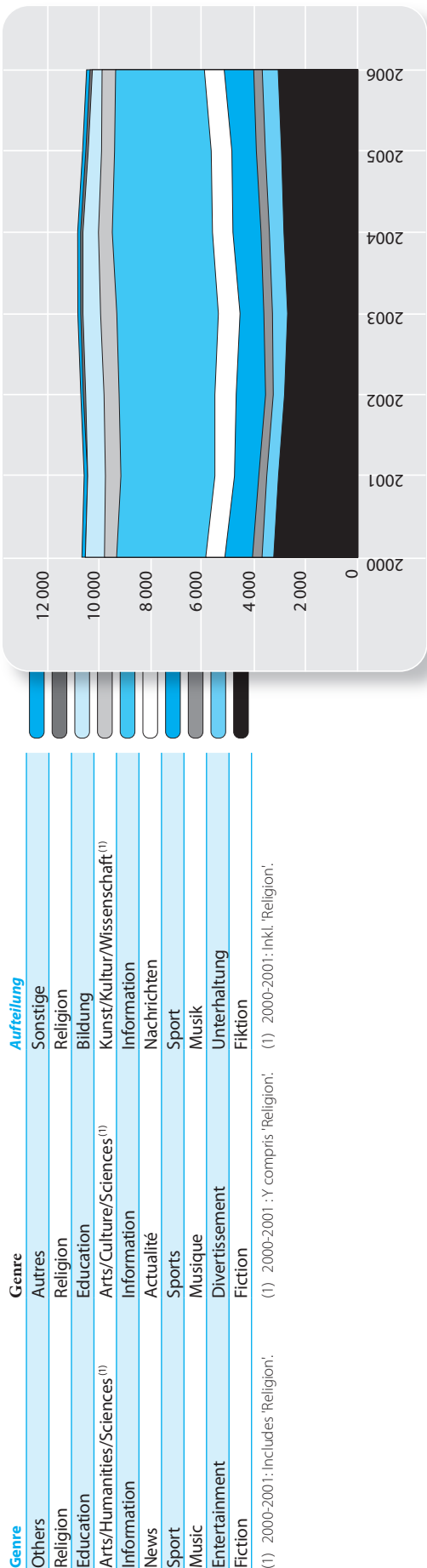
Hours. Heures.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Aufteilung	Total		TV1		TV2		Total		TV1		TV2		Total	
		2005	2006	2006	2006	2005	2006	2006	2006	2005	2006	2006	2006	2006/05	
Fiction	Fiktion	2 946	1 613	1 463	3 076	27,7%	28,7%	30,2%	29,4%	27,7%	28,7%	30,2%	29,4%	4,4%	
Entertainment	Unterhaltung	623	182	432	614	5,9%	3,2%	8,9%	-1,4%	5,9%	3,2%	8,9%	5,9%		
Music	Musik	348	27	302	329	3,3%	0,5%	6,2%	-5,5%	3,3%	0,5%	6,2%	3,1%		
Sport	Sport	947	157	984	1 141	8,9%	2,8%	20,3%	20,5%	8,9%	2,8%	20,3%	10,9%		
News	Actualité	797	526	240	766	7,5%	9,3%	5,0%	-3,9%	7,5%	9,3%	5,0%	7,3%		
Information	Information	3 736	2 172	1 257	3 429	35,1%	38,6%	25,9%	-8,2%	35,1%	38,6%	25,9%	32,7%		
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	502	439	85	524	4,7%	7,8%	1,8%	4,4%	4,7%	7,8%	1,8%	5,0%		
Education	Bildung	516	367	8	375	4,9%	6,5%	0,2%	-27,3%	4,9%	6,5%	0,2%	3,6%		
Religion	Religion	91	88	1	89	0,9%	1,6%	0,0%	-2,2%	0,9%	1,6%	0,0%	0,8%		
Others	Sonstige	126	59	75	134	1,2%	1,0%	1,5%	6,3%	1,2%	1,0%	1,5%	1,3%		
Total	Summe	10 632	5 630	4 847	10 477	100,0%	100,0%	100,0%	-1,5%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

YLE/UER-EBU



(1) 2000-2001: Includes 'Religion'. (1) 2000-2001: inkl. 'Religion'.

The leading
TV production
companies in Finland

Operating revenues in EUR thousand.

Les premières sociétés de
production de programmes
de télévision en Finlande

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Die führenden
Fernsehproduktions-
unternehmen in Finnland

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

T.1.FI.6

2004-2007

Rank	Company	Genre	2004	2005	2006	2007
Rang	Entreprises	Genres				
Rang	Unternehmen	Genre				
1	Fremantle Entertainment Oy	Entertainment, fiction	6 582	7 594	3 324	12 348
2	Zodiak Television Finland Oy AB	Fiction	6 580	4 921	9 813	~
3	Nordisk Film & TV Oy	All genres	3 549	4 232	5 640	~
4	Blue Media Oy ⁽¹⁾	Entertainment, feature films	7 194	8 137	5 342	~
5	Moskito Television Oy	Fiction	2 417	2 257	2 572	4 177
6	Oy Filmteollisuus Fine AB	All genres	2 753	3 110	~	~
7	Crea Video Oy	Factual, Lifestyle	1 986	~	~	~
8	Tarinatalo Oy	Informative programmes, talk shows, documentary	1 688	1 647	1 572	~
9	Nouhau Productions		184	906	958	1 306
10	Oy Anima Viate Ltd	Animation, commercials	969	1 011	1 349	1 121
11	Ten Years Productions Oy	Music	775	779	996	~
12	Suomen Uutisvierta Oy	News, documentary	915	921	~	~
13	Susamuru Oy	Formats	702	~	~	~
14	AB Svengcom Production	Fiction	985	2 089	629	~
15	Insano Productions Oy	Fiction			465	523
16	Storytime	News	361	382	424	~
17	Filmaattiset Oy	Documentary, factuals, entertainment	375	166	281	423
17	Edith Film	Fiction, feature	693	419	~	~
18	Zot Oy		385	390	~	~
19	Art Films Production	Documentary, fiction, animation	218	345	~	~
20	Esa Siltaloppi Productions Oy	News, sport, current affairs	315	313	315	325
21	Aito Media Oy	Entertainment, documentary	147	138	305	~
22	Coolvision Oy	News, documentary	257	258	258	~
23	Hakalax Productions	Documentary, feature	208	~	~	~
24	Alppiharjun Elokuva	Documentary	403	165	~	~
25	J. Manner Elokuva Oy		172	93	151	~
26	Oy PVC AB - Petteri Väänänen Communications	Fiction	114	130	~	~
27	Euro-TV-Uutiset - Euro-TV News Oy	Educational	-	112	~	~
28	Gerillafilmi Oy	Documentary	94	103	120	~
29	Hilarius-Hiri	Children	88	~	~	~
30	Hakalax Productions Oy	Documentary	208	85	~	~

(1) 2004 over 18 months.

(1) 2004 sur 18 mois.

(1) 2004 über 18 Monate.

➡ OBS

In 2007, the audience share of the traditional national terrestrial channels fell once again in the face of competition from new channels, particularly those available via digital terrestrial television (DTT). The rise in popularity of these newcomers is particularly at the expense of other free channels which are not part of the DTT service.

Generally speaking, the Mediacabsat figures covering the period from 31 December 2007 to 15 June 2008 (obtained by Médiamétrie from subscribers who receive channels via analogue or digital cable, CanalSat or TPS satellite services or ADSL) show a fragmentation of the audiences of thematic channels, none of which registered more than 2% of audience ratings.

The first quarter of 2008 was marked by a sharp increase in household digitisation: according to TDF, on 31 March 2008, 51.7% of households had access to digital television via at least one receiver, a 4.2% rise compared to the previous quarter. Following the public consultation on the arrangements for the transition to digital TV, the Conseil supérieur de l'audiovisuel (Supreme Audiovisual Council - CSA) recommended beginning the switchover from analogue to digital TV in two regions in 2009. In May 2008, the CSA chose the town of Coulommiers (Seine-et-Marne) as the venue of the first pilot switchover to digital.

According to TDF, digital terrestrial television (DTT), which was launched on 31 March 2005, had a national coverage rate of more than 80% at the end of the first quarter of 2008. This is timetabled to increase in stages by 2011. Since June 2007, the DTT channels have been accessible throughout France via satellite through CanalSat's TNTSAT service. This service is meant to make these channels available in areas not covered by the digital terrestrial network. The CSA has also begun to award licences for local digital terrestrial television.

The cable and satellite sectors have completed their process of consolidation: competition is between cable on the one hand, mainly controlled by the Civen investment fund and the cable operator Altice, and satellite on the other, with the merger of the two satellite providers TPS and CanalSat becoming effective at the start of 2007. By the end of 2007, the Canal+ group had a total of more than 10.5 million subscribers. However, France Télécom, through its Orange service, recently upset the applecart somewhat. In addition to the success of its ADSL television service, which it recently supplemented with a satellite TV service, Orange has won some of the rights to show the national football championship and announced its intention to launch a premium football channel in August 2008.

En 2007, la part d'audience des chaînes hertziennes nationales historiques subit une nouvelle érosion au profit des nouvelles entrantes, en particulier celles qui sont présentes sur la plateforme de télévision numérique terrestre (TNT). La montée en puissance de ces nouvelles venues se fait surtout au détriment des autres chaînes de complément, qui ne font pas partie de l'offre TNT.

D'une manière générale, les résultats du Mediacabsat du 31 décembre 2007 au 15 juin 2008 (mesure réalisée par Médiamétrie auprès des abonnés recevant une offre de chaîne via le câble analogique ou numérique, CanalSat ou TPS par satellite ou ADSL), mettent en évidence une atomisation des audiences des chaînes thématiques : plus aucune n'atteint le seuil des 2 % de parts d'audience.

Le premier trimestre 2008 est marqué par une forte croissance de la numérisation des foyers : selon TDF, au 31 mars 2008, 51,7 % des foyers avaient accès à la télévision numérique pour au moins un poste, en hausse de 4,2 % par rapport au trimestre précédent. Suite à la consultation publique sur les modalités du passage au numérique, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a recommandé de commencer le passage de la télévision analogique au tout-numérique dans 2 régions dès 2009. En mai 2008, le CSA a retenu la ville de Coulommiers (Seine-et-Marne) pour mener la première opération pilote de passage au tout-numérique.

Selon TDF, la télévision numérique terrestre (TNT), lancée le 31 mars 2005, atteint un taux de couverture nationale de plus de 80 % à la fin du premier trimestre 2008. Un calendrier prévoit le développement ultérieur de cette couverture par étapes d'ici à 2011. Depuis juin 2007, les chaînes de la TNT sont accessibles partout en France par satellite à travers le service TNTSAT de CanalSat. Le bouquet est destiné à fournir ces chaînes aux zones non couvertes par le réseau numérique terrestre. Le CSA a par ailleurs débuté l'attribution des licences de télévision numérique terrestre locale.

Les secteurs du câble et du satellite ont achevé leur consolidation : la concurrence s'articule autour du câble d'une part, principalement contrôlé par le fonds d'investissement Civen et le câblo-opérateur Altice, et du satellite d'autre part, la fusion des deux bouquets satellitaires TPS et CanalSat étant devenue effective au début de l'année 2007. Fin 2007, le Groupe Canal+ totalise plus de 10,5 millions d'abonnés. France Télécom, à travers son offre Orange, est récemment venu bouleverser cet état de fait. Outre le succès de son service de télévision par ADSL, récemment complété par un service de télévision par satellite, Orange a remporté une partie des lots de droits du championnat national

2007 ging der Zuschaueranteil der klassischen terrestrisch übertragenen landesweiten Sender erneut zugunsten der Neankömmlinge auf dem Markt zurück, wovon insbesondere diejenigen profitieren konnten, die auf der digitalen terrestrischen Plattform (DVB-T) verbreitet werden. Das starke Wachstum der neuen Sender geht vor allem zu Lasten der übrigen Zusatzprogramme, die nicht zum DVB-T-Angebot gehören.

Médiamétrie führte zwischen dem 31. Dezember 2007 und dem 15. Juni 2008 für Mediacabsat eine Untersuchung bei den Abonnenten durch, die ihr Fernsehprogramm im analogen oder digitalen Kabelnetz bzw. über CanalSat oder TPS per Satellit oder DSL empfangen. Ganz allgemein geht aus dieser Studie eine Zersplitterung der Zuschauerzahlen bei den Spartenkanälen hervor, von denen keiner mehr die Schwelle von 2 % Marktanteile erreicht.

Das erste Quartal 2008 war von einer starken Zunahme der digitalisierten Haushalte geprägt: Nach Angaben von TDF wurde am 31. März 2008 das Fernsehprogramm in 51,7 % der Haushalte auf mindestens einem Gerät digital empfangen, ein Anstieg um 4,2 % gegenüber dem vorhergehenden Quartal. Nach einer öffentlichen Anhörung zu den Modalitäten der Umstellung auf Digitaltechnik empfahl der *Conseil supérieur de l'audiovisuel* (CSA), mit der Umstellung auf ausschließlich digitale Ausstrahlung in zwei Regionen bereits 2009 zu beginnen. Im Mai 2008 wurde vom CSA die Stadt Coulommiers (im Département Seine-et-Marne) für die ersten Umstellungsmaßnahmen ausgewählt.

Nach Angaben von TDF hatte das am 31. März 2005 gestartete digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) am Ende des ersten Quartals 2008 eine landesweite technische Reichweite von über 80 %. Die weitere Ausweitung soll stufenweise bis 2011 erfolgen. Seit Juni 2007 sind die DVB-T-Sender überall in Frankreich per Satellit über den Dienst TNTSAT von CanalSat empfangbar. Das Bouquet soll diese Sender in Gebieten zugänglich machen, die vom digitalen terrestrischen Netz nicht abgedeckt werden. Die Aufsichtsbehörde CSA hat mit der Vergabe der Lizenzen für das lokale digitale terrestrische Fernsehen begonnen.

Im Kabel- und im Satellitensektor ist die Konsolidierung abgeschlossen: Der Wettbewerb im Kabelsektor wird im Wesentlichen vom Investmentfonds Civen und dem Kabelbetreiber Altice kontrolliert. Im Satellitensektor wurde die Fusion der beiden Satellitenbouquets TPS und CanalSat Anfang 2007 wirksam. Ende 2007 hatte die Gruppe Canal+ insgesamt mehr als 10,5 Mio. Abonnenten. Jedoch hat France Télécom diesen Markt in jüngster

The Internet access provider market in France is one of the most competitive in Europe. The 2006/07 period saw the beginnings of a consolidation process with the purchase of AOL France and Club Internet by Neuf Cegetel and SFR's acquisition of the fixed and ADSL telephony operations of Tele2 France. This trend has continued in 2008 with the purchase of Neuf Cegetel by SFR and the planned takeover of Alice (Telecom Italia) by Free (Iliad).

France is one of the world's most advanced countries in terms of the development of ADSL television. According to the telecommunications regulator ARCEP, there were 4.5 million subscribers to ADSL television services at the end of 2007, 74.7% more than in 2006.

The law on the television of the future of 22 February 2007, which creates the legal framework necessary to allow analogue signals to be switched off in favour of digital, also paves the way for high definition and personal mobile television. Concerning personal mobile TV, two decrees were adopted and notified to the European Commission in May 2007. They selected the DVB-H standard for terrestrial systems and the DVB-SH standard for mixed terrestrial/satellite systems. In May 2008, the CSA published the list of the 13 candidates chosen to provide personal mobile television services (BFM TV, Canal+, Direct 8, Europacorp TV, Eurosport, I-Télé, M6, NRJ 12, NT1, Orange Sport, TF1, Virgin 17, W9).

According to the CSA, the channels TF1, M6, France 2, Arte and Canal+ should begin to broadcast in high definition (HD) on 30 October 2008. Further invitations to tender are planned for 2008 and eight high definition channels should be operating by the end of the year.

Gross investments in television advertising increased by 7.1% in 2007 to EUR 6.7 billion. Advertisers' spending on cable, satellite and DTT channels represented 18.2% of the total and continues to rise: EUR 1.23 billion gross in 2007, an increase of 47% in a year.

On 8 January 2008, the President of the Republic sprang a surprise by announcing that advertising on public television would be stopped. Then, on 19 February 2008, he set up a committee with responsibility for redefining the French public audiovisual landscape, chaired by Jean-François Copé. The committee's recommendations were submitted to the President on 25 June 2008. The financing system they suggested involves taxes and index-linking the licence fee to compensate for the withdrawal of advertising on public television.

The committee recommended a tax on the turnover of Internet and mobile telephony operators, a tax on radio frequencies and a

de football et a annoncé son intention de lancer une chaîne de football premium en août 2008.

Le marché des fournisseurs d'accès à Internet est l'un des plus concurrentiels d'Europe. La période 2006/2007 a vu s'amorcer une tendance à la consolidation avec le rachat d'AOL France et de Club Internet par Neuf Cegetel et la reprise des activités téléphonie fixe et ADSL de Tele2 France par SFR. Cette tendance s'est poursuivie en 2008, avec le rachat de Neuf Cegetel par SFR, et le projet de rachat d'Alice (Telecom Italia) par Free (Iliad).

La France est l'un des pays où la réception de la télévision par ADSL est la plus développée au monde. Selon l'ARCEP (autorité de régulation des télécommunications), à la fin de l'année 2007, le nombre d'abonnements à un service de télévision par ADSL s'élève à 4,5 millions, un chiffre en progression de 74,7 % par rapport à 2006.

La loi sur la télévision du futur du 22 février 2007, qui crée le cadre juridique nécessaire pour permettre l'extinction des signaux analogiques au profit du numérique, prépare aussi le passage à la haute définition et à la télévision mobile personnelle. S'agissant de la télévision mobile personnelle, deux arrêtés ont été adoptés et notifiés à la Commission européenne en mai 2007. Ils retiennent la norme DVB-H pour les systèmes terrestres et la norme DVB-SH pour les systèmes mixtes terrestres/satellites. En mai 2008, le CSA a publié la liste des 13 candidats retenus pour les canaux de services de télévision mobile personnelle (BFM TV, Canal+, Direct 8, Europacorp TV, Eurosport, I-Télé, M6, NRJ 12, NT1, Orange Sport, TF1, Virgin 17, W9).

Selon le CSA, les chaînes TF1, M6, France 2, Arte et Canal+ devraient commencer à émettre en haute définition (HD) le 30 octobre 2008. D'autres appels à candidatures sont prévus en 2008 et, à la fin de l'année, 8 chaînes en haute définition devraient être en service.

Les investissements publicitaires bruts en télévision enregistrent une hausse de 7,1 % en 2007 atteignant 6,7 milliards EUR. Les investissements des annonceurs sur les chaînes du câble, du satellite et de la TNT ont représenté 18,2 % du total et continuent à progresser : 1,23 milliard EUR bruts en 2007, soit une progression de 47 % en un an.

Le 8 janvier 2008, le Président de la République a créé la surprise en annonçant la suppression de la publicité sur la télévision publique. Par la suite, le 19 février 2008, il a installé une Commission chargée de redéfinir le paysage de l'audiovisuel public français, présidée par Jean-François Copé. Les préconisations de la Commission ont été remises, le 25 juin 2008, au Président

Zeit mit seinem Angebot Orange gründlich durcheinander gebracht. Neben dem Erfolg seines Fernsehdienstes per DSL, zu dem kürzlich noch ein Satellitendienst hinzukam, erhielt Orange den Zuschlag für einen Teil der Ausstrahlungsrechte der französischen Fußballmeisterschaft und kündigte an, im August 2008 einen Premium-Fußballkanal zu starten.

Der Markt der Internet-Provider ist einer der am heftigsten umkämpften in Europa. Im Zeitraum 2006/2007 setzte mit der Übernahme von AOL France und Club Internet durch Neuf Cegetel sowie mit der Übernahme des Festnetztelefon- und DSL-Bereichs von Tele2 France durch SFR ein Konsolidierungstrend ein. Dieser Trend setzte sich 2008 mit der Übernahme von Neuf Cegetel durch SFR sowie mit der geplanten Übernahme von Alice (Telecom Italia) durch Free (Iliad) fort.

Frankreich gehört zu den Ländern, in denen der Fernsehempfang per DSL weltweit am weitesten entwickelt ist. Nach Angaben der Regulierungsbehörde ARCEP (*Autorité de régulation des télécommunications*) hatten die per DSL verbreiteten Fernsehdienste Ende 2007 4,5 Mio. Abonnenten, was einer Steigerung um 74,7 % gegenüber 2006 entspricht.

Das Gesetz über das Fernsehen der Zukunft vom 22. Februar 2007 schafft den für die Abschaltung der analogen und die ausschließliche Ausstrahlung der digitalen Signale erforderlichen rechtlichen Rahmen und bereitet auch den Übergang zum hochauflösenden Fernsehen (HDTV) und zum Mobilfernsehen vor. Im Hinblick auf das Mobilfernsehen wurden zwei Erlasse verabschiedet und der Europäischen Kommission im Mai 2007 übermittelt. Darin sind der Übertragungsstandard DVB-H für terrestrische Systeme und DVB-SH für Systeme, die die Signale sowohl terrestrisch als auch via Satellit übertragen, vorgesehen. Im Mai 2008 hat der CSA eine Liste mit den 13 Bewerbern veröffentlicht, die Kanäle für mobile Fernsehdienste zugeteilt bekommen sollen (BFM TV, Canal+, Direct 8, Europacorp TV, Eurosport, I-Télé, M6, NRJ 12, NT1, Orange Sport, TF1, Virgin 17 und W9).

Nach Angaben des CSA haben die Sender TF1, M6, France 2, Arte und Canal+ vor, am 30. Oktober 2008 mit der hochauflösenden Ausstrahlung (HD) zu beginnen. Weitere Ausschreibungen sind für 2008 geplant und Ende des Jahres dürften acht Sender ihre Programme in HD-Qualität verbreiten.

Die Bruttoinvestitionen in die Fernsehwerbung verzeichneten 2007 einen Anstieg von 7,1 % und kamen auf 6,7 Mrd. EUR. Die Werbeinvestitionen in Kabel-, Satelliten- und DVB-T-Kanäle machten 18,2 % des gesamten Werbemarktes aus

tax on the additional advertising income of private television channels. Advertising would be banned after 8 pm from September 2009 until January 2012, when it would stop completely. Concerning the licence fee, currently EUR 116, the committee recommended index-linking it to inflation and applying it to owners of computers and mobile telephones which can receive television signals. The committee also proposed that the channel France 3 be reorganised around seven regional bases rather than the current 13. Finally, in the field of governance, it recommended the abolition of the right of veto for the State representative on the Administrative Board of France Télévisions. A bill including all of these recommendations should be presented to the Parliament in the autumn, to be implemented in 2009.

Finally, the plan to reorganise the companies that offer French audiovisual services overseas (RFI, France 24, TV5) has led to the creation of a new holding company, which now controls the three companies concerned.

➔ Direction du développement des médias (DDM): <http://www.ddm.gouv.fr>
Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA): <http://www.csa.fr>
TDF: <http://www.tdf.fr>
ARCEP: <http://www.arcep.fr>
Médiamétrie: <http://mediametrie.fr>
Report *Video on Demand in Europe*, NPA Conseil for the European Audiovisual Observatory and the DDM: <http://www.obs.coe.int>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

de la République. Le scénario de financement retenu prévoit des taxes et une indexation de la redevance, destinées à compenser l'arrêt de la publicité sur la télévision publique.

La commission préconise une taxe sur le chiffre d'affaires des opérateurs Internet et de téléphonie mobile, une taxe sur les fréquences radioélectriques, ainsi qu'une taxe sur les recettes publicitaires supplémentaires des télévisions privées. La publicité serait supprimée après 20 heures dès septembre 2009 jusqu'à janvier 2012, avant son arrêt total par la suite. Concernant la redevance, actuellement à 116 EUR, la commission recommande de l'indexer sur l'inflation et d'assujettir les propriétaires d'un ordinateur ou d'un téléphone portable permettant de voir la télévision. La commission maintient en outre sa proposition de réorganiser la chaîne France 3 autour de sept pôles régionaux, au lieu de treize actuellement. Enfin, sur le chapitre de la gouvernance, l'abandon du droit de veto pour le représentant de l'Etat au sein du Conseil d'administration de France Télévisions est recommandé. Un projet de loi reprenant l'ensemble de ces préconisations devrait être soumis à l'automne au Parlement, pour une mise en application dès 2009.

Enfin, le projet de réorganisation des entreprises de l'audiovisuel extérieur français (RFI, France 24, TV5) a abouti à la création d'une nouvelle holding sous le contrôle de laquelle les trois entreprises sont désormais placées.

➔ Direction du développement des médias (DDM): <http://www.ddm.gouv.fr>
Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), <http://www.csa.fr>
TDF: <http://www.tdf.fr>
ARCEP: <http://www.arcep.fr>
Médiamétrie: <http://mediametrie.fr>
Rapport *La vidéo à la demande en Europe*, NPA Conseil pour l'Observatoire européen de l'audiovisuel et la DDM: <http://www.obs.coe.int>
Aspects juridiques: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

und stiegen weiter an: auf 1,23 Mrd. EUR Brutto 2007, ein Anstieg um 47 % innerhalb eines Jahres.

Am 8 Januar 2008 überraschte der französische Staatspräsident mit der Ankündigung, jegliche Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen abzuschaffen. Daraufhin setzte er am 19. Februar 2008 eine Kommission unter dem Vorsitz von Jean-François Copé ein, die den Auftrag erhielt, die französische öffentlich-rechtliche Fernsehlandschaft neu zu definieren. Die Empfehlungen dieser Kommission wurden dem Staatspräsidenten am 25. Juni 2008 überreicht. Zur Finanzierung wird ein Modell empfohlen, das Abgaben und eine Indexierung der Fernsehgebühr vorsieht, womit die entfallenden Werbeeinnahmen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens kompensiert werden sollen.

Die Kommission empfiehlt die Einführung von Abgaben auf den Umsatz der Betreiber von Internet- und Mobiltelefondiensten, auf die Funkfrequenzen sowie auf die zusätzlichen Werbeeinnahmen der privaten Fernsehsender. Die Fernsehwerbung soll von September 2009 an nach 20 Uhr und ab 2012 vollständig eingestellt werden. Im Hinblick auf die Fernsehgebühr, die derzeit 116 EUR beträgt, empfiehlt die Kommission, sie an die Inflation zu koppeln und auf die Besitzer eines Computers oder eines Mobiltelefons auszuweiten, mit denen das Fernsehprogramm empfangen werden kann. Die Kommission hält außerdem an ihrem Vorschlag fest, den Sender France 3 neu zu strukturieren und die bestehenden dreizehn Regionalzentren auf sieben zu reduzieren. Hinsichtlich der Unternehmensleitung wurde empfohlen, auf das Vetorecht des Vertreters des Staates im Verwaltungsrat von France Télévisions zu verzichten. Ein Gesetzesentwurf, der alle diese Empfehlungen enthält, soll im Herbst dem Parlament vorgelegt und schon 2009 umgesetzt werden.

Das Projekt der Umstrukturierung des französischen Auslandsrundfunks (RFI, France 24, TV5) führte zur Gründung einer neuen Holding, unter deren Kontrolle die drei Unternehmen künftig stehen.

➔ Direction du développement des médias (DDM): <http://www.ddm.gouv.fr>
Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA): <http://www.csa.fr>
TDF: <http://www.tdf.fr>
ARCEP: <http://www.arcep.fr>
Médiamétrie: <http://mediametrie.fr>
Bericht „Video-on-Demand in Europa“, NPA Conseil für die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle und DDM: <http://www.obs.coe.int>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures ⁽¹⁾Chiffres clés ⁽¹⁾Schlüsselzahlen ⁽¹⁾

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	63 753
Households	Ménages	Haushalte	-	27 599
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	96,0%	26 495
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	13,9%	3 840
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	5,2%	1 444
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	22,0%	6 080
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	21,7%	6 000
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	18,6%	5 142
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	29,8%	8 224
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	75,4%	20 810
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	54,3%	14 986
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	56,3%	15 550
Subscr. to unicast mobile TV services	Abonnés aux services mobiles unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	1 380

Packagers ⁽¹⁾	Distributeurs ⁽¹⁾	Anbieter ⁽¹⁾	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	29
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	3
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	5
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	2 (incl. 1 pay)
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	5

(1) Mainland France.

(1) France métropolitaine.

(1) Frankreich unter Ausschluss nicht europäischer Gebiete.

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Numérique terrestre (national)	Terrestrisch (national)		5	24	29
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		3	121	124
Local/Regional	Locale/Régionale (y compris DOM-TOM)	Lokal/Regional		2	182	184
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		22	5	27
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		8	44	52
Total	Total	Gesamt		40	376	416
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	32	32

Supply of TV channels by genre and by platform
(including foreign channels)

	08.2008	Terrestrial Digital (Full offer)	Cable Numericable (Full offer - Paris)	Satellite Canalsat (Full offer)	IPTV Orange (Full offer)	IPTV FreeTV (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		9	9	7	7	7
Generalist - foreign		-	8	16	6	25
Adults		-	5	3	2	7
Children		2	17	16	13	7
Film		2	16	15	14	14
Culture/Documentary/Education		3	11	19	11	10
Entertainment/TV Fiction		3	13	14	12	19
Cultural minorities		-	4	1	2	6
Home shopping		-	3	4	3	3
News/Business		3	18	23	12	28
International channels		-	5	14	9	12
Leisure/travel		-	8	4	4	6
Lifestyle		-	9	8	6	5
Music		4	21	19	15	28
Parliamentary		2	2	2	2	2
Regional/Local		-	17	18	20	36
Religion		-	1	2	1	3
Sports		2	16	19	13	9
Various		-	1	2	2	1

Operating revenues
of main television
companies in France

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en France

Betriebseinnahmen der
wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Frankreich

T.1.FR.1
G.1.FR.1
2003-2007

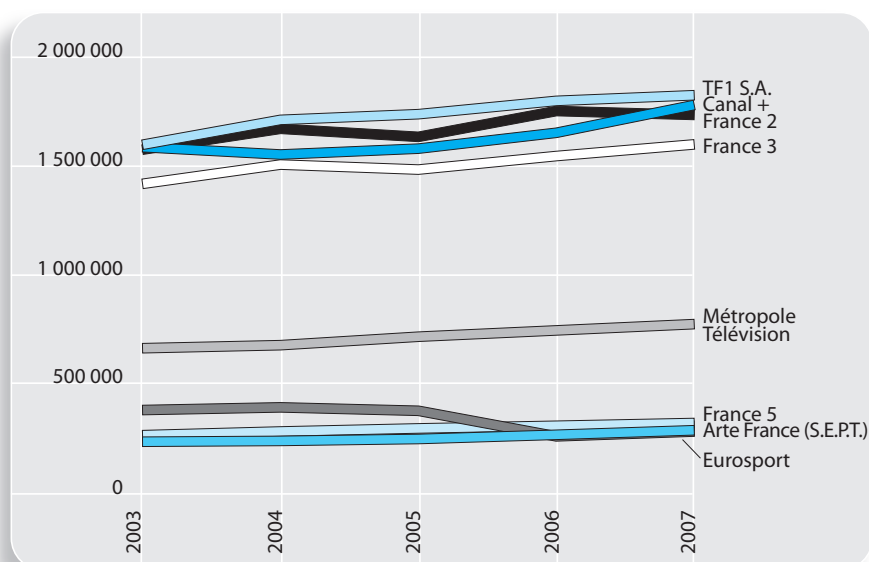
EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

Company		Channels	2003	2004	2005	2006	2007
Entreprises		Chaînes					
Unternehmen		Dienste					
TF1 S.A.	adtv	TF1	1 596 000	1 710 500	1 736 700	1 798 000	1 824 000
Canal +	paytv	Canal+	1 585 000	1 551 000	1 578 000	1 651 000	1 779 000
France 2	sptv	France 2	1 573 481	1 669 401	1 632 300	1 751 191	1 733 266
France 3	sptv	France 3	1 415 975	1 504 657	1 481 600	1 543 927	1 597 582
Canal Satellite SNC	packtv	Canal Satellite	904 884	~	~	~	~
Métropole Télévision	adtv	M6	659 000	673 000	712 000	741 000	770 000
TPS SNC e	packtv	TPS	530 700	570 900	594 900	~	~
France 5	sptv	France 5	258 546	275 523	289 700	301 857	314 539
Arte France (S.E.P.T.)	sptv	Arte	255 881	266 795	282 030	285 251	301 488
Réseau France Outre Mer	sptv	France Ô	-	232 179	241 000	260 363	281 265
(p.m.) RFO Participations	sptv	R.F.O.	228 409	-	-	-	-
Eurosport	thtv	Eurosport (Europe)	374 311	386 595	370 867	253 091	275 342
Multi Thématiques	paytv	Ciné Cinémas	97 481	~	~	~	~
France 24	thtv	France 24	-	-	-	35 069	91 580
Canal Satellite Caraïbes	packtv	Canal Satellite Caraïbes	65 648	75 624	84 763	91 300	~
TV5 Monde	sptv	TV 5	85 582	87 838	88 209	88 835	87 816
Eurosport France	thtv	Eurosport (France)	55 916	58 660	58 236	60 510	64 949
Canal Overseas Africa	packtv	Canal+ Horizons	29 344	36 258	48 461	56 420	63 139
ABsat	thtv	AB1, Action, XXL,...	61 145	~	~	~	~
La Chaîne Info (LCI)	thtv	LCI	38 272	41 172	45 035	48 299	54 145
France 4	sptv	France 4	5 837	5 288	29 000	37 683	50 917
NBC Universal Global Networks	thtv	13eme Rue	1 534	24 926	~	31 310	45 889
SOCEMIE	thtv	Euronews	26 565	34 191	38 704	42 013	44 894
Canal Satellite Réunion	packtv	Canal Satellite Réunion	36 052	38 713	42 168	~	~
Paris Première	thtv	Paris Première	32 090	29 065	29 486	33 366	35 876
MCM	thtv	MCM	~	30 711	34 004	30 047	31 166
Canal J	thtv	Canal J	~	28 751	30 212	30 771	~
Canal Antilles	rtv	Canal Antilles	24 282	24 615	25 323	26 393	~
Planète Câble	thtv	Planète	25 187	~	~	~	~
Equipe 24/24	thtv	Equipe TV	15 315	16 500	18 132	21 473	24 662
Transtele Canal France International	sptv	CFI	23 616	24 299	24 465	21 450	21 075
TF6	thtv	TF6	16 685	18 660	18 854	20 205	~
Companies that do not publish their accounts							
Entreprises ne publiant pas leurs comptes							
Unternehmen, die ihre Konten nicht veröffentlichen							
Kiosque	paytv	Kiosque	~	~	~	~	~
Multivision	paytv	Multivision	~	~	~	~	~

► OBS



Financial situation
of television companies
in France

EUR thousand.

Situation financière
des entreprises de
télévision en France

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Frankreich

In Tausend EUR.

T.1.FR.2

G.1.FR.2

2003-2006

			2003	prov. 2004	prov. 2005	prov. 2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	75	75	73	72
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	8 500 208	8 451 835	8 877 555	9 656 095
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	10 397 082	10 947 082	11 151 777	11 466 765
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	714 401	773 091	725 950	640 377
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	646 581	767 800	805 154	818 702
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	349 544	481 032	540 831	589 437
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	32	39	38	40
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	6,9	7,1	6,5	5,6
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	22,4	24,8	25,2	21,8
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	6,2	7,0	7,2	7,1
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	7,6	9,1	9,1	8,5

(1) Local television channels not included. Various companies, including some major ones, have not yet published their 2004, 2005 and/or 2006 financial statements. For those companies, 2003 data have been used in 2004-2006 aggregates.

(1) Télévisions locales non incluses. Diverses entreprises, dont certaines importantes, n'ont pas encore publié leurs comptes 2004, 2005 et/ou 2006. Pour ces entreprises, les données 2003 ont été utilisées pour élaborer les agrégats 2004-2006.

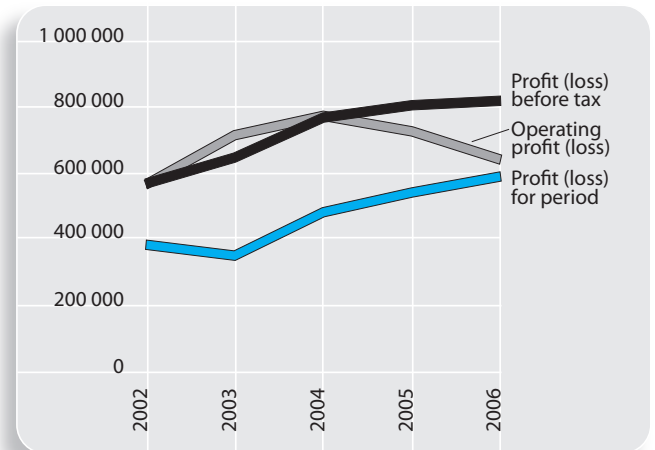
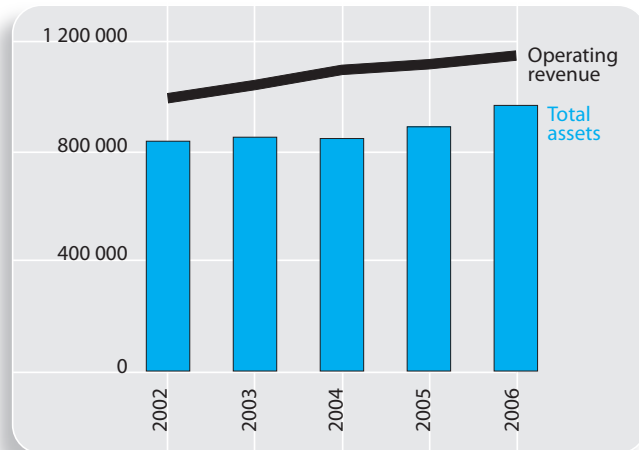
(1) Ohne lokale Fernsehsender. Mehrere, auch einige große Unternehmen, haben ihren Jahresabschluss 2004, 2005 und/oder 2006 noch nicht veröffentlicht. Für sie wurden die Daten von 2003 für das Aggregat 2004-2006 herangezogen.

→ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

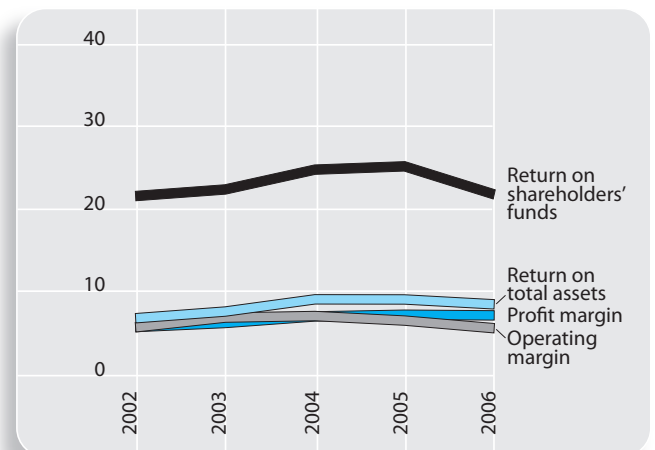
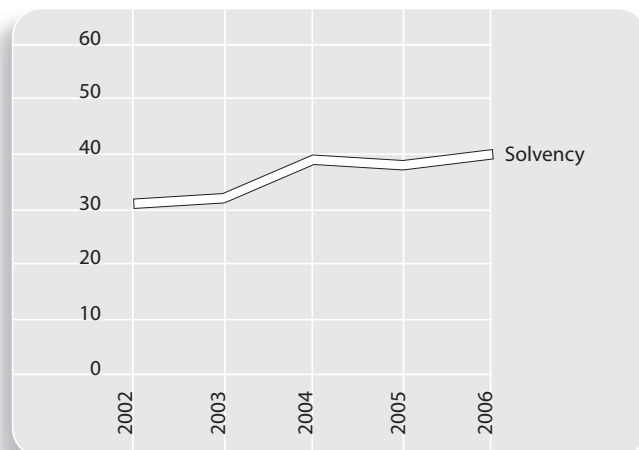
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



TF1 financial situation
(consolidated)

Wirtschaftliche Lage
von TF1 (konsolidiert)

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

EUR million.

In Millionen EUR.

2005-2007

Revenues	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Revenues										
TF1 SA	1 661,5	1 724,3	1 729,3	57,1%	65,0%	62,6%	0,3%			
Production	30,2	31,1	28,1	1,0%	1,2%	1,0%	-9,6%			
Licences, publishing	32,2	38,3	40,5	1,1%	1,4%	1,5%	5,7%			
Teleshopping	89,2	110,3	153,1	3,1%	4,2%	5,5%	38,8%			
Interactive media	69,2	71,3	57,1	2,4%	2,7%	2,1%	-19,9%			
Thematic channels in France	139,4	153,9	188,6	4,8%	5,8%	6,8%	22,5%			
Distribution (TPS)	396,9	-	-	13,6%	-	-	-			
Video	160,5	157,9	166,7	5,5%	6,0%	6,0%	5,6%			
Rights	72,4	83	101,4	2,5%	3,1%	3,7%	22,2%			
International channels (Eurosport, France24)	243,4	259,2	274,8	8,4%	9,8%	9,9%	6,0%			
Others	15,1	24,4	24	0,5%	0,9%	0,9%	-1,6%			
Total	2 910,0	2 653,7	2 763,6	100,0%	100,0%	100,0%	4,1%			
Operating revenues	2 926,0	2 654,1	2 763,8	100,0%	100,0%	100,0%	4,1%			
Net result	244,0	452,3	227,8				-49,6%			

The breakdown of revenues has been modified by the Group.

Le groupe a modifié la présentation de la ventilation de ses recettes.

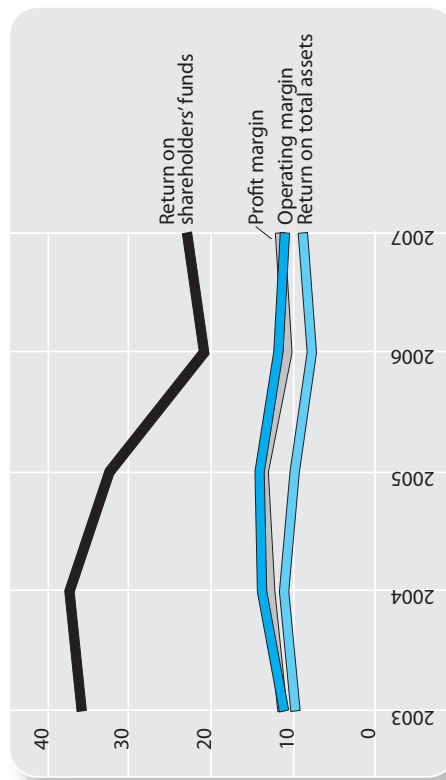
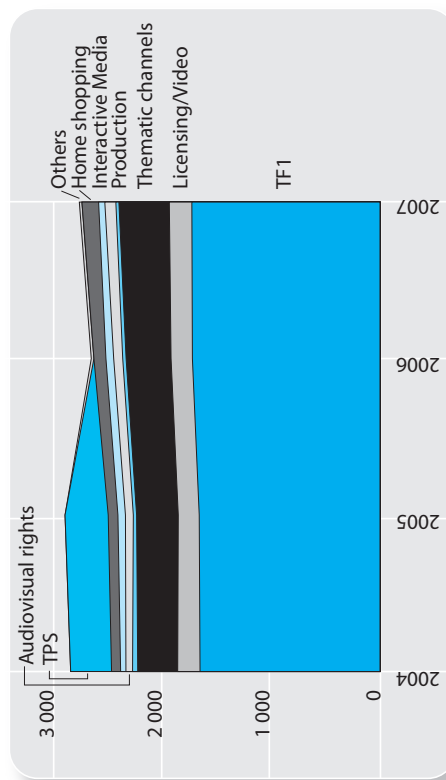
Das Unternehmen hat die Präsentation der Ertragsaufschlüsselung geändert.

EUR million.

In Millionen EUR.

In %.

In %.



EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

Income	Recettes	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Total public income	Total recettes publiques	1 796 800	1 834 300	1 879 500	1 796 800	1 834 300	1 879 500	64,5%	61,9%	~	2,5%
- Licence fee	- Redevance	1 796 800	1 834 300	1 879 500	1 796 800	1 834 300	1 879 500	64,5%	61,9%	~	2,5%
- Other public revenues	- Autres revenus publics	0	0	0	0	0	0	0,0%	0,0%	~	-
Total commercial income	Total recettes commerciales	930 200	1 018 800	1 048 300	930 200	1 018 800	1 048 300	33,4%	34,4%	~	2,9%
- Advertising and sponsorship	- Publicité et parrainage	780 500	833 600	823 100	780 500	833 600	823 100	28,0%	28,2%	~	-1,3%
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	149 700	185 200	225 200	149 700	185 200	225 200	5,4%	6,3%	~	21,6%
Other Income	Autres recettes	58 200	107 900	~	58 200	107 900	~	2,1%	3,6%	~	~
Operating revenues	Produit d'exploitation	2 785 200	2 961 000	~	2 785 200	2 961 000	~	100,0%	100,0%	~	~

Expenditure	Dépenses	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	1 792 000	1 919 000	1 995 000	1 792 000	1 919 000	1 995 000	65,4%	66,0%	66,2%	4,0%
- Costs of personnel	- Dépenses de personnel	792 000	815 300	857 200	792 000	815 300	857 200	28,9%	28,0%	28,4%	5,1%
- Depreciation	- Amortissements	158 000	172 900	163 100	158 000	172 900	163 100	5,8%	5,9%	5,4%	-5,7%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	2 742 000	2 907 200	3 015 300	2 742 000	2 907 200	3 015 300	100,0%	100,0%	100,0%	3,7%

Net result	Résultat net	23 900	13 000	22 200	23 900	13 000	22 200				70,8%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	1,5	1,7	~	1,5	1,7	~				

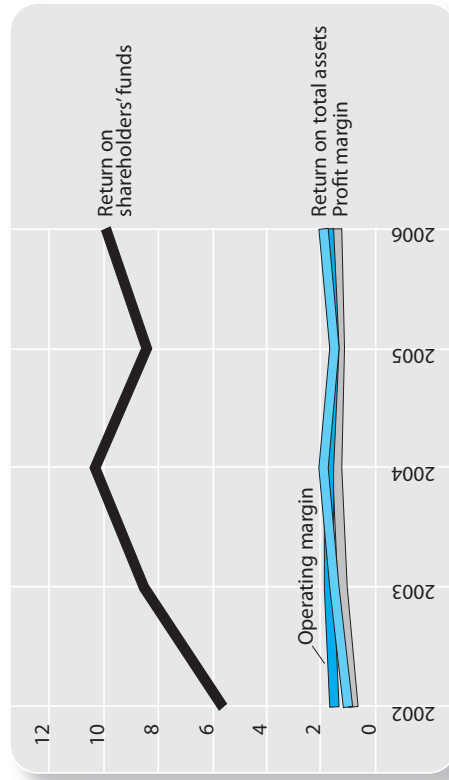
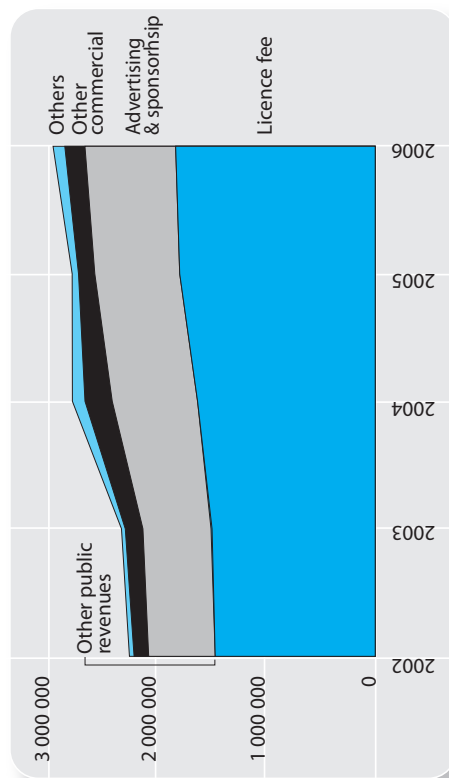
France Télévisions/OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

In %.

In %.



**Financial situation
of M6 (consolidated)**

EUR million.

**Wirtschaftliche Lage
von M6 (konsolidiert)**

In Millionen EUR.

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

2005-2007

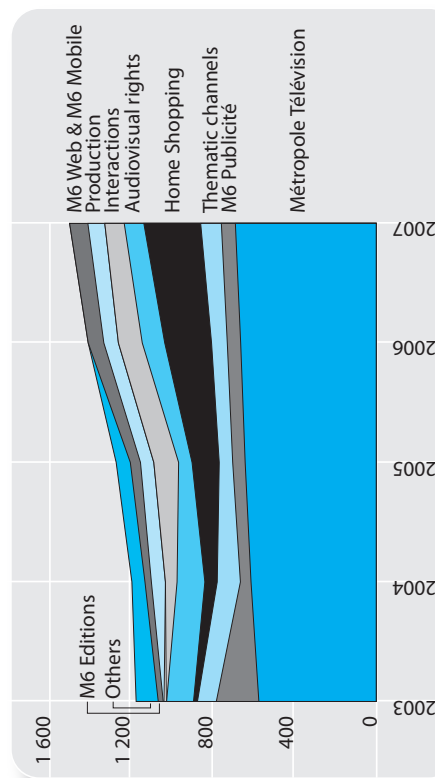
Turnover	Chiffre d'affaires	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Métropole Télévision	Métropole Télévision	642,4	664,4	690,4	50,4%	51,8%	50,9%	50,4%	51,8%	50,9%	50,4%	51,8%	50,9%	3,9%
M6 Publicité	M6 Publicité	61,1	65,6	68,7	4,8%	5,1%	5,1%	4,8%	5,1%	5,1%	4,8%	5,1%	5,1%	4,7%
Thematic channels	Chaines thématiques	66	77,2	101,4	5,2%	6,0%	7,5%	5,2%	6,0%	7,5%	5,2%	6,0%	7,5%	31,3%
Home Shopping	Téléachat	133,2	229,4	278,6	10,4%	17,9%	20,5%	10,4%	17,9%	20,5%	10,4%	17,9%	20,5%	21,4%
Audiovisual rights	Droits audiovisuels	65,9	110,2	96,1	5,2%	8,6%	7,1%	5,2%	8,6%	7,1%	5,2%	8,6%	7,1%	-12,8%
Interactions	Interactions	121,5	116,9	95,3	9,5%	9,1%	7,0%	9,5%	9,1%	7,0%	9,5%	9,1%	7,0%	-18,5%
M6 Editions	M6 Editions	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Production	Production	65,4	71,5	83	5,1%	5,6%	6,1%	5,1%	5,6%	6,1%	5,1%	5,6%	6,1%	16,1%
M6 Web & M6 Mobile	M6 Web & M6 Mobile	49,8	76,6	89,4	3,9%	6,0%	6,6%	3,9%	6,0%	6,6%	3,9%	6,0%	6,6%	16,7%
Others	Autres	69,4	-	-	5,4%	0,0%	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	-
Total	Total	1 274,7	1 283,4	1 356,4	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,7%
Operating revenues	Produit d'exploitation	1 338,0	1 300,2											
Expenditure	Dépenses													
- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	908 000	800 700	848 100	81,9%	74,1%	74,2%	81,9%	74,1%	74,2%	81,9%	74,1%	74,2%	5,9%
- Costs of personnel	- Dépenses de personnel	181 000	197 200	209 300	16,3%	18,2%	18,3%	16,3%	18,2%	18,3%	16,3%	18,2%	18,3%	6,1%
- Depreciation	- Amortissements	20 000	82 800	85 300	1,8%	7,7%	7,5%	1,8%	7,7%	7,5%	1,8%	7,7%	7,5%	3,0%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	1 109 000	1 080 700	1 142 700	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,7%
Net result	Résultat net	156 300	408 500	168 700										
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	20,20	17,10	17,90										

➔ M6/OBS

EUR million.

Millions EUR.

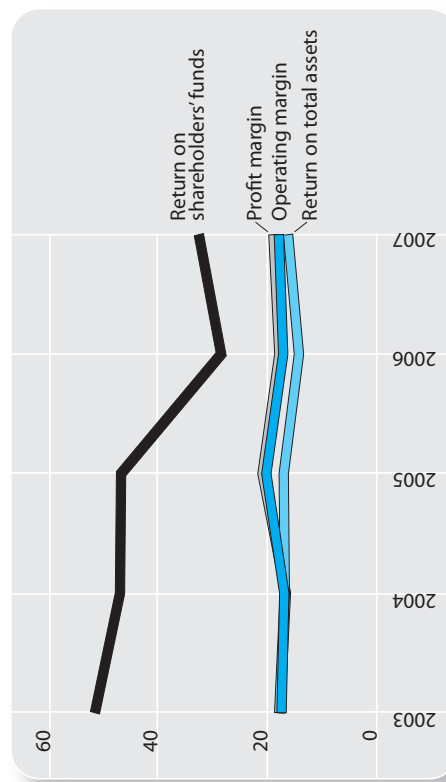
In Millionen EUR.



In %.

En %.

In %.



EUR million.

Millions EUR.

In Millionen EUR.

2005-2007

Revenues	Chiffre d'affaires	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005/06	2007/06
Subscriptions	Abonnements	1 377	1 466	1 581	91,1%	90,9%	90,9%	91,1%	90,9%	90,9%	90,9%	7,8%
Advertising	Publicité	91	99	111	6,0%	6,1%	6,4%	6,0%	6,1%	6,4%	6,4%	12,1%
Others	Autres	44	47	48	2,9%	2,9%	2,8%	2,9%	2,9%	2,8%	2,8%	2,1%
Total	Total	1 512	1 612	1 740	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	7,9%

Expenditure	Dépenses	Aufwendungen						
Purchase of goods and services e	Achats de biens et services e	1 318	1 475	~	90%	95%	~	
Cost of personnel	Dépenses de personnel	119	65	~	8%	4%	~	
Depreciation	Amortissements	23	19	~	2%	1%	~	
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	1 460	1 559	1 685	100,0%	100,0%	100,0%	8,1%

Net result	Résultat net	35	42	47								11,9%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	3,4	3,3	3,2								

► CANAL+/OBS

EUR million.

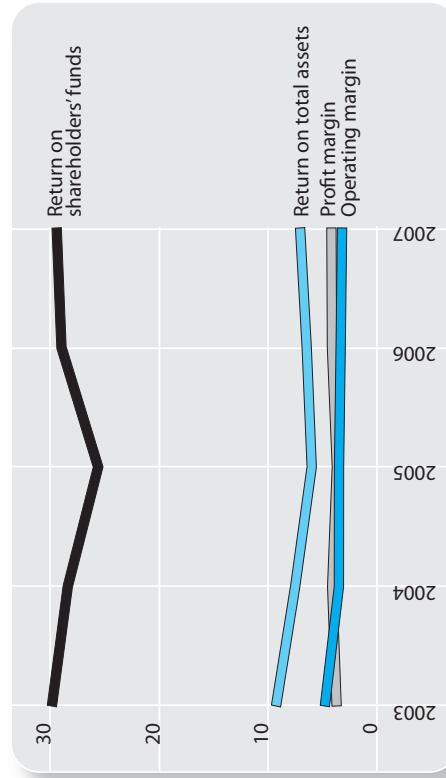
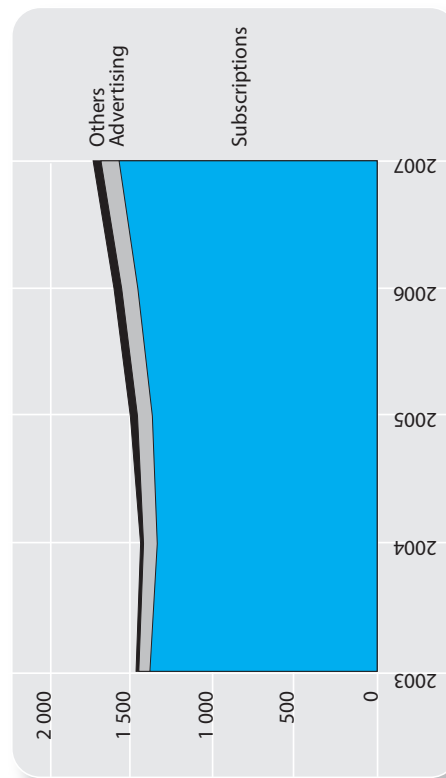
Millions EUR.

In Millionen EUR.

In %.

En %.

In %.



TV audience market share

Parts de marché d'audience TV

Marktanteile der Fernsehdienste

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

In %, 4 years +.

En %, 4 ans et +.

In %, ab 4 Jahre.

2003-2007

Channels

Daily share

Prime time (19:15-22:00)

Chaînes

Ensemble de la journée

Heures de grande écoute (19h15-22h)

Dienste

Ganztägig

Primetime (19.15-22 Uhr)

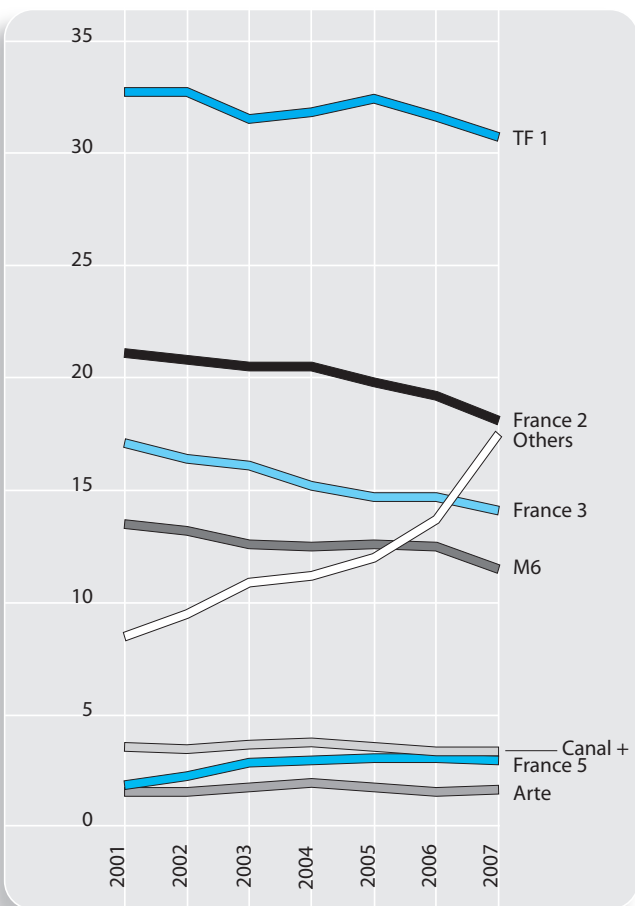
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
France 2	20,5	20,5	19,8	19,2	18,1	20,7	21,0	20,2	19,6	18,1
France 3	16,1	15,2	14,7	14,7	14,1	16,7	16,1	16,7	16,8	16,0
France 5	2,9	3,0	3,1	3,1	3,0	-	-	-	-	-
Arte	1,8	2,0	1,8	1,6	1,7	3,3	3,7	3,4	3,1	3,2
TF 1	31,5	31,8	32,4	31,6	30,7	33,4	33,4	33,3	33,1	32,6
M6	12,6	12,5	12,6	12,5	11,5	13,1	12,9	12,7	12,6	12,0
Canal +	3,7	3,8	3,6	3,4	3,4	4,4	4,5	4,5	4,4	4,6
Others	10,9	11,2	12,0	13,7	17,5	8,4	8,4	9,2	10,4	13,5

➔ Eurodata TV Worldwide/Médiamétrie - Mediamat

Daily share.
In %, 4 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

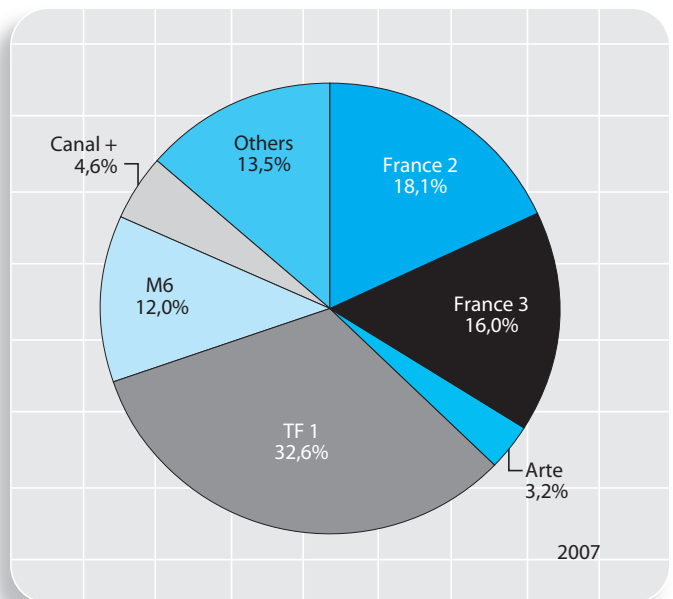
Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.



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

Heures de grande écoute
(19h15-22h).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(19.15-22 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



TV audience market share
in households subscribing
to cable, Canalsat or TPS
in France

In % of subscribing population, 4 years +.

Parts de marché d'audience
TV en France dans les foyers
abonnés au câble, à Canalsat
ou à TPS

En % de la population abonnés, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernseh-
dienste in Frankreich in Haus-
halten mit Kabel-, Canalsat-
oder TPS-Abonnement

In % der Abonnenten, ab 4 Jahre.

T.1.FR.8

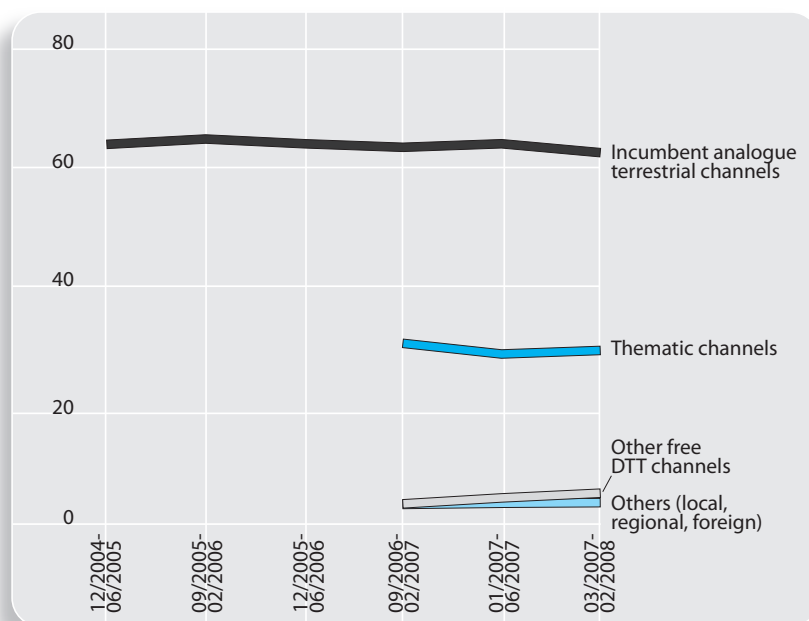
G.1.FR.8

2004-2008

Channels

Chaînes Dienste	12/2004- 06/2005	09/2005+ 02/2006	12/2005- 06/2006	09/2006- 02/2007	01/2007- 06/2007	03/2007- 02/2008
France 2	14	14,1	13,9	13,6	13,5	12,9
France 3	8,9	9,6	9,5	9,7	9,6	9
France 5	1,3	1,4	1,5	1,9	1,8	1,8
Arte	0,9	0,9	0,7	0,8	0,8	0,8
TF 1	25,3	26,3	25,7	24,7	25,3	24,9
M6	8,9	8	8,4	8,1	8,5	8,6
Canal +	4,6	4,5	4,3	4,5	4,7	4,4
Canal+ Sport	1,8	2,7	2,4	2,5	2,1	2
TV Breizh	1,7	1,7	1,7	1,6	1,5	~
Eurosport	2,1	2	2,4	1,6	1,8	1,4
Canal+ Décalé	1,9	2	1,7	1,5	1,2	1,3
RTL9	2,1	1,8	1,5	1,4	1,3	~
TMC Monte Carlo	1,6	1,3	1,2	~	~	~
Paris Première	0,9	1,1	1	1,1	~	~
13ème Rue	2,4	1,6	1,5	1,6	1,3	1
Canal J	1,8	1,7	1,6	1,5	1	1
Ciné Cinéma Premier	1,1	1,2	1,2	1,1	0,9	1
TPS Star	2,8	2,1	2	1,8	1,3	1
LCI	1,2	1,1	1	1	1	~
TF6	2,7	2,3	2,2	2	1,2	~
Tiji	1,8	1,8	2	1,9	1,7	0,9
Téva				0,7	0,8	0,9
Canal+ Cinéma	1,7	1,3	1,3	1,1	0,9	0,9
Disney Channel	2	1,6	1,5	1,6	1,3	0,8
Canal+ Frissons				1,1	0,9	0,8
PIWI	1,3	1	0,9	1,1	0,6	0,8
Série Club	1,4	1,1	1,1	1	0,6	0,8
Sport+				0,7	0,7	0,8
Comédie	0,7	0,8	0,9	0,9	0,8	0,7
Teletoon	1	1,1	1,4	1,2	0,6	0,6
Boomerang	1,1	1,2	1,2	1	0,9	0,6

➡ Médiamétrie



TV audience market share
in households subscribing
to digital terrestrial
television

In % of population equipped with DTT,
4 years +.

Parts de marché d'audience
TV en France dans les foyers
abonnés à la télévision
numérique terrestre

En % de la population équipée TNT,
4 ans et +.

Marktanteile der Fernseh-
dienste in Frankreich in
Haushalten mit digitalem
terrestrischem TV-Abonnement

In % der Haushalte mit DVB-T-Gerät,
ab 4 Jahre.

T.1.FR.9
G.1.FR.9
2007-2008

Channels

Chaînes

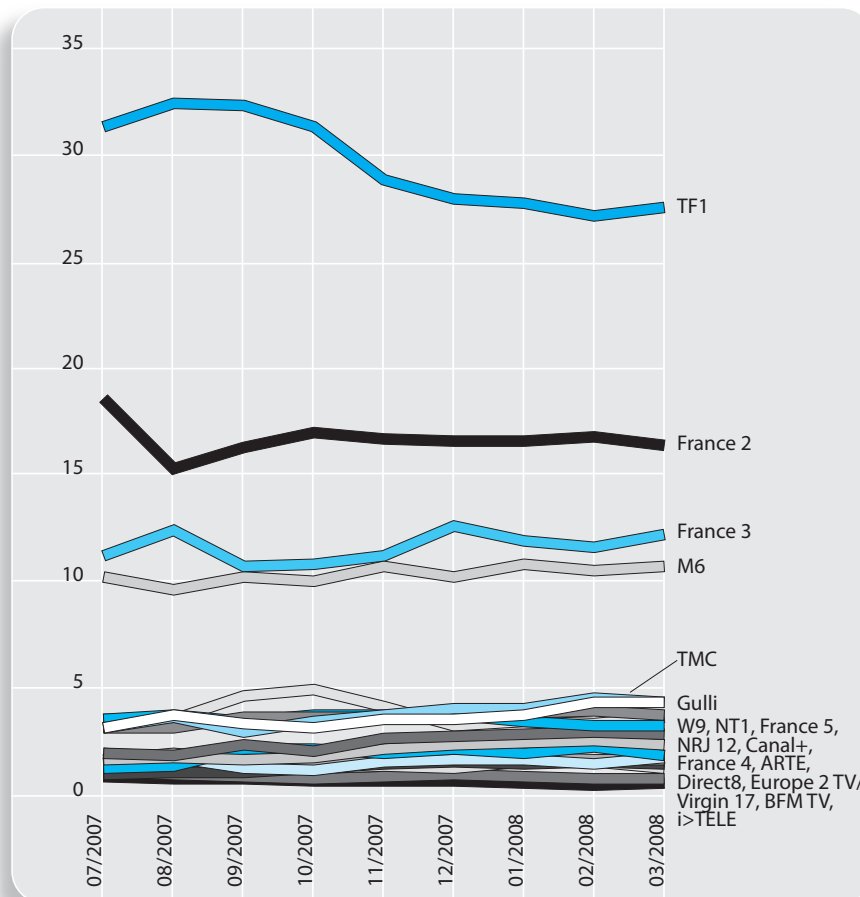
Dienste

	07/2007	08/2007	09/2007	10/2007	11/2007	12/2007	01/2008	02/2008	03/2008
TF1	31,4	32,5	32,4	31,4	28,9	28	27,8	27,2	27,6
France 2	18,6	15,3	16,3	17	16,7	16,6	16,6	16,8	16,4
France 3	11,2	12,4	10,7	10,8	11,2	12,6	11,9	11,6	12,2
M6	10,2	9,6	10,2	10	10,7	10,2	10,8	10,5	10,7
Gulli	3,1	3,7	3,3	3,1	3,5	3,5	3,7	4,3	4,3
TMC	3,1	3,6	2,9	3,4	3,7	4	4	4,5	4,3
W9	3,1	3,1	3,6	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	3,7
France 5	3,5	3,7	3,4	3,7	3,7	3,7	3,4	3,2	3,2
NT1	1,9	1,8	2,3	2	2,6	2,7	2,8	2,9	2,8
NRJ 12	1,6	1,7	1,6	1,7	2,1	2,3	2,4	2,5	2,3
Canal+	1,2	1,3	2,1	2,1	1,9	2,1	1,9	2,2	1,8
France 4	1,4	1,7	1,2	1,1	1,5	1,6	1,6	1,4	1,7
ARTE	1,6	1,9	1,6	1,5	1,7	1,6	1,7	1,6	1,6
Direct8	0,9	1	1	1,2	1,4	1,5	1,4	1,5	1,4
Europe 2 TV / Virgin 17	1,9	1,6	1,3	1,2	1,3	1,2	1,5	1,5	1,2
BFM TV	1	0,9	0,8	0,7	0,8	0,9	0,8	0,7	0,7
i>TELE	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,5
Others Autres Sonstige	3,5	3,5	4,6	4,9	4,1	3,2	3,4	3,3	3,6

% of TV households
equipped with DTT

20% ~ ~ 23,50% ~ ~ 28,20% 32,40% 34,90%

➔ Médiamétrie



Summary of programme output of terrestrial unencrypted TV channels

Ventilation par genre de l'offre de programmes des chaînes de télévision terrestres «en clair»

Inhaltliche Aufteilung der unverschlüsselten terrestrischen Fernsehdienste

T.1.FR.10

2007

Hours.

In Stunden.

	DIRECT 8	FRANCE 2	FRANCE 3	FRANCE 4	FRANCE 5	GULLI	M6	NRJ 12	NT1	TMC	VIRGIN 17	W9	ITV	BFM
Fiction	1 077	2 112	2 883	5 479	1 475	4 768	2 958	3 326	6 062	3 672	6 235	806	2 427	0
- Series and serials	132	1 511	1 216	4 410	4	749	1 402	2 007	3 364	1 911	4 416	568	1 353	0
- Television films	429	178	184	252	0	123	913	782	779	519	1 489	4	263	0
- Animation	172	92	1 054	504	1 463	3 881	410	366	1 057	914	13	98	642	0
- Others	0	43	35	3	8	1	2	0	561	0	0	133	0	0
- Feature films	343	289	395	310	0	14	232	171	301	328	317	3	169	0
Entertainment	1 925	1 395	857	1 430	77	303	3 175	3 296	596	1 320	228	6 925	4 814	0
Theatre, classical music	0	86	87	154	0	0	2	0	0	92	0	0	0	0
- Theatre	0	19	48	154	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Classical music	0	68	39	0	0	0	2	0	0	92	0	0	0	0
Sport	168	469	218	231	0	0	58	29	108	210	5	0	207	0
News	526	1 559	1 624	30	41	0	630	3	45	1 072	78	2	0	7 580
- Daily news bulletin	119	773	997	0	0	0	179	0	42	475	31	0	0	1 430
- Magazine	299	221	455	0	15	0	369	0	0	441	17	0	0	2 000
- Others	81	390	89	0	0	0	5	0	0	40	2	0	0	0
- Service programmes	27	174	82	30	26	0	77	0	4	114	27	2	0	0
Magazines / Documentaries	4 490	2 015	1 938	682	6 559	370	534	479	573	953	363	359	484	0
Youth programmes (excl. animation)	40	12	23	0	25	18	11	5	6	89	0	0	0	0
Religion/ education	98	243	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Advertising	272	583	537	193	370	252	844	512	559	851	733	451	574	0
Others	164	286	592	561	212	347	546	1 110	810	497	1 116	218	1 180	659
Total	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	6 059	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760	8 760

→ CSA

G.1.FR.10
2007

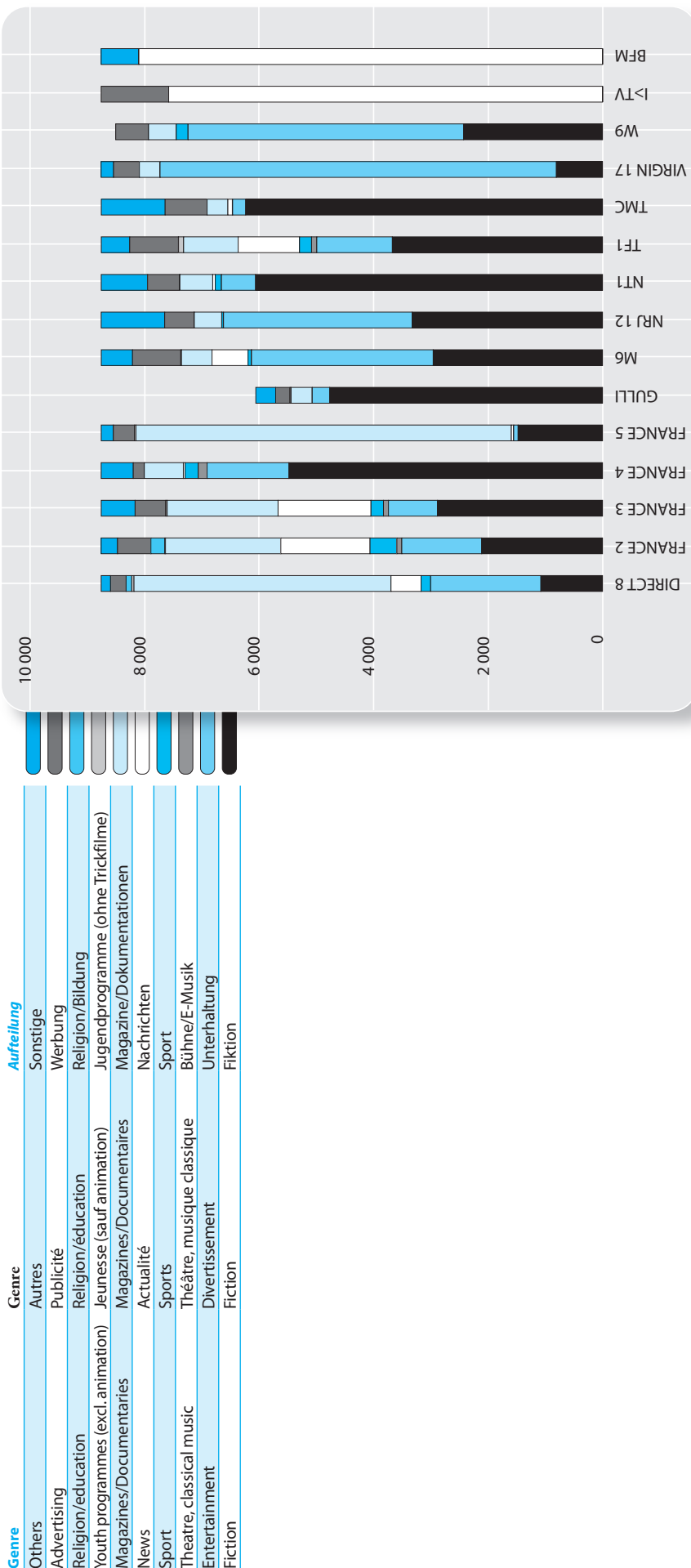
**Inhaltliche Aufteilung
der unverschlüsselten
terrestrischen Fernsehdienste**

Ventilation par genre de l'offre
de programmes des chaînes de
télévision terrestres « en clair »

Summary of programme
output of terrestrial
unencrypted TV channels

In Stunden.

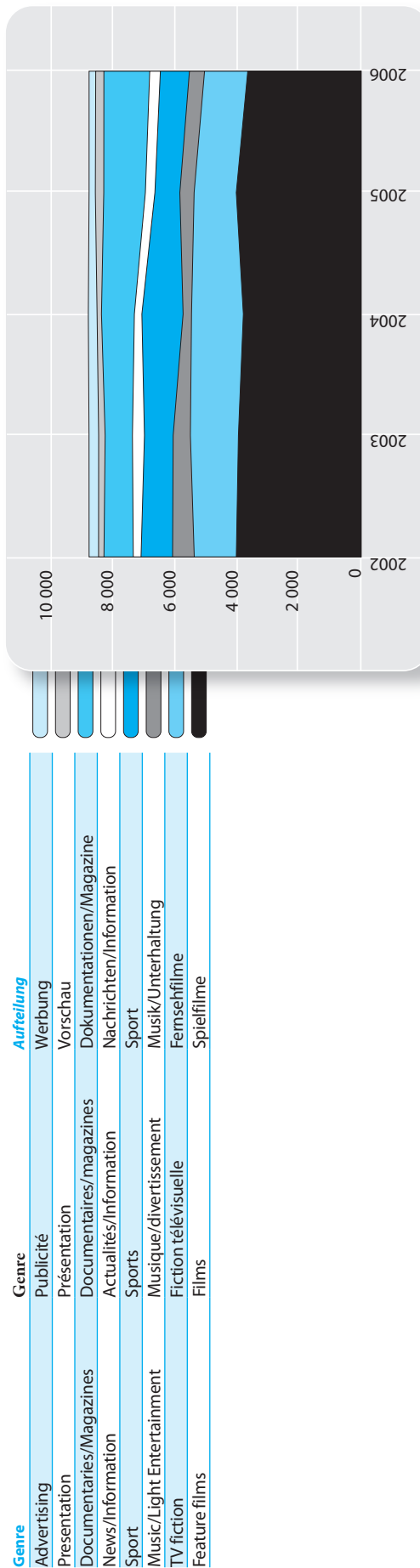
Hours.



CSA

Genre	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2006/05
Fiction													
Fiction	5 495	5 459	5 375	5 139	62,7%	62,3%	61,4%	58,7%	62,7%	62,3%	61,4%	58,7%	-4,4%
- Feature films	3 948	3 789	4 017	3 647	45,1%	43,3%	45,9%	41,6%	45,1%	43,3%	45,9%	41,6%	-9,2%
- TV fiction	1 547	1 670	1 358	1 392	17,7%	19,1%	15,5%	15,9%	17,7%	19,1%	15,5%	15,9%	2,5%
Music/Entertainment	555	271	460	487	6,3%	3,1%	5,3%	5,6%	6,3%	3,1%	5,3%	5,6%	5,9%
Sport	925	1 328	803	936	10,6%	15,2%	9,2%	10,7%	10,6%	15,2%	9,2%	10,7%	16,6%
News/Information	387	242	308	343	4,4%	2,8%	3,5%	3,9%	4,4%	2,8%	3,5%	3,9%	11,4%
Documentaries/ Magazines	880	1 060	1 340	1 477	10,0%	12,1%	15,3%	16,9%	10,0%	12,1%	15,3%	16,9%	10,2%
Présentation	209	141	271	263	2,4%	1,6%	3,1%	3,0%	2,4%	1,6%	3,1%	3,0%	-3,0%
Advertising	310	283	202	214	3,5%	3,2%	2,3%	2,4%	3,5%	3,2%	2,3%	2,4%	5,9%
Total	8 760	8 784	8 759	8 759	100,0%	100,3%	100,0%	100,0%	100,0%	100,3%	100,0%	100,0%	0,0%

CSA/OBS



The 40 leading
TV production
companies in FranceLes 40 premières sociétés
de production de programmes
de télévision en FranceDie 40 führenden
Fernsehproduktions-
unternehmen in FrankreichT.1.FR.12
2003-2007

Operating revenues in EUR thousand.

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

Rank	Company	Genre	2003	2004	2005	2006	2007
Rang	Entreprises	Genres					
Rang	Unternehmen	Genre					
1	GMT Productions	Fiction	~	82 730	~	~	~
2	Alma Productions	Fiction	18 497	27 901	21 460	35 205	70 548
3	Marathon	Fiction, animation, children, documentary	47 414	49 886	44 649	45 745	49 334
4	Telfrance Serie	Fiction	-	17 813	~	47 833	~
5	GLEM (352614663)	Entertainment	1 354	68 004	50 634	43 462	35 013
6	Image Compagnie	Fiction	~	15 605	18 797	42 963	~
7	DEMD Productions (377608377)	Fiction	~	52 193	46 558	42 081	~
8	JLA Productions	Fiction	78 911	53 606	42 536	38 927	~
9	Adventure Line Productions	Games, formats	34 572	35 370	31 212	35 605	38 572
10	Métropole Production	Animation	33 380	31 191	30 656	34 452	37 074
11	Telfrance	Fiction, feature, documentary, entertainment	84 121	45 789	34 558	28 517	36 066
12	Tout sur l'écran Productions	Entertainment	30 752	33 947	~	~	~
13	Société Son et Lumière	Fiction	27 399	31 380	30 532	20 003	30 546
14	KM Presse	Magazines	-	8 948	28 634	~	~
15	MFP - Multimedia France Production	Documentary, science	17 325	15 188	20 753	22 485	28 622
16	Chabaliere Associates Press Agency (CAPA)	News	22 348	25 165	27 573	28 457	~
17	Productions DMD	Entertainment	28 457	28 398	28 398	28 029	~
18	Angel Productions	Magazines	~	41 208	~	27 774	~
19	Alphanim	Animation	19 493	24 957	30 829	27 015	~
20	Europe News	News	23 015	23 012	23 404	23 362	26 721
21	17 Juin Media	News	13 868	23 905	27 077	26 296	26 686
22	Marathon Media	Animation	18 658	14 630	19 492	26 039	~
23	Septembre Productions	Fiction, feature	18 922	16 080	18 866	24 902	~
24	Carrere Group DA	Animation	19 797	43 918	27 046	24 794	~
p.m.	Carrere Group	Animation	46 930	4 917	5 877	6 373	~
25	Film International Television Production (FIT)	Fiction	29 743	21 787	19 845	24 506	~
26	Fremantlemedia France	Entertainment	12 795	24 207	~	~	~
27	Moonscoop SAS	Animation	165	1 859	27 681	22 444	~
28	Tout Audiovisuel Productions - TAP	Fiction	9 713	10 562	12 739	16 555	21 433
29	Rendez Vous Productions Série	Fiction	-	339	19 596	21 058	~
30	VM Group	Scientific programmes	23 641	20 743	~	~	~
31	Agat Films & Cie	Documentary, science, animation	16 853	25 131	19 720	20 522	~
32	Alizés Films	Fiction	23 946	14 597	18 786	20 228	~
33	Ego Productions	Fiction, documentary, entertainment	41 289	45 445	34 715	30 978	19 994
34	Ellipsanime	Animation	22 771	25 588	18 101	19 875	~
35	Futurikon	Animation	12 738	12 815	18 263	23 965	18 796
36	R & G Productions		18 939	16 090	15 460	18 744	~
37	Starling	Entertainment, events	27 894	25 240	24 418	23 459	18 255
38	Jour'd'hui Mitchell Productions	Fiction	3 271	2 495	3 307	16 884	18 232
39	Gedeon Programmes	Documentary, magazines, films	10 991	16 345	17 404	17 878	~
40	ICT Images cinématographiques et télévisuelles	Fiction	14 054	8 876	8 239	17 818	~

OBS

In 2007, the public service channel BBC1 was still the service most watched by all UK households (22% audience share), followed by ITV1 (19.2%). The phenomenon of the erosion of the incumbent channels' market share is thus continuing at the same time as the increase in the penetration of multichannel offerings. The audience shares of BBC2, Channel 4 and five are also in decline.

Partly in order to compensate for the drop in the audiences of their main channels, BBC, ITV, Channel 4 and five have enlarged their portfolios of digital channels, with Channel 4 launching More4 to complement E4 and Film4 and ITV launching ITV4, CITV and ITV Play after ITV2 and ITV3. Finally, in October 2006, five launched five Life (now renamed fiver) and five US. The BBC, ITV and Channel 4 have also launched time-shifted versions of several of their channels.

In January 2007, the government approved a new financial agreement on the BBC's licence fee. The level of this funding is fixed several years in advance by the government, which has announced the latest such agreement, which provides for an amount significantly below that requested by the BBC. As a result, the price of the annual colour television licence will rise from its current level of GBP 131.50 to GBP 151.50 in 2012.

The United Kingdom has one of the highest digital penetration rates in Europe. According to estimates by the British regulatory authority (Ofcom), in March 2008 it amounted to 87.1% of all households, which means that the main TV set in 22.2 million homes is connected to digital equipment.

Analogue broadcasting in the United Kingdom is to be switched off in regional stages between 2008 and 2012. The first major stage in the transition will begin in the Border TV region in 2008. At the end of 2006, Ofcom confirmed the details of licence conditions to ensure that coverage by digital terrestrial television is achieved after switchover to a degree equivalent to that of current analogue television coverage. In July 2008, Ofcom issued a call for applications for the allocation of two HD licences on the B multiplex, with a third HD licence HD reserved for the BBC.

In March 2008, the breakdown for the methods of reception of the main TV sets was as follows: 9.6 million households received digital terrestrial television, 9.3 million satellite and 3.2 million cable. Digital terrestrial television has thus become the country's primary digital platform. In March 2008, Freeview (a free-to-air digital terrestrial platform) was received by about 9.2 million households and Top Up TV (a digital terrestrial pay-TV

En 2007, sur l'ensemble des foyers, la chaîne publique BBC1 reste la chaîne la plus regardée (22 % de parts d'audience) suivie de ITV1 (19,2 %). Le phénomène d'érosion des parts de marché des chaînes historiques se poursuit à mesure que croît la pénétration du multichaine. Les parts de marché d'audience de BBC2, de Channel 4 et de five sont également en recul.

En partie pour combler le déclin des audiences de leurs chaînes principales, la BBC, ITV, Channel 4 et five ont élargi leurs portefeuilles de chaînes numériques. Channel 4 a en effet lancé More4 en complément d'E4 et de Film4 tandis que ITV a lancé ITV4, CITV et ITV Play après ITV2 et ITV3. Enfin, en octobre 2006, five a lancé five Life (rebaptisée fiver) et five US. Par ailleurs, la BBC, ITV et Channel 4 ont lancé des versions différées de plusieurs de leurs chaînes.

En janvier 2007, le gouvernement a approuvé un nouvel accord financier relatif à la redevance de la BBC. Le niveau de ce financement est fixé plusieurs années à l'avance par le gouvernement, qui a annoncé un nouvel accord en la matière. L'accord prévoit un chiffre nettement inférieur aux demandes de la BBC. Le montant annuel de la redevance d'un téléviseur couleur passera par conséquent de 131,5 GBP à l'heure actuelle à 151,5 GBP en 2012.

Le Royaume-Uni détient l'un des taux de pénétration du numérique les plus élevés d'Europe. Selon les estimations de l'autorité britannique de régulation des communications (Ofcom), en mars 2008, il s'élève à 87,1 % de l'ensemble des foyers. Ainsi, dans 22,2 millions de foyers, le récepteur principal est connecté à un équipement numérique.

La radiodiffusion analogue sera abandonnée au Royaume-Uni, par étapes régionales, entre 2008 et 2012. La première étape majeure de la transition débutera au courant de l'année 2008 dans la région Border. Fin 2006, l'Ofcom a précisé les conditions auxquelles seront soumises les licences, en vue de parvenir à l'issue du passage au numérique à une couverture de la télévision numérique terrestre équivalente à celle qu'offre actuellement la télévision analogique. En juillet 2008, l'Ofcom a lancé un appel à candidatures pour l'attribution de deux licences HD sur le multiplexe B, une troisième licence HD étant réservée à la BBC.

En mars 2008, la répartition des modes de réception sur les récepteurs principaux est la suivante : 9,6 millions de foyers connectés au numérique terrestre, 9,3 millions de foyers au satellite et 3,2 millions de foyers au câble. Ainsi, le numérique terrestre est devenue la première plate-forme numérique du pays. En mars 2008, Freeview (plate-forme numérique terrestre gratuite)

Der öffentlich-rechtliche Sender BBC1 hatte auch 2007 bei allen Haushalten insgesamt die höchsten Einschaltquoten mit einem Marktanteil von 22 %, gefolgt von ITV1 mit 19,2 %. Beide Sender verlieren allerdings in dem Maße, wie die Penetrationsrate des Multikanalangebots steigt, immer mehr Marktanteile. Die Zuschauermarktanteile von BBC2, Channel 4 und five gingen ebenfalls zurück.

Auch um den Zuschauerschwund bei ihren wichtigsten Kanälen einzudämmen, stocken BBC, ITV, Channel 4 und five ihren Bestand an digitalen Kanälen weiter auf. So startete Channel 4 den Kanal More4 als Ergänzung zu E4 und Film4, während ITV nach ITV2 und ITV3 die Kanäle ITV4, CITV und ITV Play in Betrieb nahm. Im Oktober 2006 schließlich ging five mit five Life (umbenannt in fiver) und five US auf Sendung. Die BBC, ITV und Channel 4 strahlen zudem mehrere ihrer Programme zeitversetzt aus.

Im Januar 2007 hat die Regierung ein neues Finanzierungsabkommen im Hinblick auf die Rundfunkgebühren für die BBC genehmigt. Die Höhe dieser Finanzierung wird für mehrere Jahre im Voraus von der Regierung festgelegt; die jüngste Regelung wurde kürzlich verkündet. Diese Regelung sieht Beträge vor, die weit unter den Forderungen der BBC liegen. Danach steigt die jährliche Gebühr für Farbfernseher von gegenwärtig 131,50 GBP auf 151,50 GBP im Jahr 2012.

Das Vereinigte Königreich hat eine der höchsten digitalen Penetrationsraten in Europa. Nach Schätzungen der britischen Regulierungsbehörde Ofcom lag sie im März 2008 bei 87,1 % aller Haushalte. Somit ist das Hauptempfangsgerät in über 22,2 Mio. Haushalten an eine digitale Anlage angeschlossen.

Die analogen Signale werden im Vereinigten Königreich ab 2008 schrittweise bis 2012 in allen Regionen abgeschaltet. Die erste entscheidende Phase der Umstellung beginnt im Laufe des Jahres 2008 in der Region Border. Ende 2006 wurden von der Regulierungsbehörde Einzelheiten der Lizenzbedingungen genannt, mit denen sichergestellt werden soll, dass nach der Analogabschaltung ein vergleichbarer Grad an Versorgung mit terrestrischem Digitalfernsehen wie bei der gegenwärtigen Analogfernseherversorgung erreicht wird. Im Juli 2008 startete die Ofcom eine Ausschreibung zur Vergabe zweier HD-Lizenzen auf dem Multiplex B, wobei eine dritte HD-Lizenz für die BBC reserviert ist.

Im März 2008 verteilte sich die Übertragungsart auf die Hauptempfangsgeräte wie folgt: 9,6 Mio. Haushalte waren an die terrestrische Digitaltechnik angeschlossen, 9,3 Mio. Haushalte an die digitale Satel-

platform) had 0.4 million subscribers. The 9.3 million households that mainly receive television by satellite are split between subscribers to BSkyB (over 8.34 million households at the end of March 2008) and households that receive a free-to-air satellite service.

Free-to-air satellite reception increased significantly in 2007/2008. In May 2008, the BBC and ITV launched Freesat, a free-to-air digital satellite distribution platform that permits access to about 80 television channels and radio stations. In early 2008, about 700,000 households received programmes in this way.

The cable sector completed its consolidation in 2006 with the NTL/Telewest merger. The new entity, which has more than 3 million subscribers, then bought Virgin Mobile, thus creating a new group, Virgin Media, which controls more than 90% of the cable market and has launched the country's first "quadruple play" service (television, broadband internet, fixed-line and mobile telephony).

The main IPTV television providers are the company Video Networks (Homechoice), which was bought by Tiscali in 2006, and the incumbent telecommunications operator BT (BT Vision). In March 2008, Ofcom estimated the number of households that mainly receive their television by ADSL at about 50,000. This figure does not include all the subscribers to BT Vision, some of whom receive programmes transmitted by way of digital terrestrial means and not via the internet. In May 2008, the total number of subscribers to BT Vision was about 250,000.

In response to a request made in March 2007 by BT, Setanta, Top Up TV, and Virgin Media, Ofcom decided to open a new investigation into the pay-TV market, which comprises the television-on-demand and subscription services available on all platforms, i.e. cable, digital terrestrial, satellite and ADSL TV. The investigation relates to the characteristics of the market, in particular control over content, ownership of distribution platforms, retail subscriber bases and vertical integration.

Another consequence of the increased competition between different platforms was a conflict that erupted in March 2007 between BSkyB and Virgin Media concerning the amount of the fees charged for the transmission of the BSkyB channels. As no agreement was reached on this, BSkyB withdrew its channels Sky News, Sky One and Sky Sports News from the Virgin Media platform.

The UK's major competition authority, the Competition Commission, decided in December 2007 that BSkyB's 17.9% holding in ITV Plc, the UK's major commercial broadcaster, amounted to a merger situation and had resulted in a substantial

est reçue par environ 9,2 millions de foyers et Top-Up TV (plate-forme numérique terrestre payante) compte 0,4 million d'abonnés. Les 9,3 millions de foyers recevant la télévision principalement par satellite sont répartis entre abonnés à BSkyB (plus de 8,34 millions de foyers fin mars 2008) et foyers recevant une offre satellitaire gratuite.

La réception gratuite par satellite a connu une augmentation importante en 2007/2008. En mai 2008, la BBC et ITV ont lancé Freesat, une plate-forme numérique gratuite de distribution par satellite qui permet l'accès à environ 80 chaînes de télévision et stations de radio. Début 2008, ce mode de réception concerne environ 700 000 foyers.

En 2006, le secteur du câble a achevé sa consolidation avec la fusion de Ntl et Telewest. La nouvelle entité, forte de plus de 3 millions d'abonnés, a ensuite racheté Virgin Mobile, créant ainsi un nouveau groupe, Virgin Media, qui contrôle plus de 90 % du marché du câble et a lancé la première offre « quadruple play » (télévision, Internet haut débit, téléphonie fixe et mobile) du pays.

Les principaux fournisseurs de services de télévision IPTV sont la société Video Networks (Homechoice), rachetée en 2006 par Tiscali, ainsi que l'opérateur de télécommunication historique BT (BT Vision). En mars 2008, l'Ofcom estime à 50 000 environ le nombre de foyers recevant principalement la télévision par ADSL. Ce nombre n'inclut pas tous les abonnés à BT Vision, dont une partie reçoit les programmes par voie numérique terrestre et non par Internet. En mai 2008, le nombre total d'abonnés à BT Vision s'élève à environ 250 000.

Suite à une demande déposée en mars 2007 par BT, Setanta, Top Up TV, et Virgin Media, l'Ofcom a décidé d'ouvrir une enquête sur le marché de la télévision à péage. Ce marché comprend les services de télévision à la demande et par abonnement sur toutes les plates-formes : câble, numérique terrestre, satellite, et TV par ADSL. L'enquête porte sur les caractéristiques du marché, notamment le contrôle des contenus, la propriété des plates-formes de distribution, les bases de données d'abonnés et l'intégration verticale.

Autre conséquence de la concurrence accrue entre plates-formes, un conflit a éclaté en mars 2007 entre BSkyB et Virgin Media portant sur le montant des redevances exigé pour la diffusion des chaînes de BSkyB. Faute d'accord sur ce point, les chaînes Sky News, Sky One et Sky Sport News ont été retirées de la plate-forme Virgin Media.

En décembre 2007, la principale autorité britannique de la concurrence, la Commission de la concurrence, a décidé

litentechnik und 3,2 Mio. Haushalte ans Kabel. Die terrestrische Digitaltechnik wurde somit zur wichtigsten digitalen Plattform des Landes. Im März 2008 wurde Freeview (kostenlose digitale terrestrische Plattform) von etwa 9,2 Mio. Haushalten empfangen und Top-Up TV (kostenpflichtige digitale terrestrische Plattform) hatte 0,4 Mio. Abonnenten. Die 9,3 Mio. Haushalte, die das Fernsehprogramm hauptsächlich über Satellit empfangen, teilen sich auf in Abonnenten bei BSkyB (über 8,34 Mio. Haushalte Ende März 2008) und Haushalte mit einem kostenlosen Satellitenangebot.

Der kostenlose Empfang von Satellitenfernsehen nahm 2007/2008 stark zu. Im Mai 2008 haben BBC und ITV Freesat gestartet, eine kostenlose digitale Satellitenplattform, die etwa 80 Fernseh- und Hörfunksender anbietet. Anfang 2008 betraf dies rund 700 000 Haushalte.

2006 schloss der Kabelsektor seine Konsolidierung mit der Fusion von Ntl und Telewest ab. Das neue Unternehmen mit über 3 Mio. Abonnenten übernahm dann Virgin Mobile, und es entstand der neue Konzern Virgin Media, der über 90 % des Kabelmarktes kontrolliert und das erste Quad-Play-Angebot (Fernsehen/Breitbandinternet/Telefon/Handy) des Landes startete.

Die wichtigsten Anbieter von IPTV-Fernsehdiensten sind das Unternehmen Video Networks (über seinen Dienst HomeChoice), das 2006 von Tiscali übernommen wurde, sowie der klassische Telekommunikationsbetreiber BT (mit BT Vision). Im März 2008 schätzte die Ofcom die Zahl der Haushalte, die Fernsehen hauptsächlich per DSL empfangen, auf etwa 50 000, von denen ein Teil das Programm digital terrestrisch und nicht im Internet empfängt. Im Mai 2008 hatte BT Vision etwa 250 000 Abonnenten.

Nach einer Beschwerde von BT, Setanta, Top Up TV und Virgin Media im März 2007 hat die Regulierungsbehörde Ofcom eine Untersuchung des Pay-TV-Marktes beschlossen. Dieser Markt umfasst die Abruf- und Abonnement-Fernsehdienste auf allen Plattformen: Kabel, digitale terrestrische Verbreitung, Satellit und TV über DSL. Die Untersuchung erstreckt sich auf die Charakteristika des Marktes und betrifft insbesondere die Kontrolle der Inhalte, den Besitz der Verbreitungsplattformen, die Abonnenten-Datenbanken und die vertikale Integration.

Als weitere Konsequenz aus dem verschärften Wettbewerb zwischen den Plattformen kam es im März 2007 zu einem Konflikt zwischen BSkyB und Virgin Media über die Höhe der für die Verbreitung der BSkyB-Sender geforderten Gebühren. Da keine Einigung zustande kam, nahm BSkyB seine Sender Sky News, Sky One

lessening of competition within the UK market for all television services. As a result the Secretary of State for Business and Enterprise has ordered the shareholding to be reduced to a level below 7.5%.

In April 2008, the European Commission launched an investigation under EC Treaty state aid rules into state aid proposed by the UK authorities for Channel 4 to help it meet the capital costs of digital switchover. The Commission will investigate whether this subsidy threatens to distort competition in the Single Market. In October 2007, the UK authorities notified to the Commission their proposal to grant GBP 14 million (EUR 21,2 million) of aid to Channel 4 to assist it to meet the capital costs of digital switchover. Channel 4 is a broadcaster incorporated as a public corporation with no shareholders and entrusted with a public service remit. It is the core channel of Channel 4 Corporation (C4C) and is run on a commercial basis only (all revenue is derived from advertising and other commercial activities, with no public funding).

In the year 2007, the conduct of competitions using premium rate telephone services has been a source of major scandals in British broadcasting. In May 2008, Ofcom fined ITV GBP 5,675,000 (EUR 8 597 625) for breaches of the Ofcom Programme Code in connection with such services. Relevant provisions of the Code include those requiring that factual programmes must not mislead the viewer, that competitions should be conducted fairly and that the broadcaster must retain control of premium rate service arrangements.

➔ Ofcom, (Communications Market 2007):
<http://www.ofcom.org.uk>
Audience data:
<http://www.barb.co.uk>
Legal aspects: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
General information:
<http://www.broadbandtvnews.com/uk>

que l'acquisition par BSkyB de 17,9 % du capital d'ITV Plc, le principal radiodiffuseur commercial britannique, s'apparentait à une fusion et avait restreint de manière substantielle la concurrence sur le marché britannique de l'ensemble des services télévisuels. Le secrétaire d'Etat au Commerce et aux Entreprises a par conséquent ordonné que cette part du capital soit ramenée à un niveau inférieur à 7,5 %.

En avril 2008, la Commission européenne a ouvert une enquête sur le financement, par les autorités britanniques, des frais d'investissement liés au passage de Channel 4 au numérique. La Commission entend examiner si cette subvention est susceptible de fausser la concurrence sur le marché unique. En octobre 2007, les autorités britanniques ont notifié à la Commission leur intention d'accorder une aide de 14 millions GBP (21,2 millions EUR) à Channel 4 pour lui permettre de faire face aux frais d'investissement liés au passage au numérique. Channel 4 est un radiodiffuseur constitué en société publique, sans actionariat, chargée d'une mission de service public. Chaîne principale de Channel 4 Corporation (C4C), elle est exploitée sur une base uniquement commerciale (elle tire l'ensemble de ses recettes de la publicité et d'autres activités commerciales et ne bénéficie d'aucun financement public).

Pendant l'année 2007, les concours télévisés basés sur des appels téléphoniques payants ont été à l'origine de gros scandales qui ont éclaboussé la radiodiffusion britannique. En mai 2008, l'Ofcom a infligé à ITV une amende de 5 675 000 GBP (8 597 625 EUR) pour infraction à son Code de programmation en lien avec ces services. Les dispositions afférentes exigent des émissions qu'elles n'induisent pas le téléspectateur en erreur, que les concours soient conduits de manière équitable et que le diffuseur garde le contrôle des dispositions contractuelles régissant les services téléphoniques payants.

➔ Ofcom, (Communications Market 2007):
<http://www.ofcom.org.uk>
Données sur l'audience :
<http://www.barb.co.uk>
Aspects juridiques : Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Informations générales :
<http://www.broadbandtvnews.com/uk>

und Sky Sport von der Plattform Virgin Media.

Die größte Wettbewerbsbehörde Großbritannien, die *Competition Commission* (Wettbewerbskommission – CC), hat im Dezember entschieden, dass die Beteiligung von BSkyB an ITV Plc, dem größten britischen privaten Fernsehveranstalter, in Höhe von 17,9 % einem Zusammenschluss gleichgekommen sei und zu einer erheblichen Schwächung des Wettbewerbs auf dem britischen Fernsehmarkt geführt habe. Daraufhin ordnete der Wirtschaftsminister John Hutton die Reduzierung der Beteiligung auf höchstens 7,5 % an.

Im April 2008 hat die Europäische Kommission gemäß den EG-Beihilfevorschriften die Prüfung einer staatlichen Beihilfe eingeleitet, mit der das Vereinigte Königreich die Rundfunkgesellschaft Channel 4 bei der Finanzierung des Übergangs zum digitalen Rundfunk unterstützen will. Die Kommission wird prüfen, ob die geplante Beihilfe eine Verzerrung des Wettbewerbs auf dem Gemeinsamen Markt zur Folge haben könnte. Das Vereinigte Königreich hat im Oktober 2007 eine Beihilfe von 14 Mio. GBP (21,2 Mio. EUR) bei der Kommission angemeldet, mit der Channel 4 bei der Finanzierung des Übergangs zum digitalen Rundfunk unterstützt werden soll. Bei Channel 4 handelt es sich um eine öffentlich-rechtliche Rundfunkgesellschaft ohne Anteilseigner, die mit einem öffentlichen Programmauftrag ausgestattet ist. Channel 4 ist der wichtigste Sender der Channel 4 Corporation (C4C). Er wird als kommerzieller Sender betrieben (alle Einnahmen stammen aus Werbung und anderen kommerziellen Tätigkeiten; der Sender erhält keine staatlichen Mittel).

Im Jahr 2007 gab es im britischen Rundfunk einige große Skandale um Gewinnspiele über telefonische Mehrwertdienste. Nun hat die Regulierungsbehörde Ofcom wegen Verstößen gegen seinen *Programme Code* (Programmrichtlinien) eine Geldstrafe von 5 675 000 GBP (8 597 625 EUR) gegen ITV verhängt. Die einschlägigen Richtlinien sehen unter anderem vor, dass Informationsprogramme den Zuschauer nicht irreführen dürfen, dass Gewinnspiele fair durchgeführt werden müssen und dass der Sender die Kontrolle über Mehrwertdienstvereinbarungen behalten muss.

➔ OFCOM (Communications Market 2006):
<http://www.ofcom.org.uk>
Zuschauerdaten:
<http://www.barb.co.uk>
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Allgemeine Informationen:
<http://www.broadbandtvnews.com/uk>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	60 975
Households	Ménages	Haushalte	–	26 510
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	96,2%	25 500
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	13,2%	3 487
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	12,3%	3 261
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	33,4%	8 860
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	33,4%	8 860
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,6%	172
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	36,6%	9 690
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	82,9%	21 983
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	71,0%	18 822
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	58,9%	15 606
Subscr. mobile TV unicast services	Abonnés services TV mobile Unicast	Abonnenten Mobil-TV Unicast	–	720
Subscr. mob. TV broadcast services	Abonnés services TV mobile Broadcast	Abonnenten Mobil-TV Broadcast	–	20

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	2
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	2 (incl. 1 pay)
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	4

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		17	62	79
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		8	443	451
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		1	0	1
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		19	19	38
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		5	337	342
Total	Total	Gesamt		50	861	911
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	12	13

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital Freeview	Terrestrial Digital Top-up TV	Cable Virgin Media (Full offer)	Satellite Sky (Full offer)	Satellite Freesat	Satellite BBC Digital	Broadband Homechoice TV (VoD not incl.)
Generalist - national (incl. dedicated)		5		6	6	6	4	5
Generalist - foreign		–		3	4			
Adults, Dating		1		9	47	7		3
Children, Youth		4	4	17	19	7	2	13
Film		1	1	18	28	5		6
Culture/Documentary/Education		4	4	15	23	3	1	10
Entertainment/TV Fiction		10	5	33	56	9		17
Cultural minorities				5	16	8		1
Home shopping		6		10	37	1		4
News/Business		2	1	10	23	5	1	4
International channels		1		2	4			
Leisure/travel		1		1	14			
Lifestyle			2	7	14	2		4
Music		2	1	15	26	5		5
Parliamentary		2		2	1	2	1	1
Regional/Local		21		9	12	13	17	3
Religion				1	17	1		
Sports		1		19	36			9
Various		2		28	58	5		5

Operating revenues
of television companies
in the United Kingdom

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
au Royaume-Uni

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
im Vereinigten Königreich

In Tausend EUR.

T.1.GB.1
G.1.GB.1
2004-2007

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2004	2005	2006	2007
British Sky Broadcasting Ltd	packtv Sky, Sky One, Sky Movies, ...	4 933 547	5 384 030	5 571 149	6 015 438
BBC (Home Service)	sptv BBC 1, 2, 3, 4, ...	4 305 284	4 478 862	4 810 385	4 288 753
ITV Broadcasting Ltd ⁽¹⁾	adv ITV Anglia	230 812	237 018	210 071	~
p.m. Granada Television Ltd ⁽¹⁾⁽²⁾	adv ITV Granada	440 470	511 790	453 732	-
p.m. London Weekend Television Ltd ⁽¹⁾⁽²⁾	adv ITV LWT	509 662	607 434	517 793	-
p.m. ITV Central Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	adv ITV Central	450 951	408 070	368 221	74 447
p.m. Carlton Broadcasting Ltd ⁽¹⁾⁽²⁾	adv ITV Carlton	366 859	367 349	335 068	-
p.m. Yorkshire Television Ltd ⁽¹⁾⁽²⁾	adv ITV Yorkshire	357 632	347 669	324 661	-
p.m. ITV Meridian Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	adv ITV Meridian	316 431	292 016	253 934	61 087
p.m. ITV Wales & West Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	adv ITV HTV	144 962	146 976	134 871	29 578
ITV Network Ltd	adv ITV1	1 421 842	1 497 234	1 673 461	~
Channel Four	sptv C 4	1 042 480	1 073 107	1 037 252	973 462
QVC	hstv QVC	375 932	445 589	493 879	~
Channel 5 Broadcasting Ltd	adv Five	404 958	464 771	466 283	~
Viasat Broadcasting UK Ltd	adv TV3, 3+, ZTV, ...	299 039	330 179	366 646	~
4 Ventures Ltd	sptv E4, Film Four	185 752	211 206	338 627	~
Discovery Communications Europe Ltd	thtv Discovery Channel	46 578	71 903	114 332	328 842
Sit-Up Ltd	hstv Bid TV, Screenshop, ...	293 192	348 312	335 969	322 730
Turner Broadcasting System Europe Ltd	thtv CNNI	170 245	203 517	214 528	229 441
Turner Entertainment Networks International Ltd	thtv Cartoon, TCM, Boomerang	159 025	201 908	202 659	223 466
ITV2 Ltd	thtv ITV2	85 250	125 953	177 661	205 807
Satellite Information Services (Holdings) Ltd	thtv Racing K, SIS Digital	170 913	183 050	203 610	~
UTV PLC	adv UTV	90 044	135 366	169 437	~
S4C	sptv S4C	143 588	142 390	144 135	136 172
Ideal Shopping Direct PLC	hstv Ideal World	85 619	115 588	127 750	131 448
Gems TV (UK) Ltd	hstv Gems TV	40 015	114 803	101 234	~
STV Central Ltd	adv Scottish Television	126 293	122 632	115 057	100 011
UK Channel Management Ltd	thtv UKTV Drama, UKTV Documentary, UKTV Style, ...	89 599	100 496	99 483	~
GMTV Ltd	adv GMTV	116 027	120 751	111 744	93 632

(1) 2003 over 15 months.

(1) 2003 sur 15 mois.

(1) 2003: 15 Monate.

➔ OBS

(2) Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.1.2007.

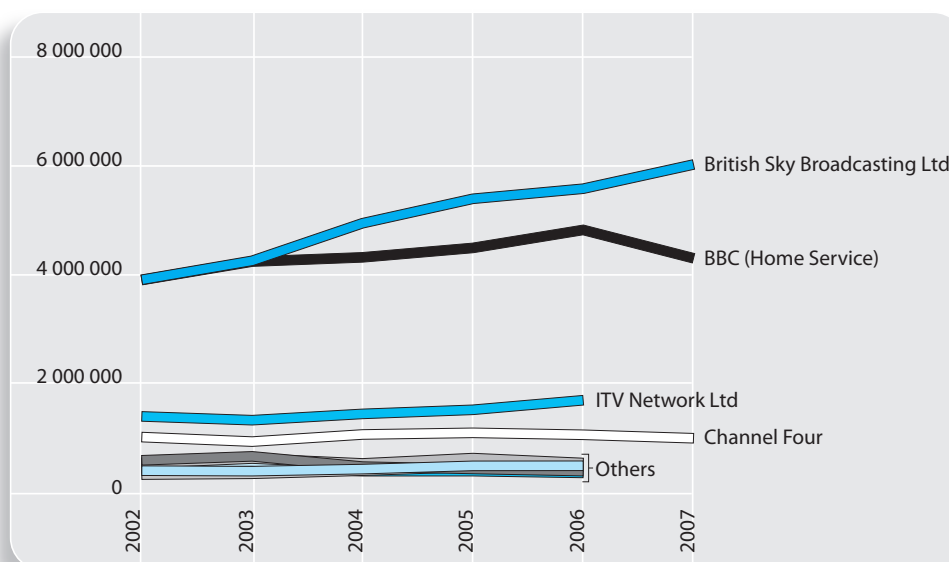
(2) Fusionné dans ITV Broadcasting Ltd au 1.1.2007.

(2) Am 1.1.2007 zu ITV Broadcasting Ltd fusioniert.

(3) Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.4.2007.

(3) Fusionné dans ITV Broadcasting Ltd au 1.4.2007.

(3) Am 1.4.2007 zu ITV Broadcasting Ltd fusioniert.



Financial situation of
television companies
in the United Kingdom

Situation financière des
entreprises de télévision
au Royaume-Uni

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
im Vereinigten Königreich

T.1.GB.2
G.1.GB.2
2003-2006

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

			2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	149	154	153	152
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	14 654 174	15 225 573	15 110 635	22 185 093
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	17 213 765	18 851 208	20 528 379	21 100 809
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	249 646	896 965	1 330 662	1 108 456
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	207 490	1 264 152	1 574 309	1 166 964
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	37 288	1 137 219	1 227 481	890 138
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	9	10	22	35
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	1,5	4,8	6,5	5,3
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	16,8	81,4	48,6	14,9
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	1,2	6,7	7,7	5,5
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	1,4	8,3	10,4	5,3

(1) Television channels targeting foreign markets included. Small thematic channels and local channels not included. Reviewed population.

(1) Télévisions ciblant les marchés étrangers incluses. Petites chaînes thématiques et télévisions locales non incluses. La population a été modifiée.

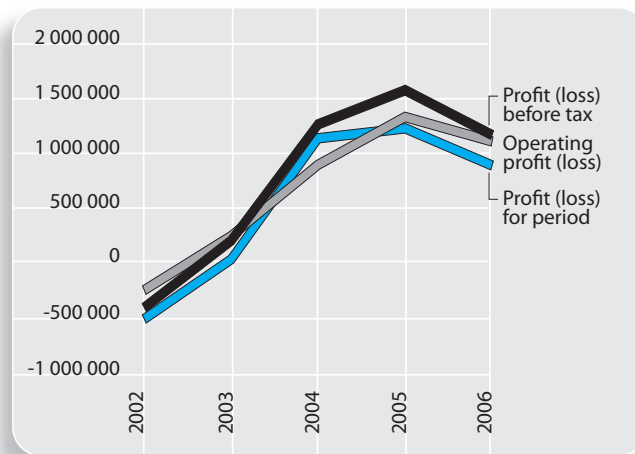
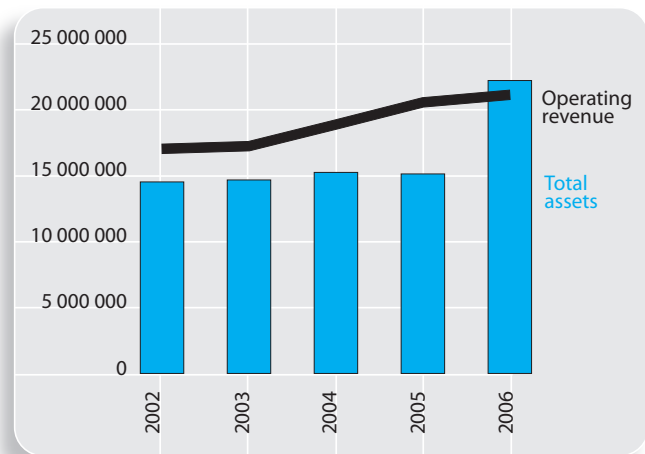
(1) Einschl. Fernsehsender mit Zielgruppe im Ausland. Ohne kleine Spartenkanäle und lokale Fernsehsender. Veränderte Population.

➔ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

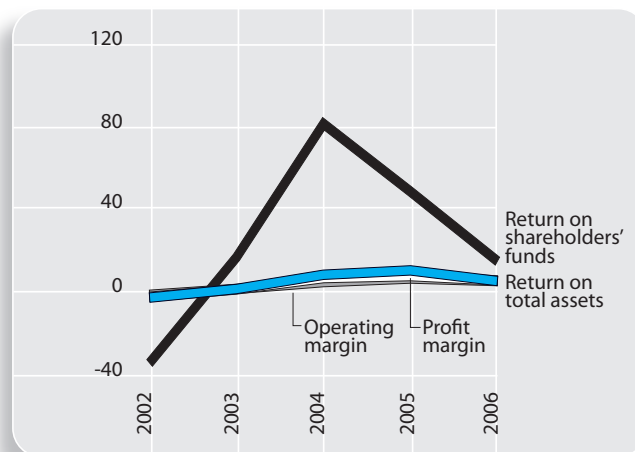
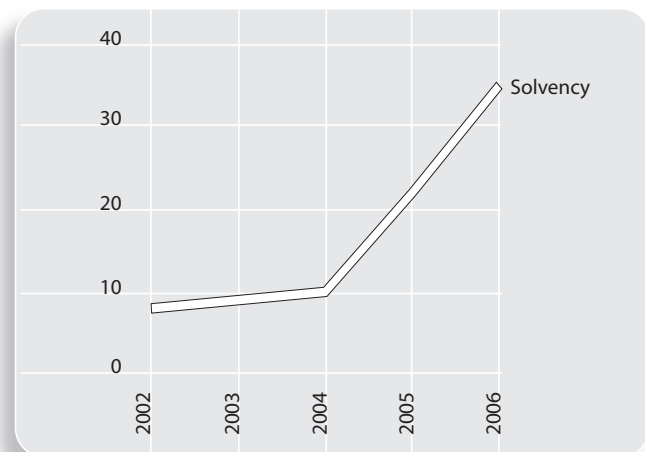
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



BBC Group
financial situation

Situation financière
du BBC Group

Finanzielle Lage
der BBC Group

T.1.GB.3
G.1.GB.3
2006-2008

As at 31 March, EUR thousand.

Au 31 mars, Milliers EUR.

Am 31. März, In Tausend EUR.

Income	Recettes	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Total public income	Total recettes publiques	4 790 209	5 159 308	4 593 215	75,5%	80,3%	81,0%	81,0%	80,3%	81,0%
- Aid/Grants	- Subventions	342 947	391 385	356 652	5,4%	6,1%	6,3%	6,3%	6,1%	6,3%
- Licence fee	- Redevance	4 447 262	4 767 923	4 236 563	70,1%	74,2%	74,7%	74,7%	74,2%	74,7%
Total commercial income	Total recettes commerciales	1 553 803	1 266 780	1 078 130	24,5%	19,7%	19,0%	19,0%	19,7%	19,0%
- Programme sales	- Ventes de programmes	300 204	366 684	509 323	4,7%	5,7%	9,0%	9,0%	5,7%	9,0%
- Merchandising	- Merchandising	457 406	493 568	335 021	7,2%	7,7%	5,9%	5,9%	7,7%	5,9%
- Pay TV	- Télévision à péage	205 969	173 638	~	3,2%	2,7%	~	~	2,7%	~
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	590 224	232 890	233 786	9,3%	3,6%	4,1%	4,1%	3,6%	4,1%
<i>Sub-total</i>	<i>Sous-total</i>	6 344 012	6 426 088	5 671 345	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
TOTAL (after group eliminations)	TOTAL (après éliminations groupe)	5 740 477	6 141 739	5 552 000						

Expenditure	Dépenses	2006	2007	2008
Total (after group eliminations)	TOTAL (après éliminations groupe)	6 038 896	6 400 653	5 830 222
- Costs of personnel	- Dépenses de personnel	1 995 622	1 889 291	1 737 484
		33,0%	29,5%	29,8%

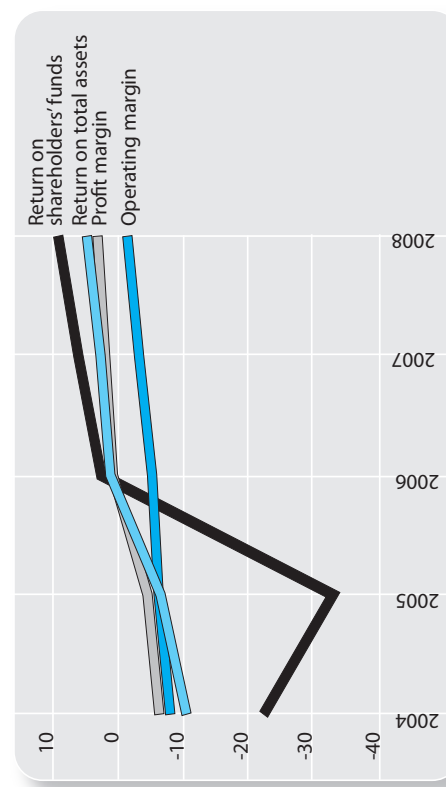
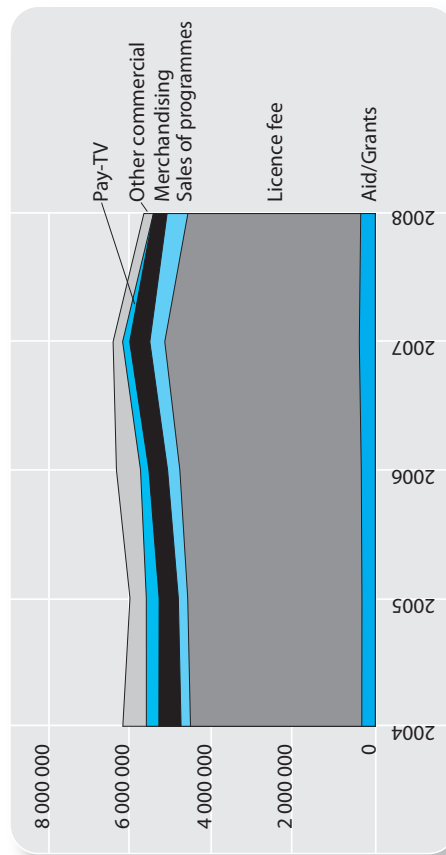
Net result	Résultat net	5 160	89 245	127 897
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	-4,42	-3,24	-1,41

EUR thousand.

Milliers EUR.

In %, En %.

In %, In %.

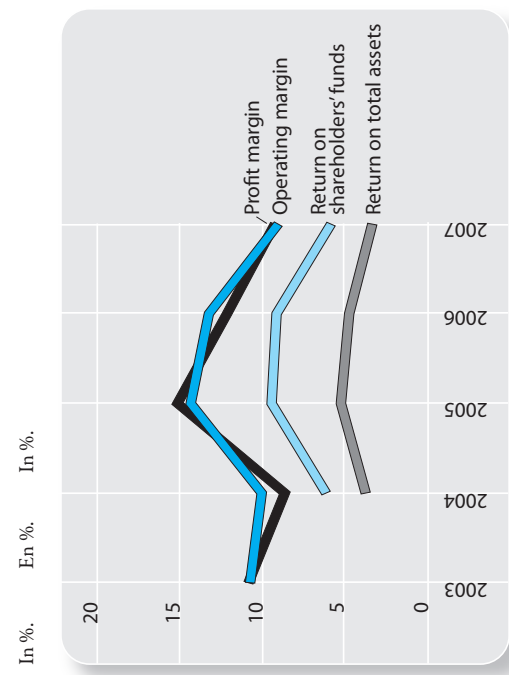


► BBC/OBS

Financial situation of ITV PLC
 Situation financière d'ITV PLC
 T.1.GB.4
 G.1.GB.4
 In Millionen EUR.
 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007	2007/06
Operating revenues						
- ITV Network Ltd	2 862	2 911	3 178	3 254	2 833	-12,9%
- London Weekend Television Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	1 306	1 422	1 497	1 673	~	~
- Granada Television Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	599	510	607	517	-	-
- ITV Central Ltd ⁽¹⁾⁽⁴⁾	544	440	512	453	-	-
- Carlton Broadcasting Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	640	451	408	368	74	-
- Yorkshire Television Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	458	367	367	335	-	-
- ITV Meridian Ltd ⁽¹⁾⁽⁴⁾	382	358	348	324	-	-
- ITV Broadcasting Ltd ⁽¹⁾	418	316	292	254	61	-76,0%
- ITV Wales & West Ltd ⁽¹⁾⁽⁴⁾	279	231	237	210	~	~
- ITV2 Ltd	189	145	147	135	30	-
- GMTV Ltd	60	85	126	178	206	15,7%
- ITV Digital Channels Ltd ⁽²⁾	107	116	121	112	94	-16,1%
- Tyne Tees Television Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	35	45	42	75	91	21,3%
- Westcountry Television Ltd ⁽¹⁾⁽³⁾	116	94	85	77	-	-
- ITV Border Ltd ⁽¹⁾	49	52	48	46	-	-
- ITV News Channel Ltd ⁽¹⁾	24	20	20	18	4	-77,9%
Operating expenses						
- Costs of personnel	2 554	2 660	2 697	2 860	2 572	-10,1%
- Depreciation	~	316	350	348	441	26,8%
Net result						
- Amortissements	~	152	199	161	162	0,5%
Nettoergebnis	223	197	330	331	188	-43,3%

(1) 2003 over 15 months. (2) 2004 over 15 months. (3) 2003 sur 15 mois. (4) 2004 sur 15 mois.
 (3) Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.1.2007. (4) Fusionné dans ITV Broadcasting Ltd au 1.1.2007.
 (4) Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.4.2007. (4) Fusionné dans ITV Broadcasting Ltd au 1.4.2007.



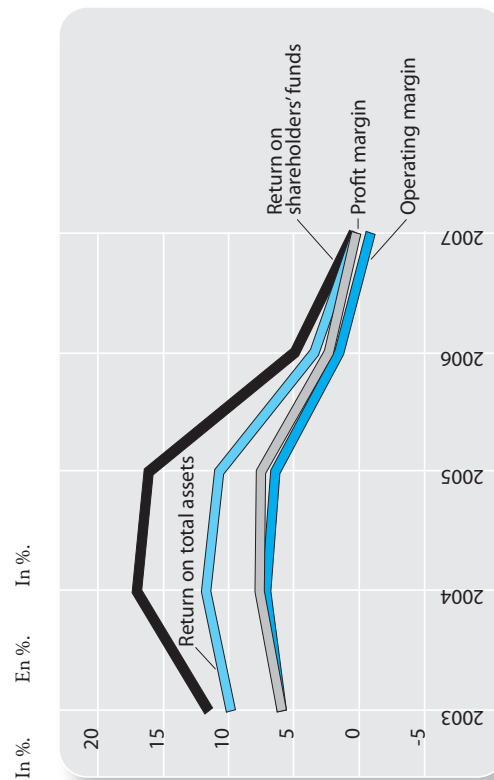
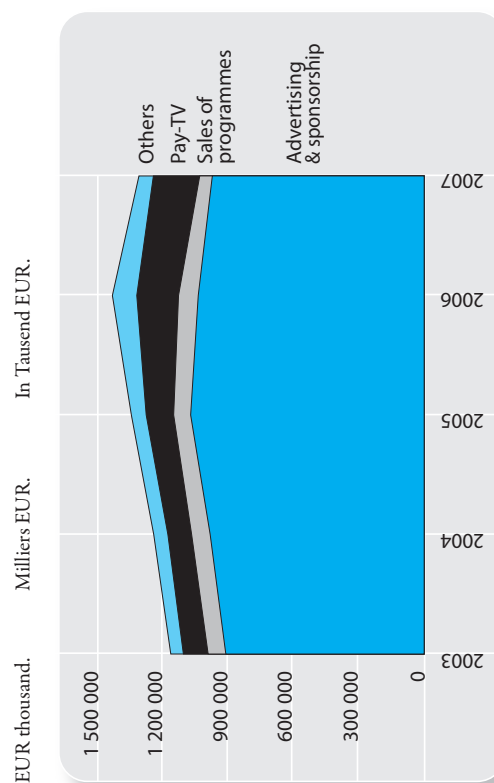
Channel 4 Group financial situation (consolidated) *Wirtschaftliche Lage von Channel 4 Group (konsolidiert)* T.1.GB.5 G.1.GB.5
 EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR. 2005-2007

Income		Recettes		Erträge		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	
Total commercial income	Total recettes commerciales	Kommerzielle Erträge	1 345 541	1 432 732	1 310 697	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-8,5%
- Advertising & sponsorship	- Publicité et parrainage	- Werbung und Sponsoring	1 073 107	1 038 108	973 462	79,8%	72,5%	74,3%	79,8%	72,5%	74,3%	79,8%	72,5%	74,3%	79,8%	72,5%	74,3%	-6,2%
- Programme sales	- Ventas de programas	- Programmverkäufe	78 089	90 698	57 975	5,8%	6,3%	4,4%	5,8%	6,3%	4,4%	5,8%	6,3%	4,4%	5,8%	6,3%	4,4%	-36,1%
- Pay TV	- Télévision à péage	- Pay-TV	126 181	191 839	212 847	9,4%	13,4%	16,2%	9,4%	13,4%	16,2%	9,4%	13,4%	16,2%	9,4%	13,4%	16,2%	11,0%
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	- Sonstige kommerz. Erträge	68 164	112 087	66 413	5,1%	7,8%	5,1%	5,1%	7,8%	5,1%	5,1%	7,8%	5,1%	5,1%	7,8%	5,1%	-40,7%
Total (after elimination group)	Total (après éliminations groupe)	Summe (Nach Konzernbereinigung)	1 305 332	1 396 467	1 285 928													-7,9%

Expenditure		Dépenses		Aufwendungen		2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	
Purchase of goods and services	Achats de biens et services	- Waren- und Dienstleistungskäufe	1 122 004	1 267 837	1 184 132	91,8%	92,1%	91,2%	91,8%	92,1%	91,2%	91,8%	92,1%	91,2%	91,8%	92,1%	91,2%	-6,6%
- Costs of personnel	- Dépenses de personnel	- Personalaufwendungen	88 453	96 218	96 761	7,2%	7,0%	7,5%	7,2%	7,0%	7,5%	7,2%	7,0%	7,5%	7,2%	7,0%	7,5%	0,6%
- Depreciation	- Amortissements	- Abschreibung	11 823	12 680	17 148	1,0%	0,9%	1,3%	1,0%	0,9%	1,3%	1,0%	0,9%	1,3%	1,0%	0,9%	1,3%	35,2%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	Betriebsaufwendungen	1 222 280	1 376 735	1 298 041	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-5,7%

Net result	Résultat net	Nettoergebnis	70 791	21 630	680													-96,9%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	Betriebsspanne (%)	6,36	1,49	-0,93													

Channel 4/OBS



**British Sky Broadcasting
Group PLC financial
situation (consolidated)**
EUR million, to 30 June.

**Wirtschaftliche Lage
von BSKyB (konsolidiert)**
In Millionen EUR, am 30. Juni.
2006-2008

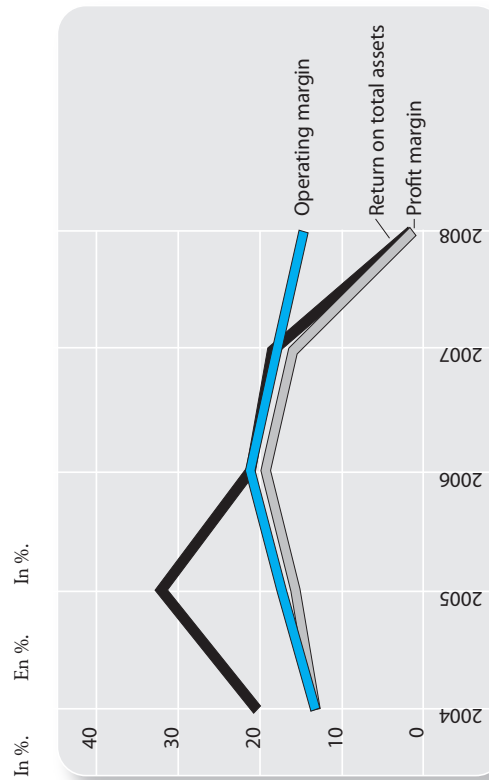
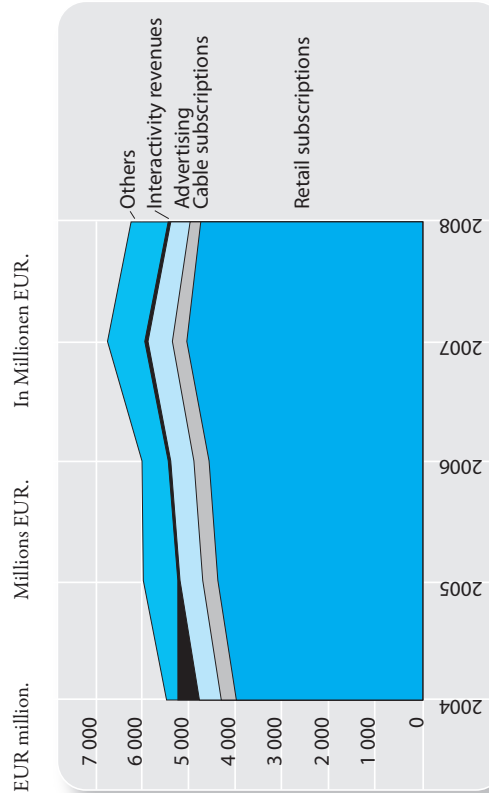
T.1.GB.6
G.1.GB.6

	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2008/07
Income													
Retail subscriptions (DTH, BB)	4 582,4	5 059,7	4 760,6	77,7%	74,9%	76,1%	77,7%	74,9%	76,1%	5,5%	4,6%	3,7%	-26,0%
Cable subscriptions	325,1	309,0	228,6	7,3%	6,1%	4,7%	7,3%	6,1%	4,7%	8,4%	7,7%	6,6%	-20,8%
Advertising	496,4	522,9	414,3	11,0%	10,3%	9,2%	11,0%	10,3%	9,2%	0,9%	1,0%	0,9%	-20,4%
Interactivity revenues (1)	53,7	69,8	55,6	1,2%	1,4%	1,3%	1,2%	1,4%	1,3%	9,6%	11,8%	12,7%	-0,4%
Others	563,2	799,2	795,7	12,5%	15,7%	16,7%	12,5%	15,7%	16,7%	100,0%	100,0%	100,0%	-7,4%
Operating revenues	5 897,0	6 756,0	6 255										
Erträge													
Abonnements DTH & BB	4 582,4	5 059,7	4 760,6	77,7%	74,9%	76,1%	77,7%	74,9%	76,1%	5,5%	4,6%	3,7%	-26,0%
Abonnements câble	325,1	309,0	228,6	5,5%	4,6%	3,7%	5,5%	4,6%	3,7%	8,4%	7,7%	6,6%	-20,8%
Publicité	496,4	522,9	414,3	8,4%	7,7%	6,6%	8,4%	7,7%	6,6%	0,9%	1,0%	0,9%	-20,4%
Revenus interactivité (1)	53,7	69,8	55,6	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	0,9%	11,8%	12,7%	12,7%	-0,4%
Autres	563,2	799,2	795,7	9,6%	11,8%	12,7%	9,6%	11,8%	12,7%	100,0%	100,0%	100,0%	-7,4%
Produit d'exploitation	6 255	7 144	6 255										
Betriebsbeitrag	6 255	7 144	6 255										
Expensures													
Dépenses													
- Purchase of goods and services	3 885	4 439	~	65,9%	64,3%	~	65,9%	64,3%	~	82,3%	80,0%	~	~
- Achats de biens et services	3 885	4 439	~	65,9%	64,3%	~	65,9%	64,3%	~	82,3%	80,0%	~	~
- Costs of personnel	634	822	~	10,7%	12,2%	~	10,7%	12,2%	~	13,4%	14,8%	~	~
- Dépenses de personnel	634	822	~	10,7%	12,2%	~	10,7%	12,2%	~	13,4%	14,8%	~	~
- Depreciation	202	285	~	3,4%	3,9%	~	3,4%	3,9%	~	4,3%	5,1%	~	~
- Amortissements	202	285	~	3,4%	3,9%	~	3,4%	3,9%	~	4,3%	5,1%	~	~
Operating expenditure	4 721	5 546	~	80,0%	80,4%	~	80,0%	80,4%	~	100,0%	100,0%	100,0%	~
Dépenses opérationnelles	4 721	5 546	~	80,0%	80,4%	~	80,0%	80,4%	~	100,0%	100,0%	100,0%	~
Net result	1 574	1 208	-160,0										
Résultat net	1 574	1 208	-160,0										
Operating margin (%)	26,9%	17,9%	14,6%										
Marge opérationnelle (%)	26,9%	17,9%	14,6%										

(1) From 2005: Sky Bet only.

(1) Ab 2005: nur Sky Bet.

➔ BSKyB/OBS



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.GB.7
G.1.GB.7

2003-2007

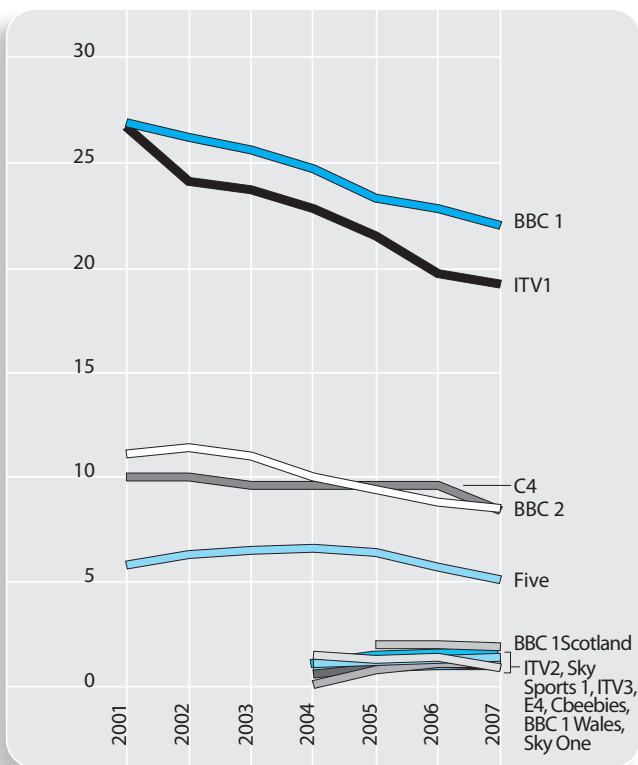
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztäglich					Prime time (18:00-22:30) Heures de grande écoute (18h-22h30) Primetime (18-22.30 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
BBC 1	25,6	24,7	23,3	22,8	22,0	26,8	25,2	24,2	23,9
BBC 2	11,0	10,0	9,4	8,8	8,5	9,1	8,9	9,0	9,2
BBC 3	-	0,4	0,6	0,8	0,9	0,5	0,8	1,2	1,1
BBC 4	-	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,5	0,5
BBC 1 Scotland	-	-	2,0	2,0	1,9	-	2,0	1,9	1,9
BBC 2 Scotland	-	-	0,8	0,7	0,7	-	0,7	0,7	0,7
BBC 1 Wales	-	-	1,1	1,0	1,0	-	1,2	1,1	1,1
BBC 2 Wales	-	-	0,4	0,4	0,4	-	0,4	0,4	0,4
BBC 1 N. Ireland	-	-	0,5	0,6	0,5	-	0,5	0,5	0,5
BBC 2 N. Ireland	-	-	0,2	0,2	0,2	-	0,2	0,2	0,2
BBC News 24	-	0,4	0,4	0,5	0,6	0,2	0,2	0,2	0,3
Cbeebies	-	0,8	0,9	1,0	1,1	0,2	0,2	0,0	0,3
ITV1	23,7	22,8	21,5	19,7	19,2	29,3	27,8	26,8	24,5
ITV2	-	1,1	1,5	1,6	1,7	0,9	1,3	1,3	1,4
ITV3	-	0,1	0,8	1,1	1,1	0,1	0,8	1,1	0,9
C4	9,6	9,6	9,6	9,6	8,4	8,8	9,1	8,6	8,4
E4	-	0,6	0,9	1,1	1,1	0,5	0,8	1,1	1,1
Five	6,5	6,6	6,4	5,7	5,1	6,4	6,3	5,5	5,2
Sky One	-	1,5	1,3	1,4	0,9	1,9	1,8	1,7	1,2
Sky Sports 1	-	1,1	1,2	1,3	1,4	0,9	1,0	1,0	1,0
Others Autres Sonstige	23,6	20,3	17,0	19,7	22,6	14,3	10,8	13,1	16,1

➔ Eurodata TV Worldwide/BARB/TNS UK

Daily share.
In %, 4 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

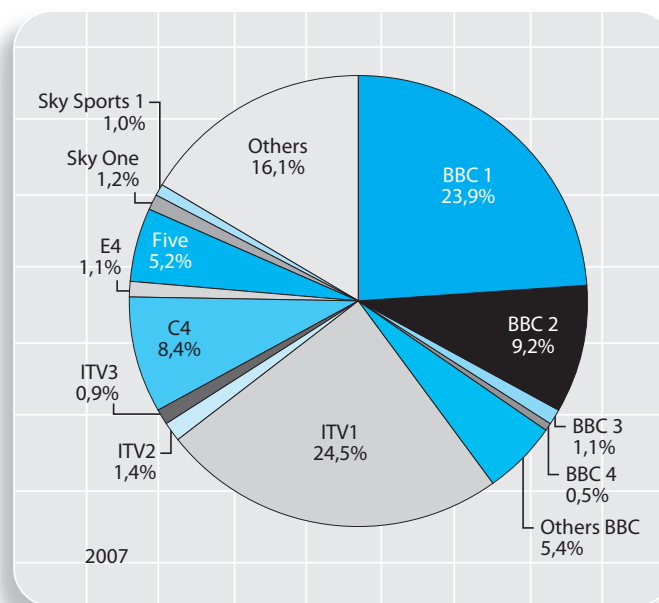
Ganztäglich.
In %, ab 4 Jahre.



Prime time
(18:00-22:30).
In %, 4 years +.

Heures de grande
écoute (18h-22h30).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(18-22.30 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



TV audience market share
in multichannel households
in the United Kingdom

In %, 4 years +, daily share.

Parts de marché d'audience
des chaînes de télévision dans
les foyers multichânes au
Royaume-Uni

En %, 4 ans et +, ensemble de la journée.

Marktanteile der
Fernsehdienste in den
Multikanal-Haushalten
im Vereinigten Königreich

In %, ab 4 Jahre, ganztägig.

T.1.GB.8

2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
BBC Group		29,5	29,8	30,6	31,2
BBC 1	25,6	19,5	19,3	20,0	19,9
BBC 2	11,0	6,7	6,9	6,9	7,1
Cbeebies		1,3	1,3	1,2	1,3
BBC3		0,7	0,9	1,0	1,1
Others BBC		1,3	1,5	1,5	1,8
ITV Group		21,6	22,3	21,7	21,8
ITV 1	23,7	18,9	18,4	17,5	17,6
ITV2		1,7	2,0	2,0	2,0
ITV3		0,2	1,2	1,4	1,3
Others ITV		0,8	0,8	0,8	0,9
Channel 4 Group		8,6	9,6	11,2	9,7
Channel 4	9,6	7,2	7,7	8,1	7,5
E4, Film Four, More4		1,4	1,9	3,1	2,7
Five	6,5	5,1	5,3	4,9	4,6
Channels Sky		7,2	6,3	5,4	4,8
Sky One		2,4	1,9	1,7	1,1
Total Sky Movies		3,2	2,6	2,0	1,9
Sky News		0,6	0,6	0,5	0,5
Others Sky		1,0	1,1	1,1	1,2
Channels UKTV		4,2	3,9	4,0	3,2
UKTV Gold		1,8	1,6	1,5	0,8
UKTV History		0,4	0,4	0,5	0,5
UKTV Drama		0,1	0,2	0,4	0,4
Viacom Group		3,2	2,9	2,7	1,9
MTV (Total all channels)		0,7	0,7	0,5	0,4
Nick JR		0,6	0,5	0,5	0,4
Nicktoons		0,3	0,3	0,3	0,3
Nickelodeon					0,5
Paramount					0,4
Channels Discovery		2,3	2,3	1,8	1,9
Channels Disney		0,9	0,9	1,0	0,9
Turner Group (Time Warner)		1,7	1,4	1,0	0,7
Boomerang		0,8	0,6	0,5	0,3
Cartoon		0,7	0,5	0,3	0,3
Turner Classic Movies		0,3	0,3	0,2	0,2
Others Autres Sonstige		15,7	15,5	15,7	19,3

➤ Eurodata TV Worldwide/BARB/TNS UK/OBS

Breakdown by genre
of BBC TV programme output

Ventilation par genre des
programmes TV de la BBC

Hours.
Heures.

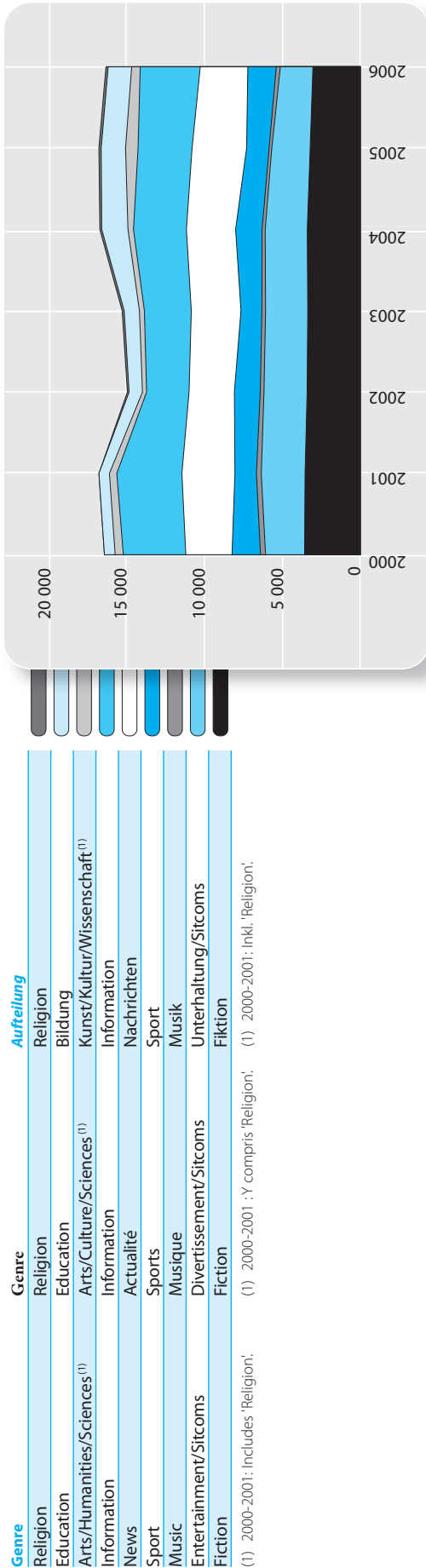
Inhaltliche Aufteilung
der BBC-Fernsehprogramme

T.1.GB.9
G.1.GB.8
2005-2006

In Stunden.

Genre	Aufteilung	Total 2005	BBC1 2006	BBC2 2006	Total 2006	Total 2005	BBC1 2006	BBC2 2006	Total 2006	Total 2006/05
Fiction	Fiktion	3 212	1 944	1 089	3 033	19,1%	23,7%	13,4%	18,6%	-5,6%
Entertainment	Unterhaltung	2 466	595	1 498	2 093	14,7%	7,3%	18,4%	12,8%	-15,1%
Music	Musik	172	45	221	266	1,0%	0,5%	2,7%	1,6%	54,7%
Sport	Sport	1 449	819	1 008	1 827	8,6%	10,0%	12,4%	11,2%	26,1%
News	Actualité	3 505	2 457	603	3 060	20,9%	30,0%	7,4%	18,7%	-12,7%
Information	Information	3 473	1 997	1 861	3 858	20,7%	24,4%	22,9%	23,6%	11,1%
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	805	227	323	550	4,8%	2,8%	4,0%	3,4%	-31,7%
Education	Bildung	1 565	3	1 510	1 513	9,3%	0,0%	18,5%	9,3%	-3,3%
Religion	Religion	148	110	28	138	0,9%	1,3%	0,3%	0,8%	-6,8%
Total	Summe	16 795	8 197	8 141	16 338	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,7%

↗ BBC/UER-EBU



Breakdown by genre of
ITV1 programme output

Ventilation par genre
des programmes de l'ITV 1

Inhaltliche Aufteilung der
ITV1-Fernsehprogramme

T.1.GB.10
G.1.GB.9

Hours, (1) In Stunden, (1) 2004-2006

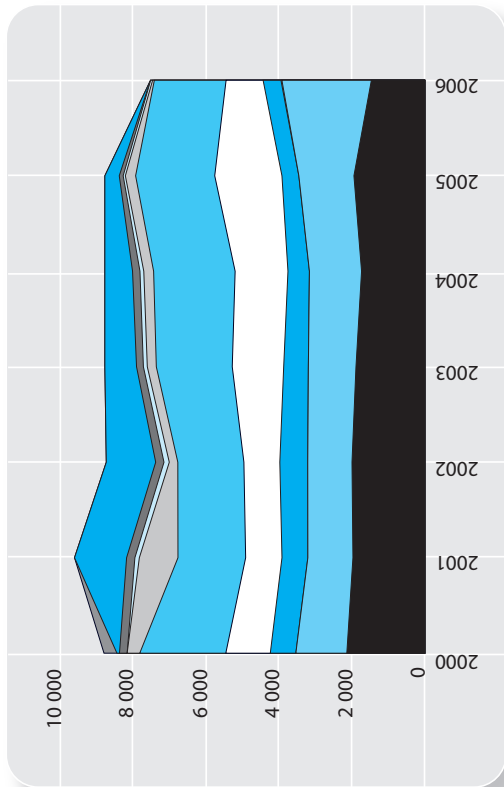
Genre	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Fiction	1 729	1 938	1 460	19,7%	22,1%	19,4%	19,7%	22,1%	19,4%	
Entertainment	1 428	1 509	2 451	16,3%	17,2%	32,6%	16,3%	17,2%	32,6%	
Music	-	-	26	-	-	0,3%	-	0,0%	0,3%	
Sport	588	463	489	6,7%	5,3%	6,5%	6,7%	5,3%	6,5%	
News	1 447	1 841	1 014	16,5%	21,0%	13,5%	16,5%	21,0%	13,5%	
Factual/Information	2 233	2 167	1 965	25,5%	24,7%	26,2%	25,5%	24,7%	26,2%	
Arts/Culture/Sciences	269	281	47	3,1%	3,2%	0,6%	3,1%	3,2%	0,6%	
Religion	105	60	53	1,2%	0,7%	0,7%	1,2%	0,7%	0,7%	
Education	203	107	4	2,3%	1,2%	0,1%	2,3%	1,2%	0,1%	
Others	758	394	0	8,7%	4,5%	0,0%	8,7%	4,5%	0,0%	
Total	8 760	8 760	7 509	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

ITV/UER-EBU

Presentation and advertising are included in genre hours. La présentation et la publicité sont réparties dans les heures par genre. Des modifications significatives sont intervenues en 2006 dans le système de classement par genre. En conséquence, des différences dans la comparaison avec les années antérieures peuvent apparaître. Cela ne signifie pas que des changements dans les types de programmes diffusés sont apparus. De plus, les données pour ITV1 is for networked output only, whereas in previous years the data included regional programming. As a result some genres (particularly news) will show a lower volume than in the past.

Die Stundenzahlen der Genres umfassen Vorschau und Werbung. 2006 wurde das System zur Klassifizierung nach Genre erheblich verändert. Daher kann es bei Vergleichen mit den Vorjahren zu Abweichungen kommen. Das bedeutet nicht, dass sich die Art der ausgestrahlten Programme verändert haben muss. Zudem betreffen die Daten für 2006 nur die gemeinsamen Programme des ITV-Netzwerkes, während in den Vorjahren auch die Regionalprogramme enthalten waren. Dementsprechend ist das Volumen einiger Genres (insbesondere der Nachrichten) niedriger als in den Jahren zuvor.

Genre	Aufteilung
Präsentation (1)	Vorschau (1)
Others	Sonstige
Education	Bildung
Religion	Religion
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft
Factual/Information	Information
News	Nachrichten
Sport	Sport
Music	Musik
Entertainment	Unterhaltung
Fiction	Fiktion



(1) 2001-2005: compris dans les horaires par genre. La publicité est incluse dans les horaires par genre.
(1) 2001-2005: in den Stundenzahlen der jeweiligen Genres enthalten. Die Stundenzahlen der Genres umfassen auch Werbung.

Breakdown by genre of
Channel 4 TV programme output
Répartition par genre des
programmes TV de Channel 4
In Hours.
Heures.

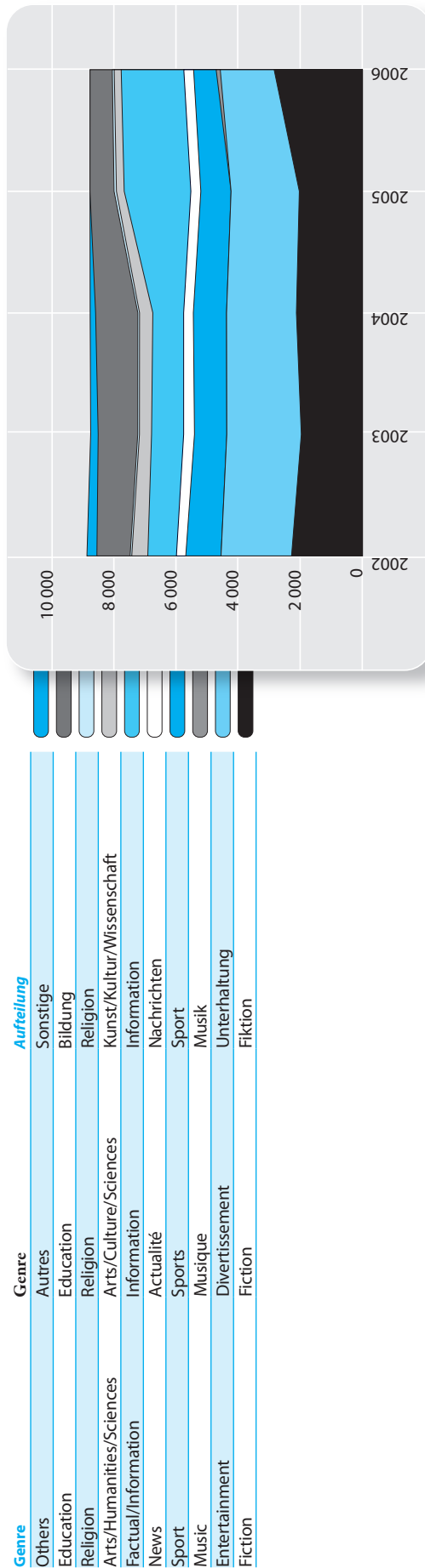
Inhaltliche Aufteilung des
Channel 4-Fernsehprogramms

T.1.GB.11
G.1.GB.10
2004-2006

In Stunden.

Genre	Aufteilung	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Fiction	Fiktion	2 123	2 029	2 839	24,2%	23,2%	32,4%	24,2%	23,2%	32,4%	39,9%
Entertainment	Unterhaltung	2 246	2 195	1 733	25,7%	25,1%	19,8%	25,7%	25,1%	19,8%	-21,0%
Music	Musik	-	-	132	-	-	-	-	-	-	-
Sport	Sport	1 069	973	725	12,2%	11,1%	8,3%	12,2%	11,1%	8,3%	-25,5%
News	Nachrichten	311	320	315	3,6%	3,7%	3,6%	3,6%	3,7%	3,6%	-1,6%
Factual/Information	Information	992	2 144	2 014	11,3%	24,5%	23,0%	11,3%	24,5%	23,0%	-6,1%
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	427	250	224	4,9%	2,9%	2,6%	4,9%	2,9%	2,6%	-10,4%
Religion	Religion	55	76	61	0,6%	0,9%	0,7%	0,6%	0,9%	0,7%	-19,7%
Education	Bildung	1 357	775	717	15,5%	8,8%	8,2%	15,5%	8,8%	8,2%	-7,5%
Others	Sonstige	176	0	0	2,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	-
Total	Summe	8 756	8 762	8 760	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%

OFCOM/UER-EBU



The 25 leading
TV production companies
in the United Kingdom

Operating revenues in EUR thousand.

Les 25 premières sociétés
de production de programmes
de télévision au Royaume-Uni

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Die 25 führenden Fernseh-
produktionsunternehmen
im Vereinigten Königreich

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

T.1.GB.12

2004-2007

Rank	Company	Genre	2004	2005	2006	2007
Rang	Entreprises	Genres				
Rang	Unternehmen	Genre				
1	FremantleMedia Group Ltd	Entertainment, fiction, factual	183 312	281 977	349 175	~
p.m.	Talkback Productions ⁽¹⁾	Fiction	27 017	1 177	~	~
p.m.	Thames Television Ltd	Fiction, entertainment	25 234	~	~	~
p.m.	Grundy Productions	Entertainment	~	~	~	~
2	All3Media Group Ltd ⁽²⁾	Fiction, entertainment, sports	142 748	256 892	309 777	~
p.m.	North One Television Ltd	Entertainment, sports	38 303	42 772	55 111	43 766
p.m.	The Mersey Television Group / Lime Pictures Ltd ⁽³⁾	Fiction	49 694	34 404	38 083	~
p.m.	Lion Television Ltd ⁽⁴⁾	Entertainment, documentary	16 181	34 258	29 271	39 380
p.m.	Bentley Productions	Fiction	25 501	28 531	27 318	32 612
p.m.	Cactus TV Ltd	Entertainment	17 529	23 825	28 495	16 846
3	Endemol UK PLC	Entertainment, fiction, documentary	138 038	175 147	258 700	215 980
4	Independent Television News	News	143 713	151 038	147 203	~
5	IMG MEDIA Ltd / TWI (UK) Ltd	Sports	87 744	128 732	147 101	118 485
6	Tinopolis PLC ⁽⁵⁾	-	-	15 266	71 164	94 525
p.m.	The Television Corporation PLC ⁽⁶⁾	Fiction, sports	95 444	79 810	~	~
7	Shed Media PLC ⁽⁷⁾	Fiction, children, factual	22 045	37 551	64 579	85 885
8	Associated Press Television News Ltd	News	71 452	88 829	83 071	~
9	Brighter Pictures	Entertainment	7 023	7 088	79 594	~
10	RDF Media Ltd	Fiction, entertainment, documentary	68 921	59 505	76 393	~
p.m.	Sunset & Vine Productions ⁽⁸⁾	Sports	23 734	35 972	30 007	32 961
p.m.	IWC Media Ltd ⁽⁹⁾	Fiction, documentary, entertainment	16 558	16 066	19 607	~
12	Tiger Aspect Productions Ltd	Fiction, documentary, entertainment	55 287	57 504	68 009	~
13	Lime Pictures Ltd ⁽³⁾	Fiction	~	34 404	48 103	47 549
14	Hat Trick Holdings Ltd	Fiction	33 448	38 841	33 571	36 016
15	Shine Ltd	Fiction, entertainment, factual, features	25 602	37 735	34 158	~
16	19 Entertainment Ltd ⁽¹⁰⁾	Music	~	30 389	31 316	~
17	Carnival Films and Television Ltd ⁽¹¹⁾	Fiction	18 249	24 740	28 765	29 330
18	Wall to Wall (Holdings) Ltd	Fiction, documentary	29 537	28 246	26 851	28 950
19	Ricochet Ltd ⁽¹²⁾	Fiction	6 167	11 495	32 807	26 911
20	Taranus Ltd ⁽¹¹⁾	Fiction	~	~	25 867	~
21	Darlow Smithson Productions Ltd ⁽⁸⁾	Factual	14 218	29 346	~	~
22	Mentorn Media Ltd ⁽⁸⁾	Fiction	30 899	36 479	21 704	25 244
23	Hit Entertainment Ltd ⁽¹⁰⁾	Animation	159 246	29 915	16 397	23 745
24	Avalon Television	Fiction, entertainment	20 602	22 826	23 637	~
25	Gullane (Thomas) Ltd	Animation, children	20 655	20 796	23 482	~

- (1) On 30 March 2004, the ongoing trade was transferred to FremantleMedia Ltd.
- (2) 2004 over 14 months. ALL3MEDIA is a company created in 2003 through a GBP45 million management buy-in of the former Chrysalis TV Group. The companies within the Group are Assembly TV, Bentley Productions, Cactus TV, Lion Television, Mersey Television (since June 2005), North One Television in the UK, IDTV in the Netherlands, South Pacific Pictures in New Zealand and Lion Television in the USA.
- (3) 2005 over 10 months.
- (4) 2004 over 8 months.
- (5) On 10 July 2008, Tinopolis plc was acquired by Red Dragon Acquisitions Ltd.
- (6) Acquired by Tinopolis PLC in January 2006.
- (7) 2007 over 16 months.
- (8) 2006 over 9 months.
- (9) 2004 over 9 months, 2005 over 13 months. Part of RDF Media since 1.9.2005.
- (10) 2005 over 18 months.
- (11) 2006 over 18 months
- (12) 2006 and 2007 over 16 months.
- (13) 2006 and 2007 over 13 months.

- (1) Au 30 mars 2004, les activités ont été transférées vers FremantleMedia Ltd.
- (2) 2004 sur 14 mois. ALL3MEDIA est une entreprise créée en 2003 suite au rachat, pour 45 millions GBP par les cadres de l'ancien Chrysalis TV Group. Les entreprises du groupe sont au Royaume-Uni : Assembly TV, Bentley Productions, Cactus TV, Lion Television, Mersey Television (acquis en juin 2005), North One Television ; aux Pays-Bas : IDTV ; en Nouvelle Zélande : South Pacific Pictures et aux Etats-Unis : Lion Television.
- (3) 2005 sur 10 mois.
- (4) 2004 sur 8 mois.
- (5) Tinopolis plc a été acquis le 10 juillet 2008 par Red Dragon Acquisitions Ltd.
- (6) Acheté par Tinopolis PLC en janvier 2006.
- (7) 2007 sur 16 mois.
- (8) 2006 sur 9 mois.
- (9) 2004 sur 9 mois, 2005 sur 13 mois. Intégré dans RDF Media le 1.9.2005.
- (10) 2005 sur 18 mois.
- (11) 2006 sur 18 mois.
- (12) 2006 et 2007 sur 16 mois.
- (13) 2006 et 2007 sur 13 mois.

- (1) Am 30. März 2004 wurden die laufenden Geschäfte FremantleMedia übertragen.
- (2) 2004 über 14 Monate. Das Unternehmen ALL3MEDIA wurde 2003 gegründet, nachdem seine Manager für 45 Millionen GBP die Chrysalis TV Group übernommen hatten. Zu dem Konzern gehören im Vereinigten Königreich: Assembly TV, Bentley Productions, Cactus TV, Lion Television, Mersey Television (seit Juni 2005) und North One Television; in den Niederlanden: IDTV; in Neuseeland: South Pacific Pictures und in den Vereinigten Staaten: Lion Television.
- (3) 2005 über 10 Monate.
- (4) 2004 über 8 Monate.
- (5) Tinopolis plc wurde am 10.7.2008 von Red Dragon Acquisitions Ltd. übernommen.
- (6) Von Tinopolis PLC im Januar 2006 gekauft.
- (7) 2007 über 16 Monate.
- (8) 2006 über 9 Monate.
- (9) 2004 über 9 Monate. Gehört seit 1.9.2005 zu RDF Media.
- (10) 2005 über 18 Monate.
- (11) 2006 über 18 Monate.
- (12) 2006 und 2007 über 16 Monate.
- (13) 2007 und 2007 über 13 Monate.

The audiovisual landscape in Greece is characterised by the dominance of the private sector. Seven private stations, five of which are free to receive (Mega, ANT1, Alpha, Star, Alter), broadcast via the national terrestrial network. Meanwhile, the range of public channels consists of those operated by the broadcaster ERT (NET, ET1, ET3, ERT Sat), the parliamentary channel (Vouli Tileorasi) and three new stations designed for digital terrestrial transmission and launched in 2006: Prisma+, Sport+ and Ciné+. Specialist channels and a particularly large number of local channels (more than 150) complete the list of Greek TV stations.

In 2007, Mega strengthened its position as market leader, despite a slight reduction in its share of viewer ratings (-0.3%). ANT1's audience continues to dwindle, falling by 1.5%. The channel's market share has dropped from 22.5% to 16.5% in the space of four years. Alpha TV's ratings are also on the decline, while Alter and Star are the only commercial channels that are performing well.

The small improvement of ET3 (from 2.5% to 2.7%) is not enough to compensate for the drop in viewing figures recorded by NET and ET2, and all the public channels combined only represent 16.1% of daily audiences in Greece.

The wide range of free-to-air television available, on the one hand, and the underdeveloped transmission facilities, on the other, explain the low rate of penetration of multi-channel television.

Multichoice Hellas operates the only satellite service in Greece. Nova, which was launched in 1999, had more than 350,000 subscribers in Greece and Cyprus in May 2008. However, Nova is likely to face competition soon from a second satellite platform: the operator Hellas Sat has officially applied to the National Council for Radio and Television for a licence to distribute a package of high definition channels known as Hellas Sat HD.

Two providers offer television via ADSL: Vivodi (with its Cable TV service) and On Telecom both launched their services at the beginning of 2007.

There are few other possibilities for Greek viewers, since there is no cable network and no mobile TV service. Digital terrestrial television could open the way for more multi-channel options, but it is taking a long time to get off the ground.

The transition to digital terrestrial TV was launched in 2006 with the inauguration of a pilot service operated by ERT. However, there has been little progress since. Under the 2007 law on the concentration of media companies and the granting of licences, a presidential decree governs the licensing procedures for the exploitation

Le paysage audiovisuel grec est caractérisé par la prépondérance du secteur privé. Sept stations privées, dont cinq gratuites (Mega, ANT1, Alpha, Star, Alter), sont en effet présentes sur le réseau terrestre national. L'offre de chaînes publiques est quant à elle constituée par les chaînes du radiodiffuseur ERT (NET, ET1, ET3, ERT Sat), par la chaîne parlementaire (Vouli Tileorasi) ainsi que par trois nouvelles stations destinées à la diffusion numérique terrestre et lancées en 2006 : Prisma+, Sport+ et Ciné+. Des chaînes thématiques et surtout un grand nombre de chaînes locales (plus de 150) complètent l'offre télévisuelle grecque.

En 2007 Mega a conforté sa position de leader sur le marché, malgré un tassement léger de sa part de marché d'audience (-0,3 point). L'audience d'ANT1 continue de s'effriter en perdant 1,5 point. La chaîne est passée de 22,5 à 16,5 % de part de marché en quatre ans. Alpha TV régresse aussi, tandis que, parmi les chaînes commerciales, seules Alter et Star enregistrent de bonnes performances.

La légère progression de ET3 (de 2,5 à 2,7 %) ne suffit pas pour compenser les baisses d'audience affichées par NET et ET2, et l'ensemble des chaînes publiques ne représente au total que 16,1 % de l'audience quotidienne en Grèce.

La richesse de l'offre en clair et le faible niveau de développement des infrastructures de diffusion expliquent le taux de pénétration peu élevé du multichânes.

Multichoice Hellas opère l'unique bouquet satellitaire grec, Nova, lancé en 1999 et qui compte en mai 2008 plus de 350 000 abonnés en Grèce et à Chypre. Nova devrait toutefois affronter prochainement la concurrence d'une seconde plate-forme satellitaire : l'opérateur Hellas Sat a officiellement demandé une licence auprès du Conseil national de la radio et de la télévision afin de commercialiser un bouquet de chaînes en haute-définition nommé Hellas Sat HD.

La télévision par ADSL est proposée par deux fournisseurs : Vivodi (avec son offre Cable TV) et On Telecom, qui ont chacun lancé leurs offres au début de l'année 2007.

Peu d'autres possibilités sont proposées au spectateur grec, en l'absence de réseau câblé et d'offres de télévision vers les mobiles. La télévision numérique terrestre pourrait permettre d'accroître l'offre multichânes, mais celle-ci tarde à démarrer.

La transition vers le numérique terrestre a pourtant été entamée en 2006 avec l'inauguration d'un service pilote opéré par l'ERT. Depuis lors, la situation n'avance guère. La loi de 2007 sur la concentration des entreprises de médias et l'octroi de licences prévoit qu'un décret présidentiel régisse les procédures d'octroi des

Der griechische Markt ist durch die vorherrschende Position der privaten Fernsehsender geprägt. Sieben Privatsender werden landesweit terrestrisch verbreitet, fünf davon kostenfrei (Mega, ANT1, Alpha, Star und Alter). Das Angebot an öffentlich-rechtlichen Programmen besteht aus den Sendern des Rundfunkveranstalters ERT (NET, ET1, ET3, ERT Sat), dem Parlamentskanal (Vouli Tileorasi) sowie drei neuen Programmen, die seit 2006 digital terrestrisch verbreitet werden: Prisma+, Sport+ und Ciné+. Spartenkanäle und vor allem zahlreiche lokale Dienste (über 150) runden das griechische Fernsehangebot ab.

2007 konnte Mega seine Position als Marktführer bei leicht sinkendem Marktanteil (-0,3 Punkte) behaupten. Die Einschaltquote von ANT1 gab mit -1,5 Punkten weiter nach. Der Marktanteil des Senders fiel innerhalb von vier Jahren von 22,5 auf 16,5 %. Auch Alpha TV musste Einbußen hinnehmen, während von den Privatsendern lediglich Alter und Star gute Ergebnisse auswiesen.

Die leichte Verbesserung von ET3 (von 2,5 auf 2,7 %) reichte nicht aus, um den Rückgang der Einschaltquoten bei NET und ET2 auszugleichen. Sämtliche öffentlich-rechtlichen Sender kamen zusammen nur auf 16,1 % der täglichen Zuschauer in Griechenland.

Die Vielfalt des frei empfangbaren Fernsehangebots und die schwache Entwicklung der Verbreitungsinfrastruktur erklären die niedrige Penetrationsrate von Multikanalangeboten.

Multichoice Hellas betreibt das einzige griechische Satellitenbouquet Nova, das seit 1999 sendet und im Mai 2008 über 350 000 Abonnenten in Griechenland und Zypern hatte. Allerdings dürfte Nova in Kürze Konkurrenz durch eine zweite Satellitenplattform bekommen: Der Betreiber Hellas Sat hat beim griechischen Hörfunk- und Fernsehrat offiziell eine Lizenz für die Vermarktung eines hochauflösenden Senderbouquets mit dem Namen Hellas Sat HD beantragt.

Fernsehen per DSL gibt es von zwei Anbietern: Vivodi (mit dem Angebot Cable TV) und On Telecom, die beide ihre Dienste Anfang 2007 gestartet haben.

Andere Empfangsmöglichkeiten haben die griechischen Zuschauer kaum, da es kein Kabelnetz und auch kein Angebot für Fernsehen auf mobilen Geräten gibt. Das digitale terrestrische Fernsehen könnte eigentlich das Multikanalangebot vergrößern, aber der Sendestart zögert sich hinaus.

Dabei begann die Umstellung auf terrestrische Digitaltechnik bereits 2006 mit einem von ERT betriebenen Pilotdienst. Seitdem entwickelte sich die Situation allerdings kaum weiter. Das Gesetz von

of the digital terrestrial network. However, the law does not stipulate which authority is in charge of the switchover, nor the timetable; and the presidential decree has not yet been issued.

Two important changes of ownership are expected to be finalised in 2008. Firstly, the South African group Naspers should sell its subsidiary Netmed NV to the Greek telecommunications group Forthnet SA. Netmed NV controls not only Multichoice Hellas, which offers the Nova package, but also Netmed Hellas SA, which produces the premium channels Filmnet and Supersports (renamed Novacinema and Novasports in June 2008).

Secondly, after the Greek parliament gave the green light in June 2008, the ownership of the incumbent traditional telecoms operator OTE is expected to change. Having previously been majority owned by the Greek government and institutions, OTE should come under the joint control of government and Deutsche Telekom (each owning 25%, with management responsibility to be shared). OTE owns, directly or indirectly, numerous assets in the audiovisual sector (including the satellite operator Hellas Sat and the Dolce platform in Romania).

Turning to legal matters, the European Commission decided in March 2007 to bring Greece before the Court of Justice of the European Communities for the second time: an initial judgment issued in 2005 had already emphasised Greece's failure to transpose Directive 2002/77/EC on the liberalisation of electronic communications.

The law adopted by the Greek Parliament in summer 2007 concerning the concentration of media companies amended the conditions of media concentration and described procedures for granting television licences in conformity with the Directive. This text was therefore notified to the European Commission in September 2007 and the Commission was finally able to close the procedure against Greece in February 2008.

➔ Greek National Council for Radio and Television (NCRTV): <http://www.esr.gr>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Audience data: Eurodata TV Worldwide/
AGB Nielsen Media Research

licences d'exploitation du réseau numérique terrestre. La loi ne définit en revanche ni autorité en charge du basculement, ni calendrier ; et le décret présidentiel n'a pas encore vu le jour.

Deux bouleversements capitalistiques majeurs devraient être finalisés en 2008. D'abord, le groupe sud-africain Naspers devrait revendre sa filiale Netmed NV au groupe de télécommunication grec Forthnet SA. Netmed NV contrôle à la fois Multichoice Hellas, qui propose le bouquet Nova, mais aussi Netmed Hellas SA, qui édite les chaînes premium Filmnet et Supersports (rebaptisées en juin 2008 Novacinema et Novasports).

D'autre part, suite au vote favorable du Parlement grec en juin 2008, l'actionnariat de l'opérateur historique de télécommunications OTE devrait être modifié. Jusqu'à présent détenu majoritairement par le gouvernement et des institutions grecques, OTE passerait sous contrôle conjoint du gouvernement et de Deutsche Telekom (chacun détiendrait 25 % de la firme et le contrôle de la direction serait partagé). OTE détient, directement ou indirectement, de nombreux actifs dans le secteur audiovisuel (entre autres l'opérateur satellite Hellas Sat ou encore la plateforme Dolce en Roumanie).

Au niveau juridique, la Commission européenne avait décidé en mars 2007 de traduire la Grèce une seconde fois devant la Cour de justice des Communautés européennes : un premier arrêt datant de 2005 soulignait déjà la non transposition par la Grèce de la Directive 2002/77/CE relative à la libéralisation des communications électroniques.

La loi adoptée lors de l'été 2007 par le Parlement grec, relative à la concentration des entreprises de médias, modifie les conditions de concentration des médias et précise les procédures d'octroi des licences de télévision dans un sens conforme à celui de la directive. Ce texte a donc été notifié à la Commission européenne en septembre 2007 et la Commission a finalement pu clore la procédure à l'encontre de la Grèce en février 2008.

➔ Greek National Council for Radio and Television (NCRTV): <http://www.esr.gr>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Données d'audience :
Eurodata TV Worldwide/
AGB Nielsen Media Research

2007 über die Konzentration von Medienunternehmen und die Erteilung von Betriebslizenzen sieht vor, dass die Verfahren zur Lizenzerteilung für das digitale terrestrische Netz durch Präsidialdekret geregelt werden. Das Gesetz definiert allerdings weder, welche Behörde für die Umstellung verantwortlich ist, noch nach welchem Zeitplan vorgegangen werden soll. Und ein Präsidialdekret wurde auch noch nicht erlassen.

Zwei tief greifende Veränderungen in den Besitzverhältnissen dürften 2008 ihren Abschluss finden. Zum einen wird voraussichtlich die südafrikanische Naspers-Gruppe ihre Tochter Netmed NV an den griechischen Telekommunikationskonzern Forthnet SA verkaufen. Netmed NV kontrolliert sowohl Multichoice Hellas, den Betreiber des Bouquets Nova, als auch Netmed Hellas SA, den Betreiber der Premiumkanäle Filmnet und Supersports (die im Juni 2008 in Novacinema und Novasports umbenannt wurden).

Zum anderen wird sich nach dem positiven Abstimmungsergebnis im Juni 2008 im griechischen Parlament wohl die Kapitalbeteiligung am klassischen Telekomoperator OTE verändern. Bisher halten die Regierung und griechische Institutionen mehrheitlich die Anteile, nun soll das Unternehmen von der Regierung und der Deutschen Telekom kontrolliert werden (durch jeweils 25 % der Anteile und der gemeinsamen Kontrolle der Unternehmensleitung). OTE hält direkt oder indirekt zahlreiche Vermögensanteile im audiovisuellen Sektor (u. a. am Satellitenbetreiber Hellas Sat oder auch an der Plattform Dolce in Rumänien).

In juristischer Hinsicht hatte die Europäische Kommission im März 2007 beschlossen, vor dem Europäischen Gerichtshof erneut Klage gegen Griechenland einzureichen. In einem ersten Urteil wurde 2005 bereits die Nichtumsetzung der Richtlinie 2002/77/EG über die Liberalisierung der elektronischen Kommunikationsdienste festgestellt.

Das im Sommer 2007 vom griechischen Parlament verabschiedete Gesetz über die Medienkonzentration ändert die Bedingungen für den Zusammenschluss von Medienunternehmen und präzisiert die Verfahren für die Erteilung von Fernsehendulzenzen im Sinne der Richtlinie. Dieser Text wurde der Europäischen Kommission im September 2007 notifiziert, was im Februar 2008 zur Einstellung des Vertragsverletzungsverfahrens gegenüber Griechenland führte.

➔ Greek National Council for Radio and Television (NCRTV): <http://www.esr.gr>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Zuschauerdaten: Eurodata TV Worldwide/
AGB Nielsen Media Research

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	11 125
Households	Ménages	Haushalte	-	3 675
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	99,8%	3 667
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	0,4%	13
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	0,0%	~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	11,2%	410
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	9,4%	347
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,7%	27
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	15,0%	551
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	25,2%	925
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	41,0%	1 470
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	14,0%	1 017
Subscribers Mobile TV	Abonnés TV vers les mobiles	Abonnenten Handy-TV	-	30

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	0		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		8	8	16
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		2	21	23
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	ca. 138	138
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	9	9
Total	Total	Gesamt		10	176	186
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	6	6

Supply of TV channels
by genre and by platform

(including foreign channels)

	08.2008	Terrestrial (Athens)	Satellite Nova
Generalist - national (incl. dedicated)		6	6
Generalist - foreign		2	
Adults			2
Children		2	2
Film			5
Culture/Documentary/Education			2
Entertainment/TV Fiction		2	2
Cultural minorities			
Home shopping			
News/Business		1	1
International channels		3	1
Leisure/travel			
Lifestyle			1
Music		1	3
Parliamentary		1	1
Regional/Local		5	2
Religion			
Sports			9
Various			1

Operating revenues
of television companies
in Greece

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
en Grèce

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
in Griechenland

In Tausend EUR.

T.1.GR.1

G.1.GR.1

2003-2007

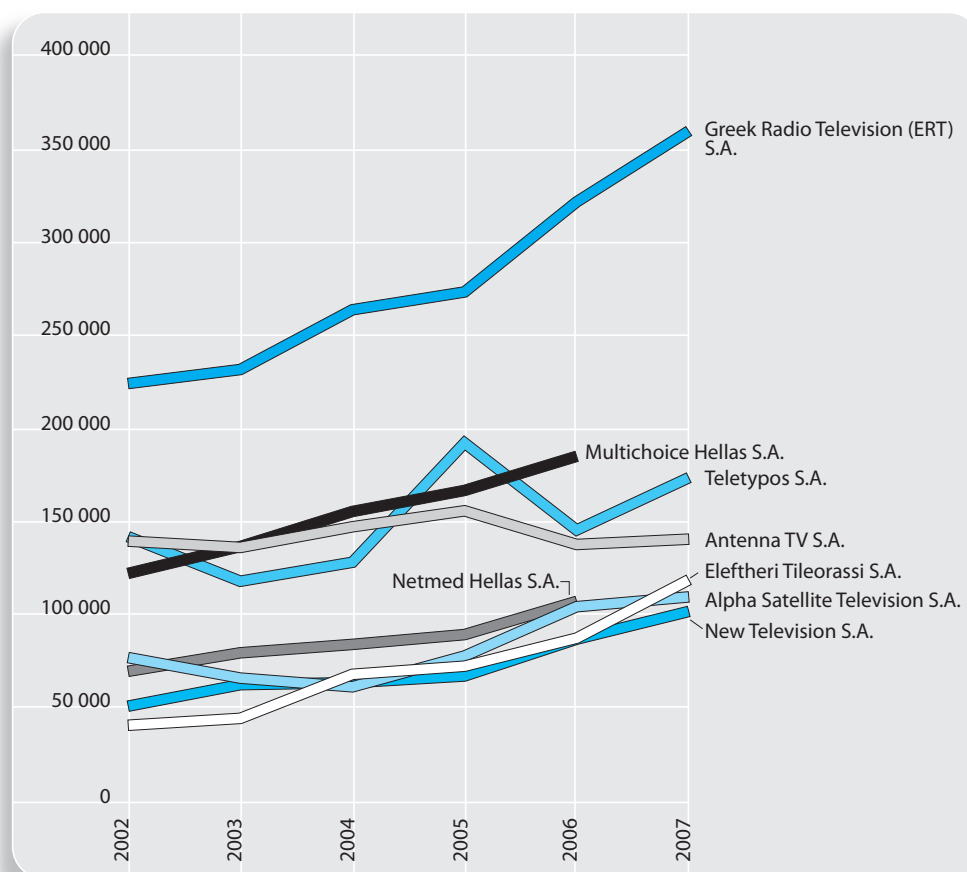
Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2003	2004	2005	2006	2007
Greek Radio Television (ERT) S.A. ⁽¹⁾	sptv ET-1, NET, ET-3	231 748	263 898	273 477	321 943	540 088
Multichoice Hellas S.A.	packtv Nova, Supersport	136 526	155 362	166 683	185 046	~
Teletypos S.A.	adtv Megachannel	117 831	128 048	192 217	145 401	173 537
Antenna TV S.A.	adtv ANT 1	136 016	147 122	155 730	137 615	140 473
Eleftheri Tileorassi S.A.	adtv Kanali 5	44 054	67 737	72 125	87 204	118 592
Alpha Satellite Television S.A.	adtv AlphaTV	65 715	61 029	77 588	104 140	109 403
Netmed Hellas S.A.	paytv Filmnet Hellas	79 323	83 843	89 132	106 985	~
New Television S.A.	adtv Star Channel	62 180	63 274	66 862	86 667	101 579
Mad T.V. S.A.	thtv Mad TV	3 013	3 932	4 702	6 032	9 027
Makedonia TV S.A.	adtv Makedonia TV	4 993	4 584	7 032	7 824	7 136
Extra Communication Technology	rtv Extra 3	1 719	2 932	5 359	5 061	4 406
Ikaros Radio Television Enterprises S.A.	rtv	2 752	2 970	2 993	3 303	3 621
Jeronymo Groovy	rtv Jeronymo TV	336	932	1 644	2 041	2 511
Rethymno TV	rtv Nea TV	~	1 751	1 303	1 830	1 853
City News S.A.	rtv	1 564	1 743	1 819	1 791	~
Sport TV S.A. (former Magic Peraia)	adtv Sport TV	4 442	2 102	1 519	1 309	1 685
Eidiseits Com S.A.	rtv Skai	-	-	-	1 641	~
Star Channel Kentriki Ellados S.A.	adtv Star Channel	1 321	1 495	1 637	1 623	1 656
Thessalian Radio TV S.A.	rtv Thessalian TV	1 268	1 460	1 219	1 226	1 176

(1) To 30 June till 2006. 2007 over 18 months.

(1) Au 30 juin jusqu'en 2006. 2007 sur 18 mois.

(1) Am 30. Juni bis 2006. 2007 über 18 Monate.

➔ OBS



Financial situation
of television companies
in Greece

EUR thousand.

Situation financière
des entreprises de
télévision en Grèce

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Griechenland

In Tausend EUR.

T.1.GR.2

G.1.GR.2

2003-2006

			2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	12	12	13	13
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	1 580 082	1 579 987	1 676 262	1 844 219
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	887 413	982 981	1 107 960	1 201 835
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-12 770	6 692	83 617	48 705
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-60 121	-35 575	-50 627	-34 147
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-67 992	-32 857	-83 680	-78 553
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	123,0	147,0	139	173
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	26,2	27,4	26,5	23,9
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-1,4	0,7	7,5	4,1
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-14,1	-7,7	-9,6	-6,1
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-6,8	-3,6	-4,6	-2,8
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-3,8	-2,3	-3,0	-1,9

(1) Regional and local television channels not included.

(1) Télévisions régionales et locales non incluses.

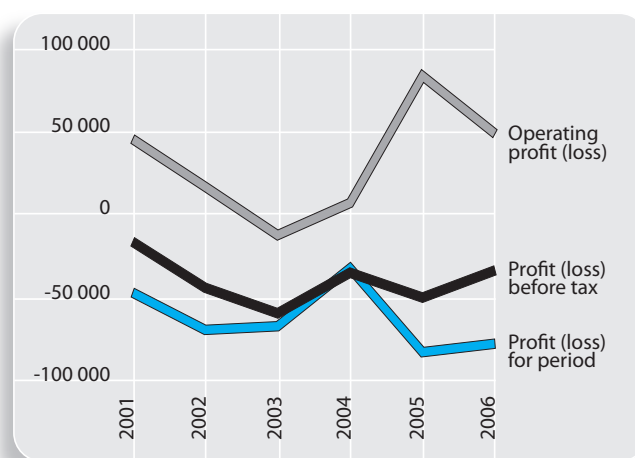
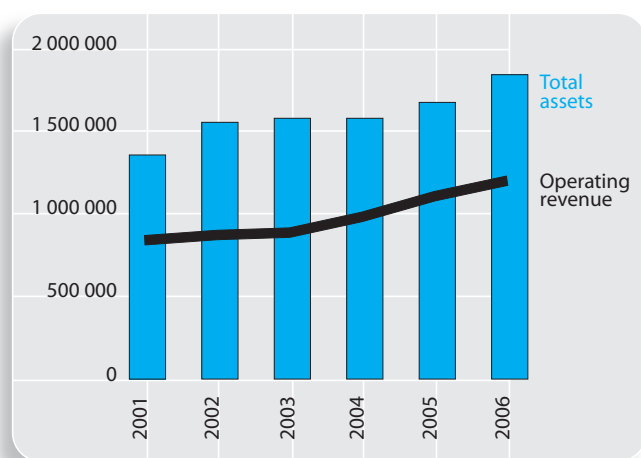
(1) Ohne regionale und lokale Dienste.

→ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

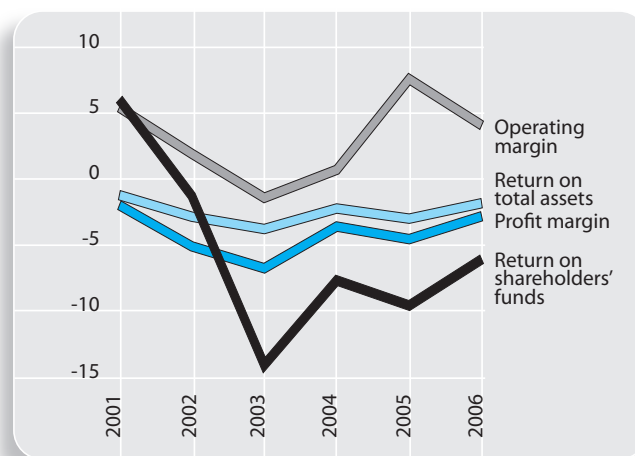
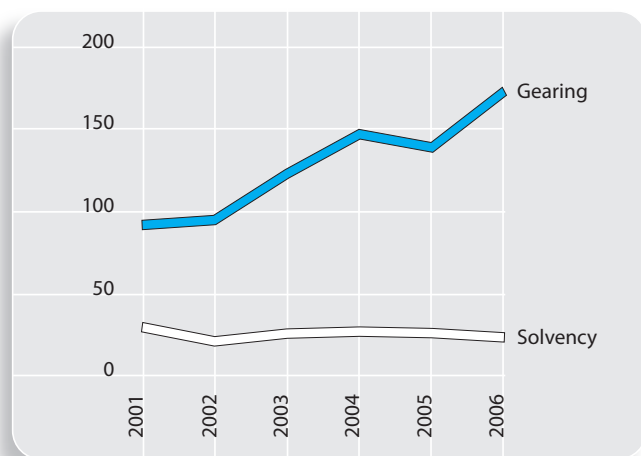
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



TV audience
market shareIn %, 4 years +. ⁽¹⁾Parts de marché
d'audience TVEn %, 4 ans et +. ⁽¹⁾Marktanteile
der FernsehdiensteIn %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾

T.1.GR.3

G.1.GR.3

2003-2007

Channels

Chaînes
Dienste

Daily share

Ensemble de la journée
Ganztägig

Prime time (21:00-24:00)

Heures de grande écoute (21h-24h)
Primetime (21-24 Uhr)

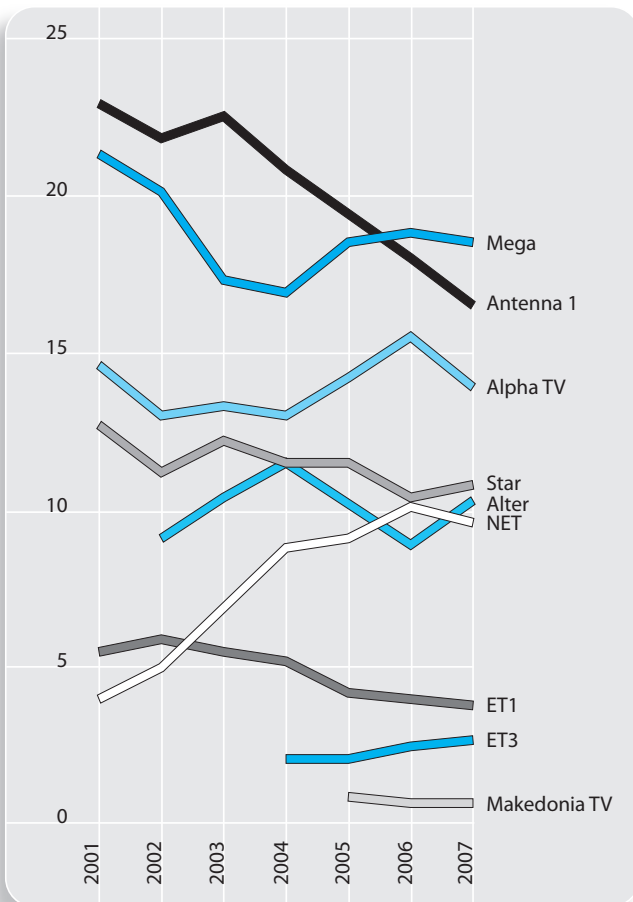
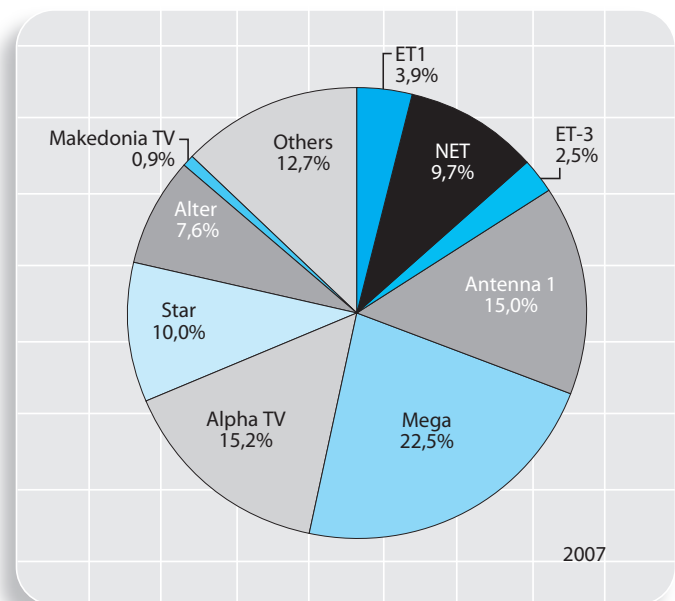
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
ET1	5,5	5,2	4,2	4,0	3,8	6,4	4,1	3,8	3,9
NET	6,9	8,8	9,1	10,1	9,6	10,2	10,4	10,4	9,7
ET3	~	2,1	2,1	2,5	2,7	2,1	1,9	2,2	2,5
Antenna 1	22,5	20,8	19,4	18,0	16,5	22,4	20,8	18,4	15,0
Mega	17,3	16,9	18,5	18,8	18,5	19,3	20,5	22,8	22,5
Alpha TV	13,3	13,0	14,2	15,5	13,9	11,2	12,7	14,6	15,2
Star	12,2	11,5	11,5	10,4	10,8	10,6	11,1	9,5	10,0
Alter	10,4	11,5	10,2	8,9	10,3	7,9	7,7	6,6	7,6
Makedonia TV	~	~	0,9	0,7	0,7	~	1,1	1,0	0,9
Others	11,9	10,2	9,9	11,1	13,2	9,9	9,7	10,7	12,7

(1) Before 2002: 6 years and +.

(1) Avant 2002 : 6 ans et +.

(1) Vor 2002: ab 6 Jahre.

Eurodata TV Worldwide/AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

Daily share.
In %, 6 years +;
4 years + as of 2002.Ensemble de la journée.
En %, 6 ans et +;
4 ans + à partir de 2002.Ganztägig.
In %, ab 6 Jahre;
ab 4 Jahre ab 2002.Prime time
(21:00-24:00).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (21h-24h).
En %, 4 ans et +.Primetime
(21-24 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

TV output
programme by genre

From an analysis of 3 sample weeks.

Ventilation par genre
des programmes TV

Analyse de 3 semaines échantillons.

Inhaltliche Aufteilung
der Fernsehprogramme

Untersuchung über drei Wochen.

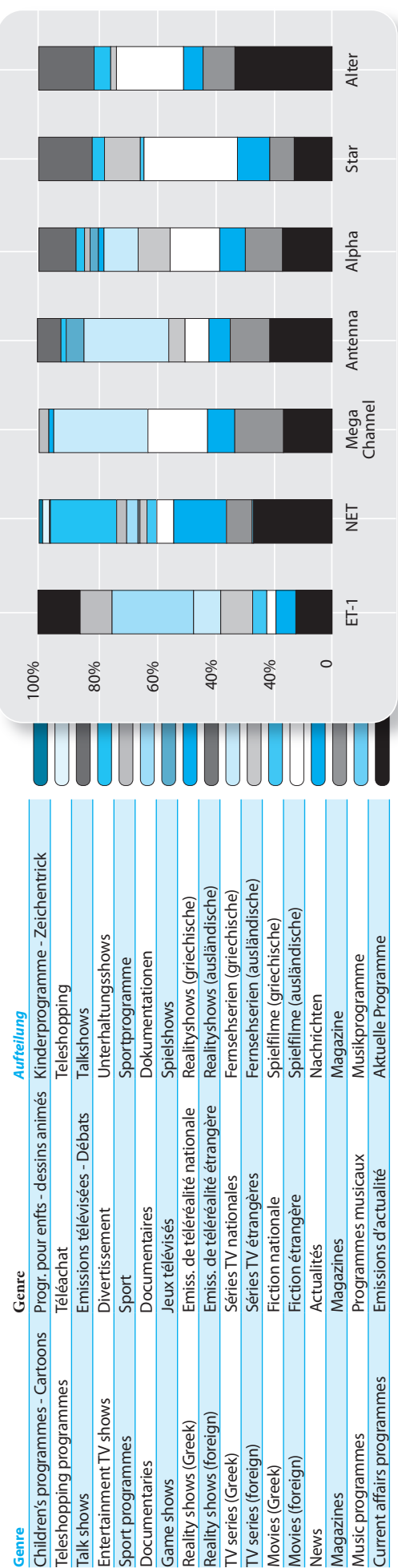
T.1.GR.4

G.1.GR.4

2007-2008

Genre	Genre	Aufteilung	ET - 1	NET	Mega Channel	Antenna	Alpha	Star	Alter
Current affairs programmes	Emissions d'actualité	Aktuelle Programme	8,60%	31,00%	22,70%	20,50%	19,20%	1,50%	25,50%
Music programmes	Programmes musicaux	Musikprogramme			1%			1%	0,20%
Magazines	Magazines	Magazine	6,20%	4,20%	14,30%	12,50%	12,30%	17%	11,50%
News	Actualités	Nachrichten	9%	21,20%	11,50%	10,90%	7,70%	9,60%	14,40%
Movies (foreign)	Fiction étrangère	Spielfilme (ausländische)		8,20%	9,80%	5,40%	6,50%	24,80%	23%
Movies (Greek)	Fiction nationale	Spielfilme (griechische)	2,90%		1,40%			2,40%	
TV series (foreign)	Séries TV étrangères	Fernsehserien (ausländische)	13%	1,40%	6,20%	2,80%	8,10%	11,80%	0,80%
TV series (Greek)	Séries TV nationales	Fernsehserien (griechische)	3,70%	2,70%	24,10%	22%	12,30%		
Reality shows (foreign)	Emiss. de télé-réalité étrangère	Realityshows (ausländische)	3,70%	2,70%	24,10%	22%	12,30%		
Reality shows (Greek)	Emiss. de télé-réalité nationale	Realityshows (griechische)		1,10%			1,10%		
Game shows	Jeux télévisés	Spielsows		2,70%	5,20%	3,50%	5,10%		1,50%
Documentaries	Documentaires	Dokumentationen	29,80%	6,00%	0,80%	0,20%			0,30%
Sport programmes	Sport	Sportprogramme	7,90%	1,40%		0,90%			6,90%
Entertainment TV shows	Diversissement	Unterhaltungssows	13,20%	12,00%	4,10%	3,30%	6,70%	9,50%	
Talk shows	Emissions télévisées - Débats	Talkshows			12,20%	12,20%	16,20%	11,60%	15,70%
Teleshopping programmes	Téléachat	Teleshopping		6,40%	3,30%	4,70%			
Children's programmes - Cartoons	Progr. pour enfants - dessins animés	Kinderprogramme - Zeichentrick	5%	3%				3,70%	

IOM



In 2007, the average annual audience of the two main channels of the public broadcaster HRT continued to lose ground: while they still dominate the market with an accumulated average market share of 49%, they lost more than three percentage points in one year (52.3% in 2006). In 2007, the market share of the main private channel RTL Televizija also declined slightly (from 24.6% in 2006 to 23.8% in 2007). Finally, the private channel Nova TV gained the edge for the first time over the second public channel HTV2, with a 17.6% market share compared with 16.1% for HTV2. The general erosion of the audience of the major channels (with the exception of Nova TV) mainly benefited the special-interest channels.

As regards programming, HTV1 mainly broadcasts television news programmes, current affairs, documentaries and educational programmes, while HTV2 mainly broadcasts entertainment programmes, films, TV series and sport.

There were two private national television channels and 25 private regional channels in the Croatian market in 2008. The national private channel, Nova TV (CME group), began broadcasting in the year 2000 and the other one, RTL Televizija (RTL group), in 2004.

In Croatia, television is mostly broadcast by conventional terrestrial means and reaches about 80% of households. About 15% of households have cable and 23.5% receive their programmes by satellite. The cable sector is dominated by the Austrian cable operator B.net, which bought the two main market players Digital City Media and Adriatic Cable, in 2007. In addition, two IPTV services were operational in 2006, one provided by Vodatel (eTV) and the other by T-HT (Maxtv).

In early 2008, a digital terrestrial television multiplex (in the DVB-T standard) became operational on an experimental basis. It reaches just over 70% of the population, with most of its coverage concentrated in the large urban areas, and enables television viewers to access four channels (HTV1, HTV2, Nova TV and RTL). In June 2008, the public broadcaster HRT announced its intention to launch new services on the digital terrestrial platform. In parallel with the implementation of technical requirements, the government has initiated the process of establishing the legal framework to permit the launch of DTT services.

In 2007, two working groups were set up in the context of the implementation of digital terrestrial television (DTT). The first, the "Working Group for preparing the implementation of the digital broadcasting technology and services in the Republic of Croatia" was set up by the

En 2007, l'audience moyenne annuelle des deux principales chaînes du radiodiffuseur public HRT continue à fléchir: elles dominent encore le marché avec une moyenne cumulée de 49 % de parts de marché mais ont perdu plus de trois points en un an (52,3 % en 2006). En 2007, la part de marché de la principale chaîne privée RTL Televizija subit elle aussi un léger recul (de 24,6 % en 2006 à 23,8 % en 2007). Enfin, la chaîne privée Nova TV passe pour la première fois devant la deuxième chaîne publique HTV2, avec 17,6 % de parts de marché contre 16,1 % pour HTV2. L'érosion générale de l'audience des grandes chaînes (à l'exception de Nova TV) bénéficie surtout aux chaînes thématiques.

En ce qui concerne la programmation, HTV1 diffuse principalement des journaux télévisés, des émissions d'actualité, des documentaires et des programmes éducatifs. HTV2 diffuse principalement des émissions de divertissement, des films, des séries télévisées et du sport.

En 2008, le marché croate compte deux chaînes de télévision nationales privées et environ vingt cinq chaînes de télévision régionales privées. La chaîne nationale privée Nova TV (groupe CME) a commencé à diffuser en l'an 2000 ; l'autre chaîne privée, RTL Televizija (RTL group), en 2004.

En Croatie, la diffusion de la télévision par voie hertzienne est majoritaire et concerne plus de 80% des foyers. La distribution par câble est présente dans environ 15% des foyers alors que la distribution par satellite concerne 23,5% des foyers. Le secteur du câble est dominé par le câblo-opérateur autrichien B.net, qui a racheté les deux principaux acteurs du marché, Digital City Media et Adriatic Cable, en 2007. En outre, deux services IPTV sont opérationnels depuis 2006 : l'un est proposé par Vodatel (eTV) et l'autre par T-HT (Maxtv).

Au début de l'année 2008, un multiplexe de télévision numérique terrestre (norme DVB-T) est opérationnel à titre expérimental. Son taux de couverture est d'un peu plus de 70% de la population, principalement concentré dans les grandes zones urbaines. Il permet aux téléspectateurs d'avoir accès à quatre chaînes (HTV1, HTV2, Nova TV et RTL). En juin 2008, le radiodiffuseur public HRT a annoncé son intention de lancer de nouveaux services sur la plate-forme numérique terrestre. Parallèlement à la réalisation technique, le gouvernement a entamé le processus de mise en place d'un cadre juridique pour permettre le lancement des services de la TNT.

En 2007, deux groupes de travail ont été constitués en vue de la mise en œuvre de la télévision numérique terrestre (DVB-T).

Die Einschaltquoten der beiden wichtigsten Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters HRT sind 2007 im Jahresdurchschnitt weiter gesunken: Mit einem kumulierten Marktanteil von durchschnittlich 49 % beherrschen sie zwar noch den Markt, aber innerhalb eines Jahres verloren sie mehr als drei Prozentpunkte (2006: 52,3 %). Der Marktanteil des größten Privatsenders RTL Televizija gab 2007 ebenfalls leicht nach (von 24,6 % 2006 auf 23,8 % 2007). Der Privatsender Nova TV lag mit einem Marktanteil von 17,6 % zum ersten Mal vor dem zweiten öffentlich-rechtlichen Kanal HTV2 (mit 16,1 %). Vom allgemeinen Rückgang bei den Einschaltquoten der großen Sender (mit Ausnahme von Nova TV) profitieren vor allem die Spartenkanäle.

Was die Programmgestaltung betrifft, so sendet HTV1 in erster Linie Nachrichten und Sendungen über das Zeitgeschehen sowie Dokumentar- und Bildungsprogramme. Schwerpunkte des Programms von HTV2 sind Unterhaltungssendungen, Filme, Serien und Sport.

2008 gibt es in Kroatien zwei landesweite und 25 regionale private Fernsehsender. Der Privatsender Nova TV (CME-Gruppe) hat den Sendebetrieb im Jahr 2000 aufgenommen, der andere, RTL Televizija (RTL Group), 2004.

Das terrestrische Fernsehen macht mit über 80 % der Fernsehhaushalte den größten Teil des Fernsehmarkts in Kroatien aus. Etwa 15 % der Haushalte sind ans Kabelnetz angeschlossen, und das Satellitenfernsehen erreicht 23,5 % der Haushalte. Der Kabelsektor wird vom österreichischen Kabelnetzbetreiber B.net beherrscht, der 2007 die beiden größten Akteure dieses Marktes übernommen hat: Digital City Media und Adriatic Cable. Darüber hinaus sind zwei IPTV-Dienste einsatzbereit: eTV von Vodatel und Maxtv von T-HT.

Anfang 2008 war ein Multiplex für das digitale terrestrische Fernsehen (in der DVB-T-Norm) versuchsweise in Betrieb. Es erreicht etwas über 70 % der Bevölkerung und konzentriert sich im Wesentlichen auf die Ballungszentren. Die Zuschauer haben damit Zugang zu vier Sendern (HTV1, HTV2, Nova TV und RTL). Im Juni 2008 hat der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter HRT seine Absicht angekündigt, auf der digitalen terrestrischen Plattform neue Dienste zu starten. Gleichzeitig mit der technischen Umsetzung hat die Regierung begonnen, einen rechtlichen Rahmen für den Sendestart des digitalen terrestrischen Fernsehens zu schaffen.

2007 wurden für die Einführung von DVB-T zwei Arbeitsgruppen eingesetzt. Die eine ist die „Arbeitsgruppe zur

Ministry of Sea, Tourism, Transport and Development and is mainly tasked with drawing up the relevant documents and submitting them to the government. The second, the “DVB-T Forum”, set up by the Croatian Telecommunications Agency, is composed of experts from the various sectors concerned. Its job is to propose a National Strategy for the Transition from Analogue to Digital Broadcasting, set a final date for the total cessation of analogue terrestrial broadcasts and establish the appropriate regulatory framework for the upcoming launch of DTT. Croatia aims to meet the EU’s timetable and complete its transition to digital broadcasting by 2012.

The *Izmjene i dopune Zakona o elektroničkim medijima* (Act amending the Electronic Media Act) came into force on 7 August 2007. It makes a number of modifications to Croatian media legislation with the aim of bringing it into line with EU legislation. With regard to the regulatory body responsible, the Act makes the Agency for the Electronic Media an autonomous and independent legal entity. This has two departments: the Director of the Agency and the Council for Electronic Media, which is the regulatory authority for the electronic media sector.

➔ *Vijeće za elektroničke medije*
(Council for the Electronic Media):
<http://www.vem-mediji.hr>
Legal aspects: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Le premier, le “Groupe de travail pour la préparation de la mise en œuvre de la technologie et des services de radiodiffusion numérique en République de Croatie” créé par le ministère de la Mer, du Tourisme, des Transports et du Développement, est chargé avant tout d’élaborer les documents pertinents et de les soumettre au gouvernement croate. Le deuxième, le “Forum DVB-T”, constitué par l’Office croate des télécommunications, se compose d’experts des divers secteurs concernés. Il a pour mission de proposer une stratégie nationale de transition de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique, de fixer la date définitive de l’abandon total de la radiodiffusion télévisuelle analogique terrestre, ainsi que de définir un cadre réglementaire adéquat pour l’utilisation imminente de la radiodiffusion numérique. La Croatie a pour objectif de se conformer au calendrier de l’UE et d’achever sa transition vers la radiodiffusion numérique d’ici à 2012.

La loi *Izmjene i dopune Zakona o elektroničkim medijima* (portant modification de la loi relative aux médias électroniques) est entrée en vigueur le 7 août 2007. Le texte apporte une série de modifications à la législation croate en matière de médias, aux fins de son harmonisation avec la législation de l’Union européenne. S’agissant de l’instance réglementaire compétente, la loi fait de l’Office des médias électroniques une entité juridique autonome et indépendante. Celle-ci comporte deux services : la direction de l’Office des médias électroniques et le Conseil des médias électroniques, autorité de régulation du secteur des médias électroniques.

➔ *Vijeće za elektroničke medije*
(Conseil des médias électroniques) :
<http://www.vem-mediji.hr>
Aspects juridiques : IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Vorbereitung der Umsetzung der DVB-Technologie und -Dienste in der Republik Kroatien“, die vom Ministerium für Seefahrt, Tourismus, Verkehr und Entwicklung eingerichtet wurde und deren vorrangige Aufgabe darin besteht, die entsprechenden Dokumente für die Regierung der Republik Kroatien auszuarbeiten und vorzuschlagen. Die andere ist das von der kroatischen Telekommunikationsbehörde eingerichtete „DVB-T-Forum“, das sich aus Fachleuten der unterschiedlichen relevanten Sektoren zusammensetzt. Seine Aufgabe ist es, eine nationale Strategie für den Übergang von analogem zu digitalem Rundfunk, ein endgültiges Datum für die Abschaltung des terrestrischen Analogfernsehens sowie einen angemessenen Regulierungsrahmen für die bevorstehende Nutzung des digitalen Rundfunks vorzuschlagen. Kroatien hat die Absicht, den Zeitplan der EU einzuhalten und den Übergang zum digitalen Rundfunk bis 2012 abzuschließen.

Das *Izmjene i dopune Zakona o elektroničkim medijima* (Änderungsgesetz zum elektronischen Mediengesetz) trat am 7. August 2007 in Kraft. Das Gesetz brachte eine Reihe von Änderungen zur Mediengesetzgebung der Republik Kroatien mit sich, um sie mit der europäischen Gesetzgebung in Einklang zu bringen. Als Regulierungseinrichtung setzt das Gesetz die Behörde für elektronische Medien als autonome und unabhängige juristische Person ein. Die Behörde umfasst zwei Abteilungen: die Direktion der Behörde und den Rat für elektronische Medien, die für den Bereich der elektronischen Medien zuständige Regulierungsinstanz.

➔ *Vijeće za elektroničke medije*
(Rat für elektronische Medien):
<http://www.vem-mediji.hr>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	4 442
Households	Ménages	Haushalte	-	1 438
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,4%	1 401
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	23,2%	333
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	4,5%	65
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	32,0%	460
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	4,2%	60
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	3,1%	44
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	11,7%	169
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	34,5%	496
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	27,8%	400
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	31		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	0		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	2	2	4	
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	2	8	10	
Local/Regional	Locale/Régionale (y compris DOM-TOM)	Lokal/Regional	0	25	25	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	19	0	19	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	1	0	1	
Total	Total	Gesamt	24	35	59	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	0	0	0	

Supply of TV channels by genre and by platform	08.2008		Cable B.net (Full offer)	IPTV MaxTV (Full offer)
(including foreign channels)	Terrestrial			
Generalist - national (incl. dedicated)	4		5	5
Generalist - foreign			8	11
Adults			2	4
Children			3	6
Film			1	
Culture/Documentary/Education			6	7
Entertainment/TV Fiction			6	6
Cultural minorities			1	
Home shopping				
News/Business			4	7
International channels			1	2
Leisure/travel			1	2
Lifestyle			1	5
Music			6	
Parliamentary				
Regional/Local			3	9
Religion				
Sports			6	12
Various				3

Operating revenues
of television companies
in Croatia

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
en Croatie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
in Kroatien

In Tausend EUR.

T.1.HR.1

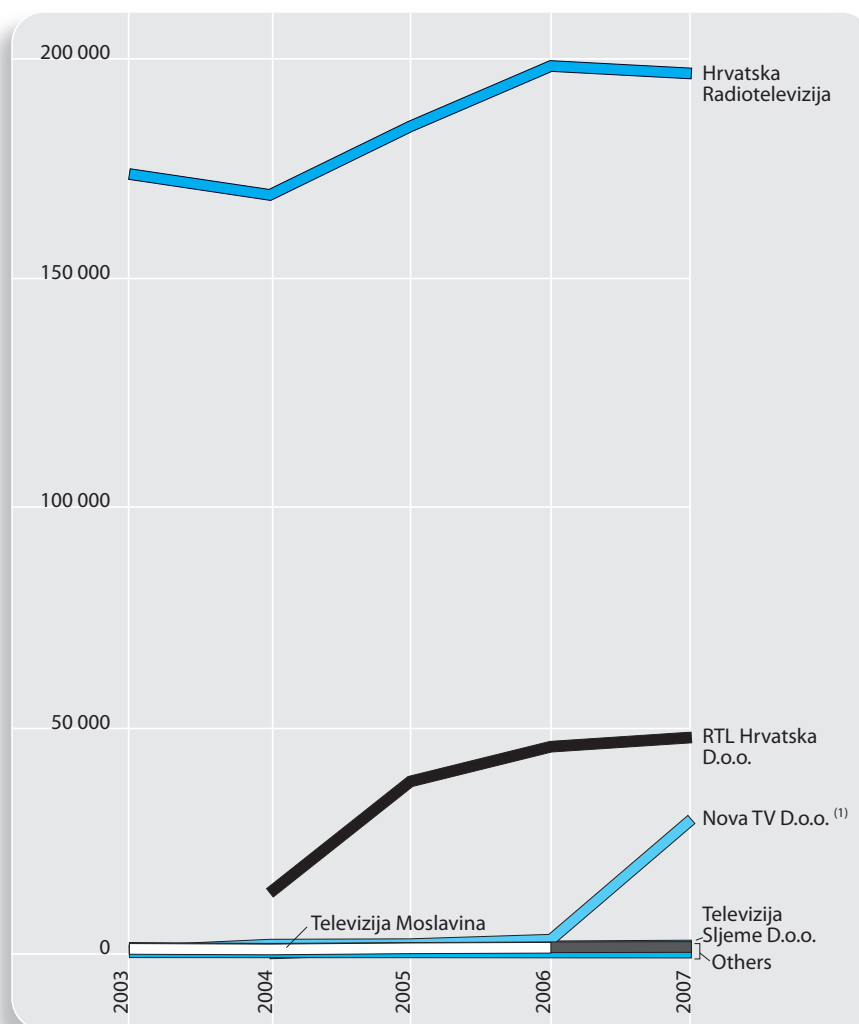
G.1.HR.1

2003-2007

Company		Channels	2003	2004	2005	2006	2007
Entreprises		Chaînes					
Unternehmen		Dienste					
Hrvatska Radiotelevizija	sptv	HRT-1, HRT-2, HRT-3	173 935	169 278	184 573	198 040	196 370
RTL Hrvatska D.o.o.	adtv	RTL Televizija	-	13 562	38 407	46 167	48 226
Nova TV D.o.o. ⁽¹⁾	adtv	Nova TV	575	2 000	2 108	3 104	29 925
Televizija Sljeme D.o.o.	rtv	Televizija Sljeme	-	45	1 082	1 619	1 803
Kanal Ri D.O.O.	rtv	Kanal RI	1 274	1 082	1 265	1 416	1 474
Televizija Moslavina	rtv	Televizija Moslavina	1 049	926	1 183	1 308	~
Televizija Slavonije i Baranj D.o.o.	rtv	Slavonska Televizija	837	957	1 141	764	940
Gradska Televizija	rtv	Gradska Televizija	303	281	281	247	219

(1) Nova TV was taken over in July 2004
by Central European Media Enterprises.(1) Nova TV a été achetée en juillet 2004
par Central European Media Enterprises.(1) Nova TV wurde im Juli 2004 von Central
European Media Enterprises übernommen.

➔ OBS



Financial situation of television companies in Croatia

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Croatie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der Fernsehunternehmen in Kroatien

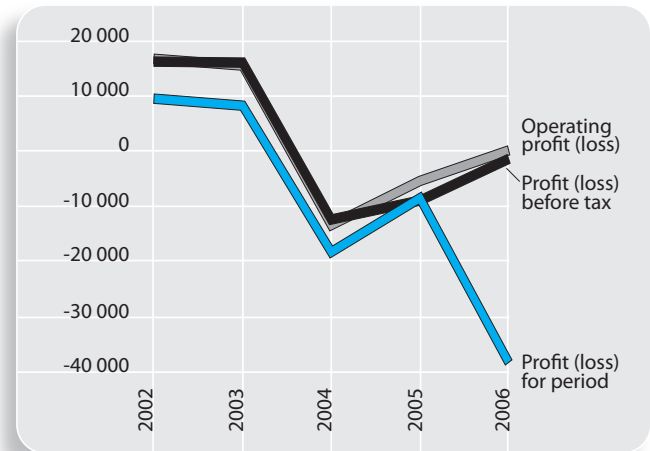
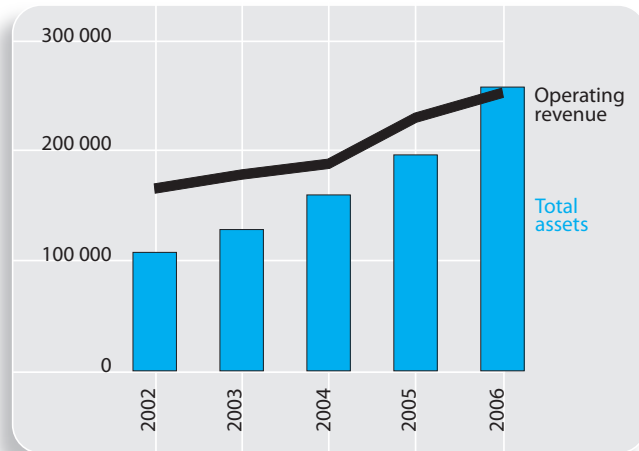
In Tausend EUR.

T.1.HR.2
G.1.HR.2
2003-2006

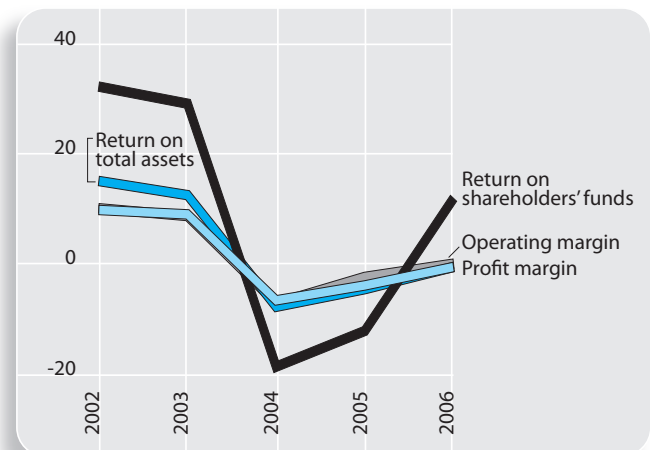
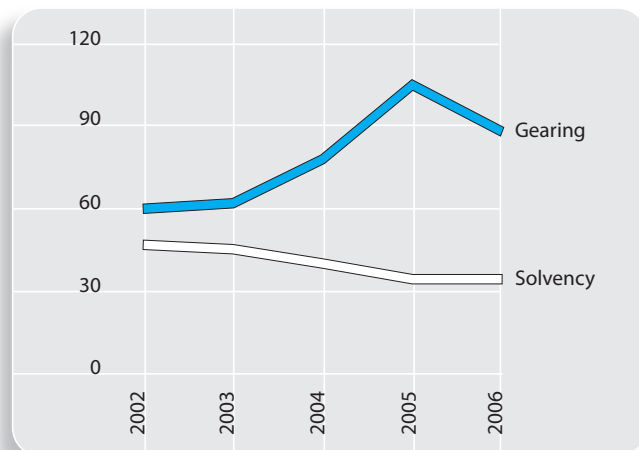
			2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	7	8	8	8
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	128 387	159 877	196 256	257 877
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	178 380	188 151	230 040	252 665
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	15 477	-13 505	-5 484	60
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	16 024	-12 496	-9 051	-1 481
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	8 192	-18 397	-8 614	-38 470
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	62	78	105	88
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	45,3	40,1	34,4	34,4
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	8,68	-7,18	-2,38	0,02
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	29,10	-18,7	-12,2	11,9
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	8,98	-6,64	-3,93	-0,59
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	12,48	-7,82	-4,61	-0,57

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In % En % In %.



EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

Income	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Total public income	123 400	144 600	132 300	123 400	144 600	132 300	66,5%	72,9%	64,7%	66,5%	72,9%	64,7%	-8,5%
- Aid/Grants	12 200	23 100	2 000	12 200	23 100	2 000	6,6%	11,6%	1,0%	6,6%	11,6%	1,0%	-91,3%
- Licence fee	111 200	121 500	130 300	111 200	121 500	130 300	59,9%	61,2%	63,7%	59,9%	61,2%	63,7%	7,2%
Total commercial income	60 300	51 800	56 000	60 300	51 800	56 000	32,5%	26,1%	27,4%	32,5%	26,1%	27,4%	8,1%
- Advertising	60 300	51 800	56 000	60 300	51 800	56 000	32,5%	26,1%	27,4%	32,5%	26,1%	27,4%	8,1%
Others	2 000	2 000	16 300	2 000	2 000	16 300	1,1%	1,0%	8,0%	1,1%	1,0%	8,0%	715,0%
TOTAL	185 700	198 400	204 600	185 700	198 400	204 600	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,1%

Expenditure	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Total public income	102 074	113 209	109 959	102 074	113 209	109 959	61,5%	61,8%	58,1%	61,5%	61,8%	58,1%	-2,9%
- Purchase of goods and services	57 355	60 876	61 796	57 355	60 876	61 796	34,6%	33,2%	32,7%	34,6%	33,2%	32,7%	1,5%
- Costs of personnel	6 471	9 036	17 406	6 471	9 036	17 406	3,9%	4,9%	9,2%	3,9%	4,9%	9,2%	92,6%
- Depreciation	165 900	183 121	189 161	165 900	183 121	189 161	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,3%
Operating expenditure	165 900	183 121	189 161	165 900	183 121	189 161	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,3%

Net result	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Net result	356	384	80	356	384	80
Operating margin (%)	2,0	0,8	4,5	2,0	0,8	4,5

➡ OBS (from EBU data and AMADEUS)

EUR thousand.

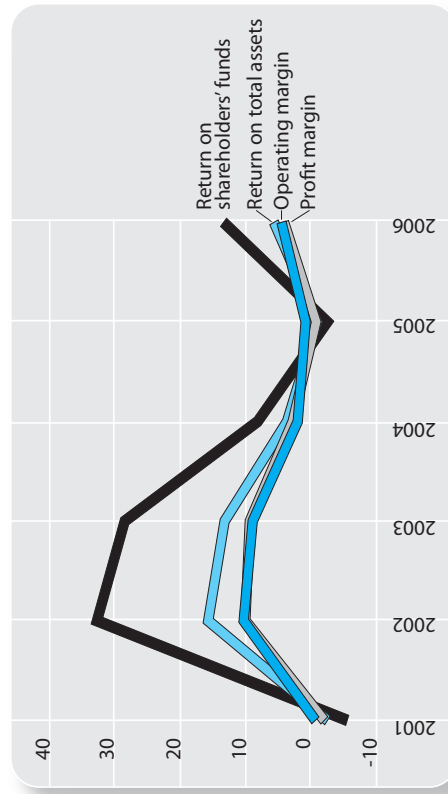
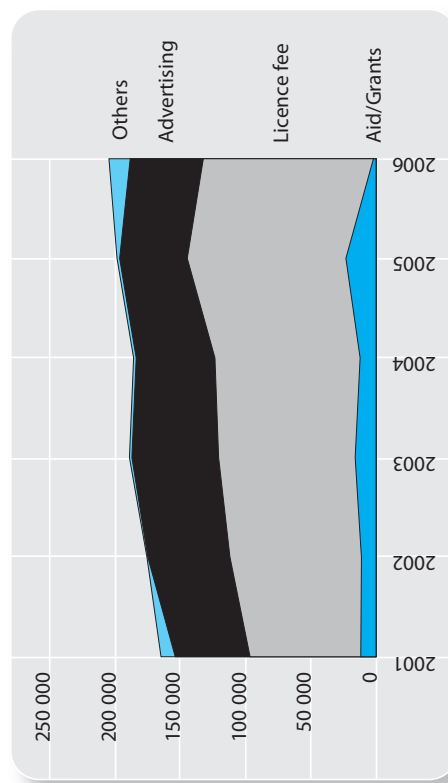
Milliers EUR.

In %.

En %.

In %.

In %.



Television audience
market shareIn %, 4 years +. ⁽¹⁾Parts de marché
d'audience TVEn %, 4 ans et +. ⁽¹⁾Marktanteile der
FernsehdiensteIn %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾

T.1.HR.4

G.1.HR.4

2003-2007

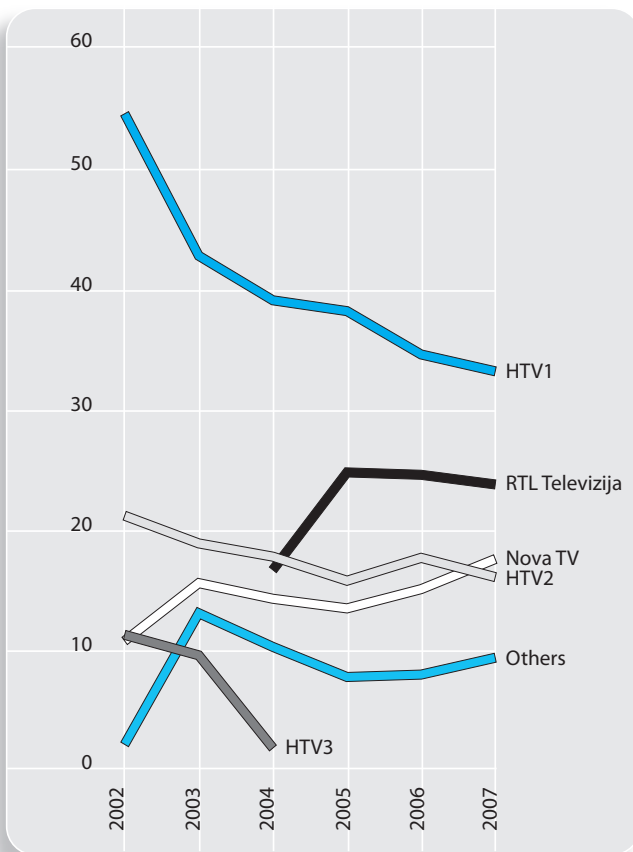
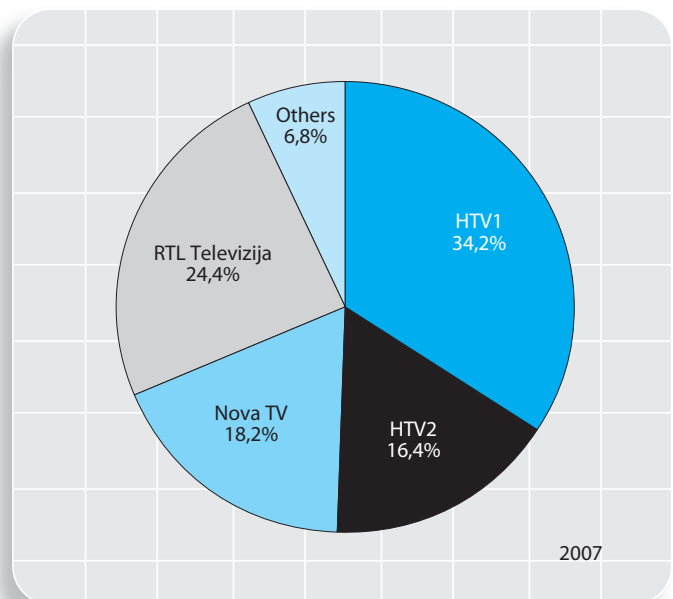
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:30-22:00) Heures de grande écoute (19h30-22h) Primetime (19.30-22 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
HTV1	42,8	39,1	38,2	34,6	33,2	53,5	46,1	44,2	37,9	34,2
HTV2	18,9	17,8	15,8	17,7	16,1	16,7	16,5	13,6	16,4	16,4
HTV3	9,6	1,9	-	-	-	10,0	2,0	-	-	-
Nova TV	15,6	14,3	13,5	15,1	17,6	10,4	11,2	12,5	15,2	18,2
RTL Televizija	-	16,7	24,8	24,6	23,8	-	16,4	23,9	24,6	24,4
Others Autres Sonstige	13,1	10,3	7,8	8,0	9,4	9,4	7,8	5,8	5,9	6,8

(1) 2002: In %, 10-74 years.

(1) 2002: en %, 10-74 ans.

(1) 2002: In %, 10-74 Jahre.

➔ Eurodata TV/AGB Nielsen Media Research

Daily share.
In %, 4 years +. ⁽¹⁾Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +. ⁽¹⁾Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾Prime time
(19:30-22:00).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (19h30-22h).
En %, 4 ans et +.Primetime
(19.30-22 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Ventilation par genre
des programmes de HRTBreakdown by genre of
HRT programme outputT.1.HR.5
Inhaltliche Aufteilung
des HRT-Fernsehprogramms
2005-2006

In Stunden.

Heures.

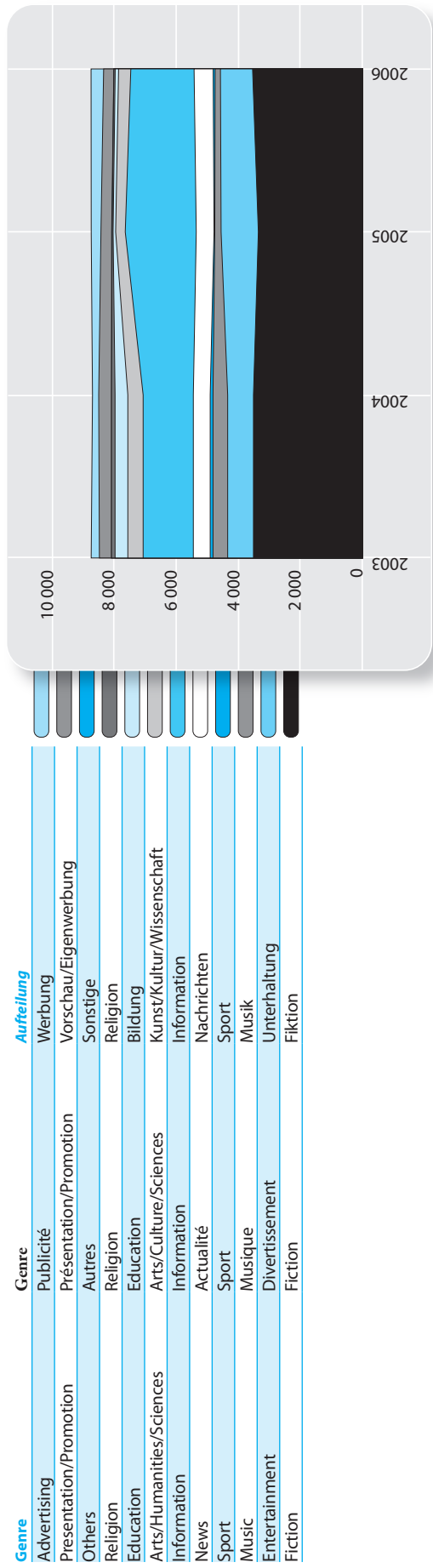
Genre	2005		2006		2006 Total	2006		2006 Total	2006 Total
	(HRT-1 only)	Aufteilung	HRT-1	HRT-2		(HRT-1 only)	HRT-1		
Fiction	3 351	Fiktion	3 537	3 165	6 702	40,5%	47,5%	43,5%	
Entertainment	1 199	Unterhaltung	1 035	453	1 488	11,8%	6,8%	9,7%	
Music	203	Musik	171	203	374	2,3%	3,0%	2,4%	
Sport	25	Sport	63	1 184	1 247	0,3%	17,8%	8,1%	
News	572	Nachrichten	614	145	759	6,6%	2,2%	4,9%	
Information	2 286	Information	2 037	701	2 738	26,2%	10,5%	17,8%	
Arts/Humanities/Sciences	309	Kunst/Kultur/Wissenschaft	393	86	479	3,5%	4,5%	3,1%	
Education	82	Bildung	109	65	174	0,9%	1,2%	1,1%	
Religion	31	Religion	44	120	164	0,4%	0,5%	1,1%	
Others	17	Sonstige	0	0	0	0,2%	0,0%	0,0%	
Presentation/Promotion	344	Vorschau/Eigenwerbung	329	336	665	3,9%	3,8%	4,3%	
Advertising	313	Werbung	405	209	614	3,6%	3,1%	4,0%	
Total	8 732	Summe	8 737	6 667	15 404	100,0%	100,0%	100,0%	

↗ HRT/UER-EBU

Ventilation par genre
des programmes de HRT-1Breakdown by genre of
HRT-1 programme outputG.1.HR.5
Inhaltliche Aufteilung
des HRT-1-Fernsehprogramms
2005-2006

In Stunden.

Heures.



Hungary has one of Central Europe's most highly developed television markets. The penetration rate of the multi-channel services is over 65%. These services are mostly provided by cable, which was available in 55.7% of households at the end of 2006. 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, T-Kabel). In 2007, UPC's cable network in Hungary saw a decline in its number of subscribers, which totalled 696,400 at the end of March 2008.

UPC also owns UPC Direct, the country's only satellite platform, which had about 173,000 subscribers at the end of March 2008. In addition to the two existing platforms on the Hungarian market (UPC Direct and Digi TV), a third satellite operator – Hello HD – emerged in May 2008. This new package offers a choice of high-definition channels.

With the advent of private television in 1997, the audience shares of the two public channels M1 (formerly MTV1) and M2 (formerly MTV2) suffered a sharp decline. M1 subsequently succeeded in bringing about an upturn in its audience share, which peaked in 2004 at 15.5%. After dropping to 13.8%, it rose again to 14.4% in 2006 but fell back to 12.8% in 2007.

Duna TV, the third public channel, was launched as a satellite channel in 1992 and targets the Hungarian minorities living outside the country. In 2007, its market share in Hungary declined slightly to 2.1%. A second channel, Autonomia TV, was added in 2006.

Despite a drop in their trading results, the two main private channels, RTL Klub (RTL Group) and TV2 (SBS), still had the biggest audience market shares. RTL Klub maintained its lead with 26% (27.1% in 2006) against 23.1% for TV2 (25.6% in 2006). This overall decline in the audiences of the large private channels was mainly caused by the increased competition resulting from the rise in the number of special-interest channels and their operational performance. In particular, the channel Viasat3 continued to make progress, with its market share rising from 4.3% in 2006 to 5.4% in 2007.

The analogue switch-off in Hungary is planned for 2011. However, the digitalisation rate for the cable networks is very low at the moment. In July 2008, the Hungarian telecommunications regulator (NHH) allocated the digital terrestrial television licence to Antenna Hungária, and this platform should be launched before the end of the year. The licence lasts for 12 years and relates to five national television multiplexes and one

La Hongrie possède l'un des marchés de la télévision les plus développés d'Europe centrale. Le taux de pénétration des offres multichaines est supérieur à 65%. Celles-ci sont majoritairement fournies par le câble qui était présent dans 55,7 % des foyers à la fin de l'année 2006. 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). Au cours de l'année 2007, la branche câblée d'UPC en Hongrie a connu une baisse de son nombre d'abonnés. Fin mars 2008, elle totalise 696 400 abonnés.

UPC est aussi propriétaire de la plateforme satellitaire UPC Direct qui compte 173 000 abonnés fin mars 2008. Outre les deux plates-formes existantes sur le marché hongrois (UPC Direct et Digi TV), un troisième opérateur satellite a fait son apparition en mai 2008 : Hello HD. Ce nouveau bouquet offre un choix de chaînes en haute définition.

Lors de l'avènement de la télévision privée en 1997, les audiences des deux chaînes publiques M1 (ex-MTV1) et M2 (ex-MTV2) ont connu une chute brutale. La chaîne M1 a ensuite réussi son redressement, culminant en 2004 à 15,5 % de parts de marché d'audience. Après un recul à 13,8 %, elle réalise une remontée à 14,4 % en 2006, mais retombe à 12,8 % en 2007.

Duna TV, la troisième chaîne publique a fait son apparition en 1992 sur le satellite. Elle cible les minorités hongroises résidant hors du pays. En 2007, sa part de marché d'audience en Hongrie est en léger recul à 2,1 %. Une seconde chaîne, Autonomia TV, lui a été adjointe en 2006.

Malgré une baisse de leurs résultats, les deux principales chaînes privées, RTL Klub (RTL Group) et TV2 (SBS), réalisent toujours les plus fortes parts de marché d'audience. RTL Klub se maintient en tête avec 26 % (27,1 % en 2006) contre 23,1 % pour TV2 (25,6 % en 2006). Ce recul généralisé des audiences des grandes chaînes privées est principalement lié à une concurrence accrue due à l'augmentation du nombre des chaînes thématiques ainsi qu'à leurs performances. En particulier, la chaîne Viasat3 poursuit sa progression, passant de 4,3 % en 2006 à 5,4 % de parts de marché en 2007.

L'extinction du signal analogique en Hongrie est prévu pour 2011. Les réseaux câblés ne sont cependant pour le moment que très faiblement numérisés. En juillet 2008, le régulateur hongrois des télécommunications (NHH) a attribué la licence pour la diffusion de la plate-forme numérique terrestre à Antenna Hungária. Celle-ci devrait être lancée avant la fin de l'année. D'une durée de 12 ans, la licence concerne

Der ungarische Fernsehmarkt ist einer der fortschrittlichsten in ganz Mitteleuropa. Die Penetrationsrate von Multikanalangeboten liegt bei über 65 %. Die Verbreitung erfolgt im Wesentlichen über Kabel, an das 55,7 % der Haushalte Ende 2006 angeschlossen war. Der Sektor setzt sich aus einer Vielzahl lokaler und regionaler Kabelnetzbetreiber (über 400) und einigen größeren Betreibern zusammen (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). 2007 ging die Zahl der Kabelabonnenten von UPC in Ungarn zurück und lag Ende März 2008 bei insgesamt 649 400.

UPC ist auch im Besitz von UPC Direct, der einzigen Satellitenplattform des Landes, die Ende März 2008 173 000 Abonnenten hatte. Neben den beiden vorhandenen Plattformen auf dem ungarischen Markt (UPC Direct und Digi TV) gibt es seit Mai 2008 einen dritten Satellitenbetreiber: Hello HD. Das neue Bouquet bietet eine Auswahl an hochauflösend ausgestrahlten Sendern.

Als 1997 die ersten privaten Fernsehsender gegründet wurden, stürzten die Einschaltquoten der beiden öffentlich-rechtlichen Sender M1 (vormals MTV1) und M2 (vormals MTV2) regelrecht ab. Das erste Programm, M1, konnte sich erholen und erzielte 2004 wieder einen Zuschaueranteil von 15,5 %. Nach einem erneuten Rückgang auf 13,8 % erreichte es 2006 einen Marktanteil von 14,4 %. 2007 fiel es allerdings auf 12,8 % zurück.

Duna TV, der dritte öffentlich-rechtliche Sender, wird seit 1992 über Satellit verbreitet. Er richtet sich an die ungarischen Minderheiten im Ausland. In Ungarn ging sein Zuschauermarktanteil 2007 leicht zurück auf 2,1 %. Ein zweiter Kanal, Autonomia TV, kam 2006 hinzu.

Trotz rückläufiger Ergebnisse entfielen auf die beiden führenden Privatsender, RTL Klub (RTL Group) und TV2 (SBS), weiterhin die größten Zuschauermarktanteile. RTL Klub bleibt an der Spitze mit 26 % (27,1 % 2006), TV2 kam auf 23,1 % (25,6 % 2006). Dieser allgemeine Rückgang bei den Zuschauerzahlen der großen Privatsender lässt sich im Wesentlichen auf die stärkere Konkurrenz durch die steigende Zahl der Spartenkanäle sowie deren wachsende Erfolge zurückführen. Insbesondere der Sender Viasat3 verbesserte sich weiter und erzielte 2007 einen Marktanteil von 5,4 % (nach 4,3 % 2006).

Die Abschaltung der analogen Signale ist in Ungarn für 2011 geplant. Die Kabelnetze sind allerdings derzeit noch kaum digitalisiert. Im Juli 2008 vergab die zuständige ungarische Kommunikationsbehörde (NHH) die Lizenz für die Ausstrahlung der digitalen terrestrischen Plattform an Antenna Hungária. Sie

radio multiplex, three of which will be available immediately and the others after the analogue switch-off. The licence also provides for the possibility of operating a mobile television service (DVB-H) on the third multiplex.

In June 2007, the Hungarian parliament passed a law on the rules applicable to broadcasting and the digital switchover. This law creates the legal framework essential for the introduction of digital terrestrial television services. In particular, it draws a clear distinction between the regulation of content and that of broadcasting. This reform also involves the transfer of certain regulatory powers from the authority responsible for regulating radio and television (ORTT) to the communications regulator (NHH).

The IPTV sector is rapidly expanding. The main providers of ADSL television are T-Online, a subsidiary of the national telecoms operator Magyar Telekom, and TVNet.

Finally, in the first six months of 2007 Antenna Hungária and T-Mobile Hungary conducted tests of mobile television (DVB-H). At the same time, Antenna Hungária and Vodafone announced their intention to co-operate on trialling and launching mobile television services (DVB-H).

➔ Országos Rádió és Televízió Testület - ORTT: <http://www.ortt.hu>
Nemzeti Hírközlési Hatóság (National Communications Authority - NHH): <http://www.nhh.hu>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Hungarian Advertising Association - MRSZ: <http://www.mrsz.hu>

cinq multiplexes nationaux de télévision ainsi qu'un multiplexe de radio, dont trois seront disponibles immédiatement, et les autres après extinction de l'analogique. La licence prévoit en outre la possibilité d'opérer un service de télévision mobile (DVB-H) sur le troisième multiplexe.

En juin 2007, le Parlement hongrois a adopté une loi relative aux règles applicables à la radiodiffusion et au passage au numérique. La loi crée le cadre juridique indispensable à la mise en place des services de télévision numérique terrestre. Elle établit notamment une nette distinction entre la régulation des contenus et celle de la radiodiffusion. Cette réforme implique également le transfert de certaines compétences réglementaires de l'autorité de régulation de l'audiovisuel (ORTT) à l'autorité de régulation des communications (NHH).

Le secteur de l'IPTV est en plein développement. Les principaux fournisseurs de services de télévision par ADSL sont T-Online, filiale de l'opérateur télécoms national Magyar Telekom, et TVNet.

Enfin, au cours du premier semestre 2007, Antenna Hungária et T-Mobile Hungary ont conduit des tests de télévision mobile (DVB-H). Parallèlement, Antenna Hungária et Vodafone ont annoncé leur coopération pour l'expérimentation puis le lancement de services de télévision mobile (DVB-H).

➔ Országos Rádió és Televízió Testület (Autorité de régulation de l'audiovisuel - ORTT) <http://www.ortt.hu>
Nemzeti Hírközlési Hatóság (Autorité nationale de régulation des communications- NHH) : <http://www.nhh.hu>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Association hongroise de la publicité, MRSZ : <http://www.mrsz.hu>

dürfte vor Ende des Jahres gestartet werden. Die Lizenz läuft über 12 Jahre und betrifft fünf landesweite Multiplexe für das Fernsehen und einen für den Hörfunk, von denen drei sofort verfügbar sein werden, die anderen nach der Abschaltung der analogen Signale. Die Lizenz sieht außerdem die Möglichkeit für den Betrieb eines mobilen Fernsehdienstes (DVB-H) auf dem dritten Multiplex vor.

Im Juni 2007 hat das ungarische Parlament ein Gesetz über Regelungen für die Rundfunkausstrahlung und die digitale Umstellung verabschiedet. Das Gesetz schafft den Rechtsrahmen, der für die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens notwendig ist, und führt insbesondere eine klare Trennung zwischen Inhalts- und Übertragungsregulierung ein. Diese Reform beinhaltet auch die Verlagerung bestimmter Regulierungsaufgaben von der Regulierungsbehörde für den audiovisuellen Bereich (ORTT) zur Nationalen Kommunikationsbehörde (NHH).

Der IPTV-Sektor befindet sich mitten in der Entwicklung. Die wichtigsten Anbieter von DSL-Fernsehdiensten sind T-Online, Tochter des nationalen Telekombetreibers Magyar Telekom, und TVNet.

Im ersten Halbjahr 2007 haben Antenna Hungária und T-Mobile Hungary Tests zum mobilen Fernsehen (DVB-H) durchgeführt. Gleichzeitig haben Antenna Hungária und Vodafone ihre Zusammenarbeit für die Testphase und den daran anschließenden Start mobiler Fernsehdienste (DVB-H) angekündigt.

➔ Országos Rádió és Televízió Testület, ORTT: <http://www.ortt.hu>
Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH, Nationale Kommunikationsbehörde): <http://www.nhh.hu>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Ungarischer Werbeverband, MRSZ: www.mrsz.hu

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	10 090
Households	Ménages	Haushalte	-	4 001
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,0%	3 881
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	54,1%	2 165
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	1,5%	62
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	16,5%	660
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	12,0%	480
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,1%	6
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	2,0%	80
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	15,7%	628
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	50,6%	2 024
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	34,1%	1 365
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	600		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	1	2	3	
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	4	29	33	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	470	470	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	6	0	6	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	28	24	
Total	Total	Gesamt	11	529	540	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	0	37	37	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital	Cable UPC	Satellite UPC Direkt (Full offer)	IPTV T-Home (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		3	5	5	5
Generalist - foreign		~	7	10	3
Adults		~	2	3	5
Children		~	5	12	3
Film		~	11	12	4
Culture/Documentary/Education		~	9	13	9
Entertainment/TV Fiction		~	11	15	6
Cultural minorities		~			
Home shopping		~			
News/Business		~	11	7	6
International channels		~	5	2	2
Leisure/travel		~	1		1
Lifestyle		~	3	4	2
Music		~	4	8	7
Parliamentary		~			
Regional/Local		~	6	9	1
Religion		~	1		
Sports		~	8	11	8
Various		~			

Operating revenues
of television companies
in Hungary

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
en Hongrie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
in Ungarn

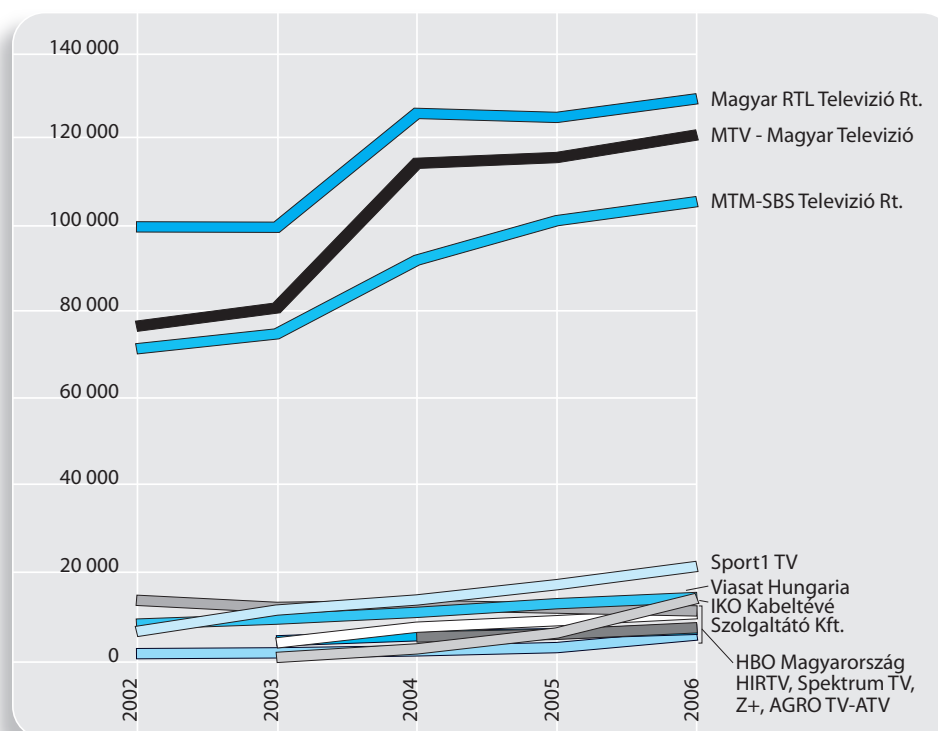
In Tausend EUR.

T.1.HU.1
G.1.HU.1
2002-2006

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2002	2003	2004	2005	2006	
Magyar RTL Televízió Rt.	adtv	RTL	99 517	99 426	125 642	124 720	129 015
MTV - Magyar Televízió	sptv	TV1, M2	76 634	80 837	114 144	115 482	120 692
MTM-SBS Televízió Rt.	adtv	TV-2	71 439	74 872	91 842	100 947	105 335
Sport1 TV	thtv	Sport TV	6 353	11 282	13 606	17 134	21 341
Viasat Hungaria	adtv	Viasat 3	8 049	~	10 756	12 755	14 182
IKO Kábel-tévé Szolgáltató Kft.	thtv	DoQ	-	381	2 342	6 007	13 985
HBO Magyarország	paytv	HBO	13 538	11 902	12 379	11 734	11 086
HIRTV	thtv	Hir TV	-	3 727	7 339	8 838	10 456
Spektrum TV	thtv	Spektrum TV	-	-	5 088	5 698	7 216
Z+	thtv	VIVA	-	4 198	5 366	5 851	6 856
AGRO TV-ATV	thtv	Magyar ATV	1 252	1 433	1 889	2 644	5 542
Iko Produktion Media	thtv	Sport+, Film+	9 204	15 721	14 104	7 956	5 083
Humor1 TV	thtv	Humor TV	-	-	1 852	3 766	4 291
Filmmuzeum	pay-tv	Filmmuzeum	1 444	1 989	2 545	2 964	2 941
TV Paprika	thtv	TV Paprika	-	-	12	1 166	2 837
Hálózatos Televíziók	thtv	Halozat / HTV	~	~	1 254	1 464	2 275
Duna Televízió	sptv	Duna TV	1 250	1 523	2 109	1 938	1 767
Budapest Televízió	rtv	Budapest TV	~	~	731	739	946
Pax Televízió	thtv	PAX TV	-	-	446	483	647
Sanoma Digital Media Közép	thtv	Story TV 4	-	-	-	20	~
Echo Hungaria TV	thtv	Echo TV	-	-	-	18	~
Vital TV	thtv	VITAL TV	-	-	-	2	~
Minimax M ⁽¹⁾	thtv	Minimax ⁽¹⁾	2 522	2 268	-	-	-

(1) The company was transferred
to the Czech Republic in 2004.Historical series have been reviewed on
the basis of the GAAP account framework.(1) L'entreprise a été transférée en
République tchèque en 2004.Les données historiques ont été revues
sur la base du cadre comptable GAAP.(1) Das Unternehmen wurde 2004 in
die Tschechische Republik verlagert.Die historischen Datenserien wurden auf der
Grundlage der Rechnungslegungsgrundsätze
GAAP überprüft.

➔ OBS



Financial situation
of television companies
in Hungary

EUR thousand.

Situation financière des
entreprises de télévision
en Hongrie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Ungarn

In Tausend EUR.

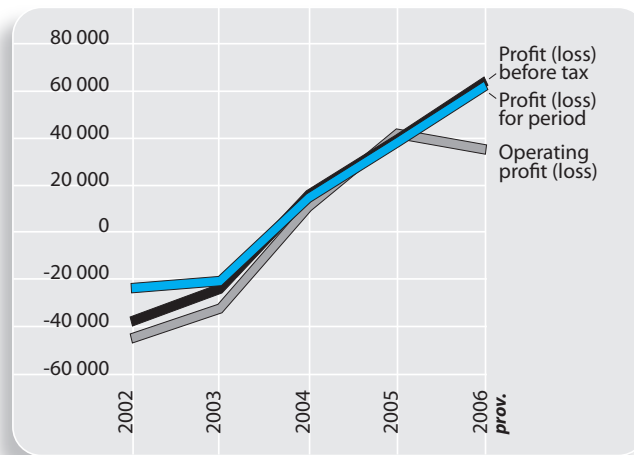
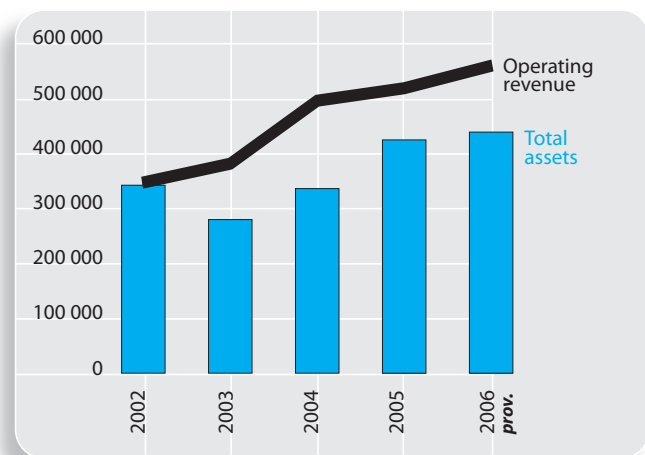
T.1.HU.2
G.1.HU.2
2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006 prov.
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	14	14	18	21	21
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	284 694	232 616	279 543	353 363	365 143
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	288 880	317 304	412 717	431 587	465 586
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-45 280	-32 594	10 536	41 515	34 838
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-38 082	-24 199	15 661	39 100	63 850
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-23 949	-20 936	14 332	37 890	62 036
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	27	3	22	24	35
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-15,7	-10,3	2,6	9,6	6,2
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-13,2	-7,6	3,8	9,1	12,4
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-13,4	-10,4	5,6	11,1	10,2

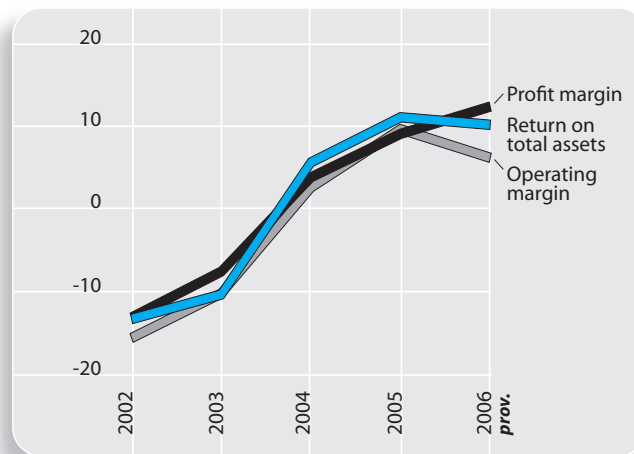
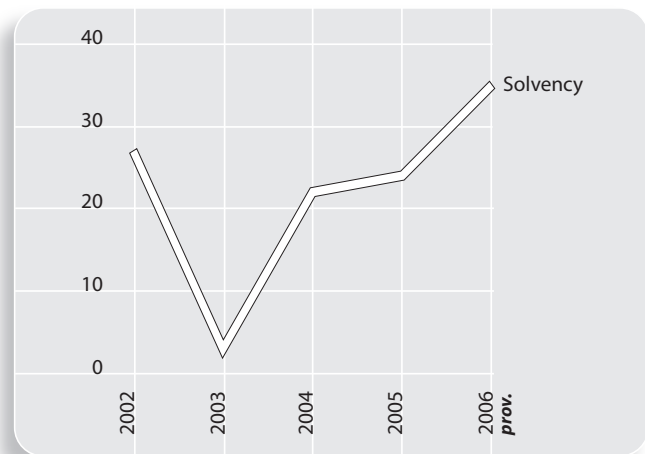
Historical series have been reviewed on
the basis of the GAAP account framework.Les données historiques ont été revues
sur la base du cadre comptable GAAP.Die historischen Datenserien wurden auf der
Grundlage der Rechnungslegungsgrundsätze
GAAP überprüft.

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.HU.3
G.1.HU.3

2003-2007

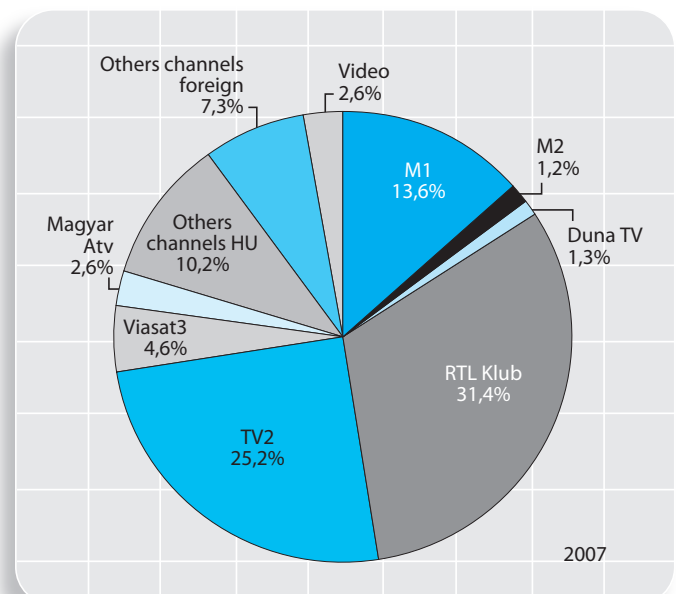
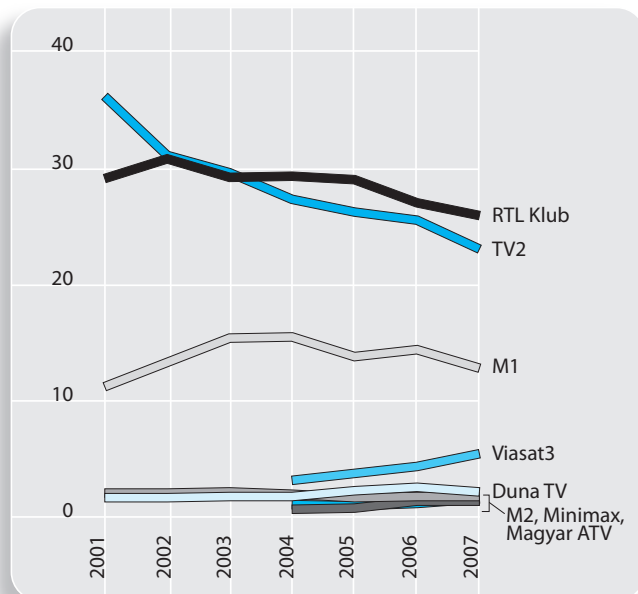
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-23:00) Heures de grande écoute (19h-23h) Primetime (19-23 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
M1 (ex-MTV 1)	15,4	15,5	13,8	14,4	12,8	17,1	14,5	14,5	13,6
M2 (ex-MTV 2)	2,1	1,9	1,6	1,7	1,7	1,2	1,0	1,1	1,2
Duna TV	1,7	1,7	2,2	2,5	2,1	1,4	2,0	1,8	1,3
RTL Klub	29,3	29,4	29,1	27,1	26,0	33,5	33,8	31,2	31,4
TV2	29,7	27,4	26,3	25,6	23,1	27,8	27,8	27,9	25,2
Viasat3	-	3,1	3,7	4,3	5,4	3,0	3,3	3,9	4,6
Magyar ATV ⁽¹⁾	-	0,6	0,7	1,3	1,3	1,3	1,3	2,5	2,6
Minimax	-	1,0	0,9	1,1	1,5	0,3	0,4	0,5	0,6
Cartoon Network	-	-	0,3	0,9	1,4	-	0,2	0,4	0,6
F+	-	0,1	0,9	0,9	1,4	0,1	0,7	0,8	1,4
Hallmark	-	-	0,5	0,8	0,7	-	0,4	0,6	0,5
National Geographic	-	-	0,6	0,8	1,0	-	0,4	0,6	0,6
Spektrum	-	0,8	0,8	0,8	0,8	0,5	0,5	0,6	0,5
Sport1	-	0,9	1,1	0,8	0,8	0,9	1,0	0,7	0,7
Cool	-	0,1	0,8	0,7	0,8	0,1	0,8	0,9	1,0
Discovery Channel	-	-	0,5	0,7	0,8	-	0,3	0,5	0,5
Halozat	-	0,9	0,8	0,7	0,8	1,1	1,1	0,9	1,0
Viva	-	0,7	0,8	0,6	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3
Jetix (Foxkids)	-	0,3	0,5	0,5	0,6	0,1	0,3	0,2	0,3
HBO	-	0,6	0,3	0,3	0,4	0,5	0,3	0,2	0,3
Sport2	-	-	0,3	0,3	0,6	-	0,2	0,3	0,5
Club TV/Irisz	-	-	0,2	0,2	~	-	0,2	0,3	-
MTV Europe / MTV Hungary ⁽²⁾	-	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
Nickelodeon	-	0,3	0,0	-	-	0,2	0,0	-	-
AXN	-	-	-	-	0,6	-	-	-	0,5
Sport Klub	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,3
Other channels HU	-	8,5	6,7	5,9	5,8	6,1	4,6	4,3	4,2
Other channels foreign	-	2,7	2,1	2,9	4,8	2,1	1,6	2,3	3,5
Video	-	3,5	4,4	4,1	3,8	2,2	2,8	2,7	2,6
Others Autres Sonstige	21,8	-	-	-	-	-	-	-	-

(1) Magyar ATV: measured from 17:00 to 25:59.

(1) Magyar ATV : mesuré de 17:00 à 25:59.

(1) Magyar ATV: gemessen von 17.00 bis 25.59 Uhr.

Eurodata TV

(2) MTV until September 2007 - MTV Europe;
from October 2007 - MTV Hungary.(2) MTV : jusqu'en septembre 2007, MTV Europe.
A partir d'octobre 2007 : MTV Hungary.(2) MTV: bis September 2007 MTV Europe. Ab
Oktober 2007 MTV Hungary.Worldwide/
AGB NMR HUNGARYDaily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(19:00-23:00).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (19h-23h).
En %, 4 ans et +.Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Breakdown by genre of
MTV programme output

Ventilation par genre
des programmes de MTV

Inhaltliche Aufteilung
der MTV-Fernsehprogramme

T.1.HU.4
G.1.HU.4

Hours.

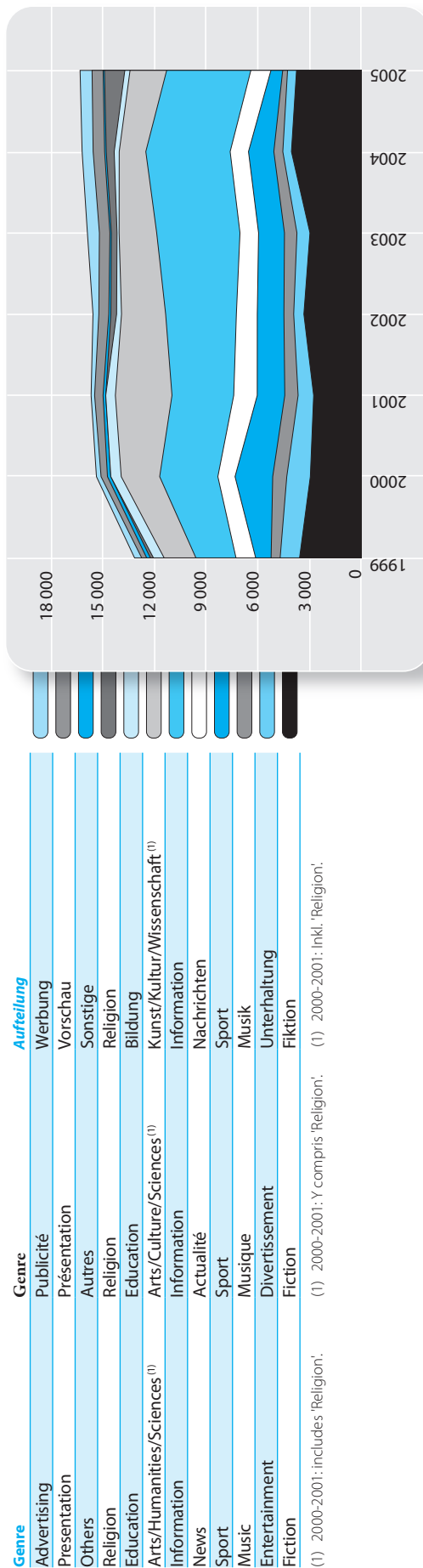
Heures.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Total		M1	M2	Total	M1	M2	Total	M1	M2	Total	2006/05
	2005	2006										
Fiction	3 744	1 799	1 799	1 505	3 304	23,0%	24,6%	3,1%	24,6%	17,2%	20,6%	-11,8%
Entertainment	521	224	224	~	224	3,2%	~	~	3,1%	~	1,4%	~
Music	282	145	145	~	145	1,7%	~	~	2,0%	~	0,9%	~
Sport	682	621	621	~	621	4,2%	~	~	8,5%	~	3,9%	~
News	1 166	820	820	~	820	7,1%	~	~	11,2%	~	5,1%	~
Information	4 887	1 952	1 952	~	1 952	30,0%	~	~	26,7%	~	12,2%	~
Arts/Culture/Sciences	2 126	710	710	~	710	13,0%	~	~	9,7%	~	4,4%	~
Religion	303	173	173	~	173	1,9%	~	~	2,4%	~	1,1%	~
Education	1 181	32	32	~	32	7,2%	~	~	0,4%	~	0,2%	~
Others	79	44	44	7 238	7 282	0,5%	~	~	0,6%	82,8%	45,3%	~
Presentation	641	381	381	~	381	3,9%	~	~	5,2%	~	2,4%	~
Advertising	696	417	417	~	417	4,3%	~	~	5,7%	~	2,6%	~
Total	16 308	7 318	7 318	8 743	16 061	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-1,5%

→ MTV/UER-EBU



At the end of June 2007, the digital penetration rate was 54%, or 794,000 households. The number of households subscribing to a pay-TV service (cable/MMDS and satellite) was 1.062 million, or 73% of TV households.

The Department of Communications, Marine and Natural Resources has confirmed its desire to meet the 2012 deadline for the digital switchover proposed by the European Commission.

In March 2008, the Broadcasting Commission of Ireland (BCI) published its strategy for the granting of digital terrestrial licences. An invitation to tender was issued for the three commercial multiplexes, while the fourth multiplex was awarded to the public service broadcaster, RTÉ. In July 2008, the BCI has awarded the three national digital terrestrial television contracts for commercial multiplexes to the Boxer DTT Ltd consortium.

The European Commission investigation into the financing of the Irish public service broadcasters RTÉ and TG4, begun in March 2005, was closed, after Ireland submitted commitments in January 2008 guaranteeing precise public service remits; the explicit entrustment of new activities, independent supervision, transparency of accounts and enhanced controls. Ireland has until December to implement the new measures.

At the beginning of 2007, the network operator Arqiva and the mobile telephone operator O2 launched the first commercial personal mobile television trial in the DVB-H format, involving 350 users in the Dublin area. In June 2008, the telecommunications regulatory body, ComReg, launched a consultation on mobile television, dealing specifically with the allocation of UHF frequencies.

The British channels BBC, ITV and Sky reach a significant proportion of the Irish audience. BSkyB Ireland had 513,000 subscribers at the end of 2007, 10% more than at the end of 2006. BSkyB Ireland offers a specific information service and has an advertising window for the country.

Despite increased competition, the two public service channels, RTÉ1 and RTÉ2, continue to hold an important position in the audiovisual landscape, with an average annual market share of 37.1% in 2007. With a 12.2% market share, TV3 has returned to its position as the second most watched channel, ahead of RTÉ2, which recorded a 12.1% market share.

The new RTÉ Authority, which was appointed in 2005, has presented a five-year Strategic Corporate Plan (2006-2010) to the government. The third public service channel in Gaelic, Telefís na Gaeilge (TG4), has been operating since 1996 under the statutory aegis of RTÉ but nevertheless constitutes a separate entity

En juin 2007, le taux de pénétration du numérique atteint 54%, soit plus de 794 000 foyers. Le nombre de foyers souscrivant une offre de télévision à péage (câble/MMDS et satellite) s'élève à 1,062 million, soit 73% de tous les foyers TV.

Le ministère des Communications, de la Marine et des Ressources naturelles a affirmé son souhait de respecter la date limite pour le passage au numérique fixée à 2012 par la Commission européenne.

En mars 2008, la Broadcasting Commission of Ireland (BCI - Commission irlandaise de la radiodiffusion) a rendu public sa stratégie en matière d'octroi des licences numériques terrestres. Un appel à candidature a été publié pour les trois multiplexes commerciaux, tandis que le quatrième multiplexe a été attribué au radiodiffuseur public, RTÉ. En juillet 2008, la BCI a attribué les trois licences de multiplexes commerciaux au consortium Boxer DTT Limited.

L'enquête de la Commission européenne sur le financement des chaînes publiques RTÉ et TG4, lancée en mars 2005, a été close après la soumission par l'Irlande de ses engagements, en janvier 2008, portant sur : la garantie d'une mission précise de service public ; un mandat explicite pour les nouvelles activités ; une surveillance indépendante ; la transparence des comptes et le renforcement des contrôles. L'Irlande a jusqu'au mois de décembre pour mettre ces nouvelles mesures en œuvre.

Début 2007, l'opérateur de réseau Arqiva et l'opérateur de téléphonie mobile O2 ont lancé la première expérimentation commerciale de télévision mobile personnelle au format DVB-H. L'expérimentation concernait 350 utilisateurs dans la région de Dublin. En juin 2008, l'autorité de régulation des télécommunications, ComReg, a lancé une consultation sur la télévision mobile, portant plus spécifiquement sur l'allocation des fréquences UHF.

Les chaînes britanniques BBC, ITV et Sky, captent une part significative de l'audience irlandaise. Le nombre d'abonnés de BSkyB Ireland s'élève à 513 000 fin 2007 soit une croissance de 10 % depuis la fin 2006. BSkyB Ireland propose un service d'information spécifique et dispose d'une fenêtre publicitaire pour le pays.

Malgré une concurrence accrue, les deux chaînes publiques, RTÉ1 et RTÉ2 occupent toujours une place considérable dans le paysage audiovisuel, avec une part de marché annuelle moyenne de 37,1 % en 2006. Avec 12,2 % de parts de marché, TV3 redevient la deuxième chaîne la plus regardée devant RTÉ2 qui obtient 12,1 % de parts de marché.

Ende Juni 2007 lag die Penetrationsrate des digitalen Fernsehens bei 54 %, und damit bei über 794 000 Haushalten. 1,062 Millionen Haushalte verfügten über ein Pay-TV-Abonnement (Kabel/MMDS und Satellit), was 73 % aller Fernsehhaushalte entspricht.

Der Minister für Kommunikation bekräftigte die Absicht, den von der Europäischen Kommission auf 2012 festgesetzten Termin für die Vollendung der Umstellung auf digitale Ausstrahlung einzuhalten.

Im März 2008 hat die Rundfunkbehörde *Broadcasting Commission of Ireland (BCI)* ihre Strategie zur Vergabe der digitalen terrestrischen Lizenzen bekannt gegeben. Für die drei kommerziellen Multiplexe wurde eine Ausschreibung veröffentlicht, während der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter RTÉ den vierten Multiplex zugeteilt bekam. Im Juli 2008 hat die BCI dem Konsortium Boxer DTT Limited die drei Lizenzen für kommerzielle Multiplexe erteilt.

Die Europäische Kommission stellte die Untersuchung der Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Sender RTÉ und TG4 ein, nachdem Irland im Januar 2008 Zusagen gemacht hatte, die einen genau definierten öffentlich-rechtlichen Auftrag, ein explizites Mandat für neue Aktivitäten, eine unabhängige Aufsicht, eine transparente Buchhaltung und verbesserte Kontrollen garantieren. Irland muss die neuen Maßnahmen bis Dezember umsetzen.

Anfang 2007 haben der Netzbetreiber Arqiva und der Mobilfunkbetreiber O2 mit 350 Nutzern in Dublin den ersten kommerziellen Versuch für mobiles Fernsehen im DVB-H-Format gestartet. Ende Juni 2008 hat die Regulierungsbehörde ComReg eine Anhörung zum mobilen Fernsehen insbesondere im Hinblick auf die Vergabe der UHF-Frequenzen eingeleitet.

Auf die britischen Sender BBC, ITV und Sky entfällt ein signifikanter Teil der irischen Einschaltquoten. BSkyB Ireland, dessen Abonnentenzahl von Ende 2006 bis Ende 2007 um 10 % (auf 513 000) gestiegen ist, bietet einen speziell auf Irland zugeschnittenen Nachrichtendienst und ein entsprechendes Werbefenster an.

Trotz eines verschärften Wettbewerbs nahmen die beiden öffentlich-rechtlichen Sender RTÉ1 und RTÉ2 mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 37,1 % im Jahr 2006 weiterhin eine herausragende Position in der Fernsehlandschaft ein. TV3 eroberte mit einem Marktanteil von 12,2 % den zweiten Platz zurück und lag damit vor RTÉ2 (12,1 %).

Die neue, 2005 eingerichtete RTÉ-Behörde hat der Regierung ein neues Strategieprogramm für fünf Jahre vorgelegt (2006-2010). Das dritte öffentlich-rechtliche Programm, das auf Gälisch

under the Broadcasting Act 2001. On 1 April 2007, following a reform launched in 2005, TG4 actually became a separate legal entity from RTÉ.

On the cable market, Liberty Global controls the two main Irish cable operators, NTL and Chorus. After this consolidation, IPTV could accordingly become a highly strategic battleground between Liberty Global and Sky. Still relatively undeveloped in Ireland, internet television is a promising engine of growth, even though smaller operators such as Magnet Entertainment already offer services in this area.

A new Broadcasting Bill was adopted by the government in April 2008 and presented to the parliament on 14 May 2008. The Bill aims to update the legal framework for broadcasting in Ireland. It will consolidate all previous broadcasting legislation into one Broadcasting Act and confirms that a new broadcasting regulatory authority (the Broadcasting Authority of Ireland – BAI) will be established, replacing the existing Broadcasting Commission of Ireland (BCI) and the Broadcasting Complaints Commission (BCC). The BAI will assume responsibility for the regulation of public service broadcasters in Ireland, although the Minister will continue to retain an oversight role in respect of certain matters. If the text is approved, the BAI should be established during the first quarter of 2009. Finally, the Bill also proposes the creation of two new public service channels: one dedicated to Irish films and the other a parliamentary channel (Oireachtas).

➔ Broadcasting Commission of Ireland (BCI), <http://www.bci.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>

La nouvelle autorité de la RTÉ, nommée en 2005, a présenté au gouvernement un nouveau programme stratégique de 5 ans (2006-2010). Par ailleurs, la troisième chaîne de service public en gaélique, Telefís na Gaeilge (TG4) opère depuis 1996 sous l'égide statutaire de RTÉ tout en constituant, selon le Broadcasting Act de 2001, une entité distincte. Le 1^{er} avril 2007, suite à une réforme initiée en 2005, TG4 est véritablement devenue une entité juridique distincte de RTÉ.

Sur le marché du câble, Liberty Global contrôle les deux principaux câblo-opérateurs irlandais, NTL et Chorus. Après cette consolidation, l'IPTV pourrait devenir le terrain d'une bataille hautement stratégique entre Liberty Global et Sky. Encore relativement peu développée en Irlande, l'IPTV constitue en effet un relais de croissance intéressant, même si des opérateurs de taille plus réduite comme Magnet Entertainment proposent déjà des offres dans ce domaine.

Un nouveau projet de loi relative à la radiodiffusion a été adopté par le gouvernement en avril 2008 et transmis au Parlement le 14 mai 2008. Celui-ci vise à mettre à jour le cadre juridique de la radiodiffusion en Irlande. Il consolide toutes les lois antérieures relatives à l'audiovisuel en un seul texte et propose la création d'un régulateur unique des contenus, baptisé la *Broadcasting Authority of Ireland* (BAI - Autorité irlandaise de la radiodiffusion), qui regroupera les compétences réglementaires actuelles de la *Broadcasting Commission of Ireland* (BCI - Commission irlandaise de la radiodiffusion) et de la *Broadcasting Complaints Commission* (BCC - Commission d'examen des plaintes de la radiodiffusion). La nouvelle autorité sera responsable de la régulation des radiodiffuseurs publics en Irlande, même si le Ministère garde un rôle de supervision sur certains aspects. Si le texte est approuvé, la BAI devrait être mise en place au cours du premier trimestre 2009. Enfin, la loi propose aussi la création de deux nouvelles chaînes publiques : une chaîne dédiée au cinéma irlandais et une chaîne parlementaire (Oireachtas).

➔ Broadcasting Commission of Ireland (BCI), <http://www.bci.ie>
Commission for Communications Regulation (ComReg), <http://www.comreg.ie>
Department of Communications, Marine and Natural Resources, <http://www.dcmnr.gov.ie>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

ausgestrahlt wird, Telefís na Gaeilge (TG4), ist seit 1996 unter der satzungsmäßigen Federführung von RTÉ auf Sendung, stellt allerdings gemäß dem *Broadcasting Act* von 2001 eine eigene Anstalt dar. Am 1. April 2007 wurde der Sender im Zuge einer 2005 eingeleiteten Reform zu einer von RTÉ tatsächlich unabhängigen Einrichtung.

Im Kabelmarkt kontrolliert Liberty Global die beiden wichtigsten irischen Kabelnetzbetreiber: NTL und Chorus. Nach dieser Konsolidierung könnte ein strategischer Machtkampf zwischen Liberty Global und Sky um die marktbeherrschende Position beim IPTV entbrennen. IPTV ist in Irland noch relativ schwach entwickelt und stellt eine interessante Wachstumsschiene dar, auch wenn kleinere Betreiber wie Magnet Entertainment bereits ein entsprechendes Angebot haben.

Die Regierung hat im April 2008 einen neuen Entwurf für ein Rundfunkgesetz verabschiedet und am 14. Mai 2008 an das Parlament weitergeleitet. Damit soll der Rechtsrahmen für den Rundfunk in Irland den aktuellen Bedingungen angepasst werden. Alle bisherigen Gesetze werden darin in einem Gesetzestext zusammengefasst und es wird als einzige Regulierungsstelle für Inhalte die Gründung einer Rundfunkbehörde vorgeschlagen, der *Broadcasting Authority of Ireland* (BAI), die die bisherigen Zuständigkeiten der Rundfunkkommission (*Broadcasting Commission of Ireland*, BCI) und der Kommission für Rundfunk-Beschwerden (*Broadcasting Complaints Commission*, BCC) auf sich vereinen soll. Die neue Regulierungsbehörde wird für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter in Irland zuständig sein, doch in bestimmten Belangen wird weiterhin der Minister die Aufsicht ausüben. Wenn der Text genehmigt wird, dürfte die Rundfunkbehörde BAI Anfang 2009 eingerichtet werden. Das Gesetz schlägt außerdem die Gründung zweier neuer öffentlich-rechtlicher Sender vor: eines Senders für irische Kinofilme und eines Parlamentskanals (Oireachtas).

➔ Broadcasting Commission of Ireland (BCI): <http://www.bci.ie>
Commission for Communications Regulation (ComReg): <http://www.comreg.ie>
Department of Communications, Marine and Natural Resources: <http://www.dcmnr.gov.ie>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	4 240
Households	Ménages	Haushalte	-	1 469
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	99,3%	1 459
Cable TV households (incl. MMDS)	Foyers abonnés au câble (y compris MMDS)	Kabelhaushalte (inkl. MMDS)	39,8%	585
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	18,3%	269
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	39,5%	580
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	36,4%	535
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,8%	12
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	55,6%	816
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	56,4%	828
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	54,0%	793
Subscribers to unicast mobile TV services	Abonnés à des services TV mobiles unicast	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	20

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	3		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	3		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		3	1	4
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		0	2	2
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	6	6
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	1	1
Total	Total	Gesamt		3	10	13
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	5	6

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Cable UPC Ireland (Full offer)	Satellite Sky Digital (Full offer)	IPTV Magnet Entertainment (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		3	4	4	4
Generalist - foreign			4	14	4
Adults - Dating			3	47	2
Children - Youth			11	19	8
Film			4	28	13
Culture/Documentary/Education			11	23	11
Entertainment/TV Fiction			16	56	16
Cultural minorities		1	0	16	0
Home shopping			1	37	1
News/Business			7	23	5
International channels			1	4	0
Leisure/travel			1	14	3
Lifestyle			4	14	6
Music			16	26	4
Parliamentary			0	1	0
Regional/Local			3	12	2
Religion			1	17	0
Sports			20	36	12
Various			8	58	2

Operating revenues
of main television
companies in Ireland

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Irlande

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der
wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Irland

In Tausend EUR.

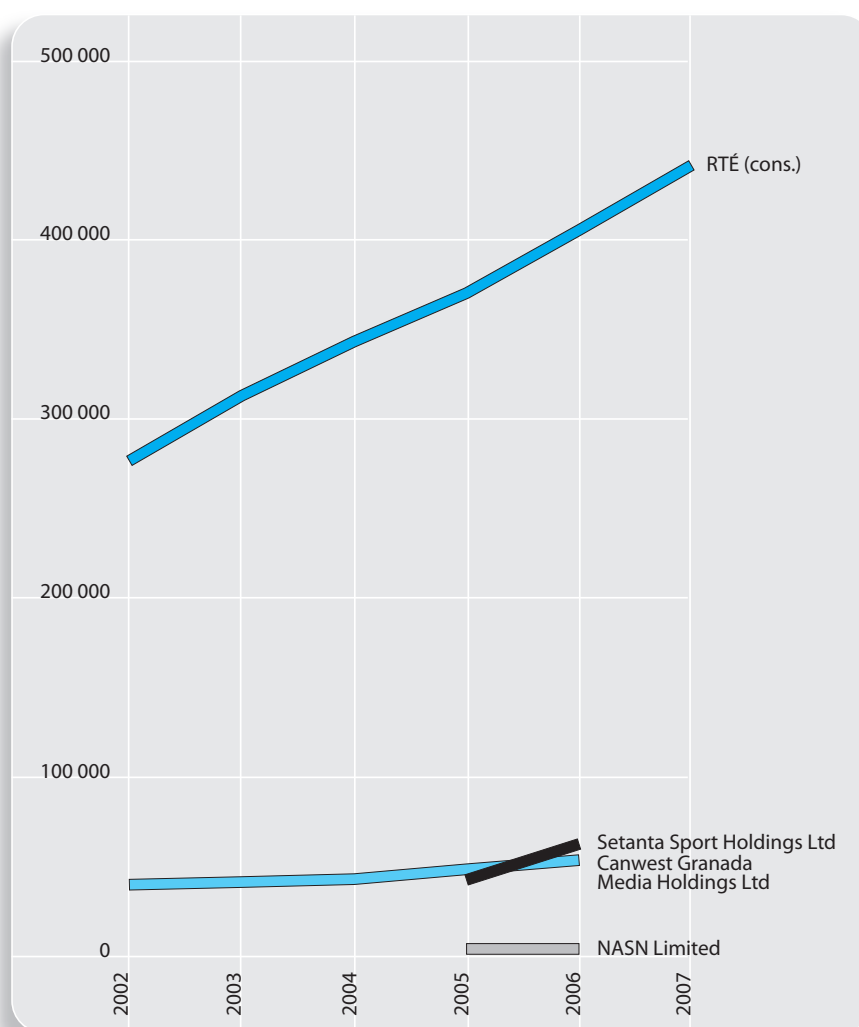
T.1.IE.1

G.1.IE.1

2003-2007

Company		Channels	2003	2004	2005	2006	2007
RTÉ (cons.)	sptv	RTÉ One, RTÉ Two, TG4, radios	312 672	342 882	369 888	405 021	441 152
Setanta Sport Holdings Ltd	thtv	Setanta Sport	~	~	42 592	62 572	~
Canwest Granada Media Holdings Ltd	adv	TV3	41 376	43 002	48 499	53 605	~
NASN Limited	thtv	NASN Europe	-	-	-	4 073	~

➔ OBS



Financial situation
of television companies
in Ireland

EUR thousand.

Situation financière
des entreprises de
télévision en Irlande

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der
Fernsehunternehmen
in Irland

In Tausend EUR.

T.1.IE.2

G.1.IE.2

2003-2006

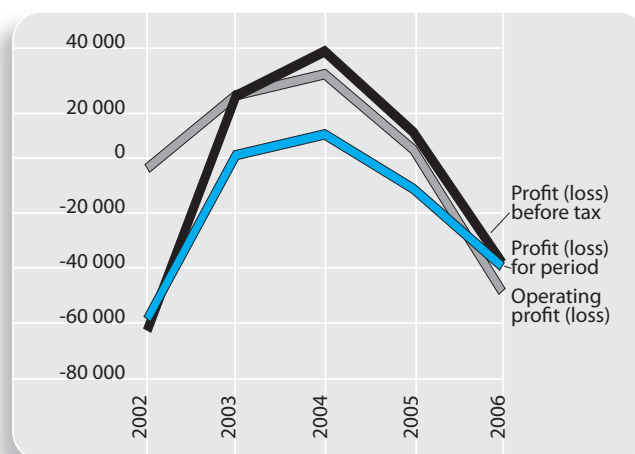
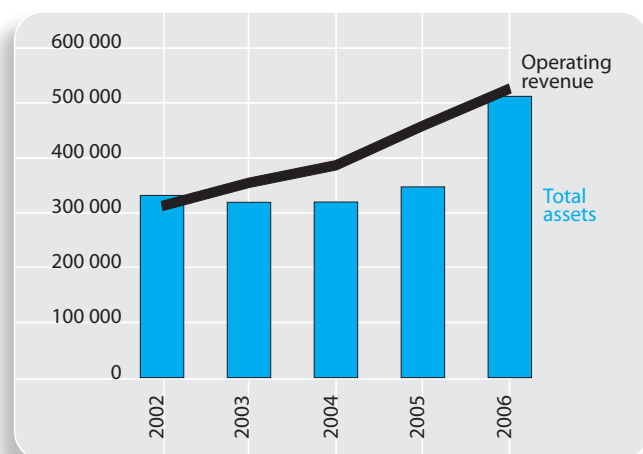
			2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	2	2	3	4
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	318 627	319 152	346 712	511 207
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	354 048	385 885	457 702	525 271
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	22 632	30 293	2 916	-48 663
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	22 375	38 581	9 216	-38 229
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	863	8 407	-11 348	-39 570
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	47	46	40	37
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	6,39	7,85	0,64	-9,26
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	14,95	26,57	6,62	-20,38
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	6,32	10,00	2,01	-7,28
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	7,02	12,09	2,66	-7,48

→ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

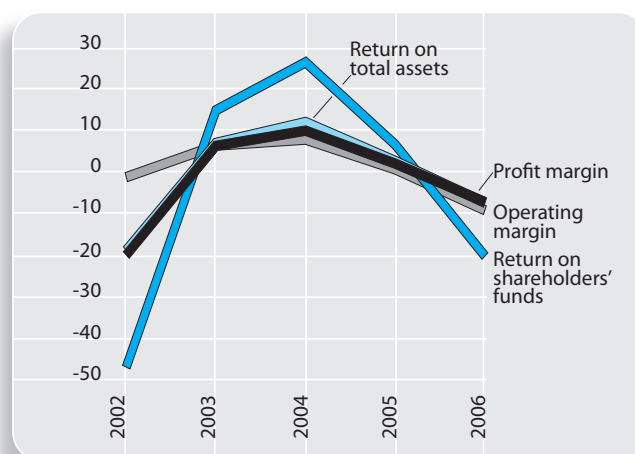
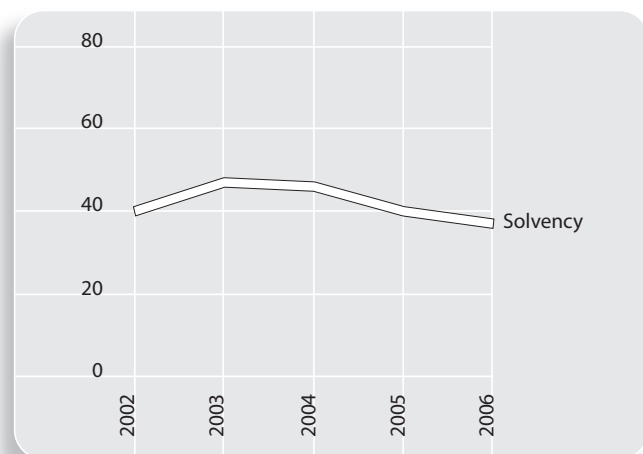
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



RTÉ financial situation

EUR thousand.

 Situation financière de la RTÉ
Milliers EUR.

Wirtschaftliche Lage von RTÉ

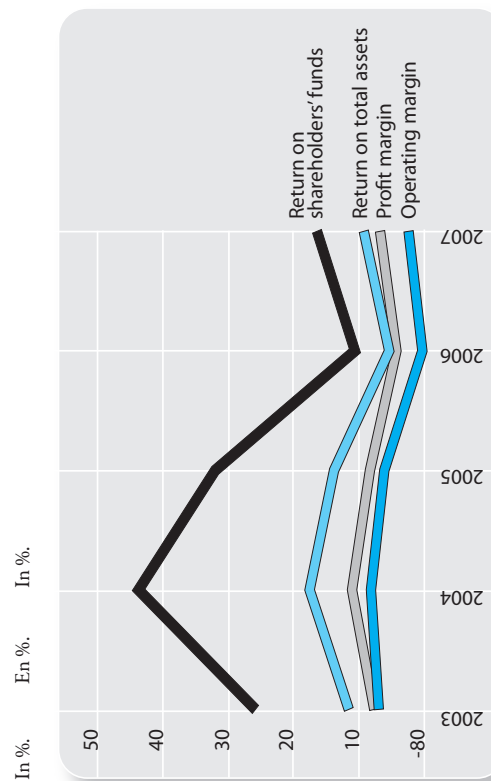
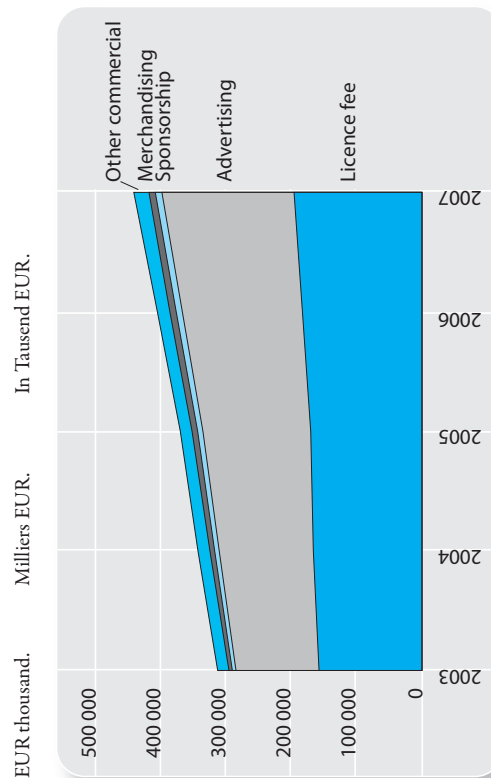
In Tausend EUR.

 T.1.IE.3
G.1.IE.3

2005-2007

	2005		2006		2007		2005		2006		2007	
Income												
Total public income	170 131	182 835	170 131	182 835	199 757	222 186	165 121	183 960	202 422	10 105	9 385	10 105
- Licence fee	170 131	182 835	170 131	182 835	199 757	222 186	165 121	183 960	202 422	10 105	9 385	10 105
Total commercial income	199 757	222 186	199 757	222 186	235 348	235 348	202 422	235 348	235 348	202 422	235 348	235 348
- Advertising	165 121	183 960	165 121	183 960	202 422	202 422	183 960	202 422	202 422	183 960	202 422	202 422
- Sponsorship	8 060	9 385	8 060	9 385	10 105	10 105	10 105	10 105	10 105	10 105	10 105	10 105
- Merchandising	8 591	9 703	8 591	9 703	9 715	9 715	9 715	9 715	9 715	9 715	9 715	9 715
- Other commercial income	17 985	19 138	17 985	19 138	23 211	23 211	23 211	23 211	23 211	23 211	23 211	23 211
Total	369 888	405 021	369 888	405 021	441 152	441 152	441 152	441 152	441 152	441 152	441 152	441 152
Expenditure												
Purchase of goods and services e	196 001	210 162	196 001	210 162	242 353	242 353	242 353	242 353	242 353	242 353	242 353	242 353
- Costs of personnel	135 528	154 233	135 528	154 233	169 615	169 615	169 615	169 615	169 615	169 615	169 615	169 615
- Depreciation	15 955	17 086	15 955	17 086	18 846	18 846	18 846	18 846	18 846	18 846	18 846	18 846
Operating expenditure	361 755	403 660	361 755	403 660	430 189	430 189	430 189	430 189	430 189	430 189	430 189	430 189
Net result	9 285	17 948	9 285	17 948	26 629	26 629	26 629	26 629	26 629	26 629	26 629	26 629
Operating margin (%)	2,20	6,05	2,20	6,05	6,05	6,05	6,05	6,05	6,05	6,05	6,05	6,05
Operating margin (%)	54,2%	52,1%	54,2%	52,1%	56,3%	56,3%	56,3%	56,3%	56,3%	56,3%	56,3%	56,3%
Operating margin (%)	37,5%	38,2%	37,5%	38,2%	39,4%	39,4%	39,4%	39,4%	39,4%	39,4%	39,4%	39,4%
Operating margin (%)	4,4%	4,2%	4,4%	4,2%	4,4%	4,4%	4,4%	4,4%	4,4%	4,4%	4,4%	4,4%
Operating margin (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Operating margin (%)	48,4%	-	48,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

→ RTE/OBS



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.IE.4

G.1.IE.4

2003-2007

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

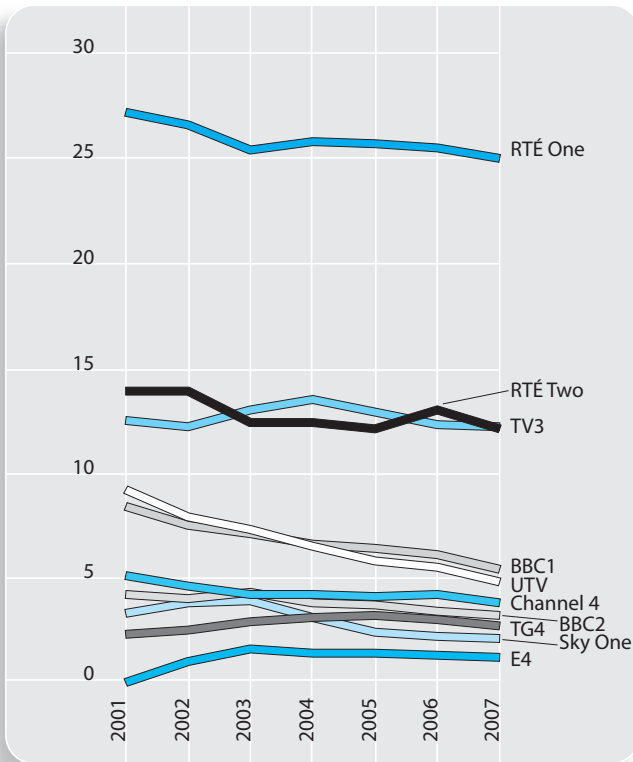
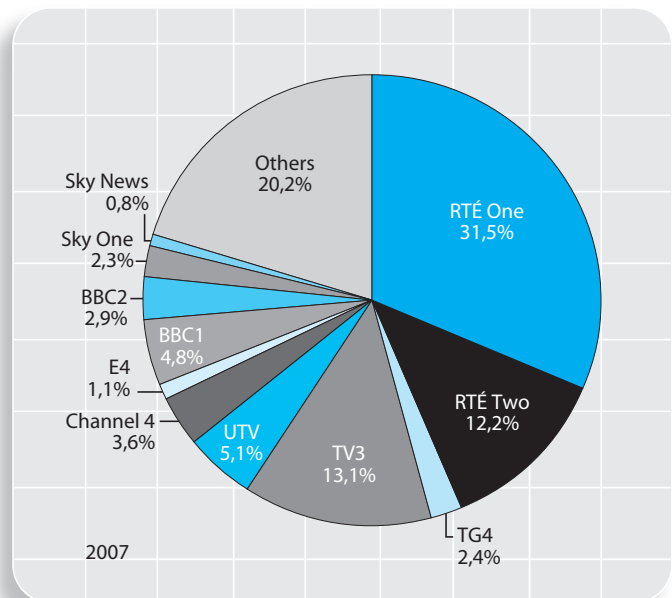
Prime time (18:00-23:29)

Heures de grande écoute (18h-23h29)

Primetime (18-23.29 Uhr)

	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
RTÉ One	25,4	25,8	25,7	25,5	25,0	31,7	32,3	32,6	32,1	31,5
RTÉ Two	12,4	12,4	12,1	13,0	12,1	11,2	11,5	11,6	12,9	12,2
TG4	2,9	3,1	3,2	3,0	2,7	2,6	2,7	2,9	2,6	2,4
TV3	13,0	13,5	12,9	12,3	12,2	13,3	13,8	13,5	12,8	13,1
UTV	7,3	6,5	5,8	5,5	4,8	8,8	6,1	6,5	6,1	5,1
Channel 4	4,2	4,2	4,1	4,2	3,8	3,8	3,9	3,7	3,8	3,6
E4	1,6	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,1	1,2	1,0	1,1
BBC1	7,1	6,6	6,4	6,1	5,4	6,5	3,2	5,8	5,5	4,8
BBC2	4,3	3,8	3,7	3,4	3,2	3,6	7,6	3,0	2,9	2,9
Sky One	3,9	3,1	2,4	2,2	2,1	3,9	3,1	2,6	2,4	2,3
Sky News	2,0	1,6	1,7	1,3	1,3	1,2	0,9	1,0	0,9	0,8
Sky Sports 1	1,3	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8
Sky Sports 2	-	0,6	0,5	0,5	0,5	-	0,6	0,5	0,5	0,5
MTV	0,8	1,3	1,1	0,9	0,9	0,7	0,9	0,7	0,6	0,6
Nickelodeon	1,4	1,3	1,1	1,2	1,0	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4
Paramount Comedy	-	-	0,5	0,6	0,7	-	-	0,5	0,6	0,6
Setanta Ireland	-	-	0,2	0,5	0,6	-	-	0,2	0,4	0,5
Channel 6	-	-	-	0,4	0,6	-	-	-	0,3	0,5
Living TV	-	-	-	0,3	1,2	-	-	-	0,2	1,1
Others	12,4	13,7	16,1	16,7	19,6	10,0	10,8	12,4	13,1	15,2

Eurodata TV Worldwide/AGB Nielsen Media Research

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(18:00-23:29).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (18h-23h29).
En %, 4 ans et +.Primetime
(18-23.29 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Breakdown by genre
of RTÉ TV programme output

Inhaltliche Aufteilung
der RTÉ-Fernsehprogramme

T.1.IE.5
G.1.IE.5

Hours.

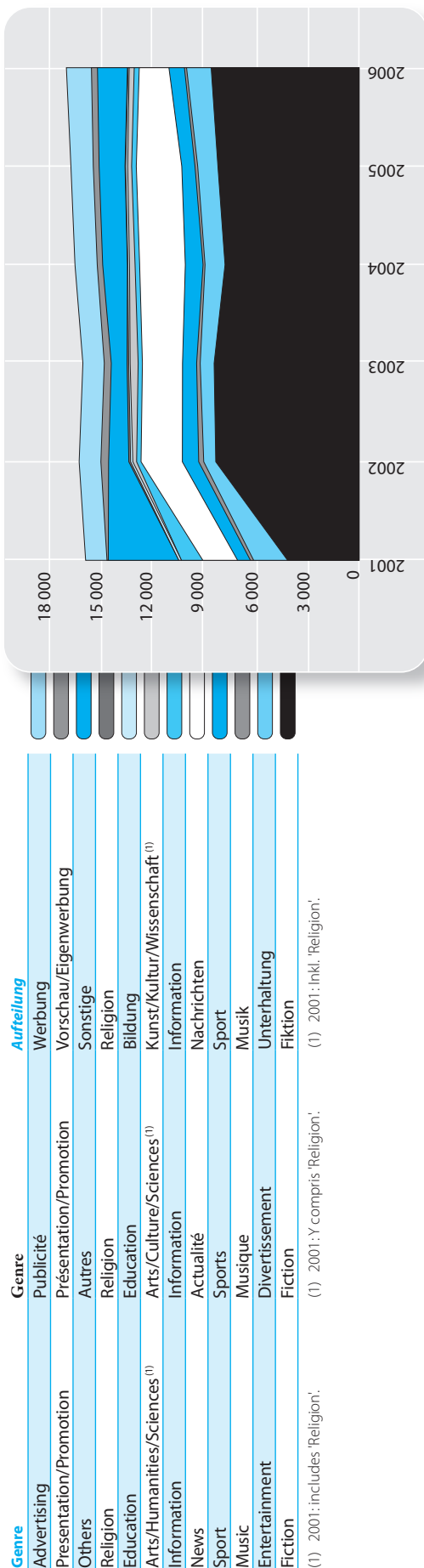
Heures.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Total		RTÉ1/2		RTÉ1		RTÉ2		RTÉ1/2		RTÉ2		RTÉ1/2		RTÉ2		RTÉ1/2	
	2005	2006	2005	2006	2006	2006	2006	2006	2005	2006	2006	2006	2005	2006	2006	2006	2006	2006
Fiction	8 188	3 695	4 884	8 579	49,0%	42,7%	8,8%	58,6%	49,0%	42,7%	8,8%	58,6%	49,0%	42,7%	8,8%	58,6%	49,0%	42,7%
Entertainment	1 173	760	669	1 429	7,0%	8,8%	0,5%	8,0%	7,0%	8,8%	0,5%	8,0%	7,0%	8,8%	0,5%	8,0%	7,0%	8,8%
Music	157	41	83	124	0,9%	0,5%	1,0%	1,0%	0,9%	0,5%	1,0%	1,0%	0,9%	0,5%	1,0%	1,0%	0,9%	0,5%
Sport	767	105	794	899	4,6%	1,2%	9,5%	5,3%	4,6%	1,2%	9,5%	5,3%	4,6%	1,2%	9,5%	5,3%	4,6%	1,2%
News	2 638	1 091	630	1 721	15,8%	12,6%	7,6%	10,1%	15,8%	12,6%	7,6%	10,1%	15,8%	12,6%	7,6%	10,1%	15,8%	12,6%
Information	272	289	2	291	1,6%	3,3%	0,0%	1,7%	1,6%	3,3%	0,0%	1,7%	1,6%	3,3%	0,0%	1,7%	1,6%	3,3%
Arts/Humanities/Sciences	230	189	103	292	1,4%	2,2%	1,2%	1,7%	1,4%	2,2%	1,2%	1,7%	1,4%	2,2%	1,2%	1,7%	1,4%	2,2%
Religion	113	64	1	65	0,7%	0,7%	0,0%	0,4%	0,7%	0,7%	0,0%	0,4%	0,7%	0,7%	0,0%	0,4%	0,7%	0,7%
Education	41	31	5	36	0,2%	0,4%	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%
Others	1 502	1 376	364	1 740	9,0%	15,9%	4,4%	10,2%	9,0%	15,9%	4,4%	10,2%	9,0%	15,9%	4,4%	10,2%	9,0%	15,9%
Presentation/Promotion	339	186	164	350	2,0%	2,2%	2,0%	2,1%	2,0%	2,2%	2,0%	2,1%	2,0%	2,2%	2,0%	2,1%	2,0%	2,2%
Advertising	1 297	821	633	1 454	7,8%	9,5%	7,6%	8,6%	7,8%	9,5%	7,6%	8,6%	7,8%	9,5%	7,6%	8,6%	7,8%	9,5%
Total	16 717	8 648	8 332	16 980	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

RTÉ/UEB - EBU



(1) 2001: includes 'Religion'. (1) 2001: incl. 'Religion'.

The Icelandic television market has greater diversity than the country's small population would lead one to expect. Currently, there are 11 domestic stations available to the local population. A plethora of non-domestic channels are also on offer to subscribers relayed via broadband cable or terrestrially, with a subscription base of up to one-third of the country's households. 7% of households have direct access to satellite TV.

The market is largely divided between the public broadcaster's channel RÚV-TV, and two private channels, Stöð 2 and Skjár 1. These three channels represent together 87% of the total viewing (ÍM Gallup, May 2006). The audience share of RÚV-TV was 44%, followed closely by Stöð 2 with 28% and Skjár 1 with 15%. Audience shares of other domestic channels are far below these. No information whatsoever is available about the viewing of foreign satellite channels.

Over the years, the audience share of RÚV has declined steadily – albeit slowly – following the increasing number of channels on offer and the diversification of audiences. Since the deregulation of broadcasting in 1986, 17 private television channels have been launched. At the time of writing, 10 of these stations are still broadcasting. Four of them can be considered as being nationwide, with a technical penetration of over 90% of the population (the pay-TV channels Stöð 2 and Sýn and the free-to-air channel Sirkus and Skjár 1). Five of the channels are owned by 365 ljósvakamiðlar ehf., the subsidiary of Dagsbrún hf. (Stöð 2, Sýn, Sirkus, Stöð 2 – bíó, and NFS). Skjár 1 and Enski boltinn (English football) are owned by Síminn hf., the former state-owned Landssími Íslands hf. (Iceland Telecom).

Stöð 2 has had almost a constant subscription base for some years of around 40,000 subscribers. Up to 20% of households subscribe to the sports channel Sýn and somewhat less to Enski boltinn, as far as can be estimated.

Dagsbrún and Síminn are by far the largest players on the pay-TV distribution market in terms of the number of subscribers and distributed channels. Dagsbrún relays a simultaneous broadcast of 46 foreign satellite TV channels via digital terrestrial transmission, using the waveband intended in the future for the third generation of GSM. Síminn and some other minor players relay foreign channels to subscribers in a digital format over broadband (xDSL). Since 2005, Dagsbrún and Síminn have also been offering their customers video on demand (VoD) via broadband.

According to the Ministry of Communications telecommunications blueprint for the years 2005-2010, 99.9% [sic] of households should have access to digital

En dépit du nombre restreint d'habitants dans le pays, le marché de la télévision islandais est beaucoup plus diversifié qu'on ne pourrait le supposer. Actuellement, la population a accès à 11 chaînes islandaises. Pléthore de chaînes étrangères, accessibles par le câble ou par voie hertzienne, sont également disponibles pour les abonnés. Au moins un tiers des foyers dans le pays sont abonnés à ces chaînes et 7 % des foyers ont un accès direct aux chaînes de télévision par satellite.

Trois chaînes de télévision se partagent le marché : la chaîne de radiodiffusion publique RÚV-TV et deux chaînes privées, Stöð 2 et Skjár 1. Ces trois chaînes représentent à elles seules 87 % de l'audience totale (ÍM Gallup, mai 2006). La part d'audience de RÚV-TV était de 44 %, suivie de près par Stöð 2 avec 28 % et Skjár 1 avec 15 %. Les parts d'audience des autres chaînes nationales sont nettement inférieures à celles de ces trois chaînes. Aucune information n'est disponible en ce qui concerne l'audience des chaînes satellitaires étrangères.

Au fil des ans, la part d'audience de RÚV a baissé progressivement – bien que lentement – en raison de l'augmentation croissante du nombre de chaînes proposées et de la diversification des publics. Depuis la déréglementation de la radiodiffusion en 1986, 17 chaînes de télévision privées ont vu le jour. Au moment où nous rédigeons ce texte, 10 de ces chaînes diffusent toujours. Quatre d'entre elles (les chaînes payantes Stöð 2 et Sýn et les chaînes gratuites Sirkus et Skjár 1) sont d'envergure nationale avec un taux de pénétration technique de plus de 90 % de la population. Cinq de ces chaînes (Stöð 2, Sýn, Sirkus, Stöð 2 Bíó et NFS) appartiennent à 365 ljósvakamiðlar ehf., la filiale de Dagsbrún hf. Les chaînes Skjár 1 et Enski boltinn (diffusion de football anglais) appartiennent à Síminn hf., l'ancien opérateur national de télécommunications Landssími Íslands hf.

Le nombre d'abonnés à Stöð 2, qui avoisine les 40 000, reste constant depuis quelques années. Au moins 20 % des foyers sont abonnés aux chaînes de sport Sýn et Enski boltinn.

Dagsbrún et Síminn sont de loin les opérateurs les plus importants sur le marché de la distribution de chaînes de télévision payantes, que ce soit en nombre d'abonnés ou en nombre de chaînes distribuées. Dagsbrún retransmet la diffusion simultanée de 46 chaînes satellitaires étrangères via une transmission numérique terrestre en utilisant la bande de fréquences prévue pour l'utilisation future de la troisième génération de GSM. Síminn et d'autres opérateurs moins importants que lui retransmettent des chaînes étrangères à leurs abonnés via une ligne xDSL. Depuis 2005, Dagsbrún et Síminn offrent également à leurs clients un service de vidéo à la demande (VoD) en bande large.

Der isländische Fernsehmarkt ist vielfältiger als es die geringe Bevölkerungszahl des Landes vermuten ließe. Derzeit gibt es 11 einheimische Kanäle, die allen Bewohnern zur Verfügung stehen. Hinzu kommt eine Fülle von ausländischen Kanälen, die über Breitbandkabel oder Antenne abonniert und empfangen werden können. Dieses Angebot wird von rund einem Drittel der isländischen Haushalte genutzt; 7 % der Haushalte haben direkten Zugriff auf Satellitenfernsehen.

Den größten Teil des Marktes teilen sich der öffentlich-rechtliche Sender RÚV-TV und zwei Privatsender, Stöð 2 und Skjár 1. Zusammen erreichen diese drei Sender eine Zuschauerquote von 87 % (ÍM Gallup, Mai 2006). Der Zuschaueranteil von RÚV-TV lag bei 44 %, dicht gefolgt von Stöð 2 mit 28 % und Skjár 1 mit 15 %. Die Zuschaueranteile der anderen einheimischen Sender liegen weit unter diesen Werten. Über die Quoten von ausländischen Satellitensendern liegen keine Zahlen vor.

Mit der zunehmenden Zahl der verfügbaren Sender und der Diversifizierung der Zielgruppen sind die Zuschaueranteile von RÚV mit den Jahren – wenn auch langsam – stetig zurückgegangen. Seit der Deregulierung des Rundfunks 1986 sind 17 private Fernsehsender gegründet worden, von denen zum gegenwärtigen Zeitpunkt zehn immer noch existieren. Mit einer technischen Durchdringung von über 90 % können vier von ihnen als landesweite Sender angesehen werden (die Pay-TV-Sender Stöð 2 und Sýn sowie die Free-TV-Sender Sirkus und Skjár 1). Fünf der Kanäle sind im Besitz von 365 ljósvakamiðlar ehf., einer Tochterfirma von Dagsbrún hf. (Stöð 2, Sýn, Sirkus, Stöð 2 – bíó und NFS). Skjár 1 und Enski boltinn (Fußball aus England) gehören Síminn hf., dem früheren Staatsunternehmen Landssími Íslands hf. (Isländische Telekom).

Stöð 2 verfügt seit einigen Jahren über eine nahezu konstante Zahl von Abonnenten (rund 40 000). Nach aktuellen Schätzungen abonnieren bis zu rund 20 % der Haushalte den Sportkanal Sýn und etwas weniger den Kanal Enski boltinn.

Was die Zahl der Abonnenten und der angebotenen Kanäle anbetrifft, so sind Dagsbrún und Síminn die mit Abstand größten Akteure auf dem isländischen Pay-TV-Markt. Dagsbrún überträgt gleichzeitig 46 ausländische Satellitenfernsehkkanäle über DVB-T und verwendet hierzu das Frequenzband, das in Zukunft für den GSM-Mobilfunk der dritten Generation vorgesehen ist. Síminn sowie einige andere kleinere Akteure übertragen ausländische Digitalprogramme über Breitband (xDSL) an Abonnenten. Seit 2005 bieten Dagsbrún und Síminn ihren Kunden auch Video-on-Demand (VoD) über Breitband an.

interactive television, terrestrially and via broadband, before the end of 2007. The shutdown of the analogue system is set for no later than 2010. The transition of households to digital television reception has proceeded at a rapid pace. Early in 2006, about one out of every two households had a digital receiver.

In 2005, the Post and Telecommunication Authority granted Dagsbrún nationwide digital terrestrial television (DTT) concessions for two DTT multiplexes. Another three multiplexes have been granted to RÚV, whereas one is intended for the use of HDTV. Late in 2005, Dagsbrún commenced the DTT simulcast of its analogue full service and some additional digital only services (eg, Stöð 2+, Sýn Extra) on the Digital Ísland platform. No decision has been announced so far by RÚV-TV as to when it will commence digital transmissions. The digital transmissions of Digital Ísland can be received in the region of the capital and in some larger towns around the country, i.e. by some 60-70% of households.

In 2005/2006, Iceland Telecom and Vodafone launched IPTV services.

In spring 2004, the government proposed a highly controversial bill to counter the increased consolidation of media companies. The Bill was enacted as law by a razor-thin margin but vetoed by the President. During the 2005/2006 legislative session, a new Media Bill was introduced. It mainly stipulates that no individual or company, or mutually dependent participants, may own more than 25% in a media company that either exceeds a threshold of one-third in terms of market share or in terms of distribution (i.e. one-third of the public daily consumption of newspapers, radio stations or television channels).

At the same time, a government Bill was introduced concerning the public broadcaster RÚV. The Bill mainly proposes that RÚV will become a public limited company under the ownership of the State, instead of a state-owned independent public institution.

► Nordicom: www.nordicom.gu.se

Le projet du ministère de la Communication relatif aux télécommunications pour les années 2005-2010, prévoit que 99,9 % [sic] des foyers auraient accès à la télévision numérique interactive, par voie hertzienne ou via le réseau câblé en bande large, avant la fin de l'année 2007. L'arrêt du système analogique est prévu pour l'année 2010 au plus tard. Le passage à la télévision numérique dans les foyers avance rapidement. Au début de l'année 2006, un foyer sur deux environ disposait d'un récepteur numérique.

En 2005, l'Autorité de régulation des postes et télécommunications a accordé à Dagsbrún les concessions de deux multiplexes DVB-T pour l'exploitation de la télévision numérique terrestre (TNT) à l'échelle nationale. Trois autres multiplexes ont été accordés à RÚV. L'un de ces trois multiplexes sera utilisé pour la télévision haute définition (TVHD). Vers la fin de l'année 2005, Dagsbrún a commencé à diffuser simultanément l'ensemble de ses programmes par voie analogique et par voie numérique, ainsi que d'autres services par voie numérique exclusivement (par ex. Stöð 2+, Sýn Extra), sur la plateforme Digital Ísland. RÚV-TV n'a pas encore annoncé de date pour le début de ses transmissions numériques. Les transmissions numériques de la plate-forme Digital Ísland peuvent être reçues dans la région proche de la capitale et dans certaines grandes villes à travers le pays, soit dans 60 à 70 % des foyers environ.

En 2005/2006, Iceland Telecom et Vodafone ont lancé des services IPTV.

Au printemps 2004, le gouvernement présentait un projet de loi très controversé pour lutter contre le nombre croissant de fusions entre les sociétés de médias. Celui-ci a été promulgué de justesse avant que le Président n'y oppose son veto. Au cours de la session législative de 2005/2006, un nouveau projet de loi sur les médias a été présenté. Il stipule notamment qu'aucun individu, aucune société ou participant interdépendant, ne peut posséder plus de 25 % d'une société de médias et ne doit pas dépasser le seuil limite fixé à un tiers, que ce soit en termes de parts de marché, ou en termes de diffusion (c'est-à-dire un tiers de l'utilisation publique des journaux, des stations de radio et des chaînes de télévision au quotidien).

Parallèlement, un projet de loi gouvernemental a été présenté au sujet du radiodiffuseur public RÚV. Le projet de loi, qui est toujours en cours de discussion, propose que RÚV devienne une société publique à responsabilité limitée sous la tutelle de l'Etat plutôt qu'une institution publique indépendante appartenant à l'Etat.

► Nordicom : www.nordicom.gu.se

Laut Telekommunikationsplanung des Ministeriums für Kommunikation für die Jahre 2005-2010 würden bis Ende 2007 99,9 % [sic!] der Haushalte Zugang zum digitalen interaktiven Fernsehen haben, über Antenne und Breitband. Die Abschaltung des Analogfernsehens soll spätestens 2010 erfolgen. Die Umstellung der Haushalte auf Digitalfernsehen schreitet schnell voran. Anfang 2006 besaß bereits ca. jeder zweite Haushalt einen Digitalreceiver.

2005 erteilte die Post- und Telekommunikationsbehörde Dagsbrún landesweite Digital-TV-Konzessionen für zwei DVB-T-Multiplexe. Drei andere Multiplexe wurden RÚV zugeteilt, während ein weiterer für HDTV vorgesehen ist. Ende 2005 begann Dagsbrún mit der parallelen digitalen Ausstrahlung (Simulcast) seines analogen Vollprogramms sowie einiger ausschließlich digital angebotener Dienste (z.B. Stöð 2+, Sýn Extra) auf der Plattform Digital Ísland. Seitens RÚV-TV gab es bislang noch keine Verlautbarung darüber, wann der Sender den digitalen Sendebetrieb aufnehmen wird. Die Digitalübertragungen von Digital Ísland können in der Region um die Hauptstadt und in einigen größeren Städten – insgesamt von 60-70 % der Haushalte – empfangen werden.

2005/2006 haben Iceland Telecom und Vodafone begonnen, IPTV-Dienste anzubieten.

Im Frühjahr 2004 legte die Regierung einen hochgradig kontroversen Gesetzesentwurf vor, um dem zunehmenden Zusammenschluss von Medienunternehmen zu begegnen. Das Gesetz wurde mit einer hauchdünnen Mehrheit verabschiedet, aber durch ein Veto des Präsidenten gekippt. Im parlamentarischen Jahr 2005/2006 wurde ein neuer Mediengesetzesentwurf eingebracht. Darin wird im Wesentlichen festgelegt, dass keine private oder juristische Person – oder gegenseitig voneinander abhängige Personen – mehr als 25 % eines Medienunternehmens besitzen darf, das in Punkto Marktanteil oder Verbreitung (d.h. tägliche Nutzung von Zeitungen bzw. Radio- und Fernsehkanälen) die Marke von einem Drittel überschreitet.

Gleichzeitig wurde von der Regierung ein Gesetzesentwurf über den öffentlich-rechtlichen Sender RÚV eingebracht. Der Entwurf, über den derzeit noch diskutiert wird, sieht vor, dass RÚV, derzeit eine unabhängige öffentliche Einrichtung im Besitz des Staates, in eine öffentliche GmbH im Besitz des Staates umgewandelt wird.

► Nordicom: www.nordicom.gu.se

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ HI

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH) Pénétration (en % des foyers) Penetration (in % der Haushalte)		In thousand En milliers In Tausend	
			01.2007	01.2007	01.2007	01.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	-	-	307
Households	Ménages	Haushalte	-	-	-	e 118
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	93,0%	93,0%	93,0%	110
Cable TV households (passed)	Foyers connectés au câble	Anschließbare Haushalte	40,0%	40,0%	40,0%	47
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	14,0%	14,0%	14,0%	12
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	11,0%	11,0%	11,0%	13
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	~	~	~	~
DTT connection (in thousands)	Foyers recevant la TNT	DVB-T Haushalte	~	~	~	~
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	57,0%	57,0%	57,0%	67
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	89,0%	89,0%	89,0%	105
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	75,0%	75,0%	75,0%	88

Packagers	Distributeurs	Anbieter	09.2007		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	4		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	0		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	0		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			
			Public	Private	Total	
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)	1	8	9	
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	0	0	0	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	2	2	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0	0	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	1	1	
Total	Total	Gesamt	1	9	10	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	0	0	0	

Operating revenues
of principal television
companies in Iceland

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Islande

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der
wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Island

In Tausend EUR.

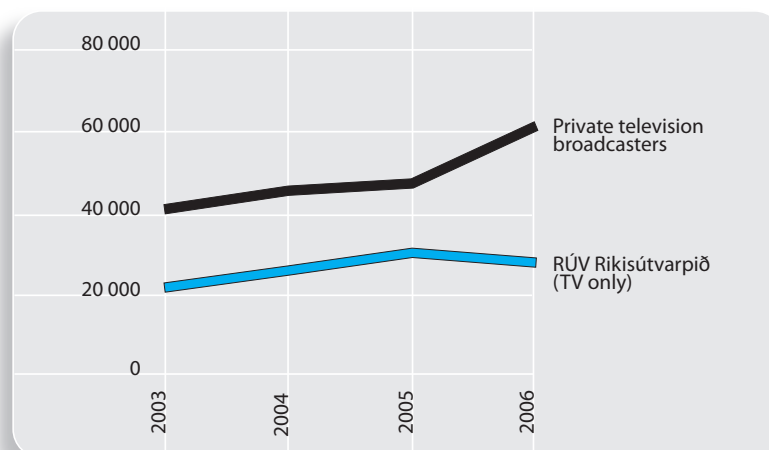
T.1.IS.1

G.1.IS.1

2003-2006

Channels	Chaînes	Dienste	2003	2004	2005	2006
RÚV Ríkisútvarpið (TV only)	RÚV Ríkisútvarpið (activités TV)	RÚV Ríkisútvarpið (nur Fernsehen)	21 944	26 118	30 462	28 067
Private television broadcasters	Télévisions privées	Priv. Fernsehunternehmen	41 143	45 683	47 462	61 524

→ Statistics Iceland



Breakdown of RÚV
television revenues

EUR thousand.

Ventilation des recettes
télévision de la RÚV

Milliers EUR.

Fernseherträge
von RÚV

In Tausend EUR.

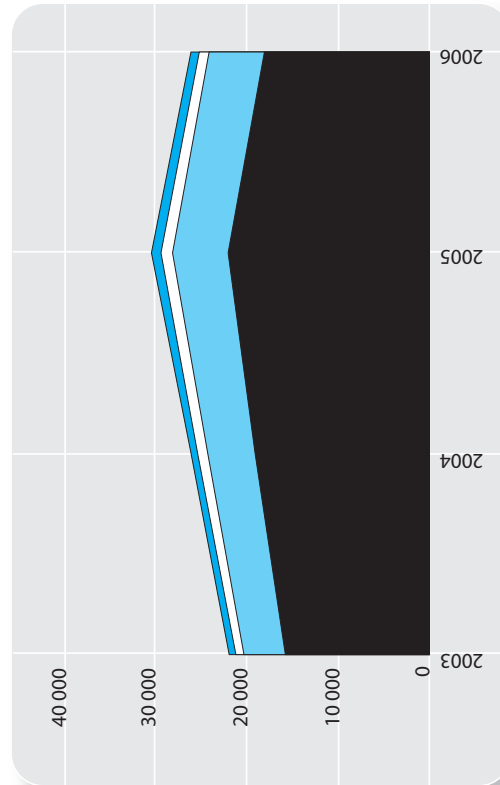
T.1.IS.2
G.1.IS.2

2003-2006

Income	Recettes	Erträge	2003	2004	2005	2006
Licence Fee	Redevance	Gebühr	15 789	19 101	22 062	18 084
Advertising	Publicité	Werbung	4 536	5 186	6 090	6 062
Sponsorship	Parrainage	Sponsoring	885	1 108	1 267	1 073
Merchandising/other	Merchandisage/Autres	Merchandising/Sonstige	734	722	1 043	913
Total revenues	Total recettes	Summe Erträge	21 944	26 117	30 462	26 133

→ RUV/HI/OBS

Income	Recettes	Erträge
Merchandising/other	Merchandisage/Autres	Merchandising/Sonstige
Sponsorship	Parrainage	Sponsoring
Advertising	Publicité	Werbung
Licence Fee	Redevance	Gebühr



TV audience market
share in Iceland

In %, 12-80 years.

Parts de marché
d'audience TV en Islande

En %, 12-80 ans.

Marktanteile der
Fernsehdienste in Island

In %, 12-80 Jahre.

T.1.IS.3

G.1.IS.3

2004-2007

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

	03/ 2004	04/ 2005	06/ 2005	09/ 2005	10/ 2005	03/ 2006	05/ 2006	09 /2006	10/ 2006	02/ 2007	06/ 2007
RÚV	42	35	46	43	44	39	44	39	45	44	49
Stöd 2	31	37	31	38	34	34	28	28	27	32	31
Stöd 2 - Films	-	2	7	3	2	3	2	3	~	~	~
Syn	6	6	~	~	~	~	~	~	~	~	~
Sirkus	-	-	-	-	3	5	4	5	7	4	1
Skjár 1	17	19	16	17	17	15	15	25	21	20	18
Others Autres Sonstige	4	1	0	0	0	5	7	~	~	~	~

➔ Social Science Research Institute at the University of Iceland, IM Gallup/Capacent, RÚV Ríkisútvarpið /HI

Daily share.
In %, 12-80 years.

Ensemble de la journée.
En %, 12-80 ans.

Ganztägig.
In %, 12-80 Jahre.



Breakdown by genre
of RUV TV programme output

Inhaltliche Aufteilung
des RUV-Fernsehprogramms

T.1.IS.4
G.1.IS.4

Hours.

Heures.

In Stunden.

2003-2006

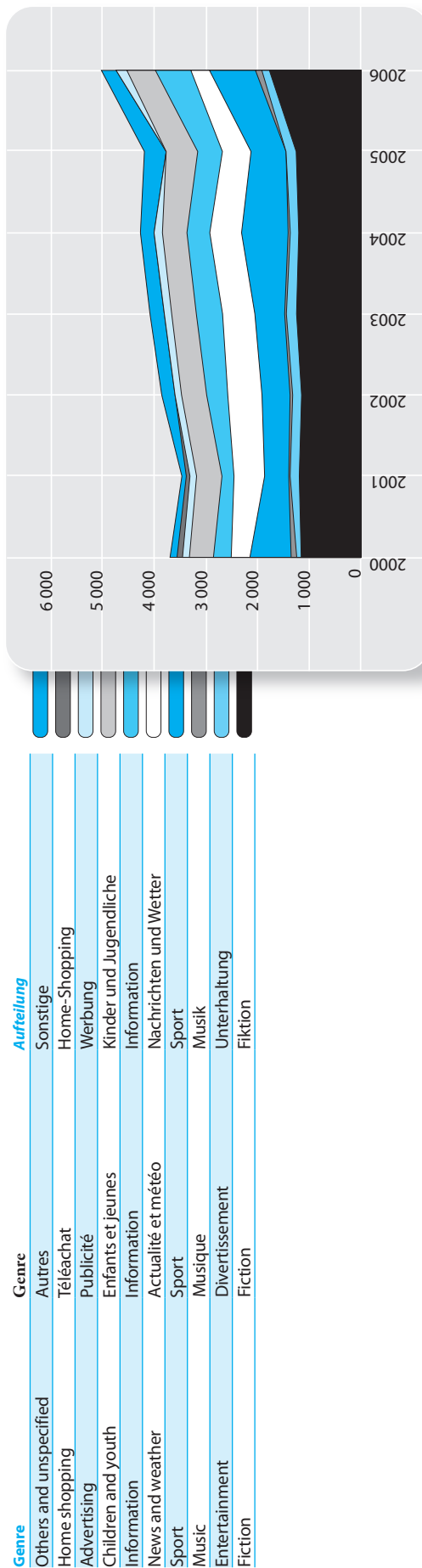
Genre	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2006/05
Fiction	1 242	1 200	1 249	1 768	32,3%	31,2%	29,8%	35,2%	32,3%	31,2%	29,8%	35,2%	41,6%
- Series and serials	654	593	~	1 088	17,0%	15,4%	~	21,7%	17,0%	15,4%	~	21,7%	~
- Feature and TV films	588	607	~	680	15,3%	15,8%	~	13,5%	15,3%	15,8%	~	13,5%	~
Entertainment	197	164	197	146	5,1%	4,3%	4,7%	2,9%	5,1%	4,3%	4,7%	2,9%	-25,9%
Music	33	41	~	123	0,9%	1,1%	N/A	2,5%	0,9%	1,1%	N/A	2,5%	~
Sport	577	902	677	890	15,0%	23,4%	16,2%	17,7%	15,0%	23,4%	16,2%	17,7%	31,5%
News and weather	625	615	554	361	16,2%	16,0%	13,2%	7,2%	16,2%	16,0%	13,2%	7,2%	-34,8%
Information ⁽¹⁾	508	443	478	686	13,2%	11,5%	11,4%	13,7%	13,2%	11,5%	11,4%	13,7%	43,5%
Children and youth	477	474	610	552	12,4%	12,3%	14,6%	11,0%	12,4%	12,3%	14,6%	11,0%	-9,5%
Advertising	142	162	~	208	3,7%	4,2%	~	4,1%	3,7%	4,2%	~	4,1%	~
Home shopping	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others and unspecified ⁽²⁾	278	264	422	285	7,2%	6,9%	10,1%	5,7%	7,2%	6,9%	10,1%	5,7%	-32,5%
Total	4 080	4 264	4 187	5 019	106,0%	110,8%	100,0%	100,0%	106,0%	110,8%	100,0%	100,0%	19,9%

(1) Includes documentaries, science, culture, religion and magazine programmes.

(2) Includes advertising in 2005.

(1) Y compris documentaires, programmation scientifique et culturelle, religion et magazines.

(2) Incl. Werbung in 2005.



In Hours.

In Stunden.

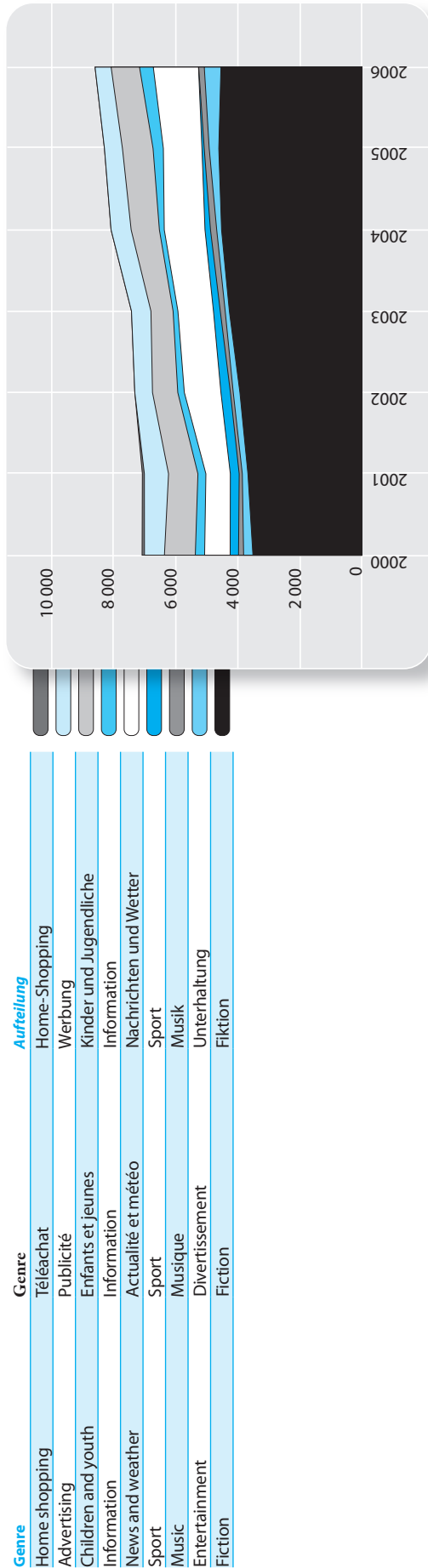
2001-2006

Genre	Genre	Aufteilung	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Fiction	Fiction	Fiktion	3 664	3 922	4 261	4 513	4 602	4 533
- Series and serials	- Séries et feuilletons	- Serien und Reihen	1 936	1 881	1 666	1 652	1 546	1 770
- Feature and TV films	- Films et téléfilms	- Spiel- und Fernsehfilme	1 728	2 040	2 595	2 860	3 056	2 763
Entertainment	Divertissement	Unterhaltung	181	214	135	156	308	536
Music	Musique	Musik	100	92	158	200	161	180
Sport	Sports	Sport	285	305	219	177	73	6
News and weather	Actualité et météo	Nachrichten / Wetterbericht	787	1 178	1 144	1 311	1 242	1 455
Information ⁽¹⁾	Information ⁽¹⁾	Information ⁽¹⁾	257	211	156	157	332	444
Children and youth	Enfants et jeunes	Kinder und Jugendliche	945	814	713	909	985	914
Advertising	Publicité	Werbung	778	569	626	646	579	517
Home shopping	Téléachat	Home shopping	65	-	-	-	-	-
Others and unspecified	Autres	Sonstige	-	-	-	-	-	-
Total	Total	Summe	7 062	7 304	7 412	8 068	8 282	8 585

(1) Includes documentaries, science, culture, religion and magazine programmes.

(1) Y compris documentaires, programmation scientifique et culturelle, religion et magazines.

↗ HI/Stöð 2



The two main Italian broadcasters, the public service broadcaster RAI and the private company RTI (Mediaset), continue to dominate the country's audiovisual landscape. In 2007, their respective channels (RAI Uno, RAI Due and RAI Tre with 41.8%, and Canale 5, Italia 1 and Rete 4 with 40.6%) still had a combined audience share of more than 80%.

The dominance of these two companies has continued despite earlier reforms of the broadcasting law. In July 2007, the European Commission sent a second letter to Italy requesting it to bring its legislation into line with the EU's regulatory framework applicable to electronic communications. The Commission was of the opinion that the Italian legislation failed to comply with the obligations laid down in the European competition rules since it introduced unjustified restrictions on the provision of broadcasting services and gave the existing analogue operators unfair advantages. The Italian government then tabled a bill to address these concerns (the "Gentiloni Bill"), which was intended to revise the "Gasparri Law" on broadcasting. One of the most controversial aspects of the "Gentiloni Bill" concerned the "digital dividend", i.e. the allocation of the frequencies freed up after the analogue switch-off. The bill provided for the allocation of a digital signal to a RAI channel and a Mediaset channel by 2009, while it was proposed to allocate the frequencies currently used by RAI Due and Rete 4 to other channels (Centro Europa 7). The Bill also addressed the reform of the structure of the advertising market, especially by laying down a dominant position threshold. However, since the fall of the Prodi government and the return of a Berlusconi government this Bill is unlikely to progress into law.

The renewal of RAI's three-year contract for the period 2007-2009 was signed in December 2006. The principal new elements were the establishment of new criteria that enable the quality of the public service offering to be measured and the rules on the protection of minors were tightened and the services for deaf or hearing-impaired or blind or sight-impaired people were improved. There was also a considerable increase in investment in European audiovisual works. A ministerial decree signed in July 2007 allocated EUR 33 million to RAI to extend the coverage of the digital terrestrial television (DTT) network in 2007. This sum will also be used for the production of new content to boost DTT.

In May 2007 Paolo Gentiloni, the Minister for Communications, presented a draft plan to reform RAI aimed at giving it greater independence from government, by transferring ownership of RAI from

Les deux principaux radiodiffuseurs italiens, – RAI du côté public et RTI (Mediaset) du côté privé –, occupent toujours une place prépondérante dans le paysage italien. En 2007, leurs chaînes respectives (RAI Uno, RAI Due, RAI Tre avec 41,8 % d'une part et Canale 5, Italia 1 et Rete 4 avec 40,6 % d'autre part) récoltent toujours plus de 80 % des parts de marché d'audience.

La domination de ces deux sociétés s'est poursuivie en dépit de précédentes réformes de la loi sur la radiodiffusion. En juillet 2007, la Commission européenne a envoyé une seconde lettre à l'Italie, lui demandant de mettre sa législation en conformité avec le cadre réglementaire de l'UE relatif aux communications électroniques. Selon la Commission, la législation italienne aurait omis de se soumettre aux obligations imposées par les règles de concurrence européennes, en présentant des restrictions injustifiées à la fourniture de services de radiodiffusion et en donnant aux opérateurs analogiques existants des avantages non équitables. Pour répondre à ces préoccupations, le gouvernement italien a alors présenté un projet de loi (le « projet Gentiloni »), destiné à réviser la « loi Gasparri » sur la radiodiffusion. L'un des aspects les plus controversés du « projet Gentiloni » concernait le « dividende numérique », c'est-à-dire les ressources en fréquences libérées par l'arrêt de la télévision analogique. Le projet prévoyait l'attribution d'un signal numérique à une chaîne RAI et à une chaîne Mediaset pour 2009, tandis qu'il était proposé d'allouer les fréquences actuellement utilisées par RAI Due et Rete 4 aux autres chaînes (Centro Europa 7). Le projet s'attaquait également à la réforme de la structure du marché publicitaire, notamment en instaurant un seuil de position dominante. Cependant, depuis la chute du gouvernement Prodi et le retour d'un gouvernement Berlusconi, ce projet est peu susceptible d'aboutir à une loi.

Le renouvellement du contrat triennal de la RAI pour la période 2007-2009 a été signé en décembre 2006. Les principales nouveautés concernaient la mise en place de nouveaux critères permettant de mesurer la qualité de l'offre de service public ainsi que la définition d'une stratégie de positionnement dans les nouveaux médias. De plus, les règles sur la protection des mineurs et les services destinés aux personnes sourdes ou malentendantes, non voyantes ou malvoyantes, ont été renforcées. En outre les investissements dans les oeuvres audiovisuelles et européennes ont bénéficié d'une importante augmentation. Par ailleurs, un décret ministériel signé en juillet 2007 a attribué 33 millions EUR à la RAI pour l'extension de la couverture du réseau numérique terrestre (TNT) en 2007. Cette somme servira aussi à la

Die beiden großen italienischen Rundfunkanstalten – die öffentlich-rechtliche RAI und das kommerzielle Unternehmen RTI (Mediaset) – dominieren die italienische Medienlandschaft weiter. Mit ihren Kanälen RAI Uno, RAI Due und RAI Tre (41,8 % Zuschaueranteil) bzw. Canale 5, Italia 1 und Rete 4 (kamen beide Unternehmen auch 2007 wieder auf über 80 % der Zuschaueranteile.

Die Dominanz dieser beiden Unternehmen ist trotz der Reformen des Fernsehgesetzes ungebrochen. Im Juli 2007 hat die Europäische Kommission Italien ein zweites Mal ermahnt, seine Rundfunkvorschriften mit dem EU-Rechtsrahmen für elektronische Kommunikation in Einklang zu bringen. Die Kommission war der Ansicht, dass die italienischen Gesetze nicht den Anforderungen der EU-Wettbewerbsregeln entsprechen, da sie die Eintrittschancen für neue TV-Anbieter auf unzulässige Weise beschränken und den bisherigen Anbietern von analogem Fernsehen ungerechtfertigte Wettbewerbsvorteile verschaffen. Daraufhin hat die italienische Regierung ein neues Mediengesetz eingebracht (das „Gentiloni“-Gesetz), das das bisherige Fernsehgesetz, das „Gasparri-Gesetz“ ablösen sollte. Einer der am heftigsten umstrittenen Abschnitte des „Gentiloni“-Gesetzes ist die „digitale Dividende“, d.h., die Zuweisung der Frequenzen, die nach der Analogabschaltung freiwerden. Der Gesetzentwurf sieht vor, dass 2009 jeweils ein digitales Signal an einen RAI- und an einen Mediaset-Sender geht. Die derzeit von RAI Due und Rete 4 genutzten Frequenzen sollen anderen Sendern zugewiesen werden (Centro Europa 7). Das Gesetz enthält auch Bestimmungen für eine Reform der Werbemarktstruktur. So legt es u.a. eine Höchstgrenze für die Werbeerböse für Sendergruppen fest. Allerdings ist es unwahrscheinlich, dass das Gesetz nach dem Sturz der Regierung Prodi und der Rückkehr Berlusconis an die Macht eine Mehrheit im Parlament finden wird.

Im Dezember 2006 wurde der Dreijahresvertrag der RAI für den Zeitraum 2007-2009 erneuert. Die wichtigsten Änderungen darin betrafen die Einführung neuer Kriterien, mit denen die Qualität des öffentlich-rechtlichen Angebots gemessen werden kann, sowie die Definition einer Strategie zur Positionierung in den Neuen Medien. Außerdem wurden die Regeln zum Schutz von Minderjährigen verschärft und die Dienste für taube oder hörbehinderte sowie blinde oder sehbehinderte Menschen ausgebaut. Darüber hinaus wurden die Investitionen in audiovisuelle und europäische Werke deutlich erhöht. Ein im Juli 2007 unterzeichnetes Ministerialdekret sprach der RAI für 2007 die Summe von 33 Mio. EUR für die Aus-

the state to a "RAI Foundation" and by changing the process for appointing the governance structures. However, with the new government in place it is not clear what will become of this proposal.

The Italian market is characterised by the relatively weak penetration of multi-channel services. This is partly due to the very underdeveloped cable television networks. The country's only satellite platform, Sky Italia, which is owned by News Corp, has, however, experienced a rapid upturn since the merger of Stream and Telepiù in 2003. The 2008 annual report claims it currently has almost 4.6 million subscribers. However, Sky Italia's near-monopoly on pay-TV has been challenged by the IPTV and DTT newcomers. The main IPTV player is e.Biscom (Fastweb), followed by the telecoms operator Telecom Italia (Alice, with 180,000 subscribers in mid 2008). Two new services from Tiscali and Wind were introduced in 2007.

The rise in the number of players that was supposed to result from the development of DTT has not really materialised. Some broadcasters have arrived on the audiovisual scene and others have strengthened their presence. For example, Telecom Italia, which controls La Sette and owns 51% of MTV Italia, has launched new DTT services. Moreover, a new channel, Sport Italia, has been launched by the Tunisian financier Tarak ben Ammar and the French broadcaster TF1. Despite these new developments, the main broadcasters RAI and RTI have maintained their predominance.

The leading terrestrial broadcaster, Mediaset, has become a major DTT pay-TV player by offering football matches and pay-per-view films using a system of prepaid cards, with "Mediaset Premium". The channels concerned can be accessed by means of a special decoder capable of reading these cards. By March 2008, Mediaset claimed to have 2.4 million customers for this service. In May 2007, Mediaset, in partnership with Telecinco, Goldman Sachs and Cyrtte, acquired a 75% stake in the Dutch production company Endemol for EUR 2.6 billion.

According to recent data (from DGTVI and GfK), 6.3 million households in August 2008, or over 25% of the total, were equipped to receive DTT. Despite the rapid rollout of DTT, the analogue switch-off date, which was initially planned for 2006 and then scheduled for 2008, has finally been put back to 2012. Switch-off is due to take place in Sardinia before the end of 2008 and in the Valle d'Aosta early in 2009.

Digital uptake has no doubt been aided by the European Commission's approval, in 2007, of the European Commission of the subsidy granted by Italy for digital

production of nouveaux contenus destinés à stimuler l'essor de la TNT.

En mai 2007, le ministre des Communications, Paolo Gentiloni, a présenté un projet de réforme de la RAI, visant à lui donner plus d'autonomie par rapport au pouvoir politique en transférant la propriété de la RAI de l'État à une « Fondation RAI » et en modifiant la procédure de désignation des structures de gouvernance. Toutefois, avec le nouveau gouvernement en place, l'avenir de cette proposition est incertain.

Le marché italien est caractérisé par une pénétration relativement faible du multi-câbles. Cela est partiellement dû au très faible développement des réseaux de télévision câblés. L'unique plate-forme satellitaire du pays, Sky Italia, détenue par News Corporation, a pourtant effectué un redressement rapide depuis la fusion de Stream et Telepiù en 2003. D'après le rapport annuel 2008, elle totaliserait actuellement presque 4,6 millions d'abonnés.

La position de quasi monopole atteinte par Sky Italia en matière de télévision à péage est cependant remise en cause par les nouveaux entrants de l'IPTV et de la TNT. Dans le domaine de l'IPTV, le principal acteur est e.Biscom (Fastweb), suivi de l'opérateur télécoms Telecom Italia (Alice, avec 180 000 abonnés comptabilisés mi-2008). Deux nouveaux services fournis par Tiscali et Wind ont été introduits en 2007.

La multiplication du nombre des acteurs qui devait résulter du développement de la TNT ne s'est pas véritablement réalisée. Certains diffuseurs ont bien fait leur apparition et d'autres ont renforcé leur présence dans le paysage audiovisuel. Par exemple, Telecom Italia, qui contrôle La Sette et détient 51% de MTV Italia, a lancé de nouveaux services sur la TNT. De plus, une nouvelle chaîne, Sport Italia, a été lancée par le financier tunisien Tarak ben Ammar et le radiodiffuseur français TF1. Malgré ces nouveautés, la place des principaux radiodiffuseurs, RAI et RTI, reste prépondérante.

Le premier radiodiffuseur terrestre, Mediaset, est devenu un acteur majeur de la télévision à péage sur la TNT en proposant, via un système de cartes prépayées appelé « Mediaset Premium », des matches de football et des films à la séance. Les chaînes à péage de la TNT sont accessibles grâce à un décodeur spécial permettant de lire ces cartes pré-payées. En mars 2008, Mediaset a déclaré comptabiliser 2,4 millions de clients pour ce service. Par ailleurs, en mai 2007, Mediaset, en partenariat avec Telecinco, Goldman Sachs et Cyrtte, a acquis 75 % de la société de production néerlandaise Endemol pour 2,6 milliards EUR.

weitung des digitalen terrestrischen Netzes (DVB-T) zu. Dieser Betrag soll auch für die Produktion neuer Inhalte zur Anknüpfung von DVB-T verwendet werden.

Der Minister für Kommunikation, Paolo Gentiloni, stellte im Mai 2007 ein Projekt zur Reform der RAI vor, das das Unternehmen unabhängiger von politischen Einflüssen machen soll. Dieses Projekt sieht vor, das öffentlich-rechtliche Fernsehen in eine „RAI-Stiftung“ umzuwandeln. Außerdem sollen die Verfahren für die Ernennung der RAI-Vorstände geändert werden. Was allerdings unter der neuen Regierung aus diesem Vorschlag wird, bleibt abzuwarten.

Eine Besonderheit des italienischen Marktes ist die relativ schwache Entwicklung von Multikanal-Plattformen. Dies lässt sich teilweise darauf zurückführen, dass es nur sehr wenige Kabelfernsehtetze gibt. Die einzige Satellitenplattform des Landes, die zu News Corporation gehörende Sky Italia, erholte sich jedoch seit der Fusion von Stream und Telepiù 2003 rasch. Die Zahl der Sky-Italia-Abonnenten ist dem Geschäftsbericht 2008 zufolge auf fast 4,6 Millionen gestiegen. Das von Sky Italia beim Bezahlfernsehen erreichte Quasimonopol wird allerdings durch die Ankunft von neuen Unternehmen in Frage gestellt, die ihre Programme über IP oder DVB-T verbreiten. Beim IPTV ist der wichtigste Anbieter e.Biscom (Fastweb), gefolgt vom Telekombetreiber Telecom Italia (Alice), mit 180 000 Abonnenten Mitte 2008. 2007 kamen zwei neue Dienste von Tiscali und Wind hinzu.

Allerdings kam es im Zuge der Entwicklung von DVB-T nicht wirklich zu der erwarteten Zunahme von Anbietern. Zwar konnten einige Unternehmen ihre Präsenz in der audiovisuellen Medienlandschaft verstärken, und es kam auch zu Neugründungen. Der Telekommunikationsbetreiber Telecom Italia etwa, der La Sette kontrolliert und 51 % der Anteile von MTV Italia hält, startete neue Dienste im DVB-T. Zudem wurde von dem tunesischen Investor Tarak ben Ammar und dem französischen privaten Rundfunkveranstalter TF1 ein neuer Sportkanal, Sport Italia, gegründet. Aber trotz dieser Entwicklungen bleiben RAI und RTI die wichtigsten Rundfunkunternehmen.

Der führende terrestrische Rundfunkanbieter, Mediaset, übernahm insbesondere beim Bezahlfernsehen im DVB-T eine herausragende Rolle, indem er über ein System von vorausbezahlten Guthabekarten und Pay-per-View Fußballspiele und Spielfilme anbot. Die Pay-TV-Sender im DVB-T sind mit einem speziellen Decoder zu empfangen, der diese Prepaid-Karten lesen kann. Im März 2008 lag die Zahl der Abonnenten bei Mediaset den Angaben des Unternehmens zufolge bei 2,4 Millionen. Im Mai 2007 übernahm

equipment. The support measure contained in the Italian Law 296/2006 of 27 December 2006, which granted an income tax allowance to consumers who purchase television sets with an integrated tuner and digital decoders during 2007, was found to be compatible with EC Treaty state aid rules. The allowance amounted to 20% of the price paid for the equipment (up to a maximum of EUR 200 per decoder) and represented a total budget measure of EUR 40 million. Italian subsidies granted in 2006 were also approved on account of their technology-neutral characteristics (among other criteria).

In the area of mobile television, the operator 3 Italia (controlled by the Hutchinson Whampoa group) launched the world's first commercial mobile TV service in the DVB-H format in June 2006. At the end of 2006, other DVB-H services were launched by Telecom Italia Media (TIM) and Vodafone. At the end of December 2007, there were over one million DVB-H subscribers in Italy, making the Italian market the most developed in Europe.

➔ AGCOM, Relazione annuale 2008: www.agcom.it
 Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 General information: www.key4biz.it
 DTT news from DGTVi: www.dgtvi.it

Selon les dernières données (de DGTVi et GfK), en août 2008, 6,3 millions de foyers étaient équipés pour recevoir la TNT, c'est-à-dire plus de 25 % du total. Malgré le déploiement rapide de la TNT, la date de l'extinction de l'analogique, initialement planifiée pour 2006 puis 2008, a finalement été reportée à 2012. Il est prévu que l'arrêt soit effectif en Sardaigne avant la fin 2008 et dans la Vallée d'Aoste début 2009.

L'intérêt pour le numérique s'est sans aucun doute développé lorsque la subvention accordée par l'Italie pour les équipements numériques a été approuvée par la Commission européenne en 2007. La mesure d'aide prévue par la loi italienne 296/2006 du 27 décembre 2006, qui accordait une déduction fiscale aux consommateurs ayant acheté, au cours de l'année 2007, des téléviseurs équipés d'un syntoniseur intégré et de décodeurs numériques, a été considérée comme compatible avec les dispositions du Traité de l'UE en matière d'aides d'Etat. Cette déduction fiscale était égale à 20 % du prix payé pour l'équipement (avec un maximum de 200 EUR par décodeur) et représentait un budget total de 40 millions EUR. Des subventions italiennes comparables, accordées en 2006, avaient également été approuvées du fait de leur neutralité technologique (critère parmi d'autres).

Dans le domaine de la télévision mobile, l'opérateur 3 Italia (contrôlé par le groupe Hutchinson Whampoa) a lancé en juin 2006 la première offre commerciale au monde de télévision vers les mobiles au format DVB-H. Fin 2006, d'autres services DVB-H ont été lancés par Telecom Italia Media (TIM) et Vodafone. A la fin décembre 2007, l'Italie comptait plus d'un million d'abonnés DVB-H, le marché italien devenant donc le plus développé en Europe.

➔ AGCOM, Relazione annuale 2008: www.agcom.it
 Aspects juridiques : Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 Informations générales : www.key4biz.it
 Actualités sur la TNT : DGTVi, www.dgtvi.it

Mediaset gemeinsam mit Telecinco, Goldman Sachs und Cyrtre für 2,6 Mrd. EUR 75 % des niederländischen Produktionsunternehmens Endemol.

Die neuesten Daten (von DGTVi und GfK) haben ergeben, dass im August 2008 bereits 6,3 Millionen Haushalte (25% aller Haushalte) mit Digitalrezipienten ausgestattet waren. Trotz der raschen Ausbreitung von DVB-T wurde die ursprünglich für 2006, dann für 2008 geplante Abschaltung des analogen Signals schließlich auf 2012 verschoben. Die Analogabschaltung soll nun in Sardinien vor Ende 2008 und im Val d'Aosta Anfang 2009 erfolgen.

Die Umstellung auf den digitalen Empfang wurde zweifellos durch die Genehmigung der Zuschüsse für die digitale Ausrüstung durch die Kommission beschleunigt.

Die im italienischen Gesetz 296/2006 vom 27. Dezember 2006 vorgesehene Maßnahme, wonach Verbraucher, die im Jahr 2007 ein Fernsehgerät mit eingebautem Tuner und Digitaldecoder erwerben, diese Anschaffung einkommensteuerermindernd geltend machen konnten, wurde als mit den Beihilferegungen des EG-Vertrags vereinbar erachtet. Die Steuererminderung betrug dabei 20 % des Kaufpreises (höchstens 200 EUR pro Decoder), und für die Beihilfemaßnahme standen insgesamt 40 Mio. EUR zur Verfügung. In einem ähnlichen Fall waren im Jahr 2006 ebenfalls Beihilfen in Italien (unter anderem) wegen ihrer Technologieneutralität genehmigt worden.

Beim mobilen Fernsehen startete der (von der Gruppe Hutchinson Whampoa kontrollierte) Betreiber 3 Italia im Juni 2006 das weltweit erste kommerzielle Angebot im DVB-H-Format. Ende 2006 wurden weitere DVB-H-Dienste von Telecom Italia Media (TIM) und Vodafone gestartet. Ende Dezember 2007 gab es in Italien mehr als eine Million DVB-H-Abonnenten. Damit ist Italien absoluter Vorreiter beim mobilen Fernsehen in Europa.

➔ AGCOM, Relazione annuale 2008: www.agcom.it
 Rechtliche Aspekte: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
 Allgemeine Informationen: www.key4biz.it
 Informationen zum DVB-T: DGTVi: www.dgtvi.it

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	59 131
Households	Ménages	Haushalte	-	23 907
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	100%	23 907
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	0,2%	50
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	~	~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	29,1%	6 950
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	18,4%	4 400
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	1,3%	299
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	24,0%	5 734
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	43,6%	10 433
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	55,7%	13 313
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	42,3%	10 122
Subscribers to unicast mobile TV services	Abonnés services TV mobile unicast	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	380
Subscribers to broadcast mobile TV services	Abonnés services TV mobile broadcast	Abonnenten Mobil-TV Broadcast	-	1 060

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	~		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	4 national (incl. 3 pay)		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	4		
DVB-H packagers	Ensembleurs DVB-H	DVB-H-Anbieter	3		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			
			Public	Private	Total	
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	7	20	27	
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	11	179	190	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	1	250	251	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0	0	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	4	32	36	
Total	Total	Gesamt	23	481	504	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	1	23	24	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital	Satellite Sky Italia	IPTV
		(PPV not included)	(Full offer)	Fastweb (PPV not included)
Generalist - national (incl. dedicated)		8	7	7
Generalist - foreign		-	6	
Adults		-		
Children		3	12	7
Film		1	14	10
Culture/Documentary/Education		2	13	8
Entertainment/TV Fiction		2	21	15
Cultural minorities			1	
Home shopping		2	8	1
News/Business		5	26	6
International channels			8	
Leisure/travel			4	2
Lifestyle			14	5
Music		1	15	9
Parliamentary		-	3	
Regional/Local		4	51	1
Religion		1	3	1
Sports		3	24	14
Various		-	41	1

Operating revenues
of TV companies
in Italy

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des entreprises de télévision
en Italie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der Fernsehunternehmen
in Italien

In Tausend EUR.

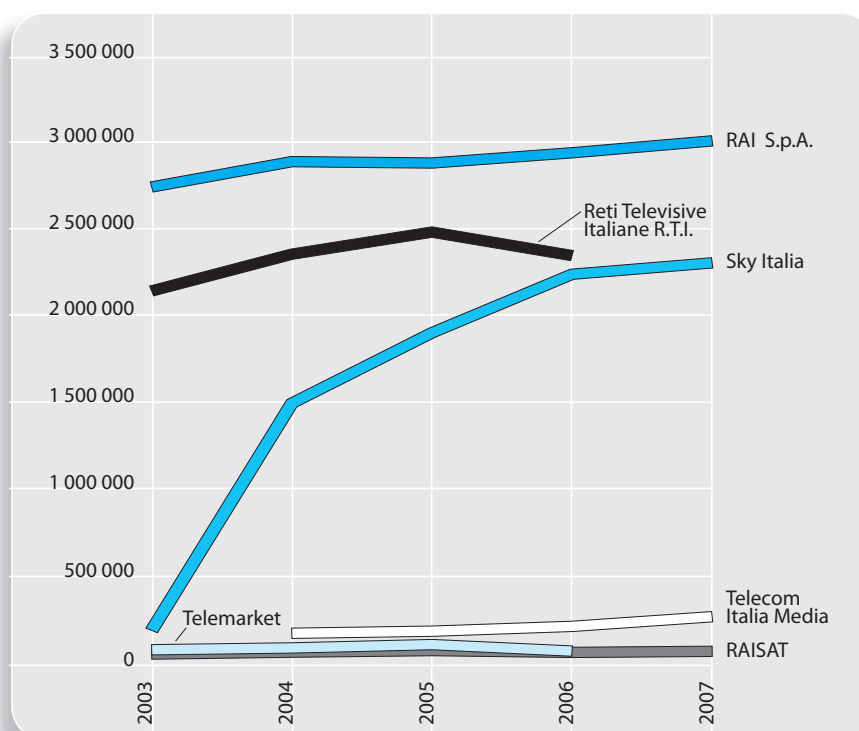
T.1.IT.1

G.1.IT.1

2004-2007

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2004 2005 2006 2007				
RAI S.p.A.	sptv	RAI 1, RAI 2, RAI 3, ...	2 882 577	2 874 672	2 933 528	3 002 143
Reti Televisive Italiane R.T.I.	adtv	Canale 5, Rete 4, Italia 1	2 349 882	2 477 067	2 341 852	~
Sky Italia e	packtv	Sky Italia	1 491 344	1 897 429	2 234 354	2 300 000
Telecom Italia Media	packtv	La 7, MTV Italia, DTT	167 800	179 800	207 500	263 100
Fox International Channels Italy	thtv	Fox TV	24 266	53 668	87 909	124 387
Telemarket	hstv	Telemarket	83 491	102 648	65 309	~
RAISAT	sptv	Raisat	59 115	68 082	57 743	63 872
Home Shopping Europe Broadcasting	hstv	Canale D (HSE)	6 581	4 105	29 767	~
(p.m.) Home Shopping Europe	hstv	Canale D (HSE)	50 761	30 224	-	-
Profit Progetti Finanziarie Televisivi	adtv	Odeon TV	27 266	28 122	~	~
Turner Broadcasting System Italia	thtv	Boing, Boomerang	17 180	21 889	25 032	~
Tele Norba	rtv	Tele Norba	27 075	20 321	23 822	~
Radio Italia	thtv	Playlist Italia, Video Italia	20 099	20 466	22 629	~
Jetix Europe	thtv	Jetix Italia	8 129	14 683	19 733	22 044
Orbit Communications Company	packtv	Orbit	36 194	37 713	21 715	~
NBC Universal Global Networks Italia s.r.l.	thtv	Studio Universal	16 920	19 258	20 448	21 398
Seasons s.r.l.	thtv	Jimmy	2 750	5 469	19 660	21 159
Prima TV	thtv	D-Free	7 278	19 951	22 183	~
Rete A	thtv	Allmusic	18 495	18 495	20 731	~
Italia 7 Gold	thtv	Italia 7	8 191	10 347	15 698	19 083
Canale Italia	thtv	Canale Italia	11 451	12 206	13 246	15 747
Rolsat s.r.l.	thtv	Galaxy TV, Rolsat, Casa Italia, ...	15 296	5 878	15 296	~
Anicaflash	thtv	Coming Soon TV	20 340	18 870	17 294	15 146

➔ OBS



Financial situation
of television companies
in Italy

EUR thousand.

Situation financière
des entreprises de télévision
en Italie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Italien

In Tausend EUR.

T.1.IT.2

G.1.IT.2

2003-2006

			2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	54	72	79	80
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	9 055 490	10 155 212	12 398 751	11 681 722
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	6 283 869	7 507 706	8 131 423	8 384 955
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-175 992	131 241	260 217	24 756
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-304 708	490 635	256 031	135 798
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-425 678	441 682	421 043	207 391
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	83	73	33	33
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	36	35	39	34
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-2,8	1,7	3,2	0,3
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-9,3	13,6	5,3	3,5
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-4,8	6,5	3,1	1,6
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-3,4	4,8	2,1	1,2

(1) Regional or local television companies not included. Population has been reviewed

(1) Télévisions régionales ou locales non incluses. La population a été revue.

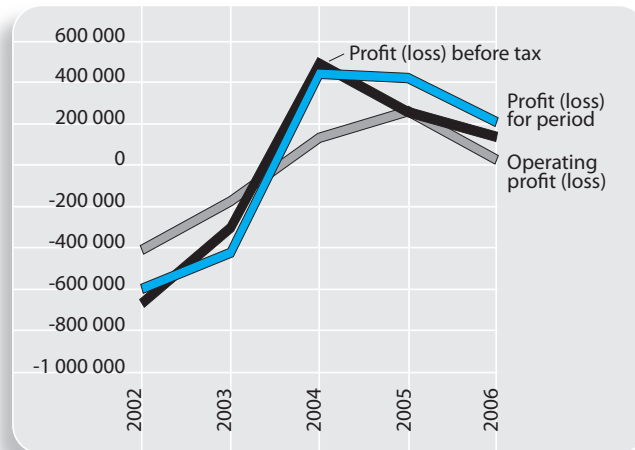
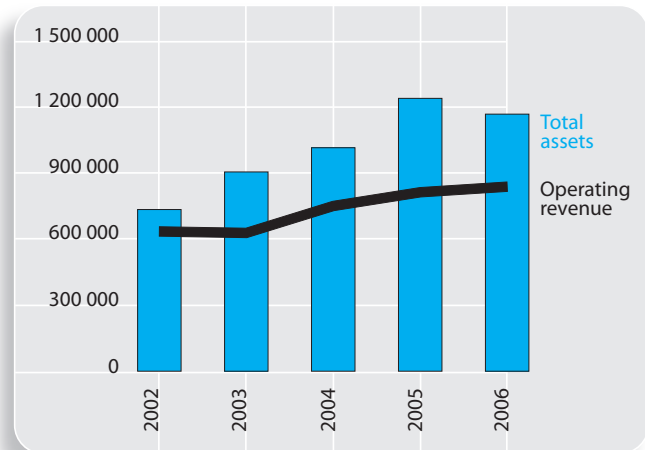
(1) Ohne regionale und lokale Sender. Die Population wurde geändert.

→ OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

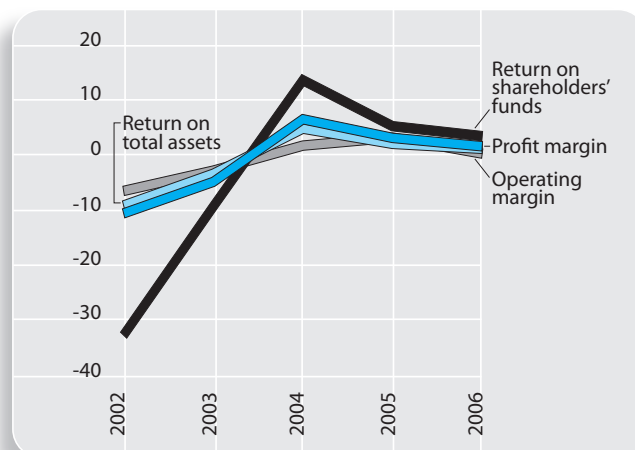
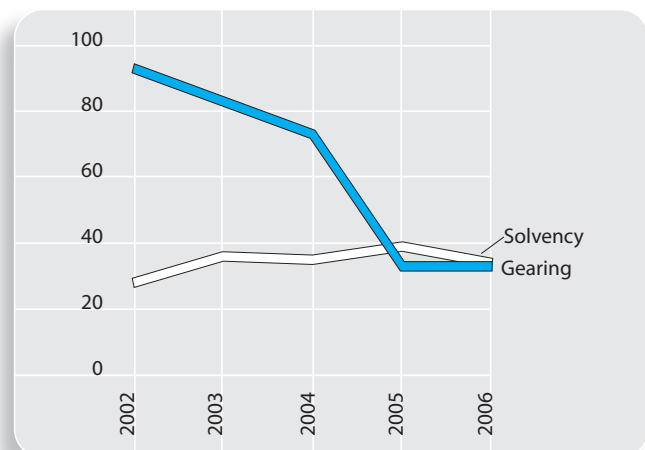
In Tausend EUR.



In %.

En %.

In %.



RAI financial situation
(consolidated)

Wirtschaftliche Lage
der RAI (konsolidiert)

T.1.IT.3

G.1.IT.3

2005-2007

Situation financière
de la RAI (consolidée)

In Tausend EUR.

Milliers EUR.

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Total public income	1 564 878	1 586 817	1 657 345	1 564 878	1 586 817	1 657 345	49,6%	49,3%	50,4%	49,6%	49,3%	50,4%	49,6%	49,3%	50,4%	4,4%	4,4%	4,4%
- Grants	4 620	5 017	4 645	4 620	5 017	4 645	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	-7,4%	-7,4%	-7,4%
- Licence fee	1 482 533	1 508 800	1 588 000	1 482 533	1 508 800	1 588 000	47,0%	46,9%	48,3%	47,0%	46,9%	48,3%	47,0%	46,9%	48,3%	5,2%	5,2%	5,2%
- Other public revenues	77 725	73 000	64 700	77 725	73 000	64 700	2,5%	2,3%	2,0%	2,5%	2,3%	2,0%	2,5%	2,3%	2,0%	-11,4%	-11,4%	-11,4%
Total commercial income	1 555 608	1 581 387	1 585 794	1 555 608	1 581 387	1 585 794	49,3%	49,2%	48,2%	49,3%	49,2%	48,2%	49,3%	49,2%	48,2%	0,3%	0,3%	0,3%
- Advertising	1 071 026	1 069 926	1 073 720	1 071 026	1 069 926	1 073 720	34,0%	33,3%	32,6%	34,0%	33,3%	32,6%	34,0%	33,3%	32,6%	0,4%	0,4%	0,4%
- Sponsorship	79 900	91 000	89 500	79 900	91 000	89 500	2,5%	2,8%	2,7%	2,5%	2,8%	2,7%	2,5%	2,8%	2,7%	-1,6%	-1,6%	-1,6%
- Programme sales	230 726	220 918	227 402	230 726	220 918	227 402	7,3%	6,9%	6,9%	7,3%	6,9%	6,9%	7,3%	6,9%	6,9%	2,9%	2,9%	2,9%
- Pay-TV	68 082	57 743	63 872	68 082	57 743	63 872	2,2%	1,8%	1,9%	2,2%	1,8%	1,9%	2,2%	1,8%	1,9%	10,6%	10,6%	10,6%
- Other commercial income	105 874	141 800	131 300	105 874	141 800	131 300	3,4%	4,4%	4,0%	3,4%	4,4%	4,0%	3,4%	4,4%	4,0%	-7,4%	-7,4%	-7,4%
Other income	32 414	49 196	47 061	32 414	49 196	47 061	1,0%	1,5%	1,4%	1,0%	1,5%	1,4%	1,0%	1,5%	1,4%	-4,3%	-4,3%	-4,3%
TOTAL	3 152 900	3 217 400	3 290 200	3 152 900	3 217 400	3 290 200	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	2,3%	2,3%	2,3%

Expenditure	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Total public income	1 564 878	1 586 817	1 657 345	1 564 878	1 586 817	1 657 345	49,6%	49,3%	50,4%
- Purchase of goods and services	1 393 900	1 554 300	1 448 300	1 393 900	1 554 300	1 448 300	46,1%	48,6%	46,1%
- Costs of personnel	971 700	979 900	1 004 400	971 700	979 900	1 004 400	32,2%	30,6%	32,0%
- Depreciation	655 100	663 100	686 800	655 100	663 100	686 800	21,7%	20,7%	21,9%
Operating expenditure	3 020 700	3 197 300	3 139 500	3 020 700	3 197 300	3 139 500	100,0%	100,0%	100,0%
Net result	22 900	-87 400	-4 900	22 900	-87 400	-4 900	1,5%	-5,4%	-0,3%
Operating margin (%)	4,2	0,6	4,6	4,2	0,6	4,6	1,5%	-0,2%	1,4%

Net result	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Net result	22 900	-87 400	-4 900	22 900	-87 400	-4 900
Operating margin (%)	4,2	0,6	4,6	4,2	0,6	4,6

EUR thousand.

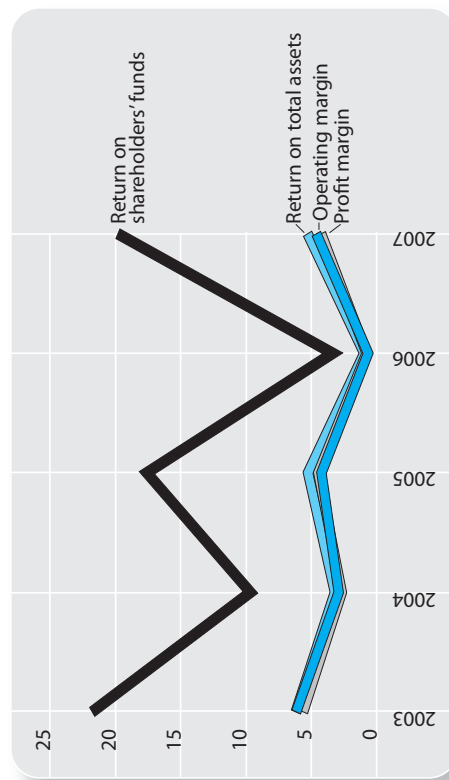
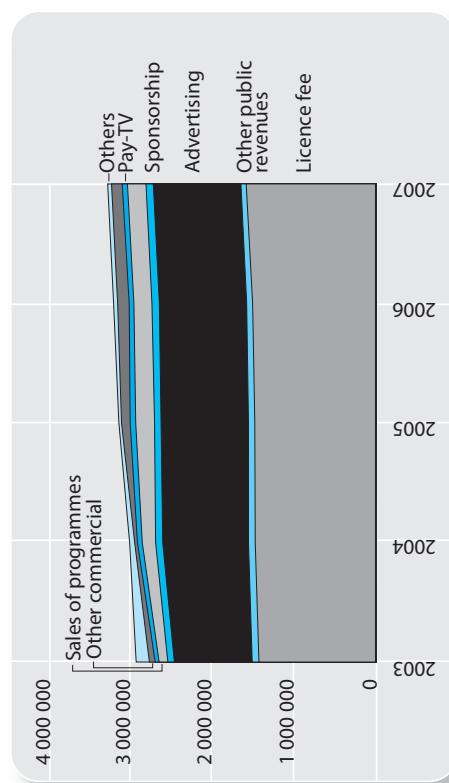
Milliers EUR.

In Tausend EUR.

In %.

En %.

In %.



Observatory estimates on the basis of data available in RAI Annual Report.

Estimations de l'Observatoire sur base des données disponibles dans le rapport d'activités de la RAI.

Schätzung der Informationsstelle aufgrund der Angaben im RAI-Geschäftsbericht.

► OBS

Mediaset Group
financial situation

Situation financière
du Groupe Mediaset

Wirtschaftliche Lage
der Mediaset Group

T.1.IT.4
G.1.IT.4
2005-2007

In Tausend EUR.

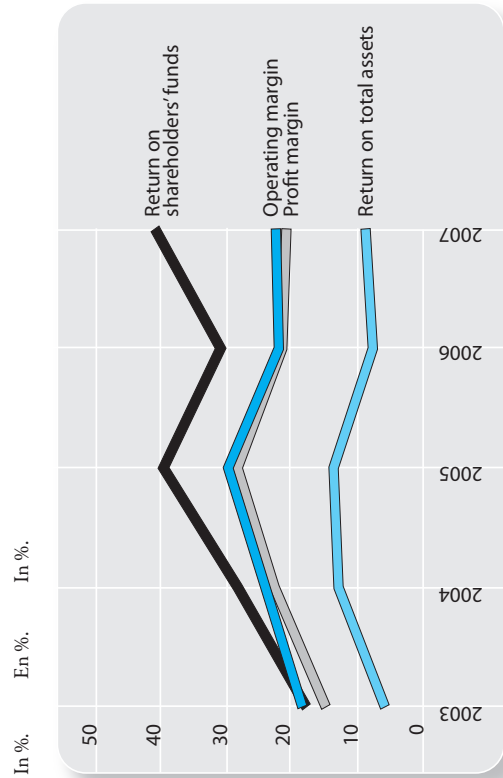
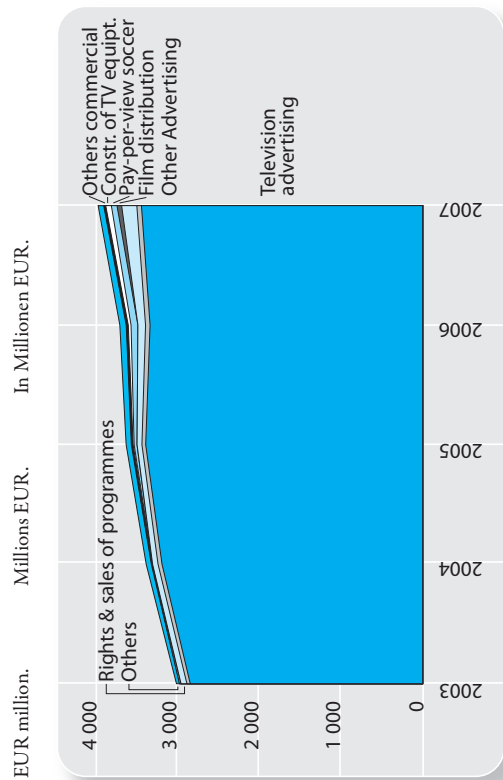
Milliers EUR.

EUR thousand.

	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Revenues												
Television advertising	3 394 600	3 340 800	3 446 500	93,4%	90,0%	85,5%	3,1%					
Other Advertising	46 000	55 600	56 600	1,3%	1,5%	1,4%	1,8%					
Rights and sales of programmes	59 700	93 400	186 300	1,6%	2,5%	4,6%	49,9%					
Pay-per-view football	35 900	84 200	124 600	1,0%	2,3%	3,1%	32,4%					
Construction of TV studios	12 100	33 900	69 100	0,3%	0,9%	1,7%	50,9%					
Film distribution	-	-	56 800	-	-	-	-					
Publishing	~	~	~	~	~	~	~					
Other commercial receipts	22 100	25 400	25 100	0,6%	0,7%	0,6%	-1,2%					
Other	63 600	78 100	67 700	1,8%	2,1%	1,7%	-15,4%					
Total	3 634 100	3 711 500	4 032 800	100,0%	100,0%	100,0%	8,0%					
Expenditure												
Purchase of goods and services	1 234 900	1 374 200	1 431 000	49,9%	50,7%	48,8%						
Costs of personnel	443 100	452 500	485 100	17,9%	16,7%	16,5%	6,7%					
Depreciation	799 000	885 700	1 017 000	32,3%	32,7%	34,7%	12,9%					
Operating expenditure	2 477 000	2 712 400	2 933 100	100,0%	100,0%	100,0%	7,5%					
Net result	747 600	661 800	681 200			2,8%						
Operating margin (%)	33,83	27,63	27,99									

	2005	2006	2007
Erträge			
Fernsehwerbung	3 394 600	3 340 800	3 446 500
Sonstige Werbung	46 000	55 600	56 600
Rechte und Programmverkäufe	59 700	93 400	186 300
Fußball Pay-per-View	35 900	84 200	124 600
Bau von TV-Studios	12 100	33 900	69 100
Filmverleih	-	-	56 800
Verlag	~	~	~
Sonstige kommerzielle Erträge	22 100	25 400	25 100
Sonstige	63 600	78 100	67 700
Summe	3 634 100	3 711 500	4 032 800
Aufwendungen			
- Waren- und Dienstleistungskäufe	1 234 900	1 374 200	1 431 000
- Personalaufwendungen	443 100	452 500	485 100
- Abschreibung	799 000	885 700	1 017 000
Betriebsaufwendungen	2 477 000	2 712 400	2 933 100
Nettoergebnis	747 600	661 800	681 200
Betriebsspanne (%)	33,83	27,63	27,99

Mediaset/OBS



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

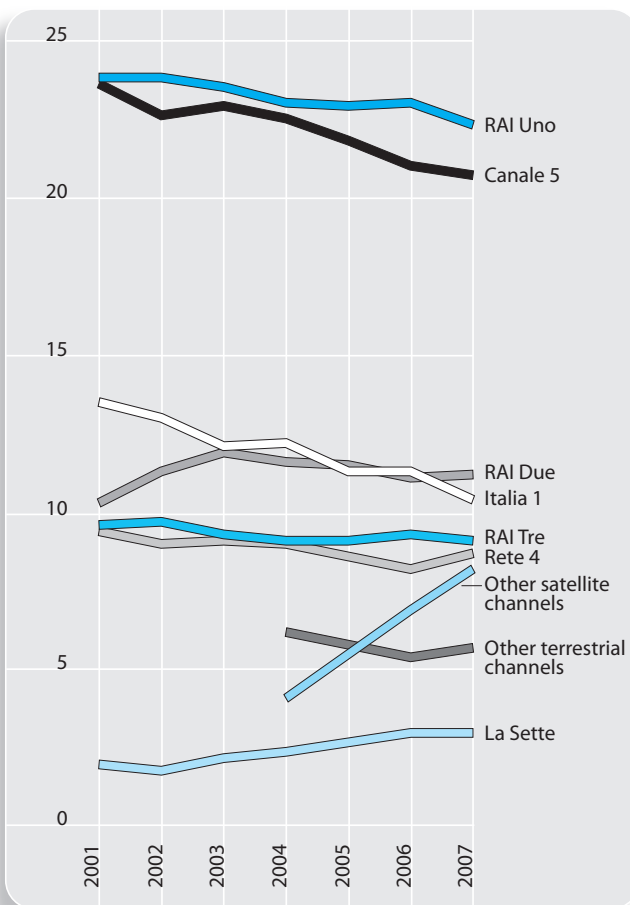
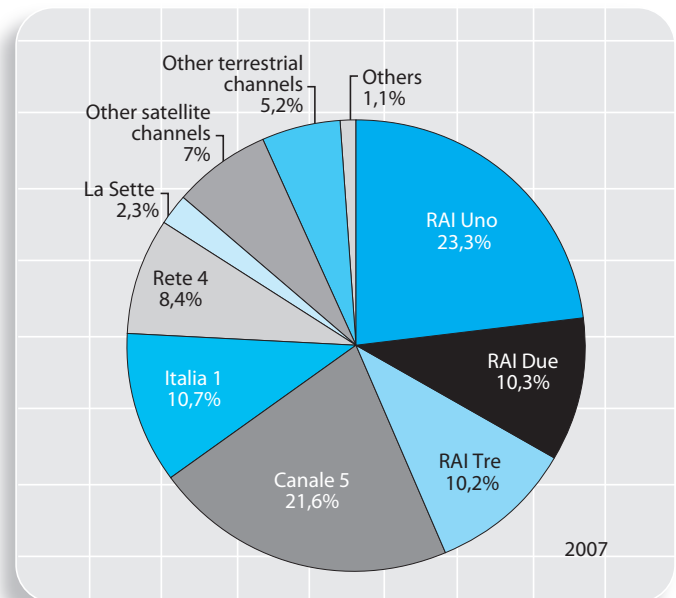
T.1.IT.5

G.1.IT.5

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (20:30-22:30) Heures de grande écoute (20h30-22h30) Primetime (20.30-22.30 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
RAI Uno	23,5	23,0	22,9	23,0	22,3	25,7	23,9	24,2	23,3
RAI Due	12,1	12,2	11,3	11,3	10,4	11,1	10,6	10,5	10,3
RAI Tre	9,3	9,1	9,1	9,3	9,1	9,6	9,8	10,3	10,2
Canale 5	22,9	22,5	21,8	21,0	20,7	22,2	22,5	22,0	21,6
Italia 1	11,9	11,6	11,5	11,1	11,2	11,2	11,5	10,5	10,7
Rete 4	9,1	9,0	8,6	8,2	8,7	8,9	8,8	8,1	8,4
La Sette	2,2	2,4	2,7	3,0	3,0	2,1	2,1	2,4	2,3
Odeon	-	-	-	0,2	0,2	-	-	0,2	0,2
Canale Italia	-	-	-	0,1	0,2	-	-	0,1	0,3
7 Gold	-	-	-	0,6	0,6	-	-	0,7	0,7
Other satellite channels	~	4,1	5,6	6,9	8,2	3,8	5,0	6,0	7,0
Other terrestrial channels	~	6,2	6,3	5,4	5,7	5,4	5,7	4,9	5,2
Others Autres Sonstige	9,0	-	-	-	-	-	-	-	-

➔ Eurodata TV Worldwide/Auditel/AGB NMR Italy

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(20:30-22:30).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (20h30-22h30).
En %, 4 ans et +.Primetime
(20.30-22.30 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Ventilation par genre des programmes TV de la RAI

Breakdown by genre of RAI TV programme output

Inhaltliche Aufteilung der RAI-Fernsehprogramme

T.1.IT.6
G.1.IT.6

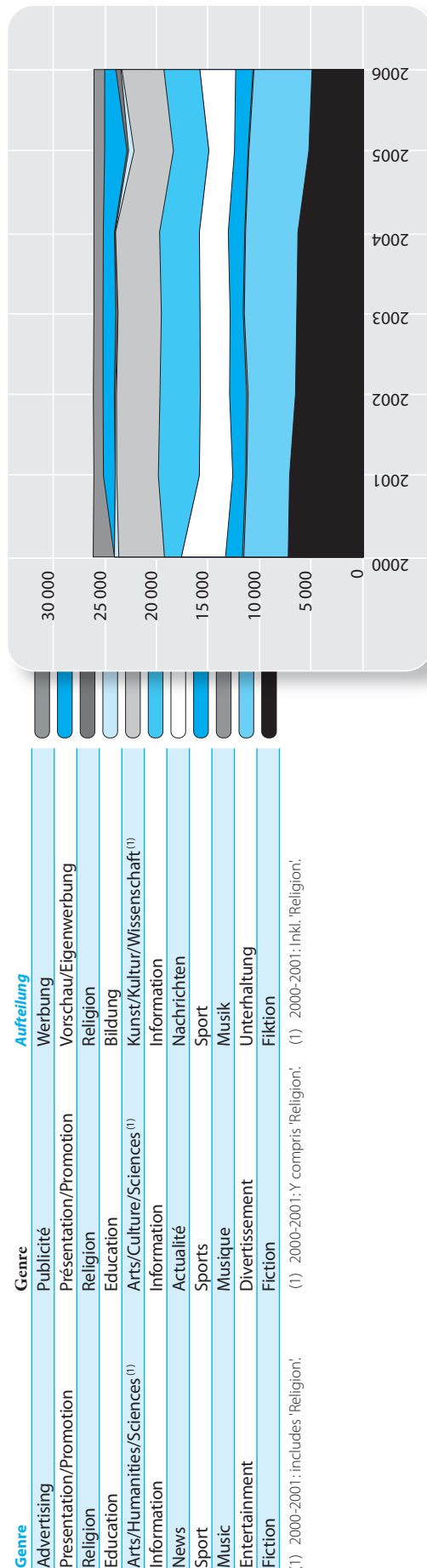
In Stunden.

Hours.

2005-2006

Genre	Aufteilung	Total		RAI Uno		RAI Due		RAI Tre		Total		Total		2006/05
		2005	2006	2006	2006	2006	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	
Fiction	Fiktion	5 238	2 147	1 369	1 416	1 732	5 603	20,1%	19,0%	20,1%	19,0%	20,1%	19,0%	-5,8%
Entertainment	Unterhaltung	5 791	1 081	2 790	1 732	56	100	22,3%	21,6%	22,3%	21,6%	22,3%	21,6%	-3,2%
Music	Musik	82	30	14	56	56	100	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	0,3%	0,4%	22,0%
Sport	Sport	1 314	236	897	541	1 674	3 462	5,1%	6,4%	5,1%	6,4%	5,1%	6,4%	27,4%
News	Nachrichten	2 475	949	656	1 857	3 472	9,5%	13,3%	9,5%	13,3%	9,5%	13,3%	39,9%	
Information	Information	3 423	1 114	1 122	1 236	3 472	13,2%	13,4%	13,2%	13,4%	13,2%	13,4%	1,4%	
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	3 800	2 277	708	1 073	4 058	14,6%	15,6%	14,6%	15,6%	14,6%	15,6%	6,8%	
Religion	Religion	157	50	39	0	89	0,6%	0,3%	0,6%	0,3%	0,6%	0,3%	-43,3%	
Education	Bildung	529	4	493	0	497	2,0%	1,9%	2,0%	1,9%	2,0%	1,9%	-6,0%	
Presentation/Promotion	Vorschau/Eigenwerbung	2 161	425	325	328	1 078	8,3%	4,1%	8,3%	4,1%	8,3%	4,1%	-50,1%	
Advertising	Werbung	1 032	448	349	233	1 030	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%	-0,2%	
Total	Summe	26 002	8 760	8 760	8 472	25 992	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0,0%

→ RAI/UER - EBU



(1) 2000-2001: includes 'Religion'. (1) 2000-2001: Y compris 'Religion'. (1) 2000-2001: Inkl. 'Religion'.

The 40 leading TV production companies in Italy

Les 40 premières sociétés de production de programmes de télévision en Italie

Die 40 führenden Fernsehproduktionsunternehmen in Italien

T.1.IT.7
2003-2007

Operating revenues in EUR thousand.

Produit opérationnel en milliers d'EUR.

Betriebseinnahmen in Tausend EUR.

Rank	Company	Genre	2003	2004	2005	2006	2007
Rang	Entreprises	Genres					
Rang	Unternehmen	Genre					
1	Endemol Italia S.p.A.	Entertainment	103 222	82 730	72 504	~	~
2	Grundy Italia	Fiction	43 490	48 247	39 499	56 848	~
3	Nova Films s.r.l.	Fiction	20 353	22 378	28 926	36 021	51 731
4	Fortuna Felix	Fiction	-	47 384	21 356	49 761	~
5	Tevere Films	Fiction	-	16 196	49 094	~	~
6	Magnolia S.p.A.	Entertainment	~	30 483	33 941	45 478	~
7	Mediavivere	Fiction	~	31 740	49 965	44 885	~
8	Mondo TV S.p.A. (cons.)	Animation	49 911	40 813	50 472	34 724	42 920
9	Luxvide	Fiction	~	44 880	57 086	76 960	41 918
10	Cattleya S.p.A.	Fiction, feature films	38 476	35 685	51 321	35 556	~
11	Ballandi Entertainment	Music, events	15 753	27 106	30 403	30 687	28 316
12	Publispei Pubblicità Spettacoli	Fiction	11 477	14 818	9 329	29 668	28 164
13	Taodue Film s.r.l.	Fiction	23 929	34 106	41 751	26 962	~
14	Palomar S.p.A.	Fiction	17 834	23 246	31 663	22 967	25 187
15	Film MasterFilm s.r.l. ⁽¹⁾	Lifestyle, formats	305	2 919	6 803	23 370	~
p.m.	Clip Television s.r.l. ⁽¹⁾	Formats, music	4 979	5 248	5 378	~	~
16	Videa S.p.A.	Fiction	3 148	3 209	9 245	19 748	~
17	Rainbow s.r.l.	Animation	3 443	7 192	18 976	~	~
18	Fidia Film s.r.l.	Fiction	-	-	10 705	22 857	18 372
19	Together Production International	Fiction	18 132	~	~	~	~
20	Janus International s.r.l.	Fiction	4 378	10 484	8 510	16 647	~
21	Cosmo Production	Fiction	~	10 065	7 839	13 930	~
22	ITC Movie	Fiction, feature films	2 903	5 293	5 501	11 096	~
23	Titania Produzioni s.r.l.	Fiction, feature films	1 828	6 689	2 594	10 432	~
24	Rodeo Drive Media	Fiction	-	216	1 155	10 311	~
25	Albatross A.M.P.	Fiction, feature films	~	7 176	9 248	~	~
26	Triangle Production s.r.l.	Entertainment	1 299	6 249	1 427	8 890	~
27	Red Film s.r.l.		4 154	6 029	6 303	8 471	8 804
28	Video 80	Fiction	165	288	7 754	~	~
29	Casanova Entertainment	Fiction, feature films	3 114	4 559	6 610	6 663	~
30	Giglio Group S.p.A.	Fiction, shows	~	1 658	7 368	6 194	~
31	Epsilon TV Production	Fiction	5 873	~	~	~	~
32	Ager 3	Fiction	6 117	8 692	329	5 640	~
33	Trend Film s.r.l.	Fiction	11 570	15 097	5 462	~	~
34	Paypermoon Italia s.r.l.	Fiction, entertainment	1 506	1 501	4 262	7 419	5 235
35	Europroduzione s.r.l.	Formats	3 959	2 815	4 888	~	~
36	Sacha Film Company	Fiction	2 610	1 340	669	4 738	~
37	Factbased Communications TV s.r.l.	Factual	13 899	7 315	9 611	4 595	~
38	11 Marzo Film	Fiction	-	731	3 748	4 004	~
39	Ruvido Produzioni s.r.l.	Entertainment	803	1 543	2 319	3 515	~
40	A.E. Media Corporation	Fiction	~	645	3 796	3 255	~
p.m.	Titanus S.p.A.	Fiction	14 129	18 407	22 436	19 142	2 960

(1) Clip Television and FilmMaster Film were merged at the beginning of 2006 under the name FilmMaster Television.

(1) Clip Television et FilmMaster Film ont été fusionnées début 2006 sous le nom de FilmMaster Television.

(1) Clip Television und FilmMaster Film fusionierten Anfang 2006 zu FilmMaster Television.

➔ OBS

The Lithuanian television sector is divided up among the channels operated by the state-owned broadcaster LRT (LTV and LTV2) and various private groups: MG Baltic Group (LNK, TV1), Achemos Grupe (BTV) and the Swedish Modern Times Group (TV3, Tango TV). Lastly, the Russian channel PBK Lithuania enjoys a significant market share among the Russian-speaking population. It was also one of the only national channels to increase its audience in 2007 (5.8%), along with TV3, the market leader with a market share of 26.6%. The state-owned channels' market share fell from 15.7% to 14.3%, while LTV lost 1.4 percentage points (13.4%). Likewise, although LNK's prime time market share is increasing, its daytime market share also dropped by 1.4 percentage points (22%).

A number of new channels were launched in 2007. LRT started the satellite channel LTV World in September 2007, aimed at Lithuanians living abroad. MG Baltic Group, for its part, started two channels tailored to the digital terrestrial network (LIUKS! and Info TV) in November 2007.

The multi-channel market is still concentrated (except for cable networks): Viasat (Modern Times Group) operates the only satellite platform available in Lithuania, while TEO LT (TeliaSonera) dominates the IPTV market with its Interactive GALA package.

TEO LT has also offered Lithuania's first nationwide commercial digital terrestrial television (DTT) package since March 2008. The operator has launched the Digital GALA package, comprising 33 channels available to 75% of Lithuanians. TEO LT was able to start this service thanks to its January 2008 takeover of Nacionalinė Skaitmeninė Televizija, which had two DTT licences. The switchover to all-digital is supposed to begin in 2012, but the final analogue switch-off date has still not been set.

On 22 December 2005, the Lithuanian Parliament passed an amended National Radio and Television Act, rejecting the idea of introducing a licence fee. On 21 December 2006, the Constitutional Court of the Republic of Lithuania gave a ruling endorsing the legitimacy of advertising on the state-owned channels. In addition, a series of advertising regulations have been adopted in 2007 and 2008.

➔ Lietuvos Radijo ir Televizijos Komisija (LRTK): <http://www.rtk.lt/lt>

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

Audience data: Eurodata TV Worldwide / TNS Gallup.

Le paysage télévisuel lituanien est partagé entre les chaînes du diffuseur public LRT (LTV et LTV2) et différents groupes privés : MG Baltic Group (LNK, TV1), Achemos Grupe (BTV), et le groupe suédois Modern Times Group (TV3, Tango TV). Enfin, la chaîne russe PBK Lithuania dispose d'une part de marché significative auprès de la population russophone. Elle est d'ailleurs l'une des seules chaînes nationales dont l'audience progresse en 2007 (5,8 %) avec TV3, leader du marché avec 26,6 % de part de marché. En effet, la part de marché des chaînes publiques diminue de 15,7 % à 14,3 %, celle de LTV accuse un tassement de 1,4 points (13,4 %). De même, si elle progresse en prime time, la part de marché en journée de LNK cède elle aussi 1,4 point (22 %).

2007 a vu le lancement de plusieurs chaînes. La LRT a inauguré en septembre 2007 la chaîne satellite LTV World, destinée aux lituaniens vivant à l'étranger. Le MG Baltic Group a quant à lui inauguré en novembre 2007 deux chaînes destinées au réseau numérique terrestre (LIUKS ! et Info TV).

L'offre multichânes (à l'exception du câble) demeure concentrée : Viasat (Modern Times Group) opère la seule plateforme satellite accessible dans le pays et TEO LT (TeliaSonera) domine le marché de l'IPTV avec son bouquet Interactive GALA.

TEO LT propose également, depuis mars 2008, la première offre commerciale nationale de télévision numérique terrestre (TNT) en Lituanie. L'opérateur a lancé le bouquet Digital GALA composé de 33 chaînes, disponibles pour 75% des lituaniens. Ce service a pu voir le jour suite au rachat en janvier 2008 par TEO LT de la société Nacionalinė Skaitmeninė Televizija, qui possédait deux licences TNT. La transition vers le tout numérique devra être engagée en 2012 mais la date de l'arrêt définitif de l'analogique n'est toujours pas fixée.

Le 22 décembre 2005, le Parlement lituanien a adopté une nouvelle version de la loi relative à la Radiotélévision nationale, rejetant l'introduction d'une redevance. Le 21 décembre 2006, la Cour constitutionnelle de la République de Lituanie a rendu un arrêt entérinant la légitimité de la publicité sur les chaînes publiques. Plusieurs dispositions réglementaires relatives à la publicité ont par ailleurs été adoptées en 2007 et 2008.

➔ Lietuvos Radijo ir Televizijos Komisija (LRTK) : <http://www.rtk.lt/lt>

Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Données d'audience : Eurodata TV Worldwide/TNS Gallup

Die litauische Fernsehlandschaft ist aufgeteilt in die beiden Sender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters LRT (LTV und LTV2) und verschiedene private Gruppen: MG Baltic Group (LNK und TV1), Achemos Grupe (BTV) sowie die schwedische Modern Times Group (mit TV3 und Tango TV). Der russische Sender PBK Lithuania kommt auf einen signifikanten Marktanteil bei der russischsprachigen Bevölkerung. Er gehört neben TV3, dem Marktführer mit einem Marktanteil von 26,6 %, auch zu den wenigen landesweiten Sendern, die 2007 steigende Einschaltquoten verzeichneten, und kam auf einen Marktanteil von 5,8 %. Der Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Sender ging von 15,7 % auf 14,3 % zurück, der von LTV von 14,8 % auf 13,4 %. Und auch LNK fiel auf 22 % zurück (-1,4 %), auch wenn die Entwicklung in der Primetime positiv verlief.

2007 wurden mehrere Sender gestartet. LRT ging im September 2007 mit seinem Satellitenprogramm LTV World für im Ausland lebende Litauer auf Sendung. Die MG Baltic Group startete im November zwei Sender im digitalen terrestrischen Netz (LIUKS ! und Info TV).

Das Mehrkanalangebot bleibt (mit Ausnahme des Kabels) konzentriert: Viasat (Modern Times Group) betreibt die einzige empfangbare Satellitenplattform, und TEO LT (TeliaSonera) beherrscht den IPTV-Markt mit seinem Bouquet Interactive GALA.

TEO LT bietet seit März 2008 auch als erster kommerziell landesweit digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) in Litauen an. Der Betreiber lancierte das Bouquet Digital GALA mit 33 Sendern, die von 75 % der Litauer empfangen werden können. Dieser Dienst war dadurch möglich geworden, dass TEO LT im Januar 2008 Nacionalinė Skaitmeninė Televizija erworben hatte, das bereits zwei DVB-T-Lizenzen besaß. Die komplette Umstellung auf Digitaltechnologie soll 2012 beginnen, aber der Termin für die endgültige Abschaltung der analogen Signale ist immer noch nicht festgelegt.

Am 22. Dezember 2005 verabschiedete das litauische Parlament eine neue Fassung des Hörfunk- und Fernsehgesetzes. Darin wird die Einführung einer Fernsehgebühr abgelehnt. Am 21. Dezember 2006 verkündete das Verfassungsgericht ein Urteil, dass die Rechtmäßigkeit von Werbesendungen auf den Kanälen des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters bestätigt. Überdies wurden 2007 und 2008 mehrere Verwaltungsvorschriften bezüglich der Werbung verabschiedet.

➔ Lietuvos Radijo ir Televizijos Komisija (LRTK): <http://www.rtk.lt/lt>

Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Zuschauerdaten: Eurodata TV Worldwide/TNS Gallup

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	3 385
Households	Ménages	Haushalte	-	1 379
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,0%	1 338
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	25,1%	346
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	0,9%	12
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	8,0%	110
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	1,2%	17
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	2,1%	29
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	48%	662
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	15%	207
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators (incl. MMDS)	Opérateurs réseaux câblés (y compris MMDS)	Kabelnetzbetreiber (inkl. MMDS)	61		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	0		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		2	3	5
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		1	7	8
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	50	50
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	9	9
Total	Total	Gesamt		3	69	72
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	3	4

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital (Full Offer)	Cable Balticum (Vilnius) (Full offer)	Satellite Viasat (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		4	4	3
Generalist - foreign		3	17	24
Adults			1	3
Children		3	3	18
Film		2	5	25
Culture/Documentary/Education		7	11	25
Entertainment/TV Fiction		4	9	24
Cultural minorities				
Home shopping				
News/Business		5	8	7
International channels		2	5	2
Leisure/travel		2	2	2
Lifestyle		1	4	
Music		3	6	9
Parliamentary		1		
Regional/Local				
Religion				1
Sports			7	22
Various		1	2	1

Operating revenues of
TV companies in LithuaniaProduit d'exploitation des entreprises
de télévision en Lituanie
Milliers EUR.Betriebseinnahmen der
Fernseheranstalter in Litauen
T.1.LT.1
2002-2006
In Tausend EUR.

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaines Dienste	2002					2003					2004					2005					2006				
		Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija					UAB Laisvas ir Nepriklausomas Kanalas					UAB Balticum TV					UAB Baltijos TV									
	sptv	15 150					15 100					17 300					17 300					19 800				
	adtv	11 688					13 339					~					~					~				
	cable, rtv	3 370					3 636					4 389					5 212					6 196				
	adtv	2 154					2 642					2 353					~					~				

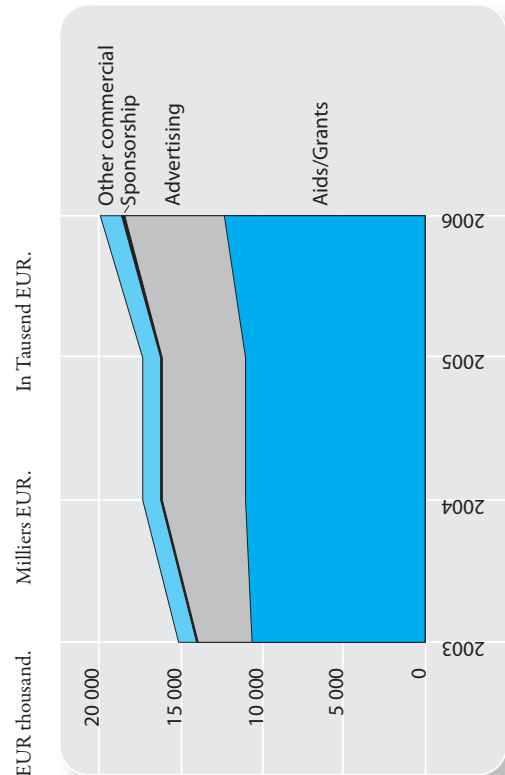
↗ OBS

LNRT financial situation

Situation financière
de la LNRT
Milliers EUR.Wirtschaftliche Lage
von LNRT
T.1.LT.2
G.1.LT.1
2004-2006
In Tausend EUR.

Income	2004					2005					2006					2006/05				
	Total public income					Total commercial income					TOTAL									
	11 000					11 000					12 300					63,6%				
	- Subventions					- Subventionen					- Subventionen					63,6%				
	6 300					6 300					7 600					36,4%				
	- Publicité					- Werbung					- Werbung					29,5%				
	- Parrainage					- Sponsoring					- Sponsoring					0,6%				
	- Autres recettes commerciales					- Sonstige kommerz. Erträge					- Sonstige kommerz. Erträge					6,4%				
	17 300					17 400					19 900					100,0%				

↗ EBU-UER-ISBN/OBS



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

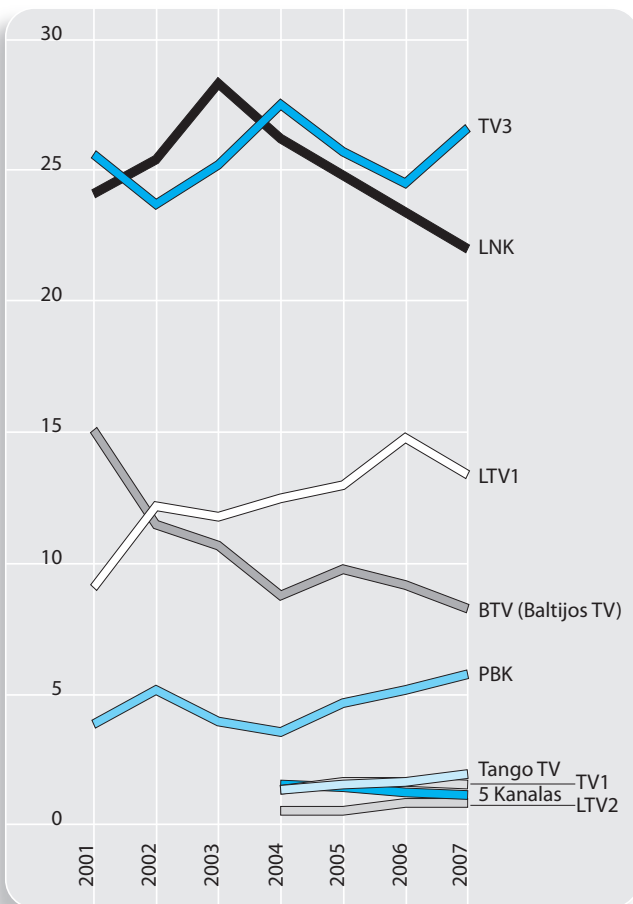
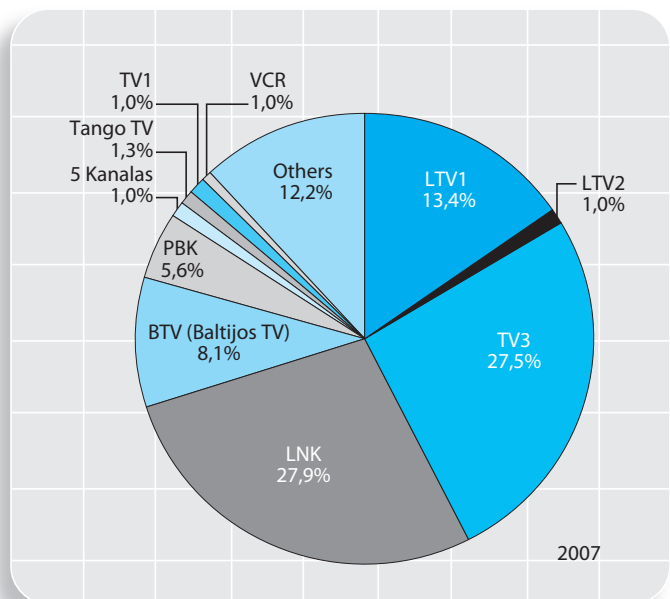
T.1.LT.3

G.1.LT.2

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-22:00) Heures de grande écoute (19h-22h) Primetime (19-22 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
LTV1	11,8	12,5	13,0	14,8	13,4	13,7	14,0	15,3	13,4
LTV2	-	0,6	0,6	0,9	0,9	0,6	0,7	1,1	1,0
TV3	25,2	27,5	25,7	24,5	26,6	28,2	26,4	26,1	27,5
LNK	28,3	26,2	24,8	23,4	22,0	28,3	28,6	27,6	27,9
BTV (Baltijos TV)	10,7	8,8	9,8	9,2	8,3	9,1	9,8	9,3	8,1
PBK	4,0	3,6	4,7	5,2	5,8	3,6	4,9	4,8	5,6
5 Kanalas	-	1,6	1,5	1,3	1,2	1,6	1,1	1,1	1,0
Tango TV	-	1,4	1,6	1,7	2,0	1,1	1,1	1,0	1,3
TV1	-	1,4	1,7	1,7	1,6	1,3	1,2	1,2	1,0
11 Channel	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VCR	-	0,6	0,8	1,1	1,5	0,4	0,4	0,7	1,0
Other TV (local, satellite, cable TV included)	20,0	15,8	15,8	16,2	16,6	12,1	11,8	11,8	12,0

Eurodata TV Worldwide/TNS GALLUP

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(19:00-22:00).
In %, 15 years +.Heures de grande
écoute (19h-22h).
En %, 15 ans et +.Primetime
(19-22 Uhr).
In %, ab 15 Jahre.

Breakdown by genre of LRT programme output

Ventilation par genre des programmes de LRT

Inhaltliche Aufteilung des LRT-Fernsehprogramms

T.1.LT.4
G.1.LT.3

Hours.

Heures.

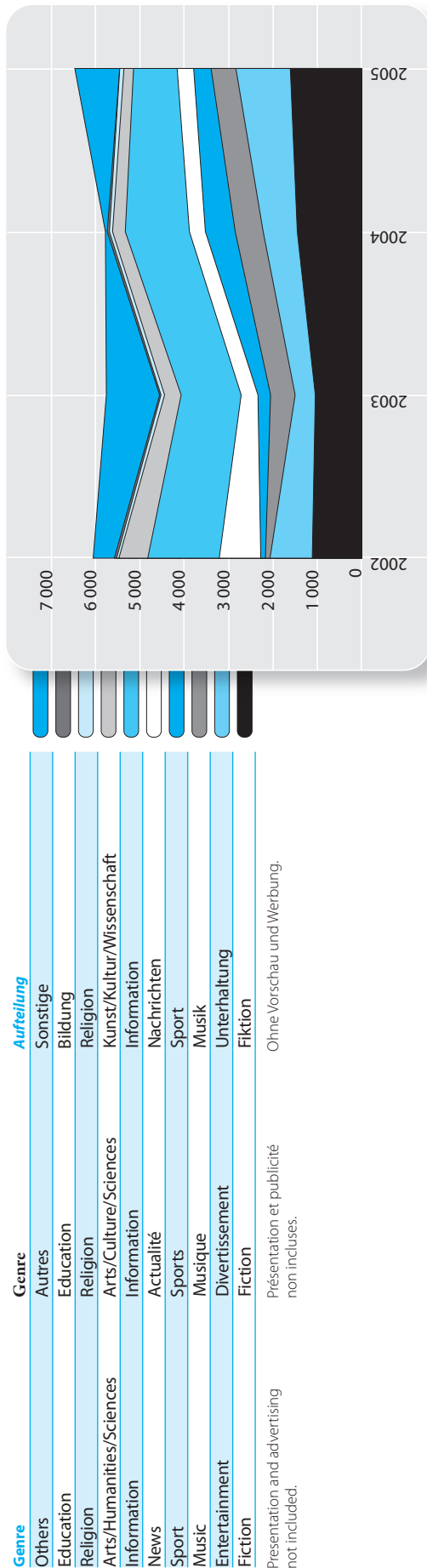
In Stunden.

2002-2005

Genre	2002	2003	2004	2005	2005/04
Fiction	1 108	1 040	1 446	1 603	24,2%
Entertainment	953	454	769	1 227	18,5%
Music	104	554	630	559	8,4%
Sport	104	285	672	393	-11,3%
News	936	378	360	372	-41,5%
Information	1 612	1 353	1 446	983	3,3%
Arts/Culture/Sciences	650	373	287	216	14,8%
Religion	52	81	71	94	-24,7%
Education	50	31	50	2	32,4%
Others	478	1 201	40	2	0,0%
Presentation	~	688	~	1 012	15,3%
Advertising	~	132	~	73	1,1%
Total	6 047	6 570	~	6 625	100,0%

Genre	2002	2003	2004	2005	2005/04
Fiction	1 108	1 040	1 446	1 603	24,2%
Entertainment	953	454	769	1 227	18,5%
Music	104	554	630	559	8,4%
Sport	104	285	672	393	-11,3%
News	936	378	360	372	-41,5%
Information	1 612	1 353	1 446	983	3,3%
Arts/Culture/Sciences	650	373	287	216	14,8%
Religion	52	81	71	94	-24,7%
Education	50	31	50	2	32,4%
Others	478	1 201	40	2	0,0%
Presentation	~	688	~	1 012	15,3%
Advertising	~	132	~	73	1,1%
Total	6 047	6 570	~	6 625	100,0%

↗ LRT/UER-EBU



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). 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 agreement on the concessions and public-service remit of the Bertelsmann group and its subsidiaries RTL Group and CLT-UFA was renewed in February 2007 for a period of 13 years.

Audiovisual consumption is divided between the nationwide broadcaster RTL Lëtzebuerg, broadcasters in neighbouring countries and the broadcasters targeting immigrant communities, particularly RTP (Portugal). This is a result of the small size of the market, the multilingual population and the fact that 40% of the country's residents are foreigners.

In 2006/07, the national channel RTL Lëtzebuerg continued to attract the largest audience share, with 12.6% of daily viewing figures, peaking at 42% between 7pm and 8pm. This figure is impressive, but it is steadily falling, as is the channel's daily market share, which dropped by 0.5% in a year.

RTL Lëtzebuerg is facing increasing competition from the French channel TF1, whose audience grew by 2.6% over the year to an 11.3% daily market share. Of the foreign channels, the German channels (ARD, Pro7, RTL, ZDF, Sat.1) achieved a 30.8% daily market share (+ 1%) and the French channels (TF1, M6 and France 2) 18.6% (+ 0.2%).

Cable is clearly dominant in Luxembourg households, although more than one quarter are also equipped with a satellite receiver. P&T Luxembourg, the incumbent postal and telecommunications operator, launched an IPTV service in March 2008. Known as "la Télé des P&T", the service offers more than 80 channels in nine Luxembourg towns.

A digital terrestrial platform was launched in April 2006 by CLT-UFA, followed by the analogue switch-off. However, since terrestrial reception is relatively rare in Luxembourg, the digitisation of the cable networks represents the main element of the digital switchover in Luxembourg. This process is already well advanced (more than 123,000 households according to the AAC - *Association des Antennes Collectives*), but the transition period will last until 2011.

Luxembourg has long had an official policy of welcoming pan-European companies. It is home, for example, to SES Global – the world's leading satellite operator thanks to its Astra system, to the iTunes Music store (Apple) and to RTL Group, Europe's

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). Au lieu de créer un radiodiffuseur public luxembourgeois, le législateur a confié à un acteur privé, la CLT-UFA (RTL Group), un certain nombre de missions de service public. L'accord portant sur les concessions et sur les engagements de service public du groupe Bertelsmann et de ses filiales RTL Group et CLT-UFA a d'ailleurs été renouvelé en février 2007, pour une durée de treize ans.

La consommation audiovisuelle se répartit entre la chaîne nationale RTL Lëtzebuerg, les chaînes des pays voisins et les chaînes touchant les communautés immigrées, en particulier la RTP (Portugal). Cela est dû à la petite taille du marché, au multilinguisme de sa population et à la présence de près de 40 % d'étrangers sur le territoire luxembourgeois.

En 2006/07, la chaîne nationale RTL Lëtzebuerg reste en tête des audiences, avec 12,6 % de part de marché quotidienne, et un pic entre 19h et 20h à 42 % de part de marché. Le chiffre est impressionnant, mais néanmoins en baisse régulière, tout comme la part de marché quotidienne de la chaîne qui recule de 0,5 point en un an.

Face à RTL Lëtzebuerg's affirme la concurrence de la chaîne française TF1, dont l'audience progresse en un an de 2,6 points, à 11,3 % de part de marché quotidienne. Parmi les chaînes étrangères, les chaînes allemandes (ARD, Pro7, RTL, ZDF, Sat.1) captent 30,8 % de part de marché quotidienne (+ 1 point) et les chaînes françaises (TF1, M6 et France 2) réunissent 18,6 % de l'audience (+0,2 point).

Le câble est clairement prédominant dans les foyers luxembourgeois, mais plus d'un quart d'entre eux sont aussi équipés d'un récepteur satellite. P&T Luxembourg, l'opérateur historique des postes et télécommunications, a inauguré en mars 2008 une offre IPTV « la Télé des P&T » proposant plus de 80 chaînes dans neuf localités luxembourgeoises.

Une plate-forme numérique terrestre a été lancée dès avril 2006, opérée par la firme CLT-UFA. L'extinction du signal analogique a eu lieu dans la foulée. Mais la réception par voie terrestre étant quasi marginale au Luxembourg, c'est la numérisation des réseaux câblés qui constitue le véritable enjeu de la transition numérique luxembourgeoise. Celle-ci est largement entamée (plus de 123 000 foyers selon l'AAC, l'Association des Antennes Collectives), mais la période de transition s'étend jusqu'en 2011.

Le Luxembourg a depuis longtemps une politique officielle d'accueil d'entreprises à vocation pan-européenne. Il abrite ainsi

Im Großherzogtum Luxemburg dominiert der Privatsektor traditionell einen extrem kleinen öffentlich-rechtlichen Bereich, der sich auf eine Radiostation mit soziokulturellem Anspruch beschränkt (Radio 100,7). Anstatt einen eigenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter zu schaffen, zog es der Gesetzgeber vor, eine Reihe von öffentlich-rechtlichen Aufgaben an ein Privatunternehmen, CLT-UFA (RTL Group), zu übertragen. Die Laufzeit der Konzession und der öffentlich-rechtliche Programmauftrag der Bertelsmann-Gruppe und ihrer Tochterunternehmen RTL Group und CLT-UFA wurden im Februar 2007 um dreizehn Jahre verlängert.

Das Fernsehen teilt sich auf den landesweiten Sender RTL Lëtzebuerg, die Sender der Nachbarländer und diejenigen für die ausländischen Gemeinschaften auf, insbesondere RTP (Portugal). Dies liegt an der geringen Größe des Marktes, an der Mehrsprachigkeit der Bevölkerung und an der Präsenz von fast 40 % Ausländern in Luxemburg.

2006/2007 blieb der landesweite Sender RTL Lëtzebuerg mit einem täglichen Marktanteil von 12,6 % und einem Spitzenwert bei 42 % in der Sendeleiste 19-20 Uhr führend bei den Einschaltquoten. Dieses beeindruckende Ergebnis verschlechtert sich jedoch allmählich, und auch der tägliche Marktanteil des Senders gab innerhalb eines Jahres um 0,5 % nach.

RTL Lëtzebuerg ist immer stärker der Konkurrenz durch den französischen Sender TF1 ausgesetzt, dessen Marktanteil innerhalb eines Jahres um 2,6 Punkte auf 11,3 % angestiegen ist. Unter den ausländischen Fernsehsendern kamen die deutschen Programme (ARD, PRO 7 RTL, ZDF und Sat.1) auf eine tägliche Quote von 30,8 % (+1 Punkt) und die französischen (TF1, M6 und France 2) auf 18,6 % (+0,2 Punkte).

Die meisten Haushalte empfangen das Fernsehprogramm per Kabel, wobei allerdings mehr als ein Viertel auch über eine Satellitenempfangsanlage verfügen. P&T Luxembourg, der klassische Anbieter von Post- und Telekommunikationsdienstleistungen, hat im März 2008 das IPTV-Angebot „Tele von der Post“ mit über 80 Programmen in neun Orten des Landes gestartet.

Seit April 2006 gibt es eine digitale terrestrische Plattform von CLT-UFA. Danach erfolgte die Abschaltung des analogen Signals. Da allerdings der terrestrische Empfang in Luxemburg praktisch keine Bedeutung hat, ist die Digitalisierung der Kabelnetze die eigentliche Herausforderung bei der Umstellung auf Digitaltechnik. Die ist zwar auf gutem Weg (mit über 123 000 Haushalten nach Angaben des Verbands der Kabelbetreiber, AAC), dennoch endet die Übergangsperiode erst 2011.

Luxembourg verfolgt seit langem eine offizielle Standortpolitik, die Unternehmen mit

leading audiovisual group. Based in Luxembourg, the latter transmits channels to the Netherlands (RTL4, RTL5, RTL7, RTL8), France (RTL9, RTL9 Lorraine) and Belgium (RTL-TVI, Club RTL and Plug TV). In addition to licences for "programmes broadcast to international audiences", granted to the stations run by CLT-UFA (RTL Group), Luxembourg awards licences to "Luxembourg programmes broadcast via satellite", which also target international markets. After the channel HD Luxe TV (DVL TV S.A.), launched in 2006 and available in six language versions throughout Europe, the channels Ciné First and Ciné Pop (AB Group S.A.), Current TV Europe (Current Media Europe S.A R.L.) and Footschool TV (Premium to Home S.A.) were launched in 2007 under Luxembourg licences. In the same way, the Irish broadcaster Setanta has been relocating some of its activities to Luxembourg since 2006 and now produces six of its sports channels there. Finally, Luxembourg is the home of Mini Movie International Channel S.A.R.L. (founded by Dimitri Lesnevski, former director of Ren TV), which bought the German channel Das Vierte.

► National Programming Council:
<http://www.cnpl.lu>
Independent Broadcasting Commission:
<http://www.mediacom.public.lu>
Legal aspects: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Audience data: TNS-ILReS Plurimedia 2007/IP

le siège social de SES Global, principal opérateur satellite mondial avec son système Astra, d'iTunes Music store (Apple) ainsi que de RTL Group, premier groupe audiovisuel européen. Ce dernier diffuse depuis le territoire luxembourgeois des chaînes à destination des Pays-Bas (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8), de la France (RTL 9, RTL 9 Lorraine) et de la Belgique (RTL-TVI, Club RTL et Plug TV). Outre les licences pour des « programmes radio-diffusés à rayonnement international » accordées aux stations éditées par CLT-UFA (RTL Group), le Luxembourg attribue des licences aux « programmes luxembourgeois par satellite », qui ciblent eux-aussi les marchés internationaux. Après la chaîne HD Luxe TV (DVL TV S.A.), inaugurée en 2006 et disponible en six versions linguistiques à travers l'Europe, les chaînes Ciné First et Ciné Pop (AB Group S.A.), Current TV Europe (Current Media Europe S.A.R.L.) ou encore Footschool TV (Premium to Home S.A.) ont été lancées en 2007 sous licences luxembourgeoises. De la même manière, le diffuseur irlandais Setanta a relocalisé une partie de ses activités au Luxembourg depuis 2006, d'où il édite désormais six de ses chaînes sportives. Enfin, c'est au Luxembourg qu'est domiciliée la firme Mini Movie International Channel S.A.R.L. (fondée par Dimitri Lesnevski, ancien dirigeant de Ren TV), qui a racheté la chaîne allemande Das Vierte.

► Conseil national des programmes :
<http://www.cnpl.lu>
Commission indépendante de la radiodiffusion :
<http://www.mediacom.public.lu>
Aspects juridiques, IRIS Merlin :
<http://merlin.obs.coe.int>
Données d'audience :
TNS-ILReS Plurimedia 2007/IP

gesamteuropäischem Anspruch anzieht. So befindet sich hier der Gesellschaftssitz von SES Global, dem weltweit wichtigsten Satellitenbetreiber mit seinem Satellitensystem Astra, von iTunes Music store (Apple) und von der RTL Group (CLT-UFA), dem führenden europäischen audiovisuellen Medienkonzern. Dieser sendet aus Luxemburg in die Niederlande (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8) und nach Frankreich (RTL 9, RTL 9 Lorraine) und Belgien (RTL-TVI, Club RTL und Plug TV). Neben den Lizenzen für „Rundfunkprogramme mit internationaler Verbreitung“ für die Sender von CLT-UFA (RTL Group) erteilt das Land Sendelizenzen für „luxemburgische Satellitenprogramme“, die ebenfalls auf ausländische Märkte ausgerichtet sind. Nach dem Sender HD Luxe TV (DVL TV S.A.), der 2006 auf Sendung ging und europaweit in sechs Sprachfassungen empfangbar ist, wurden 2007 Ciné First und Ciné Pop (AB Group S.A.), Current TV Europe (Current Media Europe S.A.R.L.) sowie Footschool TV (Premium to Home S.A.) mit luxemburgischer Lizenz gestartet. Der irische Sendeveranstalter Setanta hat seit 2006 einen Teil seiner Tätigkeit nach Luxemburg ausgelagert, von wo aus er sechs seiner Sportkanäle betreibt. Und in Luxemburg befindet sich auch der Sitz des Unternehmens Mini Movie International Channel S.A.R.L. (gegründet vom ehemaligen Ren-TV-Chef Dimitri Lesnevski), das den deutschen Sender Das Vierte erworben hat.

► Conseil national des programmes:
<http://www.cnpl.lu>
Unabhängige Rundfunkkommission:
<http://www.mediacom.public.lu>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
Zuschauerdaten:
TNS-ILReS Plurimedia 2007/IP

Geographical breakdown of RTL Group revenues

EUR million.

Répartition géographique des recettes de RTL Group

Millions EUR.

Geografische Aufschlüsselung der Einnahmen von RTL Group

In Millionen EUR.

T.1.LU.1

2004-2007

Country

Pays	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Land									
DE	2 021	1 858	1 965	1 983	41,4%	36,3%	34,8%	34,7%	0,9%
FR	1 371	1 468	1 608	1 547	28,1%	28,7%	28,5%	27,1%	-3,8%
GB	504	370	466	499	10,3%	7,2%	8,3%	8,7%	7,1%
NL	381	358	350	408	7,8%	7,0%	6,2%	7,1%	16,6%
BE	~	174	186	210	-	3,4%	3,3%	3,7%	12,9%
LU	~	110	79	86	-	2,2%	1,4%	1,5%	8,9%
HR	~	38	44	48	-	0,7%	0,8%	0,8%	9,1%
FremantleMedia	~	947	1 128	1 132	-	18,5%	20,0%	19,8%	0,4%
Others Autres Sonstige	825	43	31	29	16,9%	0,8%	0,5%	0,5%	-6,5%
Eliminations	-224	-251	-217	-235	-	-	-	-	8,3%
Total	4 878	5 115	5 640	5 707	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1,2%

► RTL Group/OBS

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	476
Households	Ménages	Haushalte	-	185
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97%	180
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	74%	136
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	61%	112
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	27%	50
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	~	~
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	2%	4
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	63%	116
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	77%	142
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	68%	126
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	10.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber			71
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets			0
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter			1
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter			1
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter			0

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	10.2008			Total
			Public	Private		
Digital terrestrial (national)	Numérique terrestre (national)	Digital terrestrisch (national)	0	8		8
Cable/Satellite channels	Câble/satellite	Kabel/Satellit	1	4		5
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	2		2
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0		0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	25		25
Total	Total	Gesamt	1	39		40
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	-	-		-

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels, in brackets)	09.2008	Terrestrial	Cable
		Digital	Coditel (digital) (Full offer)
Generalist - national (incl. for foreign markets)		4 (3)	4 (2)
Generalist - foreign		1 (1)	
Adults		-	2 (2)
Children		-	14 (14)
Film		-	4 (4)
Culture/Documentary/Education		-	6 (6)
Entertainment/TV Fiction (for foreign markets/foreign)		4 (4/0)	9 (4/5)
Cultural minorities		-	1 (1)
Home shopping		-	1 (1)
News/Business		-	13 (12)
International channels		-	6 (6)
Leisure/travel		-	3 (3)
Music		-	6 (6)
Parliamentary		-	1
Regional/Local		-	8 (4)
Religion		-	
Sports		-	5 (5)
Women/Lifestyle		-	1 (1)
Various		-	1 (1)

**RTL Group
financial situation**

EUR thousand.

**Situation financière
de RTL**

Milliers EUR.

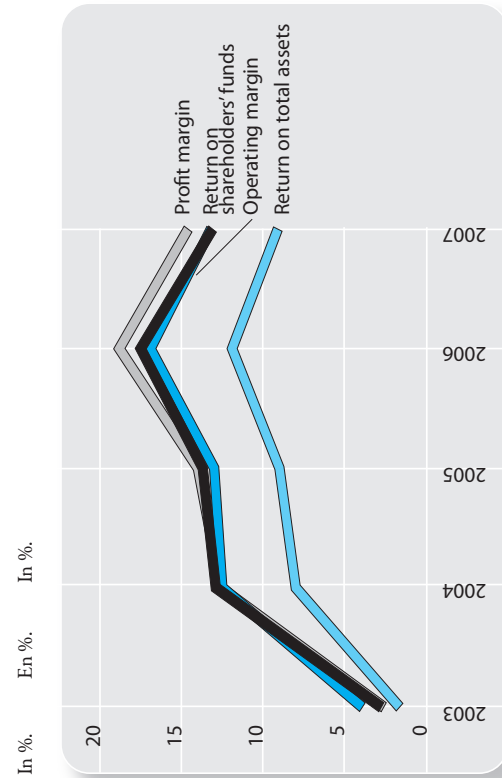
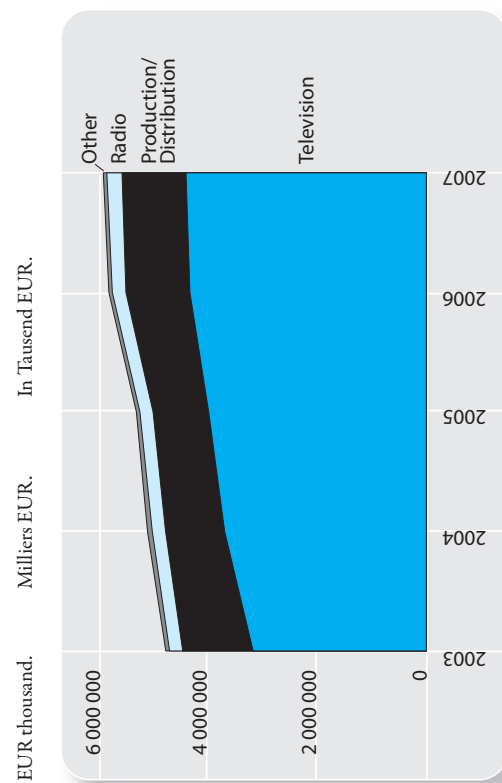
**Wirtschaftliche Lage
der RTL Group**

In Tausend EUR.

T.1.LU.2
G.1.LU.1
2005-2007

	2005		2006		2007		2005		2006		2007		2007/06	
Income	Erträge													
Television	4 001 000	4 346 000	4 418 000	4 418 000	4 418 000	4 418 000	75,1%	74,5%	74,5%	74,4%	74,4%	74,4%	74,4%	1,7%
Production/distribution	1 022 000	1 176 000	1 176 000	1 176 000	1 176 000	1 176 000	19,2%	20,2%	20,2%	19,8%	19,8%	19,8%	19,8%	0,0%
Radio	242 000	250 000	279 000	279 000	279 000	279 000	4,5%	4,3%	4,3%	4,7%	4,7%	4,7%	4,7%	11,6%
Other	65 000	63 000	65 000	65 000	65 000	65 000	1,2%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	3,2%
TOTAL	5 330 000	5 835 000	5 938 000	5 938 000	5 938 000	5 938 000	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1,8%
Operating product after eliminations	5 218 000	5 640 000	5 707 000	5 707 000	5 707 000	5 707 000								1,2%
Expenditure	Aufwendungen													
- Purchase of goods and services	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
- Costs of personnel	795 000	~	~	~	~	~	17,5%	~	~	~	~	~	~	~
- Depreciation	235 000	217 000	213 000	213 000	213 000	213 000	5,2%	4,6%	4,6%	4,2%	4,2%	4,2%	4,2%	-1,8%
Operating expenditure	4 540 000	4 756 000	5 016 000	5 016 000	5 016 000	5 016 000	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,5%
Net result	616 000	1 111 000	674 000	674 000	674 000	674 000								-39,3%
Operating margin (%)	13	16,9	13,2	13,2	13,2	13,2								

RTL Group/OBS



TV audience market
share in Luxembourg

In %, 12 years +.

Parts de marché d'audience
TV au Luxembourg

En %, 12 ans et +.

Marktanteile der Fernseh-
dienste in Luxemburg

In %, ab 12 Jahre.

T.1.LU.3

G.1.LU.2

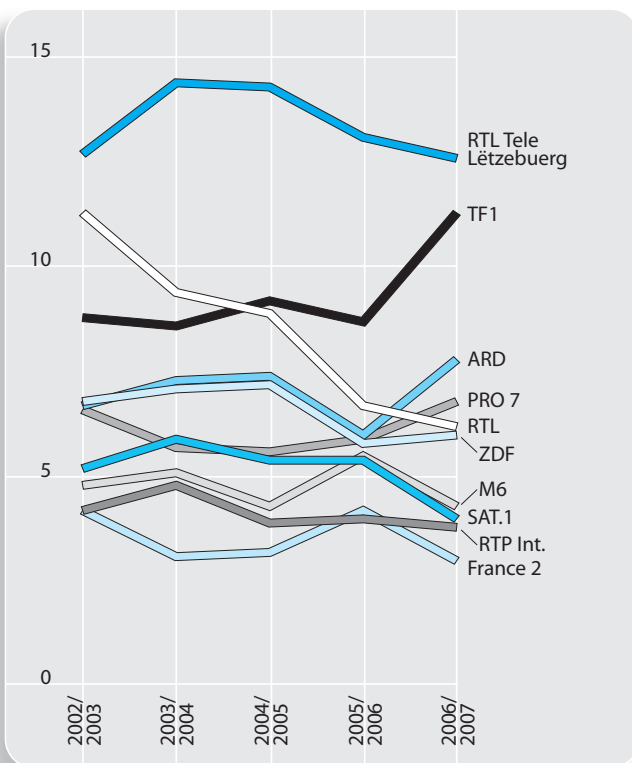
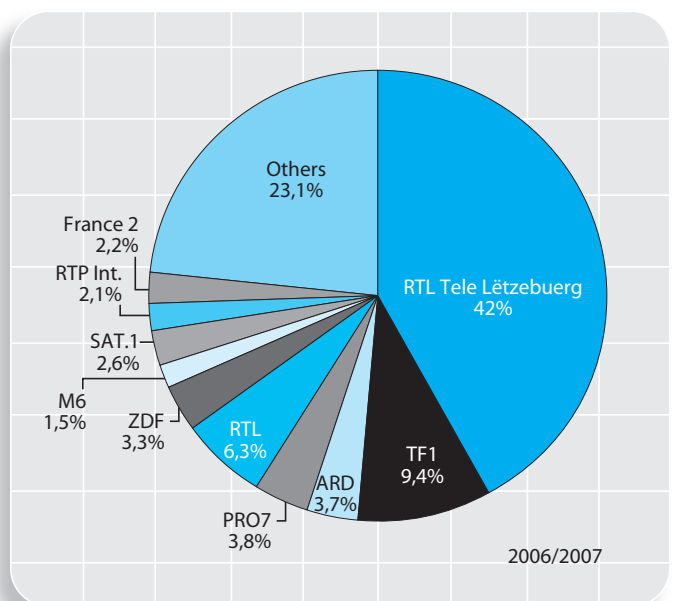
2002-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Timeslot (19:00-20:00) Tranche horaire (19h-20h) Sendeleiste (19-20 Uhr)				
	(1) 2002 /2003	(1) 2003 /2004	2004 /2005	2005 /2006	2006 /2007	(1) 2002 -2003	(1) 2003 -2004	(1) 2004 /2005	2005 /2006	2006 /2007
RTL Tele Lëtzebuerg	12,7	14,4	14,3	13,1	12,6	50,8	52,9	53,5	44,5	42
TF1	8,8	8,6	9,2	8,7	11,3	5,9	6,3	6,6	8,4	9,4
ARD	6,7	7,3	7,4	6,0	7,8	3,0	2,3	2,4	2,5	3,7
PRO 7	6,6	5,7	5,6	5,9	6,8	4,4	3,8	3,1	5	3,8
RTL	11,3	9,4	8,9	6,7	6,2	7,0	4,9	4,8	4	6,3
ZDF	6,8	7,1	7,2	5,8	6,0	3,0	2,6	3,5	3,2	3,3
M6	4,8	5,1	4,3	5,5	4,3	2,7	3,7	2,7	3,1	1,5
SAT.1	5,2	5,9	5,4	5,4	4,0	1,9	1,8	2,2	4,1	2,6
RTP Int.	4,2	4,8	3,9	4,0	3,8	3,1	2,4	2,3	~	2,1
France 2	4,2	3,1	3,2	4,2	3,0	1,4	1,1	1,2	2,4	2,2
RTL 2	3,0	3,4	2,8	~	~	2,2	~	1,8	~	~
RTL-TVi	2,2	2,0	2,3	~	~	1,8	1,4	2,7	~	~
France 3	1,8	1,8	2,1	~	~	~	0,9	1,2	~	~
MTV	1,6	1,7	2,0	~	~	~	0,9	1,3	~	~
Eurosport	1,9	1,4	1,9	~	~	0,8	~	~	~	~
La Une (RTBF)	1,5	1,5	~	~	~	~	1,3	1,2	~	~
Others Autres Sonstige	16,7	16,8	19,5	34,7	34,2	12,0	14,6	9,5	22,8	23,1

(1) Monday-Friday, September-June.

(1) Lundi au vendredi, septembre à juin.

(1) Montag-Freitag, September-Juni.

Daily share.
In %, 12 years +.Ensemble de la journée.
En %, 12 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 12 Jahre.Timeslot
(19:00-20:00).
In %, 12 years +.Tranche horaire
(19h-20h).
En %, 12 ans et +.Sendeleiste
(19-20 Uhr).
In %, ab 12 Jahre.

ILRes TV/IP for 2002-2006, TNS-ILRes Plurimedia for 2007

The Latvian market is attracting a large number of foreign investors.

In May 2007, News Corp bought LNT, the largest privately owned Latvian channel, and TV5. A month earlier, the Swedish group Modern Times Group (MTG) had launched TV6, its third channel in Latvia after TV3 and 3+. Two of these channels (TV6 and 3+) operate under a British licence, which is also true of Ren TV Baltic (partially owned by the Bertelsmann group).

These private channels attract a significant majority of viewers (market share of more than 85%). The market is split between the Latvian-speaking channels (LTV1, the first public channel, LNT, TV3 and TV5) and those which broadcast in Russian (3+, Ren TV Baltic and PBK).

Whereas the market shares of the main Latvian channels fell in 2007 (except daytime ratings for LTV1), those of the Russian-speaking channels increased markedly: 3+ from 4 to 4.9%, Ren TV Baltic from 1.7 to 2% and PBK from 10.1 to 10.4%. With LTV7, the partly Russian-speaking second public channel, these account for a market share of more than 20%.

Multi-channel services are mainly provided by cable operators. This sector is becoming increasingly concentrated and is dominated by Baltkom and Izzi (formerly Telia MultiCom). Parallel to this, Viasat (controlled by the MTG group), a single satellite platform, is operating in Latvia. In addition, Lattelecom, the incumbent telecommunications operator, has offered an IPTV service since 2006. Finally, a personal mobile TV trial using DVB-H was launched in February 2008. The trial is taking place in Riga, involves four channels and is being run by LMT (Latvia's largest mobile telephone operator) and LVRTC (public operator of the terrestrial transmission network).

The shareholdings in Lattelecom (51% owned by the Latvian state and 49% by TeliaSonera) and LMT (also 49% owned by TeliaSonera, 23% by Lattelecom, 23% by LVRTC and 5% by the state) could change in 2008. Lattelecom is currently being privatised and there may be changes in the share structure of LMT. The American group Blackstone has expressed an interest in Lattelecom, while the Swedish group TeliaSonera has indicated that it would like to take control of both firms. The anticipated date for the full switch-over to digital terrestrial broadcasting remains 2012.

➤ Nacionala radio un televīzijas padome (NRTP): <http://www.nrtp.lv>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Audience data:
Eurodata TV Worldwide/TNS Latvia

Le marché letton attire un grand nombre d'investisseurs étrangers.

En mai 2007, News Corp a acquis LNT, la plus grande chaîne privée lettone, et TV5. Un mois plus tôt le groupe suédois Modern Times Group (MTG) avait inauguré TV6, sa troisième chaîne en Lettonie après TV3 et 3+. Deux de ces chaînes (TV6 et 3+) opèrent sous licence britannique, ce qui est aussi le cas de Ren TV Baltic (partiellement possédée par le groupe Bertelsmann).

Ces chaînes privées captent une large majorité de l'audience (plus de 85 % de part de marché). Le marché est segmenté entre les chaînes diffusant en letton (LTV1, la première chaîne publique, LNT, TV3 ou encore TV5) et celles diffusant en russe (3+, Ren TV Baltic ou PBK).

Alors que les parts de marché des principales chaînes en letton baissent en 2007 (sauf en journée pour LTV1), celles des chaînes russophones progressent sensiblement : 3+ passe de 4 à 4,9 %, Ren TV Baltic passe de 1,7 à 2 % et PBK de 10,1 à 10,4 %. Avec LTV7, la seconde chaîne publique partiellement russophone, ces chaînes réunissent plus de 20 % de part de marché.

L'offre multichânes provient essentiellement des câblo-opérateurs. Le secteur tend à se concentrer et est dominé par Baltkom et Izzi (ex Telia MultiCom). Parallèlement, une unique plate-forme satellite opère en Lettonie : Viasat (contrôlée par le groupe MTG). De plus, Lattelecom, l'opérateur historique de télécommunications, propose un service IPTV depuis 2006. Enfin, un essai de télévision mobile personnelle via DVB-H a débuté en février 2008. L'expérience se tient à Riga, porte sur quatre chaînes et est menée par LMT (le plus important opérateur de téléphonie mobile en Lettonie) et le LVRTC (l'opérateur public du réseau de transmission terrestre).

Les actionnariats de Lattelecom (possédé à 51 % par l'Etat letton et à 49 % par TeliaSonera) et de LMT (possédé aussi à 49 % par TeliaSonera, à 23 % par Lattelecom, à 23 % par le LVRTC et à 5 % par l'Etat) pourraient évoluer en 2008. En effet, une procédure de privatisation de Lattelecom est en cours et l'évolution de l'actionnariat de LMT n'est pas non plus exclue. Le groupe américain Blackstone a signifié son intérêt pour Lattelecom, tandis que le groupe suédois TeliaSonera a proposé de prendre le contrôle des deux firmes. La date prévue pour le basculement complet vers la radiodiffusion numérique terrestre reste fixée à 2012.

➤ Nacionala radio un televīzijas padome (NRTP) : <http://www.nrtp.lv>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Données d'audience :
Eurodata TV Worldwide/TNS Latvia

Der lettische Markt zieht zahlreiche ausländische Investoren an.

Mai 2007 übernahm News Corp den größten lettischen Privatsender, LNT, sowie TV5. Ein Monat zuvor startete die schwedische Modern Times Group TV6, ihren dritten Fernsehsender in Lettland nach TV3 und 3+. Zwei dieser Dienste (TV6 und 3+) senden wie Ren TV Baltic (teilweise im Besitz der Bertelsmann-Gruppe) ihre Programme mit einer britischen Lizenz.

Auf diese Privatsender entfällt mit einem Marktanteil von über 85 % das Gros der Zuschauer. Der Markt teilt sich auf in die Sender lettischer Sprache (LTV1, das größte öffentlich-rechtliche Programm, LNT, TV3 und TV5) und russischer Sprache (3+, Ren TV Baltic und PBK).

Während die Marktanteile der wichtigsten lettischsprachigen Sender 2007 sanken (außer tagsüber bei LTV1), legten die russischsprachigen Sender leicht zu: 3+ verbesserte sich von 4 auf 4,9 %, Ren TV Baltic von 1,7 auf 2 % und PBK von 10,1 auf 10,4 %. Zusammen mit LTV7, dem zweiten öffentlich-rechtlichen Sender, dessen Programme teilweise auf Russisch ausgestrahlt werden, kamen diese Sender auf einen Marktanteil von über 20 %.

Das Multikanalangebot stammt im Wesentlichen von den Kabelnetzbetreibern. Im Kabelsektor, der von Baltkom TV und Izzi (ehemals Telia MultiCom) dominiert wird, zeichnet sich ein Konzentrationsprozess ab. Gleichzeitig ist in Lettland mit Viasat eine einzige Satellitenplattform aktiv. Der klassische Telekom-Betreiber Lattelecom bietet seit 2006 einen IPTV-Dienst an. Seit Februar 2008 findet ein Versuch mit Mobilfernsehen in der DVB-H-Norm in Riga statt. Die Tests umfassen ein Angebot von vier Sendern und werden von LMT (dem wichtigsten Mobiltelefonbetreiber des Landes) und LVRTC (dem öffentlich-rechtlichen Betreiber des terrestrischen Übertragungsnetzes) durchgeführt.

Die Kapitalbeteiligungen an Lattelecom (zu 51 % im Besitz des lettischen Staates und zu 49 % von TeliaSonera) und an LMT (ebenfalls zu 49 % TeliaSonera, 23 % Lattelecom, 23 % LVRTC und 5 % Staat) könnten sich 2008 ändern. Derzeit läuft ein Privatisierungsverfahren bei Lattelecom, und bei LMT ist eine ähnliche Entwicklung auch nicht auszuschließen. Die amerikanische Blackstone-Gruppe hat bereits Interesse an Lattelecom bekundet, während der schwedische Konzern TeliaSonera die Übernahme beider Firmen angeboten hat. Die endgültige Umstellung auf die digitale terrestrische Ausstrahlung soll nach wie vor 2012 erfolgen.

➤ Nacionala radio un televīzijas padome (NRTP): <http://www.nrtp.lv>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin <http://merlin.obs.coe.int>
Zuschauerdaten:
Eurodata TV Worldwide/TNS Latvia

Video on Demand



Video on Demand in Europe in 2008

This report provides a comprehensive picture of Video on Demand in Europe and lists the 386 VoD services operating in these countries by mid 2008.

- 386 VoD services identified
- 24 European countries covered
- Situation as of July 2008
- Number of services per country
- List of VoD platforms and their websites
- Changes in the VoD market during the first half of 2008
- Evolution of VoD: numbers, distribution modes and operators
- Legal and regulatory context and European support policy
- The economy of VoD: consumption, windows, content production
- The evolution of VoD offers in Europe: strategies, business models, new technologies
- Development of new online-VoD services : free VoD
- Development of Users Generated Content (UGC) and related industrial strategies

Video on Demand in Europe in 2008

approx. 150 pages,
Publication available by November 2008

€ 190



IRIS Special: Legal Aspects of VoD in Europe

This IRIS Special examines the main legal issues related to VoD services: questions linked to copyright law, competition law consumer protection as well as contractual arrangements chosen by the VoD industry.

Key questions addressed:

- What rights does a VoD provider need?
- Are contractual standards already in place?
- What role is played by exploitation windows?
- What rules determine the relations between different competitors?
- What experiences from the music industry are useful?
- How are VoD customers protected?
- What are the consequences of the newly created dual role of consumer/producer?

IRIS Special: Legal Aspects of Video on Demand

91 pages, ISBN 978-92-871- 6391-2

€ 89

These VoD reports are available in English, French and German

For further information

http://www.obs.coe.int/vod_market

E-mail: orders-obs@coe.int - Tel: +33 (0)3 88 14 44 00

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	2 282
Households	Ménages	Haushalte	-	920
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	96,7%	890
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	52,2%	480
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	4,3%	40
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	10,9%	100
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	8,7%	80
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	9,5%	87
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	22,5%	207
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	50,0%	460
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	16,3%	150
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	30		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	2	2	4	
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	0	6	6	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	24	24	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0	0	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	0	0	
Total	Total	Gesamt	2	32	34	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	1	5	6	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Cable Baltcom (Full offer)	Satellite Viasat (Full offer)	IPTV Lattelecom (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		4	4	5	5
Generalist - foreign			12	22	3
Adults			5	3	3
Children			6	18	3
Film			10	25	7
Culture/Documentary/Education			17	25	8
Entertainment/TV Fiction			15	24	8
Cultural minorities					
Home shopping					
News/Business			9	7	6
International channels			2	2	
Leisure/travel			2	2	1
Lifestyle			4		
Music			12	9	6
Parliamentary					
Regional/Local			1		
Religion			1	1	
Sports			10	22	6
Various			1	1	1

Operating revenues
of principal television
companies in Latvia

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Lettonie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der
wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Lettland

In Tausend EUR.

T.1.LV.1

2002-2007

Company		Channels	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Entreprises		Chaînes						
Unternehmen		Dienste						
Latvijas Televizija	sptv	LTV 1, LTV 7	12 821	20 049	13 206	15 659	18 933	~
Latvijas Neatkarīga Televizija	adtv	LNT	8 195	7 662	8 197	10 457	13 044	~
TV Latvia SIA	adtv	TV3	4 769	5 129	~	9 086	12 206	~
Pirmais Baltijas Kanāls SIA	thtv	PBK Latvia	-	3 187	662	7 268	8 936	12 299

➔ OBS

Financial situation
of television
companies in Latvia

EUR thousand.

Situation financière
des entreprises de
télévision en Lettonie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der
Fernsehunternehmen
in Lettland

In Tausend EUR.

T.1.LV.2

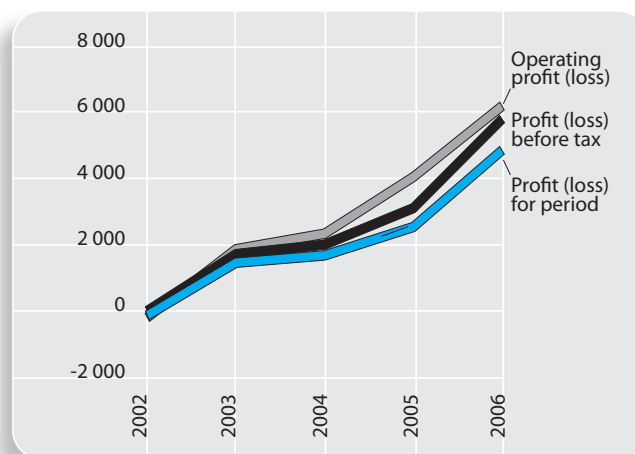
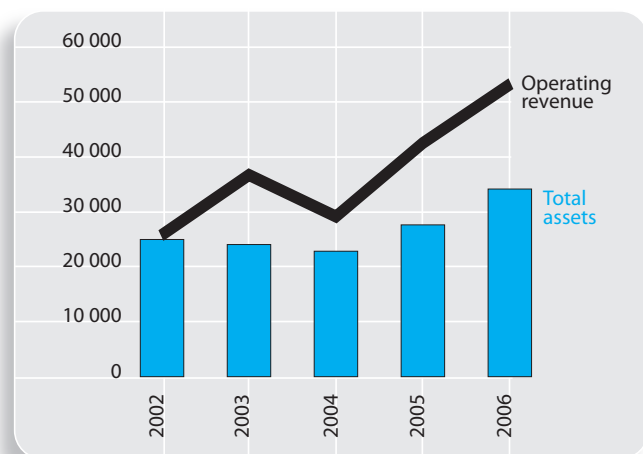
G.1.LV.1

2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	4	4	4	4	4
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	24 936	24 018	22 802	27 594	34 107
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	25 785	36 657	29 108	42 470	53 119
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-205	1 861	2 333	4 048	6 197
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-8	1 713	2 000	3 106	5 803
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-145	1 452	1 674	2 534	4 857
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	197	155	152	102	73
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	24	29	35	36	37
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-0,80	5,08	8,01	9,53	11,67
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	-0,13	24,83	24,72	31,64	46,58
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-0,03	4,67	6,87	7,31	10,92
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-0,03	7,13	8,77	11,26	17,01

➔ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



TV audience market share

In %, 4 years +.

Parts de marché d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.LV.3

G.1.LV.2

2003-2007

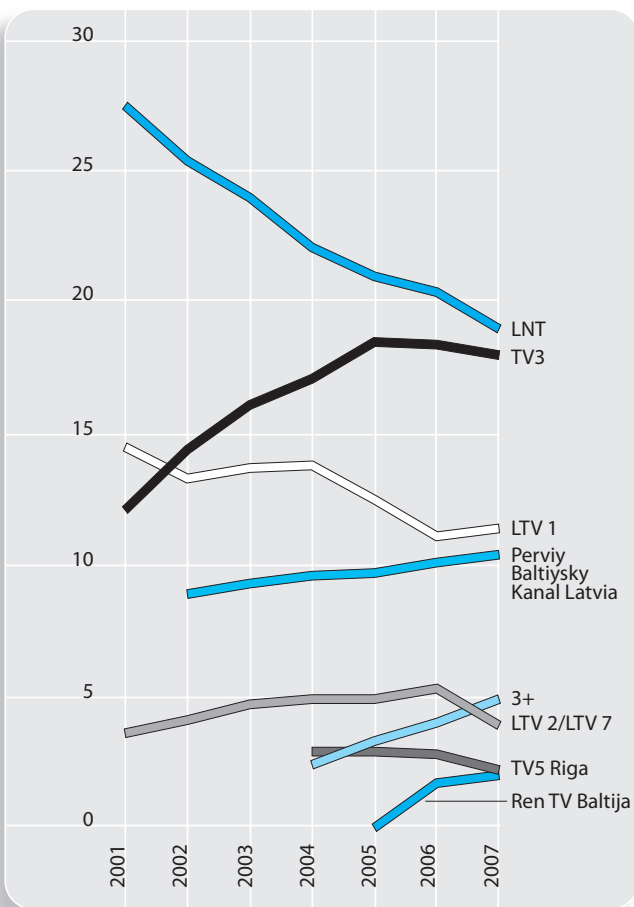
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-22:00) Heures de grande écoute (19h-22h) Primetime (19-22 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
LTV 1	13,7	13,8	12,5	11,1	11,4	21,5	18,5	16,1	15,5
LTV 2	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-
LTV 7	-	4,9	4,9	5,3	3,9	4,8	4,2	5,0	3,6
LNT	24,0	22,1	21,0	20,4	19,0	18,9	21,0	20,5	19,3
TV3	16,1	17,1	18,5	18,4	18,0	16,8	18,7	18,4	19,1
Perviy Baltiysky Kanal Latvia	9,3	9,6	9,7	10,1	10,4	11,5	10,9	11,0	11,1
TV5 Riga	~	2,9	2,9	2,8	2,2	2	2,2	2,5	2,4
3+	~	2,4	3,3	4,0	4,9	1,9	3,5	4,3	5,8
Ren TV Baltija	-	-	-	1,7	2,0	-	-	1,9	1,8
MTV Latvija	-	-	-	-	0,2	-	-	-	0,1
Other channels	~	24,5	25,0	24,3	25,8	20,3	19,1	19,0	19,5
Video	~	2,7	2,2	1,8	2,2	2,3	1,8	1,3	1,7

➔ Eurodata TV Worldwide/TNS LATVIA

Daily share.
In %, 4 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

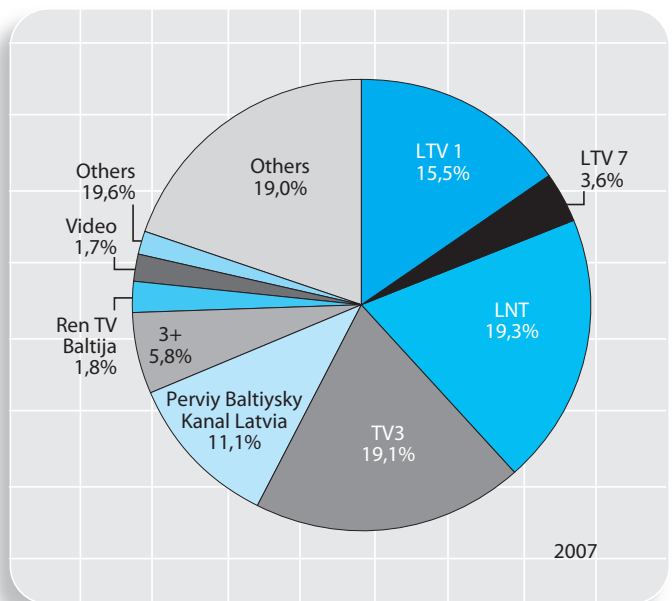
Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.



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

Heures de grande
écoute (19h-22h).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(19-22 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



Breakdown by genre of
LTV 1 programme output

Ventilation par genre des
programmes TV de LTV 1

Inhaltliche Aufteilung der
LTV1-Fernsehprogramme

T.1.LV.4
G.1.LV.3

Hours.

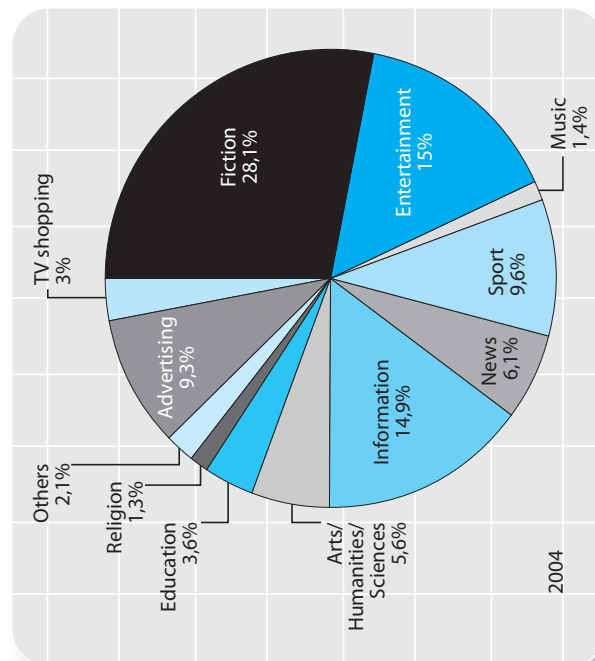
Heures.

In Stunden.

2003-2006

Genre	Aufteilung	2003	2004	2005	2006
Fiction	Fiktion	1 610	2 614	~	2 614
Entertainment	Unterhaltung	334	1 396	~	~
Music	Musik	258	127	~	~
Sport	Sport	13	897	~	~
News	Nachrichten	371	570	~	~
Information	Information	241	1 388	~	~
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	257	521	~	~
Education	Bildung	70	334	~	~
Religion	Religion	11	125	~	~
Others	Sonstige	1 388	198	~	~
Presentation	Vorschau/Eigenwerbung	~	~	~	~
Advertising	Werbung	~	866	~	~
TV shopping	Home-Shopping	-	277	~	~
Total	Summe	~	9 313	~	9 312

↗ LTV/UER-EBU



The Macedonian audiovisual landscape is composed of, on the one hand, a total of 55 commercial channels, and on the other hand, the Public Broadcasting Service MRT with three analogue channels and one satellite TV channel. The first public channel, MTV1, is a generalist channel, the second, MTV2, is intended to foster the cultural identity of the ethnic minority communities in the Republic of Macedonia (Albanians, Turks, Serbs, Roma, Vlachs and Bosniaks), and the third channel is the Assembly channel. As regards commercial channels, five (A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel, TV Telma) have national coverage.

The main private channels substantially dominate the market, while public television is suffering from considerable financial instability. The plan to grant licences to the regional broadcasters should make it possible to bring about some media concentration, which is essential since the present extreme market fragmentation is an obstacle to the cost-effectiveness of the broadcasters' activities.

At its public meeting on 27 November 2007, the Broadcasting Council of the “former Yugoslavia Republic of Macedonia” adopted the Broadcasting Development Strategy for the period 2007-2012. This principally called for the launch of the process of digitising terrestrial broadcasting in 2008 but was rejected by the government at the beginning of 2008.

Despite the absence of a legal framework, the government has announced its intention to launch the procedure for awarding digital terrestrial television licences in 2008. These are likely to be split up among four multiplexes, one of which would be reserved for the public broadcaster. As far as the private operators are concerned, the Slovenian telecommunications operator On.net could be one of the applicants as it has already begun digital terrestrial broadcasting trials in the Skopje area.

In June 2008, the Broadcasting Council granted five satellite broadcasting licences to the channels Alfa, Kanal 5, Sky Net, A2 and Era.

➔ *Sovet za radiodifuzija* (Broadcasting Council): <http://www.srd.org.mk>
Agency for Electronic Communications: <http://www.aec.mk>
Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Le paysage audiovisuel macédonien se compose, d'une part, de 55 chaînes commerciales, et, d'autre part, du service public de radio-télévision MRT, qui compte trois chaînes analogiques et une chaîne satellite.

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. Quant aux chaînes commerciales, cinq d'entre elles (A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel, TV Telma) bénéficient d'une couverture nationale.

Les principales chaînes privées dominent largement le marché tandis que la télévision publique souffre d'une importante instabilité financière. Par ailleurs, le projet d'octroi de licences aux radiodiffuseurs régionaux devrait permettre de réaliser une concentration des médias qui s'impose, dans la mesure où l'extrême fragmentation actuelle du marché fait obstacle à la rentabilité des activités des radiodiffuseurs.

Le Conseil de la radiodiffusion de l'Ex-République yougoslave de Macédoine a adopté lors de sa séance publique du 27 novembre 2007, la Stratégie de développement de la radiodiffusion pour la période 2007-2012. Celle-ci appelait notamment au lancement du processus de numérisation de la radiodiffusion terrestre en 2008 mais elle a été rejetée par le gouvernement au début de l'année 2008.

Malgré l'absence de cadre juridique, le gouvernement a annoncé son intention de lancer la procédure d'attribution de licences numériques terrestres en 2008. Les licences devraient être réparties en quatre multiplexes, dont l'un serait réservé au radiodiffuseur public. Du côté des opérateurs privés, l'opérateur slovène de télécommunications On.net pourrait faire partie des candidats puisque celui-ci a déjà lancé des expérimentations de transmission numérique terrestre dans la région de Skopje.

En juin 2008, le Conseil de la radiodiffusion a attribué cinq licences de diffusion par satellite aux chaînes Alfa, Kanal 5, Sky Net, A2 et Era.

➔ *Sovet za radiodifuzija* (Conseil macédonien de radiodiffusion) : <http://www.srd.org.mk>
Agency for Electronic Communications : <http://www.aec.mk>
Aspects juridiques : Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Die mazedonische audiovisuelle Medienlandschaft setzt sich zusammen aus 55 Privatsendern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter MRT mit drei analog verbreiteten Diensten und einem Satellitenkanal. 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. Von den Privatsendern sind fünf landesweit zu empfangen (A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel und TV Telma).

Die größten Privatsender dominieren weitgehend den Markt, während das öffentlich-rechtliche Fernsehen unter erheblicher finanzieller Unbeständigkeit leidet. Das Vorhaben, den regionalen Rundfunkveranstaltern Sendelizenzen zu erteilen, dürfte eine Medienkonzentration ermöglichen, die insofern erforderlich ist, als die derzeitige extreme Marktzersplitterung die Wirtschaftlichkeit der Rundfunkunternehmen behindert.

Der Rundfunkrat der ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien hat in einer öffentlichen Sitzung am 27. November 2007 die Strategie zur Entwicklung des Rundfunks für den Zeitraum 2007-2012 beschlossen. Darin wurde insbesondere dazu aufgerufen, im Jahr 2008 mit der Umstellung auf terrestrische Digitaltechnik zu beginnen; allerdings hat die Regierung Anfang 2008 diese Strategie abgelehnt.

Trotz des fehlenden Rechtsrahmens hat die Regierung ihre Absicht angekündigt, 2008 das Verfahren zur Vergabe von digitalen terrestrischen Lizenzen zu starten. Die Lizenzen sollen auf vier Multiplexe aufgeteilt werden, von denen einer dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter vorbehalten wäre. Unter den privaten Betreibern könnte das slowenische Telekommunikationsunternehmen On.net zu den Bewerbern gehören, da es bereits Versuche mit der digitalen terrestrischen Übertragung im Großraum Skopje gestartet hat.

Im Juni 2008 hat der Rundfunkrat den Sendern Alfa, Kanal 5, Sky Net, A2 und Era fünf Satelliten-Sendelizenzen erteilt.

➔ *Sovet za radiodifuzija* (Rundfunkrat der Republik Mazedonien): <http://www.srd.org.mk>
Agency for Electronic Communications: <http://www.aec.mk>
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

➔ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2006	31.12.2006
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)		2 039
Households	Ménages	Haushalte		507
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	93,1%	473
Cable TV households ⁽¹⁾	Foyers abonnés au câble ⁽¹⁾	Kabelhaushalte ⁽¹⁾	52,1%	265
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	~	~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	8,0%	41
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,0%	0
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	~	~
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	39,8%	202
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	10,0%	51
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	2006
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	100
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	0
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	0

Number of TV channels	Nombre de chaînes	Zahl der Dienste	10 .2006	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)		3	5	8
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		1	0	1
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	47	47
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	0	0
Total	Total	Gesamt		4	52	56
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	0	0

(1) The number of cable TV households is assessed via audience research commissioned by the Broadcasting Council. The official figure of subscribers given by the cable networks to the Agency for Electronic Communications is 130.000 households.

(1) Le nombre de foyers câblés est indiqué d'après une étude d'audience commanditée par le Conseil de la radiodiffusion. Le chiffre officiel d'abonnés fourni par les opérateurs de réseau à l'Agence pour les communications électroniques est de 130 000 foyers.

(1) Die Zahl der Kabelfernsehhaushalte wurde im Rahmen der Zuschauerforschung im Auftrag des Rundfunkrates ermittelt. Die Kabelnetzbetreiber haben der Behörde für elektronische Kommunikation offiziell 130 000 abonnierte Haushalte gemeldet.

TV audience market share in 'the Former Yugoslav Republic of Macedonia'

In %. Audience measurements based on a diary system.

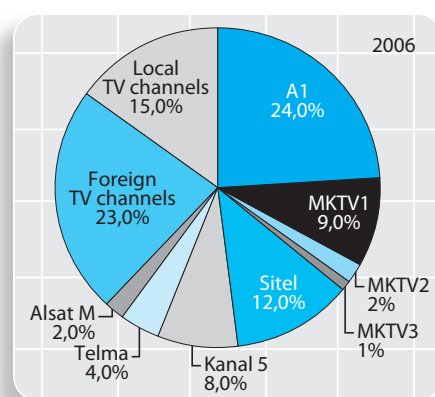
Parts de marché d'audience TV dans l' 'ex-République yougoslave de Macédoine'

En %. Mesure d'audience basée sur un système de journal quotidien.

Marktanteile der Fernsehdienste in der 'ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien'

In %. Messung der Einschaltquoten auf Basis einer Tagebuchehebung.

G.1.MK.1
2006



➔ SMMRI (Strategic Marketing and Media Research Institute)

Considering the small size of its market, Malta has a diversified, well-supplied audiovisual sector in which the leading commercial broadcasters have very close links with political parties: the Nationalist Party owns Net TV; the Malta Labour Party owns Super One TV. The third broadcaster, Smash TV, is financed entirely from advertising. The Maltese also receive the main Italian channels and international channels (BBC International, Discovery, etc.) transmitted by cable or satellite.

The Public Broadcasting Service (PBS) channel TVM no longer occupies a dominant position in the market. According to the latest survey by the regulatory authority, in January to March 2008, TVM lost its lead to the private channel One TV (formerly Super One). The TVM audience share was 21.6% (28.8 in June 2007), while One TV had 28.6% (24.4 in June 2007). Net TV has improved its share and is now the third most popular channel, while Smash TV's audience has further declined. Italian channels have also lost market share since June 2007 (from 23.8% to 19.4%). The authority has changed its methodology by doubling the number of respondents surveyed. Also, developments in digital reception may have impacted on audience shares.

Television is distributed primarily via cable, and by a single operator, Melitacable, which claims to serve 100,000 homes, of which 40,000 are digital subscribers. Melitacable has also become the leading broadband supplier and provides telephony services.

There is just one DTT operator as Maltacom bought out its rival Multiplus in 2007 and now operates as GO. DTT reception has developed rapidly according to surveys by the regulatory authority. In March 2008, 31% of respondents claimed to use DTT as the reception mode and in July 2008 GO claimed to have 25,000 DTT customers. The MCA consultation on granting three digital terrestrial frequencies to channels that meet public-service objectives is complete and the government is now formulating policy in this area. The analogue switch-off is planned for 2010.

➔ Broadcasting Authority Malta: www.ba-malta.org
Malta Communications Authority (MCA): www.mca.org.mt
Media System of Malta, Hans-Bredow-Institut: www.hans-bredow-institut.de
National Statistic Office: <http://www.nso.gov.mt>

Compte tenu de la taille réduite de son marché, Malte dispose d'un paysage audiovisuel fourni et diversifié, dans lequel les principales chaînes privées sont étroitement liées aux partis politiques : ainsi, le Parti nationaliste détient la chaîne Net TV et le Malta Labour Party la chaîne One TV (anciennement Super One TV). La troisième chaîne, Smash TV, est entièrement financée par la publicité. Les Maltais ont également accès aux principales chaînes italiennes et internationales (BBC International, Discovery, etc.) diffusées par câble ou par satellite.

TVM, la chaîne de télévision du radio-diffuseur public PBS n'occupe plus une place prépondérante sur le marché maltais. Selon l'étude menée entre janvier et mars 2008 par l'autorité de régulation, TVM s'est vue ravir la première place par One TV. La part d'audience de TVM était de 21,6 % (contre 28,8 % en juin 2007), alors que celle de One TV atteignait 28,6 % (contre 24,4 % en juin 2007). L'audience de Net TV a progressé et la chaîne se place à présent en troisième position parmi les chaînes de télévision les plus populaires du pays, tandis que l'audience de Smash TV a encore baissé. Les chaînes italiennes ont également accusé une baisse de part de marché depuis juin 2007 (de 23,8 % à 19,4 %). La modification de la méthodologie, en doublant le nombre de personnes interrogées lors de son étude, et les progrès en matière de réception numérique ont pu avoir des répercussions sur les parts d'audience.

La télévision est essentiellement diffusée sur les réseaux câblés et par un opérateur unique, Melitacable (100 000 foyers dont 40 000 au numérique). Melitacable est également devenu le principal fournisseur de haut débit et fournit des services de téléphonie.

Depuis le rachat par Maltacom en 2007 de son concurrent Multiplus, qui exerce à présent son activité sous le nom de GO, il ne reste plus qu'un seul opérateur de TNT. D'après les études menées par l'autorité de régulation, la réception de la TNT a rapidement progressé. En mars 2008, 31 % des personnes interrogées ont déclaré l'utiliser comme mode de réception. En juillet 2008, GO affichait 25 000 abonnés à la TNT. La consultation de l'autorité maltaise des communications, relative aux critères d'attribution des trois fréquences numériques terrestres réservées aux chaînes accomplissant une mission de service public, s'est achevée. Le gouvernement élabore à présent une politique dans ce domaine. L'extinction du signal analogique est prévue pour 2010.

➔ Broadcasting Authority Malta : www.ba-malta.org
Malta Communications authority (MCA) : www.mca.org.mt
Media System of Malta, Hans-Bredow-Institute : www.hans-bredow-institut.de
National Statistic Office : <http://www.nso>

Trotz der geringen Größe des Marktes verfügt Malta über eine vergleichsweise gut ausgestattete und vielfältige audiovisuelle Medienlandschaft, in der die wichtigsten Privatsender sehr eng mit den politischen Parteien verbunden sind: die Nationalistische Partei besitzt Net TV, während die Malta Labour Party Super One TV besitzt. Der dritte Sender, Smash TV, wird ausschließlich über Werbung finanziert. Die Malteser haben Zugang zu den wichtigsten italienischen und zu den per Kabel oder Satellit verbreiteten internationalen Sendern (BBC International, Discovery usw.).

Der Public Broadcasting Service (PBS) und sein Fernsehkanal TVM nehmen auf dem Rundfunkmarkt in Malta keine dominierende Stellung mehr ein. Nach der jüngsten Erhebung der Regulierungsbehörde (von Januar bis März 2008) hat TVM seinen bisherigen Spitzenplatz an den Privatsender One TV (früher Super One) verloren. TVM hatte einen Zuschaueranteil von 21,6% (28,8% im Juni 2007) und One TV einen von 28,6% (24,4% im Juni 2007). NTV's Zuschaueranteil ist gestiegen und NTV ist nun der drittbekannteste Sender, wohingegen Smash TV einen weiteren Rückgang seines Marktanteils zu verzeichnen hatte. Auch die italienischen Kanäle haben seit Juni 2007 Marktanteile verloren (von 23,8% auf 19,4%). Die Behörde hat ihr Erhebungsverfahren geändert und die Zahl der Befragten verdoppelt. Auch die Entwicklung im Bereich des digitalen Empfangs könnte sich auf die Zuschaueranteile ausgewirkt haben.

Das Fernsehprogramm wird überwiegend über Kabel und von einem einzigen Betreiber, Melitacable, ausgestrahlt (100 000 Haushalte davon 40 000 für das Digitalfernsehen). Melitacable hat sich zudem zum führenden Breitbandanbieter entwickelt und bietet auch Telefonie-Dienste an.

Nach der Übernahme von Multiplus durch Maltacom im Jahr 2007 gibt es nur noch einen DVB-T-Anbieter, der nun unter dem Namen GO auftritt. Laut Erhebungen der Regulierungsbehörde entwickelt sich der DVB-T-Empfang schnell. Im März 2008 gaben 31% der Befragten an, das Fernsehprogramm über DVB-T zu empfangen. Im Juli hatte GO 25 000 DVB-T-Kunden. Die Konsultation der MCA zu den Kriterien für die Vergabe von drei DVB-T-Frequenzen an Sender, die öffentlich-rechtliche Ziele erfüllen, ist abgeschlossen. Die Abschaltung der analogen Signale ist für 2010 geplant.

➔ Broadcasting Authority Malta: www.ba-malta.org
Malta Communications Authority (MCA): www.mca.org.mt
Mediensystem Malta, Hans-Bredow-Institut: www.hans-bredow-institut.de
National Statistic Office: <http://www.nso.gov.mt>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	405
Households	Ménages	Haushalte	-	128
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	99,3%	128
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	78,1%	100
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	31,3%	40
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	8,0%	10
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,0%	0
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	20,4%	25
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	50,8%	65
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	60,0%	77
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	45,0%	58
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	1		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	0		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	0		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	1	2	3	
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	1	16	17	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	0	0	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	0	0	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	0	0	0	
Total	Total	Gesamt	2	18	20	
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	1	0	1	

Supply of TV channels by genre and by platform

(including foreign channels)

08.2008

Terrestrial Digital Multiplus

Cable Malta Digital (Full offer)

Generalist - national (incl. dedicated)	3	3
Generalist - foreign	7	11
Adults		
Children	6	7
Film	2	4
Culture/Documentary/Education	8	9
Entertainment/TV Fiction	5	7
Cultural minorities		
Home shopping		1
News/Business	6	11
International channels		3
Leisure/travel	1	3
Lifestyle	2	7
Music	3	8
Parliamentary		
Regional/Local	1	1
Religion	1	1
Sports	5	21
Various	1	5

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

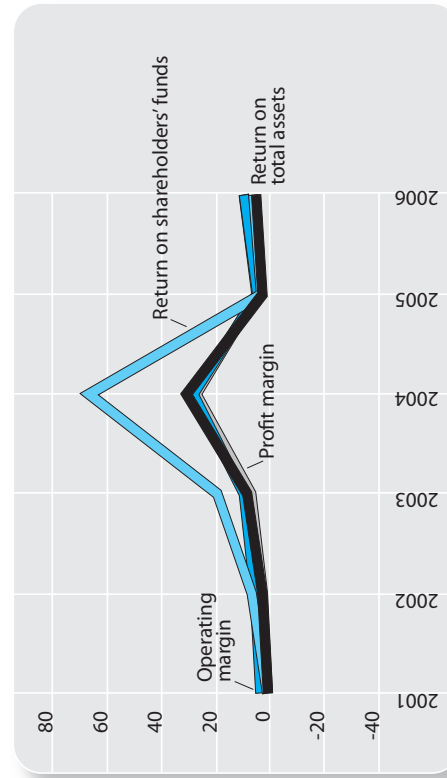
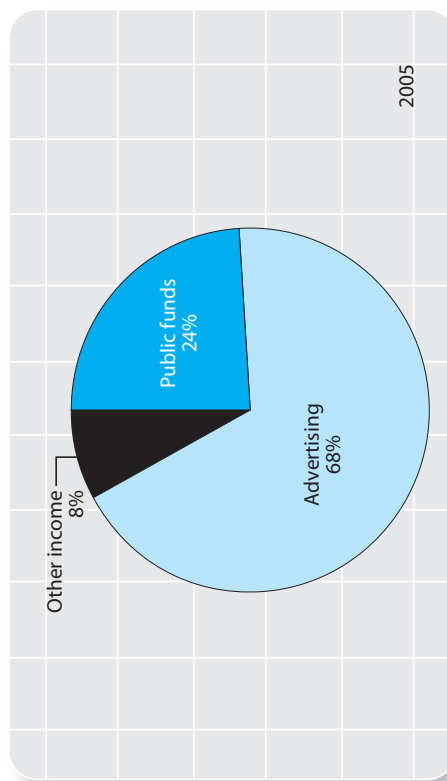
2000-2006

Income	Recettes	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Total public income	Total recettes publiques	?	?	?	5 100	?	1 200	?
- Aid/Grants	- Subventions	?	?	?	0	?	1 200	?
- Licence fee	- Redevance	?	?	?	5 100	?	?	?
Total commercial income	Total recettes commerciales	?	?	?	2 800	?	3 400	?
- Advertising	- Publicité	?	?	?	2 800	?	3 400	?
- Sponsorship	- Parrainage	?	?	?	0	?	?	?
- Programme sales	- Ventes de programmes	?	?	?	0	?	?	?
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	?	?	?	0	?	?	?
Other income	Autres recettes	?	?	?	100	?	400	?
Total	Total	9 078	8 732	8 182	8 103	?	4 900	?
Operating revenues	Produit d'exploitation	9 078	8 732	8 182	8 103	7 103	5 738	5 615
Expenditure	Dépenses	9 523	8 423	7 722	7 327	5 105	5 476	5 082
P/L for period	Résultat net	-685	-319	471	328	2 339	-271	615
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	-4,9%	3,5%	5,6%	9,6%	28,1%	4,6%	9,5%

➡ PBS/EBU-UER/OBS

Income. Recettes. Erträge.

In %. En %. In %.



TV audience market
share in Malta

In %, 12 years +.

Parts de marché
d'audience TV à Malte

En %, 12 ans et +.

Marktanteile der
Fernsehdienste in Malta

In %, ab 12 Jahre.

T.1.MT.2

G.1.MT.2

2002-2008

Channels

Chaînes

Dienste

Daily share

Ensemble de la journée

Ganztägig

	2002	2003	(4) 2004	(5) 2005	(6) 2006	(7) 2007	(8) 2007	(6) 2007	(7) 2008	(8) 2008
TVM	31,8%	29,5%	27,3%	30,5%	29,7%	29,3%	28,8%	26,8%	26,9%	33,0%
One TV	22,6%	24,7%	15,3%	15,6%	28,0%	23,8%	24,4%	20,7%	21,0%	15,1%
NETTV	11,7%	11,4%	9,3%	10,3%	13,3%	10,8%	8,9%	12,1%	13,4%	8,5%
Max Plus⁽¹⁾	3,3%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Family TV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9%
Smash TV	0,7%	1,2%	1,2%	2,1%	0,1%	0,1%	0,7%	0,7%	0,5%	0,6%
Channel 12⁽²⁾	0,8%	0,2%	-	-	-	-	-	-	-	-
Channel 22⁽³⁾	0,1%	1,0%	-	0,2%	-	-	-	-	-	-
Education 22	-	-	-	-	0,4%	-	-	0,1%	0,1%	0,1%
RAI (RAI Uno, RAI Due, RAI Tre)	4,3%	5,2%	11,3%	7,7%	3,5%	5,0%	5,4%	6,0%	4,8%	13,4%
MediaSet (Canale 5, Italia 1, Rete 4)	12,3%	14,9%	23,0%	20,5%	15,4%	13,7%	18,4%	15,8%	14,8%	11,8%
Other Italian ch. Autres ch. ital. Sonst. ital. Dienste	0,8%	0,9%	0,9%	1,0%	-	-	-	-	-	-
Others Autres Sonstige	11,7%	11,0%	11,7%	12,1%	9,6%	17,3%	13,4%	17,8%	18,5%	15,6%

(1) Max Plus started operating in 2000 and ceased in 2002.

(1) Max Plus a commencé à émettre en 2000 et a cessé en 2002.

(1) Max Plus nahm den Sendebetrieb 2000 auf und stellte ihn 2002 wieder ein.

(2) Channel 12 stopped operating in 2003.

(2) Channel 12 a cessé la diffusion en 2003.

(2) Channel 12 stellte den Sendebetrieb 2003 ein.

(3) Channel 22 only transmits on cable.

(3) Channel 22 transmet seulement sur le câble.

(3) Channel 22 wird nur über Kabel verbreitet.

(4) June-December 2004.

(4) Juin-Décembre 2004.

(4) Juni-Dezember 2004.

(5) January-July 2005.

(5) Janvier-Juillet 2005.

(5) Januar-Juli 2005.

(6) October-December.

(6) Octobre-Décembre.

(6) Oktober-Dezember.

(7) January-March.

(7) Janvier-Mars.

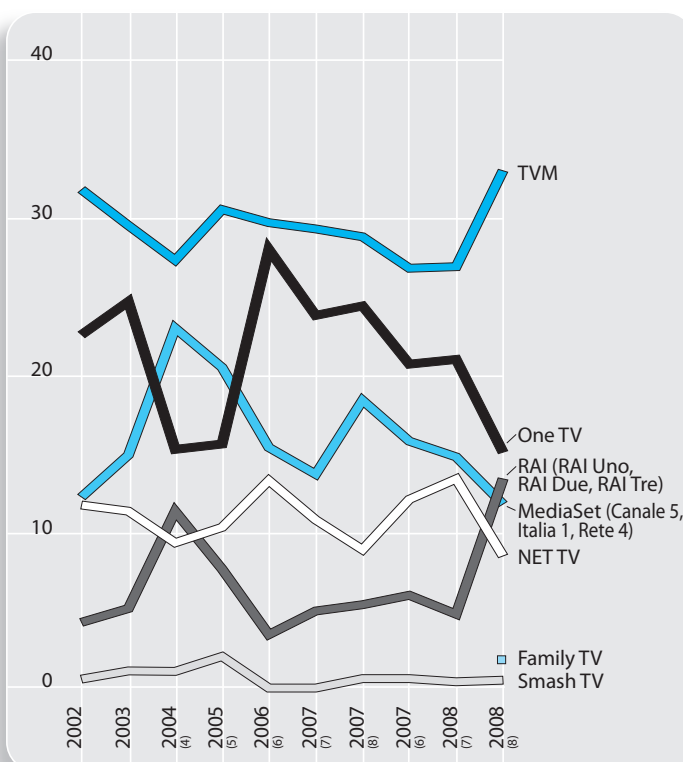
(7) Januar-März.

(8) April-June.

(8) Avril-Juin.

(8) April-Juni.

➔ Broadcasting Authority of Malta Audience Audit

Daily share.
In %, 12 years +.Ensemble de la journée.
En %, 12 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 12 Jahre.

Breakdown by genre of
PBS-TVM programme output

Inhaltliche Aufteilung des
PBS-TVM-Fernsehprogramms

T.1.MT.3
G.1.MT.3

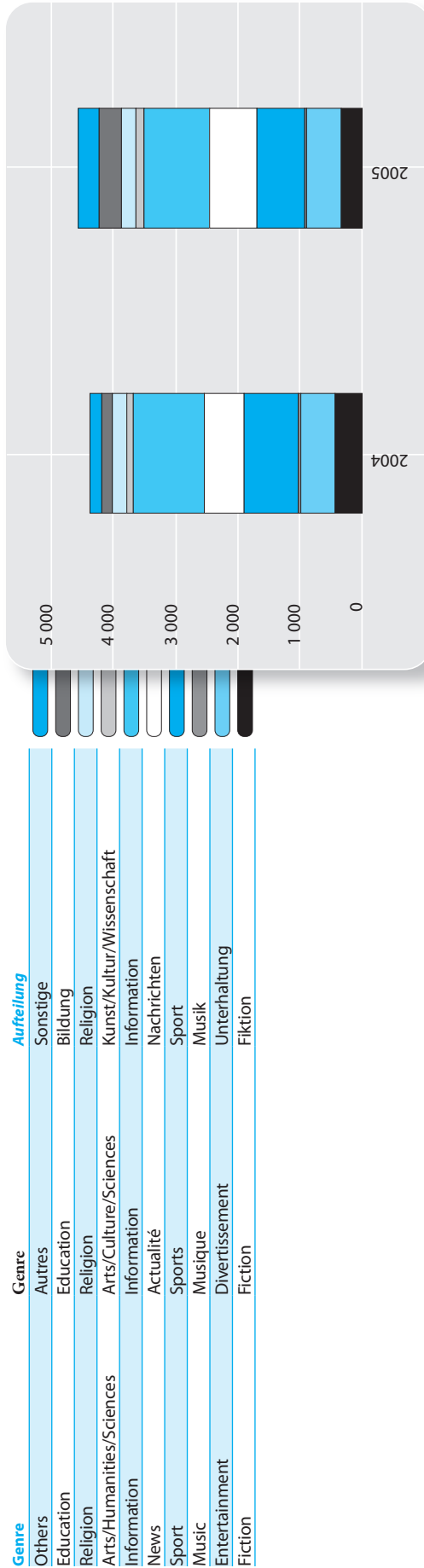
Hours, Presentation and advertising not included.

In Stunden, Ohne Vorschau und Werbung.

2004-2005

Genre	Genre	Aufteilung	2004	2005	2004	2005	2005/04
Fiction	Fiction	Fiktion	435	336	10,0%	7,4%	-22,8%
Entertainment	Divertissement	Unterhaltung	550	556	12,6%	12,2%	1,1%
Music	Musique	Musik	40	30	0,9%	0,7%	-25,0%
Sport	Sports	Sport	870	767	19,9%	16,8%	-11,8%
News	Actualité	Nachrichten	639	760	14,6%	16,7%	18,9%
Information	Information	Information	1 140	1 053	26,1%	23,1%	-7,6%
Arts/Humanities/Sciences	Arts/Culture/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	104	130	2,4%	2,9%	25,0%
Religion	Religion	Religion	232	232	5,3%	5,1%	0,0%
Education	Education	Bildung	170	358	3,9%	7,9%	110,6%
Others	Autres	Sonstige	190	336	4,3%	7,4%	76,8%
Total	Total	Summe	4 370	4 558	100,0%	100,0%	4,3%

➔ PBS/UER-EBU



The Dutch public service system (NPO) consists of 21 broadcasters, headed by NOS, which is both a broadcaster (NOS RTV) and a body for co-ordinating and managing the other public service broadcasters. An Act amending the *Mediawet* (Media Act) that came into force in February 2007 introduced budget cuts for the public service broadcasters, tougher administrative requirements, a name change for NOS and a number of amendments to existing legislation. The legislation introduced an annual budget cut for the public broadcasters of EUR 11 million (and an additional retroactive cut of EUR 10 million for 2006). In addition, the public broadcasters are now required to send their annual accounting statements to the *Commissariaat voor de Media* (Media Authority) earlier in the year than in the past. An agreement reached on 7 February 2007 between the parties in the new government coalition provided for a new reform of public service broadcasting, a budget increase of EUR 50 million and the renewal in 2010 of a five-year concession. Alongside the three traditional channels (NED-1, NED-2 and NED-3), the public broadcasters transmit 17 special-interest channels. It was decided in July 2008 that these would be restructured and re-organised into just 12.

In the private sector, the two groups SBS Broadcasting (bought by the German group ProSiebenSat.1 Media AG) and RTL Nederland hold a predominant position with, respectively, the channels Net-5, SBS6 and Veronica for the former and RTL 4, RTL 5 and RTL7 for the latter. RTL Nederland also now owns RTL8, which was formerly Talpa TV.

Multichannel packages enjoy almost total penetration in the Dutch pay-TV market (nearly 92% of homes). The rate of cable television penetration (more than 90%) is one of the highest in Europe. The cable sector has recently consolidated. In 2006, the investors Warburg-Pincus and Cinven bought the operators Casema, Multikabel and @home and merged them to form a single company (Ziggo under Zesko Holding). Ziggo had 3.4 million television subscribers in January 2008. UPC Nederland thus became the country's second largest operator, and had 2.1 million subscribers at the end of 2007 (of which about 25% are digital).

In July 2008 the Dutch telecoms regulator (OPTA) completed an analysis of the market for broadcasting transmission services. In particular it was concerned with the concentration of market power in the hands of the above-mentioned companies, as this would hinder the development of competition in bundled offers. A consultation was launched on the proposals of the regulator to oblige these

Le système néerlandais de service public (NPO) se compose de 21 radiodiffuseurs, chapeautés par la NOS, qui est à la fois radiodiffuseur (NOS RTV) et organisme de coordination et de gestion des autres radiodiffuseurs de service public. Outre les 3 chaînes classiques (NED-1, NED-2, NED-3), les diffuseurs publics émettent pas moins de 17 chaînes thématiques. La loi portant modification de la *Mediawet* (loi relative aux médias) est entrée en vigueur en février 2007. Les nouvelles dispositions prévoient des restrictions budgétaires pour le service public, un renforcement des contraintes administratives, un changement de nom de la NOS et un certain nombre de modifications de la législation en place. Le texte comporte une compression budgétaire annuelle de 11 millions EUR (et une restriction rétroactive supplémentaire de 10 millions EUR au titre de 2006) pour les radiodiffuseurs publics. Par ailleurs, les radiodiffuseurs publics sont désormais tenus de transmettre leurs états de compte au *Commissariaat voor de Media* (autorité de régulation des médias) à une date antérieure dans l'année. Un accord passé le 7 février 2007 entre les partis de la nouvelle coalition gouvernementale prévoit une nouvelle réforme du service public, un accroissement budgétaire de 50 millions EUR et un renouvellement, en 2010, d'une concession de cinq ans. Outre les trois chaînes classiques (NED-1, NED-2 et NED-3), les radiodiffuseurs publics émettent 17 chaînes thématiques. Il a été décidé en juillet 2008 de les restructurer et de les réorganiser pour réduire leur nombre à 12.

Dans le secteur privé, les deux groupes SBS Broadcasting (racheté par le groupe allemand ProSiebenSat.1 Media AG) et RTL Nederland occupent une place prépondérante, respectivement avec les chaînes Net-5, SBS6 et Veronica pour le premier, RTL 4, RTL 5 et RTL7 pour le second. RTL Nederland détient désormais également RTL8, anciennement Talpa TV.

Le marché néerlandais de la télévision payante est caractérisé par une pénétration quasi totale des offres multichaines (près de 92% des foyers). Le taux de pénétration du câble (plus de 90%) est parmi les plus élevés d'Europe. Le secteur du câble a récemment connu un mouvement de concentration. En 2006, les investisseurs Warburg-Pincus et Cinven ont racheté les opérateurs Casema, Multikabel et @home, les regroupant dans une seule compagnie (Ziggo dépendant de Zesko Holding). Ziggo réunissait 3,4 millions d'abonnés en janvier 2008. UPC Nederland devient ainsi second opérateur avec 2,1 millions d'abonnés fin 2007 (dont 25% environ sont des abonnés numériques).

Der öffentlich-rechtliche Teil des niederländischen Systems (NPO) setzt sich aus 21 Rundfunkgesellschaften unter der Federführung von NOS zusammen; NOS ist gleichzeitig Rundfunkveranstalter (NOS RTV) und Koordinierungs- und Verwaltungseinrichtung der anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkgesellschaften. Neben den drei klassischen Sendern (NED-1, NED-2, NED-3) strahlen die öffentlich-rechtlichen Sendeunternehmen nicht weniger als 17 Spartenkanäle aus. Das Gesetz zur Änderung des Mediengesetzes (*Mediawet*) trat im Februar 2007 in Kraft. Mit den neuen Bestimmungen werden Budgetkürzungen, strengere Verwaltungsanforderungen, eine Namensänderung sowie eine Reihe von Anpassungen bestehender Regelungen eingeführt. Für die öffentlich-rechtlichen Sender ist eine Reduzierung des Jahresetats um 11 Mio. EUR (sowie um weitere 10 Mio. EUR nachträglich für 2006) vorgesehen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen zukünftig ihre Jahresabschlüsse dem *Commissariaat voor de Media* (Medienbehörde) zu einem früheren Zeitpunkt im Jahr als bisher vorlegen. Eine am 7. Februar 2007 getroffene Vereinbarung zwischen den Parteien der neuen Regierungskoalition sieht eine Reform des öffentlichen Dienstes vor, eine Budgetsteigerung um 50 Mio. EUR und 2010 eine Verlängerung der Konzession um fünf Jahre. Neben den drei traditionellen Kanälen (NED-1, NED-2 und NED-3) strahlen die öffentlich-rechtlichen Sender 17 Spartenkanäle aus. Im Juli 2008 wurde beschlossen, diese neu zu strukturieren und dabei auf 12 zu reduzieren.

Unter den privaten Anbietern nahmen zwei Gruppen eine besondere Stellung ein: SBS Broadcasting (von der deutschen ProSiebenSat.1 Media AG übernommen) mit Net-5, SBS6 und Veronica sowie RTL Nederland mit RTL 4, RTL 5 und RTL 7. Zu RTL Nederland gehört inzwischen auch RTL8, früher Talpa TV.

Hinsichtlich des Bezahlfernsehens ist der niederländische Markt von einer fast vollständigen Durchdringung von Multikanal-Angeboten geprägt (nahezu 92% der Haushalte). Die Penetrationsrate beim Kabelempfang (über 90%) zählt zu den höchsten in ganz Europa. Der Kabelsektor hat in der jüngeren Vergangenheit eine Konsolidierungsphase erlebt. Die Investmentfirmen Warburg-Pincus und Cinven haben 2006 die Betreiber Casema, Multikabel und @home übernommen und aus ihnen eine einzige Gesellschaft (Ziggo, Zesko Holding) gebildet. Ziggo hatte im Januar 2008 2,4 Mio. TV-Abonnenten. UPC Nederland wurde somit zum zweitgrößten Betreiber mit 2,1 Mio. Abonnenten Ende 2007 (davon rund 25% digital).

operators to sell off cable subscriptions for analogue services to other operators (not including KPN, being also a significant player in pay-TV and internet provision). The consultation ran until the end of September 2008.

The satellite platform Canal Digitaal, in which Providence Equity Partners has a majority stake, now has over 600,000 subscribers. In July 2005, the competition regulation authority gave the go-ahead to Liberty Global's acquisition of the content publishing activities of Canal Plus Nederland, the largest provider of pay-TV services. This further strengthened the position of Liberty Global, which already owned UPC Nederland.

A new player entered the pay-TV scene in May 2006, with the national telecoms operator KPN's launch of the Mine IPTV platform. It joins the IPTV platforms owned by Versatel and Lijbrand, which were launched in 2005. Versatel (bought by Tele2) had purchased the rights to show the football championship (in 2005 for three seasons) and launched the football channel Voetbal. Currently another tender is under way for the next three seasons.

The Netherlands completed the analogue switch-off in December 2006. Digital transmission has undergone a concentration process after the purchase of Nozema by KPN and its merger with the Digitenne network. According to Digitenne annual reports, they had almost 500,000 subscribers at the end of 2007.

➔ Commissariaat voor de Media:
<http://www.cvdm.nl>
 Legal aspects: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
 Association of Dutch Cable Operators:
<http://www.nlkabel.nl>
 General information:
<http://www.digitelvisie.nl>

En juillet 2008, l'autorité de surveillance des télécommunications des Pays-Bas (OPTA) a achevé une analyse du marché des services de radiodiffusion. Elle s'inquiète notamment face à la concentration, entre les mains des sociétés mentionnées ci-dessus, des positions de force sur le marché, car cette concentration pourrait freiner le développement de la concurrence dans les offres groupées. L'autorité de surveillance a formulé une proposition visant à obliger ces opérateurs à revendre les abonnements au câble portant sur des services analogiques à d'autres opérateurs (autres que KPN, qui est également un acteur important dans la télévision à péage et la fourniture d'accès à Internet), et a initié une consultation à ce sujet. Celle-ci s'est poursuivie jusqu'à la fin du mois de septembre 2008.

La plate-forme satellitaire Canal Digitaal, majoritairement détenue par Providence Equity Partners, a dépassé les 600 000 abonnés. En juillet 2005, l'autorité de régulation de la concurrence a donné son feu vert au rachat par Liberty Global des activités d'édition de contenus de Canal Plus Nederland, le plus important fournisseur de services de télévision à péage. Ceci a permis à Liberty Global, déjà propriétaire d'UPC Nederland, de renforcer davantage sa position.

En mai 2006, un nouvel acteur est entré sur le marché : l'opérateur télécoms KPN a lancé une plate-forme IPTV baptisée « Mine ». Celle-ci s'ajoute à celles de Versatel et Lijbrand, qui ont lancé leurs plates-formes IPTV en 2005. Versatel (qui a été racheté par Tele2) a acheté les droits du championnat de football (en 2005 pour trois saisons) et lancé une chaîne Voetbal. Un appel d'offre pour les trois prochaines saisons est en cours.

Les Pays-Bas ont procédé à l'extinction complète du signal analogique en décembre 2006. La transmission numérique a connu elle-même un processus de concentration après le rachat de la Nozema par KPN et sa fusion avec le réseau Digitenne. D'après les rapports annuels de Digitenne, ce dernier comptait près de 500 000 abonnés à la fin 2007.

➔ Commissariaat voor de Media :
<http://www.cvdm.nl>
 Aspects juridiques : Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
 Association des
 câblo-opérateurs néerlandais :
<http://www.nlkabel.nl>
 Informations générales :
<http://www.digitelvisie.nl>

Im Juli 2008 hat die niederländische Regulierungsbehörde für Telekommunikation (OPTA) eine Studie des Marktes für Rundfunkübertragungsdienste abgeschlossen. Gegenstand der Studie war insbesondere die Konzentration von Marktmacht in den Händen oben genannter Unternehmen, da diese ggf. die Entstehung von Wettbewerb bei gebündelten Angeboten verhindern könnte. Es wurde eine Konsultation zu den Vorschlägen der Regulierungsbehörde gestartet, wonach diese Betreiber gezwungen werden sollen, Kabel-Abos für analoge Dienste an andere Betreiber weiterzuverkaufen (mit Ausnahme des Konzerns KPN, der auch in den Bereichen Bezahlfernsehen und Internetzugang ein wichtiger Akteur ist). Die Konsultation lief bis Ende September 2008.

Die Satellitenplattform Canal Digitaal, die mehrheitlich im Besitz von Providence Equity Partners ist, hat die Schwelle von 600 000 Abonnenten überschritten. Im Juli 2005 gab die Behörde zur Regulierung des Wettbewerbs Liberty Global grünes Licht für die Übernahme der Content-Sparte von Canal Plus Nederland, dem wichtigsten Pay-TV-Anbieter. Dadurch konnte Liberty Global, bereits Besitzer von UPC Nederland, seine Position weiter stärken.

Seit 2006 gibt es einen neuen Wettbewerber auf dem Pay-TV-Markt: Der niederländische Telekombetreiber KPN startete seine IPTV-Plattform „Mine“. Seine Konkurrenten Versatel und Lijbrand hatten bereits 2005 solchen Plattformen gestartet. Versatel (von Tele2 übernommen) erwarb die Rechte an der Fußballmeisterschaft (im Jahr 2005 für drei Saisons) und startete den Sender Voetbal. Derzeit läuft eine Ausschreibung für die drei nächsten Spielzeiten.

Die Niederlande haben die analogen Signale im Dezember 2006 komplett abgeschaltet. Nach der Übernahme von Nozema durch KPN und dessen Fusion mit dem Digitenne-Netz fand auch bei der digitalen Verbreitung ein Konzentrationsprozess statt. Laut Digitenne's Jahresbericht, hatte das Unternehmen Ende 2007 etwa 500 000 Abonnenten.

➔ Commissariaat voor de Media:
<http://www.cvdm.nl>
 Rechtliche Aspekte: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>
 Verband der niederländischen
 Kabelnetzbetreiber:
<http://www.nlkabel.nl>
 Allgemeine Informationen:
<http://www.digitelvisie.nl>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	16 405
Households	Ménages	Haushalte	–	7 233
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	98,7%	7 139
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	85,6%	6 191
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	21,6%	1 560
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	8,3%	600
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	8,3%	600
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	1,5%	111
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	6,9%	500
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	38,3%	2 771
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	90,0%	6 509
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	78,6%	5 682
Subscribers to unicast mobile TV	Abonnés aux services Unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	0,3%	20

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	28
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	1
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	3
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1 (pay)
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008		
			Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	3	18	21
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	19	73	92
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	122	ca250	ca372
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	9	9
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	1	1	2
Total	Total	Gesamt	145	ca351	ca496
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	1	24	25

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital TV on KPN	Cable UPC (full offer)	Satellite Canal Digitaal (full offer)	IPTV KPN (full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		6	6	6	6
Generalist - foreign		2	13	24	9
Adults		1	3	6	5
Children		1	6	9	6
Film			10	5	4
Culture/Documentary/Education		3	11	14	6
Entertainment/TV Fiction		5	8	11	10
Cultural minorities					
Home shopping			1	3	
News/Business		1	14	15	6
International channels			2	10	2
Leisure/travel		1	2		3
Lifestyle			5	5	2
Music		2	13	15	9
Parliamentary				1	
Regional/Local		13	1	11	15
Religion			1	2	1
Sports		4	10	13	10
Various		1	1		3

Operating revenues of main television companies in the Netherlands

EUR thousand.

Produit d'exploitation des principales entreprises de télévision aux Pays-Bas

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der wichtigsten Fernsehunternehmen in den Niederlanden

In Tausend EUR.

T.1.NL.1

G.1.NL.1

2004-2007

Company	Channels	2004	2005	2006	2007
Company	Channels				
Entreprises	Chaînes				
Unternehmen	Dienste				
NPO - Nederlandse Publiek Omroep	sptv	802 766	772 355	630 292	~
- Nederlandse Omroep Stichting (NOS)	sptv	741 457	704 887	553 052	768 386
- Stichting Etherreclame (STER)	sptv	225 492	297 928	207 085	~
- AVRO	sptv	81 965	77 505	71 391	~
- Vereniging TROS	sptv	74 676	~	~	~
- Katholieke Radio Omroep (KRO)	sptv	75 143	74 631	~	~
- VARA	sptv	72 975	69 044	71 417	~
- Evangelische Omroep (EO)	sptv	72 620	~	~	~
- VPRO	sptv	62 688	44 764	57 521	~
- Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRCV)	sptv	65 881	57 404	~	~
- Stichting Educatieve Omroepcombinatie	sptv	32 271	~	~	~
- Stichting Teleac/Not	sptv	24 811	20 907	~	~
- BNN	sptv	22 193	~	~	~
- Nederlandse Programma Stichting	sptv	~	46 834	~	~
SBS Broadcasting Holding B.V.B.V.	adtv	-	221 994	1 002 956	522 494
(p.m.) SBS Broadcasting B.V.	adtv	269 045	~	~	~
Jetix Europe N.V.	thtv	135 923	145 329	162 838	166 444
Talpa Service II N.V.	adtv	-	40 618	134 045	~
Radio Nederland Wereldomroep	sptv	50 290	50 893	49 696	~
Chello Media Programming	thtv	17 487	40 484	41 412	~
MTV Networks B.V.	thtv	31 052	33 383	~	~
Stichting Regionale Omroep Brabant	rtv	18 203	~	20 106	~
The Box Holland BV	thtv	5 160	3 316	2 282	~
Canal Digitaal Premium Services B.V.	packtv	564	~	~	~
(p.m.) CLT-UFA (LU)	adtv	241 995	568 764	638 639	~
(p.m.) RTL Nederland (LU) ⁽¹⁾	adtv	249 691	~	~	~
(p.m.) Yorin TV B.V. ⁽²⁾	adtv	61 356	-	-	-

(1) Established in Luxembourg, merged into CLT-UFA.

(2) The company was taken over by the RTL Group in 2005 and merged into CLT-UFA. Yorin TV was rebranded as RTL7.

(3) Merged into SBS Broadcasting in September 2003.

Not included due to lack of information: RVU, Canal Digitaal, Talpa, regional and local stations.

(1) Etablie au Luxembourg, fusionnée dans CLT-UFA.

(2) La société a été acquise par le RTL Group et fusionnée dans CLT-UFA. La chaîne a été rebaptisée RTL 7.

(3) Fusionnée avec SBS Broadcasting en septembre 2003.

Non incluses par absence d'information: RVU, Canal Digitaal, Talpa, stations régionales et locales.

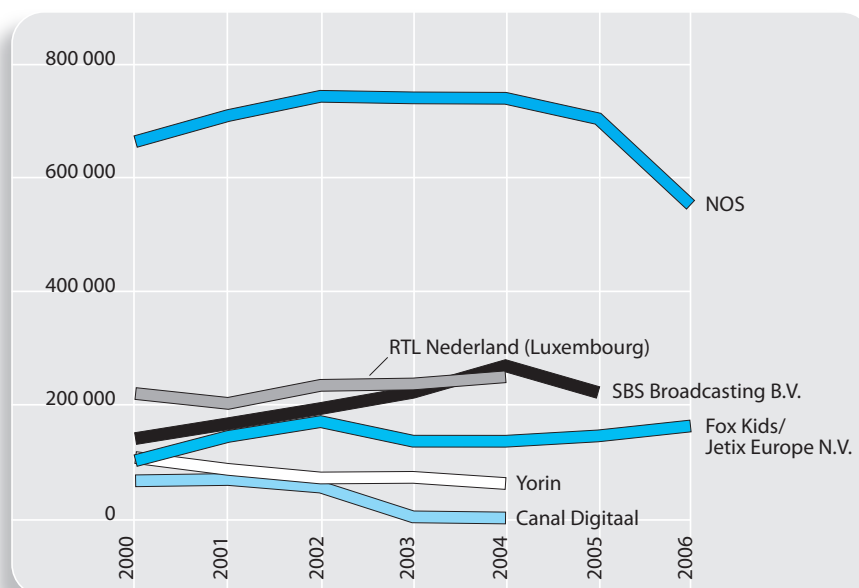
(1) Sitz in Luxemburg, mit CLT-UFA fusioniert.

(2) Das Unternehmen wurde von der RTL Group übernommen und ging in CLT-UFA auf. Der Dienst wurde in RTL7 umbenannt.

(3) Mit SBS Broadcasting im September 2003 fusioniert.

Keine Angaben: RVU, Canal Digitaal, Talpa sowie regionale und lokale Sender.

➔ OBS



Financial situation of television companies in the Netherlands

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision aux Pays-Bas

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in den Niederlanden

In Tausend EUR.

T.1.NL.2

G.1.NL.2

2003-2006

			2003	2004	e 2005	e 2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	9	9	8	8
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	e 2005	e 2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	1 599 779	1 506 455	2 144 423	2 125 868
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	1 332 126	1 373 643	1 436 653	1 522 993
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	48 498	41 243	-100 717	-261 448
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	30 362	9 111	-109 499	-303 717
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	15 837	-1 439	-118 814	-316 814
In %	En %	In %	2003	2004	e 2005	e 2006
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	3,6%	3,0%	-2,0%	-19,8%
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	2,3%	0,7%	-3,7%	-23,0%
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	1,9%	0,6%	-2,3%	-14,3%

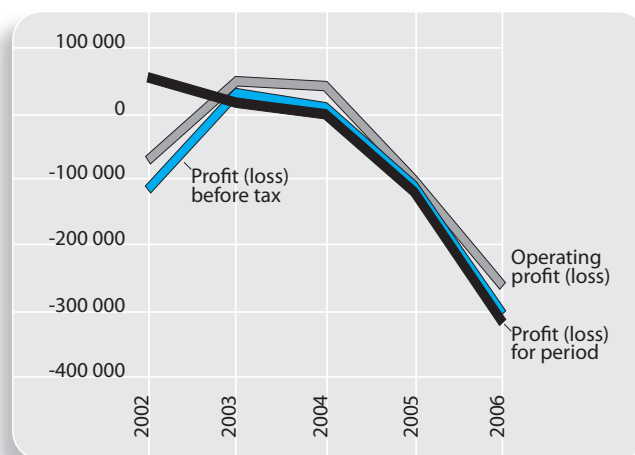
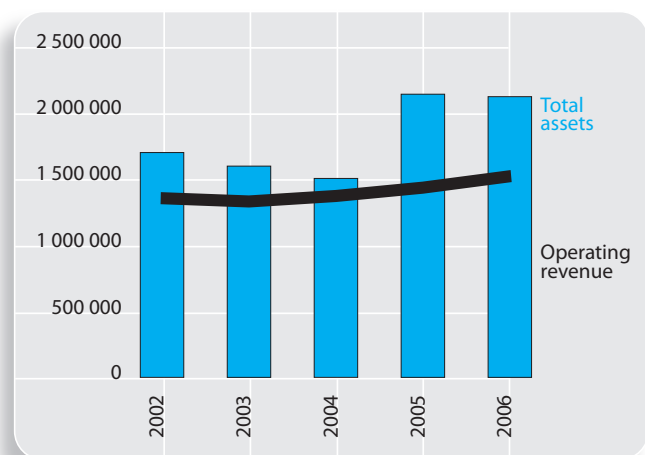
(1) Includes: NPO "Nederlandse Publieke Omroep" counted as one company, assets estimated by OBS on the basis of NOS and 8 major broadcasting associations; SBS Broadcasting NV (2001-2004, estimates 2005-2006), Jetix Europe N.V., Yorin TV B.V., Stichting Radio Nederland Wereldomroep, MTV Networks BV, Chello Media Programming BV, The Box Holland BV, Canal+ Nederland B.V. (2001-2004), Talpa Service II N.V. (2005). Not included: Veronica, Canal Digitaal B.V., RTL Nederland S.A./CLT-UFA (LU), small thematic channels, regional and local channels.

(1) NPO «Nederlandse Publieke Omroep» comptée comme une seule entreprise, dont les actifs ont été estimés par OBS sur la base de ceux de la NOS et des 8 principales associations de diffusion: SBS Broadcasting NV (2001-2004, estimations 2005-2006), Jetix Europe N.V., Yorin TV B.V., Stichting Radio Nederland wereldomroep, MTV Networks BV, Chello Media Programming BV, The Box Holland BV, Canal+ Nederland B.V. (2001-2004), Talpa Service II N.V. (2005). Non inclus: Veronica, Canal Digitaal B.V., Talpa, RTL Nederland/CLT-UFA (LU), petites chaînes thématiques, stations régionales et locales.

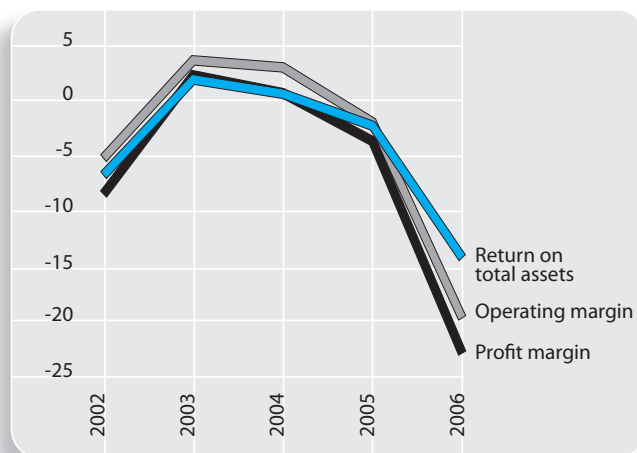
(1) NPO "Nederlandse Publieke Omroep" wurde als ein Unternehmen gewertet, dessen Aktivvermögen von OBS auf der Grundlage der Aktiva von NOS und der 8 wichtigsten Sendevereine geschätzt wurde: SBS Broadcasting NV (2001-2004, Schätzung 2005-2006), Jetix Europe N.V., Yorin TV B.V., Stichting Radio Nederland wereldomroep, MTV Networks BV, Chello Media Programming BV, The Box Holland BV, Canal+ Nederland B.V. (2001-2004), Talpa Service II NV (2005). Ohne: Veronica, Canal Digitaal B.V., RTL Nederland S.A./CLT-UFA (LU), kleine Spartenkanäle sowie regionale und lokale Dienste.

➔ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



Revenues of the Dutch public broadcasting system

Revenus du système néerlandais de radio-diffusion de service public

Erträge des niederländischen 'Public Service' Rundfunksystems

T.1.NL.3
G.1.NL.3
2004-2006

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

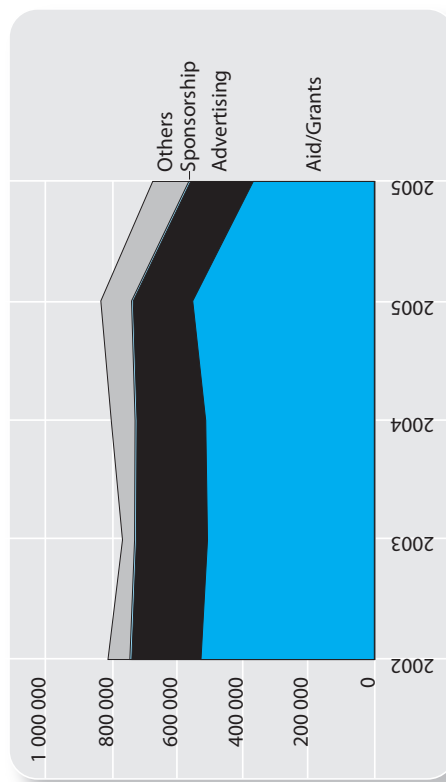
Income	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Total public income				516 500	556 300	370 800	64,1%	66,4%	54,6%	64,1%	66,4%	54,6%	-33,3%
- Aid/Grants				516 500	556 300	370 800	64,1%	66,4%	54,6%	64,1%	66,4%	54,6%	-33,3%
Total commercial income				216 400	187 500	197 600	26,9%	22,4%	29,1%	26,9%	22,4%	29,1%	5,4%
- Advertising				214 600	186 300	195 800	26,6%	22,2%	28,8%	26,6%	22,2%	28,8%	5,1%
- Sponsorship				1 800	1 200	1 800	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%	50,0%
Other Income				73 000	94 100	110 500	9,1%	11,2%	16,3%	9,1%	11,2%	16,3%	17,4%
Total				805 900	837 900	678 900	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-19,0%

➔ NOS/EBU-UER-ISN/OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.



NPO - "Nederlandse Publieke Omroep" financial results

Résultats financiers de l'ensemble NPO «Nederlandse Publieke Omroep»

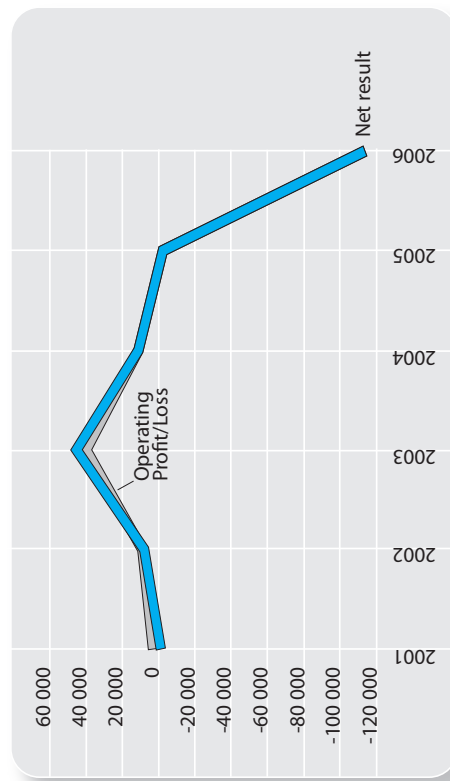
Ergebnis von NPO 'Nederlandse Publieke Omroep'

G.1.NL.4
2001-2006

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.



➔ Meerjarenbegroting Publieke Omroep/OBS

TV audience market share

In %, 6 years +.

Parts de marché d'audience TV

En %, 6 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste

In %, ab 6 Jahre.

T.1.NL.4
G.1.NL.5

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (18:00-24:00) Heures de grande écoute (18h-24h) Primetime (18-24 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
Ned - 1	11,2	11,1	11,9	13,1	17,8	12,1	12,6	14,0	19,0
Ned - 2	15,7	18,4	15,1	13,5	6,9	19,4	15,9	13,2	6,8
Ned - 3	7,5	6,6	6,3	6,2	6,6	7,0	6,5	6,7	7,3
RTL 4	16,4	15,4	14,7	13,6	12,9	16,6	16,0	14,7	14,1
RTL 5	4,8	4,3	4,6	5,5	5,3	4,3	5,1	7,1	6,5
RTL 7 (ex Yorin/Veronica)	5,0	4,4	4,2	4,0	4,6	5,6	4,9	4,2	4,8
RTL 8 ⁽¹⁾	-	-	-	-	0,7	-	-	-	0,9
SBS 6	9,6	9,6	9,8	9,6	10,0	11,4	11,8	11,5	11,8
NET 5	4,3	4,3	4,3	4,0	4,5	5,2	5,2	4,7	5,2
Veronica (ex V8/FOX8)	2,8	2,8	3,0	3,3	3,7	3,7	4,1	4,3	4,9
Tien (ex Talpa) ⁽²⁾	-	-	2,2	4,4	3,0	-	3,1	6,2	3,8
Regional channels	~	2,2	2,2	2,1	2,0	-	1,9	1,7	1,6
Jetix	~	2,1	2,2	1,9	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Nickelodeon Nederland	~	2,4	2,2	1,8	2,1	1,4	0,9	0,0	0,6
Discovery	~	1,5	1,7	1,7	1,7	0,9	1,1	1,0	0,9
Eén (VRT)	~	~	1,4	1,2	1,1	1,3	1,1	0,8	0,8
Ketnet/Canvas (VRT)	~	~	1,2	1,0	1,0	1,3	1,0	0,8	0,9
Eurosport	~	0,8	0,9	0,9	0,9	0,4	0,5	0,5	0,5
Animal Planet	~	0,5	0,7	0,8	0,7	0,2	0,3	0,3	0,3
National Geographic Channel NL	~	0,6	0,7	0,7	0,8	0,4	0,5	0,5	0,5
Video/Others	22,7	13,0	10,7	10,7	11,9	8,8	7,5	7,6	8,8

(1) RTL 8 started broadcasting on 18.08.2007.

(1) RTL 8 a commencé à émettre le 18.08.2007.

(1) RTL 8 nahm den Sendebetrieb am 18.08.2007 auf.

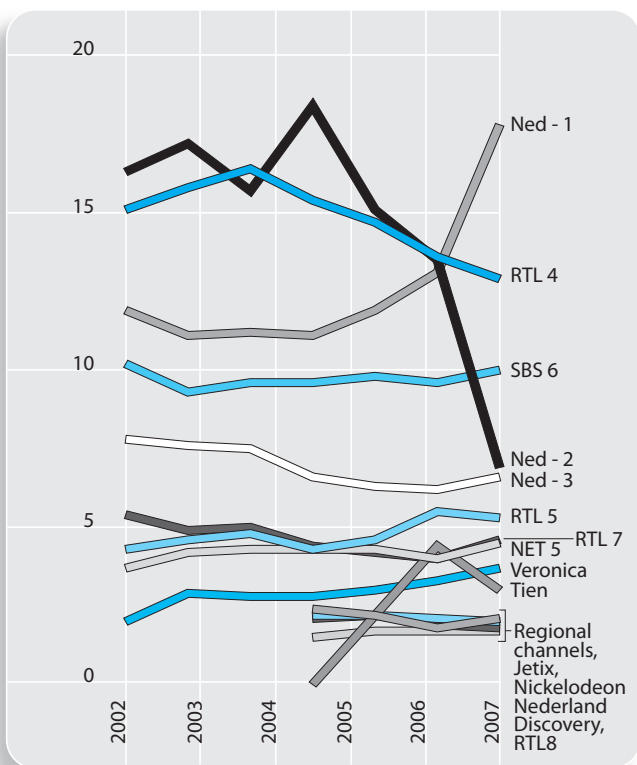
(2) Tien was broadcast until 17.08.2007.

(2) Tien a cessé d'émettre le 17.08.2007.

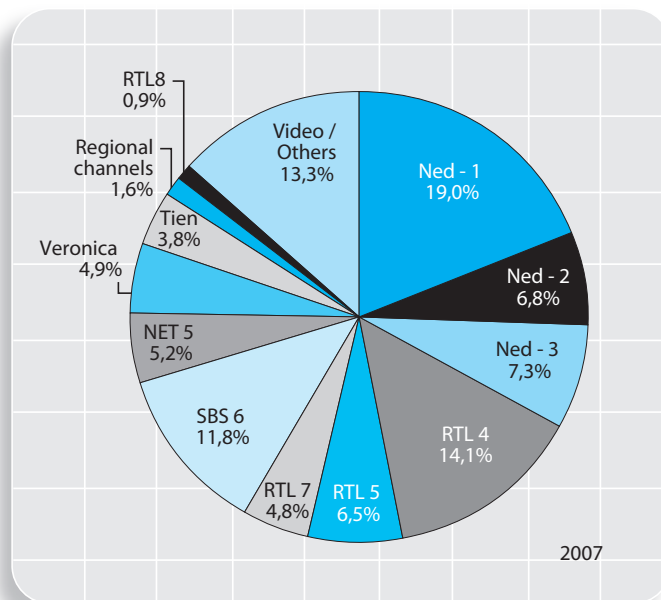
(2) Tien stellte den Sendebetrieb am 17.08.2007 ein.

➡ Eurodata TV Worldwide/Stichting Kijkonderzoek

Daily share. Ensemble de la journée. Ganztägig.
In %, 6 years +. En %, 6 ans et +. In %, ab 6 Jahre.



Prime time (18:00-24:00). Heures de grande écoute (18h-24h). Primetime (18-24 Uhr).
In %, 6 years +. En %, 6 ans et +. In %, ab 6 Jahre.



Breakdown by genre of TV programme output of the 3 public service channels

Ventilation par genre de la programmation du service public (3 chaînes)

T.1.NL.5
G.1.NL.6
2005-2006

Inhaltsliche Aufteilung der drei 'Public Service'-Dienste

In Stunden.

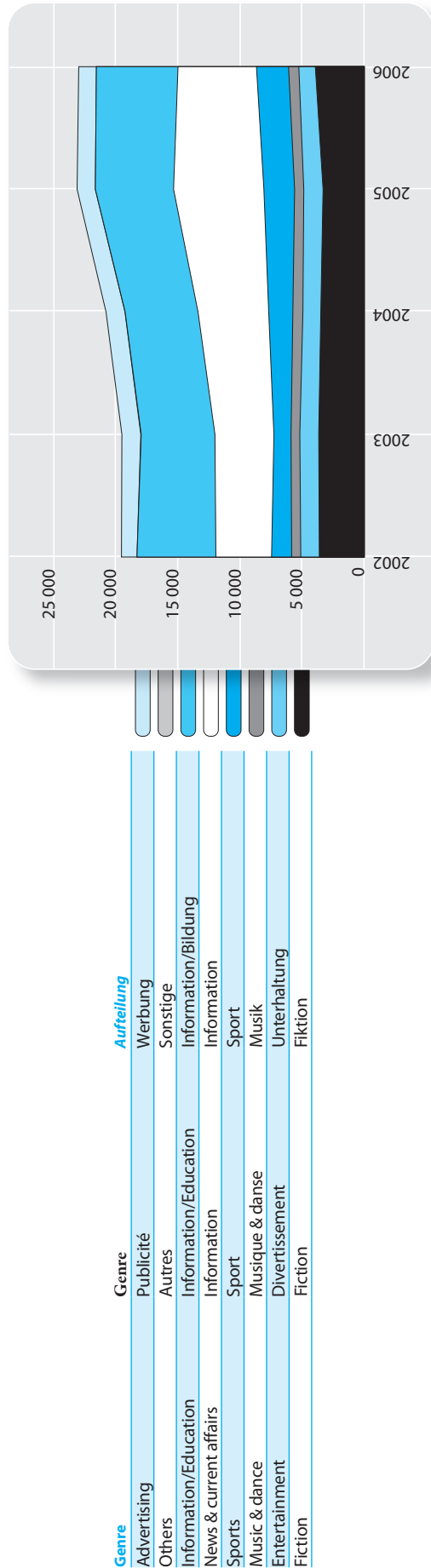
Heures.

Genre	Total 2005	Ned 1 2006	Ned 2 2006	Ned 3 2006	Total 2006	Total 2005	Total 2006	Total 2006/05
Aufteilung								
Fiction	3 308	528	449	2 952	3 929	14,3%	17,1%	18,8%
Entertainment	1 550	436	340	553	1 329	6,7%	5,8%	-14,3%
Music	737	259	280	284	823	3,2%	3,6%	11,7%
Sport	2 470	443	1 978	162	2 583	10,7%	11,3%	4,6%
News	7 262	2 577	2 457	1 270	6 304	31,5%	27,5%	-13,2%
Information	6 288	2 825	1 599	2 139	6 563	27,2%	28,6%	4,4%
Others	6	0	0	0	0	0,0%	0,0%	-100,0%
Advertising	1 461	552	422	446	1 420	6,3%	6,2%	-2,8%
Total	23 082	7 620	7 525	7 806	22 951	100,0%	100,0%	-0,6%

→ NOS/UEF-EBU

Note: 'News' includes 'Current Affairs'; 'Information' includes 'Education' and 'Information'; 'Arts/Humanities/Sciences'; 'Religion' is either part of 'Information' or of 'Music'; 'Culture/Sciences'; 'Religion' is either part of 'Information' or of 'Music'; 'Information' or of 'Music'.

Hinweis: 'Nachrichten' umfassen 'Informationen', 'Bildung' und 'Kunst/Kultur/Wissenschaften'; 'Religion' ist entweder Teil von 'Information' oder von 'Musik'.



The public-service channel NRK1, with a 37.4% audience share, and the commercial channel TV2, with 28.4%, continued to occupy the top two spots in Norway's audiovisual sector in 2007. NRK1 is again slightly down on 2004, however, when its market share was 40.9%. The TV2 group is able to maintain its market share thanks to the positive development of TV2 Zebra. Since April 2008, the TV2 channels have also been part of the Viasat package.

Pay-TV has a very high penetration rate in the Norwegian market. Canal Digital, controlled by the telecoms operator Telenor, is performing well and continues to dominate the pay-TV market. Telenor is present on every front. In addition to its cable and satellite operations, 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.

Viasat, owned by the Modern Times Group, competes with Canal Digital in the satellite market in these countries.

The company also operates a portfolio of both free-to-air (TV3 and ZTV) and pay-TV channels in Norway.

The second cable operator after Canal Digital, UPC Norge, was sold by its former owner Liberty Global to a British investment fund, Candover Partners, in December 2005. At the time, UPC Norge was received in 365,000 homes.

TV3 (Modern Times Group) and TVNorge (SBS Broadcasting) are both established in the United Kingdom, requiring them to comply with the Television without Frontiers directive but not with specific provisions under Norwegian legislation, particularly in respect of programming and advertising.

The IPTV sector is growing extremely rapidly in Norway, with no fewer than seven operators.

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 the Norwegian telecoms operator). The licence has been awarded for a fifteen-year period.

The process of digitising the old analogue television network began in 2007 and NTV is carrying it out region by region. The completion of the digital network by NTV is planned for November 2008, and the old analogue network will be finally switched off in 2008 and 2009. The digital switchover has now been completed in 13 regions. Under its licence obligations, NTV is required to make a frequency

En 2007, la chaîne publique NRK1 avec 37,4 % d'audience et la chaîne privée TV2 à 28,4 % restent les deux principales chaînes du paysage audiovisuel norvégien. NRK1 enregistre cependant un nouveau recul par rapport à 2004 où ses parts de marché étaient de 40,9 %. Le groupe TV2 maintient ses parts de marché grâce à l'essor de TV2 Zebra. Depuis avril 2008, les chaînes TV2 sont également présentes dans l'offre du bouquet Viasat.

Le marché norvégien est caractérisé par une forte pénétration de la télévision payante. Canal Digital, contrôlé par l'opérateur télécoms Telenor, enregistre de bonnes performances, ce qui lui permet de continuer à dominer le marché de la télévision à péage. Telenor est présent sur tous les fronts. Opérateur du câble et du satellite, l'entreprise a ajouté à son actif une plate-forme IPTV. Elle détient enfin un tiers des parts du consortium Norges Television, en charge du développement de la TNT.

Viasat, société du groupe Modern Times, est la concurrente de Canal Digital sur le marché du satellite dans les pays mentionnés plus haut. En Norvège, l'entreprise édite aussi un portefeuille de chaînes, à la fois en clair (TV3 et ZTV) et à péage.

TV3 (Modern Times Group) et TVNorge (SBS Broadcasting) sont toutes deux établies au Royaume-Uni, ce qui signifie qu'elles doivent se conformer à la directive Télévision sans Frontières mais pas aux dispositions particulières de la législation norvégienne, notamment en matière de programmation et de publicité.

L'IPTV est un secteur qui se développe particulièrement rapidement en Norvège, avec pas moins de sept opérateurs.

En juin 2006, la licence pour la construction et l'exploitation du réseau de télévision numérique terrestre a été attribuée à l'unique candidat : la société Norges Television (NTV). NTV est détenue conjointement par NRK, TV2 et Telenor Broadcast Holding AS (filiale de l'opérateur télécoms norvégien). Elle a été attribuée pour une durée de quinze ans.

Le processus de numérisation de l'ancien réseau de télévision analogique terrestre a débuté en 2007 et NTV en assure la réalisation région par région. La finalisation du réseau par NTV est prévue pour le mois de novembre 2008. L'ancien réseau analogique sera définitivement abandonné courant 2008 et 2009. Le passage au numérique a d'ores et déjà été achevé dans 13 régions. Selon les obligations stipulées par sa licence, NTV est tenue de faire une place à une chaîne ouverte non commerciale. Les chaînes en clair de la NRK sont proposées ainsi qu'un service à péage commercialisé par Riks TV.

2007 waren der öffentlich-rechtliche Sender NRK1 und der Privatkanal TV2 mit einem Zuschaueranteil von 37,4 % bzw. 28,4 % weiterhin die wichtigsten Sender der audiovisuellen Medienlandschaft Norwegens. Allerdings verzeichnete NRK1 gegenüber 2004, als sein Marktanteil noch bei 40,9 % lag, wiederum einen leichten Rückgang. Die TV2-Gruppe konnte ihren Marktanteil dank des zunehmenden Erfolgs von TV2 Zebra behaupten. Seit April 2008 sind die Sender von TV2 auch über die Viasat-Plattform zu empfangen.

Der norwegische Markt ist durch eine starke Penetrationsrate des Bezahlfernsehens geprägt. Canal Digital, der vom Telekombetreiber Telenor kontrolliert wird, konnte aufgrund guter Ergebnisse den Pay-TV-Markt weiterhin dominieren. Telenor ist in allen Bereichen präsent: Das Unternehmen ist bereits Kabel- und Satellitenbetreiber und ergänzte seine Aktiva nun um eine IPTV-Plattform. Es hält auch ein Drittel der Anteile des Konsortiums Norges Television, das mit der Entwicklung von DVB-T beauftragt ist.

Viasat, ein Unternehmen von Modern Times Group, ist in den genannten Ländern ein Konkurrent von Canal Digital auf dem Satellitenmarkt.

In Norwegen betreibt das Unternehmen auch eine Reihe von frei empfangbaren (TV3 und ZTV) und verschlüsselten Sendern. TV3 (Modern Times Group) und TVNorge (SBS Broadcasting) haben beide ihren Sitz im Vereinigten Königreich, was bedeutet, dass sie die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ einhalten müssen, nicht aber die einzelnen Bestimmungen des norwegischen Rechts, insbesondere im Hinblick auf Programmierung und Werbung.

Der IPTV-Sektor entwickelt sich in Norwegen besonders rasch, mit nicht weniger als sieben Betreiber.

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, TV2 und Telenor Broadcast Holding AS (Tochter des norwegischen Telekombetreibers). Sie wurde für eine Dauer von fünfzehn Jahren gewährt.

Der Umstellungsprozess des alten terrestrischen Analognetzes auf Digitaltechnik hat 2007 begonnen und wird von NTV schrittweise in den einzelnen Regionen durchgeführt. Die vollständige Digitalisierung sollte im November 2008 abgeschlossen sein. Die analoge Verbreitung wird 2008/2009 definitiv eingestellt. Die Umstellung auf Digitaltechnik ist in 13 Regionen bereits abgeschlossen. Gemäß den Bestimmungen des Lizenzvertrages

available for a public-access non-commercial channel. NRK's unencrypted channels as well as a pay-TV service marketed by Riks TV are available.

On 14 March 2008, the Norwegian Media Authority granted a broadcasting licence to the Foreningen Frikanalen (Free-Channel Association) for the transmission of a non-commercial free-to-air channel (also referred to as the "open channel") on the Norwegian digital terrestrial television network.

➔ Medietilsynet (Norwegian Media Authority): <http://medietilsynet.no>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Le 14 mars 2008, l'Autorité norvégienne des médias a octroyé une licence de radiodiffusion à l'association Foreningen Frikanalen pour la transmission d'une chaîne gratuite non commerciale (également dénommée « chaîne ouverte ») sur le réseau numérique terrestre norvégien.

➔ Medietilsynet, Norwegian Media Authority: <http://medietilsynet.no>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Aspects juridiques: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

ist NTV gehalten, einem nichtkommerziellen offenen Kanal Sendezeit einzuräumen. Verbreitet werden die unverschlüsselt ausgestrahlten Sender von NRK sowie ein Pay-TV-Dienst von Riks TV.

Am 14. März 2008 erteilte die norwegische Medienbehörde dem Verein Foreningen Frikanalen eine Lizenz zur Übertragung eines nichtkommerziellen frei empfangbaren Fernsehkanals (auch „offener Kanal“ genannt) im terrestrischen Digitalnetz in Norwegen.

➔ Medietilsynet, Norwegian Media Authority: <http://medietilsynet.no>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

			Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung		
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	4 681
Households	Ménages	Haushalte	–	2 037
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	98,0%	1 996
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	45,0%	916
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	15,5%	315
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	27,5%	560
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	16,7%	340
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	3,7%	75
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	5,0%	101
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	40,8%	831
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	71,5%	1 457
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	50,0%	1 018
Subscribers to mobile TV Unicast	Abonnés services TV mobile Unicast	Abonnenten Mobil-TV Unicast	–	2

			10.2008		
Packagers	Distributeurs	Anbieter			
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber			30
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets			2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter			7
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter			1
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter			1

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	10.2008			Total
			Public	Private		
Digital terrestrial (national) ⁽¹⁾	Numérique terrestre (national) ⁽¹⁾	Digital terrestrisch (national) ⁽¹⁾	5	10		15
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	–	5		4
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	24		24
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	13	0		13
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		1		1
Total	Total	Gesamt	18	40		58
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	0	34		34

(1) In complement, 9 TV channels established in other countries are also part of the digital terrestrial offer.

(1) En complément, 9 chaînes de télévision établies dans d'autres pays font également partie de l'offre numérique terrestre.

(1) Das terrestrische Digitalangebot umfasst zusätzlich 9 weitere Fernsehdienste mit Sitz in anderen Ländern.

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.2008	Risk TV Digital terrestrial (Full offer)	Cable GET (Full offer)	Satellite Canal Digital (Full offer)	Satellite Viasat (Full offer)	IPTV NexGenTel (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		4	4	4	3	4
Generalist - foreign			9	2		5
Adults			4	2	2	
Children		2	7	8	7	4
Film		3	15	8	9	8
Culture/Documentary/Education		3	12	7	5	6
Entertainment/TV Fiction		3	8	6	9	6
Cultural minorities			6			
Home shopping						
News/Business		2	9	8	4	3
International channels			6			
Leisure/travel			2	2	1	2
Lifestyle		1	5	2	1	1
Music		1	8	4	2	3
Parliamentary						
Regional/Local		1		13	13	13
Religion			2		1	
Sports		3	16	15	8	9
Various		2	1			1

Operating revenues
of main TV companies
in Norway

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Norvège

Milliers EUR.

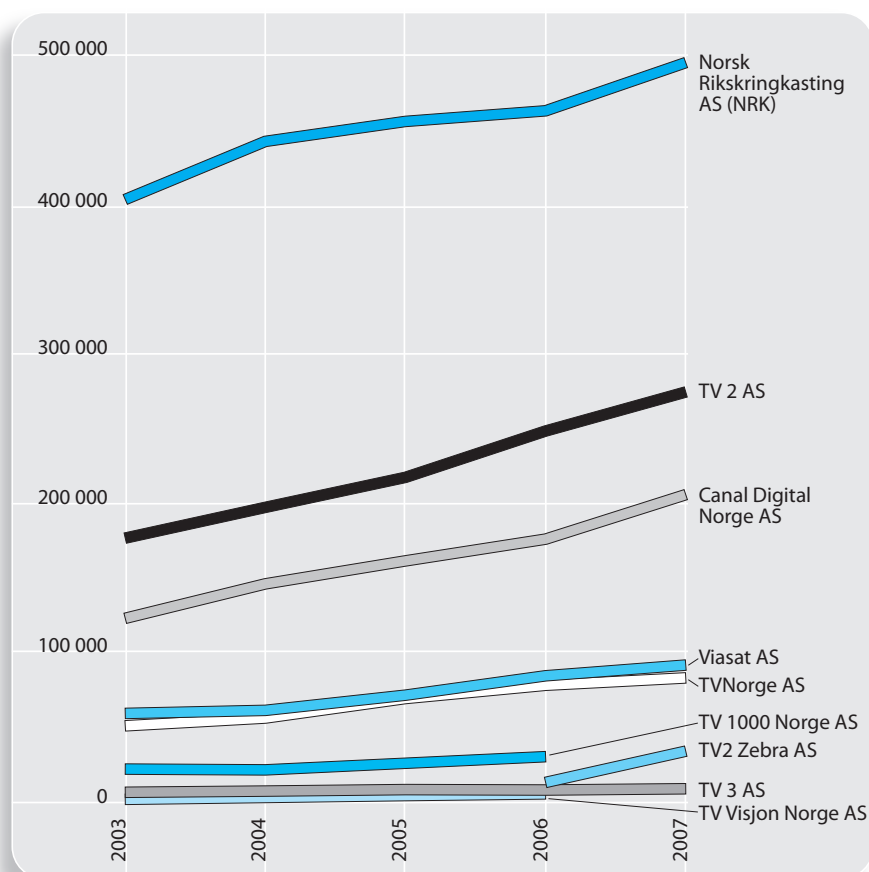
Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Norwegen

In Tausend EUR.

T.1.NO.1
G.1.NO.1
2003-2007

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2003	2004	2005	2006	2007
Norsk Rikskringkasting AS (NRK)	sptv NRK-1, NRK-To	404 098	443 154	456 592	463 731	496 134
TV 2 AS	adtv TV2	176 344	197 010	217 203	248 363	274 609
Canal Digital Norge AS	packtv Canal Digital	122 397	145 563	161 022	175 656	205 572
Viasat AS	packtv Viasat	58 432	60 481	70 705	83 735	90 956
TVNorge AS	adtv TV Norge	50 086	55 334	68 463	77 378	82 305
TV2 Zebra AS	thtv TV2 Zebra	-	-	-	12 022	33 038
TV 1000 Norge AS	paytv TV 1000	20 987	20 455	24 908	29 336	~
TV 3 AS	adtv TV 3	5 383	6 194	7 196	6 906	7 752
TV Visjon Norge AS	thtv Visjon TV	646	1 907	3 184	4 320	~
TV Trøndelag AS	rtv TV Trøndelag	1 851	2 014	2 166	3 369	3 185
Aftenbladet Multimedia AS (TV Vest AS)	rtv TV Vest	2 038	2 353	2 751	~	~
TV Romerike AS	rtv TV Romerike	1 247	1 234	1 726	1 911	1 836
TV Hordaland AS / BTV	rtv TV Hordaland	2 107	2 209	2 000	1 890	~
TV Sør AS	rtv TV Sør	917	1 104	1 390	1 616	1 759
TV Haugaland AS	rtv TV Haugaland	1 849	1 870	1 978	1 724	~
TV Innlandet AS	rtv TV Innlandet	984	1 133	1 109	1 129	1 284
TV Budstikka AS	rtv Asker Og Baerum Lokal-TV	961	1 148	938	1 268	~
TV Sunnmøre AS	rtv TV Sunnmøre	1 041	1 137	1 201	1 165	~
TV Østfold AS	rtv TV Østfold	1 269	1 415	1 589	1 156	~
TV Nordvest	rtv TV Nordvest	717	889	909	887	948
TV Vestfold AS	rtv TV Vestfold	703	620	997	856	~

→ OBS



Financial situation
of television companies
in Norway

EUR thousand.

Situation financière des
entreprises de télévision
en Norvège

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Norwegen

In Tausend EUR.

T.1.NO.2
G.1.NO.2
2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	34	35	35	35	34
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	787 218	730 593	785 291	795 097	839 164
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	968 923	861 295	957 701	1 035 872	1 129 084
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	39 235	68 999	72 371	78 933	73 151
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	46 906	72 484	85 626	83 186	79 841
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	31 939	53 088	73 355	65 511	51 895
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	40,6	40,5	39,9	44	43,7
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	4,05	8,01	7,56	7,62	6,48
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	15,2	24,9	27,5	23,9	22
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	4,84	8,42	8,94	8,03	7,07
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	5,96	9,92	10,90	10,46	9,51

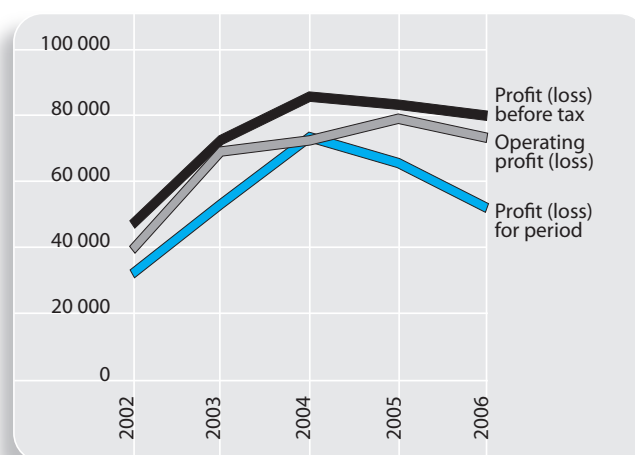
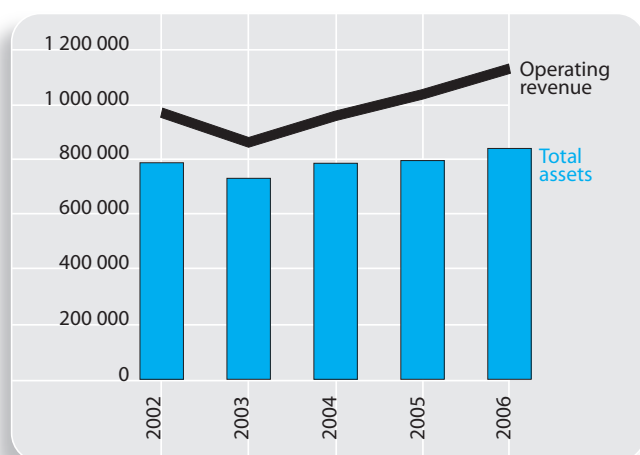
(1) Including local TV stations.

(1) Y compris télévisions locales.

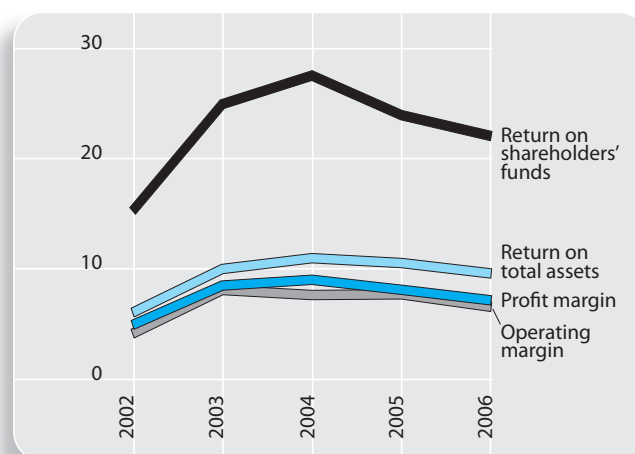
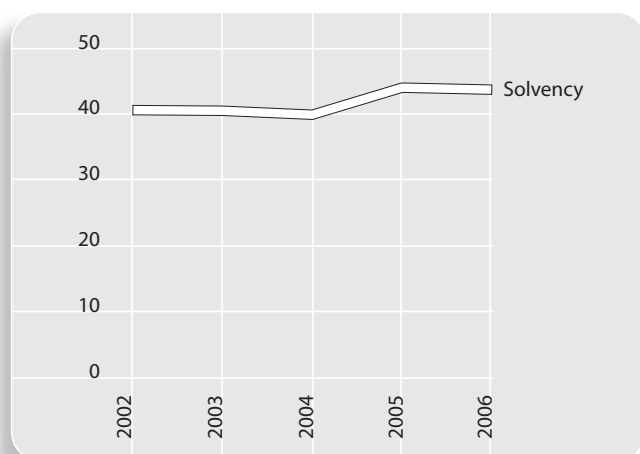
(1) Einschließlich lokale Fernsehsender.

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

Income	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Total public income	407 800	431 400	441 100	407 800	431 400	441 100	91,7%	95,0%	95,1%	2,2%
- Licence fee	403 700	430 000	434 500	403 700	430 000	434 500	90,8%	94,7%	93,7%	1,0%
- Other public revenues	4 100	1 400	6 600	4 100	1 400	6 600	0,9%	0,3%	1,4%	371,4%
Total commercial income	4 100	4 100	6 200	4 100	4 100	6 200	0,9%	0,9%	1,3%	51,2%
- Sponsorship	4 100	4 100	6 200	4 100	4 100	6 200	0,9%	0,9%	1,3%	51,2%
Other income	32 800	18 400	16 600	32 800	18 400	16 600	7,4%	4,1%	3,6%	-9,8%

TOTAL	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Operating revenues (consolid.)	444 700	453 900	463 900	444 700	453 900	463 900	100,0%	100,0%	100,0%	2,2%
Produit d'exploitation (consolidé)	448 456	462 429	470 918	448 456	462 429	470 918	-	-	-	1,8%

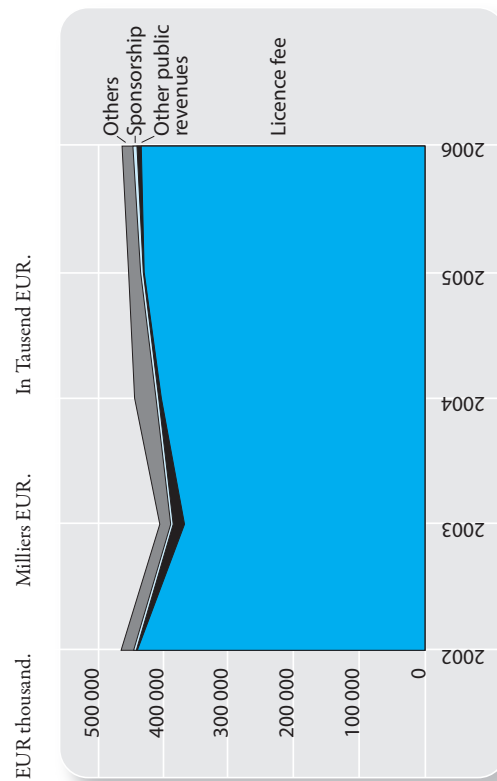
Expenditure	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Purchase of goods and services	220 018	205 476	212 272	220 018	205 476	212 272	47,9%	44,2%	44,9%	3,3%
- Costs of personnel	212 517	231 544	232 676	212 517	231 544	232 676	46,3%	49,8%	49,2%	0,5%
- Depreciation	26 778	27 503	28 195	26 778	27 503	28 195	5,8%	5,9%	6,0%	2,5%
Operating expenditure	459 313	464 523	473 143	459 313	464 523	473 143	100,0%	100,0%	100,0%	1,9%

Net result	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Net result	11 749	-300	-530	11 749	-300	-530	-	-	-	76,7%
Operating margin (%)	2,4	-0,5	-0,5	2,4	-0,5	-0,5	-	-	-	-

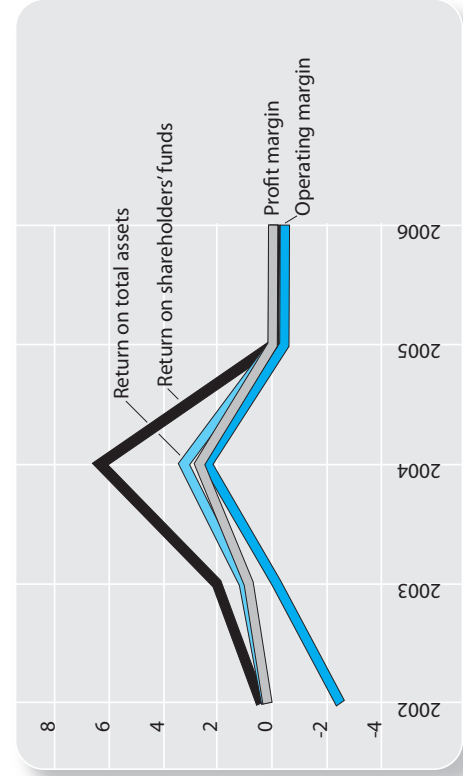
NRK/EBU-UER-ISM/OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.



In % En % In %



TV audience
market shareIn %, 3 years +. ⁽¹⁾Parts de marché
d'audience TVEn %, 3 ans et +. ⁽¹⁾Marktanteile
der FernsehdiensteIn %, ab 3 Jahre. ⁽¹⁾

T.1.NO.4

G.1.NO.4

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-23:00) Heures de grande écoute (19h-23h) Primetime (19-23 Uhr)			
	2003	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
NRK1	40,6	40,9	40,1	39,9	37,4	45,2	45,3	45,2	42,3
NRK2	3,3	3,3	3,7	3,5	3,3	3,3	3,7	3,4	3,1
TV2	29,0	29,7	29,0	29,6	28,4	30,8	28,3	29,7	29,3
TV 2 Xtra	-	0,1	0,1	-	-	0,1	0,1	-	-
TV 2 Zebra	-	-	0,2	1,3	2,3	-	0,2	1,5	2,5
TVN	10,0	9,2	10,6	9,6	9,1	8,8	11,2	9,7	9,4
TV3	6,4	6,3	6,0	5,8	5,2	5,8	5,3	4,8	4,4
TV Norge lokal	-	0,3	0,3	0,3	-	0,0	0,0	0,0	-
TV4 (SE)	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,2	0,2	0,2
Discovery	~	1,0	1,1	1,0	1,4	0,7	0,8	0,6	0,9
Disney Channel	~	0,2	1,1	0,7	2,0	0,1	0,4	0,0	0,9
SVT1	~	0,3	0,5	0,7	0,5	0,3	0,4	0,6	0,4
ZTV	~	0,6	0,7	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5
Eurosport	~	0,5	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3
MTV Nordic	~	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
SVT2	~	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Viasat 4	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,6
National Geographic	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,4
TV2 Film	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,4
NRK3/Super	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,5
Cartoon Network	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,2
TV2 Nyhetskanalen	-	-	-	-	0,5	-	-	-	0,2
Playhouse Disney	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,0
Animal Planet	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,3
Toon Disney	-	-	-	-	0,4	-	-	-	0,2
Others Autres Sonstige	~	6,2	5,0	5,5	4,4	3,1	2,7	2,8	2,6

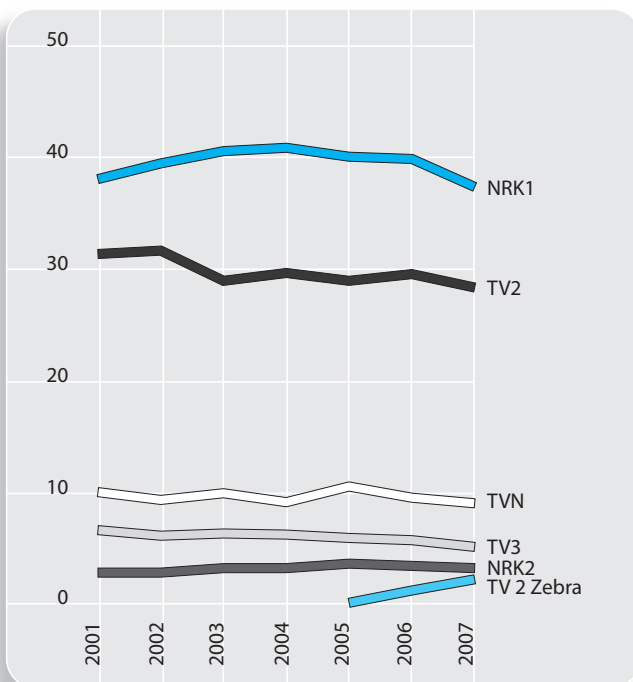
(1) Before 2002: 12 years and +.

(1) Avant 2002 : 12 ans et +.

(1) Vor 2002: ab 12 Jahre.

→ Eurodata TV Worldwide/TNS Gallup

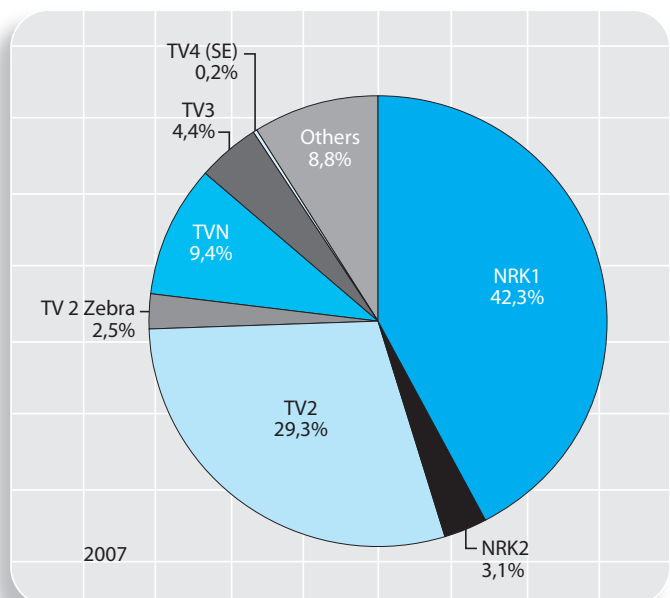
Daily share. Ensemble de la journée. Ganztägig.
In %, 12 years +. En %, 12 ans et +. In %, ab 12 Jahre.



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

Heures de grande
écoute (19h-23h).
En %, 3 ans et +.

Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 3 Jahre.



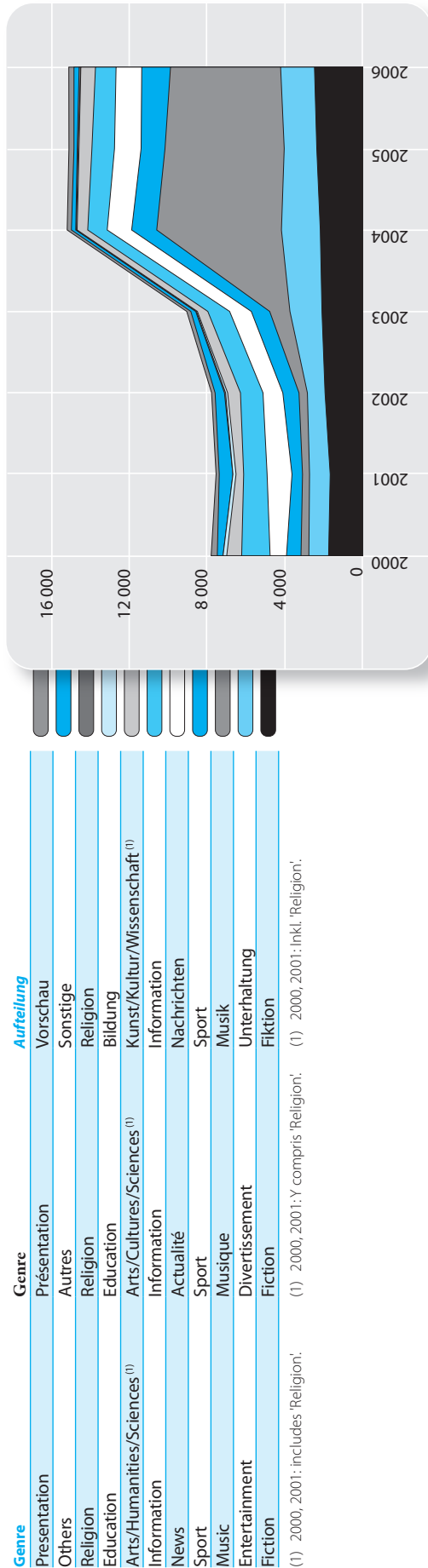
Hours.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Aufteilung	NRK 1/2		NRK 1		NRK 2		NRK 1/2		NRK 1		NRK 2		NRK 1/2		NRK 1		NRK 2		NRK 1/2		NRK 1		NRK 2		NRK 1/2		NRK 1		NRK 2		
		2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	
Fiction	Fiktion	2 350	1 642	1 051	826	2 468	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%	15,6%	24,6%
Entertainment	Unterhaltung	1 673	1 051	689	522	1 740	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%	11,1%	15,7%		
Music	Musik	6 128	439	5 220	597	1 479	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	6,6%	8,1%	
Sport	Sport	1 228	882	1 208	112	1 320	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%	9,1%	18,1%
News	Actualité	1 368	619	440	1 059	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	7,7%	9,3%	
Information	Information	1 161	388	364	752	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%	0,3%	4,4%
Arts/Humanities/Sciences	Arts/Cultures/Sciences	664	39	0	0	0	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,3%	
Education	Education	52	70	17	87	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	
Religion	Religion	168	208	58	266	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	
Others	Autres	258	179	87	266	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	1,7%	2,7%	
Presentation	Vorschau																															
Total	Summe	15 089	6 686	8 410	15 096	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

NRK/UER-EBU



(1) 2000, 2001: includes 'Religion'. (1) 2000, 2001: inkl. 'Religion'.

Breakdown by genre of TV2
 Norway programme output
 Hours.

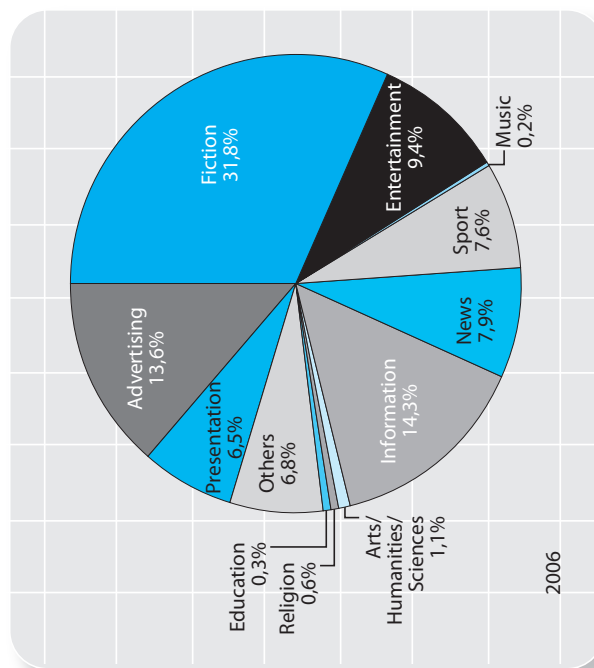
Ventilation par genre des programmes de TV2 Norway
 In Stunden.

Inhaltliche Aufteilung des TV2 Norway-Fernsehprogramms
 2005-2006

T.1.NO.6
 G.1.NO.6

Genre	Aufteilung	2005	2006	2005	2006
Fiction	Fiktion	2 342	2 278	32,3%	31,8%
Entertainment	Unterhaltung	703	672	9,7%	9,4%
Music	Musik	22	16	0,3%	0,2%
Sport	Sport	560	544	7,7%	7,6%
News	Nachrichten	633	564	8,7%	7,9%
Information	Information	1 041	1 023	14,4%	14,3%
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	144	76	2,0%	1,1%
Religion	Religion	26	41	0,4%	0,6%
Education	Bildung	10	24	0,1%	0,3%
Others	Sonstige	467	484	6,5%	6,8%
Presentation	Vorschau	370	468	5,1%	6,5%
Advertising	Werbung	922	975	12,7%	13,6%
Total	Summe	7 240	7 165	100,0%	100,0%

➔ PBS/UER-EBU



Poland's audiovisual sector has considerable potential for development. Digitisation is still in its infancy there, but players in this sector can take advantage of vigorous economic growth and a buoyant advertising market to launch new channels and distribution platforms.

Poland has one of the stronger public broadcasting sectors in central and eastern Europe. Despite the rapidly growing influence of private competitors, TVP1's audience remains stable and was the most popular channel in 2007, with a 23% audience share on average (TVP2 had an 18% share). TVP has also launched several niche channels: TVP Kultura, TVP Sport and TVP Historia; and turned TVP3 into a news channel, TVP Info.

The main commercial broadcasters are: TVN (ITI Group), with an audience share of 16.5%, and Polsat with a share of 16.8% has just moved ahead of its competitor. TVN does, however, have a higher prime time market share. Both companies are also involved in satellite platforms. The Polsat group owns the Cyfrowy Polsat satellite package, which according to their company information had 2.068 million subscribers at the end of 2007. Its main competitor, Cyfra Plus, a subsidiary of the French group Canal Plus, claimed to have more than a million subscribers at the end of 2007. In autumn 2006, the ITI Group also set up "n", a new digital television platform, which had 320,000 subscribers by April 2008. In May 2008, TVN became a 25% capital shareholder of the "n" operator. Since 2001, TVN has launched a large number of special-interest channels and, in particular, operates the news channel TVN24. It has also launched several new channels that are distributed on the "n" platform.

In February 2008, TVN asked the European Commission to examine whether the public service broadcaster TVP benefits from illegal state aid due to the fact that it receives both licence fees and advertising revenues.

Cable distribution covers about 35% of Polish households. Although there are over 500 operators, four major players have 60% of all connections (UPC, Vectra, Multimedia Polska and the Aster group). There are also three internet television (IPTV) services: Multimedia Polska, TPSA (Orange) and Aster. TPSA (of which France Telecom has a 35% share) claimed 54,000 subscribers at the end of the second quarter of 2008. The development of this sector will undoubtedly be enhanced by the rapid increase in broadband access: from 0.8 million at the end of 2006 to 3.3 million at the end of 2007. Currently, a consultation is being carried out on the launching of DVB-H. An invitation to tender will be issued

Le secteur audiovisuel polonais a un énorme potentiel de développement. Dans ce pays, la numérisation en est encore à ses balbutiements, mais les acteurs du secteur peuvent s'appuyer sur une croissance économique vigoureuse et un marché publicitaire actif pour lancer de nouvelles chaînes et plates-formes de distribution.

La Pologne a l'un des secteurs de radio-diffusion publique les plus forts d'Europe centrale et orientale. Malgré l'influence croissante de ses concurrents, l'audience de TVP1 reste stable. En 2007, elle a été la chaîne la plus populaire, avec une audience moyenne de 23 % (18 % pour TVP2). TVP a également lancé plusieurs chaînes de niche : TVP Kultura, TVP Sport et TVP Historia ; en outre, elle a transformé TVP3 en chaîne d'information, TVP Info.

Les principaux radiodiffuseurs commerciaux sont : TVN (groupe ITI), avec une part de marché de 16,5 %, qui vient d'être devancé par Polsat (16,8 % de part de marché). Toutefois, TVN enregistre de meilleurs résultats aux heures de grande écoute (*prime time*). Les deux sociétés sont également impliquées dans des plates-formes satellites. Le groupe Polsat possède le bouquet satellite Cyfrowy Polsat qui, selon ses informations, comptait 2,068 millions d'abonnés fin 2007. Son principal concurrent, Cyfra Plus, filiale du groupe français Canal Plus, revendiquait plus de 1 million d'abonnés fin 2007. A l'automne 2006, le groupe ITI a également lancé "n", nouvelle plate-forme de télévision numérique, qui comptait 320 000 abonnés en avril 2008. En mai 2008, TVN a pris une participation à hauteur de 25 % dans l'opérateur "n". Depuis 2001, TVN a lancé un grand nombre de chaînes thématiques, notamment la chaîne d'information TVN24. Elle a également lancé plusieurs nouvelles chaînes diffusées sur la plate-forme "n".

En février 2008, TVN a demandé à la Commission européenne de déterminer si TVP, le radiodiffuseur de service public, bénéficie d'une aide gouvernementale illégale, étant donné qu'il perçoit à la fois la redevance audiovisuelle et des recettes publicitaires.

La diffusion par câble couvre environ 35 % des foyers polonais. Bien que le marché compte plus de 500 opérateurs, quatre acteurs majeurs se partagent 60 % des connexions (UPC, Vectra, Multimedia Polska et le groupe Aster). Le pays dispose également de 3 services de télévision par Internet (IPTV) : Multimedia Polska, TPSA (Orange) et Aster. TPSA (appartenant à 35 % à France Telecom) annonçait 54 000 abonnés à la fin du deuxième trimestre 2008. Le développement de ce secteur bénéficiera sans aucun doute de la progression rapide de l'accès haut débit : de 0,8 million fin 2006 à 3,3 millions

Polens audiovisueller Sektor verfügt über ein beträchtliches Entwicklungspotenzial. Die Digitalisierung steckt zwar noch in den Kinderschuhen, aber ein robustes Wirtschaftswachstum und ein boomender Werbemarkt bieten ideale Voraussetzungen für die Gründung neuer Fernsehsender und Vertriebsplattformen.

Anders als in den meisten Ländern Mittel- und Osteuropas ist der öffentlich-rechtliche Fernsehsektor in Polen nach wie vor sehr stark. Obwohl die privaten Sender immer mehr an Einfluss gewinnen, konnte TVP seine dominierende Position verteidigen. TVP1 war 2007 der beliebteste Sender mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 23 % (18 % für TVP2). TVP bietet inzwischen auch eine Reihe von Spartenprogrammen: TVP Kultura, TVP Sport und TVP Historia. Aus TVP3 ist der Nachrichtenkanal TVP Info hervorgegangen.

Die größten kommerziellen Fernsehsender in Polen sind: TVN (ITI-Medienholding), mit einem Zuschaueranteil von 16,5 %, und Polsat, der seinen Konkurrenten in jüngster Zeit mit einem Zuschaueranteil von 16,8 % überholt hat. TVN hat allerdings einen höheren Prime-Time-Marktanteil. Beide Sender können auch über Satellitenplattformen empfangen werden. Zur Polsat-Gruppe gehört auch der Pay-TV-Anbieter Cyfrowy Polsat, der nach Unternehmensangaben Ende 2007 bereits 2,068 Millionen Abonnenten hatte. Sein Hauptkonkurrent, Cyfra Plus, eine Tochter der französischen Canal Plus-Gruppe, hatte nach eigenen Angaben Ende 2007 mehr als eine Million Kunden. Im Herbst 2006 hatte die ITI-Gruppe die Digitalplattform „n“ auf den Markt gebracht, die im April 2008 320 000 Abonnenten zählte. Im Mai 2008 erwarb TVN eine 25 %ige Beteiligung an der Digitalplattform „n“. Seit 2001 strahlt TVN eine Reihe von Spartenprogrammen aus, darunter vor allem den Nachrichtenkanal TVN24. Darüber hinaus hat TVN mehrere neue Kanäle gestartet, die über die Digitalplattform „n“ ausgestrahlt werden.

Im Februar 2008 hat TVN die Europäische Kommission ersucht, zu prüfen, ob der öffentlich-rechtliche Sender TVP illegale staatliche Beihilfen erhält, da er sowohl über Rundfunk- und Fernsehgebühren als auch über Werbeeinnahmen finanziert wird.

Kabelfernsehen empfangen rund 35 % der polnischen Haushalte. Es gibt zwar mehr als 500 Kabelnetzbetreiber, doch 60 % aller Kabelanschlüsse entfallen auf die vier größten Anbieter (UPC, Vectra, Multimedia Polska und die Aster-Gruppe). Inzwischen gibt es in Polen auch drei Internet-Fernsehdienste (IPTV): Multimedia Polska, TPSA (Orange) und Aster. Die Zahl der Abonnenten von TPSA (35 % der Anteile sind im Besitz

in October 2008, with a service to be launched in Q1 2009. Media reports claim that the country's four mobile operators, Centertel, PTC, Polkomtel and P4, have decided to join forces to take part in the forthcoming DVB-H licence contest.

The government adopted its strategy for the switchover to digital in May 2005, providing for the analogue signal to be switched off – region by region – by 2014 at the latest. A new version of the “Plan for implementing terrestrial digital television in the DVB-T standard” was published in January 2008. New legislation will need to be introduced to regulate the transition. The first multiplex, allocated to FTA channels is likely to contain seven channels (TVP1, TVP2, TVP3, TVN, Polsat, TV4 and TV Puls). To date, attempts to create a public-private consortium to establish a national DTT platform in the MPEG-4 format between Polsat, TVN and TVP have not been successful, as no agreement was reached with the public operator TVP, which had itself already begun DTT trials and favoured the MPEG-2 standard. It is now expected that DTT broadcasting will begin from January 2009. A tender for the second multiplex is expected to be launched in 2008, and the regulators are considering the launch of a third multiplex following the analogue switchoff.

In 2008 a new draft Broadcasting Act was adopted by both Senate and Parliament, which would have reduced the power of the Broadcasting Council removing its authority regarding the licensing and sanctioning of broadcasters. This draft legislation was vetoed by the Polish president and the veto was upheld by the Parliament in July 2008.

► KRRIIT: <http://www.krriit.gov.pl>
Legal aspects: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

d'abonnés fin 2007. Des consultations sont en cours au sujet du lancement de DVB-H. Un appel d'offres sera lancé en octobre 2008, la transmission devant débuter au 1er trimestre 2009. D'après les informations des médias, les quatre opérateurs mobiles du pays, Centertel, PTC, Polkomtel et P4, ont décidé d'unir leurs forces pour la future attribution des licences DVB-H.

Le gouvernement a adopté sa stratégie pour la transition au numérique en mai 2005 : les signaux numériques disparaîtront progressivement, région par région, jusqu'en 2014. Une nouvelle version du “Plan de mise en œuvre de la télévision numérique terrestre dans la norme DVB-T” a été publiée en janvier 2008. Une nouvelle loi sera nécessaire pour réglementer la transition. Le premier multiplex, attribué aux chaînes FTA, devrait comprendre sept chaînes (TVP1, TVP2, TVP3, TVN, Polsat, TV4 et TV Puls). A ce jour, les tentatives de création d'un consortium public-privé visant à établir une plate-forme TNT nationale au format MPEG-4 entre Polsat, TVN et TVP ont échoué, aucun accord n'ayant été trouvé avec l'opérateur public TVP qui a déjà commencé les essais de TNT au format MPEG-2. Il est prévu que la diffusion de la TNT commence en janvier 2009. Un appel d'offres pour le second multiplex est attendu en 2008, et les régulateurs envisagent le lancement d'un troisième multiplex après la fin de l'analogique.

En 2008, un nouveau projet de loi sur la radiodiffusion a été adopté par le Sénat et le Parlement. Il devait réduire le pouvoir du Conseil de la radiodiffusion en supprimant ses compétences en matière d'octroi de licence et de sanction des radiodiffuseurs. Le président polonais a opposé son veto à ce projet de loi, ledit veto ayant été confirmé par le Parlement en juillet 2008.

► KRRIIT : <http://www.krriit.gov.pl>
Aspects juridiques : Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

der France Telecom) lag am Ende des zweiten Vierteljahres 2008 nach eigenen Angaben bei 54 000. Die Entwicklung auf diesem Sektor wird zweifellos durch die rasche Verbreitung der Breitband-Internetanschlüsse beschleunigt werden: von 0,8 Mio. Ende 2006 stieg die Zahl der Polen mit einem Breitbandanschluss auf 3,3 Mio. Ende 2007. Derzeit laufen Beratungen über den Start des mobilen Fernsehens im DVB-H-Standard. Für Oktober 2008 ist eine Ausschreibung für die Vergabe der DVB-H-Lizenzen geplant; das mobile Fernsehen könnte im 1. Quartal 2009 starten. Medienberichten zufolge haben sich die vier polnischen Mobilfunkanbieter Centertel, PTC, Polkomtel und P4 zusammengeschlossen, um sich gemeinsam um die DVB-H-Lizenzen zu bewerben.

Im Mai 2005 hat die polnische Regierung ihre Strategie für die schrittweise Umstellung vom analogen auf den digitalen Rundfunkempfang verabschiedet. Bis spätestens 2014 soll in allen polnischen Regionen das analoge Signal abgeschaltet sein. Im Januar 2008 wurde eine neue Fassung des „Plans für die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehen im DVB-T-Standard“ vorgelegt. Für die Regelung der Übergangszeit sind neue Gesetze erforderlich. Der erste Multiplex, der an FTA-Sender vergeben wurde, wird wahrscheinlich sieben Kanäle umfassen (TVP1, TVP2, TVP3, TVN, Polsat, TV4 und TV Puls). Der Versuch, ein Konsortium aus öffentlich-rechtlichen (TVP) und privaten (Polsat und TVN) Sendern für die Errichtung einer nationalen DTT-Plattform im MPEG-4-Format zustande zu bringen, ist bisher gescheitert. Der öffentlich-rechtliche Sender TVP war an einer solchen Übereinkunft nicht interessiert, da er bereits digitale Versuchsendungen gestartet hatte und den MPEG-2-Standard vorzieht. Nun wird davon ausgegangen, dass das digitale terrestrische Fernsehen im Januar 2009 beginnen wird. Eine Ausschreibung für den zweiten Multiplex ist für 2008 geplant, und die Regulierungsbehörde überlegt gerade, ob nach der Abschaltung des Analog-Signals eine Ausschreibung für die Vergabe eines dritten Multiplex gestartet werden soll.

2008 wurde von beiden Kammern des polnischen Parlaments ein Entwurf für ein neues Fernsehgesetz verabschiedet, das die Macht des Nationalen Rundfunk- und Fernsehrats eingeschränkt hätte, in dem es ihm das Recht auf die Lizenzvergabe und auf die Sanktionierung von Fernsehsendern entzieht. Der Entwurf scheiterte jedoch am Veto des polnischen Staatspräsidenten, und dieses Veto wurde im Juli 2008 vom polnischen Parlament bestätigt.

► KRRIIT: <http://www.krriit.gov.pl>
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	38 125
Households	Ménages	Haushalte	-	14 164
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,3%	13 782
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	31,8%	4 500
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	1,4%	197
DTH/SMATV households	Réception directe satellite	Satellitendirektempfang	20,5%	2 900
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	20,5%	2 900
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,3%	48
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,2%	30
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	22,4%	3 175
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	40,1%	5 680
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	23,6%	3 340
Subscribers to unicast mobile TV	Abonnés aux services Unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	10
Subscribers to broadcast mobile TV services	Abonnés services TV mobile Broadcast	Abonnenten Mobil-TV Broadcast	-	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	630
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	3
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	3
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008			Total
			Public	Private		
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)	3	4		7
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV	4	40		44
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	0	35		35
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	16	0		16
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	1	1		2
Total	Total	Gesamt	24	80		104
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	1	46		47

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Cable Aster (Warsaw) (Full offer)	Satellite Cyfra+ (Full offer)	Satellite Cyfrowi Polsat (Full offer)	IPTV TV Videostada (Full offer)
Generalist - foreign			5	1		4
Adults			2	1	2	
Children			5	4	7	8
Film			9	13	10	11
Culture/Documentary/Education			8	10	5	6
Entertainment/TV Fiction			10	12	10	10
Cultural minorities						
Home shopping			1	1		2
News/Business			8	13	6	11
International channels			2	3		6
Leisure/travel			3	3	1	3
Lifestyle			5	4	5	5
Music			6	5	1	5
Parliamentary						
Regional/Local				1	1	
Religion			1			1
Sports			8	10	8	10
Various				1	1	

Operating revenues
of main TV companies
in Poland

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Pologne

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Polen

In Tausend EUR.

T.1.PL.1

G.1.PL.1

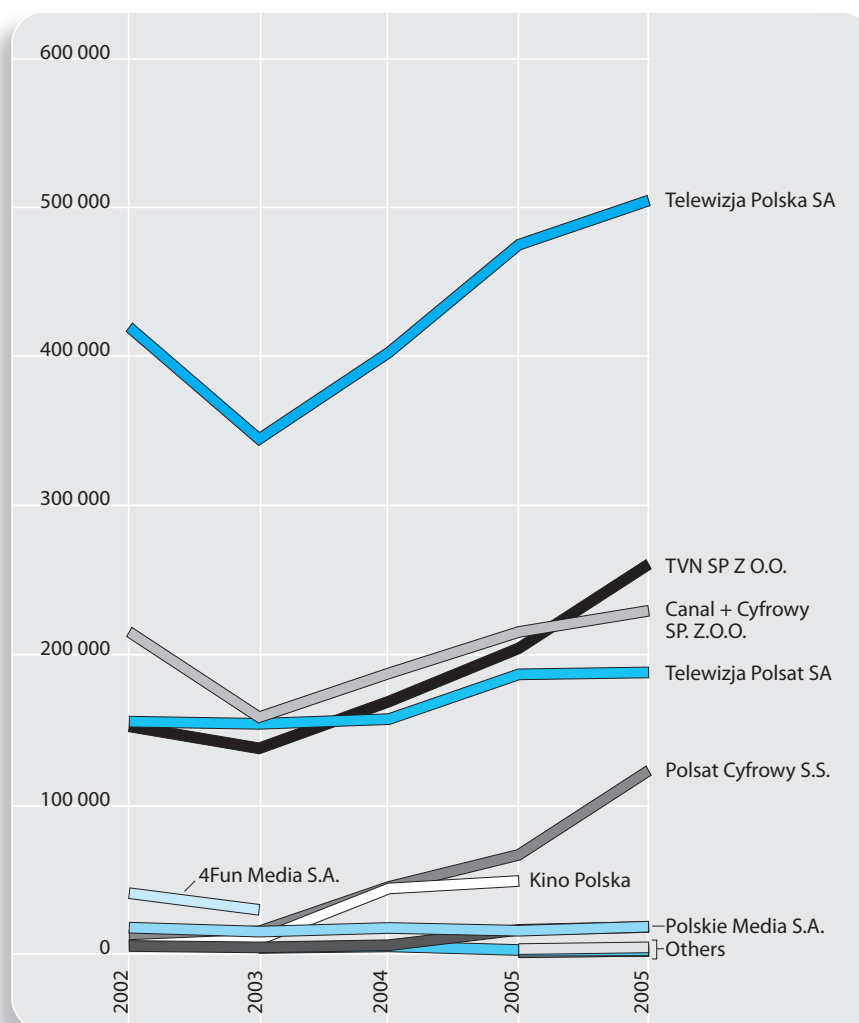
2002-2006

Company	Channels	2002	2003	2004	2005	2006	
Entreprises	Chaînes						
Unternehmen	Dienste						
Telewizja Polska SA	sptv	TVP1, TV22, TVP3, TVP Polonia	419 275	344 471	402 450	474 499	504 119
TVN SP Z O.O.	adv	TVN, TVN Siedem, TVN Style	152 151	137 421	168 757	204 401	260 641
(p.m.) TVN 24 SP Z.O.O.	thtv	TVN 24	5 772	9 385	43 624	48 626	-
(p.m.) Telewizja Wisla SP Z.O.O. (1)	rtv	TV Wisla	40 466	29 333	-	-	-
Canal + Cyfrowy SP Z.O.O.	packtv	Cyfra+, Canal+, Ale Kino, ...	215 346	158 253	187 632	215 330	229 505
Telewizja Polsat SA	adv	Polsat, Polsat 2, Polsat Sport	155 290	153 834	156 987	186 951	188 233
Polsat Cyfrowy S.S.	packtv	Polsat Cyfrowy	11 973	14 889	44 664	66 169	122 523
Polskie Media S.A.	adv	TV4 Polska	17 402	14 740	17 194	15 351	18 075
HBO Polska Sp. Z.O.O.	paytv	HBO	5 141	4 168	5 641	15 918	17 847
Mango Media	hstv	telezakupy Mangp 24	-	-	-	3 030	4 211
Telewizja Dolnoslaska SP Z.O.O.	rtv	Telewizja Dolnoslaska	~	3 810	4 892	2 438	~
Kino Polska	pay-tv	Kino Polska	-	-	-	1 973	2 244
4Fun Media S.A.	thtv	4fun.tv	-	-	-	910	1 966
Telestar SP z.o.o.	thtv	ITV	-	~	~	1 326	1 811

(1) Merged with TVN 24 SP Z.O.O. in 2004.

(1) La société a été fusionnée
avec TVN 24 SP Z.O.O. en 2004.(1) 2004 mit TVN 24 SP Z.O.O.
fusioniert.

➔ OBS



Financial situation of television companies in Poland

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Pologne

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in Polen

In Tausend EUR.

T.1.PL.2
G.1.PL.2
2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	17	17	19	23	22
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	692 383	857 533	1 006 791	1 233 290	1 544 043
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	1 008 609	862 040	1 058 498	1 268 197	1 383 693
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-382 709	76 934	109 141	185 103	222 072
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-444 166	-6 596	187 442	200 371	235 420
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-462 618	-31 430	172 455	188 935	190 409

In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	-50	-37	-17	-3	15
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-37,94	8,92	10,31	14,60	16,05
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-44,04	-0,77	17,71	15,80	17,01
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-64,15	-0,77	18,62	16,25	15,25

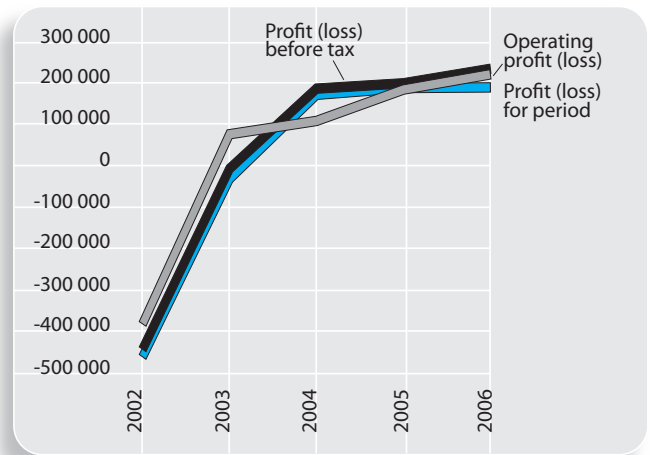
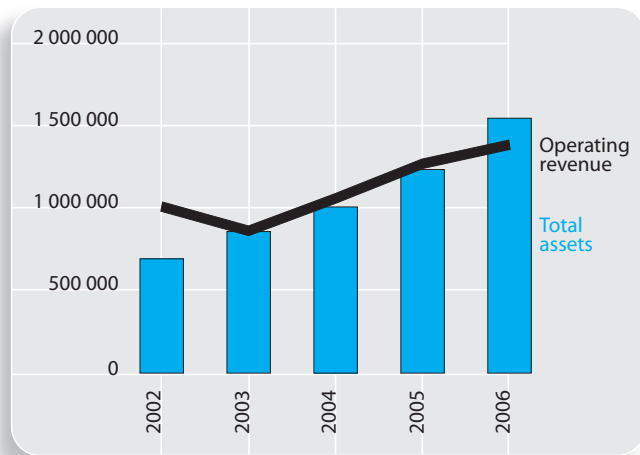
(1) Some minor thematic channels and regional television channels are not included. Population reviewed.

(1) Quelques petites télévisions thématiques et télévisions régionales ne sont pas incluses. Population revue.

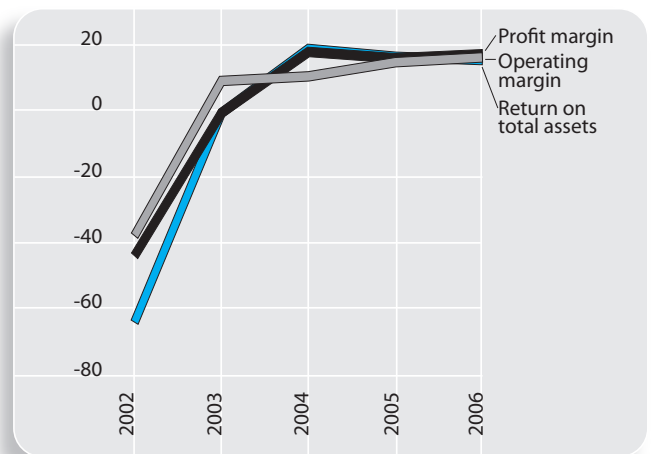
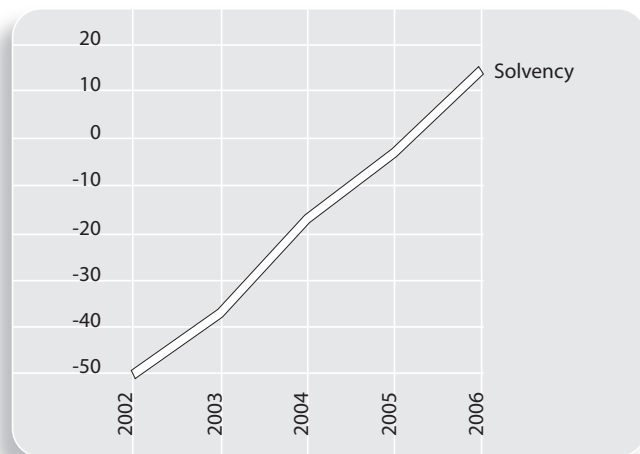
(1) Einige kleine Spartenkanäle und regionale Fernsehsender wurden nicht berücksichtigt. Die Population wurde geändert.

➔ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



TVP financial situation

EUR thousand.

 Situation financière de la TVP
 Milliers EUR.

Wirtschaftliche Lage von TVP

In Tausend EUR.

 T.1.PL.3
 G.1.PL.3
 2004-2006

Income	Erträge					
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Total public income	127 800	137 200	138 500	32,4%	28,2%	27,2%
- Aid/Grants	1 200	800	1 300	0,3%	0,2%	0,3%
- Licence fee	126 600	136 400	137 200	32,1%	28,0%	27,0%
Total commercial income	241 100	292 700	303 900	61,2%	60,1%	59,7%
- Advertising	223 200	266 300	276 200	56,6%	54,7%	54,3%
- Sponsorship	17 900	26 400	27 700	4,5%	5,4%	4,9%
Other income	25 200	56 900	66 600	6,4%	11,7%	13,1%
Total	394 100	486 800	509 000	100,0%	100,0%	100,0%

↳ TVP/UER-EBU

Total operating revenues	Betriebsertäge					
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
Total produit d'exploitation	402 450	474 499	504 119	59,4%	58,6%	59,1%
Expenditure						
- Purchase of goods and services	230 229	264 895	286 915	24,2%	24,8%	24,9%
- Cost of personnel	93 799	112 329	120 724	16,5%	16,6%	16,0%
- Depreciation	63 862	74 911	77 714	100,0%	100,0%	100,0%
Operating expenditure	387 890	452 135	485 353	100,0%	100,0%	100,0%

Net result	11 973	15 124	14 941	-1,2%
Operating margin (%)	3,62	4,71	3,70	-21,4%

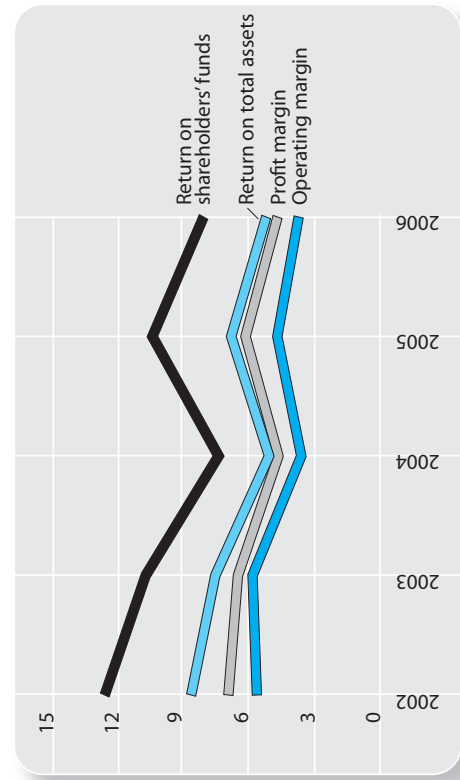
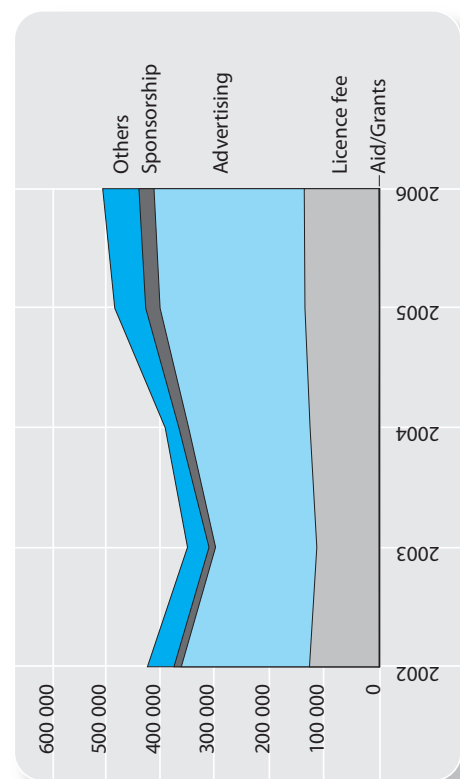
↳ Amadeus/OBS

EUR thousand.

Milliers EUR.

In %.

In %.



TV audience market share

In %, 4 years +.

Parts de marché d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste

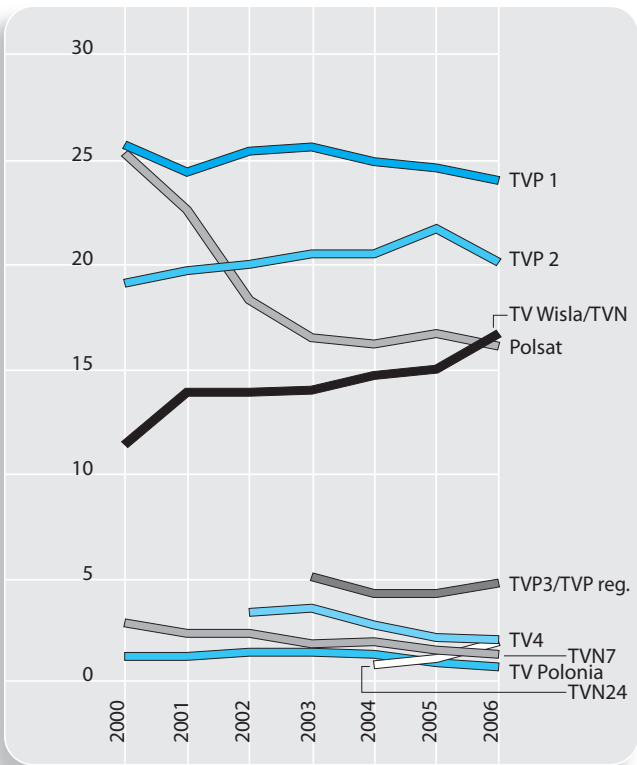
In %, ab 4 Jahre.

T.1.PL.4
G.1.PL.4
2003-2007

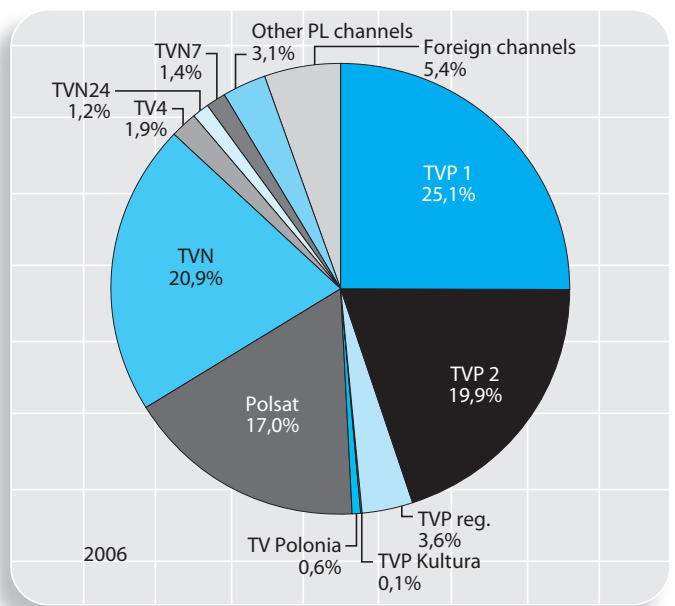
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (18:30-22:30) Heures de grande écoute (18h30-22h30) Primetime (18.30-22.30 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
TVP 1	25,6	24,9	24,6	24,0	23,2	26,3	24,8	25,0	25,1	23,6
TVP 2	20,5	20,5	21,7	20,1	18,0	20,3	21,4	21,7	19,9	18,3
TVP3/TVP reg.	5,1	4,3	4,3	4,8	4,6	3,9	3,9	3,6	3,6	3,3
TVP Kultura	-	-	0,0	0,1	0,1	-	-	0,0	0,1	0,1
TV Polonia	1,5	1,4	1,0	0,8	0,7	~	0,9	0,7	0,6	0,5
Polsat	16,5	16,2	16,7	16,1	16,8	17,8	18,0	18,0	17,0	18,3
TV Wisla/TVN	14,0	14,7	15,0	16,7	16,5	17,1	17,3	17,7	20,9	20,6
TV4	3,6	2,8	2,2	2,1	2,1	3,7	2,7	2,2	1,9	2,0
TVN24	-	0,9	1,2	2,0	3,0	-	0,5	0,7	1,2	1,9
TVN7	1,9	2,0	1,6	1,4	1,5	~	2,0	1,6	1,4	1,4
Cartoon Network	-	0,9	0,8	0,8	0,6	-	0,4	0,4	0,4	0,3
Jetix/FoxKids	-	0,8	0,6	0,7	0,7	-	0,5	0,3	0,5	0,5
Eurosport	-	0,6	0,6	0,6	0,5	-	0,5	0,5	0,4	0,3
Polsat 2	-	0,4	0,4	0,5	0,6	~	0,3	0,3	0,4	0,5
Viva	-	0,4	0,4	0,5	0,5	-	0,3	0,2	0,3	0,3
MiniMini	-	0,2	0,4	0,4	0,6	-	0,1	0,2	0,2	0,3
Discovery	-	0,5	0,5	0,4	0,4	-	0,4	0,4	0,3	0,3
Polsat Sport	-	0,3	0,3	0,4	0,5	-	0,3	0,3	0,3	0,4
PULS (TN/TV Puls)	0,2	0,5	0,4	0,4	0,5	0,2	0,5	0,4	0,4	0,5
Other PL channels	~	2,1	2,1	2,5	3,6	~	1,5	1,7	2,0	3,2
Other foreign channels	~	5,6	5,2	4,8	4,7	~	3,7	4,1	3,3	3,3

➔ Eurodata TV Worldwide/AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.
Ensemble de la journée. En %, 4 ans et +.
Ganztägig. In %, ab 4 Jahre.



Prime time (18:30-22:30). In %, 4 years +.
Heures de grande écoute (18h30-22h30). En %, 4 ans et +.
Primetime (18.30-22.30 Uhr). In %, ab 4 Jahre.



Breakdown by genre of TVP programme output

Ventilation par genre des programmes de TVP

Inhaltliche Aufteilung der TVP-Fernsehprogramme

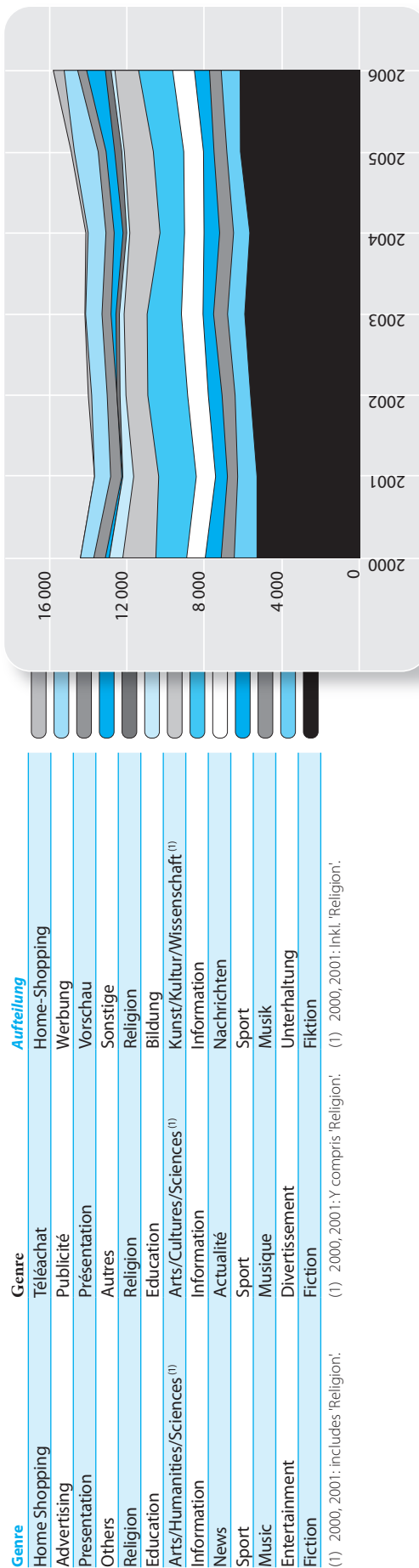
T.1.PL.5
G.1.PL.5

Hours. In Stunden.

2005-2006

Genre	TVP 1/2 2005	TVP 1 2006	TVP 2 2006	TVP 1/2 2006	TVP 1 2005	TVP 2 2006	TVP 1 2006	TVP 1/2 2006	TVP 1/2 2006/05
Fiction	6134	2983	3167	6150	41,3%	35,1%	43,5%	39,0%	0,3%
Entertainment	701	457	520	977	4,7%	5,4%	7,1%	6,2%	39,4%
Music	661	244	357	601	4,4%	2,9%	4,9%	3,8%	-9,1%
Sport	543	430	349	779	3,7%	5,1%	4,8%	4,9%	43,5%
News	1017	560	561	1121	6,8%	7,7%	7,1%	7,1%	10,2%
Information	1569	1053	704	1757	10,6%	12,4%	9,7%	11,1%	12,0%
Arts/Cultures/Sciences	1492	647	574	1221	10,0%	7,6%	7,9%	7,7%	-18,2%
Education	133	161	38	199	0,9%	1,9%	0,5%	1,3%	49,6%
Religion	367	210	84	294	2,5%	1,2%	1,9%	1,9%	-19,9%
Others	444	967	0	967	3,0%	11,4%	0,0%	6,1%	117,8%
Présentation	408	228	234	462	2,7%	2,7%	3,2%	2,9%	13,2%
Advertising	1227	0	696	696	8,3%	0,0%	9,6%	4,4%	-43,3%
Home Shopping	165	560	0	560	1,1%	6,6%	0,0%	3,5%	239,4%
Total	14861	8500	7284	15784	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,2%

↗ TVP/UER-EBU



(1) 2000, 2001: includes 'Religion'; (1) 2000, 2001: inkl. 'Religion'.

In 2007, the private channel TVI still had the best audience market share (29% compared with 20% in 2006) and was thus well ahead of the other main private channel SIC, which lost another percentage point and saw its share fall to 25.1%. For the first time, the public channel RTP1, the market share of which rose from 24.5% to 25.2%, was in second place ahead of SIC.

According to the *Autoridade Nacional da Comunicações* (Communications Regulatory Authority – Anacom), at the beginning of 2008 about 1.5 million households were able to receive pay-TV by cable, while 500,000 households subscribed to a satellite pay-TV service.

Zon Multimedia (the new name of PT Multimedia after its separation from Portugal Telecom in November 2007) is the main pay-TV player in Portugal through its cable and satellite broadcasting subsidiary Zon TV Cabo. The operator Zon TV Cabo had more than 1.56 million subscribers in the first six months of 2008. Moreover, in March 2008 Zon Multimedia and the investment bank Caixa Banco de Investimento bought the satellite operator TVTel, which has about 60,000 subscribers. The *Autoridade da Concorrência* (Competition Authority) was notified of this purchase.

The incumbent telecoms operator Portugal Telecom offers an IPTV and satellite television service known as Meo TV, which had 116,000 subscribers at the end of June 2008. Since April 2006, the telecoms operator Sonaecom (a subsidiary of Sonae and France Télécom) has also offered its broadband subscribers a triple-play service (Clix SmarTV).

The procedure for awarding digital terrestrial television licences was initiated in early 2008 and two separate invitations to tender have been published. The first deals with the award of a national coverage licence, concerning Multiplex A, for the transmission of TV programmes with non-conditional access. The second covers the granting, to one sole entity, of five frequency usage rights for the transmission of TV channels with either conditional or non-conditional access (two of these corresponding to national coverage licences, concerning Multiplexes B and C, and a further three on partial territorial coverage, concerning Multiplexes D, E and F). In essence, the Portuguese government has opted for the adoption of a two-tiered model, with both free-to-air and pay-TV options. Licences will be valid for 15 years and can be renewed for similar periods.

According to a preliminary decision issued in June 2008, the pay-TV multiplex licences have been awarded to PT Comunicações (Portugal Telecom). However, as the impartiality of the award procedure has

Au cours de l'année 2007, la chaîne privée TVI réalise toujours la meilleure part de marché d'audience (29 % contre 30 % en 2006) et se place ainsi nettement devant l'autre principale chaîne privée SIC, qui perd encore un point à 25,1 %. Pour la première fois, la chaîne publique RTP1, qui passe de 24,5 % de parts de marché à 25,2 %, se place en deuxième position devant SIC.

Selon l'autorité de régulation des communications (*Autoridade Nacional da Comunicações* - Anacom), au début de l'année 2008, la diffusion à péage par câble concerne environ 1,5 million de foyers, tandis que 500 000 foyers sont abonnés à un service de télévision payante par satellite.

Zon Multimedia (nouveau nom de PT Multimedia après sa séparation de Portugal Telecom en novembre 2007) constitue le principal acteur de la télévision à péage au Portugal à travers sa filiale de diffusion par câble et satellite Zon TV Cabo. L'opérateur Zon TV Cabo compte plus de 1,560 million d'abonnés au premier semestre 2008. De plus, en mars 2008, Zon Multimedia et la Caixa Banco de Investimento ont racheté l'opérateur satellite TVTel, qui possède environ 60 000 abonnés. Cette opération a été notifiée à l'*Autoridade da Concorrência*.

L'opérateur télécom historique Portugal Telecom offre un service de télévision disponible par IPTV et par satellite, Meo TV, qui compte 116 000 abonnés fin juin 2008. Depuis avril 2006, l'opérateur télécom Sonaecom (filiale de Sonae et de France Télécom) propose aussi un service triple play à ses abonnés haut-débit (Clix SmarTV).

La procédure d'attribution des licences numériques terrestres a débuté au début de l'année 2008. Deux appels d'offre distincts ont été publiés. Le premier porte sur l'octroi d'une licence de couverture nationale, relative au Multiplexe A, pour la transmission de programmes télévisés non soumis à un accès conditionnel. Le second concerne la délivrance, à une seule et même entité, d'une autorisation d'utilisation de cinq fréquences destinées à la transmission de chaînes de télévision soumises ou non à un accès conditionnel (deux d'entre elles correspondent à des licences de couverture nationale, liées aux Multiplexes B et C, et les trois autres, assurent une couverture partielle du territoire par les Multiplexes D, E et F). Le Gouvernement portugais a, en substance, opté pour l'adoption d'un système à deux niveaux, qui propose à la fois la télévision gratuite et la télévision à péage. La durée de validité des licences sera de quinze ans, renouvelables pour une période équivalente.

Selon une décision préliminaire de juin 2008, les licences des multiplexes à péage ont été attribuées à PT Comuni-

Im Jahr 2007 erzielte der Privatsender TVI weiterhin die meisten Zuschaueranteile (29 % gegenüber 20 % im Vorjahr) und lag damit deutlich vor dem anderen großen Privatkanal SIC, der erneut einen Prozentpunkt verlor und auf 25,1 % kam. Der öffentlich-rechtliche Sender RTP1 legte von 24,5 % auf 25,2 % Marktanteile zu und kam damit zum ersten Mal auf den zweiten Platz vor SIC.

Nach Angaben der Regulierungsbehörde Anacom (*Autoridade Nacional da Comunicações*) empfingen Anfang 2008 etwa 1,5 Mio. Haushalte Pay-TV per Kabel, während 500 000 Haushalte einen entsprechenden Dienst per Satellit abonniert hatten.

Zon Multimedia (so heißt nun PT Multimedia nach der Trennung von Portugal Telecom im November 2007) ist mit seinem Tochterunternehmen für die Kabel- und Satellitenverbreitung Zon TV Cabo der wichtigste Akteur im portugiesischen Bezahlfernsehen. Zon TV Cabo hatte im ersten Halbjahr 2008 über 1,56 Mio. Abonnenten. Zudem haben Zon Multimedia und Caixa Banco de Investimento im März 2008 den Satellitenbetreiber TVTel mit etwa 60 000 Abonnenten übernommen. Diese Übernahme wurde der Wettbewerbsbehörde (*Autoridade da Concorrência*) mitgeteilt.

Der klassische Telekommunikationsbetreiber Portugal Telecom bietet seinen Fernsehdienst Meo TV per IPTV und Satellit an und verzeichnete Ende Juni 2008 116 000 Abonnenten. Seit April 2006 hat der Telekombetreiber Sonaecom (Tochter von Sonae und France Télécom) ein Triple-Play-Angebot für seine Hochgeschwindigkeitsabonnenten (Clix SmarTV).

Das Verfahren zur Erteilung von Lizenzen für die digitale terrestrische Verbreitung hat Anfang 2008 begonnen. Es wurden zwei unterschiedliche Ausschreibungen veröffentlicht. Beim ersten geht es um die Vergabe einer landesweiten Lizenz für Multiplex A zur Übertragung von Fernsehprogrammen ohne Zugangsberechtigungssystem, beim zweiten um die Vergabe von fünf Frequenznutzungsrechten an ein einziges Unternehmen zur Übertragung von Fernsehkanälen mit oder ohne Zugangsberechtigungssystem. (Zwei dieser Lizenzen – Multiplex B und C – beziehen sich auf landesweite Programme, die drei anderen – Multiplex D, E und F – auf regionale Programme.) Im Kern hat sich die portugiesische Regierung also für die Einführung eines zweistufigen Modells mit unverschlüsseltem und Bezahlfernsehen entschieden. Die Lizenzen haben eine Geltungsdauer von 15 Jahren und können um denselben Zeitraum verlängert werden.

been challenged by the other applicant, the Swedish company Airplus, Anacom has announced its intention to review its decision.

At the regulatory level, 2008 was mainly characterised by the implementation of the new Television Act.

The new Act of 30 July 2007 further details the legal criteria for the granting and renewal of television licences, increases the obligations of television operators (Sections 34 - 43), abolishes the existing differences between the public service obligations imposed on state-owned channels (thus re-incorporating Channel 2), redefines public service financing, and seeks to adapt legislation to technological changes (namely the introduction of digital terrestrial TV). Moreover, on 14 February 2007 a new Act entered into force that adds the final touch to the process of merging the public service radio and television broadcasters. Within this new framework the *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* (Media Regulatory Entity) has increased powers of supervision over the activities of new entrants and television operators already holding a licence.

In July 2006, the European Commission approved the financial restructuring agreement reached in September 2003 between the Portuguese government and the public service broadcaster RTP. The agreement will run until 2019 and aims to progressively reduce RTP's EUR 1 billion debt accumulated as a result of the long-term underfunding of its public service tasks.

➔ ERC, *Entidade Reguladora para a Comunicação Social*: <http://www.erc.pt>
Anacom, *Autoridade Nacional de Comunicações*: www.anacom.pt
Obercom: *Anuário da Comunicação 2005-2006*, April 2007: www.obercom.pt
Autoridade da Concorrência: <http://www.autoridadedaconcorrenca.pt>
Legal aspects: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

cações (Portugal Telecom). L'impartialité de la procédure d'attribution ayant cependant été contestée par l'autre candidat, l'entreprise suédoise Airplus, l'Anacom a annoncé son intention de réexaminer sa décision.

Sur le plan réglementaire, l'année 2008 est principalement marquée par la mise en oeuvre de la nouvelle loi sur la télévision.

La nouvelle loi portugaise relative à la télévision du 30 juillet 2007 précise les critères légaux de l'octroi et du renouvellement des licences télévisuelles, renforce les obligations des opérateurs télévisuels, supprime les différences actuelles entre les obligations de service public imposées aux chaînes publiques (et réincorpore ainsi Channel 2), redéfinit le financement du service public et vise à adapter la législation aux évolutions technologiques (à savoir la mise en place de la télévision numérique terrestre). Dans ce nouveau cadre, l'autorité de régulation des médias (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social*- ERC) disposera de pouvoirs de contrôle accrus des activités des nouveaux opérateurs télévisuels et de ceux déjà titulaires d'une licence. En outre, le 14 février 2007 est entrée en vigueur une nouvelle loi apportant une touche finale au processus de fusion des radiodiffuseurs radiophoniques et télévisuels de service public.

Par ailleurs, en juillet 2006, la Commission européenne avait donné son aval à l'accord de restructuration financière passé entre le Gouvernement portugais et le radiodiffuseur de service public RTP en septembre 2003. Cette décision a été prise une fois le plan de restructuration jugé conforme aux dispositions relatives aux aides d'Etat du Traité CE. Cet accord, qui sera valable jusqu'en 2019, vise à réduire progressivement la dette de 1 milliard EUR accumulée par RTP suite au sous-financement dont souffraient de longue date ses missions de service public.

➔ ERC, *Entidade Reguladora para a Comunicação Social*: <http://www.erc.pt>
Anacom, *Autoridade Nacional da Comunicações*: <http://www.anacom.pt>
Obercom: *Anuário da Comunicação 2005-2006*, avril 2007: <http://www.obercom.pt>
Autoridade da Concorrência: <http://www.autoridadedaconcorrenca.pt>
Aspects juridiques: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Nach einer Vorentscheidung vom Juni 2008 erhielt PT Comunicações (Portugal Telecom) den Zuschlag für die Lizenzen für die Pay-TV-Multiplexe. Nachdem allerdings der andere Bewerber, das schwedische Unternehmen Airplus, das Vergabeverfahren als unparteiisch angefochten hatte, kündigte die Regulierungsbehörde Anacom die Absicht an, ihre Entscheidung noch einmal zu überprüfen.

In rechtlicher Hinsicht ist das Jahr 2008 im Wesentlichen von der Umsetzung des neuen Fernsehgesetzes geprägt.

Das neue Gesetz vom 30. Juli 2007 legt die Kriterien für die Bewilligung und Erneuerung von Fernsehlicenzen genauer dar, erweitert die Pflichten der Fernsehveranstalter (Art. 34 bis 43), beseitigt die bestehenden Unterschiede bei den Grundversorgungspflichten der staatlichen Kanäle (und bezieht damit Kanal 2 wieder ein), definiert die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags neu und versucht, die Gesetzgebung an technische Veränderungen anzupassen (insbesondere durch die Einführung des terrestrischen Digitalfernsehens). Innerhalb dieses neuen Rahmens wird die Regulierungsbehörde *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* größere Befugnisse bei der Beaufsichtigung der Aktivitäten der neuen und der bereits zugelassenen Fernsehveranstalter erhalten. Zudem trat am 14. Februar 2007 ein neues Gesetz in Kraft, das den Zusammenschluss der öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehveranstalter endgültig abschließt.

Im Juli 2006 hatte die Europäische Kommission der Vereinbarung über die finanzielle Umstrukturierung vom September 2003 zwischen der portugiesischen Regierung und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter RTP zugestimmt. Diese Vereinbarung, die bis 2019 gelten wird, zielt darauf ab, schrittweise die von RTP infolge der langjährigen Unterfinanzierung seines öffentlich-rechtlichen Auftrages angehäuften Schulden von 1 Mrd. EUR abzubauen.

➔ ERC, *Entidade Reguladora para a Comunicação Social*: <http://www.erc.pt>
Anacom, *Autoridade Nacional da Comunicações*: www.anacom.pt
Obercom, *Anuário da Comunicação 2005-2006*, avril 2007: www.obercom.pt
Autoridade da Concorrência: <http://www.autoridadedaconcorrenca.pt>
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	10 617
Households	Ménages	Haushalte	-	3 792
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	99,3%	3 765
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	38,1%	1 443
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	7,5%	283
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	13,5%	510
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	12,0%	455
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	1,2%	47
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	20,7%	785
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	48,3%	1 831
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	40,2%	1 524
Subscribers to unicast mobile TV	Abonnés aux services Unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	-	70
Subscribers to broadcast mobile TV services	Abonnés services TV mobile Broadcast	Abonnenten Mobil-TV Broadcast	-	0

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	5		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	3		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		2	2	4
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		8	27	35
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		2	0	2
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		4	1	5
Total	Total	Gesamt		16	30	46
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	34	35

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Analog	Cable Cabovisao (Full offer)	Satellite TV Cabo (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		4	4	4
Generalist - foreign			4	4
Adults				4
Children			4	6
Film			4	7
Culture/Documentary/Education			5	9
Entertainment/TV Fiction			7	10
Cultural minorities				
Home shopping				1
News/Business			8	11
International channels			5	5
Leisure/travel			1	1
Lifestyle			6	5
Music			9	8
Parliamentary				1
Regional/Local			1	3
Religion				
Sports			5	10
Various			1	4

Operating revenues
of principal television
companies in Portugal

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision au Portugal

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Portugal

In Tausend EUR.

T.1.PT.1

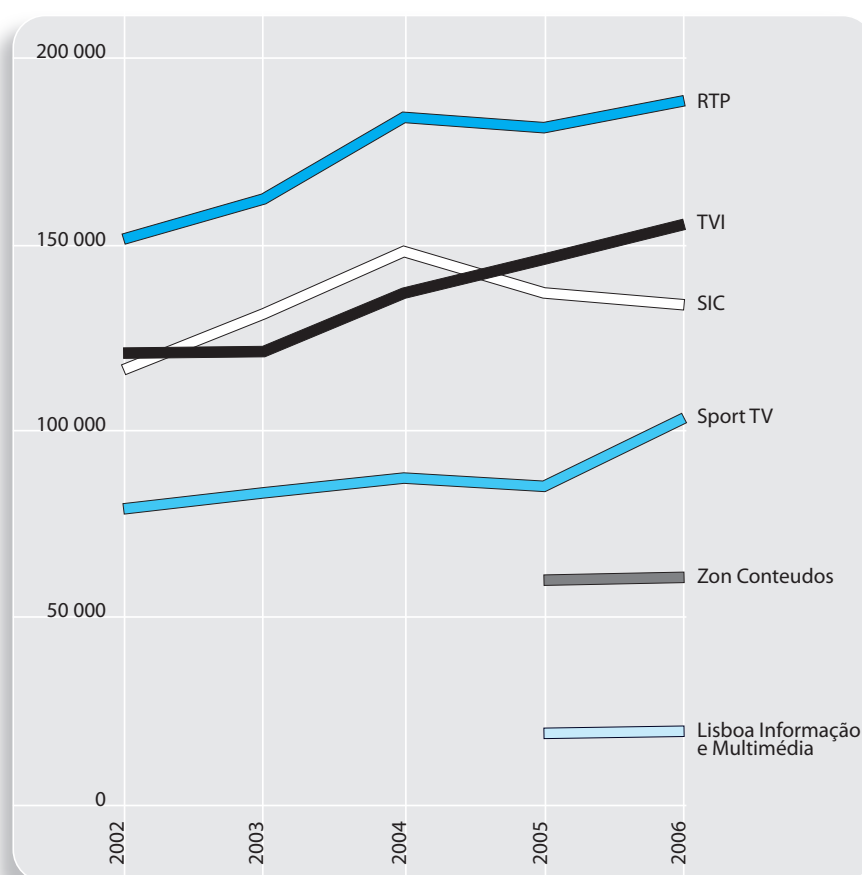
G.1.PT.1

2002-2006

Company		Channels	2002	2003	2004	2005	2006
Entreprises		Chaînes					
Unternehmen		Dienste					
RTP ⁽¹⁾	sptv	RTP1, LaDos	151 779	162 580	184 526	181 754	188 999
TVI	adtv	TVI	121 107	121 520	137 227	146 374	155 745
SIC	adtv	SIC	116 633	131 681	148 442	137 299	134 111
Sport TV	thtv	Sport TV	79 201	83 521	87 489	85 266	103 637
Zon Conteudos	thtv	TV Cine, Canal 21, MOV	~	~	~	60 021	60 780
Lisboa Informação e Multimédia	thtv	SIC Noticias	~	~	~	18 809	19 380

(1) Since 2004 : Radiotevisão portuguesa -
Serviço Público de Televisão S.A.(1) Depuis 2004 : Radiotevisão portuguesa -
Serviço Público de Televisão S.A.(1) Seit 2004 : Radiotevisão portuguesa -
Serviço Público de Televisão S.A.

➔ OBS



Financial situation of television companies in Portugal

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision au Portugal

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in Portugal

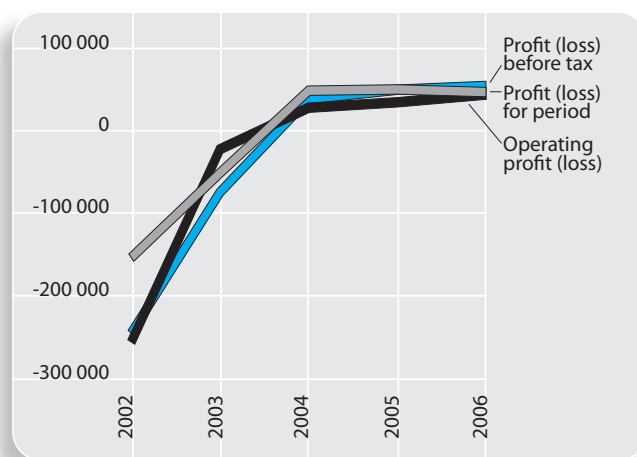
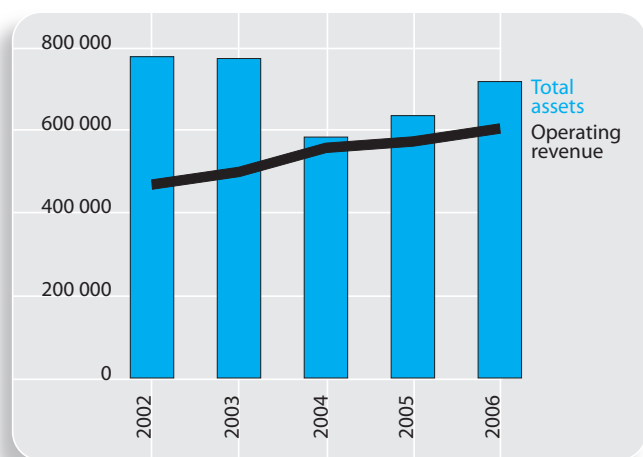
In Tausend EUR.

T.1.PT.2
G.1.PT.2
2002-2006

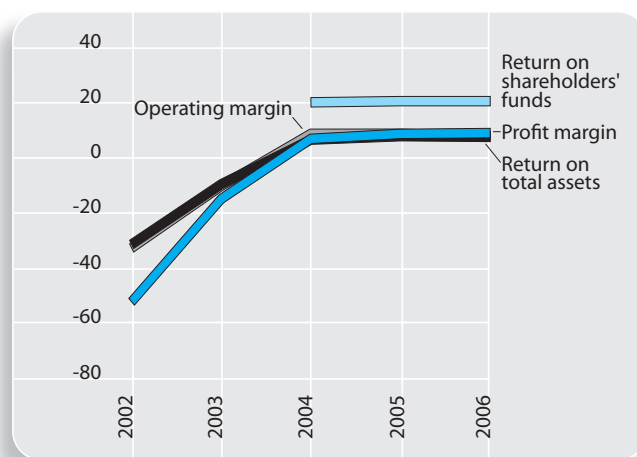
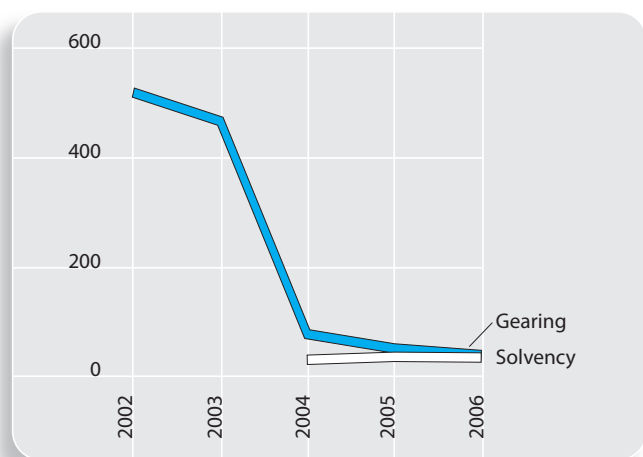
			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included (TV Cabo and Zon Conteudos not included)	Nb. d'entreprises incluses (TV Cabo et Zon Conteudos non inclus)	Anzahl der Unternehmen (Ohne TV Cabo und Zon Conteudos)	4	4	4	6	6
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	778 578	774 138	583 834	635 747	718 323
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	468 720	499 311	557 684	573 046	604 459
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	-154 180	-51 664	48 110	49 634	46 424
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-245 732	-75 097	37 933	49 300	53 814
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-256 412	-22 881	27 466	34 054	43 380
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	518	466	79	53	41
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge			32,38	37,8	36,5
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	-32,9	-10,3	8,6	8,7	7,7
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-52,4	-15,0	6,8	8,6	8,9
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite			20,1	20,5	20,5
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-31,6	-9,7	6,5	7,8	7,5

➔ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



Rádio e Televisão de Portugal financial situation (consolidated)
 EUR million.
 Situation financière de la Rádio e Televisão de Portugal (consolidé)
 Millions EUR.

Wirtschaftliche Lage von Rádio e Televisão de Portugal (konsolidiert)
 In Millionen EUR.

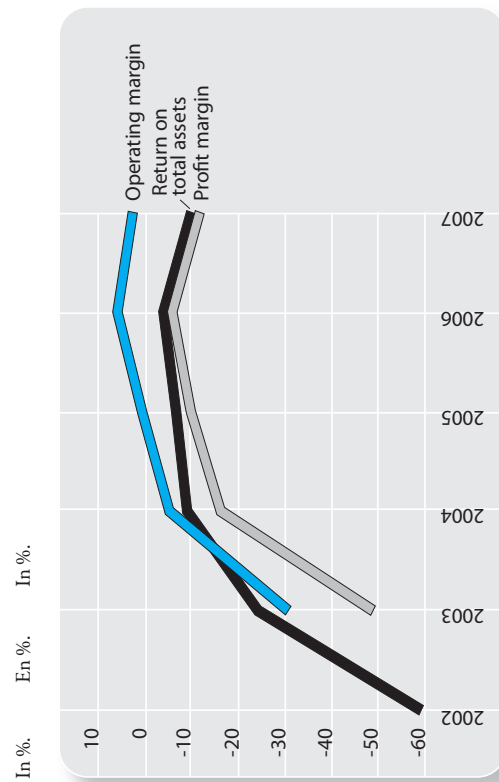
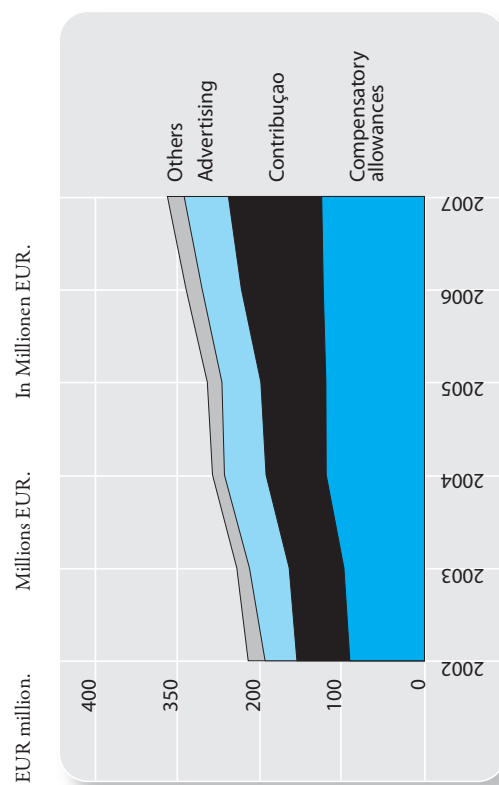
T.1.PT.3
 G.1.PT.3
 2005-2007

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06	
Recettes																	
Publics funds	200,5	224,3	240,3	200,5	224,3	240,3	75,3%	76,8%	76,3%	75,3%	76,8%	76,3%	75,3%	76,8%	76,3%	7,1%	
- Compensatory allowances	120,8	124	125,9	120,8	124	125,9	45,4%	42,5%	40,0%	45,4%	42,5%	40,0%	45,4%	42,5%	40,0%	1,5%	
- Contribução do Audiovisual	79,7	100,3	114,4	79,7	100,3	114,4	30,0%	34,3%	36,3%	30,0%	34,3%	36,3%	30,0%	34,3%	36,3%	14,1%	
Commercial revenues	65,6	67,8	74,6	65,6	67,8	74,6	24,7%	23,2%	23,7%	24,7%	23,2%	23,7%	24,7%	23,2%	23,7%	10,0%	
- Advertising	47,7	48,1	54,2	47,7	48,1	54,2	17,9%	16,5%	17,2%	17,9%	16,5%	17,2%	17,9%	16,5%	17,2%	12,7%	
- Others	17,9	19,7	20,5	17,9	19,7	20,5	6,7%	6,7%	6,5%	6,7%	6,7%	6,5%	6,7%	6,7%	6,5%	4,1%	
Total	266,1	292,1	314,9	266,1	292,1	314,9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	7,8%	
Operating revenues	266,1	292,2	318,2	266,1	292,2	318,2										8,9%	

Expenditure	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06	
Dépenses																	
- Purchase of goods and services	147,6	151,3	183,3	147,6	151,3	183,3	55,8%	54,9%	59,1%	55,8%	54,9%	59,1%	55,8%	54,9%	59,1%	21,2%	
- Costs of personnel	98,2	107,2	109,9	98,2	107,2	109,9	37,1%	38,9%	35,4%	37,1%	38,9%	35,4%	37,1%	38,9%	35,4%	2,5%	
- Amortisation	18,8	17,2	16,9	18,8	17,2	16,9	7,1%	6,2%	5,4%	7,1%	6,2%	5,4%	7,1%	6,2%	5,4%	-1,7%	
Operating expenditure	264,6	275,7	310,1	264,6	275,7	310,1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	12,5%	

Operating P/L	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Operating P/L	-31,9	-24,7	-36,1	-31,9	-24,7	-36,1

➔ RTP/OBS



TV audience market share

In %, 4 years +.

Parts de marché d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.PT.4
G.1.PT.4

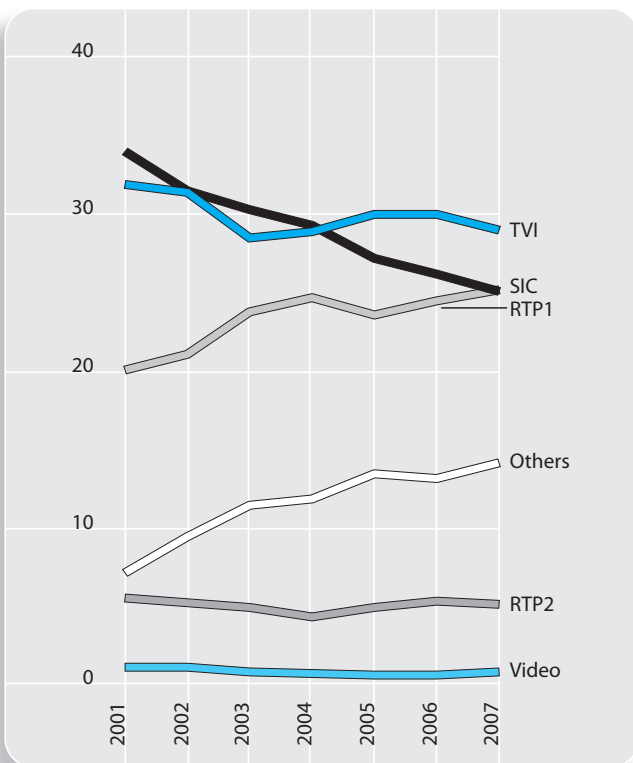
2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (20:00-24:00) Heures de grande écoute (20h-24h) Primetime (20-24 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
RTP1	23,8	24,7	23,6	24,5	25,2	22,4	23,6	22,3	22,4	24,4
RTP2	5,0	4,4	5,0	5,4	5,2	5,2	4,2	4,5	4,9	4,8
SIC	30,3	29,3	27,2	26,2	25,1	29,8	29,0	27,9	26,7	24,9
TVI	28,5	28,9	30,0	30,0	29,0	33,4	33,6	34,1	34,7	33,0
Video	0,9	0,8	0,7	0,7	0,9	0,6	0,5	0,5	0,5	0,7
Others Autres Sonstige	11,5	11,9	13,5	13,2	14,6	8,6	9,1	10,7	10,8	12,2

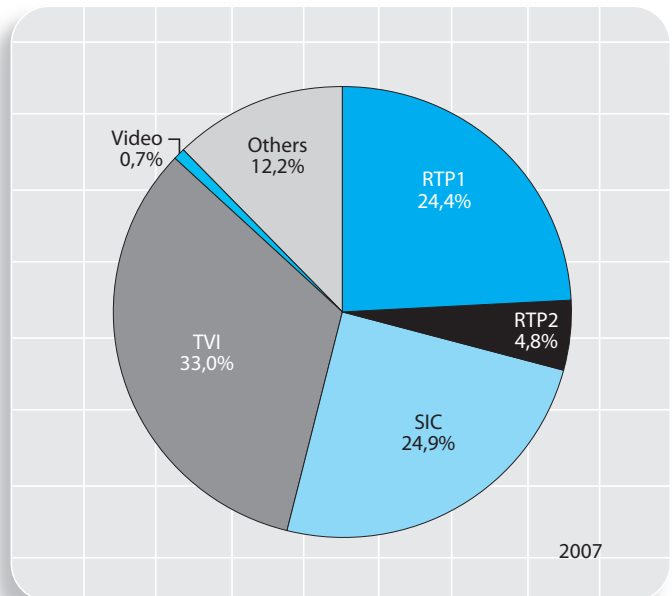
Cable/satellite households Foyers câble/satellite	Kabel- und Satellitenhaushalte									
TVI	28,5	24,9	26,9	26,8	24,9	33,4	30,4	31,8	32,0	28,4
RTP1	23,8	20,6	19,1	20,5	20,4	22,4	21,0	19,3	20,2	21,4
SIC	30,3	23,5	21,0	19,6	18,9	29,8	24,3	22,0	20,2	19,8
SIC Noticias	-	3,9	3,9	3,6	3,7	-	2,5	2,7	2,4	2,6
RTP2	5,0	3,0	3,0	3,4	3,1	5,2	2,9	2,9	3,2	3,0
AXN	-	0,9	2,1	3,1	3,3	-	0,8	1,9	2,9	3,4
Panda	-	2,6	2,2	2,3	2,6	-	1,9	1,7	1,7	2,0
Hollywood	-	2,1	1,5	1,5	1,6	-	1,9	1,3	1,4	1,6
Fox	-	-	0,6	1,4	1,7	-	-	0,5	1,3	1,7
RTPN	-	0,7	1,2	1,4	1,6	-	0,4	0,8	0,9	1,1
SIC Radical	-	1,3	1,5	1,3	1,0	-	0,9	1,1	1,3	1,0
SportTV	-	1,2	1,2	1,1	1,2	-	1,7	1,9	1,6	1,7
Odisseia	-	1,0	0,9	0,9	1,0	-	0,7	0,7	0,6	0,7
SIC Comedia	-	0,9	0,8	0,9	-	-	0,8	0,7	0,8	-
SIC Mulher	-	1,1	1,1	0,9	1,1	-	1,0	0,9	0,8	1,0
Others Autres Sonstige	12,4	12,3	13,0	11,3	13,9	9,2	8,8	9,8	8,7	10,6

➔ Eurodata TV Worldwide/Markttest Audimetria

Daily share. Ensemble de la journée. Ganztägig.
In %, 4 years +. En %, 4 ans et +. In %, ab 4 Jahre.



Prime time (20:00-24:00). Heures de grande écoute (20h-24h). Primetime (20-24 Uhr).
In %, 4 years +. En %, 4 ans et +. In %, ab 4 Jahre.



Breakdown by genre of the Portuguese terrestrial TV channels' output

Ventilation par genre des programmes des chaînes de télévision hertziennes du Portugal

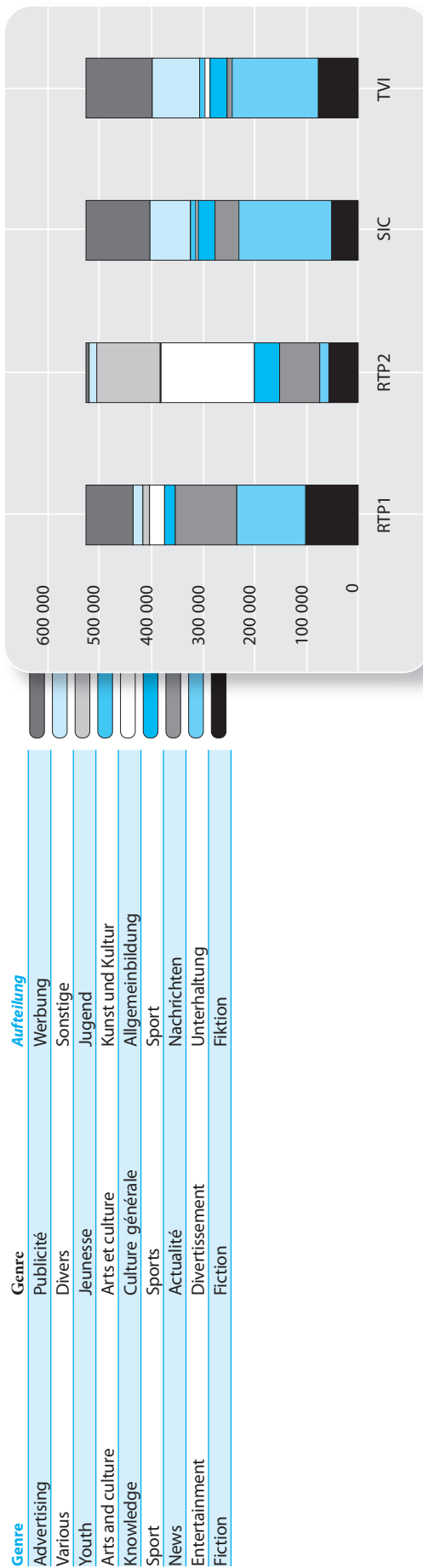
T.1.PT.5
G.1.PT.5
2007

Hours.

In Stunden.

Genre	Aufteilung	RTP1	RTP2	SIC	TVI	RTP1	RTP2	SIC	TVI
Fiction	Fiktion	101 330	56 592	50 984	76 824	19,28%	10,77%	9,70%	14,62%
Entertainment	Unterhaltung	133 088	17 603	179 326	166 445	25,32%	3,35%	34,12%	31,67%
News	Nachrichten	118 686	77 561	46 127	9 810	22,58%	14,76%	8,78%	1,87%
Sport	Sport	20 779	48 669	32 524	32 937	3,95%	9,26%	6,19%	6,27%
Knowledge	Allgemeinbildung	28 999	180 209	4 276	9 883	5,52%	34,29%	0,81%	1,88%
Arts and culture	Kunst und Kultur	338	1 686	10 533	10 277	0,06%	0,32%	2,00%	1,96%
Youth	Jugend	12 485	122 529	207	4	2,38%	23,31%	0,04%	0,00%
Various	Sonstige	18 768	14 656	77 984	91 428	3,57%	2,79%	14,84%	17,39%
Advertising	Werbung	91 127	6 095	123 615	127 993	17,34%	1,16%	23,52%	24,35%
Total	Summe	525 600	525 600	525 576	525 600	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

↗ Markttest



While public service broadcasting still occupied an important position in the Romanian audiovisual sector in 2006, its audience market share dropped very significantly in 2007. The most spectacular decline was that of TVR1, the audience market share of which went down from 16.7% to 11.8% between 2006 and 2007. That of TVR2 also declined from 5.3% to 4.5%. To a lesser extent, the same applies to the main private channels, all of which recorded a drop. This situation is due to the rapid increase in the number of special-interest channels and the growth of their audiences.

The range of television channels available in Romania is actually continuing to grow. From the end of 2006, a large number of new channels emerged in the country. The most recent include in particular a games channel (Ginx TV), a musical channel (1 Music Channel), a children's channel (Boom Smarty) and a sports channel (GSP TV). The launch of a large number of local versions of the main international channels is also evidence of this dynamic development.

The Romanian market still represents an opportunity for expansion from the perspective of the large groups present in Europe. For example, the leading private channel Pro TV and the special-interest channel Acasa TV belong to the company Media Pro, which is controlled by the Central European Media Enterprises (CME) group, while B1 TV is owned by News Corporation. In early 2007, the Turkish Doğan Media Group and the Swiss media group Ringier joined forces to launch Kanal D Romania. In July 2006, the group SBS Broadcasting acquired the music channel TV K Lumea, which was renamed Kiss TV. SBS had previously increased its stake in the channel Prima TV. In 2006, the French group Lagardère obtained licences for the launch of new TV channels.

Cable reception is widespread (over 60% of households). The cable network is mainly split between two operators: RCS-RDS and UPC Romania. The two cable operators each have more than a million subscribers. In December 2007, UPC Romania was number one in the cable market with 1.22 million subscribers (down compared with 2006, when the platform had 1.37 million).

The satellite broadcasting market is also developing rapidly. In 2008, it covered nearly 2 million households. There are no less than five platforms: DigiTV (RCS-RDS), FocusSat (UPC), Max TV (DCS), Boom TV (DTH Television Group) and Dolce (Romtelecom).

At the beginning of 2008 the territorial inspection teams of the *Consiliul Național*

Alors qu'en 2006 l'audiovisuel public occupait toujours une place importante dans le paysage audiovisuel roumain, ses parts de marché d'audience ont reculé très significativement en 2007. La chute la plus spectaculaire est celle de TVR1, qui est passé de 16,7 % à 11,8 % de parts de marché d'audience entre 2006 et 2007. TVR2 est aussi en recul de 5,3 % à 4,5 %. Il en va de même, dans une moindre mesure, des principales chaînes privées, qui enregistrent toutes une baisse. Ce phénomène est dû à la multiplication rapide du nombre de chaînes thématiques et la croissance de leurs audiences.

L'offre télévisuelle en Roumanie, déjà très dense, continue en effet de s'étoffer. Depuis la fin 2006, de nombreuses chaînes ont fait leur apparition dans le paysage roumain. Parmi les plus récentes figurent notamment une chaîne de jeu (Ginx TV), une chaîne musicale (1 Music Channel), une chaîne pour enfants (Boom Smarty) et une chaîne sportive (GSP TV). Le lancement de nombreuses versions locales des principales chaînes internationales témoigne aussi de ce dynamisme.

Le marché roumain continue à représenter une opportunité d'expansion aux yeux des grands groupes présents en Europe. Ainsi, la première chaîne privée Pro TV, ainsi que la chaîne thématique Acasa TV, appartiennent à la société Media Pro, contrôlée par le groupe Central Media Enterprises (CME), tandis que B1 TV est détenue par News Corporation. Début 2007, le groupe de médias turcs Dogan et le groupe de médias suisse Ringier ont lancé ensemble la chaîne Kanal D Romania. En juillet 2006, le groupe SBS Broadcasting a fait l'acquisition de la chaîne musicale TV K Lumea, renommée Kiss TV. SBS avait auparavant accru sa participation dans la chaîne Prima TV. En 2006, le groupe français Lagardère a obtenu des licences pour le lancement de nouvelles chaînes de télévision. Enfin, en 2008, le groupe CME a racheté MTV Romania.

La réception par câble est très répandue (plus de 60% des foyers). Le réseau câblé est principalement réparti entre deux opérateurs : RCS-RDS et UPC Romania. Les deux cablo-opérateurs comptent chacun plus d'un million d'abonnés. En décembre 2007, UPC Romania est numéro un avec 1,22 million d'abonnés (en baisse par rapport à 2006 où la plate-forme comptait 1,37 million d'abonnés).

Le marché de la diffusion par satellite se développe rapidement. En 2008, elle concerne près de 2 millions de foyers. On dénombre pas moins de cinq plateformes : DigiTV (RCS-RDS), FocusSat (UPC), Max TV (DCS), Boom TV (DTH Television Group) and Dolce (Romtelecom).

Während das öffentlich-rechtliche Fernsehen 2006 noch eine wichtige Position in der rumänischen Fernsehlandschaft einnahm, gingen 2007 seine Zuschauermarktanteile ganz erheblich zurück. Am spektakulärsten ist der Absturz bei TVR1: der Marktanteil des Senders verringerte sich zwischen 2006 und 2007 von 16,7 % auf 11,8 %. Auch TVR2 verzeichnete mit einem Rückgang von 5,3 % auf 4,5 % Verluste. Ähnliches gilt – wenn auch in geringerem Maße – für die wichtigsten Privatsender, die alle schlechtere Ergebnisse verbuchten. Dieses Phänomen ist auf die sprunghafte Zunahme der Spartenkanäle und ihre immer zahlreicheren Zuschauer zurückzuführen.

Das bereits sehr dichte Fernsehangebot in Rumänien wird tatsächlich immer weiter ausgebaut. Seit Ende 2006 kam es in der rumänischen Fernsehlandschaft zu zahlreichen Neugründungen. In jüngster Zeit etwa wurden ein Spielekanal (Ginx TV), ein Musiksender (1 Music Channel), ein Kinderkanal (Boom Smarty) und ein Sportkanal (GSP TV) gestartet. Der Sendestart zahlreicher lokaler Versionen der großen internationalen Sender ist ebenfalls Ausdruck dieser Dynamik.

Der rumänische Markt bietet nach Ansicht der großen Konzerne in Europa weiterhin ein gutes Expansionspotenzial. So gehören der wichtigste Privatsender Pro TV und der Spartenkanal Acasa TV zum Unternehmen Media Pro, das wiederum von der Gruppe Central European Media Enterprises (CME) kontrolliert wird, während B1 TV zu News Corporation gehört. Anfang 2007 haben der türkische Medienkonzern Dogan und die Schweizer Mediengruppe Ringier gemeinsam den Sender Kanal D Romania gestartet. Im Juli 2006 erwarb SBS Broadcasting den Musiksender TV K Lumea, der in Kiss TV umbenannt wurde. Zuvor hatte die SBS-Gruppe auch ihre Beteiligung an dem Sender Prima TV erhöht. 2006 erhielt die französische Gruppe Lagardère die Lizenz für den Start neuer Fernsehsender.

Der Kabelempfang ist sehr weit verbreitet (über 60 % der Haushalte). Das Kabelnetz befindet sich im Wesentlichen in den Händen zweier Betreiber: RCS-RDS und UPC Romania. Die beiden Kabelbetreiber hatten jeweils über eine Million Abonnenten. Im Dezember 2007 war UPC Romania mit 1,22 Mio. Abonnenten führend (rückläufig gegenüber 2006, als die Plattform 1,37 Millionen Abonnenten hatte).

Der Markt der Satellitenverbreitung entwickelt sich rasch: 2008 wurden auf diese Weise fast 2 Mio. Haushalte erreicht. Es gibt nicht weniger als fünf Plattformen: DigiTV (RCS-RDS), FocusSat (UPC), Max TV (DCS), Boom TV (DTH Television Group) und Dolce (Romtelecom).

al *Audiovizualului* (National Audiovisual Council – CNA) established that a relatively large number of cable network operators, especially in rural areas, are distributing television channels without reaching a prior agreement with the programme providers. For these breaches of the law, the CNA imposed in 2007 a total of 177 sanctions, consisting of 159 warnings and 18 fines amounting to RON 125,000 (about EUR 33,532). Until the adoption of CNA Decision No. 36 of 22 January, cable network operators who had been found guilty of this type of piracy were obliged to cease their transmissions after being penalised by the CNA until they had created a legal situation by concluding a contract with the relevant television provider. It was not necessary to inform the television viewers why the number of channels had been reduced. Based on the same obligations that have applied up to now to broadcasters, who have to inform the public about any penalties imposed by the CNA, CNA Decision No. 36 now compels cable network and digital platform operators to inform the public or their own subscribers about the breach committed.

At the end of 2005, the CNA granted a frequency for six months for a digital terrestrial television trial in the Bucharest area. However, as Romanian legislation has not been amended no official DTT launch date has been announced so far. Romania has set 2012 as the date for the digital switchover.

In 2006, the first IPTV platform, Ines, was launched by the Ines group. Although a larger number of channels are offered, the subscription price is much higher than that charged for a cable or satellite service, which explains the low number of subscribers to this service.

► Consiliul Național al Audiovizualului (Romanian Broadcasting Regulatory Authority -CNA): www.cna.ro
IMCA: Landscape and Political Policies of the European Community Candidate Countries in the Broadcasting Industry, <http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/docs/library/studies>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Media Expres: www.mediaexpres.ro

Au début de l'année 2008, les équipes d'inspection territoriales du *Consiliul Național al Audiovizualului* (Conseil national de l'audiovisuel – CNA) ont constaté qu'un nombre relativement élevé de câblo-opérateurs diffusaient des programmes télévisés, surtout en zone rurale, sans avoir préalablement conclu d'accord avec les chaînes concernées. En 2007, le CNA a prononcé 177 sanctions pour ce type d'infraction, dont 159 mises en demeure et 18 amendes d'un montant global de 125.000 RON (soit 33 532 EUR). Avant l'adoption de la décision n° 36 du CNA, le 22 janvier 2008, les câblo-opérateurs coupables de piratage étaient dans l'obligation de cesser la diffusion illicite après avoir été sanctionnés par le CNA, jusqu'au redressement juridique de la situation par la souscription d'un contrat avec les chaînes concernées. Il n'y avait aucune obligation d'informer les téléspectateurs sur les raisons de la réduction du nombre de chaînes diffusées. Désormais, conformément à la décision n° 36 du CNA qui reprend le modèle des contraintes appliquées jusqu'à présent aux radiodiffuseurs, ceux-ci doivent informer le public des sanctions infligées par le CNA, les câblo-opérateurs et les opérateurs de plates-formes numériques doivent également informer leur public et leurs abonnés au sujet des infractions commises.

Fin 2005, le CNA a attribué une fréquence pour six mois à un test de télévision numérique terrestre (TNT) dans la région de Bucarest. Cependant, la législation roumaine n'ayant pas été révisée, aucune date de lancement officielle de la TNT n'a pour le moment été annoncée. La Roumanie a fixé la date de son basculement au numérique à 2012.

En 2006, la première plate-forme IPTV baptisée Ines a été lancée par le groupe Ines. Si l'offre de chaînes est plus vaste, le prix de l'abonnement reste cependant beaucoup plus élevé que celui d'un service par câble ou par satellite, ce qui explique le nombre restreint d'abonnés à cette offre.

► Consiliul Național al Audiovizualului (Conseil national de l'audiovisuel-CNA) : <http://www.cna.ro>
Paysage audiovisuel et politiques publiques des pays candidats dans le secteur audiovisuel, par IMCA : <http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/docs/library/studies>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Media Expres : <http://www.mediaexpres.ro>

Anfang 2008 haben die territorialen Inspektionsteams des *Consiliul Național al Audiovizualului* (Landesrat für elektronische Medien – CNA) festgestellt, dass eine relativ große Anzahl von Kabelnetzanbietern, vor allem im ländlichen Bereich, Fernsehprogramme ausstrahlen, ohne zuvor mit den Programmveranstaltern eine entsprechende Vereinbarung getroffen zu haben. Für derartige Verletzungen der Gesetzgebung hat der CNA im Jahre 2007 177 Sanktionen ausgesprochen, davon 159 Ermahnungen und 18 Geldstrafen, die sich auf insgesamt RON 125 000 (rund EUR 33 532) belaufen. Bis zur Verabschiedung des CNA-Beschlusses Nr. 36 vom 22. Januar 2008 waren die einer derartigen Piraterie überführten Kabelnetzbetreiber verpflichtet, nach der Sanktionierung durch den CNA die betreffende Übertragung einzustellen, bis durch den Abschluss eines Vertrags mit dem jeweiligen Fernsehanbieter eine legale Rechtssituation herbeigeführt wurde. Das Fernsehpublikum musste dabei nicht darüber in Kenntnis gesetzt werden, aus welchem Grund eine derartige Reduzierung der Programmanzahl vorgenommen wurde. Entsprechend dem Vorbild der Verpflichtungen, die bisher für die Rundfunkveranstalter galten – diese müssen das Publikum über die vom CNA erteilten Sanktionen informieren –, müssen nun auch die Kabelnetzanbieter und die Betreiber von Digitalplattformen nach dem CNA-Beschluss Nr. 36 das Publikum bzw. die eigenen Abonnenten über den verübten Missbrauch informieren.

Ende 2005 vergab die Regulierungsbehörde CNA für die Dauer von sechs Monaten eine Frequenz zum Test des digitalen terrestrischen Fernsehens in der Region Bukarest. Da allerdings eine Änderung der rumänischen Gesetzgebung noch aussteht, wurde bisher kein Termin für den offiziellen Start von DVB-T angekündigt. Die Umstellung auf Digitaltechnologie soll in Rumänien 2012 erfolgen.

2006 wurde von der Gruppe Ines die erste IPTV-Plattform, Ines, gestartet. Zwar ist das Senderangebot größer als bei einem Kabel- oder Satellitendienst, aber auch der Preis für ein Abonnement ist deutlich höher, was die geringe Abonnentenzahl für dieses Angebot erklärt.

► Consiliul Național al Audiovizualului (Regulierungsbehörde): www.cna.ro
Audiovisuelle Medienlandschaft und staatliche Maßnahmen der Beitrittsländer im audiovisuellen Bereich, von IMCA: <http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/docs/library/studies>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>
Media Expres: www.mediaexpres.ro

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	21 537
Households	Ménages	Haushalte	-	7 691
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	96,0%	7 383
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	46,2%	3 550
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	0,8%	65
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	26,0%	2 000
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	26,0%	2 000
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,0%	1
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	26,9%	2 066
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	35,0%	2 692
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	41,5%	3 190
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	614
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	5
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	1

Number of TV channels	Nombre de chaînes	Zahl der Dienste	09.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		2	2	4
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		3	68	71
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		5	14	19
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		4	5	9
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		1	2	3
Total	Total	Gesamt		15	91	106
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	31	32

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Cable UPC (Full offer)	Satellite Boom (Full offer)	Satellite Digtv (Full offer)	Satellite Focus Sat (Full offer)	Satellite Max TV (Full offer)	IPTV INES (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		9	8	8	8	8	6
Generalist - foreign		9	1	17			14
Adults		3	5	3	2	1	9
Children		11	9	9	2	5	8
Film		10	18	15	6	6	10
Culture/Documentary/Education		11	15	24	7	5	11
Entertainment/TV Fiction		8	6	24	3	4	10
Cultural minorities							
Home shopping		1				1	1
News/Business		13	7	8	3	1	15
International channels		2	1	1	1		5
Leisure/travel		2	2	3	2		2
Lifestyle		5	3	4	2	2	5
Music		13	10	14	4	4	11
Parliamentary							
Regional/Local		1		7			3
Religion		1	1	2			3
Sports		10	10	18	5	4	9
Various/Not identified		1		4			3

Operating revenues
of main television
companies in Romania

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Roumanie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
unternehmen in Rumänien

In Tausend EUR.

T.1.RO.1

G.1.RO.1

2002-2006

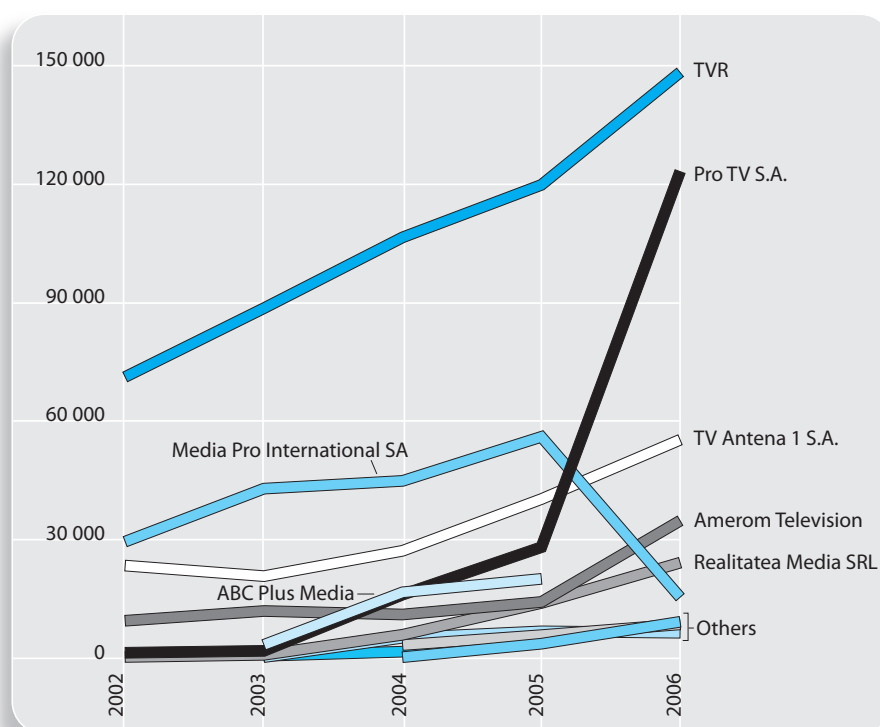
Company	Channels	2002	2003	2004	2005	2006	
Entreprises	Chânes						
Unternehmen	Dienste						
TVR	sptv	TVR1, TVR2, TVR Cultural, TVRi	71 132	88 581	106 565	119 880	148 441
Pro TV S.A. ⁽¹⁾	adv	Pro TV, Acasa, Pro Cinema	1 118	1 599	15 876	27 909	123 260
(p.m.) Media Pro International SA ⁽¹⁾	adv	ProTV, Acasa	29 331	42 777	44 748	55 930	15 213
(p.m.) Sport Radio TV Media Srl ⁽²⁾	thtv	Sport.ro	-	351	2 026	3 295	4 650
(p.m.) Music Television System ⁽³⁾	thtv	MTV Romania	-	527	1 007	1 707	2 001
TV Antena 1 S.A.	adv	Antena 1	23 247	20 566	27 004	40 127	55 179
Amerom Television	adv	Prima TV	9 244	11 718	10 826	14 011	34 631
Realitatea Media SRL	thtv	Realitatea TV	54	593	5 687	13 748	23 979
ABC Plus Media	thtv	National TV	~	3 139	16 472	19 872	~
Antena 3 S.A.	adv	Antena 3	-	-	0	3 414	8 972
Telesport Intermedia srl	thtv	Telesport	-	-	3 088	5 593	8 327
Global Video Media S.A.	rtv	Alpha TV	~	10	4 928	6 554	6 200
Clas Media	thtv	National TV	~	341	1 392	6 168	~
News Television Romania S.A.	thtv	B1 TV	830	1 408	2 127	3 324	3 706
Sport Radio TV Media	thtv	TV Sport	-	351	2 026	3 295	~
Dacia RTV București	rtv	Dacia RTV	187	325	578	706	2 796
Minimax Romania SRL	thtv	Minimax Romania	-	140	1 529	1 328	2 399
HBO Romania SRL	paytv	HBO	1 154	1 258	1 891	1 778	1 983
Iko Romania Srl	thtv	Cool TV, Film+, Sport Klub	-	11	364	458	1 834
Antena 4 SA	thtv	Euforia Lifestyle TV	-	-	-	-	1 628
Mass Media Romania de Maine	thtv	TV Romania de Maine	748	862	1 984	3 015	1 338
Etno Folclor Media SRL	thtv	Etno TV	8	209	721	1 072	1 272
Ocram Televizijne	thtv	OTV	-	-	352	529	973

(1) The series do not provide a clear view of the revenues of the channels up to 2004. The licences for the Pro TV and Acasa channels were held by the audiovisual group Media Pro International (MPI) controlled by Adrian Sarbu, while the channels were operated by the company Pro TV SRL, a subsidiary of the Central European Media Enterprises group. The licence was then transferred in 2004 to Pro TV S.A. (90 % CME, 10 % Adrian Sarbu), while MPI continues to provide various broadcasting services to Pro TV.

(2) In March 2007 Pro TV acquired full control of Sport Radio TV Media.

(3) 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.

➔ OBS



Financial situation of television companies in Romania

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Roumanie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage der Fernsehunternehmen in Rumänien

In Tausend EUR.

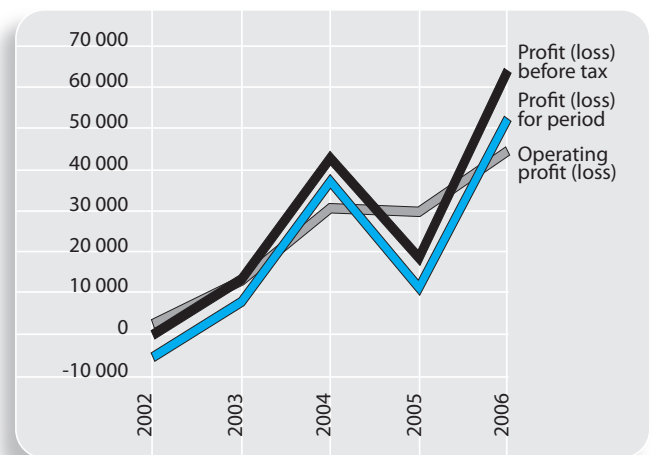
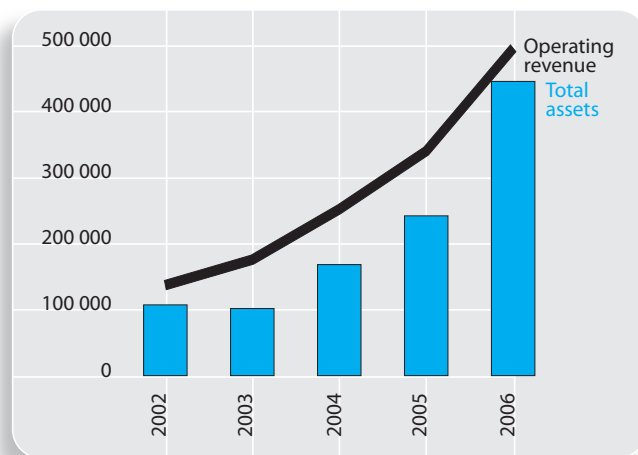
T.1.RO.2
G.1.RO.2
2002-2006

			2002	2003	2004	2005	2006
No. of companies included ⁽¹⁾	Nb. d'entreprises incluses ⁽¹⁾	Anzahl der Unternehmen ⁽¹⁾	21	31	43	45	48
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2002	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	107 209	101 662	168 151	242 048	445 623
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	137 124	175 646	252 021	340 091	495 751
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	2 506	13 033	30 567	29 700	44 430
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	-105	13 367	42 691	18 555	63 874
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	-5 513	7 896	37 051	11 317	52 249
In %	En %	In %	2002	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	10	19	11	32	11
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	-66	-50	-7	0	23
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	1,8	7,4	12,1	8,7	9,0
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	-0,1	7,6	16,9	5,5	12,9
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	-0,1	13,1	25,4	7,7	14,3

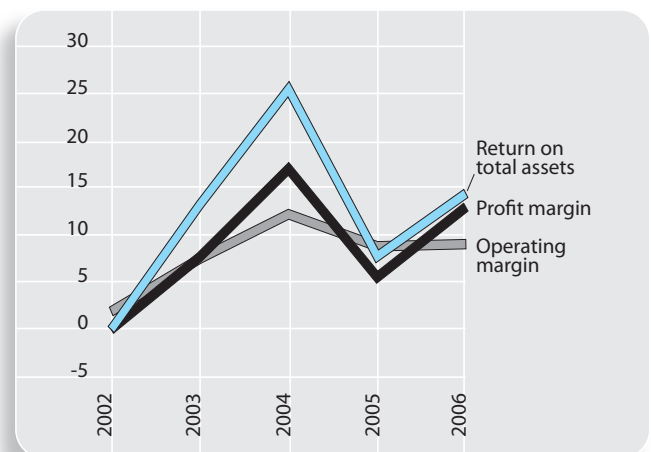
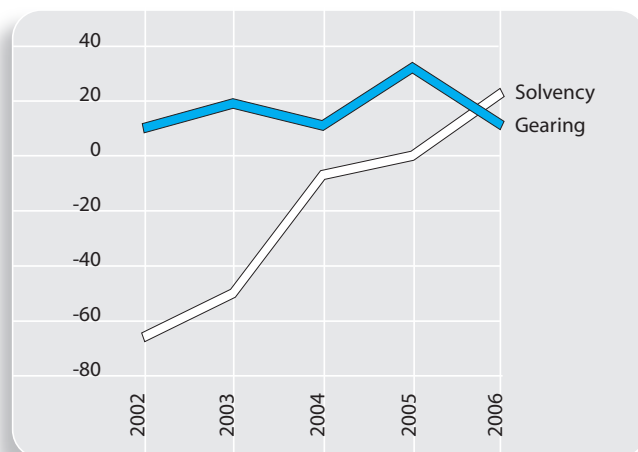
(1) Regional television not included.
Reviewed population.(1) Télévisions régionales non incluses
La population a été révisée.(1) Ohne regionale Sender.
Die Population wurde geändert.

➔ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



TV audience market share

In %, 4 years +. ⁽¹⁾

Parts de marché d'audience TV

En %, 4 ans et +. ⁽¹⁾

Marktanteile der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre. ⁽¹⁾

T.1.RO.3
G.1.RO.3

2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-23:00) Heures de grande écoute (19h-23h) Primetime (19-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
TVR1	28,1	22,1	18,9	16,7	11,8	28,9	24,1	22,1	19,4	13,5
TVR2	6,9	7,0	5,2	5,3	4,5	6,1	6,9	4,0	4,3	4,2
PRO TV	15,4	15,8	15,7	15,6	14,2	17,1	17,3	16,7	17,1	16,4
Antena 1	13,1	12,3	13,6	13,5	11,2	16,3	16,1	16,6	16,7	14,2
Acasa TV	6,6	7,4	8,1	7,7	6,8	7,8	7,7	9,2	8,0	6,1
Prima TV	5,7	4,9	4,5	4,2	4,7	6,1	4,6	5,1	5,2	5,9
Realitatea TV	2,0	2,9	3,4	3,7	3,8	1,4	2,1	2,4	2,7	2,9
National TV	-	1,6	2,1	2,1	2,3	-	1,4	1,8	1,9	2,2
OTV	-	0,4	1,7	2,1	3,9	-	0,3	1,5	1,9	3,9
Cartoon Network	1,0	~	~	1,8	0,5	0,7	~	~	1,1	0,3
ETNO	1,4	~	~	1,6	1,7	0,9	~	~	1,2	1,4
B1TV	1,6	1,4	1,2	1,4	1,4	1,4	1,2	1,1	1,4	1,4
Minimax	0,9	1,0	1,2	1,4	1,6	0,3	0,4	0,4	0,6	0,6
TV Sport	-	0,8	1,4	1,4	-	-	0,8	1,2	1,2	-
Antena 3 ⁽²⁾	-	-	0,3	1,3	2,0	-	-	0,2	1,1	1,6
JETIX	-	0,9	1,0	1,1	1,2	-	0,4	0,5	0,7	0,7
Favorit TV	-	-	0,6	1,0	1,2	-	-	0,5	0,9	1,4
Pro Cinema	-	0,4	0,8	1,0	1,3	-	0,4	0,7	0,9	1,1
Discovery	1,0	0,8	0,8	0,7	0,9	0,6	0,5	0,5	0,5	0,7
Eurosport	0,9	~	~	0,7	0,7	0,7	~	~	0,6	0,5
Sport.ro					1,8					1,4
Kanal D					1,8					2,0
Others Autres Sonstige	15,4	20,3	19,5	15,7	20,7	11,7	15,8	15,5	12,6	17,6

(1) A people meter was introduced in 2003.

(2) From 01/07/05.

(1) Un système d'audimétrie a été mis en place en 2003.

(2) Depuis le 01/07/2005.

(1) 2003 wurde das Peoplemeter-System eingeführt.

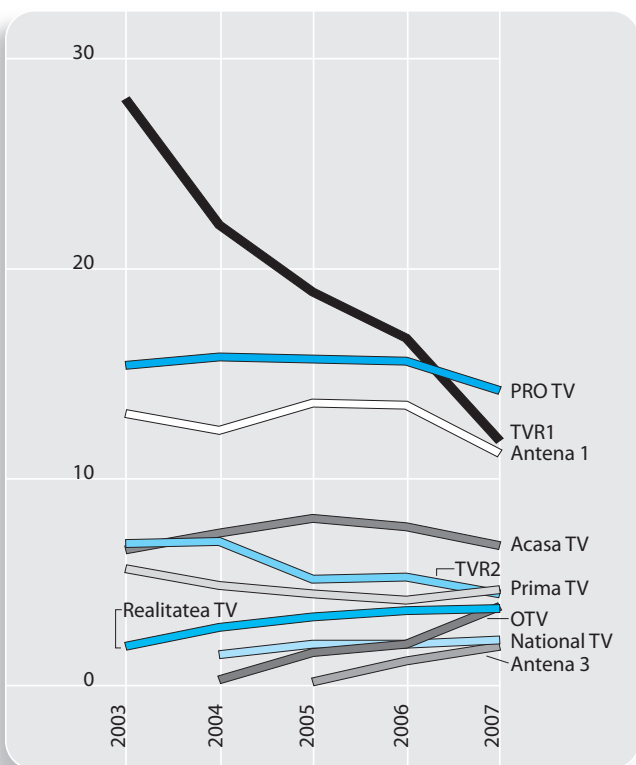
(2) Ab 1.7.2005.

➔ Eurodata TV Worldwide/TNS/AGB INTERNATIONAL; ARMADATA SRL

Daily share.
In %, 4 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

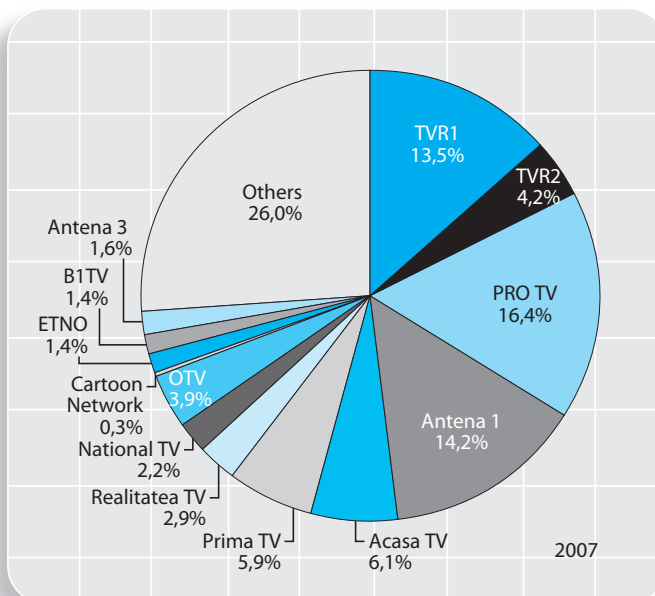
Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.



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

Heures de grande écoute
(19h-23h).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



Breakdown by genre of TVR programme output

Inhaltliche Aufteilung der TVR-Fernsehprogramme

T.1.RO.4
G.1.RO.4

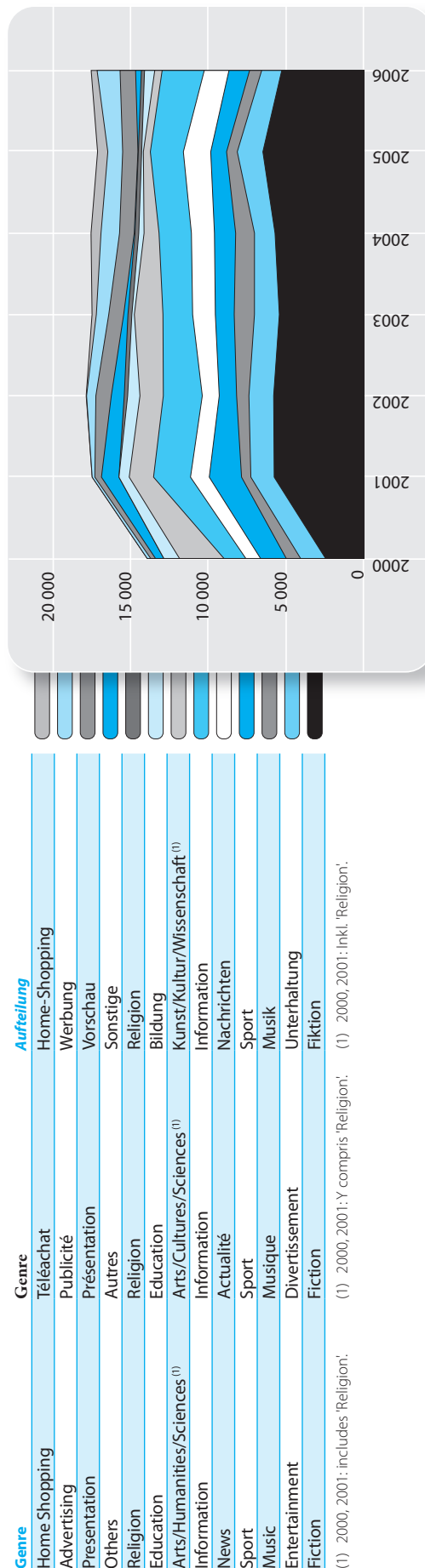
Hours.

In Stunden.

2005-2006

Genre	TVR 1/2 2005	TVR1 2006	TVR2 2006	TVR 1/2 2006	TVR 1/2 2004	TVR 1/2 2005	TVR 1/2 2006	TVR 1/2 2006	TVR 1/2 2006/05
Fiction	6 476	2 300	2 962	5 262	32,5%	37,9%	30,0%	30,0%	-18,7%
Entertainment	1 647	781	510	1 291	7,5%	9,6%	7,4%	7,4%	-21,6%
Music	687	479	298	777	6,9%	4,0%	4,4%	4,4%	13,1%
Sport	1 020	732	594	1 326	7,8%	6,0%	7,6%	7,6%	30,0%
News	1 760	1 037	551	1 588	8,5%	10,3%	9,1%	9,1%	-9,8%
Information	2 124	1 297	1 414	2 711	11,9%	12,4%	15,5%	15,5%	27,6%
Arts/Cultures/Sciences	448	354	121	475	5,5%	2,6%	2,7%	2,7%	6,0%
Education	109	168	489	657	2,0%	0,6%	3,8%	3,8%	502,8%
Religion	216	150	54	204	1,4%	1,3%	1,2%	1,2%	-5,6%
Others	25	53	319	372	0,3%	0,1%	2,1%	2,1%	1 388,0%
Présentation	982	496	503	999	5,4%	5,7%	5,7%	5,7%	1,7%
Advertising	956	691	786	1 477	6,8%	5,6%	8,4%	8,4%	54,5%
Home Shopping	658	222	159	381	3,7%	3,8%	2,2%	2,2%	-42,1%
Total	17 108	8 760	8 760	17 520	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	2,4%

RTVR/UER-EBU



The Russian media market has combined several trends in the last few years. On the one hand, all national channels are now owned by the state or by industrial groups either controlled by the state or with close connections to the government. On the other hand, competition has intensified, audiences have naturally segmented, new television projects have emerged, and new broadcast technologies have been developed.

The Federal Agency for the Press and Mass Communications provided figures of 66,931 registered media companies as of 1 January 2006, of which 14,290 are broadcast media companies. In 2005 alone, the Licencing service issued 529 new broadcasting licences. However, these figures can be misleading, since neither the Ministry nor the Licencing body automatically cancel the licences of media companies which are no longer operating. Nevertheless, there was a significant growth in the number of registered broadcasting companies in the period 2003-2005.

National television assets have returned to state control. Owners of large media assets, mainly in television, are generally state appointed or approved, and foreign media ownership is achieved through negotiation with the authorities. The government controls several channels: Pervyi Kanal, TVTs, Zvezda. The state-affiliated natural gas monopoly Gazprom has increased the number of its media assets (including in 2007 the commercial channel NTV). Currently, 70% of REN-TV is held by two companies, which are perceived as loyal to the current administration: the Severstal Group and the oil company Surgutneftegaz. The 30% remaining stock belonging to the Lesnevsky family was purchased by the RTL Group. The same Russian companies own a new pan-Federation TV company 'Channel Fifth' (formerly Channel 5 TV and Radio Company), which won the tender for 29 frequencies in November 2006, allowing the company to become one of the largest federal networks, broadcasting in 75 cities.

The main players are, on the one hand, the partially state-owned broadcasters Pervyi Kanal and Rossiya, and on the other hand, the commercial broadcasters NTV, CTC, REN-TV and TNT. Pervyi Kanal still leads the market with an audience share of 21.3% in 2007 followed by, Rossiya (19.6%), NTV (12.8%) and CTC (10.3%). Pervyi Kanal also has the biggest share of television advertising on the Russian market. Kanal Rossiya is the main state-controlled national channel, broadcasting all over Russia and reaching 99% of the population.

The company NTV, part of Media-Most (a holding company controlled by Gazprombank) operates the top commercial channel and also one of the Russian

Les dernières années ont révélé plusieurs tendances au sein du marché russe des médias. D'une part, toutes les chaînes nationales sont désormais la propriété de l'Etat ou de groupes industriels qui sont soit contrôlés par l'Etat, soit liés de près au gouvernement. D'autre part, la concurrence s'est intensifiée, les publics se sont naturellement segmentés, de nouveaux projets télévisuels ont vu le jour et de nouvelles technologies de diffusion ont été mises au point.

L'Agence fédérale pour la presse et les communications de masse a comptabilisé 66 931 sociétés de médias enregistrées au 1er janvier 2006, dont 14 290 sociétés de radiodiffusion. Rien qu'en 2005, le service d'octroi des licences a délivré 529 nouvelles licences de radiodiffusion. Ces chiffres peuvent être trompeurs, car ni le Ministère ni le service d'octroi des licences n'annulent automatiquement les licences des sociétés de médias ayant cessé leur activité. Une forte hausse du nombre de sociétés de radiodiffusion a toutefois été enregistrée pour la période 2003-2005.

Les établissements de télévision nationaux sont repassés sous le contrôle de l'Etat. La nomination des propriétaires des grandes sociétés de médias, principalement dans le secteur de la télévision, est généralement le fait de l'Etat ou approuvée par ce dernier; les sociétés étrangères souhaitant acquérir des entreprises de médias doivent préalablement négocier avec les autorités. Le gouvernement contrôle plusieurs chaînes: Pervyi Kanal, TVTs, Zvezda. L'entreprise d'Etat Gazprom, qui a le monopole du gaz naturel, a accru le nombre d'entreprises de médias qu'elle détient (incluant en 2007 la chaîne commerciale NTV).

A ce jour, 70% de REN-TV sont détenus par deux sociétés connues pour leur fidélité au gouvernement actuel – le groupe Severstal et la société pétrolière Surgutneftegaz. Les 30% restants, appartenant à la famille Lesnevsky, ont été achetés par le RTL Group. Ces mêmes sociétés russes détiennent un nouvel établissement TV 100% fédéral Channel Fifth (anciennement Canal 5 Radio et TV), qui s'est vu octroyer 29 fréquences en novembre 2006, devenant ainsi l'un des plus grands réseaux fédéraux diffusant dans 75 villes.

Les principaux acteurs sont, d'une part, les radiodiffuseurs d'Etat ou à financement mixte, – Pervyi Kanal (première chaîne) et Rossiya, et, d'autre part, les chaînes commerciales NTV, CTC, REN-TV et TNT. Pervyi Kanal reste leader du marché avec une part d'audience de 21,3% en 2007, suivi par Rossiya (19,6%), NTV (12,8%) et CTC (10,3%). Pervyi Kanal détient également la plus grande part du marché publicitaire télévisuel. Rossiya est la principale chaîne nationale contrôlée par l'Etat: elle diffuse dans toute la Russie et touche 99 % de la population.

Die vergangenen Jahre zeigten mehrere Trends auf dem russischen Medienmarkt. Zum einen befinden sich nunmehr sämtliche landesweiten Fernsehsender im Besitz des Staates oder von Industriekonzernen, die entweder unter der Kontrolle des Staates stehen oder eng mit der Regierung verbunden sind. Zum anderen verschärfte sich der Wettbewerb, was zu einer natürlichen Aufteilung der Zuschauer führte. Neue Fernsehprojekte sind entstanden, und neue Verbreitungstechnologien wurden entwickelt.

Der Föderalen Agentur für Presse und Massenkommunikation zufolge gab es am 1. Januar 2006 insgesamt 66 931 Medienunternehmen, darunter 14 290 Rundfunk- und Fernsehunternehmen. Allein 2005 hat die Regulierungsbehörde 529 neue Rundfunklizenzen vergeben. Diese Zahlen können ungenau sein, da die zuständige Stelle und das Ministerium die Lizenzen der Mediengesellschaften, die ihre Arbeit einstellen, nicht automatisch löschen. Sicher ist allerdings, dass es im Zeitraum 2003-2005 zu einer starken Zunahme der Rundfunkunternehmen kam.

Die landesweiten Fernsehveranstalter fielen wieder unter staatliche Kontrolle. Die Besitzer der großen Mediengesellschaften, insbesondere im Fernsehsektor, werden üblicherweise vom Staat ernannt oder bestätigt; ausländische Gesellschaften, die an Medienunternehmen interessiert sind, müssen zunächst mit den Behörden verhandeln. Die Regierung kontrolliert mehrere Sender: Pervyi Kanal, TVTs, Zvezda. Der Erdgasmonopolist Gazprom hat 2007 sein Medienimperium durch den Kauf des kommerziellen Senders NTV erweitert.

Derzeit gehören 70% von REN-TV zwei regierungstreuen Unternehmen: dem Stahlkonzern Severstal und der Ölgesellschaft Surgutneftegaz. Die restlichen 30%, die der Familie Lesnevsky gehörten, erwarb die RTL-Group. Im Besitz der beiden russischen Unternehmen ist ein neuer landesweiter Fernsehsender 'Fünfter Kanal' (früher Kanal 5 TV und Radio), der im November 2006 den Zuschlag für 29 Frequenzen erhielt. Heute zählt dieser Kanal bereits zu einem der größten landesweiten Sender und wird in 75 Städten ausgestrahlt.

Die wichtigsten Akteure sind zum einen die staatlichen oder gemischt finanzierten Rundfunkveranstalter Pervyi Kanal (Erstes Programm) und Rossiya, zum anderen die Privatsender NTV, CTC, REN-TV und TNT. Marktführer ist nach wie vor Pervyi Kanal mit einem Zuschaueranteil von 21,3% 2007, gefolgt von Rossiya (19,6%), NTV (12,8%) und CTC (10,3%) Pervyi Kanal erzielte auch bei der Fernsehwerbung den größten Marktanteil. Rossiya ist der wichtigste landesweite Sender unter

federation's two satellite platforms, under the NTV-Plus brand. The regional television network TNT is also part of Media-Most. CTC is the fastest growing television network in Russia. It is getting closer to NTV in terms of ratings. The thematic channel Domashny is the second CTC channel. It was launched in March 2005 and is aimed at a primarily female audience.

REN-TV network has 410 affiliates (in Russia and CIS countries): 197 broadcasting stations, 31 partners in the CIS and Baltic States, 182 cable operators. REN-TV Media Holding owns television stations in Yekaterinburg, Rostov-on-Don, Bryansk, Chelyabinsk, Magnitogorsk, and Volgograd. There are a large number of regional channels in each republic and regions of the Russian Federation. Some estimates put their number at about 1,500.

Furthermore, representatives of the armed forces and the Orthodox Church have become active players in the sector. The Ministry of Defence is largely taking part in the financing of a new patriotic channel called Zvezda, which was launched in February 2005. July 2005 saw the launch of Spas, "the Russian Orthodox Channel". In December 2005, the government also launched a new English-language channel called Russia Today TV. The mission of the channel is "to help create a positive image of modern Russia in the world".

The structure of the regulatory authorities was changed by presidential decree in 2007. A new body, the Federal Service for Supervision in the Sphere of Mass Communications, Telecommunications and Protection of Cultural Heritage was established. The new Service consists of two different bodies: one supervising mass communications and the protection of cultural heritage, and another supervising telecommunications. The Service also has additional powers handed over from other administrative bodies functioning in the mass media and communications sphere.

The cable TV market has been actively developing over recent years. Estimates vary, but according to the Groteck study the figures indicate that cable penetration is about 28% (14m households). The 6 largest cable companies control 8,195 million subscribers (60.7% of the total): "Nafta" holding, "System Mac-Media", "Renova-Media", "Sviazinvest", ERTelecom Holding (Perm) and Multi-region. The regional cable market includes two major participants, UCN and NKS. The first covers 16 regions and the second covers 7 regions.

There are now three satellite packagers in the Russian market with an estimated 2.5 million households using this mode

La société NTV, qui fait partie de la holding Media-Most (contrôlée par Gazprombank), exploite la première chaîne commerciale, ainsi que l'un des deux bouquets satellite de la Fédération de Russie, sous l'appellation NTV-Plus. Le réseau de radiodiffusion régional TNT appartient également à Media-Most. CTC est le réseau télévisé qui connaît la croissance la plus rapide en Russie. En termes d'audience, il se rapproche de NTV. La chaîne thématique Domashny, seconde chaîne de CTC, a été lancée en mars 2005 et s'adresse principalement à un public féminin.

Le réseau REN-TV est lié à 410 sociétés (en Russie et dans les pays de la CEI) : 197 stations de radiodiffusion, 31 partenaires dans la CEI et les pays baltes, ainsi que 182 opérateurs de réseaux câblés. La REN-TV Media Holding possède des stations de télévision à Ekaterinbourg, Rostov-sur-le-Don, Briansk, Tcheliabinsk, Magnitogorsk et Volgograd. Dans chacune des Républiques et régions composant la Fédération de Russie, il existe un grand nombre de chaînes régionales – 1 500, selon certaines estimations.

Par ailleurs, les représentants de l'armée et de l'Eglise orthodoxe ont commencé à jouer un rôle actif dans le secteur. Le ministère de la Défense participe largement au financement d'une nouvelle chaîne patriotique, Zvezda, lancée en février 2005. Le mois de juillet 2005 a par ailleurs vu le lancement de Spas, la « chaîne russe orthodoxe ». En décembre 2005, le gouvernement a également créé une nouvelle chaîne en langue anglaise, Russia Today TV, dont la mission est de « contribuer à créer une image positive de la Russie contemporaine dans le monde ».

La structure des autorités de réglementation a été modifiée par décret présidentiel en 2007. Un nouvel organisme, le service fédéral de contrôle du secteur des communications de masse, des télécommunications et de la protection du patrimoine culturel, a été créé et se compose de deux instances distinctes : l'une supervise les communications de masse et la protection du patrimoine culturel, l'autre contrôle les télécommunications. Certaines compétences supplémentaires d'autres organismes administratifs du secteur des communications et des médias de masse lui ont également été transférées.

Au cours des dernières années, le marché de la télévision câblée s'est développé activement. Les estimations varient mais, selon l'étude Groteck, la pénétration du câble serait d'environ 28 % (14 millions de foyers). Les 6 principaux distributeurs par câble, Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Sviazinvest, ERTelecom Holding (Perm) et Multi-region, gèrent 8,195 millions d'abonnés (60,7 % du total). Le marché régional du

staatlicher Kontrolle. Er wird in ganz Russland verbreitet und erreicht 99% der Bevölkerung.

Das Unternehmen NTV, ein Teil der Holding Media-Most (unter der Kontrolle von Gazprombank), betreibt den wichtigsten Privatsender sowie eines der beiden Satellitenbouquets der Russischen Föderation, NTV-Plus. Der regionale Fernsehsender TNT gehört ebenfalls zu Media-Most. CTC ist der am schnellsten wachsende Fernsehsender in Russland. Seine Einschaltquoten nähern sich denen von NTV an. Der Spartenkanal Domashny, der zweite Fernsehdienst von CTC, ging im März 2005 auf Sendung und wendet sich hauptsächlich an weibliche Zuschauer.

Zu REN-TV gehören 410 Gesellschaften (in Russland und den GUS-Ländern): 197 Rundfunkstationen, 31 Partner in der GUS und den baltischen Ländern sowie 182 Kabelnetzbetreiber. REN-TV Media Holding besitzt Fernsehstationen in Jekaterinburg, Rostow am Don, Brjansk, Tscheljabinsk, Magnitogorsk und Volgograd. In allen Republiken und Regionen der Russischen Föderation gibt es zahlreiche Regionalsender, nach einigen Schätzungen etwa 1 500.

Zudem wurden die Vertreter der Armee und der orthodoxen Kirche im Fernsehsektor aktiv. Das Verteidigungsministerium beteiligte sich in großem Umfang an der Finanzierung eines neuen Patrioten-senders, Zvezda, der im Februar 2005 auf Sendung ging. Im Juli 2005 wurde auch Spas gestartet, der „russisch-orthodoxe TV-Kanal“. Im Dezember 2005 gründete die Regierung auch einen neuen, auf Englisch verbreiteten Sender, Russia Today TV, dessen Auftrag darin besteht, „beizutragen, ein positives Bild des heutigen Russlands in der Welt zu schaffen.“

2007 wurde per Präsidialerlass eine neue Regulierungsbehörde geschaffen, der Föderale Aufsichtsdienst für die Massenkommunikation und den Schutz des Kulturerbes. Sie besteht aus zwei unterschiedlichen Behörden: einer Behörde, die für die Aufsicht über die Massenkommunikation und den Schutz des kulturellen Erbes zuständig ist, und einer Behörde, die für die Telekommunikation zuständig ist. Dieser Behörde wurden von anderen Verwaltungsbehörden zusätzliche Befugnisse auf dem Gebiet der Massenmedien und Kommunikation übertragen.

Seit einigen Jahren findet eine aktive Entwicklung des Marktes für Kabelfernsehen statt. Die Schätzungen schwanken zwar, aber der Groteck-Studie zufolge liegt die Kabelpenetration inzwischen bei rund 28% (14 Mio. Haushalte). Die 6 größten Kabelunternehmen haben zusammen 8 195 Mio. Abonnenten (60,7% aller Kabelempfänger): Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Sviazinvest,

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

of reception (end of 2007). The market leader is NTV-Plus which launched HDTV services in 2006. Pay TV subscribers were estimated at almost 700,000, most of whom are NTV-Plus subscribers. The other operators are Tricolor TV and Orion Express, both of which also introduced free services, helping to increase competition and drive up the use of satellite reception.

A significant development in the market is the range of IPTV offers. The take-up is mostly in the major cities due to the availability of broadband Internet access. The four main packages are linked to four telecommunications companies: Stream-TV (from Comstar-Direct, launched 2005); Webstream-TV (from Sibirtelecom, launched 2006); Disel-TV (UTK, launched 2006); and Qwerty.tv (Central Telegraph, launched 2006). Stream-TV is the market leader with over 80 000 subscribers at the beginning of 2007. There are also at least 17 other minor IPTV projects being developed. The top three telecommunications companies (MegaFon, MTS and Vypelcom) have developed mobile TV services, and a subsidiary of the Sistema Mass Media company is developing a DVB-H project.

In November 2007, the Minister, Dmitry Medvedev, approved a plan for the transition to digital terrestrial television in the DVB-T standard from 2008 to 2015. Terrestrial broadcasting is still the most significant form of TV reception (for over 60% of TV households). The transition is a priority for government although many experts question whether DVB-T is the most suitable transmission method in Russia. The project is expected to cost between USD 6 and 14 million.

► Report "Television in the Russian Federation", prepared by Internews, 2006, available on the European Audiovisual Observatory website: http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/tv_ru.html

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

Report "Digital Television in Russia" prepared by Groteck, 2008, available on the European Audiovisual Observatory website: http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/digitaltv_groteck.pdf

câble comprend deux acteurs principaux, UCN et NKS, qui couvrent respectivement 16 et 7 régions.

Il existe aujourd'hui trois opérateurs satellite sur le marché russe, le nombre de foyers utilisant ce mode de réception étant estimé à 2,5 millions (fin 2007). Leader du marché, NTV-Plus a lancé les services HDTV en 2006. Le nombre d'abonnés à la TV payante était estimé à pratiquement 700 000, la plupart étant abonnés à NTV-Plus. Les autres opérateurs, Tricolor TV et Orion Express, ont également lancé des services gratuits, favorisant ainsi la concurrence et l'utilisation de la réception par satellite.

La gamme des offres IPTV constitue un fort développement du marché, surtout dans les grandes villes grâce à l'accès Internet haut débit. Les quatre principales offres sont gérées par quatre sociétés de télécommunications : Stream-TV (Comstar-Direct, 2005), Webstream-TV (Sibirtelecom, 2006), Disel-TV (UTK, 2006) et Qwerty.tv (Central Telegraph, 2006). Stream-TV est leader du marché avec plus de 80 000 abonnés début 2007. Au moins 17 autres projets IPTV secondaires sont également en cours de développement. Les trois premières sociétés de télécommunications (MegaFon, MTS et Vypelcom) ont développé des services de TV mobile et une filiale de Sistema Mass Media travaille sur un projet DVB-H.

En novembre 2007, Dimitry Medvedev, alors vice-Premier Ministre, a approuvé un plan de transition vers la télévision numérique terrestre, en norme DVB-T, pour la période 2008-2015. La télédiffusion terrestre reste le principal type de réception TV (plus de 60% de foyers TV). La transition est une priorité pour le gouvernement, bien que de nombreux experts se demandent si la DVB-T est la transmission la mieux adaptée en Russie. Le projet est estimé entre 6 et 14 millions USD.

► Rapport « La télévision dans la Fédération de Russie », Internews, 2006, disponible sur le site de l'Observatoire européen de l'audiovisuel : http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/tv_ru.html

Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Rapport « La télévision numérique en Russie », Groteck, 2008, disponible sur le site de l'Observatoire européen de l'audiovisuel : http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/digitaltv_groteck.pdf

ERTelecom Holding (Perm) und Multi-region. Auf dem regionalen Kabelmarkt gibt es zwei Hauptakteure, UCN und NKS, die je 16 bzw. 7 Regionen abdecken.

Es gibt inzwischen drei Satellitenbetreiber auf dem russischen Markt. Die Zahl der Haushalte mit Satellitenempfang wurde Ende 2007 auf 2,5 Millionen geschätzt. Marktführer ist NTV-Plus, das 2006 HDTV-Dienste lanciert hat. Die Zahl der Pay-TV-Abonnenten dürfte bei 700 000 liegen, die meisten davon bei NTV-Plus. Weitere Pay-TV-Plattformen sind Tricolor TV und Orion Express, beide bieten auch frei empfangbare Programme an. Dies führt zu mehr Wettbewerb auf dem Satellitenmarkt und zu einer stärkeren Verbreitung des Satellitenempfangs.

Gestiegen ist auch die Zahl der IPTV-Anbieter. IPTV ist jedoch auf die Millionenstädte beschränkt, da nur diese über den notwendigen Breitbandzugang verfügen. Bisher wird IPTV von vier Telekommunikationsunternehmen angeboten: Stream-TV (Comstar-Direct, seit 2005); Webstream-TV (Sibirtelecom, seit 2006); Disel-TV (UTK, seit 2006); und Qwerty.tv (Central Telegraph, seit 2006). Marktführer ist Stream-TV mit über 80 000 Abonnenten Anfang 2007. Weitere 17 kleinere IPTV-Projekte befinden sich im Aufbau. Die drei größten Telekommunikationsunternehmen (MegaFon, MTS und Vypelcom) sind dabei, mobile Fernsehdienste zu lancieren, und eine Tochter von Sistema Mass Media arbeitet derzeit an einem DVB-H-Projekt.

Im November 2007 stimmte Minister Dimitri Medwedjew einem Plan zur Umstellung auf das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) für 2008-2015 zu. Terrestrisches Fernsehen ist immer noch die am weitesten verbreitete Form des Fernsehempfangs in Russland (über 60% der Fernsehhaushalte). Die Umstellung ist eine Priorität für die Regierung, obwohl sich viele Experten fragen, ob DVB-T die richtige Entscheidung für Russland ist. Die Kosten für die Umstellung auf Digitalübertragung werden auf 6 bis 14 Mio. USD geschätzt.

► Internews, 2006, erhältlich auf der Website der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle: http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/tv_ru.html

Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Bericht „Digital Television in the Russian Federation“, Groteck, 2008, erhältlich auf der Website der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle: http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/digitaltv_groteck.pdf

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH) Pénétration (en % des foyers) Penetration (in % der Haushalte)		In thousand En milliers In Tausend	
			31.12.2007	31.12.2007	31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	-	-	142 200
Households	Ménages	Haushalte	-	-	-	50 604
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	98,0%	-	-	49 592
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	28,0%	-	-	14 169
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	3,95%	-	-	2 000
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	4,9%	-	-	2 500
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	4,9%	-	-	2 500
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0,2%	-	-	100
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,2%	-	-	100
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	9,3%	-	-	4 700
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	22,0%	-	-	11 133
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	7,2%	-	-	3 643
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	-	-	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	11.2007			
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	600			
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	3			
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	21			
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	4			
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	3			

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	09.2006			
			Public	Private	Total	
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)	6	9	15	
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV	3	61	64	
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional	~	~	1 500	
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster	0	12	12	
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	4	2	6	
Total	Total	Gesamt				1 597
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt	0	14	14	

Operating revenues of main television companies in the Russian Federation

EUR thousand.

Produit d'exploitation des principales entreprises de télévision de la Fédération de Russie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der wichtigsten Fernsehveranstalter der Russischen Föderation

In Tausend EUR.

T.1.RU.1
2003-2007

Company	Channels	2003	2004	2005	2006	2007
Entreprises	Chaînes					
Unternehmen	Dienste					
VGTRK	sptv	192 573	247 404	373 342	516 906	615 257
- Telekanal Rossiya	sptv Rossiya	75 620	66 283	82 010	94 699	35 888
- Kompaniya Kulytura	sptv Kulytura	21 264	19 391	11 965	~	
Pervyj Kanal	sptv Pervyi Kanal	255 491	319 510	392 248	476 419	574 592
Telekompaniya NTV	adtv NTV	164 219	~	258 157	311 323	380 702
NTV Plyus	packtv NTV+	55 759	91 492	108 696	143 052	180 710
Aksept	adtv Ren TV	~	~	83 712	92 948	114 143
TV Sentr	adtv TV Sentr (Center TV)	45 496	53 306	65 909	28 497	47 209
Teleradiokompanya Petersburg	rtv TV Petersburg	3 088	7 944	~	5 097	41 787
Marafon TV	adtv CTC (STS)	~	18 342	26 080	34 677	32 077

RUB million.

Millions RUB.

Millionen RUB.

Unternehmen	Dienste	2003	2004	2005	2006	2007
VGTRK	sptv	7 164	9 351	12 677	17 925	22 232
- Telekanal Rossiya	sptv Rossiya	2 813	2 505	2 787	3 284	
- Kompaniya Kulytura	sptv Kulytura	791	733	406	~	
Pervyj Kanal	sptv Pervyi Kanal	9 504	12 076	13 319	16 521	20 763
Telekompaniya NTV	adtv NTV	6 109	~	8 766	10 796	13 756
NTV Plyus	packtv NTV+	2 074	3 456	3 691	4 961	6 530
Aksept	adtv Ren TV	~	~	2 842	3 223	4 125
TV Sentr	adtv TV Sentr (Center TV)	1 692	2 015	2 238	988	1 706
Teleradiokompanya Petersburg	rtv TV Petersburg	115	300	~	177	1 510
Marafon TV	adtv CTC (STS)	~	693	886	1 203	

➔ Creditreform/BVDEP (Amadeus)/OBS

Financial performances of VGTRK and Pervyj Kanal

In %.

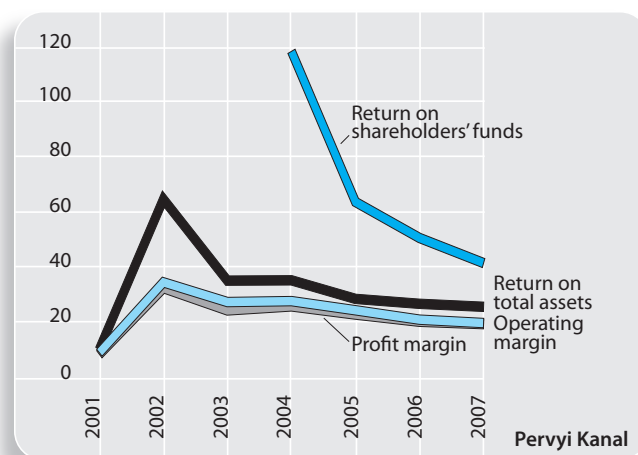
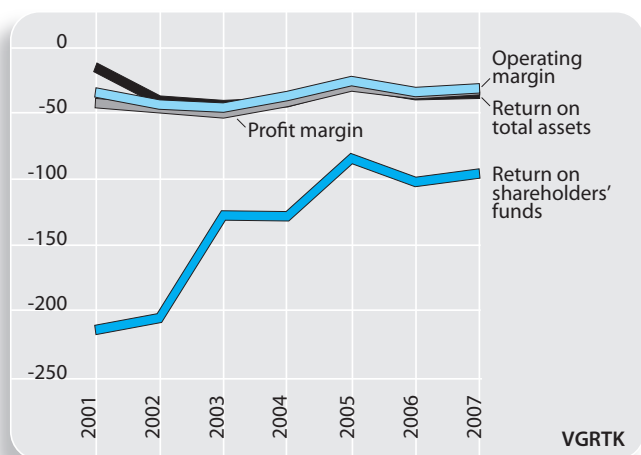
Résultats financiers de la VGTRK et de Pervyj Kanal

En %.

Finanzergebnis von VGTRK und Pervyj Kanal

In %.

G.1.RU.1
2001-2007



➔ Creditreform/BVDEP

TV audience market share in urban areas

In %, 4 years +.

Parts de marché d'audience dans la population urbaine

En %, 4 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste in städtischem Umfeld

In %, ab 4 Jahre.

T.1.RU.2
G.1.RU.2
2003-2007

Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-23:00) Heures de grande écoute (19h-23h) Primetime (19-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Pervyi Kanal (ex-ORT)	24,3	25,7	23,0	20,3	20,2	27,6	29,4	23,9	20,7	22,4
Rossiia (ex-RTR)	18,7	20,0	22,5	18,6	16,3	20,1	21,4	25,2	20,3	17,6
Kultura	1,2	2,3	2,5	2,4	2,3	1,0	1,9	2,2	2,2	2,2
NTV	12,3	11,9	11,2	12,3	13,3	12,9	12,1	11,5	12,5	14,9
CTC (STS)	8,7	9,8	10,3	9,8	8,5	8,7	9,7	10,4	11,3	8,7
TNT	5,1	6,6	6,6	5,7	6,4	4,8	6,1	6,3	5,9	6,5
RENTV	5,1	5,2	4,9	4,0	4,2	3,9	4,2	4,5	3,6	3,7
TV-Center	2,5	2,6	2,5	2,5	2,8	2,4	2,4	2,3	2,2	2,3
SPORT		0,9	1,8	2,4	1,9		0,7	1,5	2,0	1,5
TV3	1,8	1,9	1,9	2,2	2,2	1,7	1,7	1,7	2,0	1,9
DTV VIASAT	0,9	1,3	1,5	1,6	1,8	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4
Domashny			1,0	1,3	1,9			0,9	1,2	1,6
Muz TV	1,0	1,2	1,0	1,3	1,3	0,7	0,9	0,7	0,9	1,0
MTV Russia	1,2	1,4	1,1	1,1	0,9	0,7	0,9	0,7	0,8	0,7
Rambler	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	-	0,1	0,3	0,2	0,1
ZVEZDA				0,3	0,7				0,3	0,6
7TV	0,7	0,5	0,3	0,3	0,2	0,6	0,4	0,3	0,2	0,2
Euronews	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	-	0,0	0,0	0,0	0,0
Petersburg-5 Channel				0,1	0,7				0,1	0,6
Vesti					0,3					0,2
TV 6 - Moscow ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TVS ⁽²⁾	2,1	-	-	-	-	1,8	-	-	-	-
Others Autres Sonstige	14,1	8,7	7,3	13,4	13,8	12,4	7,4	6,4	12,2	11,9

(1) TV6 stopped broadcasting on 21/1/02.

(1) TV6 a cessé d'émettre le 21/1/02.

(1) TV6 stellte am 21.1.2002 den Sendebetrieb ein.

➔ Eurodata TV Worldwide/
TNS Gallup Media

(2) TVS was on air from 01/06/2002 to 22/06/2003.

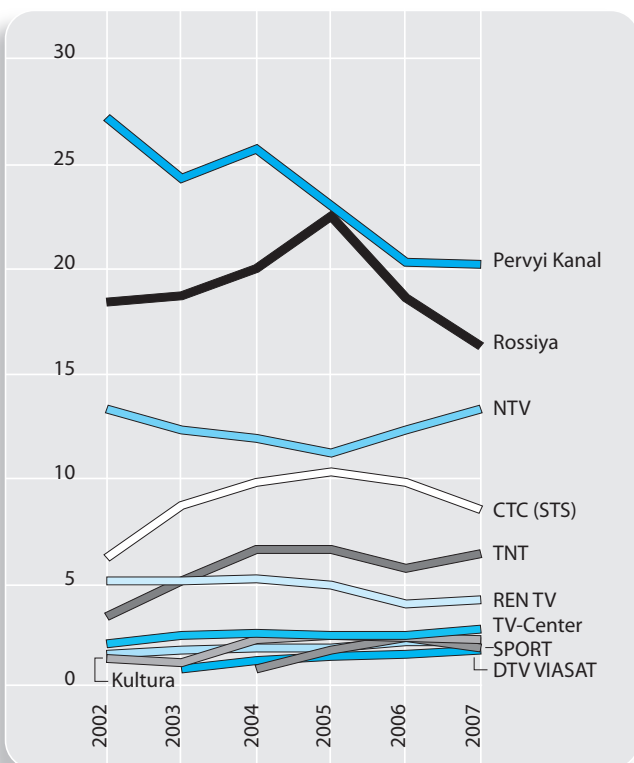
(2) TVS a été diffusé entre le 1/6/2002 et 22/6/2003.

(2) TVS wurde vom 1.6.2002 bis zum 22.6.2003 ausgestrahlt.

Daily share.
In %, 4 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.

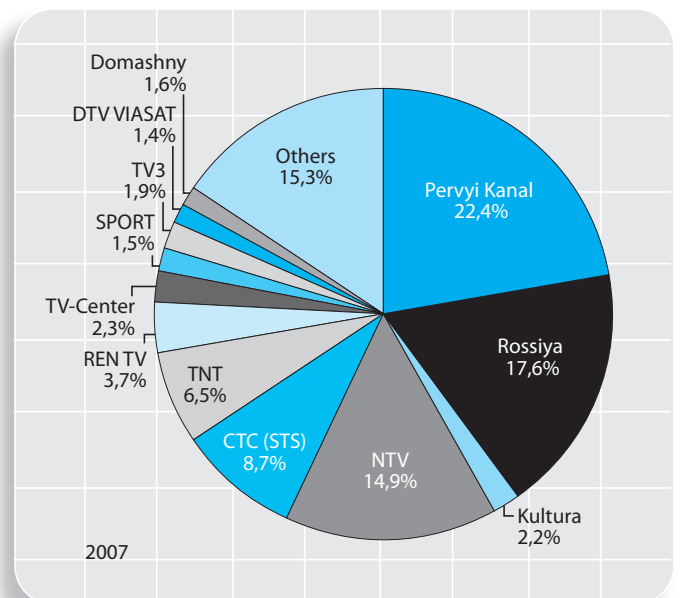
Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.



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

Heures de grande écoute (19h-23h).
En %, 4 ans et +.

Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

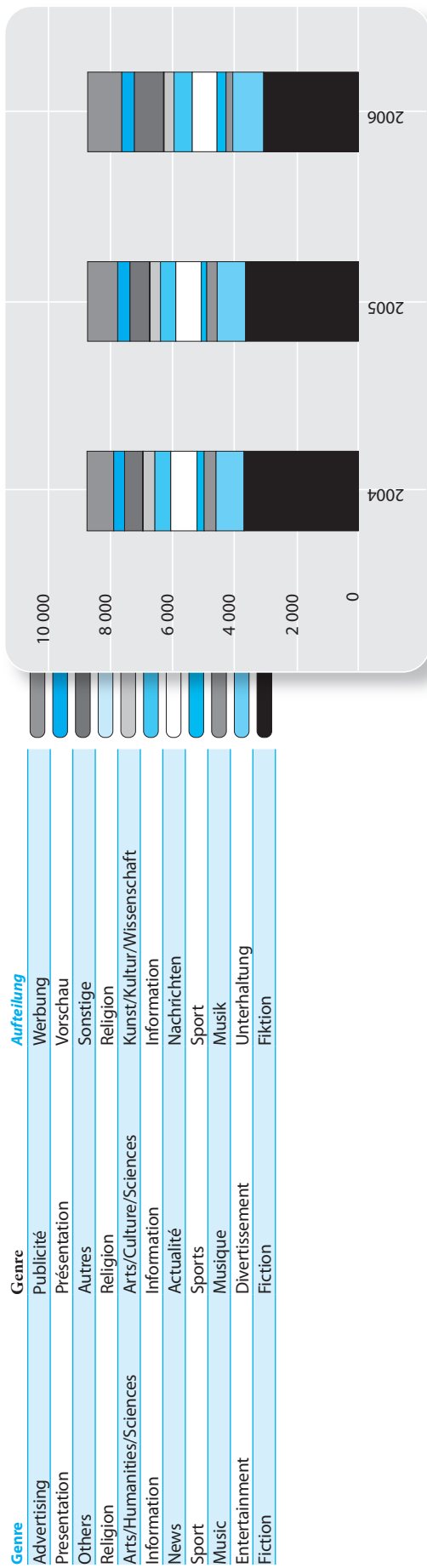


Breakdown by genre of Pervyi Kanal programme output
 Ventilation par genre des programmes de Pervyi Kanal
 Inhaltliche Aufteilung der Pervyi Kanal-Fernsehprogramme

Hours. In Stunden. 2004-2006
 T.1.RU.3
 G.1.RU.3

Genre	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2006/05
Fiction	3 684	3 633	3 051	42,2%	41,7%	35,0%	42,2%	41,7%	35,0%	-16,0%
Entertainment	901	914	994	10,3%	10,5%	11,4%	10,3%	10,5%	11,4%	8,8%
Music	382	336	217	4,4%	3,9%	2,5%	4,4%	3,9%	2,5%	-35,4%
Sport	229	176	290	2,6%	2,0%	3,3%	2,6%	2,0%	3,3%	64,8%
News	846	820	798	9,7%	9,4%	9,2%	9,7%	9,4%	9,2%	-2,7%
Information	511	494	587	5,8%	5,7%	6,7%	5,8%	5,7%	6,7%	18,8%
Arts/Culture/Sciences	376	333	319	4,3%	3,8%	3,7%	4,3%	3,8%	3,7%	-4,2%
Religion	22	23	18	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	-21,7%
Others	578	626	938	6,6%	7,2%	10,8%	6,6%	7,2%	10,8%	49,8%
Presentation	350	396	406	4,0%	4,5%	4,7%	4,0%	4,5%	4,7%	2,5%
Advertising	861	971	1 100	9,9%	11,1%	12,6%	9,9%	11,1%	12,6%	13,3%
Total	8 740	8 722	8 718	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%

Channel 1/UER-EBU



Sweden was the first country to launch a digital terrestrial television (DTT) platform in 1999, and in October 2007 ceased all analogue broadcasting, doing so several months ahead of its planned switch-off for February 2008. In March 2008, the Boxer DTT service had 709,000 subscribers, an increase of 37,000 from March 2007. Up until now, Boxer has been the only provider of DTT services in Sweden. This situation was strongly criticised by the European Commission, who in October 2006 initiated a case against Sweden for failing to end the monopoly on broadcasting services. The Commission dropped the case on 5 June 2008 as the Swedish government had amended the Radio and Television Act ensuring that Boxer no longer had exclusive rights regarding the provision of DTT services.

In addition, the allocation of the Digital Dividend was completed in Sweden in July 2008, with plans to have a total of seven multiplexes available to broadcasting thus ensuring capacity for developments in High Definition (HDTV) and the use of MPEG-4. Spectrum will also be reserved for other services after the authorities investigate potential interference problems between broadcasting and telecommunications services. The development of new multiplexes has allowed the authorities to licence new television services, and this, alongside the development noted above (removing the exclusivity of Boxer in providing DTT services) should ensure the appearance of new DTT operators.

The main broadcasting companies in Sweden are: two state-owned enterprises – Sveriges Television AB (SVT) and Sveriges Utbildningsradio AB – and one commercial company, TV4 AB. Despite a drop in the audience of its first channel, SVT remained the leading broadcaster in 2007 with an average audience of 31.5% for its two channels. The share of the private channel TV4 is, for the second year in a row, slightly above that of the main public channel with audience shares of 21.2% for TV4 and 19% for SVT1. The market shares of the two main channels have been steadily declining since 2001/2002. Hence, SVT and TV4 have been focusing on a multi-channel strategy. TV4's shareholding has changed over the last two years following the sale of the Modern Times Group's shares in late 2004. By 2007, the Bonnier Group had acquired 98.9% of the shares in TV4.

Five new channels were licenced in Sweden in 2007 and one in 2008 (mainly niche channels) and three new channels that target the Swedish market were licenced in the UK in 2007. Several channels established in the UK, including those owned by the Modern Times Group (TV3, TV8) and SBS Broadcasting (Kanal 5), have a

La Suède a été, en 1999, le premier pays à lancer une plate-forme de télévision numérique terrestre (TNT) et a cessé toute radiodiffusion analogique en octobre 2007, soit plusieurs mois avant la date butoir fixée en février 2008. Le fournisseur de services de télévision numérique terrestre Boxer comptait 709 000 abonnés en mars 2008, soit 37 000 de plus qu'au mois de mars 2007. Boxer était l'unique fournisseur de services de télévision numérique terrestre en Suède, une situation de monopole sur les services de radiodiffusion qui était à l'origine des poursuites engagées par le Commission européenne en 2006 à l'encontre de la Suède. Les poursuites ont été abandonnées le 5 juin 2008, suite à la modification de la loi relative à la radio et à la télévision par le gouvernement suédois, qui a ainsi veillé à ce que Boxer ne soit plus titulaire de droits exclusifs pour la fourniture des services de télévision numérique terrestre.

De plus, la Suède a achevé en juillet 2008 l'attribution du dividende numérique et prévoit de disposer au total de sept multiplexes destinés à la radiodiffusion qui offrent une capacité suffisante pour faire face aux évolutions de la haute définition (HDTV) et de l'utilisation du format MPEG-4. Le spectre radioélectrique sera par ailleurs réservé à d'autres services dès lors que les autorités auront examiné les éventuels problèmes d'interférences entre les services de radiodiffusion et de télécommunication. Le développement de nouveaux multiplexes a permis aux autorités d'octroyer des licences aux nouveaux services de télévision, ce qui, avec l'évolution précédemment évoquée (fin de l'exclusivité accordée à Boxer pour la fourniture de services de télévision numérique terrestre), devrait assurer l'apparition de nouveaux opérateurs de TNT.

Les principales sociétés de radiodiffusion suédoises sont deux entreprises publiques, Sveriges Television AB (SVT) et Sveriges Utbildningsradio AB, et une société privée, TV4 AB. Malgré une baisse en 2007 du taux d'audience de sa première chaîne de télévision, SVT demeure le principal radiodiffuseur avec un taux d'audience moyen de 31,5 % pour ses deux chaînes. La part de marché de TV4 est pour la deuxième année consécutive légèrement supérieure à celle de la principale chaîne publique SVT1 (21,4 % contre 19 %). Ayant des parts de marché en recul constant depuis 2001-2002, TV4 et SVT1 se sont concentrées sur une stratégie multi-chaînes. Ces deux dernières années, TV4 a fait l'objet d'une restructuration de son actionariat suite à la vente des parts du groupe Modern Times fin 2004. En 2007, le groupe Bonnier détenait 98,9 % des parts de TV4.

La Suède a octroyé cinq licences à de nouvelles chaînes de télévision en 2007

Schweden war das erste Land, in dem 1999 eine Plattform für terrestrisches Digitalfernsehen (DVB-T bzw. DTT) an den Start gegangen ist und im Oktober 2007 den analogen Rundfunkbetrieb vollständig eingestellt wurde, mehrere Monate vor dem ursprünglich geplanten Termin im Februar 2008. Im März 2008 hatte der schwedische DVB-T-Anbieter Boxer 709 000 Abonnenten, 37 000 mehr als im gleichen Monat des Vorjahres. Boxer war der einzige Anbieter von DVB-T-Diensten in Schweden. Diese Situation wurde von der Europäischen Kommission heftig kritisiert, die im Oktober 2006 vor dem Europäischen Gerichtshof Klage gegen Schweden wegen Nichtbeendigung des Rundfunkmonopols eingereicht hat. Am 5. Juni 2008 zog die Kommission die Klage zurück, da die schwedische Regierung das Rundfunkgesetz entsprechend geändert und Boxer das Monopol für DVB-T-Dienste entzogen hat.

Darüber hinaus wurde in Schweden im Juli 2008 die Zuteilung der „digitalen Dividende“ abgeschlossen. Geplant ist in diesem Zusammenhang, sieben Multiplexe für den Rundfunk verfügbar zu machen, um die notwendige Kapazität für die weitere Entwicklung des hochauflösenden Fernsehens (HDTV) und den Einsatz von MPEG-4 sicherzustellen. Nachdem die Behörden mögliche Interferenzprobleme zwischen Rundfunk- und Telekommunikationsdiensten geprüft haben, sollen auch für andere Dienste Frequenzen reserviert werden. Die Entwicklung neuer Multiplexe hat es den Behörden ermöglicht, Lizenzen für neue Fernsehdienste zu vergeben und in Verbindung mit der oben genannten Entwicklung (Abschaffung des DVB-T-Monopols von Boxer) sollte dies den Markteintritt neuer DVB-T-Betreiber sicherstellen.

Die wichtigsten Rundfunkgesellschaften in Schweden sind zwei Staatsunternehmen – Sveriges Television AB (SVT) und Sveriges Utbildningsradio AB – sowie ein kommerzieller Anbieter, TV4 AB. SVT war trotz rückläufiger Zuschauerzahlen seines ersten Kanals auch 2007 Marktführer mit einer durchschnittlichen Einschaltquote von 31,5% für seine beiden Kanäle. Der Anteil von TV4 lag im zweiten Jahr hintereinander etwas über dem größten öffentlich-rechtlichen Sender (21,2% Marktanteil für TV4 gegenüber 19% für SVT1). Die Marktanteile beider Sender sind seit 2001/2002 kontinuierlich zurückgegangen. Deshalb setzen SVT und TV4 mit der Entwicklung von Spartenkanälen auf eine Mehrkanalstrategie. Die Eigentümerstruktur von TV4 hat sich in den letzten Jahren nach dem Verkauf der Anteile der Modern Times Group Ende 2004 deutlich verändert. Bis Ende 2007 hatte die Bonnier Group 98,9% der Anteile an TV4 erworben.

significant market penetration rate in Sweden (9.3% for TV3 and 8.2% for Kanal 5 in 2007). This situation has, in the past, caused concern for the Swedish regulatory authorities as these channels do not adhere to Swedish regulations. In 2007, OFCOM and the Swedish Broadcasting Commission signed a Memorandum of Understanding regarding cooperation and an exchange of information regarding such channels.

More than half of Swedish TV households receive broadcasting services via cable. This sector has seen some consolidation whereby in 2006, the Carlyle Group (US) and Providence Equity Partners (US) acquired UPC Sweden. The Carlyle Group already owned the largest Swedish cable operator, Com Hem. The new entity thus had over 1.7 million subscribers in 2007.

Sweden still has two competing satellite platforms, Viasat (Modern Times Group) and Canal Digital (Telenor). Based on the total figures for their markets in the Nordic countries, Viasat Nordic claimed 760,000 subscribers at the end of December 2007, a very slight increase from September 2007. Canal Digital with a total subscription base of 935,000 (to September 2007) reported a slight drop in subscription figures in the first two quarters of 2008.

The IPTV market is very competitive with 6 services, of which Bredbandsbolaget/Viasat, TeliaSonera, Canal Digital and FastTV.net are the main players. In June 2008, the IPTV service of the national telecoms operator Telia (the biggest player) had grown to 320,000 subscribers.

➤ Granskningsnämnden för radio och TV (Swedish Broadcasting Commission): www.grn.se

Radio och TV verket (Swedish Audiovisual Council): www.rtvv.se
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Audience figures: MMS, <http://www.mms.se>
Information about the digital switch-over: www.digitaltvoergangen.se
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

et une en 2008 (il s'agit principalement de chaînes « de niche ») ; trois nouvelles chaînes destinées au marché suédois ont obtenu une licence au Royaume-Uni en 2007. Plusieurs chaînes établies au Royaume-Uni, y compris celles détenues par le groupe Modern Times (TV3 et TV8) et SBS Broadcasting (Kanal 5), présentent un fort taux de pénétration du marché suédois (9,3 % pour TV3 et 8,2 % pour Kanal 5 en 2007). Cette situation avait par le passé suscité l'inquiétude des autorités suédoises de régulation, dans la mesure où ces chaînes ne se conformaient pas à la réglementation suédoise. En 2007, l'OFCOM et la Commission suédoise de la radiodiffusion ont signé un Protocole d'accord sur la coopération et l'échange d'informations relatives à ces chaînes.

Plus de la moitié des foyers télévisés suédois disposent des services de radiodiffusion par l'intermédiaire du câble. Ce secteur a fait l'objet d'une phase de consolidation au cours de laquelle en 2006, le groupe américain Carlyle et la société Providence Equity Partners, également américaine, ont fait l'acquisition d'UPC Suède. Le groupe Carlyle était déjà propriétaire du principal câblo-opérateur suédois Com Hem. Cette nouvelle entité comptait ainsi plus de 1,7 million d'abonnés en 2007.

La Suède est l'un des rares marchés européens où s'affrontent encore deux plateformes satellite concurrentes, Viasat (groupe Modern Times) et Canal Digital (Telenor). D'après le total des chiffres de leurs marchés respectifs dans les pays nordiques, Viasat Nordic affichait 760 000 abonnés fin décembre 2007, soit une très faible augmentation par rapport à septembre 2007. Canal Digital, sur la base de 935 000 abonnés au total (en septembre 2007), a accusé une légère baisse du nombre de ses abonnés au cours des deux premiers trimestres de l'année 2008.

Avec six offres en 2007, la concurrence est très forte sur le marché de l'IPTV. Bredbandsbolaget/Viasat, TeliaSonera, Canal Digital et FastTV.net sont les acteurs majeurs. En juin 2008, 320 000 abonnés avaient choisi l'offre d'IPTV de l'opérateur public de télécommunications Telia (principal acteur sur ce marché).

➤ Granskningsnämnden för radio och TV (Commission suédoise de la radiodiffusion) : <http://www.grn.se>

Radio och TV verket (Conseil suédois de l'audiovisuel) : <http://www.rtvv.se>
Nordicom : <http://www.nordicom.gu.se>
Données d'audience : MMS, <http://www.mms.se>
Informations sur la transition vers le numérique : <http://www.digitaltvoergangen.se>
Aspects juridiques : IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

In Schweden haben 2007 fünf neue Sender und 2008 ein weiterer eine Lizenz erhalten (überwiegend Nischenkanäle). Hinzu kommen drei neue Kanäle, die 2007 im Vereinigten Königreich eine Sendelizenz erhalten haben und auf den schwedischen Markt abzielen. Eine ganze Reihe von Sendern mit Sitz im Vereinigten Königreich, darunter die Sender im Besitz der Modern Times Group (TV3, TV8) und SBS Broadcasting (Kanal 5), erreichen eine nennenswerte Marktdurchdringung in Schweden (9,3% für TV3 und 8,2% für Kanal 5 im Jahr 2007). Diese Situation hat den schwedischen Regulierungsbehörden in der Vergangenheit Kopfzerbrechen bereitet, da diese Sender nicht den schwedischen Regelungen unterliegen. 2007 unterzeichneten die OFCOM und die schwedische Rundfunkkommission ein Memorandum of Understanding zwecks Zusammenarbeit und Informationsaustausch in Verbindung mit solchen Sendern.

Über die Hälfte der schwedischen TV-Haushalte empfangen Rundfunkdienste über das Kabelnetz. Dieser Sektor hat nach der Übernahme des schwedischen Betreibers UPC Sweden im Jahr 2006 durch die Carlyle Group (US) und Providence Equity Partners (US) eine gewisse Konsolidierung erlebt. Die Carlyle Group hatte zuvor bereits den größten schwedischen Kabelnetzbetreiber, Com Hem, übernommen. Der neue Konzern hatte 2007 über 1,7 Mio. Abonnenten.

In Schweden gibt es noch zwei konkurrierende Satellitenplattformen: Viasat (Modern Times Group) und Canal Digital (Telenor). Nach eigenen Angaben hatte Viasat Nordic Ende Dezember 2007 in seinem gesamten Geschäftsgebiet in den nordischen Ländern 760 000 Abonnenten, was einem minimalen Anstieg gegenüber September 2007 entspricht. Mit insgesamt 935 000 Abonnenten (September 2007) hat Canal Digital für die beiden ersten Quartale 2008 einen leichten Rückgang der Abonentenzahlen gemeldet.

Mit sechs Diensten, von denen Bredbandsbolaget/Viasat, TeliaSonera, Canal Digital und FastTV.net die größten sind, ist der IPTV-Markt durch einen sehr starken Wettbewerb gekennzeichnet. Bis Juni 2008 war der IPTV-Dienst des größten nationalen Telekombetreibers (Telia) auf 320 000 Abonnenten gewachsen.

➤ Granskningsnämnden för radio och TV (Schwedische Rundfunkkommission): <http://www.grn.se>
Radio och TV verket (Schwedischer Audiovisueller Rat): <http://www.rtvv.se>
Nordicom: <http://www.nordicom.gu.se>
Zuschauerdaten: MMS, <http://www.mms.se>
Informationen zur Umstellung auf Digitaltechnik: <http://www.digitaltvoergangen.se>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	9 182
Households	Ménages	Haushalte	–	4 480
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	97,5%	4 368
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	53,7%	2 406
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	16,2%	726
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirektempfang	21,4%	960
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	20,8%	930
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	8,7%	389
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	15,8%	709
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	61,5%	2 754
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	82%	3 674
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	61,0%	2 755
Subscribers to unicast mobile TV services	Abonnés aux services TV mobile Unicast	Mobil-TV-Abonnenten Unicast	–	10

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	70
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	6
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1 (free & pay)
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2

Number of TV channels	Nombre de chaînes	Zahl der Dienste	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		4	22	26
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		3	28	31
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	102	102
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		11	16	27
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	66	66
Total	Total	Gesamt		18	234	252
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	23	24

Supply of TV channels by genre and by platform
(including foreign channels)

08.2008	Terrestrial Digital Boxer	Cable Comhem (Full offer)	Satellite Canal Digital (Full offer)	Satellite Viasat (Full offer)	IPTV Telia (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)	6	6	6	6	5
Generalist - foreign		5	11	19	
Adults		1	4	3	1
Children	3	7	17	18	4
Film	5	15	26	25	14
Culture/Documentary/Education	5	13	13	25	9
Entertainment/TV Fiction	6	10	19	24	7
Cultural minorities	1	1			
Home shopping					
News/Business	4	8	12	7	4
International channels	1	6	1	2	
Leisure/travel	1	2	4	2	
Lifestyle		1	3		
Music	3	6	9	9	4
Parliamentary					
Regional/Local	4	1			1
Religion		1	2	1	
Sports	2	16	21	22	11
Various		1		1	

Operating revenues of
main television companies
in Sweden

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Suède

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der
wichtigsten Fernseh-
veranstalter in Schweden

In Tausend EUR.

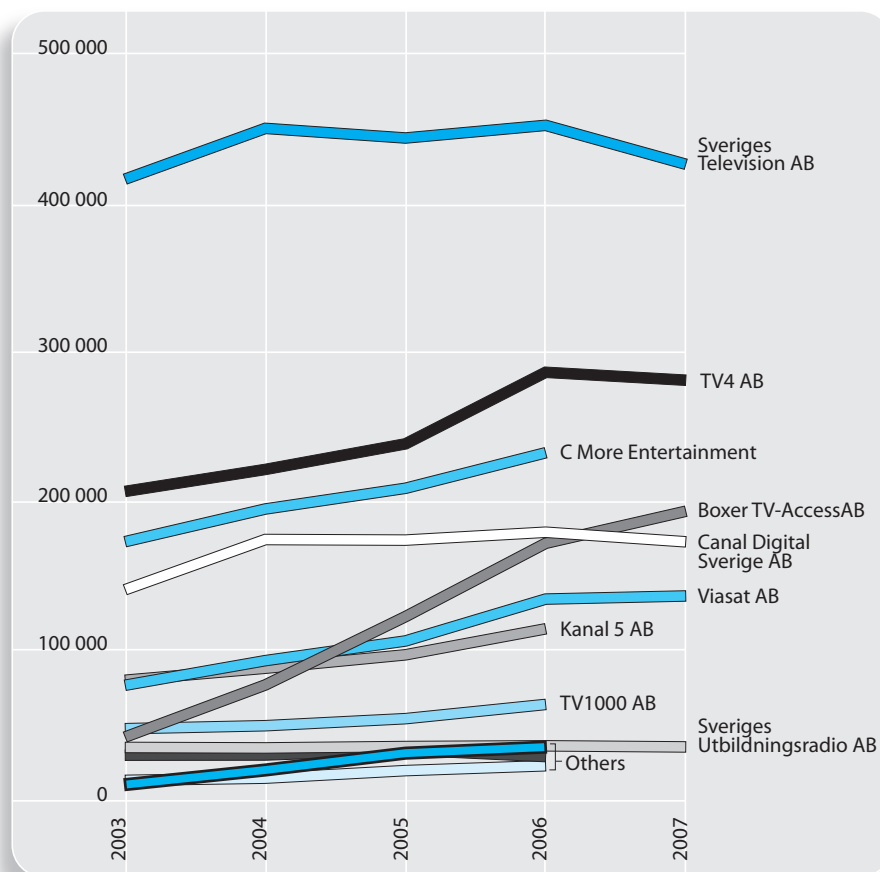
T.1.SE.1

G.1.SE.1

2003-2007

Company	Channels	2003	2004	2005	2006	2007
Sveriges Television AB	sptv STV1, SVT-2, 24, ...	416 694	450 800	444 317	452 837	426 682
TV4 AB	adtv TV4, TV4 Film, ...	206 635	221 411	238 619	286 746	281 422
C More Entertainment	paytv Cmore, Canal+, ...	172 847	194 806	208 746	232 621	~
Boxer TV-Access AB	packtv Boxer	41 450	76 477	122 421	171 731	193 285
Canal Digital Sverige AB	packtv Canal Digital, Kiosk	140 535	174 280	173 875	179 190	172 728
Viasat AB	packtv Viasat	76 280	92 817	106 046	134 209	136 308
Kanal 5 AB	adtv Kanal 5	79 631	87 713	96 729	114 216	~
TV1000 AB	paytv TV 1000	47 041	49 046	53 790	63 350	~
TV4 Syd AB	rtv TV4 Syd	9 449	19 259	30 587	34 680	40 554
Sveriges Utbildningsradio AB	sptv UR, Kunskapskanalen	34 431	34 111	35 036	35 517	34 778
TV-Shop Europe AB	hstv TV-Shop	29 248	29 359	32 762	28 289	~
Viasat Pay Channels AB	thtv Viasat Nature/Action	12 275	13 781	18 857	22 120	19 749
TV4 Sydost AB	rtv TV4 Sydost	~	11 478	11 523	11 856	~
NonStop Television 1.0 AB	thtv NonStop Entertainment TV	-	1 217	3 201	6 332	8 539
Nonstop Television AB 2.0	paytv Showtime	-	236	1 123	4 460	5 060
TV4 Väst AB	rtv TV4 Väst	7 356	4 294	-	-	-
TV4 Sport AB	thtv Sportexpressen	-	-	1 400	2 398	3 224
TV4 Norr AB	rtv TV4 Norr	5 379	2 227	-	-	-
TV4 Öst AB	rtv TV4 Öst	4 355	2 020	-	-	-
TV4 Stockholm AB	rtv TV4 Stockholm	6 994	1 853	-	-	-
Nonstop Television AB	thtv Star! Scandinavia	3 780	2 816	618	755	~
Nonstop Television AB 3.0	thtv NonStop Lifestyle	2 669	1 143	~	26	~

➔ OBS



Financial situation of television companies in Sweden

EUR thousand.

Situation financière des entreprises de télévision en Suède

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von Fernsehunternehmen in Schweden

In Tausend EUR.

T.1.SE.2

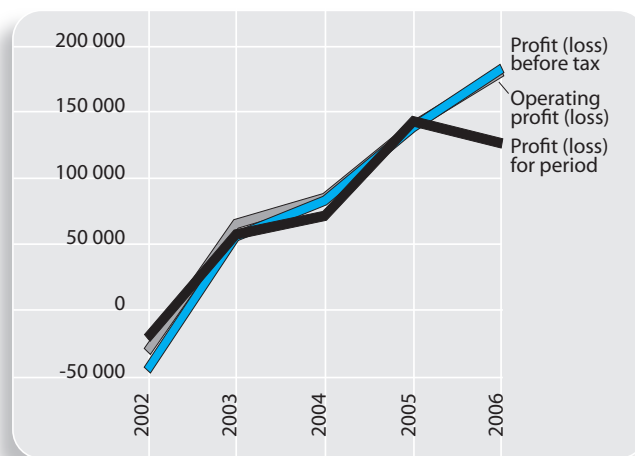
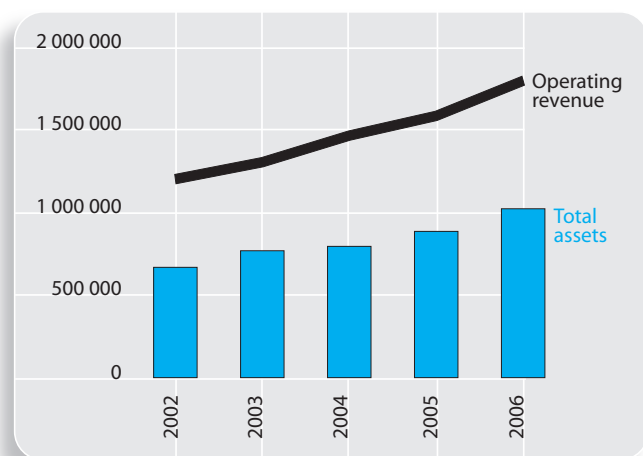
G.1.SE.2

2003-2006

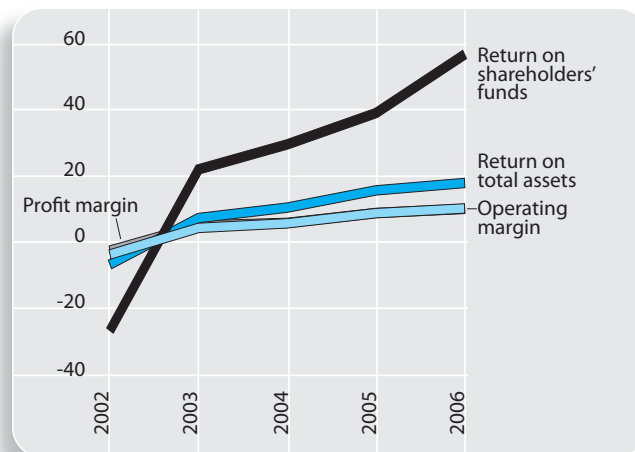
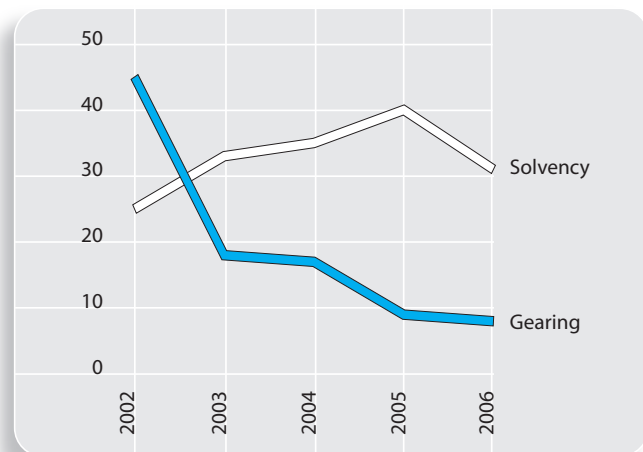
			2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	28	25	25	26
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	768 894	795 358	886 092	1 023 260
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	1 305 204	1 466 431	1 585 972	1 798 759
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	65 329	84 967	139 574	180 640
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	55 849	82 946	138 616	183 016
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	57 343	71 423	143 017	126 303
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Gearing	Endettement	Verschuldungsgrad	18	17	9	8
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	33	35	40	31
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	5,01	5,79	8,80	10,04
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	22,0	29,6	39,1	56,8
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	4,28	5,66	8,74	10,17
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	7,26	10,43	15,64	17,89

→ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



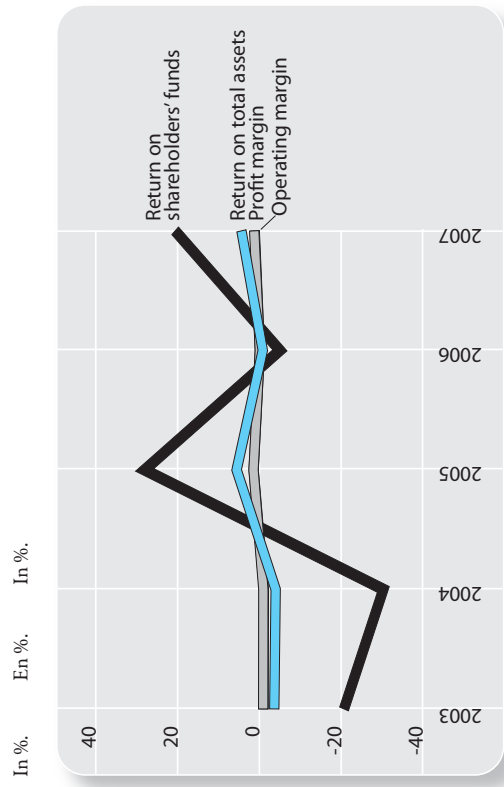
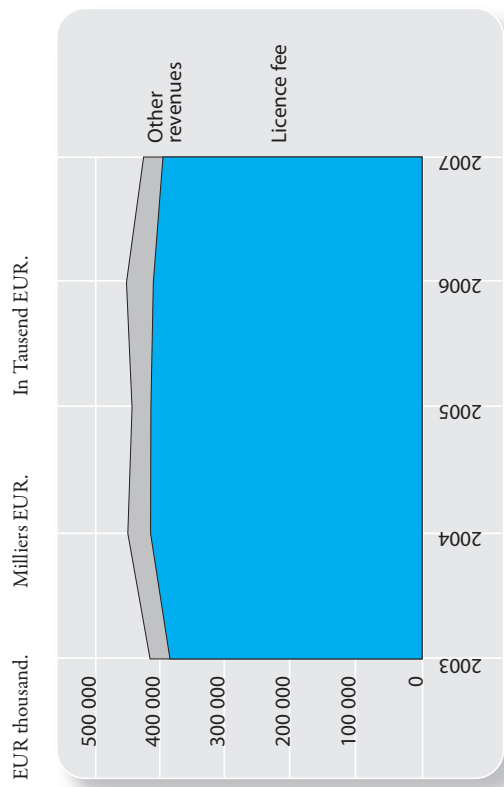
SVT financial situation
 EUR thousand.
 Situation financière de la SVT
 Milliers EUR.

Wirtschaftliche Lage von SVT
 In Tausend EUR.

T.1.SE.3
 G.1.SE.3
 2005-2007

Income	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Total public income	415 442	411 741	396 973	415 442	411 741	396 973	93,5%	90,9%	93,0%	93,5%	90,9%	93,0%
- Licence fee	415 442	411 741	396 973	415 442	411 741	396 973	93,5%	90,9%	93,0%	93,5%	90,9%	93,0%
Other income	28 875	41 096	29 656	28 875	41 096	29 656	6,5%	9,1%	7,0%	6,5%	9,1%	7,0%
Total	444 317	452 837	426 682	444 317	452 837	426 682	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Expenditure												
- Purchase of goods and services	310 506	321 875	~	310 506	321 875	~	70,8%	70,9%	~	70,8%	70,9%	~
- Cost of personnel	119 507	123 805	~	119 507	123 805	~	27,2%	27,3%	~	27,2%	27,3%	~
- Depreciation	8 606	8 241	~	8 606	8 241	~	2,0%	1,8%	~	2,0%	1,8%	~
Operating expenditure	438 619	453 921	~	438 619	453 921	~	100,0%	100,0%	~	100,0%	100,0%	~
Net result	351	708	159,0	351	708	159,0						
Operating margin (%)	1,28	-0,24	1,01	1,28	-0,24	1,01						

SVT/OBS



TV audience market share

Parts de marché d'audience TV

Marktanteile der Fernsehdienste

T.1.SE.4
G.1.SE.4

In %, 3 years +.

En %, 3 ans et +.

In %, ab 3 Jahre.

2003-2007

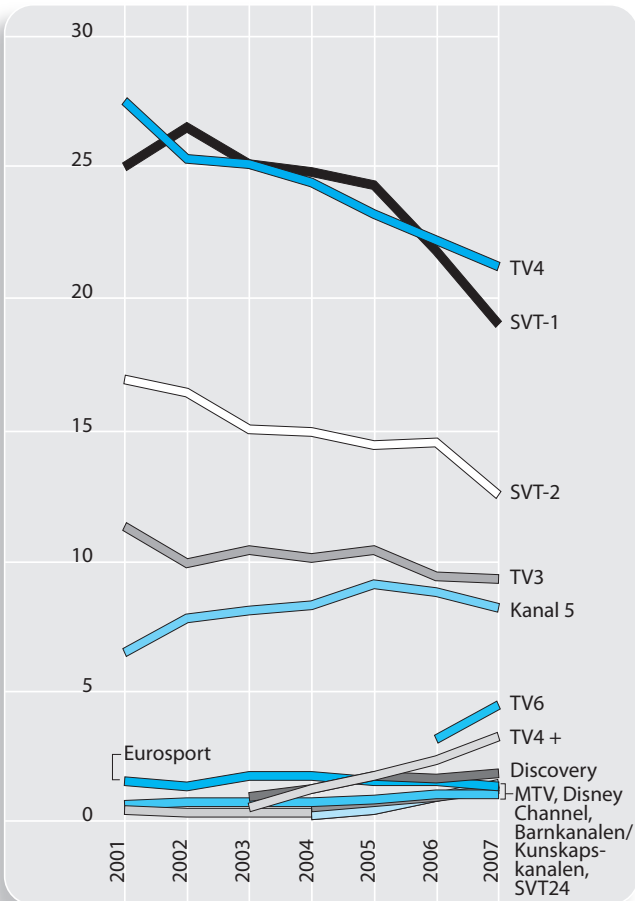
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztäglich					Prime time (19:00-22:00) Heures de grande écoute (19h-22h) Primetime (19-22 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
SVT-1	25,1	24,8	24,3	21,8	19,0	29,4	30,7	28,9	28,5	28,2
SVT-2	15,0	14,9	14,4	14,5	12,5	17,7	16,4	15,2	14,2	11,2
SVT24	-	0,3	0,5	1,0	1,4	-	0,2	0,3	0,8	1,2
TV4	25,1	24,4	23,2	22,2	21,2	24,8	23,5	22,8	23,3	23,6
TV4 +	0,6	1,3	1,8	2,4	3,3	-	0,1	1,9	2,4	3,4
TV4 Film	-	0,1	0,3	0,6	0,8	-	0,0	0,3	0,4	0,6
TV4 Fakta	-	-	0,1	0,4	0,6	-	-	0,0	0,4	0,4
TV3	10,4	10,1	10,4	9,4	9,3	9,2	9,2	10,0	8,8	8,7
Kanal 5	8,1	8,3	9,1	8,8	8,2	7,2	7,6	9,0	8,5	7,0
TV6	0,4	0,4	-	3,2	4,5	0,3	0,4	-	2,8	3,7
Discovery	1,0	1,3	1,8	1,7	1,9	0,6	0,6	1,5	1,1	1,0
Eurosport	1,8	1,8	1,6	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	0,7
MTV	0,8	0,8	0,9	1,1	1,1	0,4	0,5	0,6	0,7	0,6
Disney Channel	-	0,6	0,8	1,0	1,3	-	0,4	0,3	0,5	0,9
Barnkanalen/Kunskapskanalen	-	0,3	0,5	1,0	1,5	-	0,1	0,1	0,4	0,6
Nickelodeon	-	0,3	0,4	0,8	0,6	-	0,1	0,1	0,2	0,1
Others Autres Sonstige	11,7	10,2	9,9	8,6	11,5	9,4	9,1	8,0	6,0	7,9

➔ Eurodata TV Worldwide/MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB

Daily share.
In %, 3 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 3 ans et +.

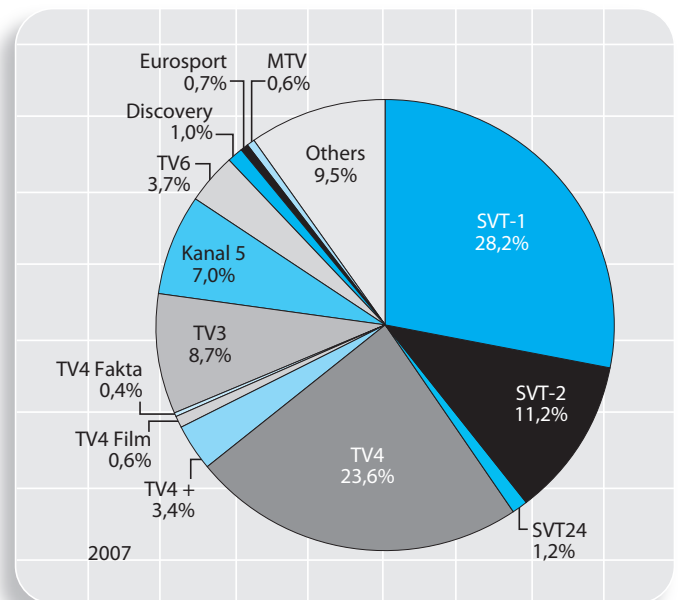
Ganztäglich.
In %, ab 3 Jahre.



Prime time
(19:00-22:00).
In %, 3 years +.

Heures de grande
écoute (19h-22h).
En %, 3 ans et +.

Primetime
(19-22 Uhr).
In %, ab 3 Jahre.



Breakdown by genre of SVT programme output

Ventilation par genre des programmes de SVT

Inhaltliche Aufteilung der SVT-Fernsehprogramme

T.1.SE.5
G.1.SE.5

Hours.

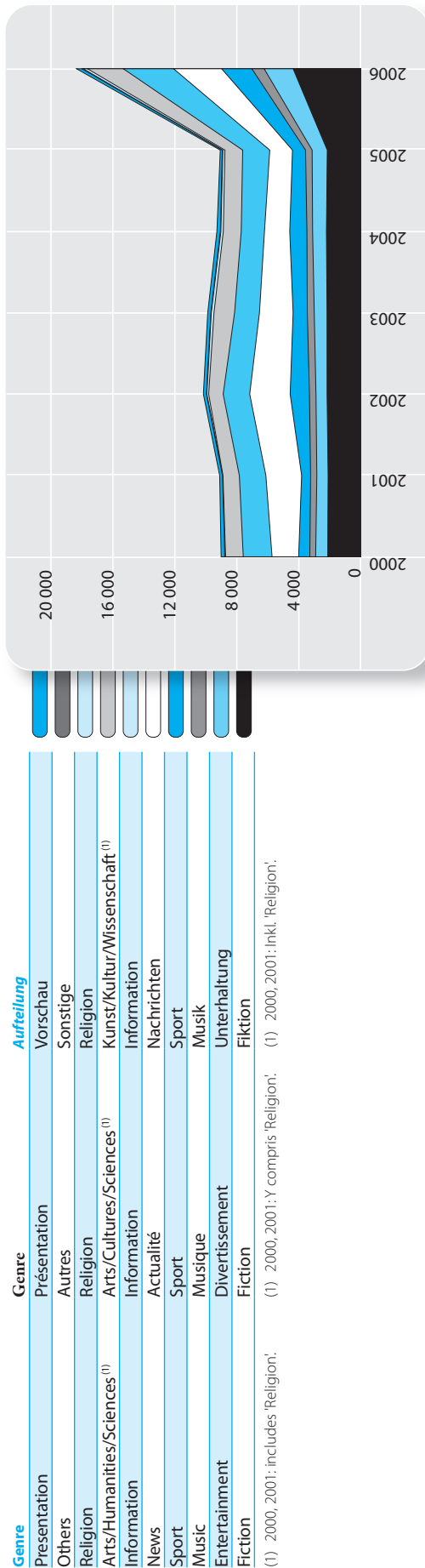
Heures.

In Stunden.

2005-2006

Genre	Genre	Aufteilung		Total 2005	SVT1 2006	SVT2 2006	Total 2006	Total 2005	Total 2006	Total 2006/05
		Fiktion	Unterhaltung							
Fiction	Fiktion	2 147	1 506	2 147	1 506	658	2 164	23,7%	23,8%	0,8%
Entertainment	Unterhaltung	976	720	976	720	356	1 076	10,8%	11,9%	10,2%
Music	Musik	426	129	426	129	224	353	4,7%	3,9%	-17,1%
Sport	Sport	841	484	841	484	568	1 052	9,3%	11,6%	25,1%
News	Actualité	1 464	615	1 464	615	398	1 013	16,2%	11,2%	-30,8%
Information	Information	1 746	1 535	1 746	1 535	776	2 311	19,3%	25,5%	32,4%
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	1 144	324	1 144	324	610	934	12,6%	10,3%	-18,4%
Religion	Religion	130	7	130	7	79	86	1,4%	0,9%	-33,8%
Others	Sonstige	38	14	38	14	16	30	0,4%	0,3%	-21,1%
Presentation	Vorschau	132	0	132	0	58	58	1,5%	0,6%	-56,1%
Total	Summe	9 044	5 334	9 044	5 334	3 743	9 077	100,0%	100,0%	0,4%

SVT/UER-EBU



(1) 2000, 2001: includes 'Religion'. (1) 2000, 2001: Y compris 'Religion'. (1) 2000, 2001: inkl. 'Religion'.

Ventilation par genre
des programmes TV

Inhaltliche Aufteilung
der Fernsehprogramme

T.1.SE.6
G.1.SE.6

In % of transmission time.
En % du temps d'émission.

In % der Sendezeit.

2005

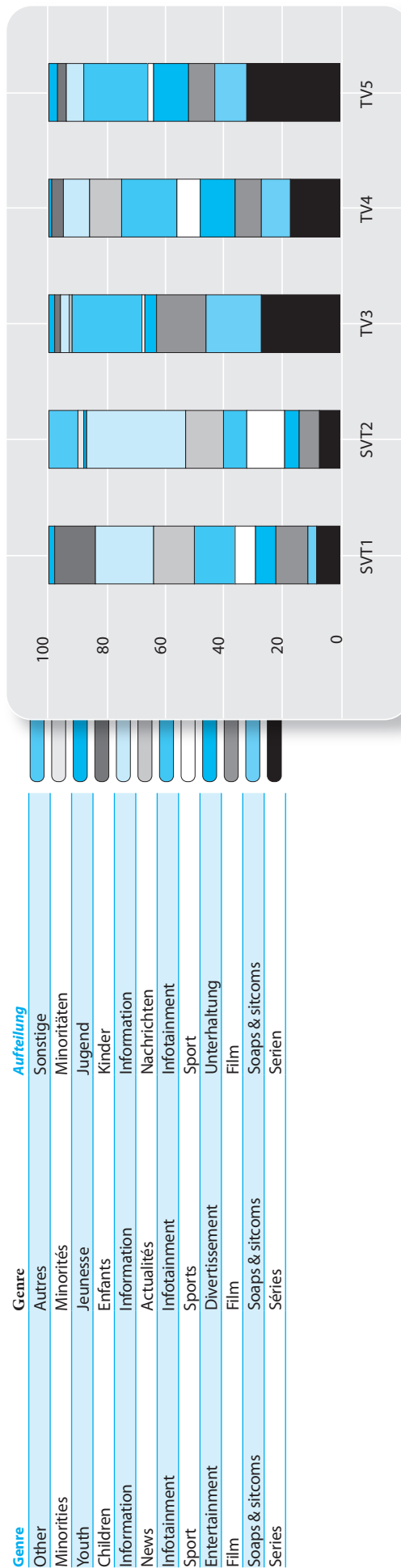
Channels	Series	Soap & sitcom	Film	Entertainment	Sport	Infotainment	News	Information	Children	Youth	Minorities	Other
Chaînes	Séries	Soap & sitcom	Film	Diversissement	Sports	Infotainment	Actualités	Information	Enfants	Jeunesse	Minorités	Autres
Dienste	Serien	Soap & Sitcom	Film	Unterhaltung	Sport	Infotainment	Nachrichten	Information	Kinder	Jugend	Minoritäten	Sonstige
SVT1	8	3	11	7	7	14	14	19	14	2	0	0
SVT2	7	0	7	5	13	8	13	33	0	1	2	10
TV3	27	19	17	4	1	24	1	2	2	2	0	0
TV4	17	10	9	12	8	19	11	9	4	1	0	0
TV5	32	11	9	12	2	22	0	5	3	3	0	0

Note: Based on scheduled time during a sample period of 17 weeks (i.e. transmission time - including announcers, self-promotion and, in the case of channels other than SVT, advertising).

Sur la base du volume horaire diffusé durant une période de 17 semaines (sur la durée de transmission - y compris annonces, auto-promotions, et dans le cas des chaînes autres que la SVT, publicité).

Auf der Basis des gesamten Sendevolumens innerhalb von 17 Wochen (also Sendedauer einschli. Vorschau, Eigenwerbung und - außer bei SVT - Werbung).

➡ Kent Asp-JMG/Nordicom



The main players on the audiovisual scene are the two channels of the public broadcaster RTV Slovenija and the two private channels of the Central European Media Enterprises (CME) group, Pop TV and Kanal A. After gaining ground in 2006, the audience market share of the main private channel Pop TV has fallen from 28.2% to 25.8%. By contrast, that of Kanal A rose from 8.9% in 2006 to 11.2% in 2007. The primary public channel TVS1, which was in decline in 2006, stabilised its market share at 22.9% in 2007. There is also a third national private channel, Prva TV (which was taken over by the Modern Times Group in July 2006), with an audience share that reached 3.6% in 2007. The Croatian channels also have a significant market share, with a total regular audience of 7.1% in 2007.

Cable reception is available to about 40% of the population and is provided by approximately 80 cable operators, most of which are small in size, with the exception of UPC Telemach, which had 150,100 subscribers in December 2007. The networks are currently being digitised. With the launch of an IPTV platform by the internet access provider SiOL (Telecom Slovenije) in 2003, the country has played a pioneering role in the region. In 2008, SiOL had nearly 60,000 IPTV subscriber households. In the meantime, competing services have been launched by T-2, Tus Telekom and Amis.

In February 2006, Slovenia adopted a strategy for the digital switchover. The document involved was supplemented by the adoption in late 2007 by a law on digital broadcasting, which has set 2010 for the analogue switch-off.

The digital terrestrial television rollout is under way and the country will have three multiplexes in all. At the end of 2007, the seven licences for the first digital terrestrial television multiplex were distributed between the public broadcaster (four licences) and the private channels Pop TV, Kanal A and TV3. The plan is for the entire first multiplex to be reserved for the public broadcaster when the second has achieved satisfactory coverage.

➔ Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (Post and Electronic Communications Agency of the Republic of Slovenia): <http://www.apek.si>
Legal aspects: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Les principaux acteurs du paysage audiovisuel sont, d'une part, les deux chaînes du radiodiffuseur public RTV Slovenija et, d'autre part, les deux chaînes privées du groupe Central European Media Enterprises (CME), Pop TV et Kanal A. Après avoir gagné du terrain en 2006, la part de marché d'audience de la principale chaîne privée Pop TV chute de 28,2 % à 25,8 %. Au contraire, Kanal A passe de 8,9 % en 2006 à 11,2 % en 2007. La première chaîne publique TVS1, qui était en perte de vitesse en 2006, stabilise sa part de marché à 22,9 % en 2007. Il existe en outre une troisième chaîne nationale privée, Prva TV (rachetée par Modern Times Group en juillet 2006), dont l'audience atteint 3,6 % en 2007. Les chaînes de télévision croates occupent également une part non négligeable du marché, avec une audience cumulée de 7,1 % en 2007.

La réception par câble concerne environ 40 % de la population et est assurée par environ 80 câblo-opérateurs. La plupart d'entre eux sont donc de taille réduite, à l'exception d'UPC Telemach avec 150 100 abonnés en décembre 2007. Les réseaux sont actuellement en cours de numérisation. Avec le lancement d'une plate-forme IPTV par le fournisseur d'accès internet SiOL (Telecom Slovenije) dès 2003, le pays a fait figure de précurseur dans la région. En 2008, SiOL compte près de 60 000 foyers abonnés IPTV. Depuis, des offres concurrentes ont été lancées par T-2, Tus Telekom et Amis.

En février 2006, la Slovénie a adopté une stratégie pour le passage au numérique. Ce document a été complété par l'adoption fin 2007 d'une loi sur la radiodiffusion numérique qui fixe l'extinction de l'analogique à 2010.

Le processus de déploiement de la diffusion numérique terrestre est en cours. Le pays comptera trois multiplexes au total. Fin 2007, les sept licences du premier multiplexe de télévision numérique terrestre ont été réparties entre le radiodiffuseur public (quatre licences) et les chaînes privées Pop TV, Kanal A et TV3. Il est prévu que la totalité du premier multiplexe sera réservée au radiodiffuseur public lorsque le second multiplexe aura atteint un taux de couverture satisfaisant.

➔ Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (Agence des communications électroniques et de la poste de la République de Slovénie): <http://www.apek.si>
Aspects juridiques: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Die wichtigsten audiovisuellen Unternehmen sind zum einen die beiden Sender des öffentlich-rechtlichen Veranstalters RTV Slovenija und zum anderen die beiden Privatsender von Central European Media Enterprises (CME), Pop TV und Kanal A. Nach einem Anstieg im Jahr 2006 fiel der Zuschauermarktanteil des größten Privatsenders Pop TV von 28,2 % auf 25,8 %. Dagegen legte Kanal A von 8,9 % 2006 auf 11,2 % 2007 zu. Das erste öffentlich-rechtliche Programm TVS1, 2006 noch mit Verlusten, stabilisierte seinen Marktanteil 2007 bei 22,9 %. Der dritte landesweite private Fernsehdienst, Prva TV, der 2006 von der Modern Times Group übernommen worden war, erreichte 2007 einen Zuschaueranteil von 3,6 %. Die kroatischen TV-Sender kamen 2007 mit einer kumulierten Einschaltquote von 7,1 % auch auf einen nicht unerheblichen Marktanteil.

Etwa 40 % der slowenischen Bevölkerung empfangen das Fernsehprogramm von einem der ca. 80 meist kleinen Kabelnetzbetreiber, von denen UPC Telemach mit 150 100 Abonnenten im Dezember 2007 eine Ausnahme bildet. Die Kabelnetze werden zurzeit auf Digitaltechnik umgestellt. Mit dem Start einer IPTV-Plattform durch den Internet-Provider SiOL (Telecom Slovenije) bereits 2003 hatte das Land eine Vorreiterrolle in der ganzen Region übernommen. 2008 hatten fast 60 000 Haushalte ein IPTV-Abonnement bei SiOL. Inzwischen wurden von T-2, Tus Telekom und Amis Konkurrenzangebote gestartet.

Im Februar 2006 hat Slowenien eine Strategie für die Umstellung auf Digitaltechnik verabschiedet. Ende 2007 folgte dann ein Gesetz über den digitalen Rundfunk, das die Abschaltung der analogen Signale für 2010 vorsieht.

Die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens ist im Gange. Das Land wird insgesamt über drei Multiplexe verfügen. Ende 2007 wurden die sieben Lizenzen für den ersten Multiplex des digitalen terrestrischen Fernsehens zwischen dem öffentlich-rechtlichen Veranstalter (vier Lizenzen) und den Privatsendern Pop TV, Kanal A und TV3 aufgeteilt. Der komplette erste Multiplex soll dem öffentlich-rechtlichen Veranstalter vorbehalten sein, sobald der zweite Multiplex eine befriedigende Reichweite aufweist.

➔ Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije (Behörde für Post und elektronische Kommunikation der Republik Slowenien): <http://www.apek.si>
Rechtliche Aspekte: IRIS Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-	2 016
Households	Ménages	Haushalte	-	750
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	98,2%	737
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	40,0%	300
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	2,7%	20
DTH/SMATV households	Réception directe satellite	Satellitendirektempfang	9,3%	70
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirektempfang	~	~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	9,5%	71
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,0%	0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	12,1%	91
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	66%	495
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	50,4%	378
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~	~

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008		
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	60		
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	0		
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	4		
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	1		
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	0		

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Terrestrisch (national)		2	3	5
Cable/Satellite/IPTV channels	Cable/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		0	7	7
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		2	23	25
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	0	0
Total	Total	Gesamt		4	33	37
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	1	2

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial Digital	Cable UPC (Full offer)	IPTV SIOL TV (Full offer)
Generalist - national (incl. dedicated)		4	4	4
Generalist - foreign			18	23
Adults			2	4
Children			5	6
Film			3	2
Culture/Documentary/Education			11	11
Entertainment/TV Fiction			10	12
Cultural minorities			1	1
Home shopping				
News/Business			6	8
International channels			6	2
Leisure/travel			1	2
Lifestyle			1	3
Music			10	11
Parliamentary		1	1	1
Regional/Local		2	5	7
Religion				1
Sports			9	6
Various			1	2

Operating revenues
of principal television
companies in Slovenia

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Slovénie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen
der wichtigsten Fernseh-
veranstalter in Slowenien

In Tausend EUR.

T.1.SI.1

G.1.SI.1

2003-2007

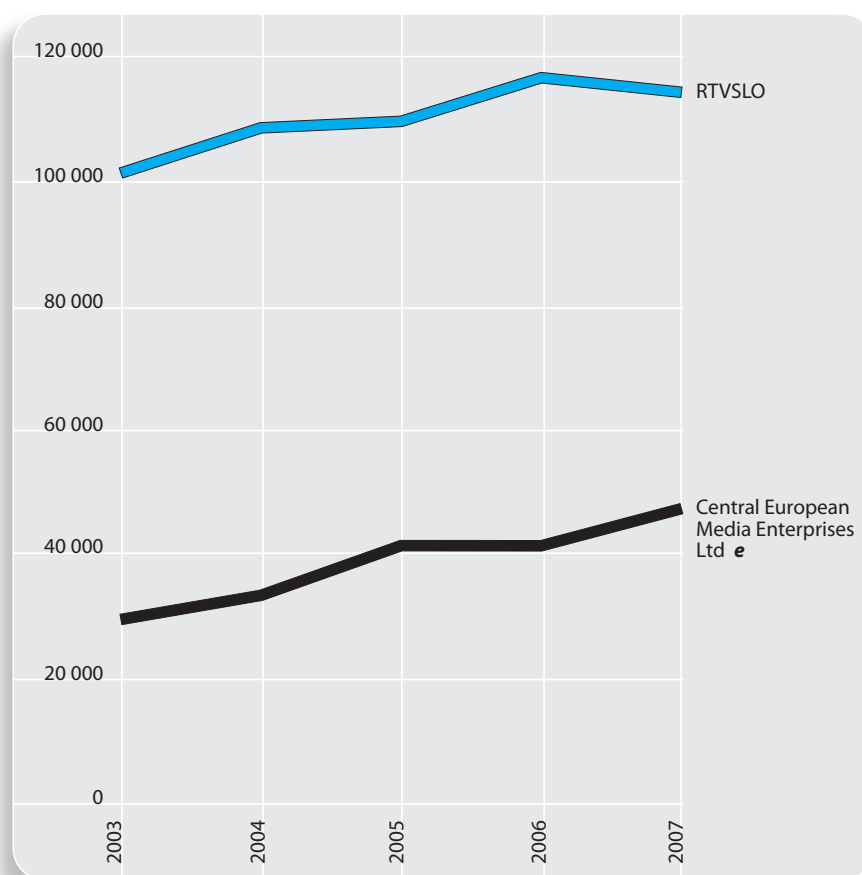
Company	Channels	2003	2004	2005	2006	2007	2007/06
RTVSLO	sptv TVS-1, TVS-2, Televizija Koper, Televizija Maribor	101 493	108 784	109 833	116 877	114 524	-2,0%
Central European Media Enterprises Ltd⁽¹⁾	adtv Pop TV, Kanal A	29 430	33 322	41 344	41 323	47 311	14,5%

(1) Converted from data in USD.
Turnover in thousand USD: 2004: 45 388;
2005: 48 770; 2006: 54 534, 2007: 69 647.

(1) Converti à partir de données en USD.
En milliers USD : 2004 : 45 388 ;
2005 : 48 770 ; 2006 : 54 534, 2007 : 69 647.

(1) Von Daten in USD umgerechnet.
Umsatz in Tausend USD: 2004: 45 388;
2005: 48 770; 2006: 54 534, 2007: 69 647.

➔ OBS



RTVSLO
 financial situation

 Situation financière
 de la RTVSLO

Wirtschaftliche
Lage von RTVSLO

 T.1.SI.2
 G.1.SI.2

EUR thousand.

Milliers EUR.

In Tausend EUR.

2005-2007

Income	Recettes	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Total public income	Total recettes publiques	78 407	77 300	~	~	71,4%	66,1%	~	~	~	~
- Licence fee	- Redevance	78 407	75 800	~	~	71,4%	64,9%	~	~	~	~
- Grants	- Subventions	-	1 500	~	~	~	~	~	~	~	~
Total commercial income	Total recettes commerciales	30 198	21 600	~	~	27,5%	18,5%	~	~	~	~
- Advertising/Sponsorship	- Publicité/Parrainage	20 425	21 600	~	~	18,6%	18,5%	~	~	~	~
- Other commercial income	- Autres recettes commerciales	9 773	-	~	~	8,9%	-	~	~	~	~
Other income	Autres recettes	1 228	17 977	~	~	1,1%	15,4%	~	~	~	~
Total	Total	109 833	116 877	114 524	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-2,0%

Expenditure	Dépenses	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	113 214	110 616	114 100	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,3%
- Purchase of goods and services	- Achats de biens et services	49 015	45 856	48 696	43,3%	41,5%	42,5%	43,3%	41,5%	42,5%	6,2%
- Cost of personnel	- Dépenses de personnel	53 520	54 966	54 605	47,3%	49,7%	47,9%	47,3%	49,7%	47,9%	-0,7%
- Depreciation	- Amortissements	10 679	9 794	10 799	9,4%	8,9%	9,4%	9,4%	8,9%	9,4%	10,3%
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	113 214	110 616	114 100	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,3%

Net result	Résultat net	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2007/06
Net result	Résultat net	39 773	6 436	3 487	-83,8%	-83,8%	-83,8%	-83,8%	-83,8%	-83,8%	-45,8%
Operating margin (%)	Marge opérationnelle (%)	-3,1	5,4	0,4	-0,9%	-0,9%	-0,9%	-0,9%	-0,9%	-0,9%	-0,9%

➔ RTVSLO/EBU-UER-IsN/OBS

EUR thousand.

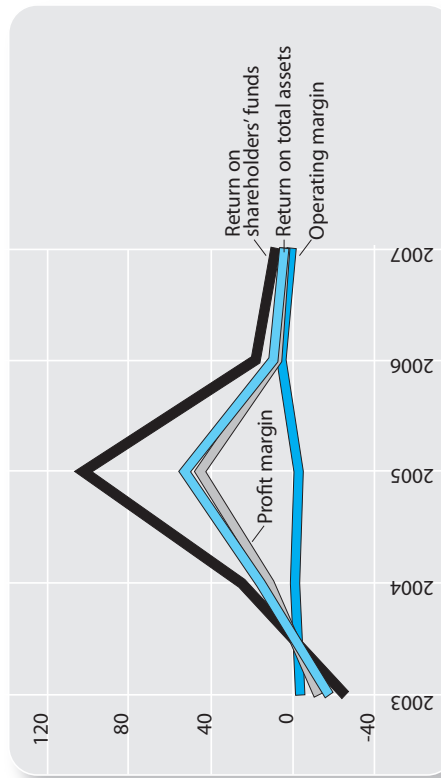
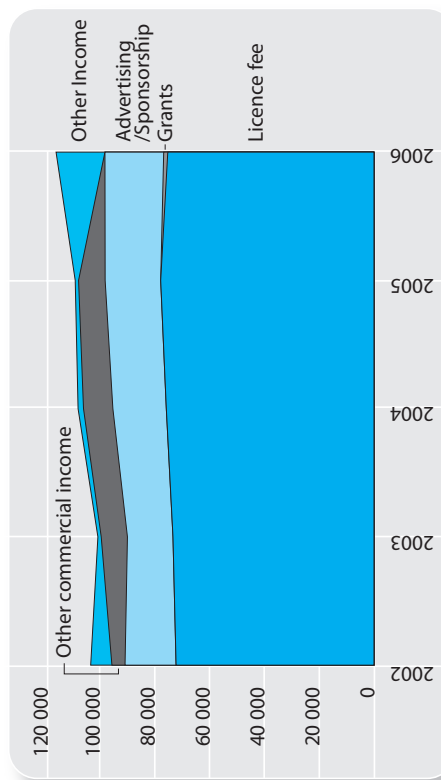
Milliers EUR.

In %.

En %.

In %.

In %.



TV audience
market share

In %, 4 years +.

Parts de marché
d'audience TV

En %, 4 ans et +.

Marktanteile
der Fernsehdienste

In %, ab 4 Jahre.

T.1.SI.3

G.1.SI.3

2003-2007

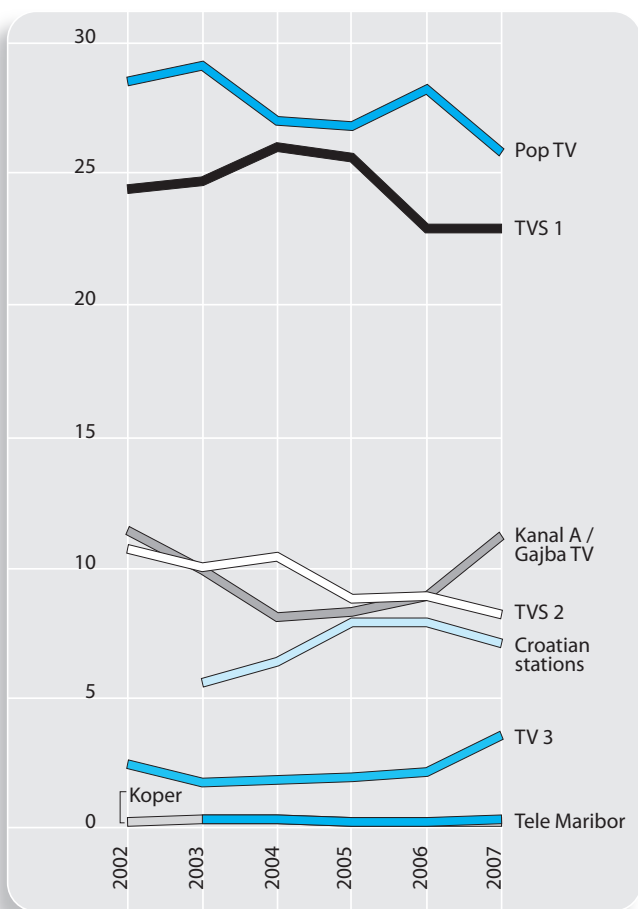
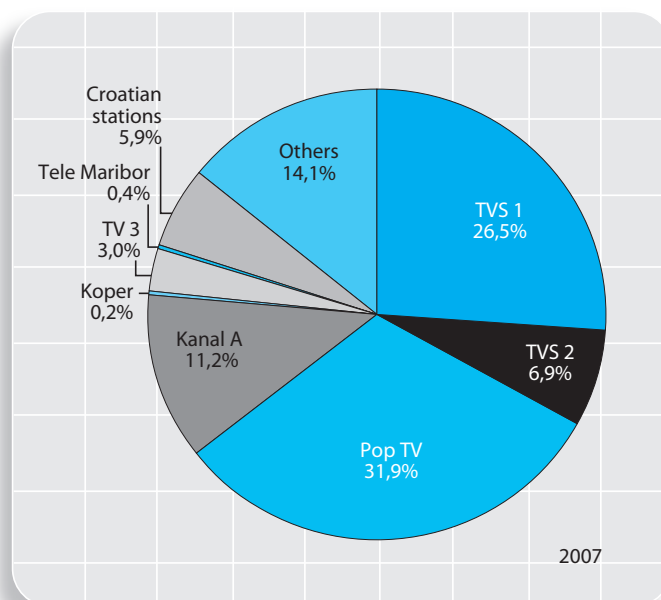
Channels Chaînes Dienste	Daily share Ensemble de la journée Ganztägig					Prime time (19:00-23:00) Heures de grande écoute (19h-23h) Primetime (19-23 Uhr)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
TVS 1	24,7	26,0	25,6	22,9	22,9	26,9	28,3	28,0	25,1	26,5
TVS 2	10,0	10,4	8,8	8,9	8,2	8,6	9,7	7,4	7,5	6,9
Pop TV	29,1	27,0	26,8	28,2	25,8	33,9	31,8	32,1	34,3	31,9
Kanal A (1)	9,9	8,1	8,3	8,9	11,2	11	9,5	9,8	9,9	11,2
Gajba TV (1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Koper	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2
TV 3	1,8	1,9	2,0	2,2	3,6	1,7	1,6	1,7	1,9	3,0
Tele Maribor	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,3	0,3	0,4
TV Pika	-	-	-	-	0,2	-	-	-	-	0,2
Croatian stations Chaînes TV croates Kroatische Fernsehdienste	5,6	6,4	7,9	7,9	7,1	4,5	5,03	6,19	6,2	5,9
Others Autres Sonstige	18,1	19,5	20,2	20,4	20,4	12,8	13,6	14,4	14,7	14,0

(1) Kanal A/Gajba TV : figures combined from 2003.

(1) Les données de Kanal A et de Gajba TV sont fusionnées à partir de 2003.

(1) Gemeinsame Daten für Kanal A und Gajba TV ab 2003.

➔ Eurodata TV Worldwide/AGB NMR Slovenia

Daily share.
In %, 4 years +.Ensemble de la journée.
En %, 4 ans et +.Ganztägig.
In %, ab 4 Jahre.Prime time
(19:00-23:00).
In %, 4 years +.Heures de grande
écoute (19h-23h).
En %, 4 ans et +.Primetime
(19-23 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.

Breakdown by genre of
RTVSLO programme output

Ventilation par genre des
programmes TV de RTVSLO

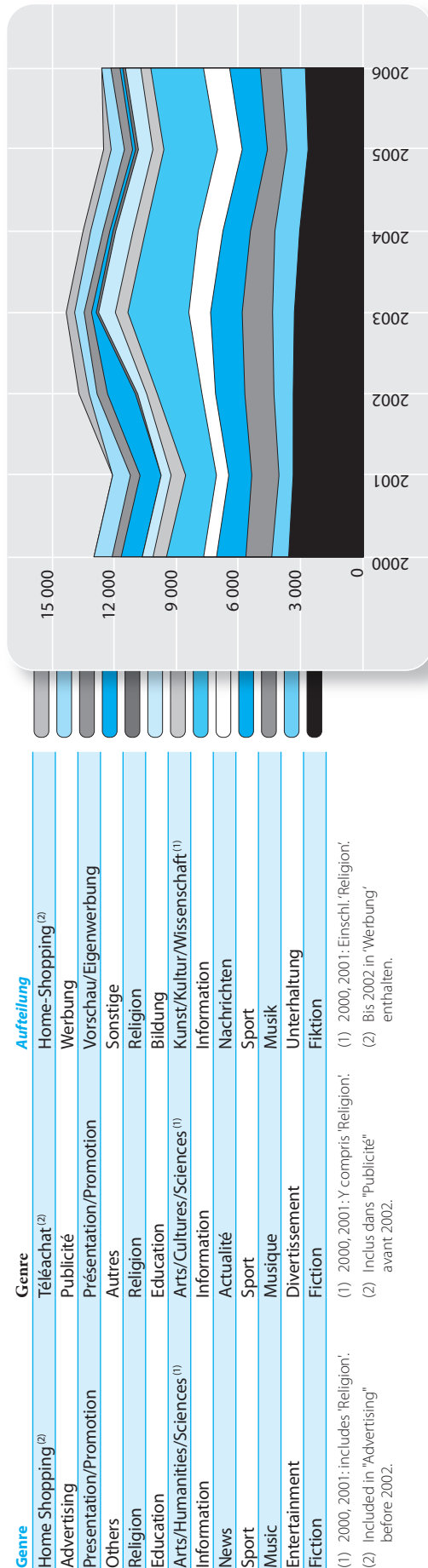
In Hours.
In Stunden.

Inhaltliche Aufteilung der
RTVSLO-Fernsehprogramme

T.1.SI.4
G.1.SI.4
2005-2006

Genre	Aufteilung	Total		RTVSLO1		RTVSLO2		Total		Total		Total 2006/05
		2005	2006	2006	2006	2005	2006	2005	2006			
Fiction	Fiktion	2 656	1 436	1 348	2 784	21,2%	22,1%	4,8%				
Entertainment	Unterhaltung	1 017	1 050	134	1 184	8,1%	9,4%	16,4%				
Music	Musik	939	410	582	992	7,5%	7,9%	5,6%				
Sport	Sport	1 214	1 136	1 474	1 474	9,7%	11,7%	21,4%				
News	Nachrichten	1 194	1 261	125	1 261	9,5%	10,0%	5,6%				
Information	Information	2 583	1 696	843	2 539	20,7%	20,2%	-1,7%				
Arts/Humanities/Sciences	Kunst/Kultur/Wissenschaft	529	341	139	480	4,2%	3,8%	-9,3%				
Education	Bildung	698	622	119	741	5,6%	5,9%	6,2%				
Religion	Religion	135	103	27	130	1,1%	1,0%	-3,7%				
Others	Sonstige	146	63	69	132	1,2%	1,0%	-9,6%				
Presentation/Promotion	Vorschau/Eigenwerbung	393	280	157	437	3,1%	3,5%	11,2%				
Advertising	Werbung	638	361	82	443	5,1%	3,5%	-30,6%				
Home Shopping	Home-Shopping	366	0	0	0	2,9%	0,0%	-100,0%				
Total	Summe	12 508	7 498	5 099	12 597	100,0%	100,0%	0,7%				

RTVSLO/UJER-EBU



(1) 2000, 2001: Y compris 'Religion'; (1) 2000, 2001: 'Religion';
(2) Included in 'Advertising' before 2002. (2) Bis 2002 in 'Werbung' enthalten.

The main television channels with national terrestrial coverage are the two channels broadcast by the public body STV and the private channels TV Markiza and TVF Joj. In 2008, STV launched a third channel, STV3 (Trojka), which is devoted to sport. The audiovisual scene is characterised by the predominance of commercial channels, especially TV Markiza, which is continuing its upward trend and has more than a third of the average national audience (a 35.6% market share in 2007 compared with 33.7% in 2006). The figures for TVF Joj have stabilised at 15.5% compared with 15.7% in 2006, while the leading public channel STV1 suffered a new decline from 18.5% in 2006 to 17.6% in 2007.

In 2005, the Central European Media Enterprises (CME) group acquired a 100% stake in TV Markiza, in which it had a minority shareholding of 49%. In January 2007, TV Joj was bought from the Grafobal Group by J&T Media Enterprises. At the same time, the Grafobal Group took control of TA3, which was previously owned by the J&T Finance Group.

About 40% of households have pay-TV, which is distributed to a large extent via analogue cable. Up to 31 December 2007, the main cable operator, UPC, had 265,000 subscribers.

The country's main satellite platform, UPC Direct, only has subscribers in approximately 1.5% of households (26,900 at 31 December 2007) and competes with the platform Digi TV, which is controlled by the Romanian operator RCS/RDS and had about 10,000 subscribers in Slovakia in 2007.

In early 2007, Slovak Telecom (51% controlled by Deutsche Telekom) launched the IPTV service Magio, which offers some 60 television channels and a video on demand service.

The Digital Broadcasting Act was approved on 22 November 2006 by the Slovakian Ministry of Culture. The digital switchover date has been set for 2012. The beginning of the procedure for granting the digital terrestrial television multiplex licences is planned for 2008. Digital terrestrial broadcasting trials have been taking place since 2005.

➔ Rada pre vysielanie a retransmisiu (Council for Broadcasting and Retransmission of the Slovak Republic): <http://www.rada-rtv.sk>

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

Les principales chaînes de télévision ayant une couverture nationale terrestre sont les deux chaînes de l'organisme public STV et les chaînes privées TV Markiza et TVF Joj. En 2008, STV a lancé une troisième chaîne STV3 (Trojka) consacrée au sport. Le paysage compte aussi une chaîne d'information, TA3. Il est marqué par la prépondérance des chaînes commerciales, surtout TV Markiza, qui poursuit son ascension et totalise plus d'un tiers de l'audience moyenne nationale (35,6 % de parts de marché en 2007 contre 33,7 % en 2006). Les résultats de TVF Joj se stabilisent à 15,5 % par rapport à 15,7 % en 2006 tandis que la première chaîne publique STV1 subit un nouveau recul, de 18,5 % en 2006 à 17,6 % en 2007.

Au cours de l'année 2005, le groupe Central European Media Enterprises (CME) a intégralement repris TV Markiza, dans laquelle il détenait une participation minoritaire de 49 %. En janvier 2007, TV Joj a été racheté à Grafobal Group par J&T Media Enterprises. Parallèlement, Grafobal Group a pris le contrôle de TA3, précédemment détenu par J&T Finance Group.

La télévision à péage est présente dans environ 40 % des foyers et est principalement distribuée par câble analogique. Au 31 décembre 2007, le principal câblo-opérateur, UPC, compte 265 000 abonnés.

La principale plate-forme satellitaire du pays, UPC Direct, n'est présente que dans environ 1,5 % des foyers (26 900 abonnés au 31 décembre 2007) et fait face à la concurrence de la plate-forme Digi TV, contrôlée par l'opérateur roumain RCS/RDS, qui compte environ 10 000 abonnés en Slovaquie en 2007.

Début 2007, Slovak Telecom (contrôlé à 51% par Deutsche Telekom) a lancé le service IPTV Magio. Celui-ci propose une soixantaine de chaînes de télévision et un service de vidéo à la demande.

La loi relative à la radiodiffusion numérique a été adoptée le 22 novembre 2006 par le ministère slovaque de la Culture. La date du basculement au numérique a été fixée à 2012. Le début de la procédure d'attribution des licences pour les multiplexes de télévision numérique terrestre est prévu pour 2008. Des expérimentations de radiodiffusion numérique terrestre sont en cours depuis 2005.

➔ Rada pre vysielanie a retransmisiu (Council for Broadcasting and Retransmission of the Slovak Republic): <http://www.rada-rtv.sk>

Aspects juridiques: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Die wichtigsten landesweit zu empfangenden Fernsehsender sind die beiden Programme des öffentlich-rechtlichen Veranstalters STV und die Privatkanäle TV Markiza und TVF Joj. STV hat 2008 mit dem Sportkanal STV3 (Trojka) einen dritten Sender gestartet. Die Fernsehlandschaft, in der es auch einen Informationskanal gibt (TA3), wird von den kommerziellen Anbietern beherrscht, allen voran TV Markiza, der weiter zulegte und auf den mehr als ein Drittel der durchschnittlichen Einschaltquote entfiel (35,6 % Marktanteil 2007 gegenüber 33,7 % 2006). Die Ergebnisse von TVF Joj stabilisierten sich mit 15,5 % (2006: 15,7 %), während das erste öffentlich-rechtliche Programm STV1 erneut Einbußen verzeichnete und von 18,5 % 2006 auf 17,6 % 2007 zurückfiel.

Central European Media Enterprises (CME) hatte bereits eine Minderheitsbeteiligung von 49 % an TV Markiza und übernahm 2005 die völlige Kontrolle über diesen Sender. Im Januar 2007 verkaufte die Grafobal Group TV Joj an J&T Media Enterprises. Gleichzeitig übernahm die Grafobal Group die Kontrolle von TA3, einem Sender, der zuvor der J&T Finance Group gehörte.

Das großenteils im analogen Kabelnetz verbreitete Bezahlfernsehen erreicht etwa 40 % der Haushalte. Am 31. Dezember 2007 hatte der wichtigste Kabelnetzbetreiber, UPC, 265 000 Abonnenten.

Die wichtigste Satelliten-Plattform des Landes, UPC Direct, wird nur von etwa 1,5 % der Haushalte empfangen (26 900 Abonnenten am 31. Dezember 2007) und hat Konkurrenz durch die Plattform Digi TV, die vom rumänischen Betreiber RCS/RDS kontrolliert und in der Slowakischen Republik von etwa 10 000 Abonnenten 2007 empfangen wird.

Anfang 2007 hat Slovak Telecom (zu 51 % unter der Kontrolle der Deutschen Telekom) den IPTV-Dienst Magio gestartet, der etwa 60 Fernsehsender und einen Video-on-Demand-Dienst anbietet.

Am 22. November 2006 verabschiedete das slowakische Kulturministerium das Gesetz über den Digitalrundfunk. Als Termin für die Umstellung auf Digitaltechnik wurde 2012 festgelegt. Das Verfahren zur Lizenzvergabe für die digitalen terrestrischen Multiplexe soll 2008 beginnen. Versuche mit digitalem terrestrischem Rundfunk laufen seit 2005.

➔ Rada pre vysielanie a retransmisiu (Council for Broadcasting and Retransmission of the Slovak Republic): <http://www.rada-rtv.sk>
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin, <http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH)	In thousand
			Pénétration (en % des foyers)	En milliers
			Penetration (in % der Haushalte)	In Tausend
			31.12.2007	31.12.2007
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	–	5 394
Households	Ménages	Haushalte	–	1 952
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	99,3%	1 938
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	49,2%	760
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	0,8%	15
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	22,1%	560
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	12,7%	247
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	1,0%	20
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0,3%	7
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	14,8%	289
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	48%	927
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	21,1%	412
Subscribers to unicast mobile TV	Abonnés aux services Unicast TV	Abonnenten Mobil-TV Unicast	0,5%	10

Packagers	Distributeurs	Anbieter	08.2008
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	21
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	1
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter	0
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	0

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial (national)	Terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)		3	2	5
Cable/Satellite/IPTV channels	Câble/satellite/IPTV	Kabel/Satellit/IPTV		0	11	11
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		0	ca75	ca75
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		0	0	0
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		0	0	0
Total	Total	Gesamt		3	88	91
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		1	2	2

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	08.2008	Terrestrial	Cable UPC Broadband Slovakia	Satellite UPC Broadband Slovakia	IPTV T-Com (Magio)
Generalist - national (incl. dedicated)		4	4	4	4
Generalist - foreign			9	8	10
Adults			3	3	2
Children			4	11	4
Film			7	11	10
Culture/Documentary/Education			8	11	6
Entertainment/TV Fiction			7	16	8
Cultural minorities					
Home shopping					
News/Business				4	3
International channels			5		1
Leisure/travel				1	1
Lifestyle			3	3	1
Music			7	1	4
Parliamentary					
Regional/Local		4	1	1	
Religion					
Sports			6	9	6
Various					

Operating revenues
of principal TV companies
in Slovakia

EUR thousand.

Produit d'exploitation
des principales entreprises
de télévision en Slovaquie

Milliers EUR.

Betriebseinnahmen der
wichtigsten Fernseh-
veranstalter in der Slowakei

In Tausend EUR.

T.1.SK.1

2000-2006

Company Entreprises Unternehmen	Channels Chaînes Dienste	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Slovenská televízia	Jednotka, Dvojka	33 800	39 152	37 187	48 039	60 755	59 943	64 361
Markiza - Slovakia S.R.O.	Markiza TV	35 631	39 369	36 614	39 771	43 335	45 713	53 392
MACTV	J@j TV	-	-	~	~	~	~	~
Panonia Media Productions s.r.o.	TV A	-	-	53	245	~	~	~

➔ OBS

Breakdown of revenues
of Slovenská Televízia

EUR thousand.

Ventilation des recettes
de Slovenská Televízia

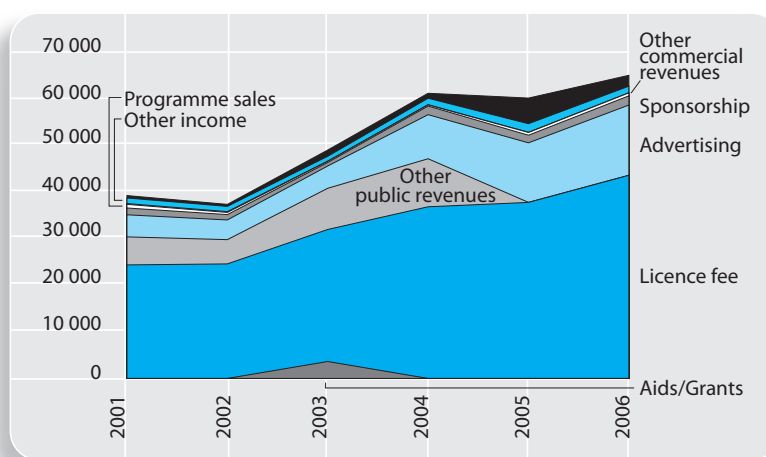
Milliers EUR.

Aufschlüsselung der
Einnahmen von
Slovenská Televízia

In Tausend EUR.

G.1.SK.1

2001-2006



➔ STV

Financial situation
of Slovenská Televízia

In %.

Situation financière
de Slovenská Televízia

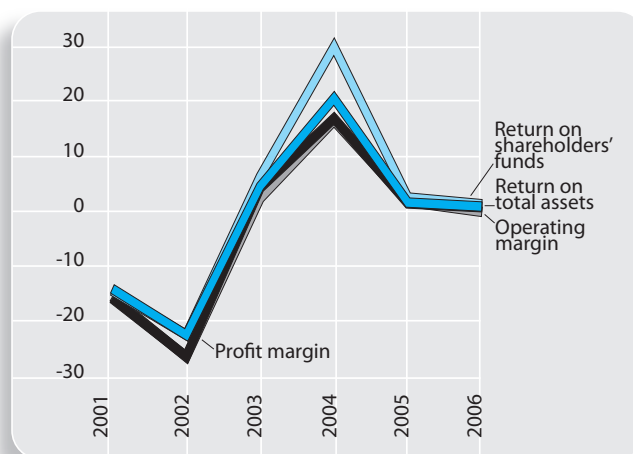
En %.

Wirtschaftliche Lage
von Slovenská Televízia

In %.

G.1.SK.2

2001-2006



➔ STV

Financial situation
of television
companies in Slovakia

EUR thousand.

Situation financière des
entreprises de télévision
en Slovaquie

Milliers EUR.

Finanzielle Lage von
Fernsehunternehmen
in Slowakien

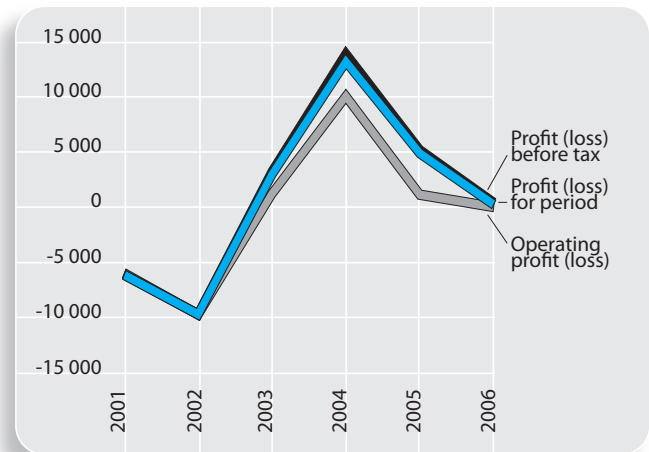
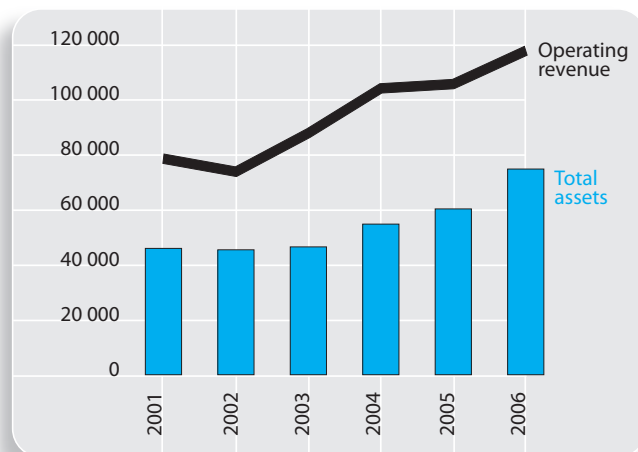
In Tausend EUR.

T.1.SK.2
G.1.SK.3
2003-2006

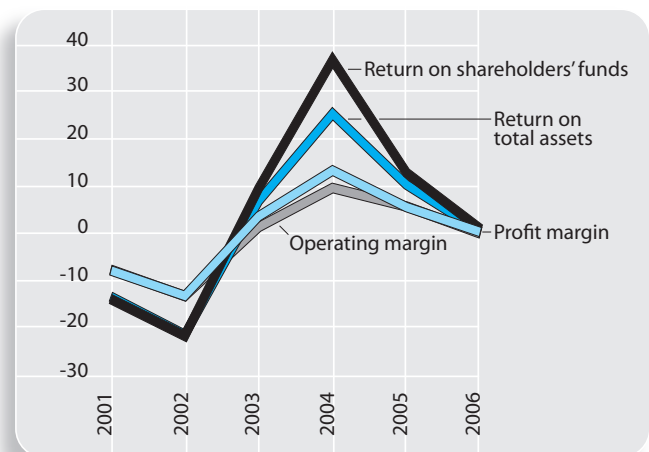
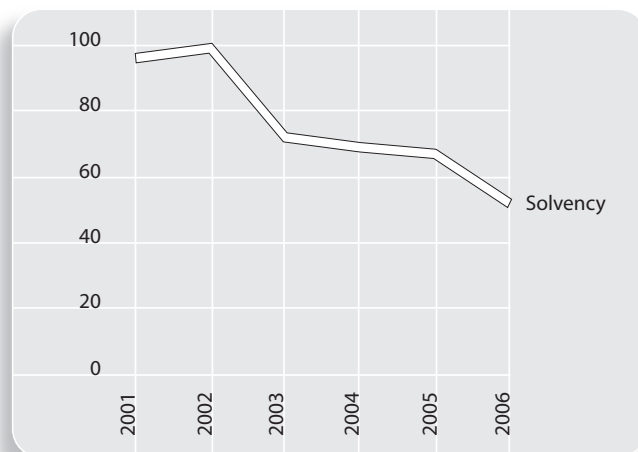
			2003	2004	2005	2006
No. of companies included	Nb. d'entreprises incluses	Anzahl der Unternehmen	2	2	2	2
EUR thousand	Milliers EUR	In Tausend EUR	2003	2004	2005	2006
Total assets	Total des actifs	Bilanz des Aktivvermögens	46 475	54 750	60 279	74 770
Operating revenue	Produit d'exploitation	Betriebserträge	87 810	104 090	105 656	117 753
Operating profit (loss)	Résultat d'exploitation	Betriebsergebnis	1 204	10 056	1 117	4
Profit (loss) before tax	Résultat avant impôt	Ergebnis vor Steuern	3 207	13 911	5 170	383
Profit (loss) for period	Résultat net	Nettoergebnis	2 959	13 204	4 880	225
In %	En %	In %	2003	2004	2005	2006
Solvency	Solvabilité	Liquiditätsmarge	72	69	67	52
Operating margin	Marge d'exploitation	Deckungsbeitrag	1,37	9,66	5,74	0,00
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite	9,6	36,8	12,9	0,98
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne	3,65	13,36	5,61	0,33
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite	6,90	25,41	10,37	0,51

➔ OBS

EUR thousand. Milliers EUR. In Tausend EUR.



In %. En %. In %.



TV audience market share

Parts de marché d'audience TV

Marktanteile der Fernsehdienste

T.1.SK.3
G.1.SK.4

In %, 4 years +.

En %, 4 ans et +.

In %, ab 4 Jahre.

2003-2007

Channels

Daily share

Prime time (19:00-22:00)

Chaînes
Dienste

Ensemble de la journée
Ganztägig

Heures de grande écoute (19h-22h)
Primetime (19-22 Uhr)

	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
Jednotka (STV 1)	18,1	19,9	19,3	18,5	17,6	15,7	23,3	21,3	20,0	18,8
Dvojka (STV 2)	3,7	4,7	5,7	6,2	5,0	4,0	3,4	4,8	5,6	4,4
Nova (CZ)	4,3	-	-	-	-	4,1	-	-	-	-
TV Markiza	45,4	33,7	31,2	33,7	35,6	45,9	35,4	32,9	35,9	39,6
TVF Joj (2)	11,4	13,6	14,7	15,7	15,5	11,3	14,8	16,1	17,0	16,9
TA3	0,7	1,1	1,3	1,6	1,3	1,0	0,7	0,8	1,0	0,9
TV Luna	-	-	-	-	-	~	-	-	-	-
CT (CZ)	-	-	-	-	-	~	-	-	-	-
Czech TV	-	11,2	11,3	10,0	10,0	-	10,3	10,7	9,1	8,4
Hungarian TV	-	8,5	8,1	7,2	6,8	-	7,9	7,7	6,9	6,4
Others	16,4	7,3	8,4	7,1	8,2	18,0	4,3	5,7	4,5	4,6

(1) Before 2005: 12 years and +.
(2) Formerly VTV/TV Global.

(1) Avant 2005 : 12 ans et +.
(2) Auparavant VTV/TV Global.

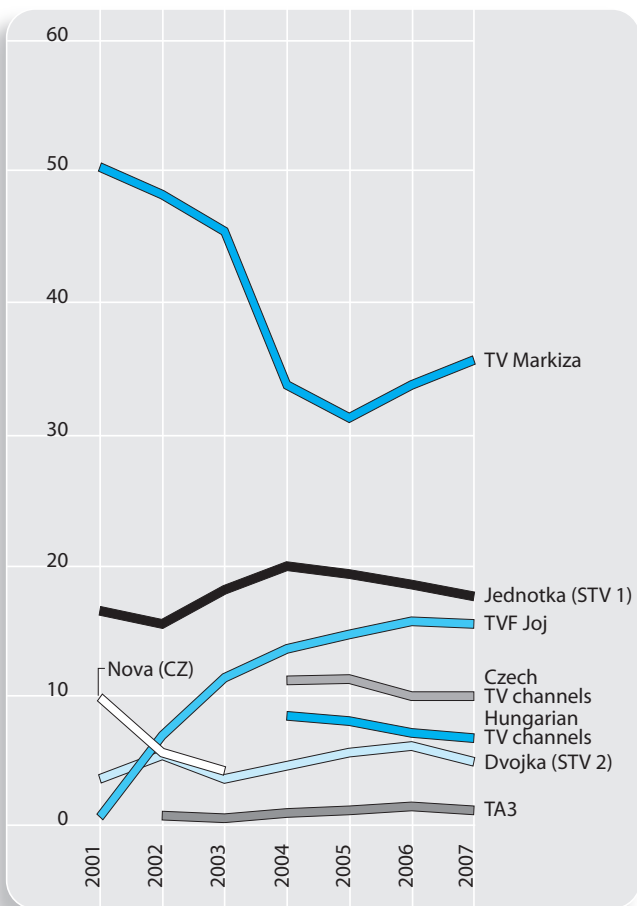
(1) Vor 2005: ab 12 Jahre.
(2) Früher VTV/TV Global.

➤ Eurodata TV Worldwide/
PMT/TNS SK

Daily share.
In %, 12 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 12 ans et +.

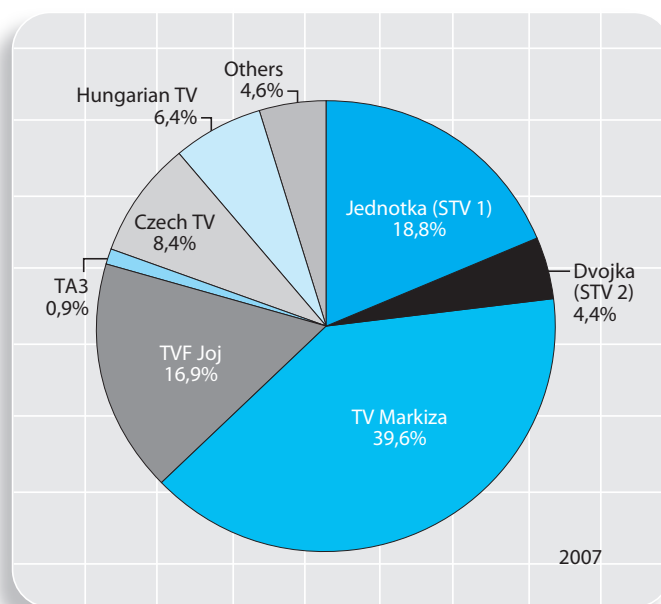
Ganztägig.
In %, ab 12 Jahre.



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

Heures de grande écoute (19h-22h).
En %, 4 ans et +.

Primetime (19-22 Uhr).
In %, ab 4 Jahre.



A “Broadcasting Code of Conduct” consisting of 12 Articles, prepared by the Radyo ve Televizyon Ust Kurulu (Turkish Radio and Television Supreme Council - RTÜK) and the Turkish Television Broadcasters Association, was signed on 3 July 2007 by a great number of Turkish television broadcasting companies. The main idea of this Code of Conduct is to promote a clean and safe broadcasting environment among all the companies in this sector.

On 11 June 2008, Law no. 2954 regulating the principles and procedures regarding the duties, authorities and responsibilities of the Turkish Radio and Television Corporation (TRT), which was founded in 1964 to conduct public broadcasting, was amended. The most notable amendment made was enabling the TRT to broadcast in languages and dialects other than Turkish.

Previously, by a 2002 amendment to Article 4 of Law no. 3984 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and their Broadcasts, both public and private radio and television had already been permitted to conduct broadcasting in different languages and dialects used by Turkish citizens in their daily lives. The detailed rules regarding such broadcasts were laid down by a “Regulation on Radio and Television Broadcasts In Different Languages and Dialects Used Traditionally by Turkish Citizens in their Daily Lives” issued by the Radio and Television Supreme Council (RTUK) on 25 January 2004.

As a result of this regulation, the objective of which was harmonisation with EU legislation, radio and television enterprises which obtained permission from RTUK were given the right to conduct broadcasting in such languages and dialects, provided that certain time limits were not exceeded. These limits were 60 minutes per day and five hours per week for radio stations and 45 minutes per day and four hours per week for television corporations. According to these regulations, TRT has been broadcasting in Zaza, Bosnian, Arabic, Circassian and Kurmanji languages on TRT Radio1 and TRT3 since 2004.

This latest amendment affords TRT the opportunity to extend the period of broadcasts which are made in the languages and dialects mentioned, and furthermore to dedicate a channel for these broadcasts. It has been announced that when the necessary preparations are completed a TRT channel is to be dedicated to broadcasts in different languages and dialects such as Kurdish and Farsi, which are spoken in some regions of Turkey. This channel is to be accessible not only in Turkey but also in other foreign countries and especially in the Middle East.

Un « Code de conduite de la radiodiffusion » comprenant douze articles et élaboré par le RTÜK et l'Association turque des radiodiffuseurs télévisuels a été signé le 3 juillet 2007 par un grand nombre de sociétés de télévision. Ce Code de conduite a pour objectif essentiel de promouvoir un cadre clair et sûr de la radiodiffusion auprès de l'ensemble des entreprises du secteur.

Le 11 juin 2008, la loi n° 2954, qui règle les principes et les procédures relatifs aux obligations, compétences et attributions de la Société turque de radiotélévision (TRT), créée en 1964 pour assurer la radiodiffusion de service public, a été modifiée. La modification la plus importante a été l'autorisation faite à la TRT de diffuser des émissions dans des langues et dialectes autres que le turc.

Une modification précédemment apportée en 2002 à l'article 4 de la loi n° 3984 relative à la création des entreprises de radio et de télévision et à leurs émissions, avait déjà autorisé les stations de radio et les chaînes de télévision à la fois publiques et privées à diffuser des programmes dans des langues et dialectes divers utilisés au quotidien par les citoyens turcs. Les dispositions relatives à ces émissions ont été précisées dans le « Règlement sur la diffusion de programmes de radio et de télévision dans les autres langues et dialectes traditionnellement utilisés par les citoyens turcs dans leur vie quotidienne » élaboré par le Conseil supérieur de la radio et de la télévision (RTUK) le 25 janvier 2004.

Du fait de ce règlement, qui visait à harmoniser le droit turc avec la législation communautaire, les entreprises de radio et de télévision ayant obtenu une autorisation du RTUK ont pu diffuser des programmes dans ces langues et dialectes, à condition toutefois qu'ils n'excèdent pas une certaine durée. Cette durée était de soixante minutes par jour et cinq heures par semaine pour les stations de radio, ainsi que de quatre heures hebdomadaires et quarante-cinq minutes par jour pour les chaînes de télévision. Conformément à ces dispositions, la TRT a été diffusée en zaza, bosniaque, arabe, circassien et kurmanji sur TRT Radio 1 et TRT3 depuis 2004.

Cette dernière modification offre la possibilité à la TRT de prolonger la durée des émissions réalisées dans les langues et dialectes précités, et par ailleurs de consacrer une chaîne à ces émissions. La TRT a annoncé que lorsque les conditions nécessaires seront réunies, une de ses chaînes sera consacrée à la diffusion d'émissions dans d'autres langues et dialectes, comme le kurde ou le farsi, qui sont employés dans certaines régions de Turquie. Cette chaîne ne sera pas uniquement accessible sur le territoire national, mais également dans des pays étrangers et surtout au Moyen-Orient.

Am 3. Juli 2007 wurde von türkischen Rundfunkunternehmen ein zwölf Artikel umfassender „Rundfunk-Verhaltenskodex“ unterzeichnet, der vom *Radyo ve Televizyon Ust Kurulu* (Oberster Radio- und Fernsehrat - RTÜK) und dem Verband der türkischen Fernsehsender ausgearbeitet worden war. Hauptziel dieses Verhaltenskodex ist die Förderung einer sauberen und sicheren Rundfunkumgebung für alle Unternehmen in diesem Sektor.

Am 11. Juni 2008 wurde das Gesetz Nr. 2954 geändert, das 1964 zur Steuerung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verabschiedet wurde und das die Grundsätze und Verfahrensweisen hinsichtlich Pflichten, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten bei der *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu* (Nationale Rundfunk- und Fernsehgesellschaft - TRT) regelt. Die bemerkenswerteste Änderung ist, dass die TRT nun auch Sendungen in anderen Sprachen und Dialekten als Türkisch ausstrahlen darf.

Schon durch eine Änderung im Jahr 2002 an Art. 4 des Gesetzes Nr. 3984 über die Einrichtung von Rundfunkunternehmen und ihre Rundfunkstätigkeit war es öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern gestattet, Rundfunk in den unterschiedlichen Sprachen und Dialekten zu betreiben, die türkische Bürger in ihrem täglichen Leben gebrauchen. Die Details zu solchen Rundfunksendungen regelte eine „Verordnung über Rundfunksendungen in unterschiedlichen Sprachen und Dialekten, die von türkischen Bürgern traditionell im täglichen Leben benutzt werden“. Diese Verordnung wurde am 25. Januar 2004 von der *Radyo ve Televizyon Üst Kurulu* (Hoher Rundfunk- und Fernsehrat - RTÜK) erlassen.

Aufgrund der Verordnung, die auch der Harmonisierung mit dem EU-Recht diente, durften Rundfunkunternehmen, die eine Erlaubnis vom RTÜK bekamen, Rundfunk in den genannten Sprachen und Dialekten betreiben, solange sie sich an bestimmte Zeitgrenzen hielten. Die Grenzen lagen bei 60 Minuten täglich und fünf Stunden wöchentlich für Radiosender sowie bei 45 Minuten täglich und vier Stunden wöchentlich für Fernsehveranstalter. In Einklang mit dieser Regelung sendete die TRT seit 2004 auf ihren Kanälen TRT Radio 1 und TRT 3 in den Sprachen Zazaki, Bosnisch, Arabisch, Tscherkessisch und Kurmandschi.

Die jüngste Änderung ermöglicht der TRT die zeitliche Ausweitung ihrer Rundfunksendungen in den oben genannten Sprachen und Dialekten; sie kann dafür nun sogar einen eigenen Kanal vorsehen. Es hieß, nach Abschluss der nötigen Vorbereitungen werde ein TRT-Kanal der Ausstrahlung in unterschiedlichen Sprachen und Dialekten wie Kurdisch und

In addition to the above, the recent changes made to the TRT Law have amended the central and provincial organisation of TRT, and it has been made possible for TRT to sign contracts, agreements and protocols with radio and television enterprises in Turkey which conduct local, regional and national broadcasting, to sell news and videos and also to buy services from them. Furthermore, from now on TRT will be able to open foreign offices and hire foreign employees on a contractual basis.

In January 2008, ATV-Sabah, one of the main Turkish communications groups, was taken over for USD 1.1 billion by the Calik group. Moreover, in agreement with ROK Entertainment TV the company Mobiltürk launched a mobile television service available to Vodafone subscribers.

On 16 July 2008, the channel Hayat TV was suspended *sine die* at the request of the RTÜK, the channel having been accused of contributing to the broadcasts of Roj TV, a Denmark based television station considered by the Turkish authorities to be a propaganda mouthpiece of the Kurdistan Workers Party (PKK), by providing it with pictures of the Kurdish New Year. It was allowed to resume its transmissions on 6 August after being able to prove that the accusation was unfounded.

➔ RTÜK: www.rtuk.org.tr
Aspects juridiques: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Outre ce qui précède, les récentes modifications apportées à la loi relative à la TRT ont engendré des changements dans son organisation centrale et régionale, ce qui lui a permis de signer des contrats, accords et protocoles avec des entreprises turques de radio et de télévision, qui diffusent à l'échelon local, régional et national, pour la vente d'actualités et de vidéos, ainsi que pour l'acquisition de services auprès de ces entreprises. Par ailleurs, la TRT pourra désormais ouvrir des antennes à l'étranger et engager sur une base contractuelle du personnel étranger.

En janvier 2008, un des principaux groupes de communication turc, ATV-Sabah a été racheté, pour 1,1 milliard USD par le groupe Calik.

En janvier 2008, la société Mobiltürk, en accord avec la société ROK Entertainment TV a lancé un service de télévision vers téléphone mobile accessible aux abonnés Vodafone

Le 16 juillet 2008, la chaîne Hayat TV a été suspendue *sine die* à la demande du Conseil supérieur de l'audiovisuel turc (RTÜK). La chaîne était accusée d'avoir contribué aux émissions de Roj TV – une télévision basée au Danemark et considérée par les autorités turques comme un canal de propagande du Parti des travailleurs du Kurdistan (PKK) - en lui fournissant des images du nouvel an kurde. Elle a été autorisée à reprendre ses émissions le 6 août, après avoir pu prouver que l'accusation n'était pas fondée.

➔ RTÜK: www.rtuk.org.tr
Aspects juridiques: IRIS Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Farsi gewidmet, die in einigen türkischen Regionen verbreitet sind. Der Kanal soll nicht nur in der Türkei, sondern auch im Ausland und vor allem im Nahen Osten zu empfangen sein.

Zusätzlich zum bisher Erwähnten ändert die jüngste Novelle zum TRT-Gesetz die Organisation der TRT auf zentraler wie auf Provinzebene. Auch ist es der TRT nun erlaubt, Verträge, Vereinbarungen und Protokolle mit anderen lokalen, regionalen oder landesweit tätigen Rundfunkunternehmen in der Türkei zu unterzeichnen, um ihnen Videobeiträge und Nachrichtensendungen zu verkaufen oder Leistungen von ihnen einzukaufen. Außerdem kann die TRT von nun an Auslandsbüros aufmachen und ausländisches Personal vertraglich anstellen.

Im Januar 2008 wurde einer der wichtigsten türkischen Kommunikationskonzerne, ATV-Sabah, für 1,1 Mrd. USD von der Calik-Gruppe übernommen. Mobiltürk hat in Abstimmung mit ROK Entertainment TV für Vodafone-Abonnenten einen Handy-TV-Dienst gestartet.

Am 16. Juli 2008 wurde dem Sender Hayat TV auf Weisung der türkischen Medienaufsichtsbehörde RTÜK bis auf weiteres die Ausstrahlung untersagt. Dem Sender wurde vorgeworfen, mit Bildern des kurdischen Neujahrsfestes einen Beitrag zu Programmen von Roj TV geleistet zu haben, einem Fernsehdienst mit Sitz in Dänemark, der von den türkischen Behörden als Propagandakanal der Kurdischen Arbeiterpartei (PKK) angesehen wird. Hayat TV konnte am 6. August wieder auf Sendung gehen, nachdem bewiesen werden konnte, dass die Vorwürfe unbegründet waren.

➔ RTÜK: www.rtuk.org.tr
Rechtliche Aspekte: Iris Merlin,
<http://merlin.obs.coe.int>

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

→ OBS

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	Penetration (in % HH) Pénétration (en % des foyers) Penetration (in % der Haushalte)		In thousand En milliers In Tausend	
			31.12.2006	31.12.2006		
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	-			72 974
Households	Ménages	Haushalte	-			18 000
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	98%			17 640
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Kabelhaushalte	11%			2 016
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	~			~
DTH/SMATV households	Antennes satellite	Satellitendirekttempfang	21%			3 744
Dig. DTH/SMATV households	Réception directe satellite numérique	Dig. Satellitendirekttempfang	~			~
IPTV subscription	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	0%			0
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	0%			0
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	~			~
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	20%			3 654
Broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitbandanschluss	3%			540
Installed 3G telephones	Téléphones 3G installés	Installierte 3G-Telefone	~			~
Packagers	Distributeurs	Anbieter	11.2007			
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber				6
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets				2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter				~
DTT packagers	Ensembleurs TNT	DVB-T-Anbieter				~
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter				~
Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	08.2008	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)	Analogue terrestre (national)	Analog terrestrisch (national)		4	~	~
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels	Câble/satellite/TNT/IPTV	Kabel/Satellit/DVB-T/IPTV		2	84	86
Local/Regional	Locale/Régionale	Lokal/Regional		~	~	~
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/regionale Fenster		-	-	-
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland		1	7	8
Total	Total	Gesamt		7	~	~
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländische Dienste mit Inlands-Zielmarkt		0	13	0

TV audience market share

In main urban areas, in %, 5 years +.

Parts de marché d'audience TV

Dans les principales zones urbaines, en %, 5 ans et +.

Marktanteile der Fernsehdienste

In den größten Städten, in %, ab 5 Jahre.

T.1.TR.1
G.1.TR.1

2003-2007

Channels

Chaînes
Dienste

Daily share

Ensemble de la journée
Ganztägig

Prime time (20:00-23:00)

Heures de grande écoute (20h-23h)
Primetime (20-23 Uhr)

	(1) 2003	2004	2005	2006	2007	(1) 2003	2004	2005	2006	2007
TRT 1	6,8	5,8	5,1	4,2	3,9	5,9	4,7	4,1	3,8	3,5
TRT 2	3,1	1,3	1,2	1,2	1,1	0,8	0,9	0,8	0,7	0,6
Show TV	13,9	17,8	15,8	13,8	11,9	14,7	17,9	16,5	15,2	14,8
Kanal D	16,4	15,7	14,3	13,8	14,2	18,9	16,3	15,2	14,9	17,3
ATV	13,7	12,4	12,1	12,4	10,4	18,1	14,2	14,4	14,5	12,4
Interstar / Star 1	~	6,9	10,3	9,8	9,4	~	7,9	10,6	11,1	10,7
Samanyolu TV	2,6	4,9	5,7	6,2	5,6	2,7	6,8	7,1	7,6	7,0
Kanal 7	4,9	5,7	5,7	6,0	6,5	5,1	6,2	6,1	6,1	5,9
FOX (ex TGRT)	7,6	7,4	7,0	4,6	4,7	7,2	7,9	7,8	4,8	4,6
Kanal 1	~	~	~	2,4	3,3	~	~	~	1,9	2,0
Flash TV	3,1	3,1	3,0	2,3	1,8	2,1	2,9	2,6	1,7	1,6
Kanal 6	~	-	-	-	-	~	-	-	-	-
Starmax	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others Autres Sonstige	28,1	19,0	19,8	23,4	27,1	24,7	14,4	14,8	17,6	19,7

(1) Excludes 27 May-19 July period - total viewing not available.

(1) Période 27 mai-19 juillet exclue - données non disponibles.

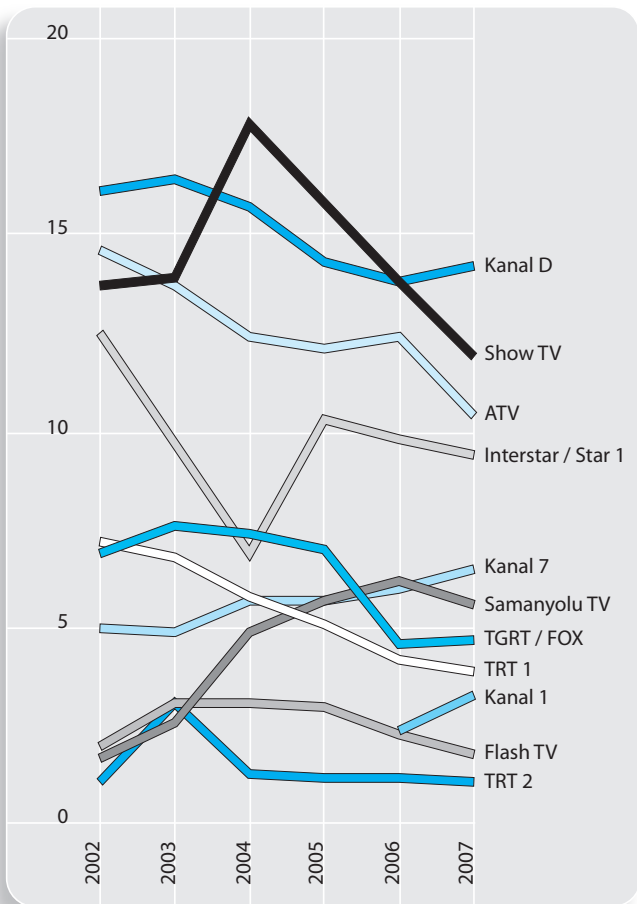
(1) Keine Daten verfügbar zwischen dem 27. Mai und dem 19. Juli.

➔ Eurodata TV Worldwide/AGB NMR TURKEY/TIAK

Daily share.
In %, 5 years +.

Ensemble de la journée.
En %, 5 ans et +.

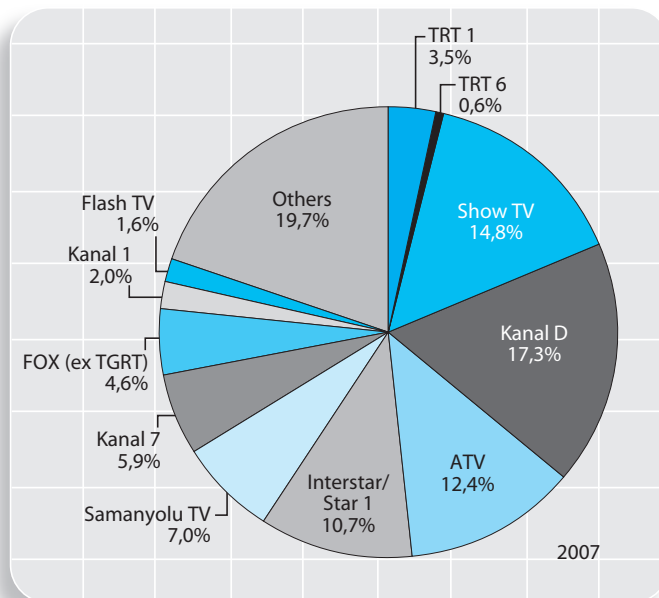
Ganztägig.
In %, ab 5 Jahre.



Prime time (20:00-23:00).
In %, 5 years +.

Heures de grande écoute (20h-23h).
En %, 5 ans et +.

Primetime (20-23 Uhr).
In %, ab 5 Jahre.



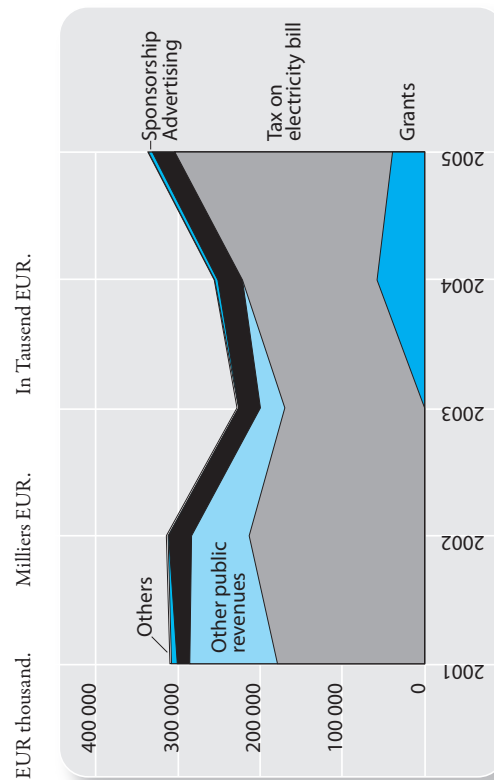
EUR thousand.

In Tausend EUR.

2002-2005

Income	Recettes	Erträge	2002	2003	2004	2005	2002	2003	2004	2005	2005/04
Public funds	Fonds publics	Öffentliche Erträge	285 600	201 200	223 200	306 100	89,9%	86,9%	87,7%	91,5%	37,1%
- Grants	- Dotation	- Subventionen	-	-	58 300	39 300	-	-	22,9%	11,7%	-32,6%
- Tax on electricity bill	- Taxe électricité	- Gebühr	215 000	171 300	164 900	266 800	67,7%	74,0%	64,8%	79,7%	61,8%
- Others	- Autres	- Sonstige	70 600	29 900	0	0	22,2%	12,9%	0,0%	0,0%	-
Commercial revenues	Revenus commerciaux	Kommerzielle Erträge	30 100	28 300	30 700	28 000	9,5%	12,2%	12,1%	8,4%	-8,8%
- Advertising	- Publicité	- Werbung	28 000	26 400	30 100	27 400	8,8%	11,4%	11,8%	8,2%	-9,0%
- Sponsorship	- Parrainage	- Sponsoring	800	400	3 900	5 000	0,3%	0,2%	1,5%	1,5%	28,2%
- Others	- Autres	- Sonstige	2 100	1 900	600	600	0,7%	0,8%	0,2%	0,2%	0,0%
Total	Total	Summe	317 800	231 400	254 500	334 700	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	31,5%

TRT/EBU-UER/OBS



Breakdown by genre of TRT1 and TRT2 programme output

Ventilation par genre des programmes TV de TRT1 et TRT2

Inhaltliche Aufteilung der TRT1- und TRT2-Fernsehprogramme

T.1.TR.3
G.1.TR.3

Hours.

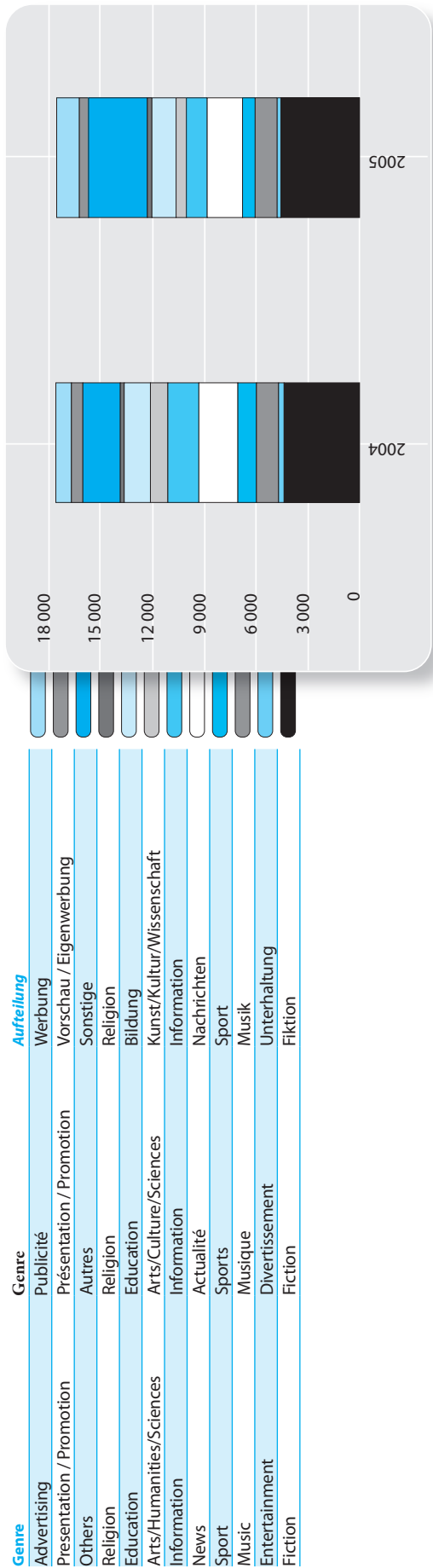
In Stunden.

Heures.

2004-2005

Genre	Total		TRT1	TRT2	Total		Total	2005/04
	2004	2005			2004	2005		
Genre	Aufteilung							
Fiction	4 364	3 504	3 504	1 046	4 550	26,0%	4,3%	
Entertainment	319	212	212	2	214	1,2%	-32,9%	
Music	1 280	441	441	834	1 275	7,3%	-0,4%	
Sport	1 075	355	355	375	730	4,2%	-32,1%	
News	2 256	354	354	1 690	2 044	11,7%	-9,4%	
Information	1 795	494	494	710	1 204	6,9%	-32,9%	
Arts/Humanities/Sciences	1 008	19	19	577	596	3,4%	-40,9%	
Education	1 517	1 198	1 198	199	1 397	8,0%	-7,9%	
Religion	225	219	219	43	262	1,5%	16,4%	
Others	2 165	760	760	2 645	3 405	19,4%	57,3%	
Presentation/Promotion	662	393	393	137	530	3,0%	-19,9%	
Advertising	902	811	811	502	1 313	7,5%	45,6%	
Total	13 497	8 760	8 760	8 760	17 520	100,0%	29,8%	

TRT/UER-EBU



Sources

Sources

Quellen

Contents	Sommaire	Inhalt	
Sources	Sources	Quellen	286
Abbreviations	Abréviations	Abkürzungen	288

Organisations that provided pan-European data for this volume

Organismes ayant fourni des données pan-européennes pour ce volume

Organisationen, die mit gesamteuropäischen Angaben zu diesem Band beigetragen haben

EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU)

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

<http://www.ebu.ch>

UNION EUROPEENNE DE RADIO-TELEVISION (UER)

Service d'information stratégique (SIS)

Le SIS constitue l'unité de recherche de l'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

<http://www.ebu.ch>

EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU)

Strategic Information Service (SIS)

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

<http://www.ebu.ch>

SCREEN DIGEST



Publisher of European audiovisual information and statistics for the past twenty-five years. The main activity of Screen

Digest is to publish a monthly magazine, *Screen Digest*, which contains the latest news and references for further information concerning European and global audiovisual developments, as well as statistics.

Thematic information area: market and economic information from the whole of Europe, especially relating to video, new technologies and multimedia.

<http://www.screendigest.com>

SCREEN DIGEST

Screen Digest édite des informations et des statistiques sur l'audiovisuel depuis 25 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.

<http://www.screendigest.com>

SCREEN DIGEST

Verlag für europäische audiovisuelle Informationen und Statistiken aus den letzten 25 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.

<http://www.screendigest.com>

EURODATA-TV



Eurodata TV is the international data bank for TV programme logs and ratings, based on a partnership with national institutes operating people meter systems throughout the world. Eurodata TV was created in the early 90's by Médiamétrie, which is the operating company of the people meter in France.

Currently, the Eurodata TV data bank includes more than 1200 channels in 73 territories. In each country, Eurodata TV collects the information directly from the official local TV Research Companies that work with the television industry.

The people meter system is the reference tool studying television programming and viewing. The Eurodata TV data bank provides you with all the official information about the broadcast and audience ratings of any TV programme on all the channels measured: title, genre, date, channel, starting time, duration, average audience rating and average market share by target group. All this information is readily available via modem, fax, email in a standardised computer file format.

Eurodata TV clients are broadcasters, TV programme sales and acquisition executives, marketing and strategic planners, sport sponsorship companies, sport federations, legal departments, copyright organisations, etc. The information is used in the areas of production, programming, acquisition and distribution as well as for the control of copyrights on TV. It allows the analysis of TV markets from a strategic, legal or marketing point of view, in order to back up sales argumentation or buying decisions, to identify the success or failure of programmes, etc.

<http://www.eurodatatv.com>

EURODATA-TV

Eurodata TV est la banque de données internationales des diffusions et des audiences des programmes de télévision, fondée sur un accord de partenariat avec les instituts d'études audimétriques à travers le monde. Eurodata TV a été créé au début des années 90 par Médiamétrie, l'opérateur du système audimétrique en France.

Aujourd'hui, Eurodata TV couvre plus de 1 200 chaînes de télévision dans 73 territoires et s'étend régulièrement à tous les pays qui viennent de s'équiper d'un système audimétrique. Dans chaque pays, l'information provient directement de l'institut d'études national mesurant l'audience de la télévision pour les grands acteurs de son marché.

L'audimétrie individuelle est l'outil de référence pour suivre la programmation et mesurer l'audience de la télévision. Eurodata TV vous permet d'obtenir rapidement toute l'information officielle concernant la diffusion et les audiences de tout programme sur les chaînes mesurées : titre de diffusion, date, chaîne, heure de début, durée, genre, taux d'audience et part d'audience moyenne en % pour chaque cible standard disponible pays par pays. Ces informations sont disponibles dans un format standardisé par modem, fax ou e-mail.

Les clients d'Eurodata-TV sont les diffuseurs, les producteurs, les vendeurs et acheteurs de programmes télévisés, les directions de la stratégie et des développements, les sponsors d'événements sportifs, les fédérations sportives, les départements juridiques d'entreprises audiovisuelles, les organisations de gestion de droits, les agences, les centrales d'achat d'espaces, ... Les informations sont utilisées dans le domaine de la production, de la programmation, des acquisitions et de la distribution. Elles permettent d'étudier les marchés télévisuels d'un point de vue stratégique, légal ou marketing afin de disposer d'arguments d'aide à la décision mais aussi de détecter des programmes ayant connu le succès ou au contraire un échec.

<http://www.eurodatatv.com>

EURODATA-TV

Eurodata TV ist die internationale Datenbank mit sendungsbezogenen Daten und Einschaltquoten von Fernsehprogrammen, die auf der Grundlage einer weltweiten Partnerschaft mit den nationalen Fernsehforschungsinstituten ermittelt werden. Eurodata TV wurde Anfang der 90er-Jahre von Médiamétrie, dem französischen Fernsehforschungsinstitut, gegründet.

Heute wertet Eurodata TV über 1 200 Fernsehsender in 73 Ländern aus und erweitert sein Erfassungsgebiet regelmäßig auf diejenigen Länder, die ein Fernsehforschungssystem einrichten. Die Informationen stammen in jedem Land direkt vom nationalen Fernsehforschungsinstitut, das für die wichtigen Akteure auf dem Heimatmarkt die TV-Einschaltquoten ermittelt.

Die Messung der individuellen Sehbeteiligung ist das Referenzwerkzeug bei der Untersuchung der Fernsehprogrammierung und -einschaltquoten. Eurodata TV bietet zeitnah sämtliche offiziellen Informationen über Ausstrahlung und Einschaltquoten jedes einzelnen Programms auf den erfassten Sendern: Sendetitel, Datum, Kanal, Anfangszeit, Dauer, Genre, Sehbeteiligung und durchschnittlicher prozentualer Marktanteil für jede Standardzielgruppe in den einzelnen Ländern. Diese Informationen sind in einem einheitlichen Format per Modem, Fax oder E-Mail erhältlich.

Kunden von Eurodata TV sind Sendeanstalten, Produzenten, Käufer und Verkäufer von Fernsehprogrammen, Planungs- und Entwicklungsabteilungen, Sponsoren von Sportevents, Sportverbände, Rechtsabteilungen von audiovisuellen Unternehmen, Verwertungsgesellschaften, Agenturen, Zentralen zum Einkauf von Werbeflächen usw. Die Informationen finden Verwendung in den Bereichen Produktion, Programmplanung sowie Einkauf und Vertrieb. Sie bilden die Grundlage zur Analyse der Fernsehmärkte aus Sicht der Strategen, Juristen oder Marketingexperten, liefern Argumente für Entscheidungsträger und zeigen auf, welche Programme erfolgreich waren und welche nicht.

<http://www.eurodatatv.com>

Abbreviations
used in this volumeListe des abréviations
utilisées dans l'annuaireIn 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
DTH	direct-to-home	réception directe par satellite	direct-to-home
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
e	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)
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	regionale oder lokale Fernsehunternehmen
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

Film, television and video in Europe

YEARBOOK 2008

The three-volume European Audiovisual Observatory Yearbook offers a comprehensive overview of the audiovisual sector in the Observatory's 36 member states.

Data from more than 1,000 different sources are collected and analysed, and information is presented in over 500 graphs and tables. The result is a unique overview of Europe's audiovisual markets in film, television and video.

The impartiality of the data presented is guaranteed by the Observatory's status as a pan-European public body.

The three volumes of the Yearbook constitute an outstanding source for all those involved in the audiovisual sector, whether policy makers, professionals or academics.

Film, télévision et vidéo en Europe

ANNUAIRE 2008

L'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel présente en trois volumes une analyse complète du secteur audiovisuel (cinéma, télévision et vidéo) dans ses 36 Etats membres.

La préparation et l'exploitation de données issues de plus de mille sources différentes et la présentation des résultats en plus de cinq cents graphiques et tableaux donnent une vue d'ensemble unique du marché en Europe.

Le statut d'organisme de service public paneuropéen garantit l'impartialité de ces données.

Le présent Annuaire en trois volumes constitue de ce fait une remarquable source d'information pour les professionnels, les décideurs et les scientifiques.

Film, Fernsehen und Video in Europa

JAHRBUCH 2008

Das Jahrbuch der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle gibt für ihre 36 Mitgliedstaaten in drei Bänden einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des audiovisuellen Sektors in den Bereichen Film, Fernsehen und Video.

Die Aufbereitung und Auswertung von mehr als 1000 Einzelquellen und die Darstellung der Ergebnisse in über 500 Graphiken und Tabellen verschaffen in Europa einen einmaligen Marktüberblick.

Die Neutralität der Darstellung wird durch den öffentlich-rechtlichen Status der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle garantiert.

Damit bietet das vorliegende Jahrbuch mit seinen drei Bänden eine hervorragende Informationsquelle für alle Zielgruppen in der Politik, in der Industrie und in der Wissenschaft.

2008

1

European Audiovisual Observatory – Observatoire européen de l'audiovisuel – Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



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

YEARBOOK • ANNUAIRE • JAHRBUCH

VOLUME
BAND

1

Television in 36 European States

La télévision dans
36 Etats européens

Fernsehen in 36 europäischen
Staaten

2008

1

VOLUME
BAND

Television in 36 European States

La télévision dans 36 Etats européens

Fernsehen in 36 europäischen Staaten

127 € 288 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6467-4

2

VOLUME
BAND

Trends in European television

Les tendances de la télévision européenne

Trends im europäischen Fernsehen

127 € 224 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6468-1

3

VOLUME
BAND

Film and home video

Cinéma et vidéo

Film und Video

91 € 128 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6469-8

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/



COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, Yearbook 2008. Film, Television and Video in Europe, 2008 Edition, Vol. 1, "Television in 36 European States", European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2008.

OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL, Annuaire 2008. Cinéma, télévision et vidéo en Europe, Edition 2008, Vol. 1, "La télévision dans 36 Etats européens", Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2008.

EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE, Jahrbuch 2008. Film, Fernsehen und Video in Europa, 2008, Bd 1, Fernsehen in 36 europäischen Staaten, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2008.

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 "Informations 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**

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

Pedro Brauman (RTP, PT), Miguel Angel Fontan (SOFRES A.M., ES), Eva Harrie (NORDICOM, SE), Constantinos Papavasiliopoulos, (IOM, GR), Halina Rostek (KKRiT, PL) Vlasta Rostokova (RRTV, CZ), Sauri Tuomo (Statistics Finland, FI) 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.

MAVISE Project of the DG Communication of the European Commission (Julie Ruff, Florence Hartmann, Deirdre Kevin, European Audiovisual Observatory)

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, Tél. : +33 (0)3 88 14 44 11)

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

Caroline Calmet, France Courrèges, Michael Finn, Bernard Ludewig, Tama Moiser, Marco Polo, Ralf Pflieger, Sonja Schmidt, Anne-Lise Weidmann

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

Alison Hindhaugh (alison.hindhaugh@coe.int, Tél. : +33 (0)3 88 14 44 10)

Marketing Promotion **Marketing**

Markus Booms (markus.booms@coe.int, Tél. : +33 (0)3 88 14 44 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 88 14 44 00

Fax : +33 (0)3 88 14 44 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 Via 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

© 2008 European Audiovisual Observatory Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Strasbourg

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

ISBN : 978-92-871-6467-4

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 reproductions of tables or graphs sourced with "► 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 "► 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 "► OBS" gekennzeichnet sind, gestatten kann. Alle anderen Einträge können nur im Einverständnis mit der Originalquelle reproduziert werden.

Members of the European Audiovisual Observatory

AL	Albania	Albanie	Albanien
AT	Austria	Autriche	Österreich
BE	Belgium	Belgique	Belgien
BG	Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien
CH	Switzerland	Suisse	Schweiz
CY	Cyprus	Chypre	Zypern
CZ	Czech Republic	République Tchèque	Tschechische Republik
DE	Germany	Allemagne	Deutschland
DK	Denmark	Danemark	Dänemark
EE	Estonia	Estonie	Estland
ES	Spain	Espagne	Espanien
FI	Finland	Finlande	Finnland
FR	France	France	Frankreich
GB	United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich
GR	Greece	Grèce	Griechenland
HR	Croatia	Croatie	Kroatien
HU	Hungary	Hongrie	Ungarn
IE	Ireland	Irlande	Irland
IS	Iceland	Islande	Island
IT	Italy	Italie	Italien
LI	Liechtenstein	Principauté du Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein
LT	Lithuania	Lituanie	Litauen
LU	Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg
LV	Latvia	Lettonie	Lettland
MK	"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"
MT	Malta	Malte	Malta
NL	Netherlands	Pays-Bas	Niederlande
NO	Norway	Norvège	Norwegen
PL	Poland	Pologne	Polen
PT	Portugal	Portugal	Portugal
RO	Romania	Roumanie	Rumänien
RU	Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation
SE	Sweden	Suède	Schweden
SI	Slovenia	Slovénie	Slowenien
SK	Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik
TR	Turkey	Turquie	Türkei

EUR 15	European Community prior to 1 May 2004	Communauté européenne avant le 1 ^{er} mai 2004	Europäische Gemeinschaft vor dem 1. Mai 2004
---------------	--	---	--

European States non-members of the European Audiovisual Observatory

BA	Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien-Herzegowina
BY	Belarus	Bielorussie	Weißrussland
MD	Moldova	Moldavie	Moldawien
UA	Ukraine	Ukraine	Ukraine

Non-European States

DZ	Algeria	Algérie	Algerien
EG	Egypt	Egypte	Ägypten
IL	Israel	Israël	Israel
JO	Jordan	Jordanie	Jordanien
JP	Japan	Japon	Japan
LB	Lebanon	Liban	Libanon
MA	Morocco	Maroc	Marokko
SA	Saudi Arabia	Arabie Saoudite	Saudi-Arabien
SY	Syrian Arabic Republic	République arabe de Syrie	Arabische Republik Syrien
TN	Tunisia	Tunisie	Tunesien
US	United States of America	Etats-Unis d'Amérique	Vereinigte Staaten von Amerika

Membres de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

Mitglieder der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

Etats européens non-membres de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Staaten, die nicht Mitglied der Informationsstelle sind

Etats non-européens

Nicht-europäische Staaten