



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*

2009

PDF VERSION



COUNCIL
OF EUROPE

CONSEIL
DE L'EUROPE

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, Yearbook 2009. Film, Television and Video in Europe, 2009 Edition, Vol. 1, "Television in 36 European States", European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2009.

OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL, Annuaire 2009. Cinéma, télévision et vidéo en Europe, Edition 2009, Vol. 1, "La télévision dans 36 Etats européens", Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2009.

EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE, Jahrbuch 2009. Film, Fernsehen und Video in Europa, 2009, Bd 1, Fernsehen in 36 europäischen Staaten, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2009.

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

Wolfgang Closs

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

Dr. André Lange (andre.lange@coe.int)

Head of the Department "Information on Markets and Financing"

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

Leiter der Abteilung „Informationen über Märkte und Finanzierungen“

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

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

BUREAU VAN DIJK ELECTRONIC PUBLISHING (Vincent Leray, 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, Guy Bisson, Ben Keen).

Pedro Brauman (RTP, PT), Miguel Angel Fontan (SOFRES A.M., ES), Ragnar Karlsson (Statistics Iceland), Eva Harrie (NORDICOM, SE), Constantinos Papavasilopoulos (IOM, GR) and all our correspondents within television companies.

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

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

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

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

Véronique Campillo, France Courrèges, Michael Finn, Paul Green, Bernard Ludewig, Ralf Pflieger, Sonja Schmidt.

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

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

Marketing Promotion **Marketing**

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

Publisher Editeur **Verlag**

European Audiovisual Observatory

Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76, allée de la Robertsau F-67000 STRASBOURG

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

Tél. : +33 (0)3 90 21 60 00

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

obs@obs.coe.int

Exclusive distribution for Distribution exclusive pour **Exklusiver Vertrieb für**

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

NOMOS VERLAGSGESELLSCHAFT

D - 76 520 BADEN-BADEN

DEUTSCHLAND

Fax: +49 (0) 7221 21 04 27

<http://www.nomos.de>

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

CINEinforme y TELEinforme

Ediciones Exportfilm, S.L.

Gran 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

© 2009 European Audiovisual Observatory Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Strasbourg

Printed in France Imprimé en France Gedruckt in Frankreich

ISBN : 978-92-871-6812-2 (PDF VERSION)

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

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

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



The first volume of this 15th edition of the Yearbook of the European Audiovisual Observatory is being published at the end of a year which has seen the audiovisual sector faced with a major global economic crisis. It is clearly too early to sketch a full statistical picture of the impact of this crisis on television, cinema, the video market and the emerging field of on-demand audiovisual services.

Four strong trends appear to be emerging across Europe:

- a troubled advertising market, which has considerably weakened television companies financed by advertising, with an inevitable impact on production companies;
- steady consumer spending levels: even though free video via the internet has grown significantly thanks to the success of video-sharing sites and persistent piracy, cinema ticket sales are holding up and are even higher than in 2008; expenditure on subscriptions to pay-TV packages rose substantially in 2008 and appears to be at the same level in 2009, and even higher in some countries. The video market is fluctuating, depending on the country, but, supported by the growth of Blu-ray, is not collapsing;
- the takeoff, at varying speeds from one country to another, but palpable in most, of new distribution platforms for audiovisual services (digital terrestrial television, IPTV, mobile television), which is stimulating competition in a market previously dominated by cable operators and distributors of satellite packages;
- the rapid multiplication of the number of on-demand audiovisual services and the gradual adoption of this type of service by consumers.

In order to explain these developments more clearly, we have made a few changes to the content of volume 1 of the Yearbook.

Le premier volume de cette 15^{ème} édition de l'Annuaire de l'Observatoire européen de l'audiovisuel paraît au terme d'une année qui aura vu le secteur audiovisuel confronté à une crise économique mondiale majeure. Il est évidemment trop tôt pour tracer un portrait statistique complet de l'impact de cette crise sur la télévision, le cinéma, le marché vidéo et sur le domaine émergent des services audiovisuels à la demande.

Quatre tendances fortes paraissent émerger dans l'ensemble de l'Europe :

- la crise du marché publicitaire, qui a affaibli considérablement les entreprises de télévision financées par la publicité, avec une conséquence inévitable sur les entreprises de production ;
- la bonne tenue des dépenses des consommateurs : malgré le fait que la vidéo gratuite sur internet se soit fortement développée, grâce au succès des sites de partage vidéo et au piratage persistant, la fréquentation des salles de cinéma se maintient et même augmente par rapport à 2008 ; les dépenses en abonnement aux bouquets de chaînes à péage ont augmenté significativement en 2008 et paraissent se maintenir en 2009, voire renforcées dans certains pays. Le marché de la vidéo fluctue suivant les pays, mais, soutenu par la croissance du Blu-ray, ne s'effondre pas ;
- le décollage, à des rythmes divers suivant les pays, mais palpable dans la plupart d'entre eux, des nouvelles plates-formes de distribution des services audiovisuels (télévision numérique terrestre, IPTV, télévision vers les téléphones mobiles), qui vient stimuler la concurrence sur un marché que dominaient jusqu'ici les câblo-opérateurs et les distributeurs de bouquets satellitaires ;
- la multiplication rapide du nombre de services audiovisuels à la demande et l'adoption progressive de ce type de services par les consommateurs.

Pour mieux rendre compte de ces évolutions, nous avons procédé à quelques modifications dans le contenu du volume 1 de l'Annuaire.

Nous proposons de nouveaux tableaux et graphiques permettant de mieux percevoir l'organisation des marchés nationaux :

- l'évolution des équipements des ménages en matière de réception (câble, satellite, numérique terrestre, IPTV) et des dépenses des ménages en matière de télévision à péage font l'objet de graphiques nouveaux, établis avec la collaboration de Screen Digest et, le cas échéant, des sources nationales disponibles ;

Der erste Band dieser 15. Ausgabe des *Jahrbuchs* der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle erscheint zum Ende eines Jahres, in dem auch der audiovisuelle Sektor mit einer weltweiten Wirtschaftskrise zu kämpfen hatte. Natürlich ist es noch zu früh, um ein vollständiges statistisches Bild der Auswirkungen dieser Krise auf das Fernsehen, das Kino, den Videomarkt und den noch jungen Bereich der audiovisuellen On-Demand-Dienste zu zeichnen.

Aber es gibt vier deutliche Trends, die sich in ganz Europa abzeichnen:

- die Krise des Werbemarkts hat zu einer deutlichen Schwächung der werbefinanzierten Fernsehsender geführt und belastet somit unweigerlich auch die Produktionsfirmen;
- die Verbraucher zeigen sich nach wie vor ausgabenfreudig: Trotz der rasanten Entwicklung von kostenlosen Videoangeboten im Internet, die im Wesentlichen auf den Erfolg von Videoportalen und anhaltende Piraterie zurückzuführen ist, ist die Zahl der Kinobesucher im Vergleich zu 2008 konstant geblieben und mitunter auch gestiegen; die Ausgaben für Abonnements von Pay-TV-Paketen sind 2008 deutlich gestiegen und scheinen 2009 diesen Stand halten und in einigen Ländern sogar ausbauen zu können. Der Videomarkt entwickelt sich uneinheitlich, bricht aber dank des Wachstums der Blu-Ray-Disc nirgendwo ein;
- die je nach Land mehr oder weniger dynamische, aber dennoch fast überall deutlich feststellbare Entwicklung der neuen Plattformen für audiovisuelle Dienste (DVB-T, IPTV, Handy-TV) führt zu einer Belebung des Wettbewerbs auf einem Markt, der bislang von Kabelnetzbetreibern und Satelliten-TV-Anbietern beherrscht wurde;
- die Anzahl der audiovisuellen On-Demand-Dienste steigt rapide an und sie werden zunehmend vom Verbraucher angenommen.

Um diese Entwicklungen besser darstellen zu können, haben wir an Band 1 des *Jahrbuchs* einige inhaltliche Änderungen vorgenommen.

Es gibt neue Tabellen und Grafiken, die einen besseren Überblick über die Struktur der nationalen Märkte vermitteln:

- Die Entwicklung der Haushaltsausstattung mit Empfangsgeräten (Kabel, Satellit, DVB-T, IPTV) und der Haushaltsausgaben für Pay-TV-Angebote ist Gegenstand neuer Grafiken, die in Zusammenarbeit mit Screen Digest und

We have provided new tables and graphs which show the organisation of national markets more clearly:

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

On the other hand, the summaries of the financial situation of television companies and the pages describing the main channels' programming by genre have been omitted.

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

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

I would like to thank our various suppliers of data at pan-European level (Bureau van Dijk Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata-TV Worldwide, Screen Digest, le S.I.S. de l'UER-EBU, WARC) et les nombreux

- les plates-formes de distribution sont présentées de manière plus systématique : nombre de chaînes offertes par genre, nombre d'abonné, produit opérationnel ;
- les principales sources de financement du système national de radio-télévision (financement public, investissements publicitaires télévision et radio, dépenses en télévision à péage) sont présentées, illustrant la grande diversité des situations nationales ;

En revanche, les synthèses sur la situation financière des entreprises de télévision et les pages présentant la programmation par genre des principales chaînes ont été supprimées.

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

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

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

den ggf. verfügbaren nationalen Quellen erstellt wurden;

- die Distributionsplattformen werden in einer systematischeren Weise dargestellt: Anzahl Kanäle pro Genre, Anzahl Abonnenten, Betriebsergebnis;
- zur Veranschaulichung der breiten Vielfalt auf nationaler Ebene werden die Hauptfinanzierungsquellen der nationalen Rundfunksysteme (öffentliche Finanzierung, Investitionen in Radio- und Fernsehwerbung, Ausgaben für Pay-TV) dargestellt;

Dagegen wurden die Übersichten der finanziellen Lage der Fernsehunternehmen sowie die Übersichten der Programmgestaltung pro Genre der wichtigsten Sender abgeschafft.

Wir hoffen, dass die Leser diese Veränderungen begrüßen werden. Wir müssen darauf hinweisen, dass die neuen von uns veröffentlichten Zahlen zum Teil auf Schätzungen beruhen. In den meisten unserer Mitgliedstaaten wurden die statistischen Erhebungsverfahren noch nicht vollständig an die jüngsten Entwicklungen des Marktes angepasst. So ist die europaweite Harmonisierung der statistischen Indikatoren in der Regel noch nicht gegeben. Zudem – und das ist die Hauptschwierigkeit – haben die Unternehmen in diesem Sektor weder alle die gleiche Vorstellung von Transparenz, um es vorsichtig auszudrücken, noch unterliegen sie diesbezüglich den gleichen Vorschriften. Für eine Reihe von Unternehmen gibt es keine Aufschlüsselung der Einnahmen nach Geschäftsbereich: keine Unterscheidung zwischen Sonderbetriebseinnahmen und Distributionseinnahmen; keine Ausweisung der Einnahmen aus der Verbreitung von audiovisuellen Diensten für Triple- oder Quadruple-Play-Anbieter. Darüber hinaus zeigen einige Betreiber wenig Bereitschaft zur Offenlegung ihrer Abonnentenzahlen oder Aufschlüsselung ihrer Abonnenten nach Plattform.

So ist Modellierung nicht selten die einzige Möglichkeit für eine sinnvolle Darstellung von Daten, die nicht separat aufgezeichnet werden, aber dennoch zum Verständnis eines nationalen Marktes beitragen können. Wir haben uns in dieser Frage entschlossen, unsere Zusammenarbeit mit der Firma Screen Digest zu verstärken, die in der Entwicklung vernünftiger harmonisierter Daten offenbar ein hohes Maß an Sorgfalt beweist.

Mein Dank gilt an dieser Stelle unseren verschiedenen Partnern, die uns Daten aus ganz Europa liefern (Bureau van Dijk

the EBU SIS, WARC) and the numerous correspondents within national public bodies or companies who have helped us to prepare the first volume of this Yearbook.

Finally, in order to make it possible to display this new data on the pages of the Yearbook, we decided, with the agreement of the Observatory's Executive Council, to present the tables and graphs in English only. French- and German-speaking readers will find translations of the main indicators used at the end of the volume.

André Lange

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

November 2009.

correspondants au sein des organismes publics nationaux ou au sein des entreprises qui nous ont aidés dans la réalisation du premier volume de cet Annuaire.

Enfin, en vue de rendre possible le déploiement sur les pages de l'Annuaire de ces nouvelles données, nous avons décidé, avec l'accord du Conseil exécutif de l'Observatoire, de ne plus présenter les tableaux et graphiques qu'en anglais. Les lecteurs francophones et germanophones trouveront en fin de volume la traduction des principaux indicateurs utilisés.

André Lange

Responsable du département
« Information sur les marchés et les
financements »

Observatoire européen de l'audiovisuel

Novembre 2009.

Electronic Publishing, Médiamétrie/Eurodata-TV Worldwide, Screen Digest, der SIS der UER/EBU, WARC) sowie den zahllosen Korrespondenten in nationalen öffentlichen Einrichtungen oder auch in Unternehmen, die uns bei der Erstellung des ersten Bandes dieses *Jahrbuchs* unterstützt haben.

Um diese neuen Daten überhaupt im *Jahrbuch* unterbringen zu können, haben wir uns mit dem Einverständnis des Exekutivrates der Informationsstelle entschlossen, die Tabelle und Grafiken nur noch in englischer Sprache zu veröffentlichen. Für die französisch- und deutschsprachigen Leser gibt es am Ende des Bandes eine Übersetzung der wichtigsten Indikatoren.

André Lange

Leiter der Abteilung
„Markt- und Finanzierungsinformationen“
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle.

November 2009.

This IRIS Special focuses on issues relating to the transposition of the Audiovisual Media Services Directive into national law. In particular, it discusses the importance of this task for general concepts and key definitions contained in the Directive. On the basis of these concepts, it looks at practical issues and possible solutions that are emerging in the transposition arrangements of the various EU member states. Finally, it examines a number of subsidiary regulatory and monitoring issues.

In this discussion, it becomes clear on the one hand how big the differences in the transposition of the Directive from one state to another are and to what extent the different legal traditions of individual states have an impact. Numerous examples make it clear that the, in some cases, broadly defined concepts and targets of the Directive leave room for different national solutions, especially in the case of non-linear services. On the other hand, attention is also drawn to the fact that the current regulatory culture in some EU member states will change since a number of the Directive's provisions will result in the lasting adaptation and simplification of their legislation.

A discussion of the aims of the Audiovisual Media Services Directive and the interests involved, taking as examples:

- The promotion of cultural diversity
- Protection against hate speech and other unacceptable content
- Protection for underage users in particular
- The limits to advertising
- Product placement
- The right to short reporting

The challenges of transposing the Directive into national law:

- Intelligibility, acceptance, manageability of the solutions chosen
- Incorporation into existing media law of the concepts set out
- Drawing a distinction between linear and non-linear services
 - Definition of editorial responsibility
 - Co-regulation – for what areas and how is it organised?
 - Rights of citizens and the industry to be heard or have a say in matters
- Monitoring of compliance with the law
- The roles of the regulatory authorities
- Responsibility for ensuring the implementation of, and compliance with, the rules in individual cases

Ready, Set ... Go?

The Audiovisual Media Services Directive

Published by the European Audiovisual Observatory
Strasbourg 2009, 131 pages - ISBN 978-92-871-6665-4 - 89 EUR

Available in English, French and German

For further information, consult <http://www.obs.coe.int/avmsd>

Order online at <http://www.coe.int/about/order>
or by Email: orders-obs@coe.int, by fax: +33 3 90 21 60 19



Country by country reports

Les paysages
télévisuels,
pays par pays

Länderberichte

Country	Pays	Land		
Albania	Albanie	Albanien	9	AL
Austria	Autriche	Österreich	11	AT
Belgium	Belgique	Belgien	18	BE
Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien	29	BG
Switzerland	Suisse	Schweiz	34	CH
Cyprus	Chypre	Zypern	43	CY
Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik	47	CZ
Germany	Allemagne	Deutschland	54	DE
Denmark	Danemark	Dänemark	67	DK
Estonia	Estonie	Estland	75	EE
Spain	Espagne	Spanien	81	ES
Finland	Finlande	Finnland	91	FI
France	France	Frankreich	99	FR
United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich	114	GB
Greece	Grèce	Griechenland	129	GR
Croatia	Croatie	Kroatien	136	HR
Hungary	Hongrie	Ungarn	142	HU
Ireland	Irlande	Irland	149	IE
Iceland	Islande	Island	156	IS
Italy	Italie	Italien	162	IT
Lithuania	Lituanie	Litauen	173	LT
Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg	178	LU
Latvia	Lettonie	Lettland	185	LV
"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"	190	MK
Malta	Malte	Malta	192	MT
Netherlands	Pays-Bas	Niederlande	196	NL
Norway	Norvège	Norwegen	203	NO
Poland	Pologne	Polen	210	PL
Portugal	Portugal	Portugal	218	PT
Romania	Roumanie	Rumänien	225	RO
Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation	232	RU
Sweden	Suède	Schweden	238	SE
Slovenia	Slovénie	Slowenien	245	SI
Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik	251	SK
Turkey	Turquie	Türkei	256	TR

Basic figures

Population and equipment	31.12.07	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	3 170	INSTAT
Households		–	742	–
TV households		94,5%	701	Albanian Media Monitoring Center
Cable TV households		5,4%	40	–
Digital cable TV households		~	~	–
DTH/SMATV households		12,1%	90	SES Astra
DTH/SMATVdigital households		~	~	–
IPTV subscriptions		0,0%	0	–
Installed DVB-T receivers		13,5%	100	–
Total digital TV households		25,0%	186	–
Households with PC		4,8%	35	–

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

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)		1	3	4
DTT/Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	54	55
Regional/local		0	73	73
Regional/local windows		3	0	3
Channels targeting foreign markets		1	0	1
Total		6	130	136
<i>Foreign channels targeting the country</i>		<i>0</i>	<i>1</i>	<i>1</i>

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

Source: European Audiovisual Observatory

The Austrian television landscape is still dominated by the public service broadcaster ORF. It has gradually been losing market share since the introduction of private television and competition from other channels. However, its two channels, ORF1 and ORF2, achieved a combined average market share of 40.9% in 2008 (down 6% since 2006), with ORF2 still the most watched channel, attracting 24.1% of viewers on average (down 2.1% since 2006).

German channels have always played an important role in the Austrian market. The main German private channels have Austrian versions, and German private channels have a combined audience share of 27.9% (the most important of these being RTL Austria, Sat.1 Österreich and ProSieben Austria). Almost 10% audience share goes to German public service channels. Partly due to this variety in the market, Austria was late in launching private television with the channel ATV in 2003. It currently has an audience share of 3%. Two more private channels have recently been launched: Austria 9 TV, (Burda Verlag) in 2007; and Puls 4 (ProSiebenSat.1 Media AG) in 2008.

According to the 2008 Communications Report published by the regulatory authority, KommAustria, the number of households receiving digital television by the end of 2008 was 54%. Digital satellite reception has played an important role with 43% of all TV households receiving digital satellite services (satellite is received in approximately 50% of households). Cable customers make up about 36% of households and 6% of Austrian households have digital cable services. Over 5% of households rely on DTT for TV reception and many other households use it for additional television sets (over half a million DTT reception devices have been sold to date). Just 3% of houses relied on analogue terrestrial reception at the end of 2008.

The first digital terrestrial platform was launched in October 2006. There are two national multiplexes (A and B) with six channels: ORF1, ORF2, ATV, Puls 4, ORF Sport Plus and 3Sat. A third multiplex has been launched for regional and local channels (MUX C is operated by different companies in each region), and a 4th for the DVB-H platform. A total of six multiplexes are planned. Most of the regional capitals and many regions have already completed the transition from analogue to digital. All analogue signals are due to be switched off in Austria in 2010.

As noted above, satellite is the most important mode of television reception in Austria, followed by cable. The public service broadcaster ORF provides a digital satellite package. The main operator is the

Le paysage télévisuel autrichien reste dominé par le radiodiffuseur public ORF qui perd toutefois des parts de marché avec l'introduction de la télévision privée et la concurrence des autres chaînes. Les deux chaînes publiques ORF1 et ORF2 ont néanmoins réalisé une part de marché combinée de 40,9 % en 2008 (-6 % depuis 2006). ORF2 reste la chaîne la plus regardée avec une moyenne de 24,1 % des téléspectateurs (-2,1 % depuis 2006).

Les chaînes allemandes ont toujours joué un rôle important sur le marché autrichien. Les principales chaînes commerciales allemandes diffusent des versions autrichiennes, se taillant une part d'audience combinée de 27,9 % (essentiellement RTL Autriche, Sat.1 Österreich et ProSieben Austria). Les chaînes publiques allemandes atteignent pratiquement 10 % de parts de marché. La variété des chaînes déjà disponibles explique en partie que l'Autriche ait pris un certain retard dans le lancement de la télévision privée : la chaîne ATV a été lancée en 2003 seulement. Celle-ci dispose actuellement d'une part d'audience de 3 %. Deux nouvelles chaînes privées viennent d'être lancées : Austria9 TV (Burda Verlag) en 2007, et Puls 4 (ProSiebenSat.1 Media AG) en 2008.

D'après le rapport de 2008 sur les communications, publié par l'autorité de régulation KommAustria, le nombre de foyers recevant la télévision numérique était de 54 % à la fin 2008. Le satellite joue un rôle important : 43 % des foyers reçoivent des services numériques satellitaires (le satellite est reçu par environ 50 % des foyers). Les abonnés au câble représentent environ 36 %, dont 6 % des foyers qui reçoivent des services numériques par le câble. Plus de 5 % reçoivent des signaux télévisés par le biais de la TNT et un grand nombre de foyers y ont recours pour leurs téléviseurs supplémentaires (plus d'un demi-million de décodeurs TNT ont été vendus à ce jour). À la fin 2008, seulement 3 % des foyers recevaient des signaux analogiques terrestres.

La première plate-forme numérique terrestre a été lancée en octobre 2006. Il existe deux multiplex nationaux (A et B), avec six chaînes : ORF1, ORF2, ATV, Puls 4, ORF Sport Plus et 3Sat. Un troisième multiplex a été lancé pour les chaînes régionales et locales (MUX C, exploité par les différentes firmes régionales). Un quatrième multiplex a été lancé pour la plate-forme DVB-H. Au total, six multiplex devraient voir le jour. La plupart des capitales régionales et de nombreuses régions ont déjà basculé de l'analogique au numérique. La transition de l'ensemble des signaux devrait avoir lieu en 2010.

À l'évidence, le satellite est le plus important mode de réception des signaux télévisés en Autriche, avant le câble. Le radio-

Die Fernsehlandschaft in Österreich wird nach wie vor vom öffentlich-rechtlichen Sender ORF geprägt. Der ORF hat zwar seit der Einführung des Privatfernsehens und auch durch die Konkurrenz anderer Sender kontinuierlich Zuschauer verloren, aber seine beiden Sender ORF1 und ORF2 erreichten 2008 zusammen einen Marktanteil von 40,9 % (minus 6 % gegenüber 2006), wobei ORF2 mit einer durchschnittlichen Einschaltquote von 24,1 % (minus 2,1 % gegenüber 2006) immer noch der beliebteste Sender ist.

Deutsche Sender haben schon immer eine wichtige Rolle auf dem österreichischen Markt gespielt. Die größten deutschen Privatsender gibt es in österreichischen Versionen und zusammen erreichen sie einen Marktanteil von 27,9 % (darunter an der Spitze RTL Austria, Sat.1 Österreich und ProSieben Austria). Fast 10 % entfallen auf die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender. Nicht zuletzt wegen dieser Vielfalt erfolgte der Start des Privatfernsehens erst sehr spät (ATV im Jahr 2003). ATV hat derzeit einen Marktanteil von 3 %. Zwei weitere Privatsender sind unlängst auf Sendung gegangen: Austria 9 TV (Burda Verlag) 2007; und Puls 4 (ProSiebenSat.1 Media AG) 2008.

Laut Kommunikationsbericht 2008 der Regulierungsbehörde KommAustria konnten Ende 2008 54 % der Haushalte digitales Fernsehen empfangen. Eine wichtige Rolle spielt der digitale Empfang über Satellit: 43 % aller Fernsehhaushalte empfangen digitale Satellitenprogramme (rund 50 % der Haushalte haben Satellitenfernsehen). Kabelkunden machen ca. 36 % der Haushalte aus und 6 % der österreichischen Haushalte nutzen digitale Kabeldienste. Über 5 % der Haushalte sind für den Empfang des Fernsehprogramms auf DVB-T angewiesen, sehr viele Haushalte nutzen DVB-T für Zweitgeräte (bislang wurden über eine halbe Million DVB-T-Empfangsgeräte verkauft). Das analoge Antennenfernsehen nutzten Ende 2008 nur noch 3 % der Haushalte.

Die erste DVB-T-Plattform wurde im Oktober 2006 in Betrieb genommen. Es gibt zwei nationale Multiplexe (A und B) mit sechs Sendern: ORF1, ORF2, ATV, Puls 4, ORF Sport Plus und 3Sat). Ein dritter Multiplex wurde für regionale und lokale Sender (MUX C wird in jeder Region von einem anderen Unternehmen betrieben) und ein vierter für die DVB-H-Plattform gestartet. Geplant sind insgesamt sechs Multiplexe. Die meisten Landeshauptstädte und viele Regionen haben die Umstellung von analog auf digital bereits abgeschlossen. Die endgültige Abschaltung der analogen Signale in Österreich soll 2010 erfolgen.

Wie bereits erwähnt, erfolgt der Fernsehempfang in Österreich in erster Linie über

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

The activity of private electronic media began without a legal framework in 1995, with the launch of the unlicensed channel Shijak TV. After the creation of Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve (National Council of Radio and Television - NCRT) in 1999, commercial radio and television stations started operating under licences. Ten years after it was set up, NCRT issued licences to three national private terrestrial channels (TV Klan, TVA, the new name of TV Arbëria, and Top Channel), 69 local terrestrial channels and two channels for satellite distribution (Alsat and Vizion+).

The financial structure of the general entertainment family channel Vizion+ was modified in the summer of 2008 when the German group WAZ Mediengruppe acquired a minority equity stake in it.

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

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

Trois acteurs se partagent le marché audiovisuel national : d'un côté, la Radio-Télévision publique albanaise (RTSH) qui comprend deux chaînes, TVSH (Shqiptar TV1) et TVSH Sat (le service international du radiodiffuseur public), et, d'un autre côté, deux opérateurs de télévision privés, TV Klan et Top Channel (opérée par le groupe albanais Top Media).

Les activités des médias électroniques privés ont débuté sans cadre légal en 1995 avec le lancement de Shijak TV, une chaîne ne bénéficiant d'aucune licence. Après la création du *Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve* (Conseil national de la radio et de la télévision - CNRT) en 1999, les radios et télévisions privées ont commencé à diffuser sous licence. Dix ans après sa création, le CNRT a délivré des licences à 3 chaînes privées terrestres nationales (TV Klan, TVA, nouveau nom de TV Arbëria, et Top Channel), 69 chaînes terrestres locales et 2 chaînes destinées à la diffusion par satellite (Alsat et Vizion+).

La structure financière de la chaîne généraliste à public familial Vizion+ a été modifiée lors de l'été 2008 lorsque le groupe allemand WAZ Medien Gruppe a acquis une participation minoritaire dans son capital.

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

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

Drei Akteure teilen sich den audiovisuellen Markt in Albanien: auf der einen Seite die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt (RTSH) mit den beiden Sendern TVSH (Shqiptar TV1) und TVSH Sat (der internationale Kanal von RTSH) und auf der anderen Seite die beiden Privatsender TV Klan und Top Channel (eine Tochter des albanischen Konzerns Top Media).

Die Aktivitäten privater elektronischer Medien begannen 1995 in einem rechtsfreien Raum mit dem Start des nicht lizenzierten Kanals „Shijak TV“. Nach der Einrichtung des Nationalen Radio- und Fernsehrates *Keshilli Kombetar i Radiove dhe Televizioneve* im Jahr 1999 mussten private Radio- und Fernsehsender eine Sendelizenz erwerben. Zehn Jahre nach seiner Gründung hat der Radio- und Fernsehrat an drei landesweite terrestrische Privatsender (TV Klan, TVA (ehemals TV Arbëria) und Top Channel), 69 lokale terrestrische Sender sowie zwei über Satellit ausgestrahlte Sender (Alsat und Vizion+) Sendelizenzen vergeben.

Die Finanzstruktur des auf Familien ausgerichteten Vollprogrammanbieters Vizion+ hat sich im Sommer 2008 geändert, als die deutsche WAZ Medien Gruppe mit einer Minderheitsbeteiligung bei dem Sender eingestiegen ist.

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

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

platform Premiere Österreich, a subsidiary of Germany's Premiere Fernsehen. Since News Corporation's takeover of Premiere AG, there has also (in July 2009) been a rebranding of Premiere Österreich, now known as "Sky", with the Premiere channels rebranded as Sky channels. The former co-operation (whereby subscribers to each had access to a selection of channels from the other package) between ORF Digital and Premiere Österreich ended in July 2009 with the re-branding of the package.

There are many cable operators in Austria, the most important of these being UPC. In March 2009, UPC Telekabel, had a total of 555,000 subscribers.

In 2006, Telekom Austria launched the IPTV platform AONtv (Aon Digital) in Vienna. The service announced that it had reached 75 000 subscribers in May 2009.

Following legislation in 2007, mobile terrestrial television was launched in Austria in time for the Euro 2008 football championship. Media Broadcast GmbH, a subsidiary of the TDF group, has a license to operate a multiplex platform for mobile terrestrial broadcasting for 10 years. Broadcasting services are offered by ONE and H3G Austria. Figures for DVB-H users are not available but H3G Austria announced in February 2009 that it had 90 000 subscribers of its TV services (received either on the mobile phone or on the DVB-H receiver).

Following complaints submitted to the European Commission by the Austrian Commercial Broadcasters Association – VÖP (in 2005), the European Commission requested that Austria, pursuant to Article 88.2 of the EC Treaty, explain the financing of the public broadcaster ORF. In January 2008, the European Commission requested, among others, a clearer definition of the remit, in particular with regard to online services.

diffuseur public ORF propose un bouquet numérique par satellite. L'opérateur principal est Premiere Österreich, une filiale de la plate-forme allemande Premiere Fernsehen. Depuis la prise de contrôle de Premiere AG par News Corporation, Premiere Österreich a été rebaptisée Sky et les chaînes Premiere ont été renommées sous label Sky. La coopération entre ORF Digital et Premiere Österreich, qui permettait aux abonnés de chaque partenaire d'accéder à une sélection de chaînes de l'autre bouquet, a pris fin en juillet 2009 avec le changement de nom du bouquet.

En Autriche, il existe de nombreux câblo-opérateurs ; UPC est le plus important d'entre eux. En mars 2009, UPC Telekabel comptait un total de 555 000 abonnés.

En 2006, Telekom Austria a lancé la plate-forme AONtv IPTV (Aon Digital) à Vienne. En mai 2009, le service annonçait 75 000 abonnés.

Suite à la loi de 2007, la télévision mobile terrestre a été lancée en Autriche, à temps pour l'Euro 2008. Media Broadcast GmbH, une filiale du groupe TDF, possède une licence d'exploitation de 10 ans pour la plate-forme multiplex de radiodiffusion mobile terrestre. Les services de radiodiffusion sont proposés par ONE et H3G Austria. Le nombre d'utilisateurs de la télévision mobile personnelle (DVB-H) n'est pas connu avec précision, mais H3G Austria annonçait, en février 2009, 90 000 abonnés à ses services télévisés (soit sur téléphone mobile soit sur récepteur DVB-H).

Suite à une plainte déposée en 2005 par l'association des radiodiffuseurs privés autrichiens (VÖP), la Commission européenne a demandé à l'Autriche, en vertu de l'article 88.2 du Traité CE, de s'expliquer sur le financement du diffuseur public ORF. En janvier 2008, la Commission a sollicité, entre autres, une définition plus claire de sa mission, notamment à l'égard des services en ligne.

Satellit und in zweiter Linie über Kabel. Der ORF bietet ein Paket für digitales Satellitenfernsehen an. Wichtigster Betreiber ist die Plattform Premiere Österreich, eine Tochter der deutschen Firma Premiere Fernsehen. Seit der Übernahme der Premiere AG durch die News Corporation wurde auch (im Juli 2009) Premiere Österreich in „Sky“ und die Premiere-Kanäle in Sky-Kanäle unbenannt. Die bis dahin bestehende Kooperation zwischen ORF Digital und Premiere Österreich (wonach die Abonnenten Zugang zu einigen Kanälen des jeweils anderen Pakets hatten) wurde im Juli 2009 mit der Umbenennung des Pakets beendet.

In Österreich gibt es viele Kabelnetzbetreiber, von denen UPC der wichtigste ist. Im März 2009 hatte UPC Telekabel insgesamt 555 000 Abonnenten.

2006 hat Telekom Austria in Wien die IPTV-Plattform AONtv (Aon Digital) in Betrieb genommen. Nach eigenen Angaben hatte der Dienst im Mai 75 000 Abonnenten.

Mit der Gesetzgebung von 2007 wurde der Weg für das mobile terrestrische Fernsehen in Österreich geebnet. Der Startschuss erfolgte anlässlich der Fußball-Europameisterschaft 2008. Die Media Broadcast GmbH, eine Tochter der französischen TDF, hat eine 10-Jahres-Lizenz für den Betrieb einer Multiplex-Plattform für das mobile terrestrische Fernsehen erworben. Rundfunkdienste werden von ONE und H3G Austria angeboten. Zahlen über DVB-H-Nutzer liegen zwar keine vor, aber H3G Austria hatte im Februar 2009 nach eigenen Angaben 90 000 Abonnenten für seine Fernsehdienste (Empfang auf dem Handy oder einem DVB-H-Endgerät).

Nach mehrfachen Beschwerden des Verbands Österreichischer Privatsender (VÖP) bei der Europäischen Kommission (im Jahr 2005) hat die Kommission von Österreich verlangt, nach Artikel 88.2 EG-Vertrag die Finanzierung des ORF zu erläutern. Im Januar 2008 hat die Europäische Kommission unter anderem eine präzisere Formulierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, insbesondere in Verbindung mit Onlinediensten, verlangt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	8 355	Eurostat
Households		–	3 566	Eurostat
TV households		95,3%	3 398	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		37,7%	1 343	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		12,3%	440	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH / SMATV households		50,2%	1 705	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH / SMATV households		39,0%	1 325	RTR
IPTV subscriptions		1,8%	64	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		28,0%	1 000	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		54,0%	1 926	Austrian Communications Authority - KommAustria
Households with PC		74,5%	2 657	Statistik Austria / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		54,5%	1 943	Statistik Austria / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	114	Screen Digest
Broadcast mobile TV receivers		–	54	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	>250	UPC Telekabel, Kabelsignal,...
Satellite packagers	2	ORF, Sky Österreich
Providers of IPTV services	3	Infotech EDV-System, Pitztalnet, Telekom Austria
DTT multiplex operators	14	1 national (ORS) and 13 operators for 16 regional areas
TV telephone packagers	2	Hutchinson 3G Austria, One
Personal mobile TV packagers	2	Hutchinson 3G Austria, One

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	4	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	60	61
Regional/Local		3	59	62
Regional/local windows		10		10
Channels targeting foreign markets		1	7	8
Total		18	130	148
<i>Foreign channels targeting the country</i>			5	5

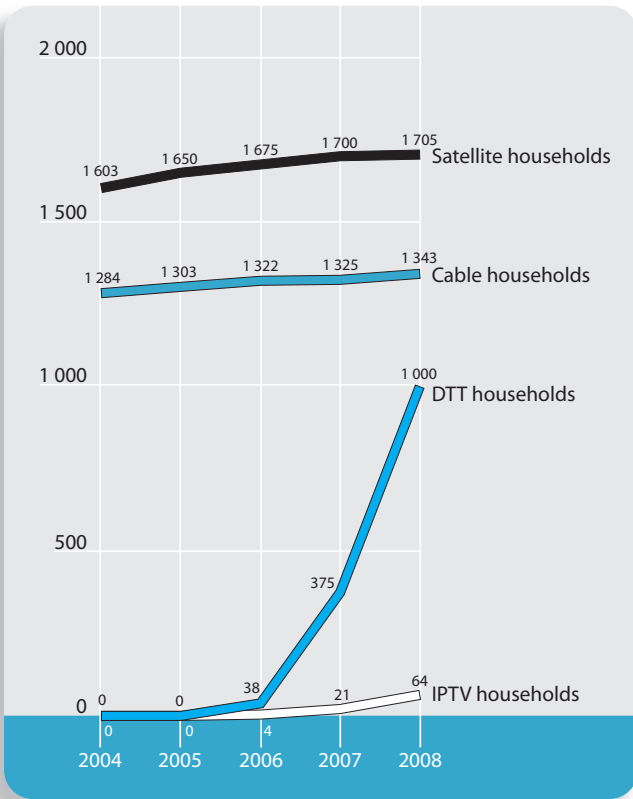
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	Cable UPC Telekabel	Satellite ORF Satelit	Satellite Sky Österreich	IPTV Aon Digital
Generalist - national		7	3		7
Generalist - foreign		24			15
Adult		1		3	1
Children		5		8	5
Culture/ education/ documentary		15		5	11
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		14		11	9
Film		6		11	3
Home shopping		2			
International linguistic and cultural		5	1		1
Lifestyle/ specific leisure/ travel		6		2	2
Music		12		3	6
News/ business		11			9
Parliament/ government/ administration					
Regional/ local		5			
Religion					
Sports		11	1	9	7
Various				1	
Total		124	5	53	76

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

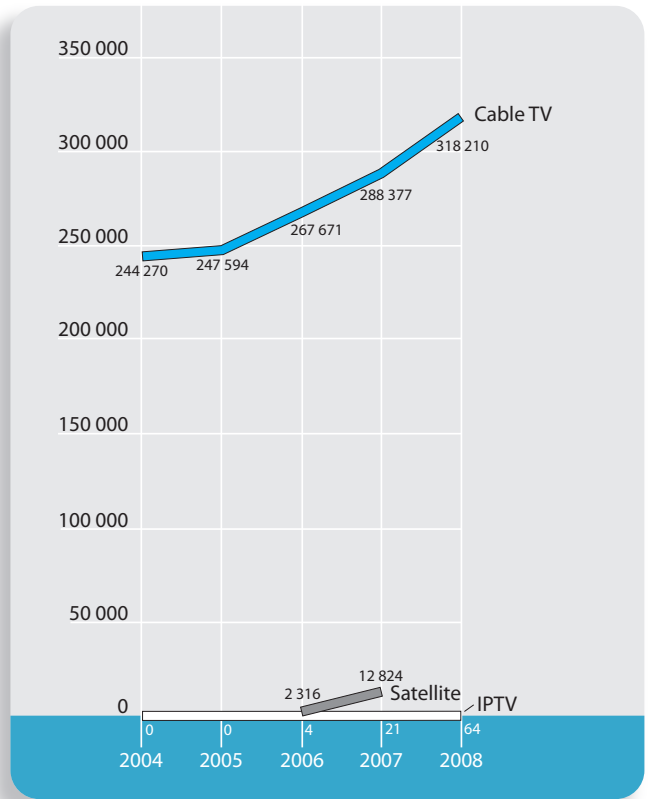
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

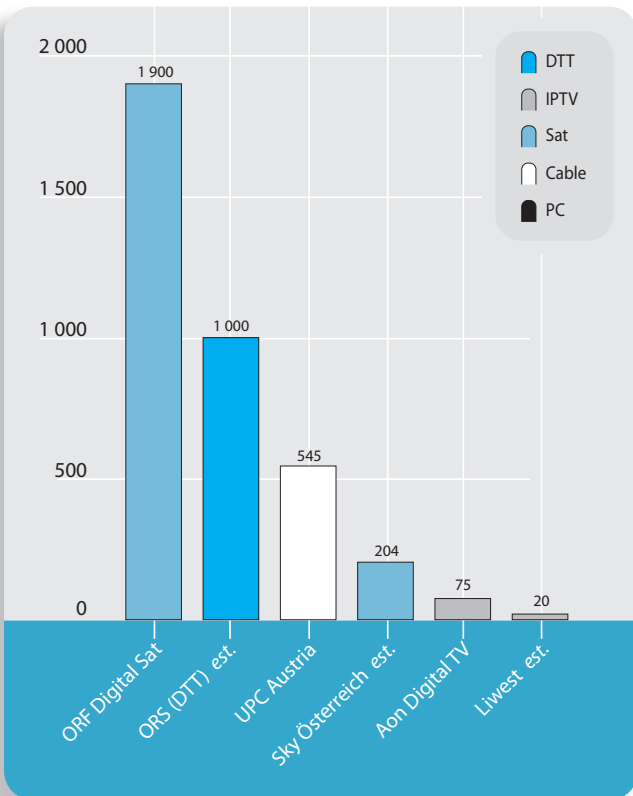
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

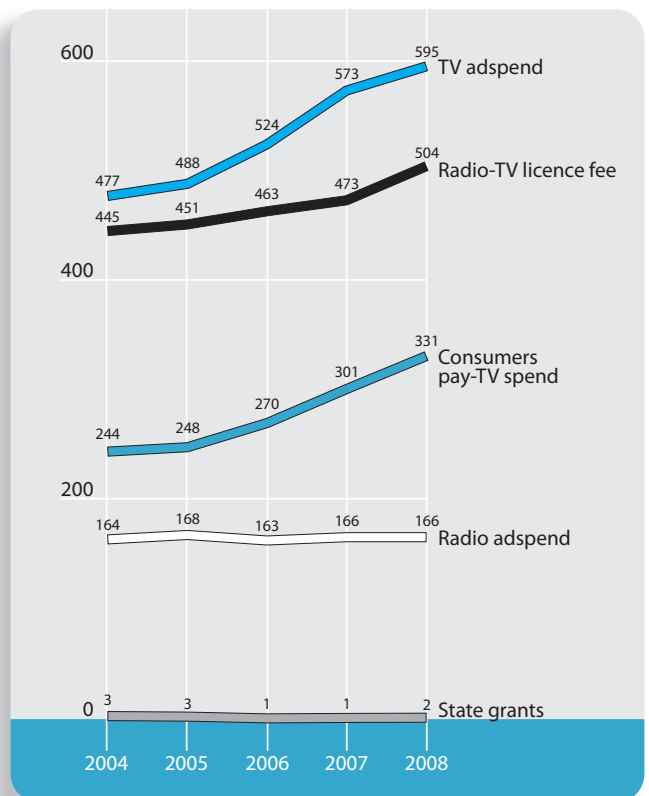
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in Austria

2005-2008 EUR thousand.

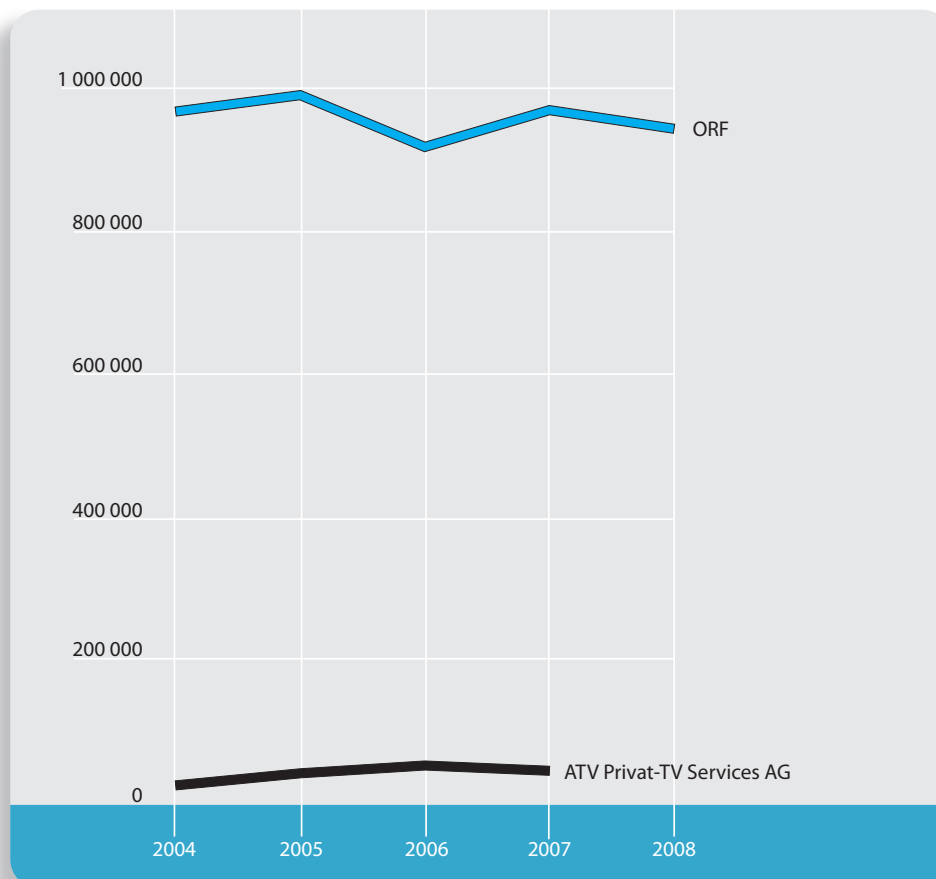
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
ORF ¹	sptv, sprad	ORF-1, ORF-2, ORF Sat, TW1	990 010	917 642	969 067	943 038	-2,7%
ATV Privat TV GmbH & Co KG	adtv	ATV	-	-	38 580	~	~
<i>p.m.</i> ATV Privat-TV Services AG	adtv	ATV	42 569	53 457	46 095	-	-
Tourismusfernsehen GmbH	thtv	TW1	~	~	~	~	~
LT 1 Privatfernsehen	rtv	LT 1	~	803	~	~	~

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Orange GmbH (formerly One GmbH) ²	3G TV	Orange Handy TV		650 836	593 587	602 883	~	~
UPC Austria est. ²	3Play	UPC Austria		278 883	318 906	341 757	386 578	13,1%
T-Mobile Austria GmbH ²	3G TV	Mobile TV		214 775	~	344 829	~	~
Telekom Austria AG (Internet Access & Media) ²	3Play	AonTV		~	~	280 700	235 300	-16,2%
Hutchinson 3G Austria GmbH ²	3G TV	3		161 455	164 876	184 570	~	~
Liwest Kabelmedien GmbH ²	3Play	Liwest		~	~	40 400	~	~
Kabelsignal AG ²	3Play	kabelTV		24 046	27 134	29 590	~	~
B.Net Burgenland Telekom ²	3Play	B.NEt kabel TV		-	13 000	16 006	17 366	8,5%
Premiere Fernsehen GmbH	Sat-TV	Premiere Österreich		~	2 316	12 824	~	~

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

Source: European Audiovisual Observatory

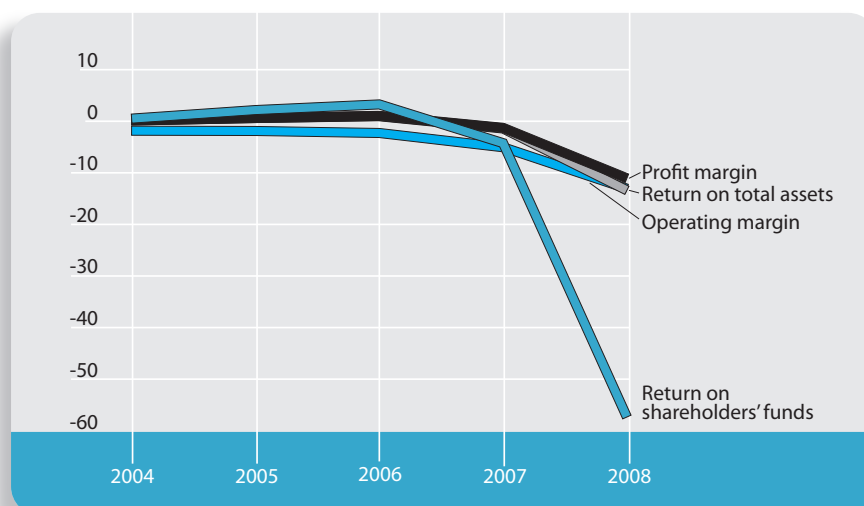
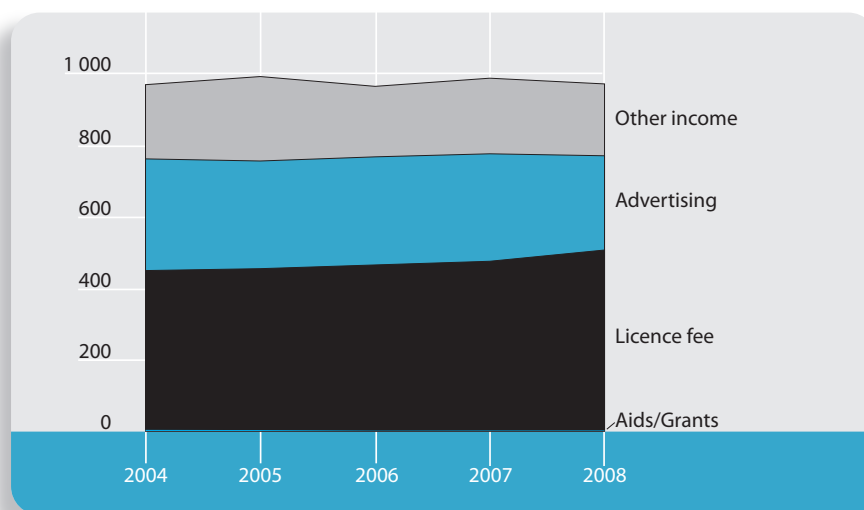
EUR thousand.



T.1.AT.2
G.1.AT.2ORF financial situation
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	453,3	463,7	474,1	505,3	45,8%	48,2%	48,1%	52,1%	6,6%
- Aid/Grants	2,5	0,9	1,3	1,5	0,3%	0,1%	0,1%	0,2%	15,4%
- Licence fee	450,8	462,8	472,7	503,9	45,5%	48,1%	48,0%	52,0%	6,6%
Total commercial income	300,8	302,0	300,2	263,3	30,4%	31,4%	30,5%	27,2%	-12,3%
- Advertising	300,8	302,0	300,2	263,3	30,4%	31,4%	30,5%	27,2%	-12,3%
Other income	235,9	196,9	211,2	200,7	23,8%	20,5%	21,4%	20,7%	-5,0%
Total	990,0	962,6	985,5	969,4	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-1,6%
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	389,7	410,3	435,7	467,3	38,6%	43,7%	42,9%	51,1%	7,2%
Cost of personnel	431,1	393,0	406,4	404,7	42,7%	41,9%	40,1%	44,3%	-0,4%
Depreciation	56,1	52,9	54,2	41,9	5,6%	5,6%	5,3%	4,6%	-22,7%
Operating expenditure	1 008,8	938,6	1 014,7	913,9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-9,9%
Net result	5,7	9,0	-12,2	-104,4					755,7%
Operating margin (%)	-1,9	-2,3	-5,1	-13,1					

Source: ORF / European Audiovisual Observatory

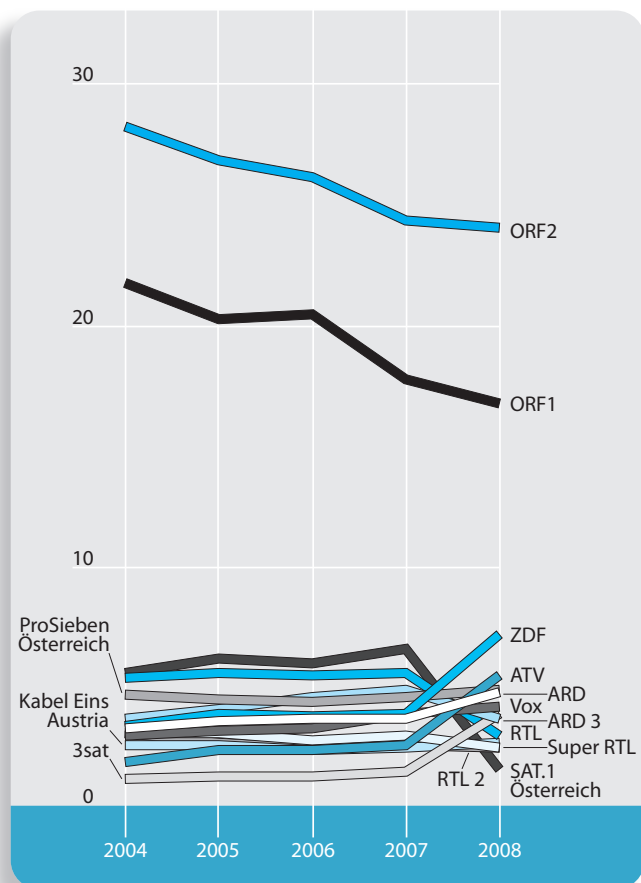


T.1.AT.3
G.1.AT.3TV audience market share in Austria
2004-2008 In %, 3 years +.

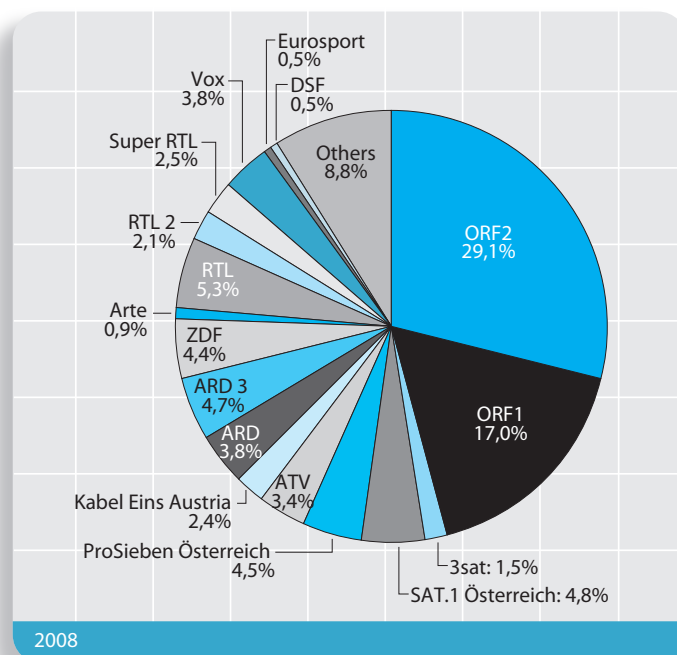
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
ORF2	28,3	26,9	26,2	24,4	24,1	32,6	31,3	30,6	29,1	29,1
ORF1	21,8	20,3	20,5	17,8	16,8	22,4	20,9	21,1	17,9	17,0
3sat	1,2	1,3	1,3	1,5	1,6	1,1	1,3	1,3	1,5	1,5
Austrian public channels	51,3	48,4	48,1	43,7	42,5	56,1	53,4	52,9	48,4	47,6
SAT.1 Österreich	5,6	6,2	6,0	6,6	7,2	4,2	5,0	5,0	4,9	4,8
ProSieben Österreich	4,7	4,5	4,4	4,6	4,8	4,3	4,0	4,0	4,3	4,5
ATV	1,9	2,4	2,4	2,6	3,0	2,1	2,6	2,8	3,0	3,4
Kabel Eins Austria	2,6	2,6	2,4	2,5	2,5	2,2	2,1	2,2	2,4	2,4
Austrian private channels	14,9	15,6	15,3	16,3	17,4	12,7	13,7	14,0	14,6	15,1
ARD	3,3	3,6	3,7	3,7	3,7	3,6	3,9	3,9	4,0	3,8
ARD 3	3,7	4,1	4,6	4,9	4,9	3,7	4,1	4,5	4,8	4,7
ZDF	3,4	3,9	3,8	3,9	4,2	3,7	3,9	3,8	4,0	4,4
Arte	-	-	-	0,8	0,8	-	-	-	0,9	0,9
Foreign public channels	10,5	11,7	12,2	13,3	13,5	11,1	11,9	12,2	13,7	13,8
RTL	5,4	5,6	5,5	5,6	5,5	4,8	4,7	4,5	5,1	5,3
RTL 2	3,1	2,7	2,5	2,6	2,5	2,7	2,4	2,1	2,3	2,1
Super RTL	3,1	3,1	2,8	3,0	2,7	2,7	3,0	2,7	2,6	2,5
Vox	3,0	3,2	3,3	3,9	3,9	2,8	3,1	3,2	4,2	3,8
Eurosport	0,9	1,0	0,9	0,9	0,8	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5
DSF	-	-	0,6	0,6	0,5	-	-	0,6	0,6	0,5
Foreign private channels	15,5	15,6	15,5	16,6	15,7	13,6	13,9	13,7	15,4	14,6
Others	7,8	8,7	8,9	10,1	10,8	6,4	7,2	7,1	7,9	8,8

Source: Eurodata TV Worldwide / AGTT / GfK Teletest

Daily share. In %, 3 years +.



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



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 BRF 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 one third share of the audience. This phenomenon is found to a lesser extent in the Flemish Community, where people prefer the Flemish channels although 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-speaking Community, the main channel Eén (VRT) increased its daily audience market share to 31.7% in 2008 (compared with 30.1% in 2007). Its immediate competitor, the channel VTM (produced by Belgium's VMMA group), also recorded a rise in its daily audience (21.4%, up from 20.7% in 2007). The concentration of the dominant players has thus increased, in contrast to most other European markets, where it is tending to decline. In third place is the second public channel Ketnet/Canvas, whose daily audience has gone down to 8.6%. Finally, the market shares of VT4 (Group ProSiebenSat.1 Media AG) and 2BE (VMMA) have remained stable at 6.5% and 5.8% respectively.
- The audience share of the French Community channels is still remarkably stable. RTL-TVI continues to dominate the market with a 19.2% daily audience (and a prime time market share of 27.5%), ahead of TF1 with 17% and La Une (RTBF) with 15%. The market share of the French channels is unchanged at 33%, while that of the RTL channels has risen slightly to 26%. Belgium's public channels have more than 20% (with La Deux rising above 5% for the first time). The country's private channels share 7.7 of the market (recording a rise thanks to the arrival of MTV Wallonie).

The cable operators dominate the distribution of multi-channel packages by

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 radio-télévision de service public, respectivement la VRT, la RTBF et la BRF.

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, la première chaîne Eén (VRT) voit encore augmenter sa part de marché d'audience quotidienne à 31,7 % en 2008 (contre 30,1 % en 2007), tout comme sa concurrente, la chaîne VTM (éditée par le groupe belge VMMA), qui progresse en 2008 à 21,4 % d'audience quotidienne (contre 20,7 % en 2007). La concentration autour des acteurs dominants s'est donc renforcée, au contraire de la plupart des autres marchés européens où celle-ci tend plutôt à s'éroder. En troisième position se trouve la seconde chaîne publique Ketnet/Canvas, qui recule à 8,6 % d'audience quotidienne ; enfin VT4 (groupe ProSiebenSat.1 Media AG) et 2BE (VMMA) demeurent stables à respectivement 6,5 % et 5,8 % de parts de marché.
- L'audience des chaînes en Communauté française est toujours marquée par une étonnante stabilité. RTL-TVI continue de dominer le marché avec 19,2 % de l'audience quotidienne (et une part de marché de 27,5 % aux heures de grande écoute), devant TF1 avec 17 % et La Une (RTBF) à 15 %. La part des chaînes françaises reste stable autour de 33 %, celle des chaînes RTL progresse légèrement à 26 %, les chaînes publiques belges s'établissent à plus de 20 % (La Deux passant pour la première fois au-dessus de la barre des 5 %), et les chaînes privées

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

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 stieg die tägliche Einschaltquote des ersten Programms Eén (VRT) weiter an, das 2008 einen Marktanteil von 31,7 % erzielte (gegenüber 30,1 % 2007). Der Verfolger VTM (von der belgischen VMMA-Gruppe) legte 2008 ebenfalls zu und kam auf eine tägliche Einschaltquote von 21,4 % (gegenüber 20,7 % 2007). Die beiden Hauptakteure konnten ihre Führungsposition also weiter ausbauen, während in den meisten anderen europäischen Märkten eher der gegenläufige Trend zu beobachten ist. An dritter Stelle folgt das zweite öffentlich-rechtliche Programm Ketnet/Canvas, das auf eine tägliche Einschaltquote von 8,6 % sank. VT4 (ProSiebenSat.1 Media AG) und 2BE (VMMA) lagen stabil bei einem Marktanteil von 6,5 bzw. 5,8 %.
- Die Einschaltquoten in der Französischen Gemeinschaft sind weiterhin erstaunlich stabil. RTL-TVI hatte den Markt fest im Griff mit einer täglichen Einschaltquote von 19,2 % (und 27,5 % Marktanteil in der Hauptsendezeit), vor TF1 mit 17 % und La Une (RTBF) mit 15 %. Der Anteil der Sender aus Frankreich blieb bei rund 33 % konstant, derjenige von RTL legte leicht zu auf 26 %, die belgischen öffentlich-rechtlichen Sender kamen auf über

a wide margin but their supremacy is being challenged. Belgacom TV claimed to have 589,000 subscribers to its IPTV service in June 2009, and the numbers are steadily rising. Parallel to the rapid rise of IPTV in Belgium, two satellite packages have been launched by the Airfield Media Group (already linked to the Dutch satellite package Canal Digitaal): following the introduction of the TV Vlaanderen package for the Flemish Community, which had over 70 000 subscribers at the end of 2008, the Télésat package targeting the French Community was launched in January 2009. Mobile television is also available via the services provided by Belgacom Proximus and Mobistar.

This increased competition has resulted in major trends towards consolidation, first of all on the cable market, with the takeover of UPC Belgium in 2007, followed in 2008 by the purchase of the Interkabel television activities (Interlectra, Integan, WVEM and PBE) by Telenet. Telenet is the country's largest operator and had more than 2.3 million subscribers in June 2009. Tecteo, the French Community's main cable operator, took control of the cable operator ACM and the provider of the BeTV premium channels in 2008. Consolidation is also taking place on the internet access market. For example, Belgacom has bought the internet access provider Scarlet, which claimed to have 180,000 subscribers in December 2008.

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

- The Flemish Community is fully covered by the DTT network, the analogue switchoff having taken place on November 3rd 2008. VRT, which operates the first DTT multiplex, sold its terrestrial broadcasting facilities to Norkring België in December 2008. VRT owns 51% of this company, and Norkring SA, a subsidiary of Norway's Telenor group, which has an option to increase its stake in the capital of Norkring België to 75%, owns 49%. In June 2009, Norkring België was awarded a licence to operate six future DVB-T (digital terrestrial television) multiplexes and one DVB-H (mobile television) multiplex.
- Meanwhile, the French Community plans to switch off analogue signals on November 30th 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).

The other multiplex will be launched when the analogue switchoff takes place in 2011.

belges se partagent donc 7,7 % des parts de marché (en progression grâce à l'arrivée de MTV Wallonie).

La distribution des offres multi-chaînes de télévision est largement dominée par les câblo-opérateurs qui voient toutefois leur suprématie contestée. Belgacom TV revendique en effet 589 000 abonnés en juin 2009 à son service de télévision par protocole IP, un chiffre en constante augmentation. Parallèlement à l'essor de l'IPTV en Belgique, deux bouquets satellites ont été lancés par Airfield Media Group (déjà lié au bouquet satellite néerlandais Canal Digitaal): après le bouquet TV Vlaanderen destiné à la Communauté flamande et affichant plus de 70 000 abonnés à la fin de l'année 2008, le bouquet Télésat ciblant la Communauté française a été lancé en janvier 2009. La télévision sur téléphone mobile est aussi présente à travers les offres de Belgacom Proximus et de Mobistar.

Cette concurrence accrue a mené à d'importants mouvements de consolidation. D'abord sur le marché du câble avec le rachat en 2007 d'UPC Belgium, puis en 2008 la reprise des activités télévisuelles d'Interkabel (Interlectra, Integan, WVEM et PBE) par Telenet, le plus grand opérateur du pays avec 2,3 millions d'abonnés en juin 2009. Tecteo, principal câblo-opérateur en Communauté française, a pour sa part pris le contrôle du câblo-opérateur ACM et de l'éditeur de chaînes premium BETV en 2008. Les consolidations sont aussi à l'œuvre sur le marché de l'accès à Internet, ainsi Belgacom a racheté le fournisseur d'accès à Internet Scarlet, qui revendiquait 180 000 abonnés, en décembre 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 a été opéré le 3 novembre 2008. La VRT, qui opérait le premier multiplex de la TNT, a revendu en décembre 2008 ses infrastructures de diffusion terrestre à Norkring België. Cette firme est possédée à 51 % par la VRT et à 49 % par Norkring SA, une filiale du groupe norvégien Telenor, qui bénéficie d'une option pour monter jusqu'à 75 % dans le capital de Norkring België. Norkring België s'est vu attribuer en juin 2009 la licence d'exploitation des six futurs multiplex DVB-T (télévision numérique terrestre) ainsi que d'un multiplex DVB-H (télévision mobile).
- La Communauté française a planifié quant à elle l'extinction de l'analogique au 30 novembre 2011. La RTBF a inauguré en novembre 2007 ses services en numérique terrestre avec le lancement d'un bouquet composé de La Une,

20 % (wobei La Deux zum ersten Mal die 5 %-Schwelle überschritt), und die belgischen Privatsender erzielten zusammen einen Marktanteil von 7,7 % (ein Plus gegenüber dem Vorjahr, was dem Sendestart von MTV Wallonie zu verdanken ist).

Die Verbreitung der TV-Multikanalangebote wird weitgehend von den Kabelnetzbetreibern dominiert, aber deren Vormachtstellung bröckelt. Der IPTV-Dienst von Belgacom hatte im Juni 2009 nach eigenen Angaben 589 000 Abonnenten, eine Zahl die ständig weiter wächst. Parallel zum IPTV-Boom in Belgien wurden zwei Satellitenbouquets von der Airfield Media Group gestartet (die bereits am niederländischen Satellitenbouquet Canal Digitaal beteiligt ist): Nach TV Vlaanderen für die Flämische Gemeinschaft mit über 70 000 Abonnenten Ende 2008 ging das Bouquet Télésat für die Französische Gemeinschaft im Januar 2009 auf Sendung. Fernsehempfang auf dem Handy ist über die Angebote von Belgacom Proximus und Mobistar ebenfalls möglich.

Diese zunehmende Konkurrenz führte zu umfangreichen Konsolidierungsbewegungen. Zunächst auf dem Kabelmarkt, wo Telenet – der mit 2,3 Mio. Abonnenten (Juni 2009) größte Betreiber des Landes – 2007 UPC Belgium und 2008 den Fernsehbereich von Interkabel (Interlectra, Integan, WVEM und PBE) übernahm. Tecteo, der wichtigste Kabelnetzbetreiber in der Französischen Gemeinschaft hat 2008 die Kontrolle über seinen Mitbewerber ACM und den Betreiber von Premium-Fernsehkänen BETV übernommen. Auch im Markt für Internetanbieter findet eine Konsolidierung statt. So hat Belgacom den Anbieter Scarlet übernommen, der im Dezember 2008 nach eigenen Angaben 180 000 Abonnenten hatte.

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 analogen Signale wurden am 3. November 2008 abgeschaltet. VRT, Betreiber des ersten DVB-T-Multiplex, hat im Dezember 2008 seine Sendeanlagen für die terrestrische Ausstrahlung an Norkring België verkauft. Dieses Unternehmen gehört zu 51 % VRT und zu 49 % Norkring SA, einer Tochter der norwegischen Telenor-Gruppe, die über eine Option verfügt, den eigenen Anteil bis auf 75 % des Kapitals an Norkring België zu erhöhen. Norkring België erhielt im Juni 2009 den Zuschlag für die Lizenz zum Betrieb der sechs künftigen DVB-T-Multiplexe sowie eines DVB-H-Multiplex (mobiles Fernsehen).

In July 2009, the French Community's regulator, the CSA, published the results of a consultation on the follow-up to its strategic plan for the digital transition, with a view to its re-evaluation.

In January 2009, the Council of State reversed the CSA's decision of 29 November 2006 stating that the company TVI SA had broadcast the RTL-TVI and Club RTL services without permission. In its judgment, it pointed out that the CSA could not disclaim the authorisation granted by the Luxembourg authorities. The channels RTL-TVI, Club RTL and Plug TV are accordingly no longer subject to Belgian jurisdiction but are covered by the Luxembourg licence granted to the company CLT-UFA.

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

Finally, the Flemish Community regulator Vlaamse Regulator voor de Media published a report on media concentration in December 2008. In September 2009, the French Community regulator CSA launched a website on media services and pluralism in the French Community.

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 radio-diffuseur de service public de la Communauté germanophone). Les autres multiplex seront lancés au moment de l'extinction des diffusions analogiques en 2011. Le CSA Belge a publié en juillet 2009 les résultats d'une consultation sur le suivi de son plan stratégique de transition numérique, dans l'optique de sa réévaluation.

En janvier 2009, le Conseil d'Etat a infirmé la décision du CSA du 29 novembre 2006 stipulant que la société TVI SA avait retransmis les services RTL-TVI et Club RTL sans autorisation. Dans son arrêt le Conseil d'Etat précise que le CSA ne pouvait nier l'autorisation octroyée par les autorités luxembourgeoises. Les chaînes RTL-TVI, Club RTL et Plug TV ne dépendent donc plus de la juridiction belge mais sont couvertes par la licence luxembourgeoise octroyée à la société CLT-UFA.

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

Enfin, le Vlaamse Regulator voor de Media (régulateur dans la Communauté flamande) a publié en décembre 2008 un rapport sur la concentration des médias. Le CSA (régulateur dans la Communauté française) a quant à lui lancé un site sur l'offre de médias et le pluralisme en Communauté française en septembre 2009.

• Die Französische Gemeinschaft hat ihrerseits die Analogabschaltung für den 30. November 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.

Die anderen Multiplexe nehmen ihren Betrieb auf, sobald die Analogausstrahlung 2011 eingestellt wird. Die belgische Aufsichtsbehörde CSA hat im Juli 2009 die Ergebnisse einer Befragung zur Umsetzung des Strategieplans für die Umstellung auf Digitaltechnik veröffentlicht, der überarbeitet werden soll.

Im Januar 2009 hat der Staatsrat (*Conseil d'Etat*) die Entscheidung des CSA vom 29. November 2006 für ungültig erklärt, wonach das Unternehmen TVI SA die Sender RTL-TVI und Club RTL ohne Genehmigung ausstrahlte. In seinem Urteil machte der *Conseil d'Etat* deutlich, dass der CSA die von den luxemburgischen Behörden ausgestellte Sendegenehmigung nicht ignorieren könne. Die Sender RTL-TVI, Club RTL und Plug TV unterstünden nicht mehr der belgischen Rechtsprechung und fielen unter die luxemburgische Lizenz für das Unternehmen CLT-UFA.

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

Die flämische Regulierungsbehörde *Vlaamse Regulator voor de Media* hat im Dezember 2008 einen Bericht über die Medienkonzentration veröffentlicht. Die Regulierungsbehörde der Französischen Gemeinschaft, CSA, hat im September 2009 einen Internetauftritt zum Thema Medienangebot und Pluralismus in der Französischen Gemeinschaft in Betrieb genommen.

Sources: Conseil supérieur de l'audiovisuel (Communauté française) : <http://www.csa.be>

Vlaamse Regulator voor de Media (Communauté flamande) : <http://www.vlaamseregulatormedia.be>

Medienrat (Communauté germanophone) : <http://www.medienrat.be>

Annuaire de la l'audiovisuel de la Communauté française de Belgique, 2009.

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

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	10 750	Eurostat
Households		–	4 570	Statbel (as at 1.1.2008)
TV households		98,6%	4 506	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		80,8%	3 692	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		19,6%	898	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		9,6%	440	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH households		1,6%	73	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		9,6%	441	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		1,4%	64	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		32,8%	1 476	European Audiovisual Observatory
Households with PC		71,2%	3 253	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		57,1%	2 609	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	9,6	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	9	Aiesh, Brutélé (Voo), Integan, Interelectra, Newico (Voo), Numericable, Tecteo (Voo) ¹ , Telenet, Wolu TV.
Satellite packagers	1	Airfield Media Group, which distributes two packages : TV Vlaanderen and Télésat.
IPTV packagers	2	Belgacom, Scarlet.
DTT multiplex operators	2	Norkring Belgie (51% owned by the VRT), RTBF.
Mobile phone TV packagers	2	Belgacom Mobile (Proximus), Mobistar.

¹ Since February 2009, the cable-operator Tecteo is the only owner of the the cable TV services packager BETV.

Number of TV channels by kind of licence	10.09	French Community			Flemish Community			German speaking Community
		Public	Private	Total	Public	Private	Total	Total
Terrestrial (national)		3	–	3	3	0	3	1
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	27	27	–	52	52	1
Regional/Local		12	–	12	–	10	10	–
Regional/Local windows		1	–	1	–	–	0	–
Channels targeting foreign markets		1	–	1	–	–	0	–
Total		17	27	44	3	62	65	2
Foreign channels targeting the country		0	4	4	0	0	0	–

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial CFB	Digital terrestrial VLG	Cable Telenet	Cable Voo	Satellite TV Vlaan- deren	Satellite Télésat	IPTV Belgacom TV
Generalist - national (incl.dedicated)		4	1	6	6	2	4	5
Generalist - foreign		–	–	24	17	32	11	16
Adult		–	–	7	3	12	5	4
Children		–	–	21	17	15	7	22
Culture/Education/Documentary		–	2	21	14	16	7	19
Minority interest groups		–	–	–	–	1	–	–
Entertainment/TV fiction/Games		–	–	25	15	15	5	14
Film		–	–	15	8	2	5	5
Home shopping		–	–	–	1	12	1	–
International linguistic and cultural		–	–	5	4	16	3	2
Lifestyle/Specific leisure/Travel		–	–	14	11	9	7	11
Music		–	–	16	12	19	9	14
News/Business		7 ²	–	14	13	31	8	9
Parliament/Government/Administration		–	–	–	–	2	–	–
Regional/Local		–	–	11	15	7	–	18
Religion		–	–	–	–	7	–	–
Sports		–	–	16	10	13	2	15
Various		–	–	3	1	2	–	12
Total		11	3	198	147	213	74	166

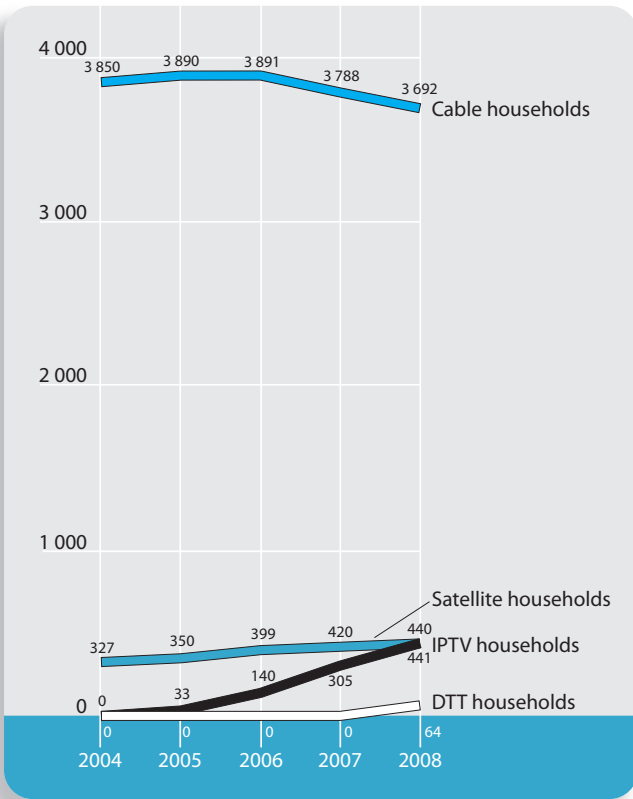
² The 7 news channels distributed via DTT in the French community of Belgium are 7 linguistic versions of Euronews.

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

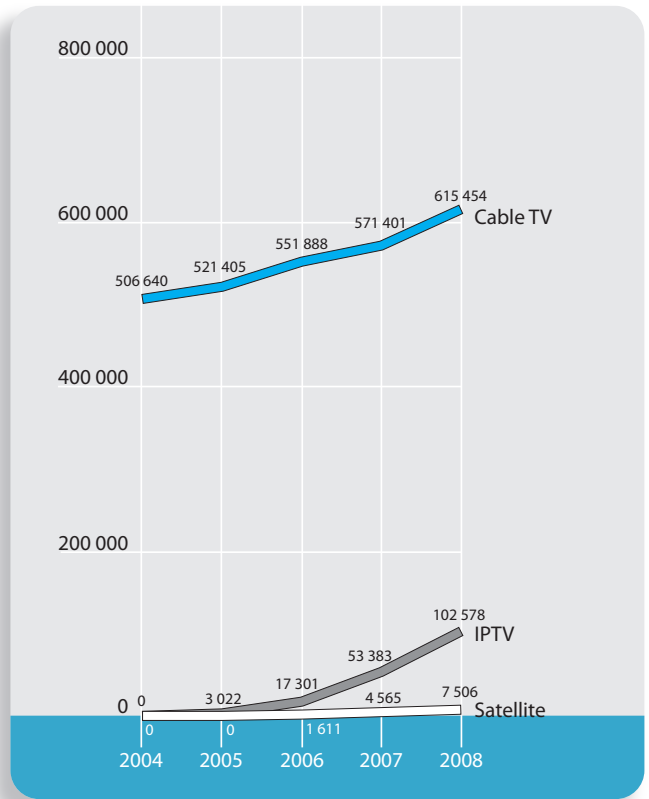
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

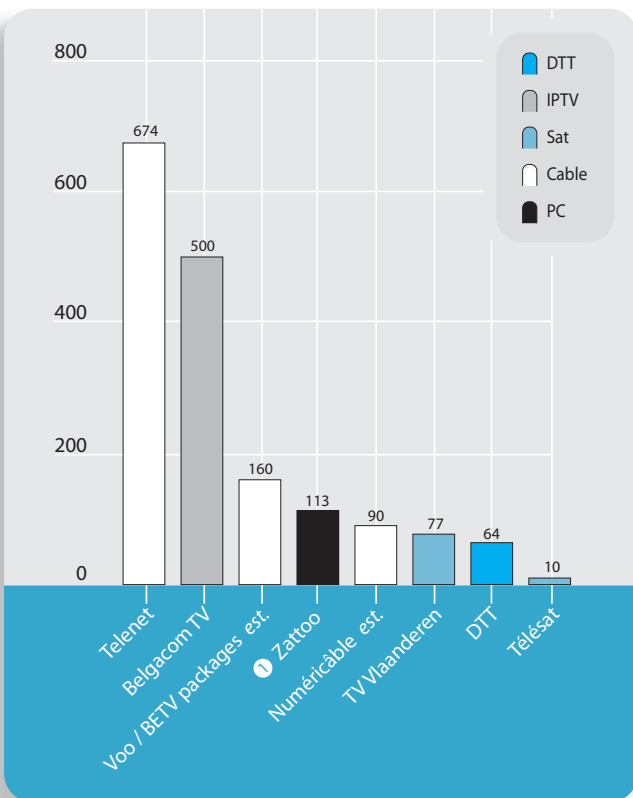
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.

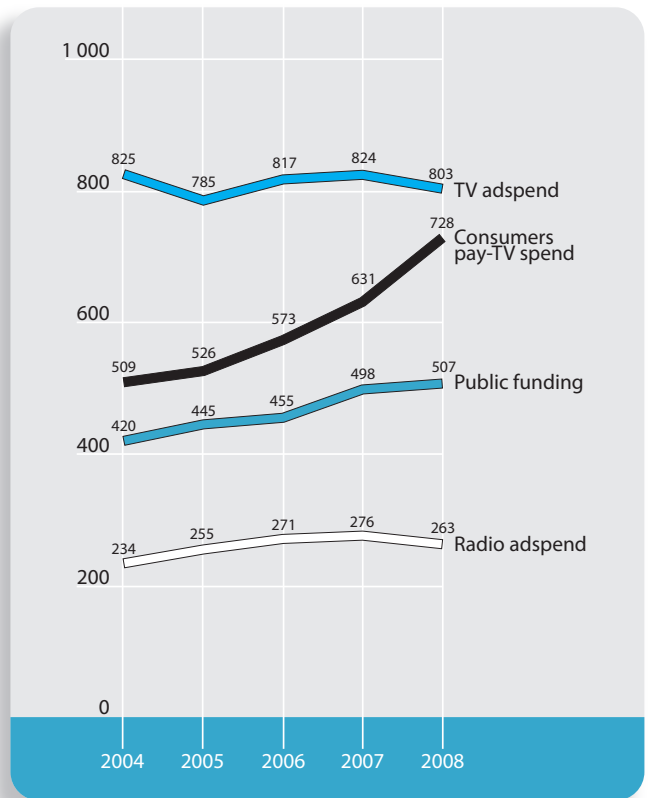


① Service interrupted in 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in Belgium 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters (local TV not included)		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
VRT	sptv	Een, Canvas, Ketnet	405 666	469 055	453 331	449 249	-0,9%
RTBF	sptv	La Une, La Deux, RTBFSat	305 671	315 700	311 278	317 212	1,9%
Vlaamse Media Maatschappij	adtv	VTM, Kanaltwee, JimTV	244 087	259 188	271 902	281 388	3,5%
RTL Belgium	adtv	RTL-TVI, RTL Club	122 797	124 046	143 412	145 311	1,3%
SBS Belgium	adtv	VT-4, Vijftv	67 907	85 862	94 218	90 991	-3,4%
Skynet iMotion Activities ①	thtv	11TV Jupiler, MyClub Away, Via Calcio	24 097	56 953	58 960	67 542	14,6%
BETV	packtv	BETV Bouquet, BE1,...	61 952	58 341	57 366	63 017	9,9%
MTV Networks Belgium	thtv	TMF	18 267	21 461	28 088	31 586	12,5%
Belgium Television	thtv	AB3, AB4	18 958	21 626	20 859	19 022	-8,8%
Media ad Infinitum	thtv	Vitaya TV	8 118	10 609	11 391	12 808	12,4%
Euro 1080	thtv	HD1, HD2, EXQI, HD NL	5 733	6 943	7 652	9 169	19,8%
BRF	sptv	Das BRF-Fernsehen	5 573	5 600	~	~	~
Belgian Business Television	thtv	Kanaal Z, Canal Z	5 872	6 331	5 058	4 405	-12,9%
MCM Belgique	thtv	MCM Belgique	2 879	3 549	3 410	~	~
Event TV Network	thtv	Liberty TV	1 029	1 042	1 251	826	-34,0%
Event TV Vlaanderen	thtv	Liberty TV Vlaams	736	492	516	154	-70,3%

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Belgacom Mobile ②	3G TV	Proximus Mobile TV		2 212 843	2 176 581	2 093 010	2 016 297	-3,7%
Mobistar ②	3G TV	Orange TV		1 517 111	1 597 351	1 564 917	1 567 711	0,2%
Tecteo ②	3Play + electricity	Voo		361 178	368 184	336 491	365 468	8,6%
Telenet (Total Cable Television)	3Play	Telenet		267 600	283 533	319 900	352 100	10,1%
<i>p.m.</i> Brutele	3Play	Voo		56 459	65 557	73 695	77 189	4,7%
<i>p.m.</i> Intermosane ②	CATV + electricity	CATV activities sold to Tecteo 28.12.2007		128 950	142 353	73 068	81 418	11,4%
Belgacom Skynet ②	3Play	Belgacom TV		19 532	38 276	46 419	55 526	19,6%
Coditel Brabant ②	3Play	Numéricable		30 463	33 641	39 826	43 142	8,3%
Airfield (former Canal+ Televisie) ③	packtv	TV Vlaanderen, TéléSat		50 512	9 511	15 222	~	~

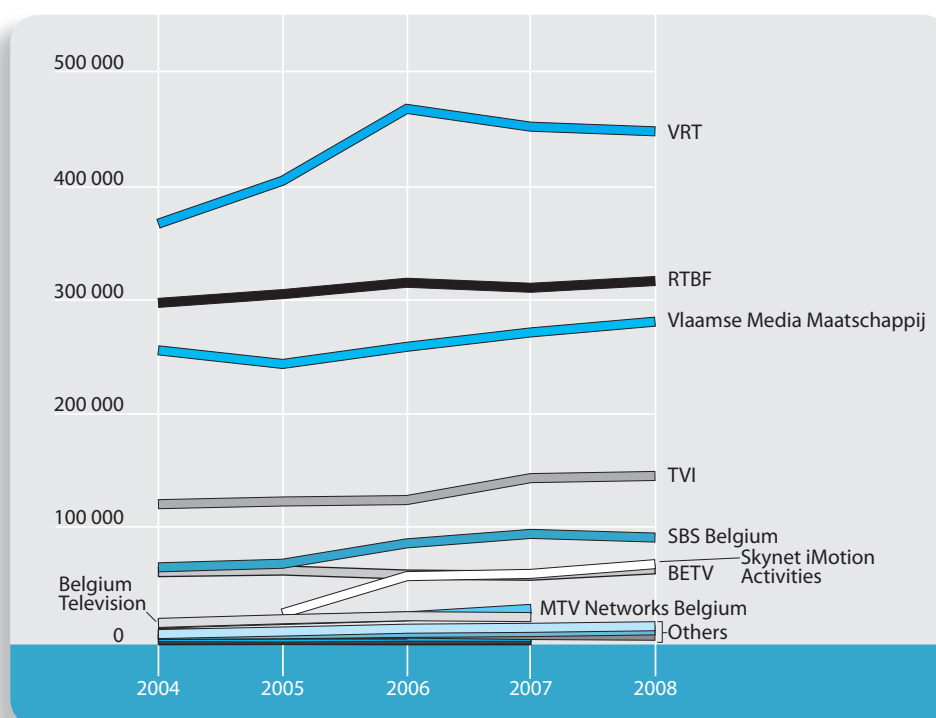
① 2005 over 6 months.

② Includes other activities (telecommunication, electricity...).

③ Taken over by Telenet in December 2003.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.



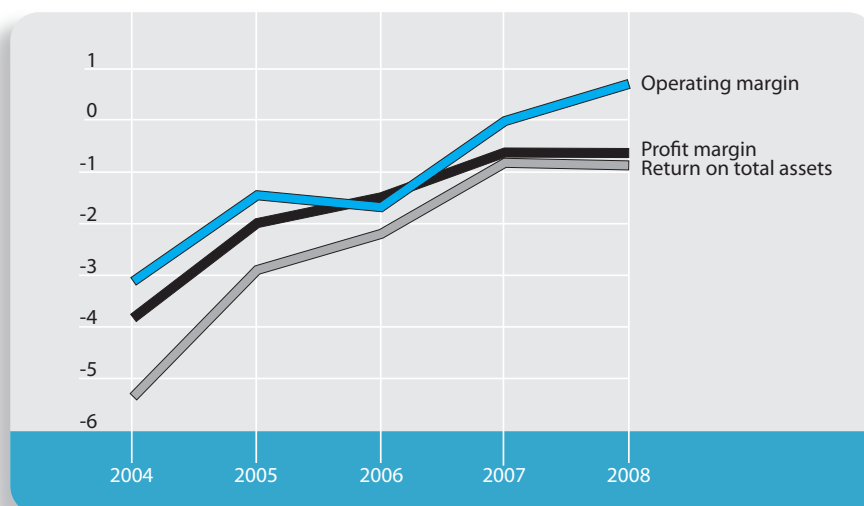
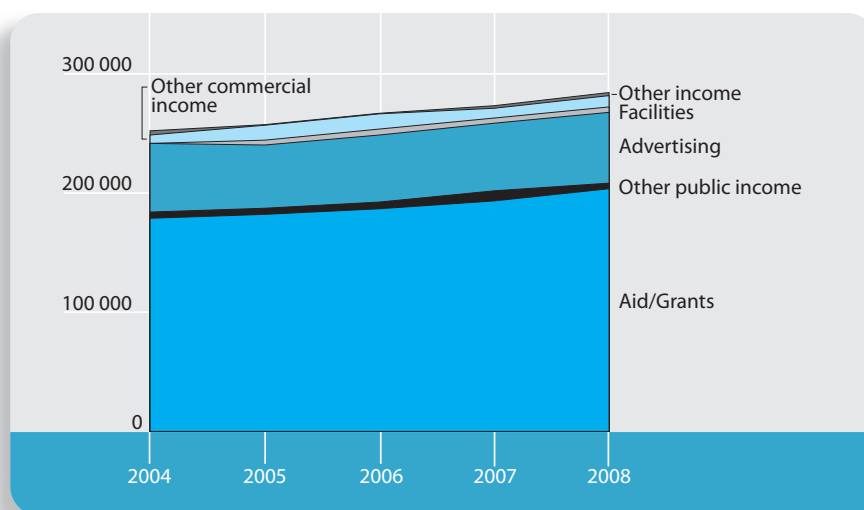
T.1.BE.2
G.1.BE.2RTBF financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	187 026	192 217	201 625	208 052	72,7%	72,1%	73,9%	73,3%	3,1%
- Aid/Grants	181 896	186 594	193 182	203 379	70,8%	70,0%	70,8%	71,6%	5,0%
- Other public income	5 130	5 623	8 443	4 673	2,0%	2,1%	3,1%	1,6%	-80,7%
Total commercial income	69 560	73 916	69 213	73 358	27,1%	27,7%	25,4%	25,8%	5,6%
- Advertising	52 988	56 191	56 679	59 336	20,6%	21,1%	20,8%	20,9%	4,5%
- Facilities	4 054	4 989	4 320	4 532	1,6%	1,9%	1,6%	1,6%	4,7%
- Other commercial income	12 517	12 736	8 214	9 489	4,9%	4,8%	3,0%	3,3%	13,4%
Other income	496	481	2 114	2 589	0,2%	0,2%	0,8%	0,9%	18,3%
TOTAL	257 081	266 614	272 952	283 998	100%	100%	100%	100%	3,9%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	88 148	96 823	147 696	145 099	33,9%	35,8%	47,4%	46,1%	-1,8%
Cost of personnel	158 402	159 374	149 717	156 254	60,8%	58,9%	48,1%	49,6%	4,4%
Depreciation	13 818	14 568	13 911	13 597	5,3%	5,4%	4,5%	4,3%	-2,3%
Operating expenditure	260 368	270 765	311 324	314 950	100%	100%	100%	100%	1,2%

Net result	-3 959	-1 058	11 816	-636					-105,4%
Operating margin (%)	-1,45	-1,68	-0,01	0,71					

Source: RTBF / European Audiovisual Observatory



T.1.BE.3
G.1.BE.3

TV audience market share in the French Community of Belgium

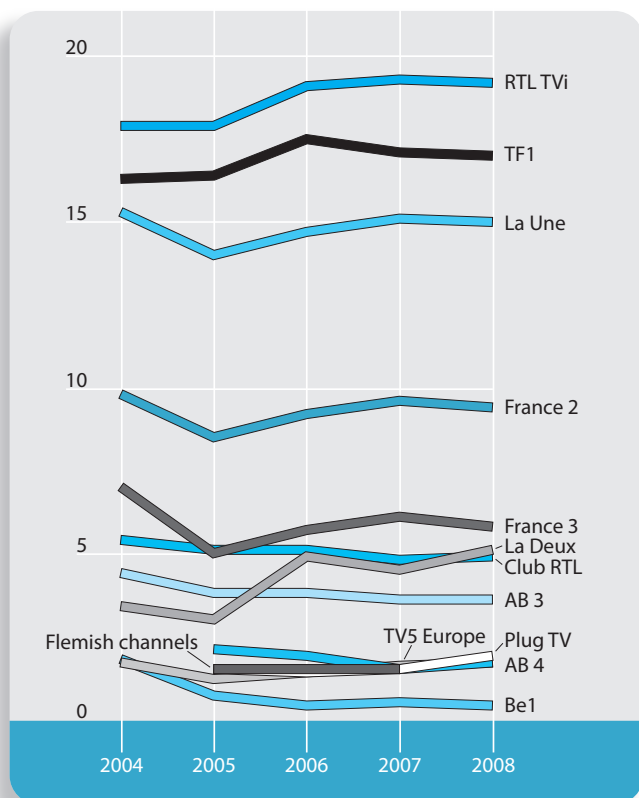
2004-2008 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:55-22:30)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
La Une	15,3	14,0	14,7	15,1	15,0	17,5	16,2	16,7	16,8	17,4
La Deux	3,4	3,0	4,9	4,5	5,1	3,6	2,6	4,8	4,7	5,6
Public channels of the FCB	18,7	17,0	19,6	19,6	20,1	21,1	18,8	21,5	21,5	23,0
AB 3	4,4	3,8	3,8	3,6	3,6	3,8	3,8	3,6	3,4	3,1
AB 4	-	2,1	1,9	1,5	1,7	1,9	2,3	1,8	1,9	1,9
Be1	1,8	0,7	0,4	0,5	0,4	0,9	0,8	0,5	0,6	0,6
MTV Wallonia					2,0					0,7
Private channels of the FCB ①	29,5	31,1	6,1	5,6	7,7	39,4	40,7	5,9	5,9	6,3
RTL TVi	17,9	17,9	19,1	19,3	19,2	24,6	25,6	27,3	27,1	27,5
Club RTL	5,4	5,1	5,1	4,8	4,9	6,7	6,1	6,6	6,8	6,9
Plug TV	-	1,5	1,4	1,5	1,9	1,5	2,1	1,8	1,8	2,2
TF1	16,3	16,4	17,5	17,1	17,0	13,0	12,4	13,1	12,9	12,8
France 2	9,8	8,5	9,2	9,6	9,4	6,7	6,4	6,7	6,7	6,5
France 3	7,0	5,0	5,7	6,1	5,8	4,6	4,4	4,9	4,9	4,5
TV5 Europe	1,7	1,2	1,4	1,6	1,7	0,8	0,8	0,8	1,2	1,2
Nickelodeon (version in French)					2,0					0,7
Foreign channels ①	34,8	31,1	59,4	60,0	61,9	25,1	24,0	61,2	61,4	62,3
Eén (VRT)	~	~	0,8	0,8	~	~	~	1,0	0,9	~
Ketnet / Canvas	~	~	0,3	0,3	~	~	~	0,4	0,4	~
Vitaya	~	~	0,2	0,1	~	~	~	0,1	0,1	~
VT4	~	~	0,1	0,1	~	~	~	0,1	0,1	~
2BE			0,1	0,1				0,1	0,1	
VTM	~	~	0,1	0,1	~	~	~	0,2	0,1	~
Flemish channels	~	1,5	1,5	1,5	~	1,7	1,8	1,7	1,6	~
Others	17,0	19,3	13,4	13,3	10,3	12,7	14,7	9,7	9,6	8,4

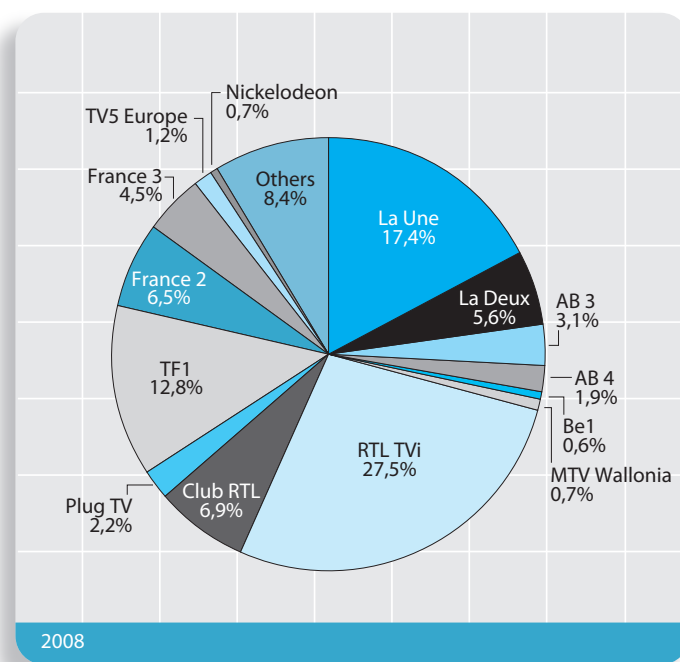
Market shares from 01/01/2006 are calculated over Total TV without taking into account external devices such as DVD, VCR, ...

Source: Eurodata TV Worldwide /
CIM - GfK Audimetrie SA① Up until 31.12.2005, RTL TVi, Club RTL and Plug TV were under licence of the CSA of the French Community of Belgium.
Since 1.1.2006, they are broadcasting under a Luxembourg licence.

Daily share. In %, 4 years +.



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



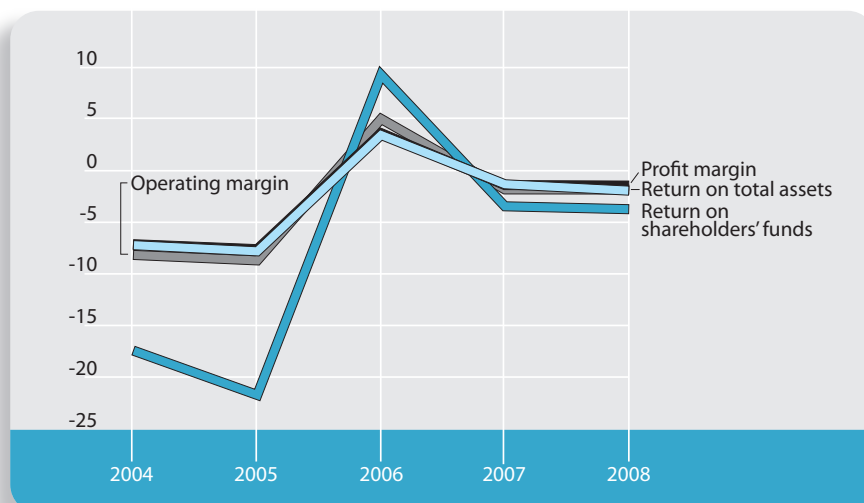
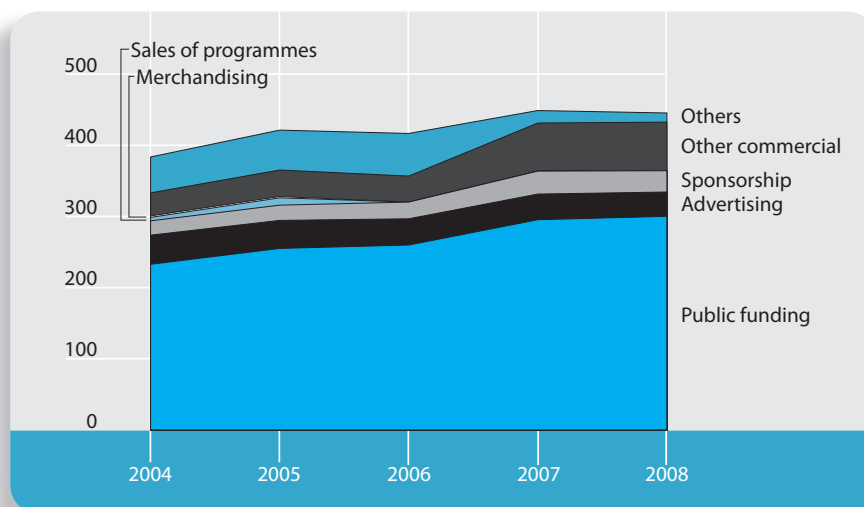
T.1.BE.4
G.1.BE.4VRT financial situation
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	253,60	258,31	293,68	298,42	60,5%	54,0%	63,5%	65,2%	1,6%
Total commercial income	109,50	60,00	67,87	63,68	26,1%	12,5%	14,7%	13,9%	-6,2%
- Advertising	39,10	36,66	35,81	33,94	9,3%	7,7%	7,7%	7,4%	-5,2%
- Sponsorship	21,30	23,34	32,06	29,74	5,1%	4,9%	6,9%	6,5%	-7,2%
- Programme sales	10,25	~	~	~	2,4%	~	~	~	~
- Merchandising	1,84	~	~	~	0,4%	~	~	~	~
- Other commercial income	36,99	36,31	67,16	67,89	8,8%	7,6%	14,5%	14,8%	1,1%
Other income	55,74	59,52	17,46	12,75	13,3%	12,4%	3,8%	2,8%	-27,0%
TOTAL	418,84	478,54	462,47	457,90	100%	100,0%	100,0%	100,0%	-1,0%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	253,45	256,45	254,06	264,31	57,4%	56,5%	55,1%	56,6%	4,0%
Costs of personnel	169,07	177,98	182,47	179,95	38,3%	39,2%	39,6%	38,5%	-1,4%
Depreciation	18,88	19,38	24,49	22,54	4,3%	4,3%	5,3%	4,8%	-8,0%
Operational expenditure	441,41	453,81	461,02	466,80	100%	100%	100%	100%	1,3%

Net result	-33,49	16,12	-6,82	-6,72					-1,5%
Operating margin (%)	-7,83	3,46	-1,32	-1,94					

Source: VRT / European Audiovisual Observatory



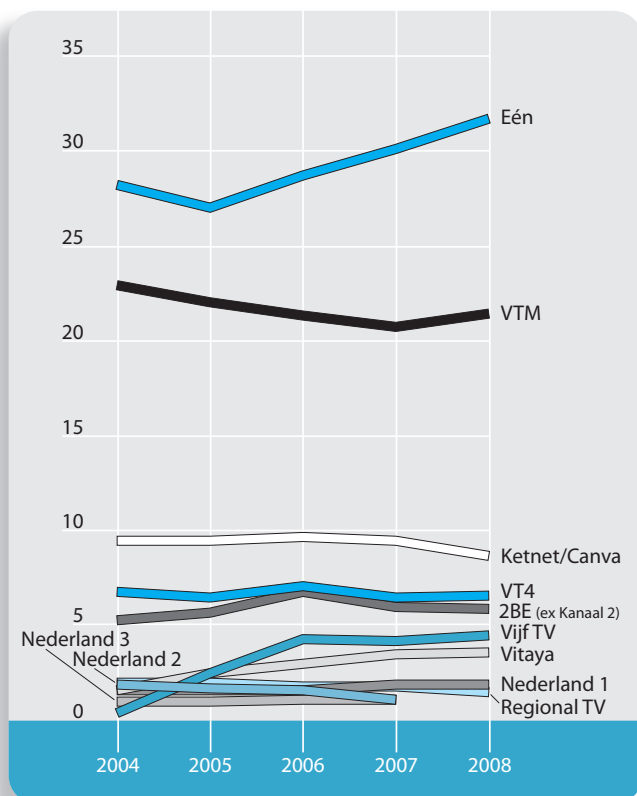
T.1.BE.5
G.1.BE.5TV audience market share in the Flemish Community of Belgium
2004-2008 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:55 - 22:30)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Eén	28,2	27,0	28,7	30,1	31,7	31,8	30,8	32,2	33,5	34,2
Ketnet/Canvas	9,4	9,4	9,6	9,4	8,6	8,4	8,1	7,8	7,9	7,6
Sporza	2,6	-	-	-	-	2,2	-	-	-	-
Public Flemish channels	40,2	36,4	38,3	39,5	40,3	42,4	38,9	40,0	41,4	41,8
VTM	22,9	22,0	21,3	20,7	21,4	27,7	27,8	27,3	26,6	26,9
2BE (ex Kanaal 2)	5,2	5,6	6,7	5,9	5,8	5,9	6,2	7,3	6,1	6,4
VT4	6,7	6,4	7,0	6,4	6,5	7,3	7,3	7,6	7,4	7,3
Vijf TV	0,3	2,4	4,2	4,1	4,4	0,3	2,1	3,3	3,4	3,6
Vitaya	1,5	2,4	2,9	3,4	3,5	0,7	1,1	1,7	2,1	1,8
Regional TV	1,9	1,9	1,7	1,7	1,4	1,7	1,7	1,5	1,6	1,3
Private Flemish channels	38,5	40,7	43,8	42,2	43,0	43,6	46,2	48,7	47,2	47,3
La Une	0,7	0,7	0,8	0,7	~	0,5	0,6	0,5	0,5	~
La Deux	0,3	0,3	0,4	0,3	~	0,3	0,2	0,3	0,3	~
Channels from the FCB	1,7	1,7	1,2	1,0	~	1,6	1,5	0,8	0,8	~
Nederland 1	1,5	1,5	1,5	1,8	1,8	1,4	1,4	1,6	1,9	~
Nederland 2	1,8	1,6	1,5	1,0	~	1,9	1,7	1,4	0,7	~
Nederland 3	0,9	0,9	1,0	1,0	~	0,6	0,5	0,6	0,7	~
Nickelodeon/MTV (NL)					1,5					0,5
RTLVI	0,7	0,7	0,6	0,4	~	0,8	0,7	0,6	0,4	~
France 2			0,8	0,7	~			0,3	0,3	~
France 3			0,1	0,1	~			0,1	0,1	~
TF1			0,2	0,2	~			0,2	0,1	~
Foreign channels	4,9	4,7	5,7	5,2	~	3,9	3,6	4,8	4,2	~
Others	14,7	16,5	11,0	12,1	16,7	8,5	9,8	5,7	6,4	10,9

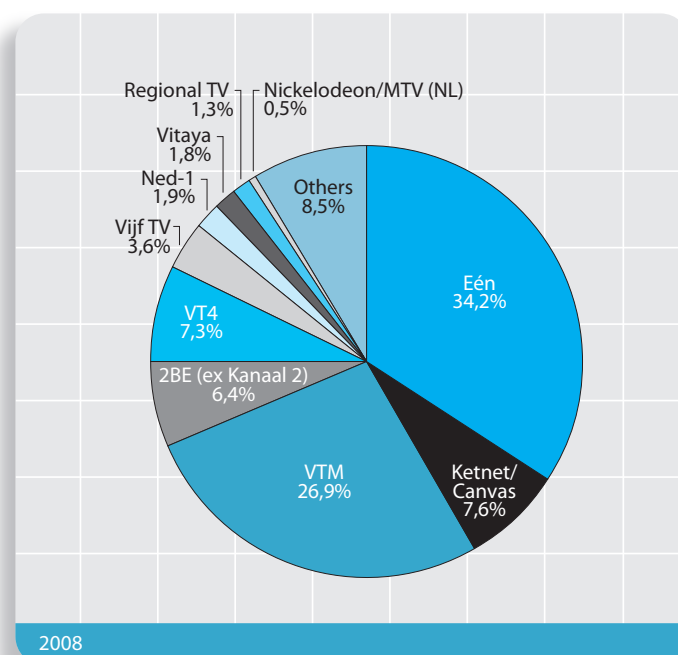
Market shares from 01/01/2006 are calculated over Total TV without taking into account external devices such as DVD, VCR, ...

Source: Eurodata TV Worldwide /
CIM - GfK Audimetrie SA

Daily share. In %, 4 years +.



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



T.1.BE.6

The 25 leading TV production companies in Belgium

2004-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Studio 100	Children, animation	45 445	46 261	50 054	50 888	~	~
2	Woestijnvis	Formats	18 372	33 940	33 940	35 621	36 964	3,8%
3	Endemol Belgie	Reality shows	23 486	22 328	21 879	~	~	~
4	Eyeworks Entertainment	Reality shows	18 522	17 571	19 750	28 383	21 289	-25,0%
5	Kanakna Productions	Entertainment, fiction	11 288	20 390	18 058	18 349	~	~
6	Studio-A	Entertainment, fiction	11 390	7 889	10 646	13 022	18 809	44,4%
7	Demensen	Entertainment, fiction	6 797	10 670	13 956	12 986	11 743	-9,6%
8	Eyeworks Film and TV Drama (former MMG)	Fiction	4 526	17 425	13 340	9 442	11 367	20,4%
9	Fremantle Productions Belgium	Entertainment, fiction	4 476	5 631	8 166	10 357	6 894	-33,4%
10	RV Productions	Entertainment, fiction	1 936	2 909	4 302	3 706	~	~
11	Telesaurus	Entertainment, fiction	4 194	~	~	3 618	~	~
12	Instant News Service	News	1 756	1 640	2 199	3 007	~	~
13	Jok Foe ¹	Entertainment, fiction	4 229	~	~	2 997	~	~
14	CoToon	Animation	~	752	794	2 230	~	~
15	Roj	Kurdish programmes for Roj TV	3 188	4 429	4 904	2 842	2 726	-4,1%
16	Havana	Regional programmes	2 689	2 964	4 218	3 554	2 204	-38,0%
17	Ded's It	Entertainment	-	-	1 111	1 984	~	~
18	Jan Verbeke Producties	News	832	1 494	1 603	1 804	~	~
19	Kaos Films	-	934	1 094	708	1 390	~	~
20	Archi-Text Production	Fiction, documentaries	1 367	~	1 145	~	~	~
21	Caviar TV	Fiction	204	364	735	1 581	980	-38,0%
21	Walking the Dog	Animation	172	181	411	967	~	~
22	Les films de la Passerelle	Documentaries	982	717	905	963	~	~
23	Smash	Documentaries	1 036	759	837	866	~	~
24	Be Films	Fiction, feature films, entertainment	1 533	2 982	902	~	~	~
25	Al Jazeera Brussels	News	-	632	592	495	~	~

¹ 2007 over 15 months.

Source: European Audiovisual Observatory

Some of these companies also produce feature films.

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

The Bulgarian television market is dominated by the three national terrestrial broadcasters: bTV, BNT and Nova TV. The commercial broadcaster bTV still leads, with an audience share of 36.7% in 2008. It is owned by the Balkan News Corporation, part of the News Corporation group. BNT, the state-owned broadcaster, has two television channels: BNT 1, a national terrestrial channel (with several regional windows), and the satellite channel BNT Sat. BNT 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 13.6% in 2008.

The Swedish Modern Times Group took over the assets of the Balkan Media Group (previously co-owned with Apace Media) in August 2009 under the company Nova Televizia. This includes the channel Nova TV, which in 2008 had a market share of 17.1%, confirming its position as the second national channel after bTV (and also the Diema channels and MM channels).

The numerous thematic 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, but the sector is beginning to consolidate with the company EQ TV planning to take over both Cabletel and Eurocom in 2009. Bulgaria also has two satellite platforms, Bulsatcom and ITV Partner (with combined subscriptions in 2009 of 90 000 homes). Telecommunications operator Vestitel has launched the country's first IPTV service.

In January 2008, the Council of Ministers adopted a plan for the implementation of digital terrestrial television broadcasting (DVB-T) in Bulgaria. By December 2012, all transmitters for terrestrial analogue television broadcasting should stop working. In June 2009 the company Towercom was given licenses to operate two nation-wide DDT multiplexes and later the company Hannu Pro won the tender to operate three nation-wide DTT multiplexes in Bulgaria.

The Amendment of the Radio and TV Act entered into law in February 2009 setting out the main principles and rules for digital TV broadcasting in Bulgaria, in particular the criteria for licensing digital services.

Le marché bulgare de la télévision est dominé par trois radiodiffuseurs terrestres nationaux : bTV, BNT et Nova TV. La chaîne privée bTV reste en tête, avec 36,7 % de parts d'audience en 2008. Celle-ci appartient à Balkan News Corporation, elle-même détenue par le groupe News Corporation. BNT, le radiodiffuseur public détenu par l'Etat, possède deux chaînes de télévision : BNT1, une chaîne terrestre nationale (avec plusieurs fenêtres régionales), et la chaîne satellite BNT Sat. Avec l'essor de ses concurrentes privées, l'audience de BNT 1 est en retrait. Elle connaît un recul significatif depuis 2005, chutant de 18,7 % en 2005 à 13,6 % en 2008.

En août 2009, le groupe suédois Modern Times a racheté les actifs du groupe Balkan Media (qu'il détenait avec Apace Media) par le biais de la société Nova Televizia. Outre les chaînes Diema et MM, cela concerne la chaîne Nova TV, qui disposait en 2008 d'une part de marché de 17,1 %, confirmant ainsi sa position de seconde chaîne nationale après bTV.

Au sein de ce marché très concentré, les très nombreuses chaînes thématiques commencent à se faire une place, érodant progressivement les parts de marché des grandes chaînes terrestres. Le pays compte plus de 600 câblo-opérateurs, mais le secteur commence à se consolider avec les plans de la société EQ TV pour prendre le contrôle de Cabletel et Eurocom in 2009. La Bulgarie compte deux plates-formes satellitaires, Bulsatcom et ITV Partner (avec un nombre d'abonnés combiné de 90 000 foyers en 2009). L'opérateur de télécommunications Vestitel a lancé le premier service d'IPTV du pays.

En janvier 2008, le Conseil des Ministres a adopté le projet de mise en œuvre de la radiodiffusion numérique terrestre (DVB-T) en Bulgarie. D'ici à décembre 2012, les émetteurs de radiodiffusion télévisuelle analogique terrestre devraient cesser leur activité. En juin 2009, la compagnie Towercom a obtenu les licences d'exploitation des deux multiplex nationaux de TNT et peu après, la société Hannu Pro a remporté l'appel d'offres pour l'exploitation de trois multiplex nationaux de TNT.

L'amendement de la loi sur la radio et la télévision, entré en vigueur en février 2009, a posé les grands principes et les règles applicables à la télévision numérique, et notamment les critères d'octroi des licences pour les services numériques.

Der bulgarische TV-Markt wird von drei landesweiten terrestrischen Anbietern dominiert: bTV, BNT und Nova TV. Der Privatsender bTV war auch 2008 mit einem Zuschaueranteil von 36,7 % führend. Dabei handelt es sich um ein Unternehmen der Balkan News Corporation, die wiederum zur News Corporation-Gruppe gehört. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter im staatlichen Besitz, BNT, gehören zwei Fernsehdienste: BNT 1, ein landesweiter terrestrischer Sender (mit zahlreichen Regionalfenstern), und der Satellitensender BNT Sat. Seitdem die private Konkurrenz boomt, sinken die Einschaltquoten von BNT 1. Der Rückgang ist seit 2005 signifikant: von 18,7 % 2005 auf 13,6 % 2008.

Die schwedische Modern Times Group (MTG) hat im August 2009 die Übernahme des Unternehmens Nova Televizia von der Balkan Media Group (früher im Besitz der MTG und Apace Media) abgeschlossen. Dazu gehört (neben den Kanälen der Sender Diema und MM) auch der Sender Nova TV, der sich 2008 mit einem Marktanteil von 17,1 % als zweitgrößter Sender hinter bTV behaupten konnte.

In diesem Markt, in dem wenige Veranstalter die Einschaltquoten auf sich konzentrieren, setzen sich die zahlreichen Spartenkanäle 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, aber mit der für 2009 geplanten Übernahme von Cabletel und Eurocom durch EQ TV hat eine gewisse Konsolidierung der Branche eingesetzt. Es gibt auch zwei Satellitenplattformen, Bulsatcom und ITV Partner (2009 zusammen 90 000 Haushalte). Den landesweit ersten IPTV-Dienst hat der Telekom-Anbieter Vestitel ins Leben gerufen.

Im Januar 2008 verabschiedete der Ministerrat das Projekt zum Start des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in Bulgarien. Bis Dezember 2012 sollen alle Sendeeinrichtungen für terrestrisches analoges Fernsehen abgeschaltet werden. Im Juni 2009 hat die Firma Towercom Lizenzen für den Betrieb zweier landesweiter DVB-T-Multiplexe erhalten, die anschließende Ausschreibung für drei weitere DVB-T-Multiplexe hat die Firma Hannu Pro gewonnen.

Im Februar 2009 ist die Änderung des Rundfunkgesetzes in Kraft getreten, mit dem die wesentlichen Grundsätze und Regeln für das digitale Fernsehen in Bulgarien festgelegt werden, darunter auch die Kriterien für die Lizenzierung von digitalen Diensten.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	7 607	Eurostat
Households		–	2 882	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		95%	2 738	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		48%	1 370	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		7%	180	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH / SMATV households		22%	622	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH / SMATV households		14%	415	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0%	1	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		1%	25	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		22%	621	European Audiovisual Observatory
Households with PC		32%	914	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connection		24%	693	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	>650	Eurokom, Cabletel, Tele-Sat, Vereya Kabel, ...
Satellite packagers	2	Bulsatkom, Interaktivni Tehnology
IPTV packagers	4	Mobilitel, Neterra, Network Bulgaria, Vestitel
DTT multiplex operator	0	–
Mobile phone TV packagers	2	Cosmo Bulgaria Mobile, Mobilitel

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		1	4	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	67	68
Regional/Local			55	55
Regional/Local windows		4	0	4
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		6	126	132
<i>Foreign channels targeting the country</i>		0	25	25

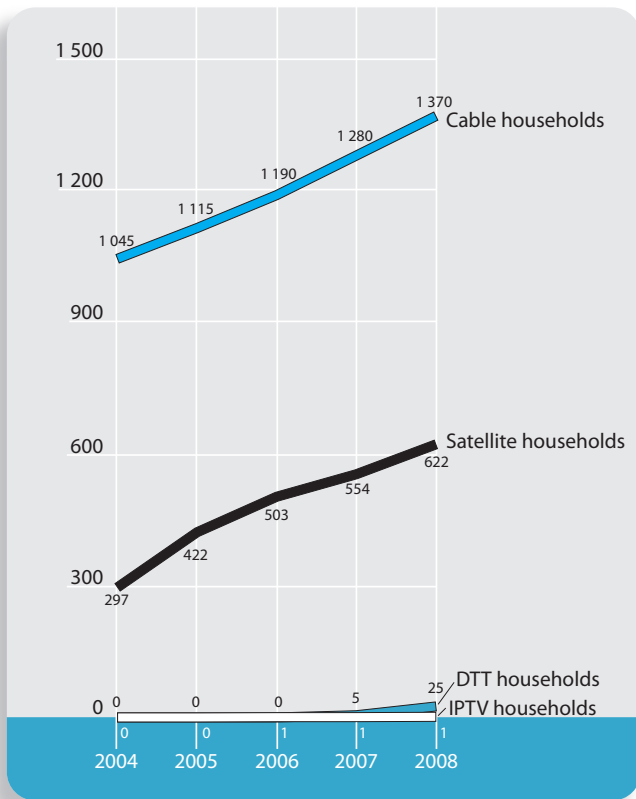
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Analogue terrestrial	Cable Cabletel	Satellite Bulsatcom	Satellite ITV Partner	IPTV Neterra TV
Generalist - national		5	9	7	7	4
Generalist - foreign			10	2		
Adult			3	3	2	
Children			4	2	1	
Culture/ education/ documentary			9	9	7	1
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games			15	11	17	3
Film			8	5	4	
Home shopping			1			1
International linguistic and cultural			5	2		
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	4		
Music			12	9	6	8
News/ business			8	3	4	4
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		4	9			
Religion						
Sports			5	2	5	
Various			1	1		2
Total		9	103	60	53	23

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

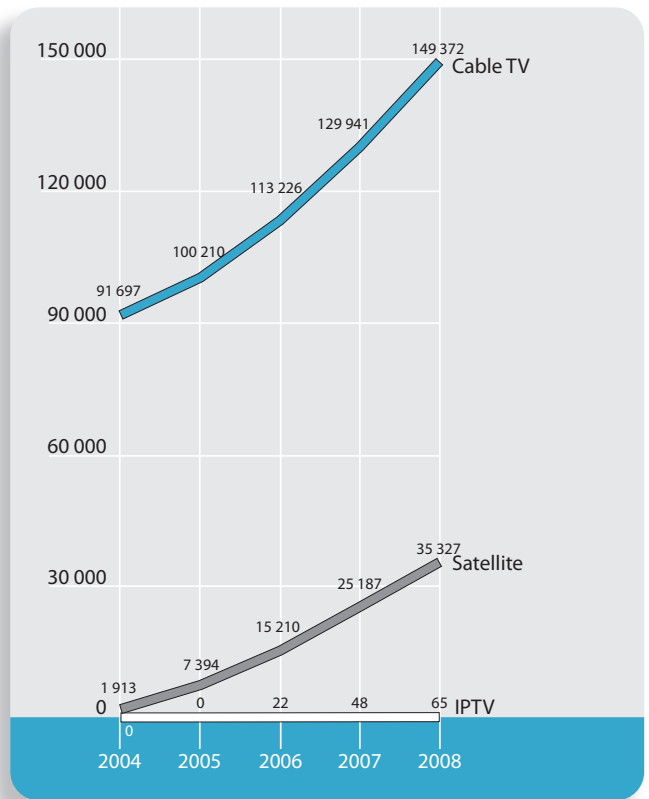
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

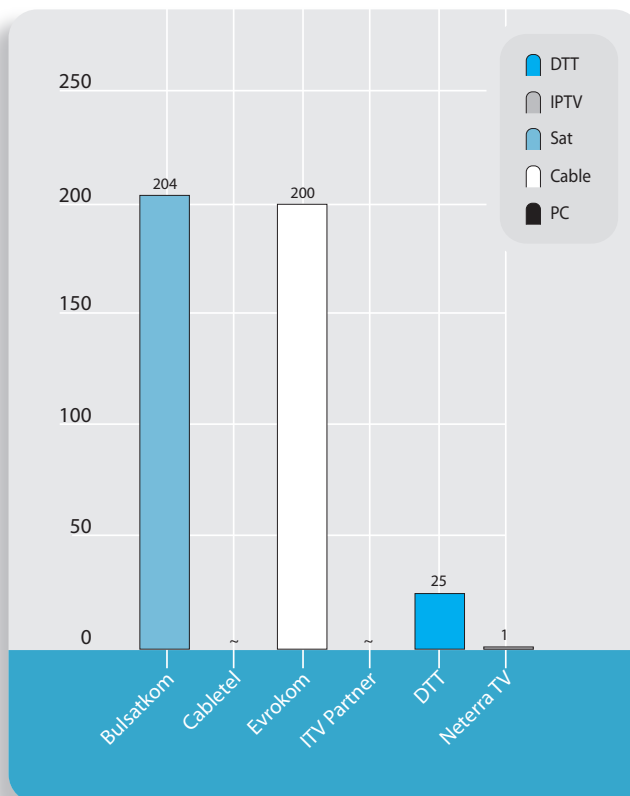
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

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

Operating revenues of main television companies in Bulgaria

2005-2008 EUR thousand.

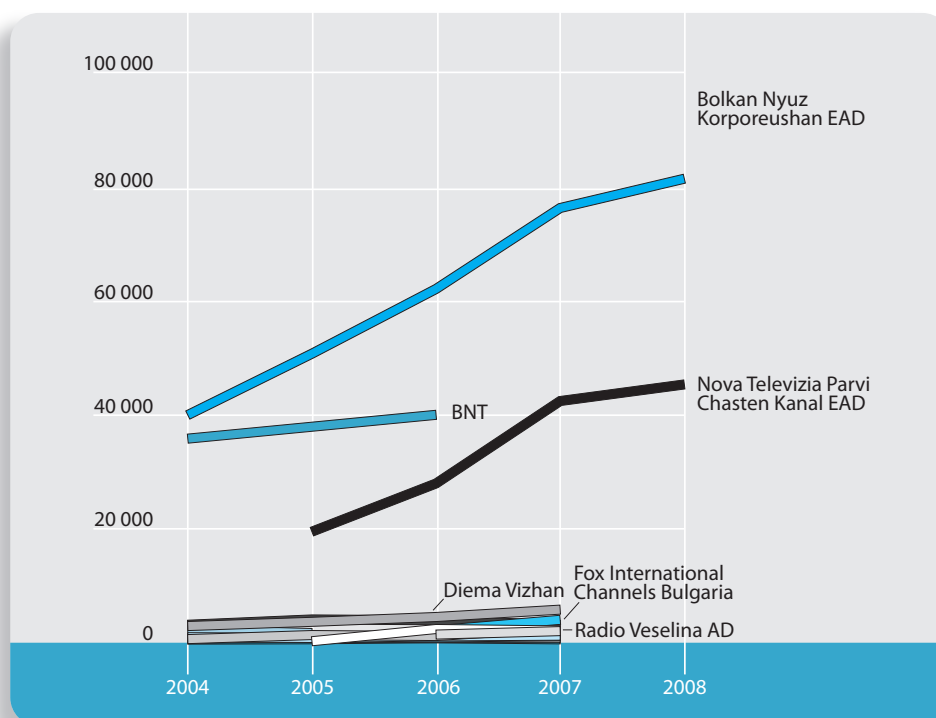
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Bolkan Nyuz Korporeushan EAD	adtv	bTV	50 785	62 204	76 480	81 647	6,8%
Nova Televizia Parvi Chasten Kanal EAD	adtv	Nova Televizia	19 395	27 894	42 435	45 359	6,9%
BNT	sptv	Kanal 1	~	40 000	~	~	~
Diema Vizhan	thtv	Diema+, Diema2, DiemaExtra, Diema Family	3 491	4 341	5 641	~	~
Fox International Channels Bulgaria	thtv	Fox TV Bulgaria	-	2 009	3 845	~	~
Payner OoD	thtv	Planeta TV	3 910	3 769	2 934	~	~
Balkan Bulgarska Televizia AD	adtv	BBT	1 160	987	2 366	~	~
TV Sedeam EAD	thtv	TV-7	68	2 224	1 975	~	~
Radio Veselina AD	thtv	Veselina TV	~	1 243	1 853	~	~
Telestar Bulgaria Eood	hstv	Telestar	648	914	1 052	~	~
Televizia Evropa	thtv	Evropa TV	686	704	979	~	~
Ring SV	thtv	Ring TV	1 512	~	832	~	~
Elit Media Bulgaria Ood	thtv	SofiaCable Film, SK Folk, Kanal 3	738	617	615	~	~
Televizia MM OOD	thtv	M2TV	416	596	399	~	~
Fen Ti Vi Ood	thtv	FenTV	205	263	359	~	~

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Mobitel EAD ①	IPTV, 3GTV	Mobitel		91 799	586 168	652 846	675 360	3,4%
Cosmo Bulgaria Mobile EAD ①	3G TV	Globul TV		274 073	342 264	411 585	466 035	13,2%
Eurocom Cable Management BG	CATV	Evrokom Bulgaria		~	10 880	20 626	29 718	44,1%
<i>p.m.</i> Evrokom Plovdiv	CATV	Evrokom Bulgaria		4 369	5 639	~	~	~
<i>p.m.</i> Evrokom Sofia Kabel	CATV	Evrokom Bulgaria		204	4 439	4 714	~	~
Bulsatkom AD	SATV	Bulsatkom		3 630	8 047	20 536	35 536	73,0%
Cabletel ①	3Play	Cabletel TV		16 931	21 417	~	~	~
Neterra EooD ①	IPTV	Neterra TV		2 773	4 982	8 674	~	~
Interaktivni Tehnologii AD	SATV	ITV Partner		4 169	~	~	~	~
Kabel Sat Zapad OOD	3Play	Kabel sat Zapad		~	990	1 714	2 306	34,5%
Vereya Kabel	CATV	Vereya Kabel		1 210	1 951	1 285	~	~
Vestitel BG AD ①	3play	Vestitel		138	594	432	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.

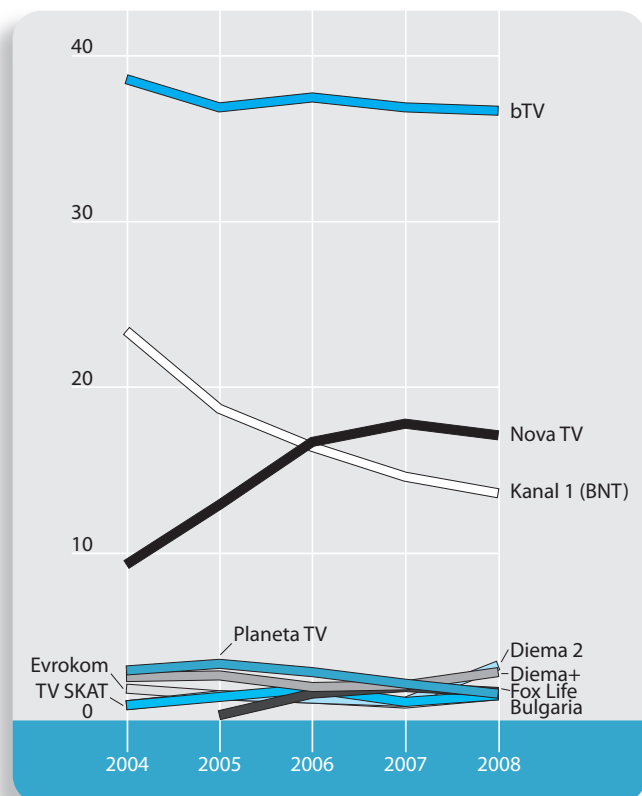


T.1.BG.2
G.1.BG.2TV audience market share in Bulgaria
2004-2008 In %, 4 years +.

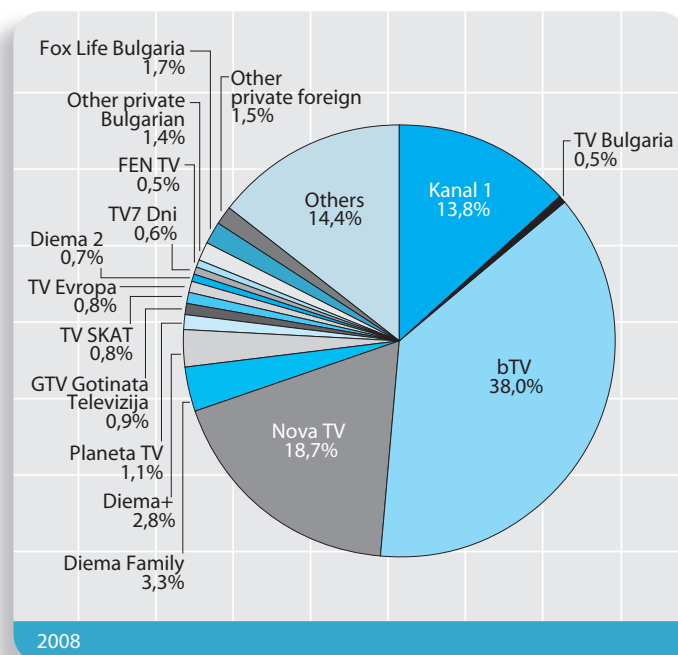
Channels	Daily share					Prime time (20:00-22:30)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Kanal 1 (BNT)	23,4	18,7	16,4	14,6	13,6	31,5	24,0	21,5	18,7	13,8
TV Bulgaria (BNT)	0,5	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,9	0,7	0,6	0,5
Bulgarian public channels	23,9	19,4	17,1	15,2	14,2	32,0	24,9	22,2	19,3	14,3
bTV	38,6	36,9	37,5	36,9	36,7	32,6	31,8	32,4	35,1	38,0
Nova TV	9,3	12,9	16,7	17,8	17,1	12,6	17,9	22,0	21,7	18,7
Diema Family			0,4	1,7	3,2			0,3	1,6	3,3
Diema+	2,5	2,6	1,9	2,0	2,8	1,7	2,0	1,4	1,7	2,8
Planeta TV	2,9	3,3	2,8	2,1	1,5	2,2	2,3	1,8	1,3	1,1
GTV Gotinata Televizija		0,1	1,0	1,7	1,4	-	0,1	0,8	1,2	0,9
TV SKAT	0,8	1,3	1,8	1,6	1,4	1,0	1,8	2,6	2,3	0,8
TV Evropa	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,6	0,4	0,5	0,5	0,8
Diema 2	0,8	1,4	1,2	~	0,9	0,6	1,0	0,9	0,7	0,7
TV7 Dni			0,4	0,7	0,8			0,4	0,7	0,6
FEN TV	0,1	0,8	0,7	0,8	0,6	0,1	0,6	0,5	0,5	0,5
BBT Balkan Bulgarian TV	0,6	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,5	0,4	0,4
Kanal 3	0,5	0,6	0,5	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5	0,4	0,4
Evrokom	1,8	1,4	1,2	0,9	0,3	1,8	1,3	0,9	0,7	0,2
City TV			-	0,5	0,3				0,2	0,2
M-Sat	0,7	0,9	0,6	0,4	0,3	0,6	0,9	0,6	0,5	0,2
Bulgarian private channels	59,4	63,7	68,0	68,9	69,1	54,8	61,4	66,1	69,5	69,6
Eurosport		0,4	0,5	0,5	0,6	-	0,4	0,4	0,4	0,5
Fox Life Bulgaria	-	0,2	1,5	1,9	1,6	-	0,1	0,7	1,0	1,7
Discovery Channel	-	0,5	0,5	0,5	0,5	-	0,4	0,3	0,3	0,3
Hallmark Channel Central Europe		0,7	0,6	0,4	0,6	-	0,6	0,5	0,4	0,5
Cartoon Network		0,7	0,6	0,4	0,3	-	0,5	0,4	0,3	0,2
Foreign channels	~	2,5	3,7	3,7	3,6	~	2,0	2,3	2,4	3,2
Others	16,7	14,4	11,2	12,2	13,1	13,2	11,7	9,4	8,8	12,9

Source: Eurodata TV / TNS TV Plan

Daily share. In %, 4 years +.



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



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

Via its seven corporate units, the public broadcaster SRG SSR idée suisse offers twelve channels in the country's four national languages and they dominate the market by a wide margin.

In German-speaking Switzerland, SF1 and SF zwei have a strong lead with a daily audience market share of 22.4% and 9.1% in the first half of 2009, ahead of the German channels RTL (6.8%) and Sat.1 (5.6%).

In Italian-speaking Switzerland, TSI heads the audience ratings, with a 23.2% market share, ahead of the Italian channels Canale 5 (13.4%), RAI Uno (11.9%) and Italia 1 (7.1%).

Finally, TSR1 heads the ratings in the French-speaking part of the country with 21.9% of the daily audience, in front of the French channels TF1, M6 and France 2, with 13.1%, 9.6% and 7.9% of viewers respectively.

Some of the foreign channels present in the Swiss market (RTL, RTL 2 or M6) have versions with advertising spots specific to Switzerland, which causes a problem for the regulator OFCOM. For example, in February 2009 the civil court of appeal of the cantonal court of the State of Fribourg ruled against Métropole Télévision for its M6 Suisse advertising slot, stating in its judgment that M6 Suisse was a breach of copyright and constituted unfair competition.

Although the public channels in Switzerland are powerful and a substantial proportion of the market is held by foreign channels, around twenty private channels are distributed at the national, indeed international, level and there are around twenty local channels, most of which broadcast programmes in German or French.

The Swiss channels with international coverage include the music channel i-concerts, which is distributed in France, Belgium and Luxembourg. In 2009, the independent producer Eagle Rock Entertainment acquired a 20% stake in i-concerts SA.

Only 8% of Swiss households mainly depend on terrestrial transmission for their television services, so the multi-channel platforms have a significant penetration. For example, according to the Swiss cable operators' association Swisscable, 86% of homes subscribe to a cable TV service. The main operator is Cablecom (a subsidiary

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

Le radiodiffuseur public, SRG SSR idée suisse propose, via ses sept unités d'entreprises, douze chaînes dans les quatre langues nationales suisses. Ces chaînes publiques dominent largement le marché.

De fait, en Suisse alémanique, SF1 et SF zwei arrivent en tête des audiences, avec respectivement 22,4 et 9,1 % de part de marché d'audience quotidienne au premier semestre 2009, devant les chaînes allemandes RTL (6,8 %) ou Sat.1 (5,6 %).

En Suisse italophone, TSI prend aussi la tête des audiences, avec 23,2 % de parts de marché, devant les chaînes italiennes Canale 5 (13,4 %), RAI Uno (11,9 %) ou Italia 1 (7,1 %).

Enfin, en Suisse romande, TSR1 arrive aussi en tête avec 21,9 % de l'audience quotidienne, devant les chaînes françaises TF1, M6 et France 2 qui réunissent respectivement 13,1 %, 9,6 % et 7,9 % des spectateurs.

Parmi les chaînes étrangères présentes sur le marché suisse, certaines (RTL, RTL 2 ou M6) proposent des versions comportant des écrans publicitaires spécifiques à la Suisse, ce qui cause problème à l'instance de régulation, l'OFCOM. Ainsi, Métropole Télévision a été condamné en février 2009 pour sa fenêtre M6 Suisse par la Cour d'appel civil du Tribunal cantonal de l'Etat de Fribourg. L'arrêt considère que M6 Suisse viole le droit d'auteur et représente une concurrence déloyale.

Si les chaînes publiques sont puissantes en Suisse et qu'une large part du marché est détenue par les chaînes étrangères, il existe cependant une vingtaine de chaînes privées distribuées à l'échelon national, voire international, ainsi qu'une vingtaine de chaînes locales, dont la plupart diffusent des programmes en allemand ou en français.

Parmi les chaînes suisses à rayonnement international se trouve la chaîne musicale i-concerts, diffusée en France, Belgique ou au Luxembourg. En 2009, le producteur indépendant Eagle Rock Entertainment a acquis 20 % des parts de i-concerts SA.

Seuls 8 % des ménages suisses dépendent principalement de la transmission terrestre pour la fourniture de leurs services de télévision. La pénétration des plateformes multi-chaînes est donc très importante. Ainsi, selon Swisscable, l'association des câblo-opérateurs suisses, 86 % des foyers sont abonnés à une offre de télévision par câble. Le principal opérateur est Cablecom (filiale du groupe UPC),

Die Schweiz ist ein Bundesstaat mit 26 Kantonen und vier Amtssprachen: deutsch, französisch, italienisch und rätoromanisch. Dementsprechend vielfältig ist auch die audiovisuelle Landschaft, in der die deutschen, französischen und italienischen Sender in hohem Maß vertreten sind.

Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt SRG SSR idée suisse bietet über sieben Unternehmenseinheiten zwölf Sender in den vier Amtssprachen der Schweiz an. Der Markt wird weitgehend von diesen öffentlich-rechtlichen Sendern beherrscht.

So erreichen die Sender SF1 und SF zwei im ersten Halbjahr 2009 mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 22,4 bzw. 9,1 % die höchsten Einschaltquoten in der deutschsprachigen Schweiz. Dahinter folgen die deutschen Sender RTL (6,8 %) und Sat.1 (5,6 %).

Im italienischen Teil der Schweiz liegt mit einem Marktanteil von 23,2 % ebenfalls der öffentlich-rechtliche Sender TSI vorn, gefolgt von den italienischen Sendern Canale 5 (13,4 %), RAI Uno (11,9 %) und Italia 1 (7,1 %).

Auch in der französischsprachigen Westschweiz liegt mit einem Marktanteil von 21,9 % der öffentlich-rechtliche Anbieter (TSR1) auf Platz eins, vor den französischen Sendern TF1, M6 und France 2 mit einem Zuschaueranteil von 13,1 %, 9,6 % bzw. 7,9 %.

Von den ausländischen Sendern auf dem Schweizer Markt bieten einige (z.B. RTL, RTL2 oder M6) Versionen mit speziell auf die Schweiz ausgerichteten Werbefenstern an, was der Regulierungsbehörde (BAKOM) Schwierigkeiten bereitet. So ist Métropole Télévision (M6) im Februar 2009 für sein Schweizer M6-Werbefenster vom Zivilappellationshof des Kantonsgerichts Freiburg verurteilt worden. Nach Auffassung des Gerichts hat der Sender M6 Suisse gegen das Urheberrecht verstoßen und sich des unlauteren Wettbewerbs schuldig gemacht.

Auch wenn die öffentlich-rechtlichen Sender in der Schweiz sehr stark sind und die ausländischen Sender einen großen Teil des Marktes auf sich vereinen können, so gibt es doch um die 20 Privatsender, deren Programm landesweit und zum Teil sogar international empfangen werden kann, sowie ebenso viele Lokalsender, die ihr Programm überwiegend in deutscher oder französischer Sprache ausstrahlen.

Zu den Schweizer Sendern mit internationaler Reichweite gehören der Musikkanal i-concerts, der auch in Frankreich, Belgien oder Luxemburg zu empfangen ist. 2009 hat die unabhängige Produktionsfirma Eagle Rock Entertainment 20 % der Anteile an i-concerts SA erworben.

of the UPC group), which is planning to adopt the name UPC in 2010. Cablecom has positioned itself as the main quadruple play provider and added a personal HD recorder to its services at the end of 2008 and a video on demand service in early 2009.

There are three competing IPTV platforms in the Swiss market, operated by Swisscom, Orange and Sunrise, the country's main telecommunications operators. They are attracting a growing number of viewers. For example, Swisscom's Bluewin service claimed to have 186 000 customers in September 2009, but the total is still marginal compared with the number of cable customers.

Swiss homes are served by two satellite packages: the CanalSat Suisse service was added to that of the public broadcaster Sat-access at the end of 2008. CanalSat had in fact interrupted its transmissions to Switzerland during the spring of 2008 because it possessed no retransmission rights outside France. A new package specially designed for Switzerland was then introduced a few months later but it only had a little over 10 000 subscribers a year after its launch.

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 some 30 television channels. Its competitor Sunrise has offered fifteen channels via 3G technology since 2005.

The switch-off of the analogue signal by the SRG SSR idée suisse broadcasting services was completed on 28 February 2008. Four public channels are available in each linguistic area via the digital terrestrial television network, except in the German-speaking part of the country, where five channels are transmitted (SF1, SF zwei, TSR1, RSI La 1 and SF Info, which was added to the network in January 2009). There are therefore no commercial DTT services at the present time but OFCOM launched a consultation in September 2008 concerning the award of licences for the operation of two multiplexes in the cantons of Valais and Grisons.

qui envisage d'adopter le nom UPC en 2010. Cablecom s'est positionné comme le principal initiateur de l'offre « quadruple play » et a ajouté à ses services un enregistreur personnel HD à la fin de l'année 2008 et une offre de vidéo à la demande au début de l'année 2009.

Trois plates-formes IPTV sont en concurrence sur le marché suisse, par Swisscom, Orange et Sunrise, les principaux opérateurs de télécommunications du pays. Celles-ci séduisent un nombre croissant de spectateurs, ainsi l'offre Bluewin de Swisscom revendique 186 000 clients en septembre 2009, mais le nombre total d'abonnés demeure encore marginal par rapport à celui des abonnés au câble.

Deux bouquets satellitaires servent les foyers suisses. A l'offre du radiodiffuseur public Sat-access s'est ajouté le service CanalSat Suisse depuis la fin de l'année 2008. En effet, CanalSat a interrompu ses transmissions vers la Suisse au cours du printemps 2008, faute de droits de retransmission hors de France. Un nouveau bouquet, spécialement conçu pour la Suisse a alors été lancé quelques mois plus tard, mais celui-ci ne rassemble que légèrement plus de 10 000 abonnés un an après son lancement.

Le 13 mai 2008, Swisscom a lancé son offre de télévision mobile personnelle, Bluewin TV Mobile. Cette offre, renforcée en octobre 2008, permet aux abonnés de recevoir une trentaine de chaînes de télévision. Son concurrent Sunrise propose depuis 2005 une offre d'une quinzaine de chaînes via la technologie 3G.

L'extinction du signal analogique par les services de diffusion de la SSR SRG idée suisse a été finalisée le 28 février 2008. Quatre chaînes publiques sont disponibles dans chaque bassin linguistique via le réseau de télévision numérique terrestre, sauf en Suisse alémanique où 5 chaînes sont transmises (SF1, SF zwei, TSR1, RSI La 1 et SF Info, ajoutée au réseau en janvier 2009). La TNT en Suisse ne propose donc jusqu'à présent pas d'offre commerciale, mais l'OFCOM a lancé une consultation en septembre 2008 concernant l'attribution de licences permettant d'opérer deux multiplex dans les cantons du Valais et des Grisons.

Die Marktdurchdringung der Multikanal-Plattformen ist in der Schweiz sehr weit fortgeschritten, nur 8 % der Haushalte sind ganz oder teilweise auf das terrestrische Fernsehen angewiesen. So haben nach Aussage des Verbands der Schweizer Kabelnetzbetreiber Swisscable 86 % der Haushalte ein Kabelfernsehangebot abonniert. Größter Betreiber ist Cablecom (eine Tochtergesellschaft des UPC-Konzerns), der für 2010 eine Namensänderung in UPC plant. Cablecom hat sich als erster Anbieter von „Quadruple Play“-Angeboten profiliert. Seit Ende 2008 bietet das Unternehmen auch einen HD-Recorder und seit Anfang 2009 einen Video-on-Demand-Dienst an.

Auf dem IPTV-Markt konkurrieren die Plattformen der drei größten Telekom-Betreiber des Landes (Swisscom, Orange und Sunrise), die eine stetig wachsende Zahl von Zuschauern anziehen. So hatte das Bluewin-Angebot von Swisscom nach eigenen Angaben im September 2009 186 000 Kunden, aber im Vergleich zur Zahl der Kabelkunden ist die Gesamtzahl der IPTV-Abonnenten noch sehr bescheiden.

Die Schweiz wird von zwei Satellitenbouquets bedient. Neben dem Angebot des öffentlich-rechtlichen Betreibers Sat-access gibt es seit Ende 2008 auch das Bouquet CanalSat Suisse. Zuvor hatte das französische CanalSat-Paket seine Ausstrahlung in der Schweiz im Frühling 2008 wegen fehlender Übertragungsrechte außerhalb von Frankreich aussetzen müssen. Daraufhin wurde wenige Monate später ein speziell für die Schweiz zusammengestelltes Bouquet auf den Markt gebracht, das aber ein Jahr nach dem Start erst etwas über 10 000 Abonnenten hat.

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 etwa 30 Fernsehsendern. Der Wettbewerber Sunrise bietet seit 2005 ein um die 15 Kanäle umfassendes Handy-TV-Paket über das 3G-Netz an.

Am 28. Februar 2008 hat SRG SSR idée suisse die Ausstrahlung des analogen Signals eingestellt. Über das DVB-T-Netz können in jedem Sprachraum vier öffentlich-rechtliche Sender empfangen werden, in der deutschsprachigen Schweiz sogar fünf (SF1, SF zwei, TSR1, RSI La 1 und seit Januar 2009 auch SF Info). In der Schweiz gibt es bislang noch keine DVB-T-Angebote von kommerziellen Anbietern, aber das BAKOM hat im September 2008 eine Konsultation für die Vergabe von Lizenzen für den Betrieb von zwei Multiplexen in den Kantonen Wallis und Graubünden eingeleitet.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	7 702	BFS/OFS
Households		–	3 362	BFS/OFS
TV households		93%	3 127	BAKOM / OFCOM
Cable TV households		92%	2 890	Swisscable
Digital cable TV households		16%	510	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		15%	472	SSR-SRG idée suisse / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		15%	472	SSR-SRG idée suisse / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		4%	120	Screen Digest
Installed DVB-T receivers		5%	164	SSR-SRG idée suisse / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		38%	1 266	European Audiovisual Observatory
Households with PC		87%	2 723	BAKOM / OFCOM
Households with broadband connections		70%	2 184	Screen Digest
Mobile phone TV subscriptions		–	82	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	16	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	>260	Cablecom (UPC), Naxoo etc...
Satellite packagers	2	CanalSat Suisse, SSR-SRG idée suisse "Sat-Access"
IPTV packagers	3	Swisscom "Bluewin TV", Orange (France Telecom), Sunrise "Sunrise Desktop TV"
DTT multiplex operators	1	SRG-SSR idée suisse
Mobile phone TV packagers	2	Swisscom "Bluewin TV mobile", Sunrise
Mobile broadcast TV providers	1	Swisscom "Bluewin TV mobile"

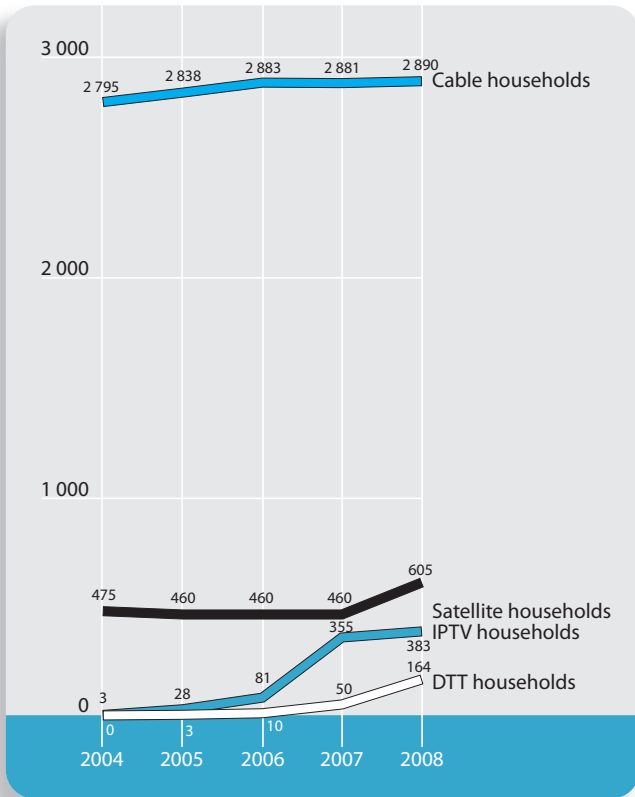
Number of TV channels by kind of licence	11.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	0	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		7	13	20
Regional/Local		0	25	25
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	7	7
Total		12	45	57
<i>Foreign channels targeting the country</i>		1	39	40

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

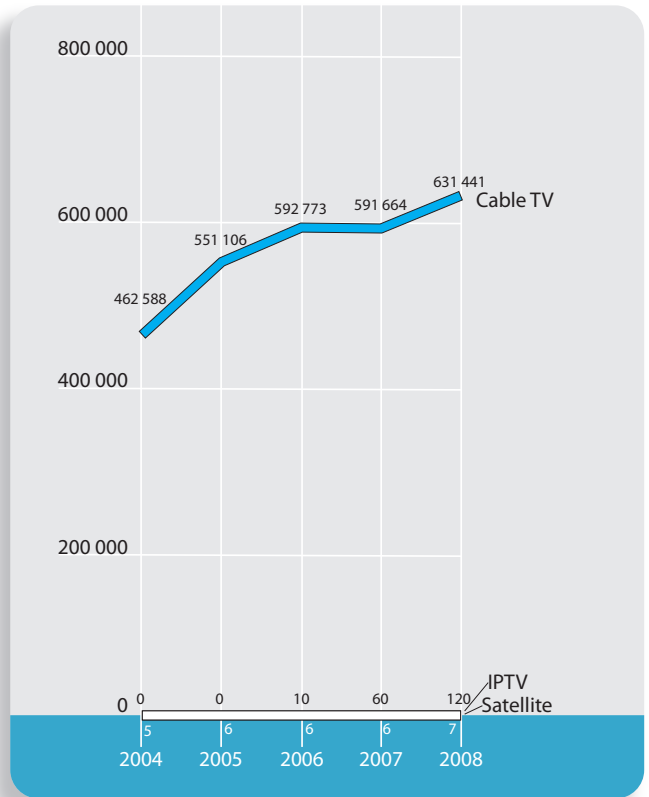
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

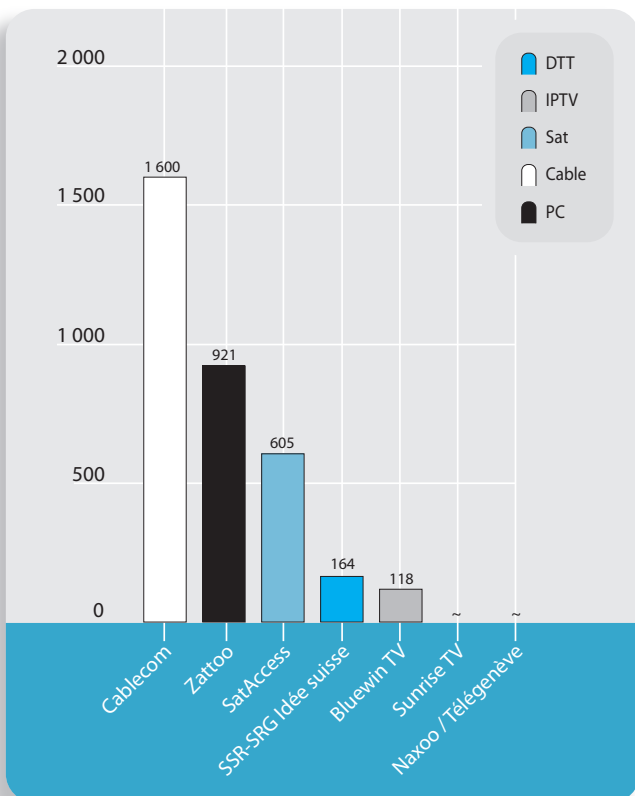
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannels platform as at 31.12.2008

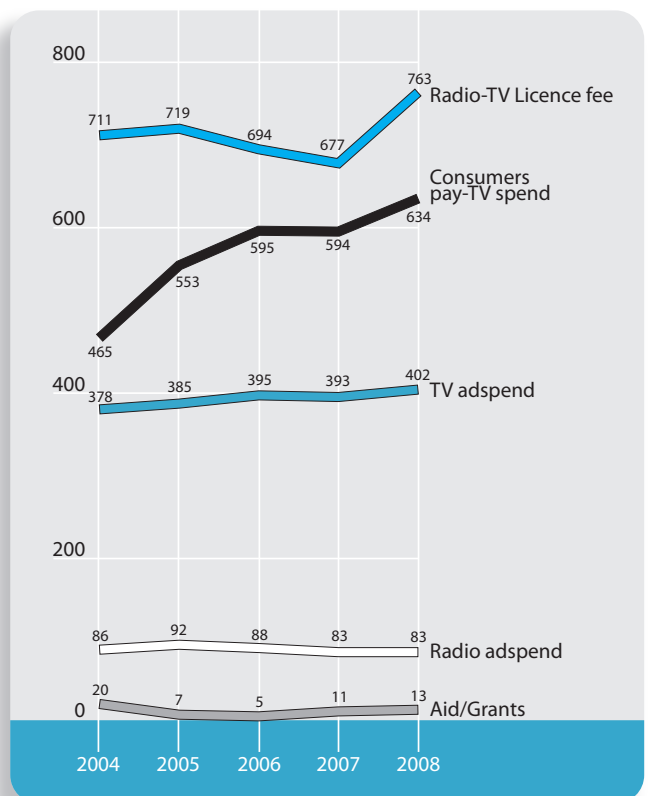
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.CH.1

Operating revenues of TV companies in Switzerland 2005-2008

EUR million.

Main broadcaster	Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07	
SSR-SRG idée suisse ¹	sptv	SR 1,2 TSR, 1, 2 TSI, 1, 2	1026,4	995,1	983,3	1098,5	11,7%
Main distributors	Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Swisscom (Schweiz) AG ²	4play	Bluewin TV	6 278,0	6 007,0	6 693,0	8 240,0	23,1%
Sunrise Communications ²	3play	Sunrise TV	1 284,4	1 213,6	1 176,3	1 253,7	6,6%
Orange Communications SA ²	4play, 3G TV	Livebox, Live TV	874,8	848,3	910,8	~	~
Cablecom GmbH ²	3play	Cablecom	536,7	601,5	632,5	741,7	17,3%
022 Télégenève S.A.	CATV	Naxoo	~	~	4,8	5,4	12,5%
Télédistribution intercommunale SA	CATV	ESR Téléreseaux	1,3	1,3	1,3	1,4	7,7%
Zattoo AG ³	Online-TV	Zattoo	~	~	~	~	~

¹ Includes satellite packaging activities (Sat-Access).² Includes telecommunication activities.³ Zattoo AG is the leading company in Europe for the delivery of a software allowing to receive TV channels on the PC. Service currently launched in Denmark, France, Germany, Spain, Switzerland, and the UK.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.CH.2

Sharing of licencing revenues 2008

excluding VAT.

	CHF million
SSR-SRG idée suisse	1 129
Financing local and regional radio and television broadcasters)	50
New technologies	4
OFCOM to cover its supervisory tasks regarding the fee collection agency, for executing the complaint procedures against decisions of the fee collection agency and for action against unlicensed viewers and listeners.	4
Audience research	2
Collection agency (Billag AG) for collecting reception fees	53
Total	1 242

Source: BAKOM-OFCOM

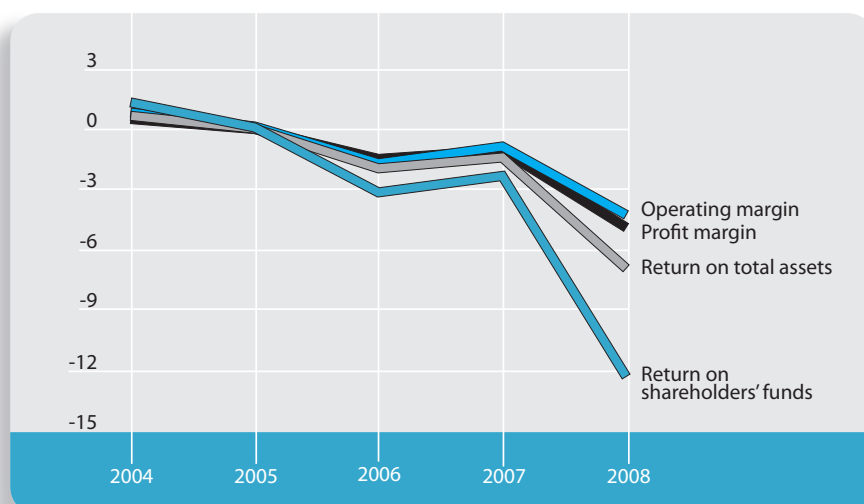
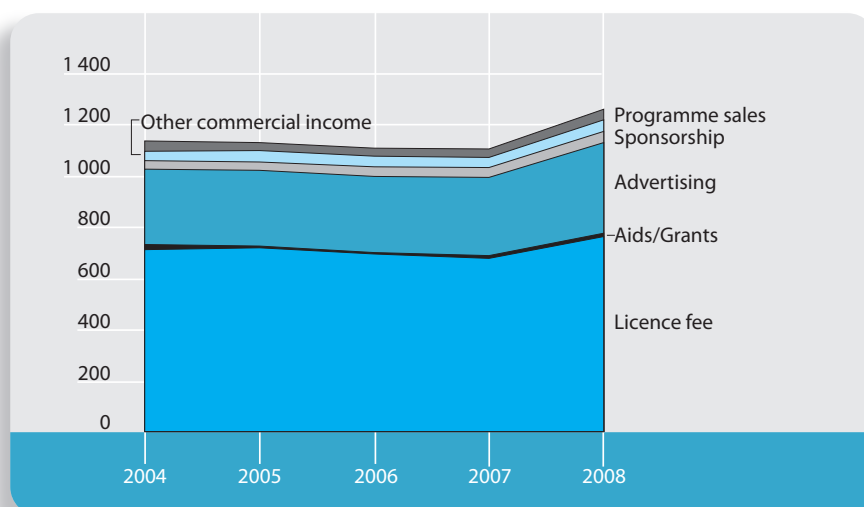
T.1.CH.3
G.1.CH.1SRG SSR idée suisse financial situation
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	725,41	699,95	688,07	775,73	64,2%	63,2%	62,3%	61,5%	12,7%
- Aid/Grants	6,76	5,49	10,81	13,14	0,6%	0,5%	1,0%	1,0%	21,6%
- Licence fee	718,65	694,46	677,26	762,59	63,6%	62,7%	61,3%	60,5%	12,6%
Total commercial income	404,59	408,31	417,06	484,80	35,8%	36,8%	37,7%	38,5%	16,2%
- Advertising	296,21	297,80	305,82	354,35	26,2%	26,9%	27,7%	28,1%	15,9%
- Sponsorship	32,56	37,62	38,58	43,76	2,9%	3,4%	3,5%	3,5%	13,4%
- Programme sales	44,72	41,58	39,52	45,32	4,0%	3,8%	3,6%	3,6%	14,7%
- Other commercial income	31,10	31,31	33,14	41,37	2,8%	2,8%	3,0%	3,3%	24,8%
Total	1 130,00	1 108,27	1 105,13	1 260,53	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	14,1%
Operating revenues	1 026,40	995,08	983,26	1 098,54					11,7%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	480,80	494,83	478,63	546,84	46,9%	48,9%	48,3%	47,8%	14,3%
Costs of employees	469,72	452,81	462,85	536,63	45,8%	44,8%	46,7%	46,9%	15,9%
Depreciation	74,04	63,99	49,86	61,55	7,2%	6,3%	5,0%	5,4%	23,4%
Operating expenditure	1 024,56	1 011,64	991,34	1 145,02	100%	100%	100%	100%	15,5%

Net result	-0,19	-14,79	-10,37	-53,56
Operating margin (%)	0,18	-1,66	-0,82	-4,23

Source: SRG SSR idée suisse / European Audiovisual Observatory



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

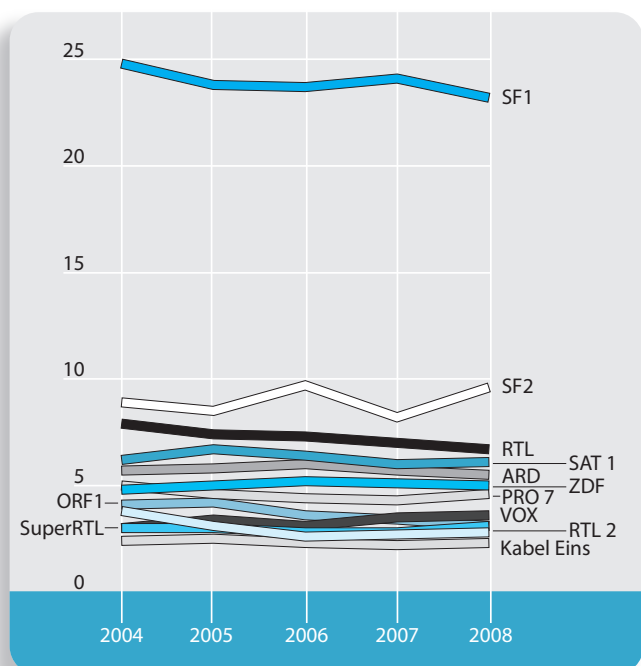
TV audience market share in German-speaking Switzerland 2004-2008 In %, 3 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
SF1	24,8	23,8	23,7	24,1	23,2	33,6	32,9	32,2	32,6	31,4
SF2	8,9	8,5	9,7	8,2	9,6	9,5	8,6	9,6	7,5	9,4
SF info	~	1,0	1,1	1,2	1,4		0,7	0,8	0,9	1,1
3sat	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0
TSR1	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
TSI1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Swiss public channels	35,0	34,9	35,9	35,1	35,8	44,3	43,5	43,9	42,4	43,3
SAT 1 Schweiz	6,2	6,7	6,4	6,0	6,1	4,3	4,7	4,6	4,1	4,0
ProSieben Schweiz	5,0	4,6	4,4	4,3	4,6	4,3	3,8	3,7	3,8	4,0
TELEZ	1,7	1,7	1,7	1,7	1,5	2,2	2,2	2,0	2,0	1,8
Swiss private channel	12,9	13,0	12,5	12,0	12,2	10,8	10,7	10,3	9,9	9,8
ARD	5,7	5,8	6,0	5,7	5,5	6,0	6,1	6,1	6,1	5,8
ZDF	4,8	5,0	5,2	5,1	5,0	4,9	5,0	5,1	5,0	4,9
ORF1	4,1	4,2	3,6	3,4	3,1	3,2	3,6	3,2	3,0	2,7
ORF2	2,2	2,2	2,3	1,9	1,8	1,7	1,6	1,6	1,2	1,1
SW3	1,6	1,6	1,6	1,7	1,6	1,4	1,3	1,4	1,5	1,3
Bayern 3	1,1	1,2	1,3	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	0,9
ARTE	-	-	0,6	0,7	0,8			0,7	0,8	0,8
KIKA	~	-	0,7	~	~			0,4	~	~
ARTE / KIKA ①	1,5	1,4	-	-	-					
Foreign public channels	21,0	21,4	21,3	19,7	18,9	18,3	18,7	19,6	18,8	17,5
RTL	7,9	7,4	7,3	7,0	6,7	6,7	6,3	6,3	6,4	6,3
VOX	3,0	3,4	3,1	3,5	3,6	2,6	3,1	2,8	3,3	3,2
SuperRTL	3,0	3,0	2,8	2,8	3,1	2,3	2,6	2,4	2,3	2,5
RTL 2	3,8	3,1	2,6	2,7	2,8	3,3	2,7	2,3	2,3	2,2
Kabel Eins	2,4	2,5	2,3	2,2	2,3	2,0	2,1	2,2	2,1	2,1
Eurosport	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6
MTV				0,6	0,5				0,4	0,3
DSF	~	0,6	0,5	0,6	0,4		0,5	0,4	0,5	0,4
N-TV	~	0,4	0,3	0,2	0,2		0,2	0,2	0,1	0,1
Foreign private channels	21,2	21,5	20,0	20,7	20,6	17,7	18,2	17,4	18,1	17,7
Others	9,9	9,2	10,3	12,5	12,5	8,9	8,9	8,8	10,8	11,7

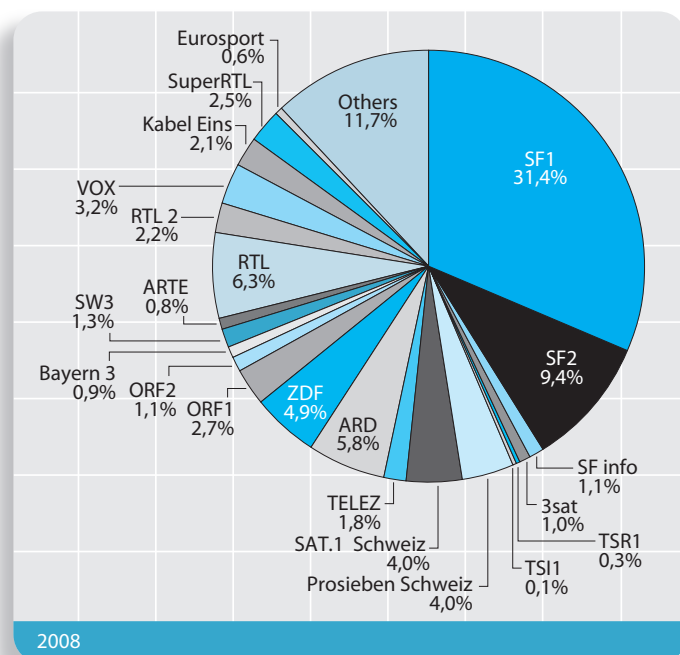
① ARTE and KIKA have been measured separately since 2006.

Source: Eurodata TV Worldwide / Publica Data

Daily share. In %, 3 years +.



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



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

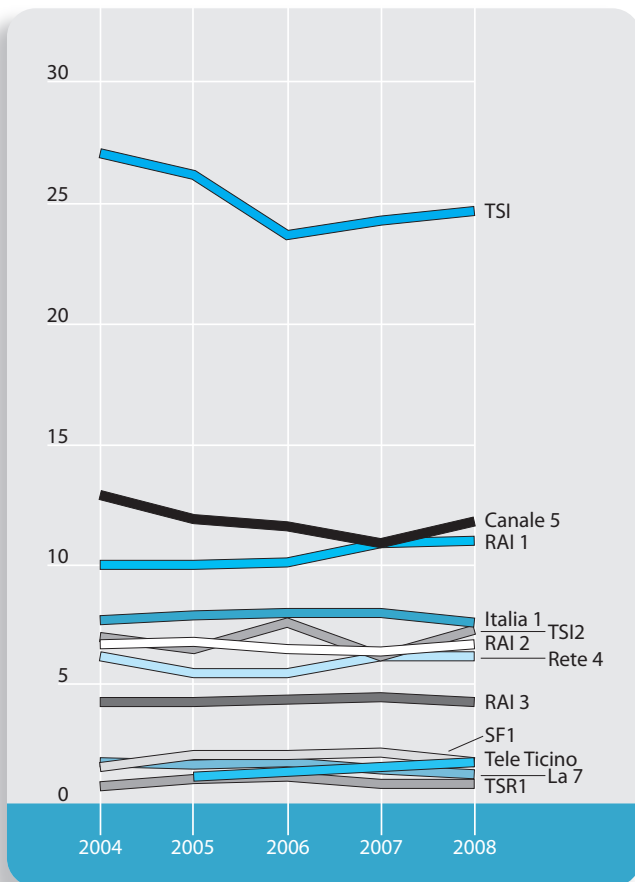
TV audience market share in Italian-speaking Switzerland

2004-2008 In %, 3 years +.

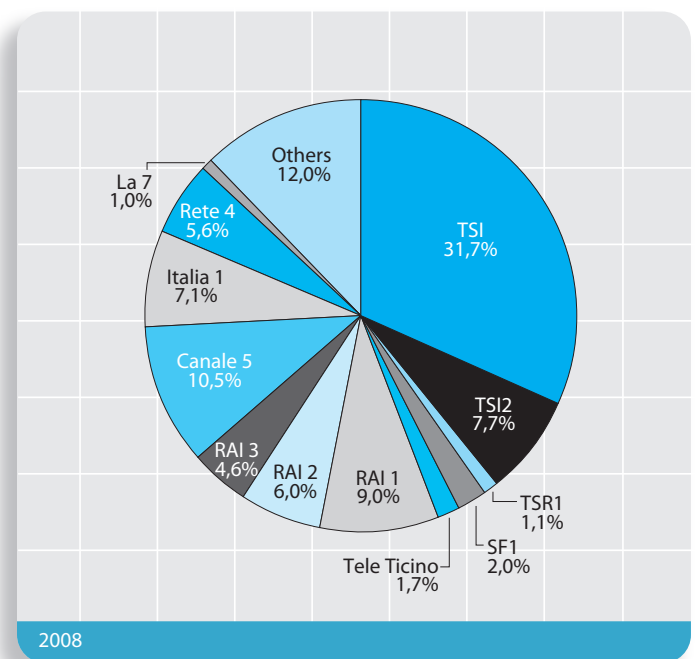
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TSI	27,1	26,2	23,7	24,3	24,7	33,8	33,0	31,1	31,6	31,7
TSI2	7,0	6,5	7,6	6,2	7,3	7,1	6,4	8,2	6,0	7,7
TSR1	0,8	1,1	1,2	0,9	0,9	0,9	1,3	1,3	1,1	1,1
SF1	1,6	2,1	2,1	2,2	1,8	2,0	2,7	2,8	2,7	2,0
Swiss public channels	36,5	35,9	34,6	33,6	34,7	43,8	43,4	43,4	41,4	42,5
Tele Ticino	-	1,2	1,4	1,6	1,8	-	1,2	1,4	1,6	1,7
Swiss private channels	-	1,2	1,4	1,6	1,8	-	1,2	1,4	1,6	1,7
RAI 1	10,0	10,0	10,1	10,9	11,0	9,4	8,8	8,8	9,8	9,0
RAI 2	6,7	6,8	6,5	6,4	6,7	5,8	5,9	5,2	5,3	6,0
RAI 3	4,3	4,3	4,4	4,5	4,3	4,4	4,5	4,6	4,8	4,6
Foreign public channels	21,0	21,1	21,0	21,8	22,0	19,6	19,2	18,6	19,9	19,6
Canale 5	12,9	11,9	11,6	10,9	11,8	12,2	11,5	10,2	10,1	10,5
Italia 1	7,7	7,9	8,0	8,0	7,6	6,4	7,6	8,1	7,6	7,1
Rete 4	6,2	5,5	5,5	6,2	6,2	5,4	4,9	4,7	5,0	5,6
La 7	1,8	1,7	1,8	1,5	1,3	1,2	1,2	1,3	1,1	1,0
Foreign private channels	28,6	27,0	26,9	26,6	26,9	25,2	25,2	24,3	23,8	24,2
Others	13,9	14,8	16,1	16,4	14,6	11,4	11,0	12,3	13,3	12,0

Source: Eurodata TV Worldwide / Publica Data

Daily share. In %, 3 years +.



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



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

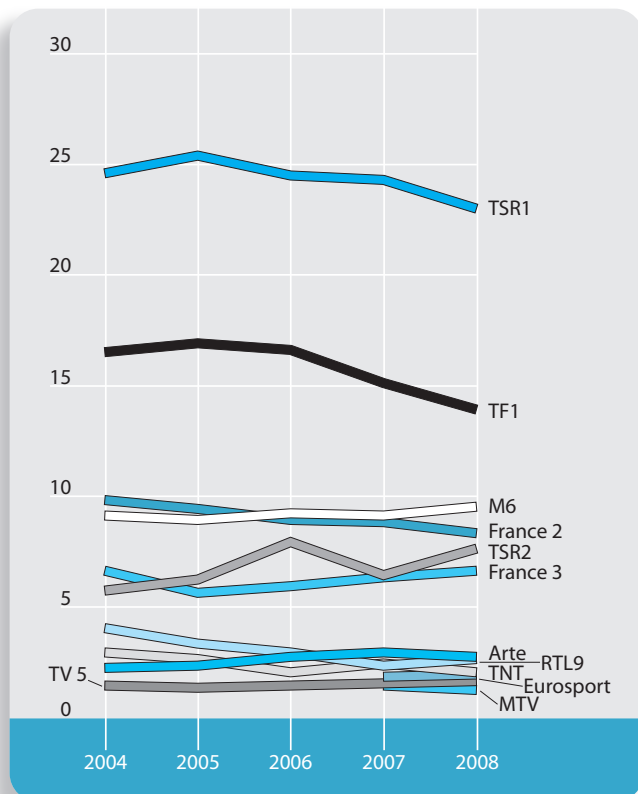
TV audience market share in French-speaking Switzerland 2004-2008

In %, 3 years +.

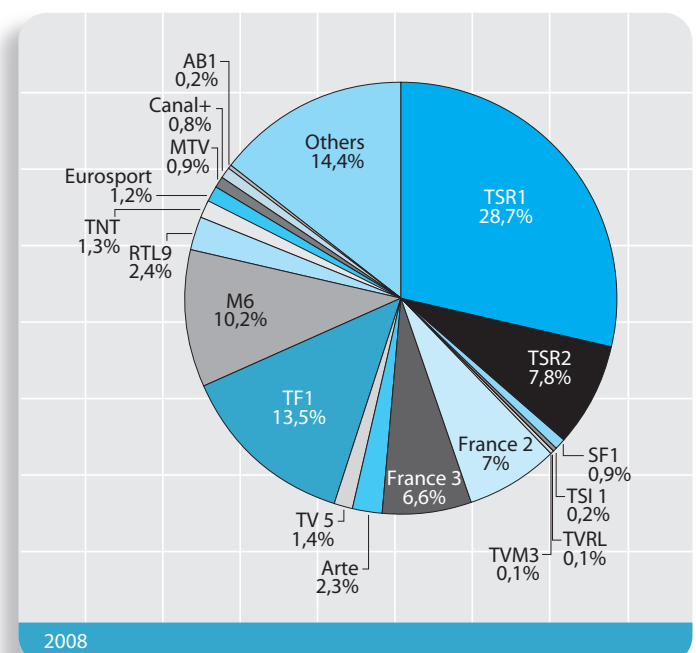
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TSR1	24,6	25,4	24,5	24,3	23,0	30,6	31,6	31,1	30,2	28,7
TSR2	5,7	6,2	7,9	6,4	7,6	6,2	6,5	8,2	6,0	7,8
SF1	1,3	1,2	1,1	0,9	0,8	1,7	1,5	1,1	1,0	0,9
TSI 1	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2
Swiss public channels	31,8	33,1	33,8	31,9	31,6	38,7	39,9	40,7	37,4	37,6
TVRL	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
TVM3	~	0,2	0,1	0,2	0,1	~	0,1	0,1	0,1	0,1
LMB	0,0	0,1	0,1	~	~	0,0	0,1	0,1	~	~
Swiss private channels	0,1	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1	0,3	0,3	0,2	0,2
France 2	9,8	9,4	8,9	8,8	8,3	8,1	8,0	7,7	7,6	7,0
France 3	6,6	5,6	5,9	6,3	6,6	6,4	5,9	6,0	6,5	6,6
Arte	2,2	2,3	2,7	2,9	2,7	1,9	2,0	2,2	2,4	2,3
TV 5	1,4	1,3	1,4	1,5	1,6	1,0	0,9	0,9	1,3	1,4
Foreign public channels	20,0	18,6	18,9	19,5	19,2	17,4	16,8	16,8	17,8	17,3
TF1	16,5	16,9	16,6	15,1	13,9	15,9	16,0	15,6	15,2	13,5
M6	9,1	8,9	9,2	9,1	9,5	9,0	8,6	9,0	9,2	10,2
RTL9	4,0	3,3	2,9	2,3	2,6	3,9	3,2	2,8	2,3	2,4
TNT	2,9	2,6	2,0	2,4	2,0	1,8	1,7	1,3	1,5	1,3
Eurosport	~	~	~	1,8	1,9	~	~	~	1,2	1,2
MTV	~	~	~	1,4	1,2	~	~	~	1,2	0,9
Canal+	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,5	0,5	0,5	0,7	0,8
AB1	0,6	0,7	0,7	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,3	0,2
Foreign private channels	33,6	32,9	31,9	33,1	32,2	31,5	30,5	29,7	31,6	30,5
Others	14,5	15,0	15,1	15,2	16,8	12,3	12,5	12,5	13,0	14,4

Source: Eurodata TV Worldwide / Publica Data

Daily share. In %, 3 years +.



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



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.

In 2008, Sigma regained its position as the most-watched channel (with a 20% daily audience market share), overtaking ANT1, whose daily reach fell to 17.4% (compared with 21.7% in 2007). ANT1 is followed closely behind by the first public channel RIK1, whose daily reach rose to 15.5% (+2.1 percentage points in one year). As a result, Mega has had to settle for fourth place on the market with just 11.9% (a loss of 4.6 percentage points in two years). The daily audience of the second public channel, RIK2, has stabilised at 5.7%. Finally, CNC Plus, the sixth free-to-air terrestrial channel launched in 2006, is continuing its market penetration with a daily reach of 3.7%.

The multi-channel transmission market is dominated by four distributors. Multivision, with its Nova package, is the only satellite television provider operating in Cyprus, while Cablenet is the only provider on the cable TV market. Two operators share the ADSL television (IPTV) market: Cyta (which changed the name of its MiVision service to CytaVision in 2008) and PrimeTel. Finally, MTN offers a mobile TV service using 3G technology but the package is limited to four channels.

Despite these offerings, a large proportion of Cyprus homes still depend exclusively on terrestrial television. However, digital terrestrial television is yet to be launched. In October 2008, the government confirmed its commitment to switching off terrestrial analogue transmissions in 2011.

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. The main operators are the Turkish broadcaster Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT), which is totally controlled by the Turkish Cypriot administration, and several local stations.

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.

En 2008, Sigma redevient la chaîne la plus regardée (avec 20 % de part de marché d'audience quotidienne), devant ANT1 qui chute fortement à 17,4 % (contre 21,7 % en 2007). ANT1 est presque rattrapée par la première chaîne publique RIK1, qui remonte à 15,5 % d'audience quotidienne (+2,1 points en un an). De ce fait, Mega se contente de la quatrième place sur le marché avec seulement 11,9 % (soit une perte de 4,6 points en deux ans). La seconde chaîne publique RIK2 se stabilise à 5,7 % d'audience quotidienne, et enfin CNC Plus, la sixième chaîne terrestre gratuite lancée en 2006, continue sa percée en réunissant 3,7 % d'audience quotidienne.

Le marché de la transmission multi-chaînes est dominé par quatre distributeurs. Multivision, avec son bouquet Nova, est l'unique fournisseur de télévision par satellite opérant à Chypre ; Cablenet est lui aussi seul sur le marché de la télévision par câble. Enfin, deux opérateurs se partagent le marché de la télévision par ADSL (IPTV) : Cyta (qui a renommé en 2008 son offre MiVision en CytaVision) et Primetel. MTN propose enfin un service de télévision sur téléphone portable grâce à la technologie 3G, mais le bouquet est limité à quatre chaînes.

Malgré ces offres, une large part des foyers chypriotes dépendent toujours exclusivement de la télévision terrestre. Or la télévision numérique terrestre n'a pas encore été lancée. Le gouvernement a confirmé en octobre 2008 sa volonté de procéder à l'extinction des transmissions analogiques terrestres en 2011.

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.

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.

2008 hat Sigma mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 20 % wieder Platz eins bei den Zuschauern in Zypern erreicht. Auf Platz zwei zurückgefallen ist nach einem deutlichen Rückgang auf 17,4 % (gegenüber 21,7 % 2007) ANT1. Knapp dahinter folgt der erste öffentlich-rechtliche Sender (RIK1), der einen Anstieg seines Marktanteils auf 15,5 % verzeichnet (+2,1 Prozentpunkte in einem Jahr). Somit muss sich Mega mit nur 11,9 % (minus 4,6 Prozentpunkte in zwei Jahren) mit Platz vier begnügen. Während sich der zweite öffentlich-rechtliche Sender (RIK2) bei einem Zuschaueranteil von 5,7 % stabilisiert, scheint der 2006 gestartete sechste terrestrische Free-TV-Sender mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 3,7 % seinen Durchbruch fortsetzen zu können.

Der Markt für Mehrkanalfernsehen wird von vier Betreibern beherrscht. So ist Multivision mit seinem Bouquet Nova der einzige Satellitenfernsehanbieter Zyperns, und auf dem Kabelfernsehmarkt ist Cablenet der einzige Anbieter. Den Markt für ADSL-Fernsehen (IPTV) teilen sich zwei Betreiber: Cyta (der 2008 sein früheres Paket MiVision in CytaVision umbenannt hat) und Primetel. Von MTN wird ein Mobil-TV-Dienst über ein 3G-Netz angeboten, aber das Paket beschränkt sich derzeit noch auf vier Sender.

Trotz dieser Angebote ist ein großer Teil der Haushalte in Zypern immer noch auf das Antennenfernsehen angewiesen, wobei das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) noch nicht gestartet worden ist. Die Regierung hat im Oktober ihre Absicht bekräftigt, die Abschaltung des analogen Antennenfernsehens 2011 vorzunehmen.

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. Dabei handelt es sich neben einigen Lokalsendern im Wesentlichen um die Rundfunkanstalt Bayrak Radyo Televizyon Kurumu (BRT), die von der türkisch-zypriotischen Verwaltung kontrolliert wird.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants) ①		–	797	Statistical service of the Republic of Cyprus
Households ①		–	270	Statistical service of the Republic of Cyprus (as at 1.1.2008)
TV households		100%	270	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		2%	5	European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		2%	5	European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		8%	22	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		8%	22	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		21%	56	European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0%	0	
Total Digital TV households		31%	83	European Audiovisual Observatory
Households with PC		71%	191	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		43%	116	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

① Government controlled area.

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	1	Cablenet
Satellite packagers	1	Multichoice Cyprus (Nova package)
IPTV packagers	2	Cyta, Primetel
DTT multiplex operator	0	
Mobile phone TV packagers	1	MTN Cyprus

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	6	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	19	19
Regional/Local		0	9	9
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		1	6	7
Total		3	40	43
<i>Northern part</i>		1	7	8

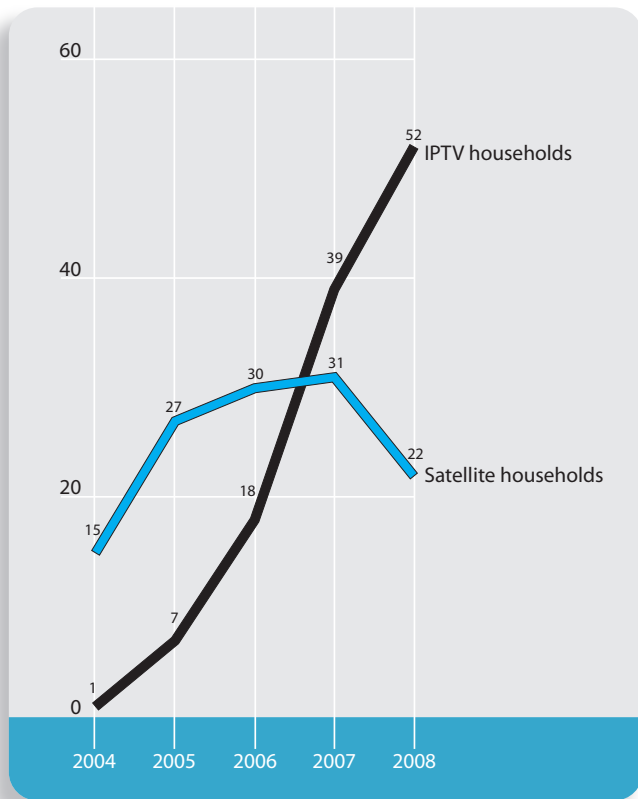
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Terrestrial	Cable Cablenet	Satellite Nova Cyprus	IPTV CytaVision	IPTV Primetel
Generalist - national		6	6	1	6	6
Generalist - foreign			0	6	1	
Adult			1	2	1	4
Children			4	3	4	6
Culture/ education/ documentary			3	1	5	3
Minority interest groups			1		1	1
Entertainment/ TV fiction/ games			3	4	5	3
Film		1	1	5	5	8
Home shopping					1	
International linguistic and cultural			5	3	1	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	4	3	3
Music			5	4	4	2
News/ business			14	18	7	10
Parliament/ government/ administration			1	1		
Regional/ local			2	2	3	2
Religion			2			
Sports		1	7	32	14	13
Various						
Total		8	59	86	61	62

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

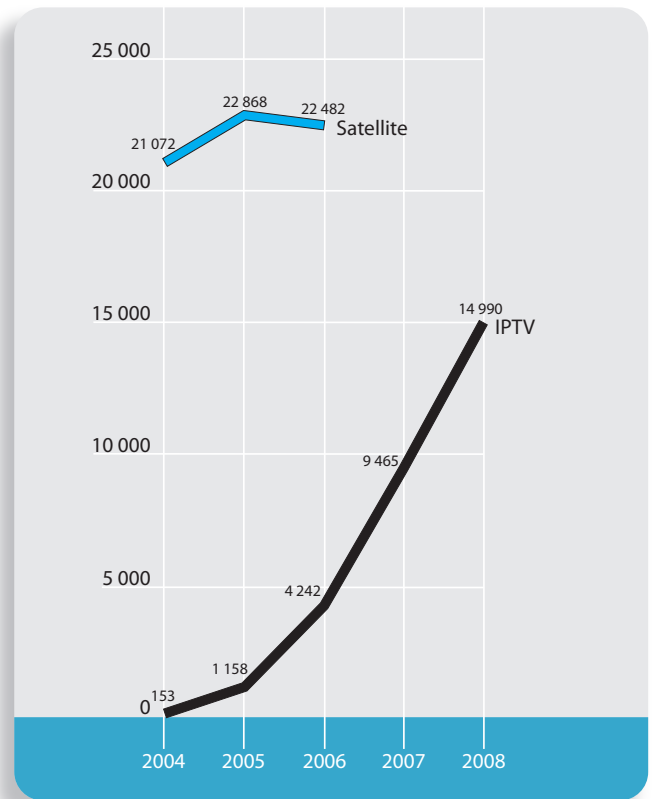
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

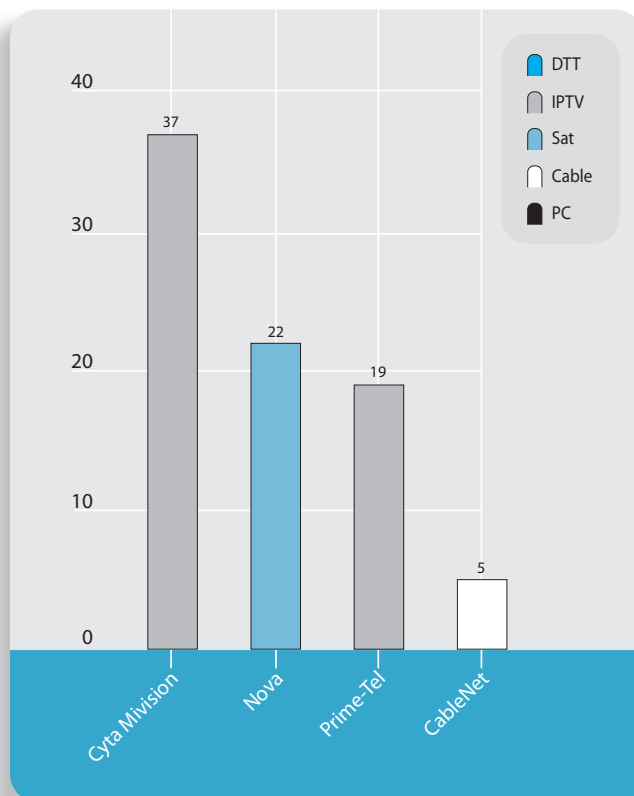
EUR thousand.



Source: Screen Digest / European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.



Source: IP Key Facts / European Audiovisual Observatory

T.1.CY.1

Operating revenues of main television companies in Cyprus 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters			2005	2006	2007	2008	2008/07
CyBC	sptv	RIK-1, RIK-2	~	~	~	~	~
Main distributors			2005	2006	2007	2008	2008/07
Cyprus Telecommunications Authority (CYTA) ¹	3play	Cyta TV	~	~	~	~	~
Prime-tel ¹	3play	Prime-tel TV	~	~	14 219	24 481	72%
Multichoice Cyprus Ltd ²	sat-tv	Nova TV	22 868	22 482	~	~	~
Cablenet ¹	3play	Cable-net TV	~	~	~	~	~

¹ Includes telecommunication activities.² In 2007 the company was taken over by the Greek ISP group Forthnet.

Source: European Audiovisual Observatory

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

TV audience market share in Cyprus 2004-2008

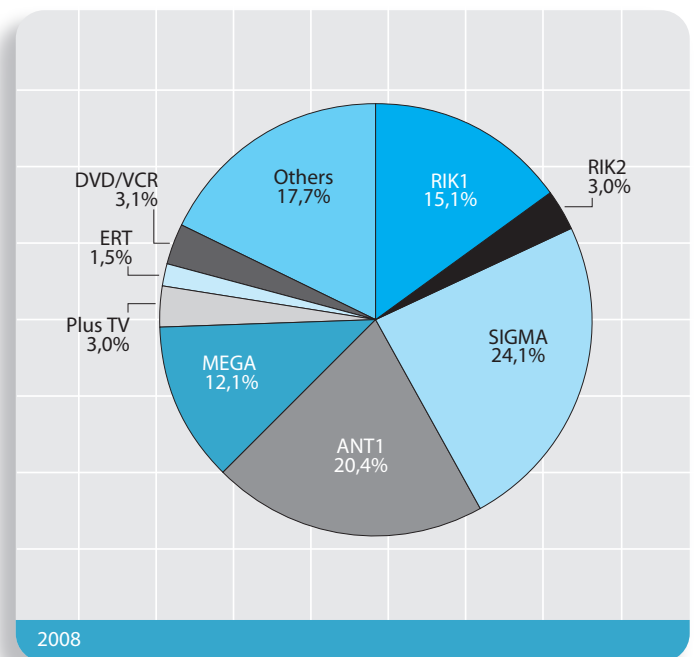
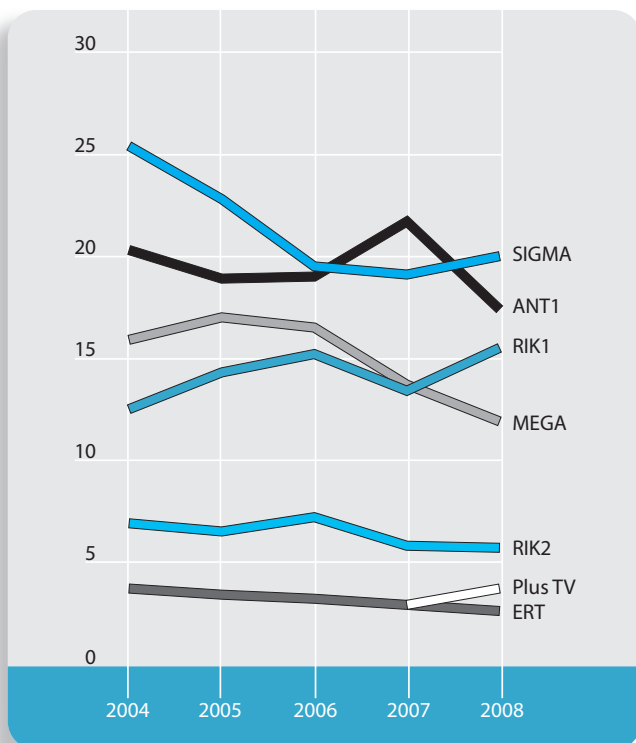
In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
RIK1	12,5	14,3	15,2	13,4	15,5	13,9	13,9	14,7	13,2	15,1
RIK2	6,9	6,5	7,2	5,8	5,7	4,3	3,8	4,2	3,7	3,0
Cyprus public channels	19,4	20,8	22,4	19,2	21,2	18,2	17,7	18,9	16,9	18,1
SIGMA	25,4	22,8	19,5	19,1	20,0	31,4	28,6	23,7	22,1	24,1
ANT1	20,3	18,9	19,0	21,7	17,4	19,4	17,2	20,0	23,5	20,4
MEGA	15,9	17,0	16,5	13,7	11,9	15,7	20,3	19,8	15,2	12,1
Plus TV				2,9	3,7				2,5	3,0
Cyprus private channels	61,6	58,7	55,0	57,4	53,0	66,5	66,1	63,5	63,3	59,6
ERT (Greece)	3,7	3,4	3,2	2,9	2,6	2,8	2,5	2,1	1,9	1,5
DVD/VCR	2,1	1,8	2,6	4,2	3,5	1,7	1,5	2,2	4,0	3,1
Others	13,2	15,3	16,8	16,3	19,7	10,8	12,2	13,3	13,9	17,7

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NMR CYPRUS

Daily share. In %, 4 years +.

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



The Czech Republic television market is dominated by the private channel Nova TV (Central European Media Enterprises) which confirmed its position as the leading broadcaster in 2008, with a market share of 37.8% (down 3% since 2006). It is followed by the public service broadcaster Czech TV 1 with 21% and the private channel Prima TV (Modern Times Group), which had a share in 2008 of 17.7% (also down about 2.5% in the last two years).

All the main operators have launched additional channels over the past 3-4 years. The Nova TV family channels include Nova Sport and Nova Cinema. The public service broadcaster has a sport and a news channel (CT 4 Sport and CT 24). Prima TV launched two entertainment channels in 2009: Prima Cool targeting men, and R1, which targets women.

The transition to digital terrestrial television in the Czech Republic has taken off despite the set-backs experienced in recent years. In 2006, the Broadcasting Council issued six digital terrestrial television licenses, which were later cancelled by the Prague District Court on the grounds of administrative deficiencies. The government drafted a new law on the digitisation of television in 2007 and established a process to develop a "technical transition plan". Under the new law, those withdrawn licences were made valid again at the end of the transition period. The licences of the largest private broadcasting companies, TV Nova and Prima TV, are also valid under the digital regime and were extended by eight years. Both broadcasters can obtain a further (bonus) licence when they give up their analogue capability.

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

The process of digitisation has been developing rapidly in the Czech Republic. Data from January 2009 (Mediaresearch) showed that almost 52% of Czech households accessed digital television, which was an increase from 28.6% a year earlier. According to data from the Association of Television Organisations, in June 2009 only 16% of households relied on analogue terrestrial television. 29% of households were using digital terrestrial television and 52% cable, satellite or IPTV services.

En République tchèque, la chaîne privée Nova TV (Central European Media Enterprises) domine le marché de la télévision et a confirmé sa position en 2008 avec 37,8 % de part de marché (en recul de 3 % depuis 2006). Elle est suivie par le radiodiffuseur de service public tchèque TV 1 (21 % de part de marché) et par la chaîne privée Prima TV (Modern Times Group), qui avait une part de marché de 17,7 % en 2008 (également en recul d'environ 2,5 % ces deux dernières années).

Tous les principaux opérateurs ont lancé de nouvelles chaînes ces 3-4 dernières années. Les chaînes du groupe Nova TV incluent Nova Sport et Nova Cinema. Le radiodiffuseur de service public dispose d'une chaîne sportive et d'une chaîne d'information (CT 4 Sport et CT 24). Prima TV a lancé deux chaînes de divertissement en 2009 : Prima Cool qui cible les hommes et R1 qui s'adresse aux femmes.

Le passage à la télévision numérique terrestre en République tchèque se concrétise malgré les revers des dernières années. En 2006, le Conseil de la radiodiffusion a délivré six licences de télévision numérique terrestre, qui ont ensuite été annulées par le tribunal d'instance de Prague pour motif d'insuffisance formelle. En 2007, le Gouvernement a rédigé une nouvelle loi sur la numérisation de la télévision et établi un processus visant à développer un « plan de transition technique ». 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 ont été prolongées de huit ans. Chacun des diffuseurs peut, à condition de rendre ses capacités analogiques, se voir délivrer une licence (bonus) supplémentaire.

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

Le processus de numérisation se développe rapidement en République tchèque. Les données de janvier 2009 (Mediaresearch) montrent que presque 52 % des foyers tchèques ont accès à la télévision numérique, contre 28,6 % un an auparavant. Selon les données de l'Association des organisations de télévision, en juin 2009 seuls 16 % des foyers utilisaient la télévi-

Der tschechische Fernsehmarkt wird vom Privatsender Nova TV (Central European Media Enterprises) beherrscht, der 2008 mit einem Marktanteil von 37,8 % (minus 3 % seit 2006) seine Rolle als führender Rundfunkanbieter erneut bestätigen konnte. Dahinter folgen der öffentlich-rechtliche Sender Czech TV 1 mit 21 % und der Privatsender Prima TV (Modern Times Group) mit 17,7 % (minus 2,5 % in den letzten zwei Jahren).

Alle großen Betreiber haben in den vergangenen drei bis vier Jahren weitere Kanäle gestartet. Zur Sendergruppe Nova TV gehören Nova Sport und Nova Cinema. Der öffentlich-rechtliche Sender betreibt einen Sportkanal und einen Nachrichtenkanal (CT 4 Sport bzw. CT 24). Prima TV hat 2009 zwei Unterhaltungskanäle ins Leben gerufen: Prima Cool für Männer und R1 für Frauen.

Die Umstellung auf das digitale Antennenfernsehen ist trotz einiger Rückschläge in den vergangenen Jahren auf einem guten Weg. 2006 hatte der Rundfunkrat sechs DVB-T-Lizenzen vergeben, die später vom Prager Bezirksgericht wegen administrativer Mängel annulliert wurden. Die Regierung legte 2007 einen neuen Gesetzentwurf für die Digitalisierung des Fernsehens vor und verabschiedete einen Prozess für die Ausarbeitung eines „technischen Übergangsplans“. 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 wurden um acht Jahre verlängert. Jeder Sendeveranstalter kann eine zusätzliche (Bonus-)Lizenz erhalten, vorausgesetzt, die analogen Frequenzen werden zurückgegeben.

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

Die Digitalisierung des Fernsehens in der Tschechischen Republik schreitet schnell voran. Die Zahlen vom Januar 2009 (Mediaresearch) zeigen, dass fast 52 % der tschechischen Haushalte Zugang zum Digitalfernsehen haben, gegenüber 28,6 % ein Jahr zuvor. Laut Angaben des Verbands der Fernsehveranstalter waren im Juni 2009 nur 16 % der Haushalte auf das analoge Antennenfernsehen angewiesen.

There are now four competing satellite platforms in the Czech Market. At the end of 2008, the company Trade Tec, in co-operation with the Slovak company Towercom launched the Slovak DTH service "Skylink" in the Czech Republic, and had 500 000 customers in July 2009. "CS Link", one of its main competitors had 350 000 at that time. The "Digi TV" package, controlled by Romanian cable network operator RCS/RDS had approximately 275 000 customers at the end of 2008. UPC Direct (controlled by American media giant Liberty Global) had 121 700 subscribers in December 2008),

The Digitisation of cable networks is also moving ahead. Liberty Global, through its subsidiary UPC Czech, has the majority of the country's subscribers. In December 2008 it had approximately 560 000 subscribers (slightly down on 2007) and of these 294 000 had digital services (double the figure for the year before).

IPTV has taken off in the Czech Republic with a total of 6 competing offers. The telecommunications operator O2 Czech Republic, a subsidiary of the Spanish group Telefonica, launched an IPTV platform in Autumn 2006. "O2 TV", had approximately 133 000 subscribers in June 2009 (almost double that of June 2008). The other offers include: the T-Systems (subsidiary of Deutsche Telekom) "ViaTV" service; Rio Media Group (Mattes AD) with the "822.tv" service; Smartcomp; Maxprogress; and the HDD/ Prozeta's "Quickmedia TV" service.

sion terrestre analogique, 29 % des foyers disposaient de la télévision numérique terrestre et 52 % de services de câble, satellite ou IPTV.

Le marché tchèque compte maintenant quatre plates-formes satellitaires concurrentes. Fin 2008, la société Trade Tec, en coopération avec la société slovaque Towercom, a lancé le service DTH slovaque « Skylink » en République tchèque. Ce service comptait 500 000 abonnés en juillet 2009. « CS Link », l'un de ses principaux concurrents, en annonçait 350 000 à la même époque. Le bouquet « Digi TV », contrôlé par le câblo-opérateur roumain RCS/RDS recensait environ 275 000 clients fin 2008. UPC Direct (contrôlé par le géant américain des médias Liberty Global) avait 121 700 abonnés en décembre 2008.

La numérisation des réseaux câblés progresse également. Liberty Global, via sa filiale tchèque UPC, compte le plus grand nombre d'abonnés. En décembre 2008, elle avait environ 560 000 abonnés (léger recul par rapport à 2007), dont 294 000 à l'offre numérique (chiffre multiplié par deux par rapport à l'année précédente).

Avec 6 offres au total, l'IPTV s'installe en République tchèque. L'opérateur de télécommunications O2 Czech Republic, filiale du groupe espagnol Telefonica, a lancé à l'automne 2006 une plate-forme IPTV. « O2 TV », comptait quelque 133 000 abonnés en juin 2009 (presque le double par rapport à juin 2008). Les autres offres incluent : T-Systems (filiale de Deutsche Telekom) avec le service « Vi TV » ; Rio Media Group (Mattes AD) avec le service « 822.tv » ; Smartcomp ; Maxprogress ; et le service « Quickmedia TV » de HDD/ Prozeta.

29 % der Haushalte nutzten DVB-T, 52 % Kabel-, Satelliten- oder IPTV-Dienste.

Auf dem tschechischen Markt gibt es inzwischen vier konkurrierende Satellitenplattformen. Der slowakische DTH-Dienst „Skylink“ wurde Ende 2008 von der Firma Trade Tec in Zusammenarbeit mit der slowakischen Towercom in der Tschechischen Republik gestartet und hatte im Juli 2009 500 000 Kunden. Einer der größten Wettbewerber, „CS Link“, hatte zum gleichen Zeitpunkt 350 000 Kunden. Das vom rumänischen Kabelnetzbetreiber RCS/RDS kontrollierte Paket „Digi TV“ hatte Ende 2008 ca. 275 000 Kunden. UPC Direct (eine Tochter des amerikanischen Medienkonzerns Liberty Global) hatte im Dezember 2008 121 000 Abonnenten.

Die Digitalisierung der Kabelnetze macht ebenfalls Fortschritte. Die meisten Abonnenten hat (über seine tschechische Tochter UPC) der Konzern Liberty Global. Im Dezember 2008 waren es ca. 560 000 (leichtes Minus gegenüber 2007), von denen 294 000 digitale Dienste nutzen (doppelt so viele wie im Vorjahr).

IPTV hat sich mit inzwischen sechs konkurrierenden Angeboten ebenfalls in der Tschechischen Republik etabliert. Der Telekom-Betreiber O2 Czech Republic, eine Tochter der spanischen Telefónica, hat im Herbst 2006 einen IPTV-Dienst gestartet. Im Juni 2009 hatte „O2 TV“ rund 133 000 Abonnenten (fast doppelt so viel wie im Juni 2008). Zu den weiteren Anbietern gehören: T-Systems (Tochter der Deutschen Telekom) mit dem Dienst „ViaTV“, die Rio Media Group (Mattes AD) mit dem Dienst „822.tv“, Smartcomp, Maxprogress sowie HDD/ Prozeta mit dem Dienst „Quickmedia TV“.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	10 468	Eurostat
Households		–	4 319	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		97,2%	4 198	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		19,5%	842	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		7,2%	310	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		24,4%	1 054	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		11,8%	494	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		3,4%	147	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		13,7%	590	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		35,7% ¹	1 541	European Audiovisual Observatory
Households with PC		43,4%	1 876	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		34%	1 468	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	13	Screen Digest
Mobile broadcast TV receivers		–	1	Screen Digest

¹ 52% according to MediaResearch.

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	28	Kabelova Televize Prerov, Kabelova Televize Trinec, Satt, Selfservis, UPC, ...
Satellite packagers	4	Digi Czech Republic, Media Vision, Trade Tec, UPC
IPTV packagers	5	Rio Media Group, Smat comp, Telefonica O2, T-System
DTT multiplex operators	2	Czech Digital Group, Radiocumikace

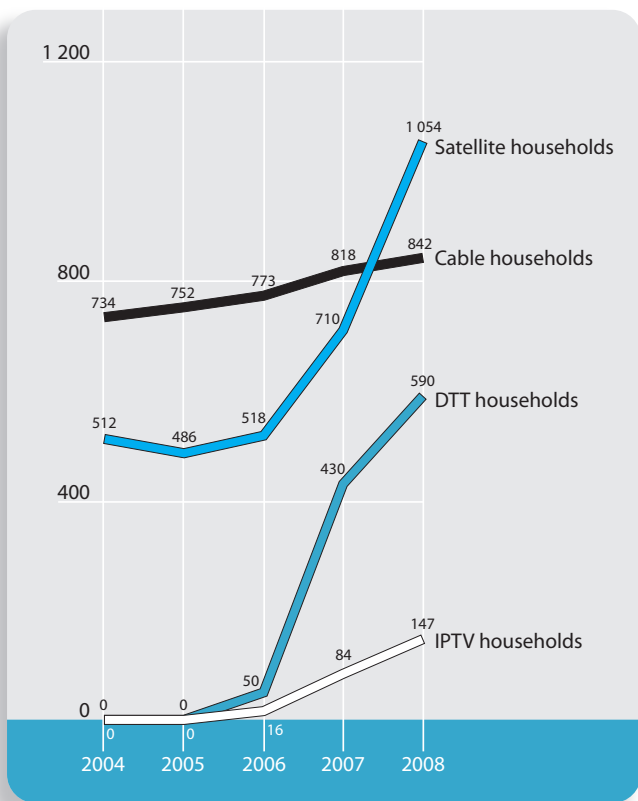
Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	9	13
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	31	32
Regional/Local			89	89
Regional/Local windows				0
Channels targeting foreign markets			45	45
Total		5	174	179
<i>Foreign channels targeting the country</i>			30	

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial	Cable UPC	Satellite CS Link	Satellite Digi TV (Full offer)	IPTV Telefonica O2
Generalist - national		4	4	4	4	4
Generalist - foreign			4	3	24	2
Adult			3	2	2	3
Children			5	1	5	7
Culture/ education/ documentary			7	5	21	6
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		2	9	3	32	9
Film		1	13	9	14	10
Home shopping						
International linguistic and cultural			1		2	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4		8	5
Music		1	10	1	15	9
News/ business		2	8	2	12	4
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local			8		7	
Religion		1	1	1	2	
Sports		1	11	6	20	12
Various			1		3	
Total		12	89	40	171	71

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

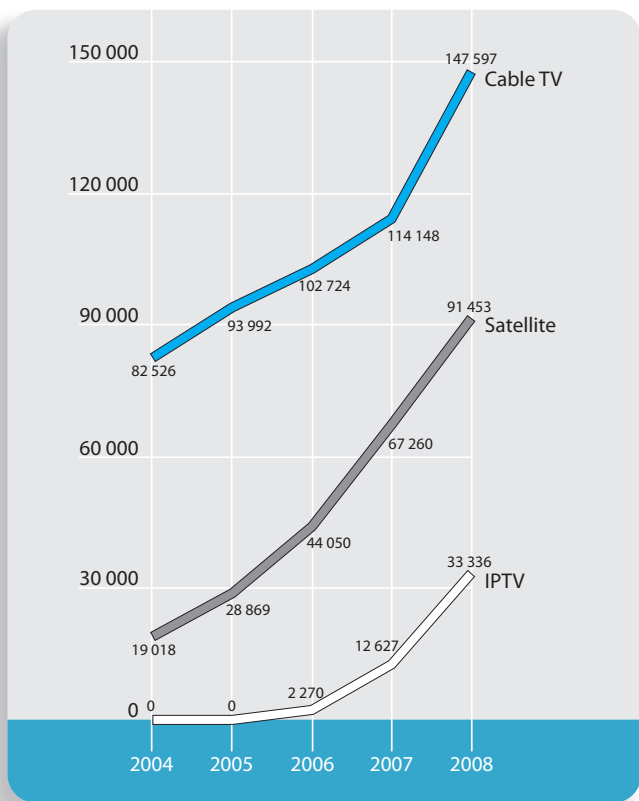
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

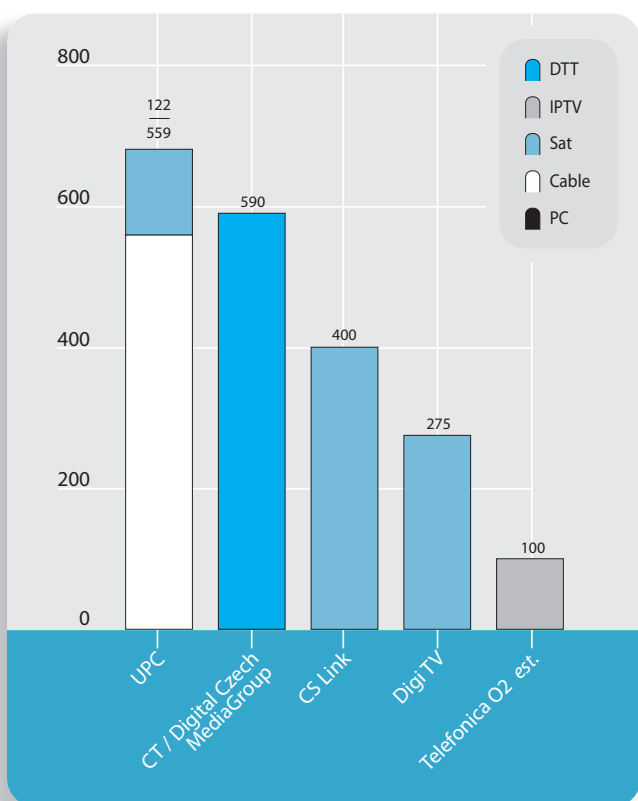
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

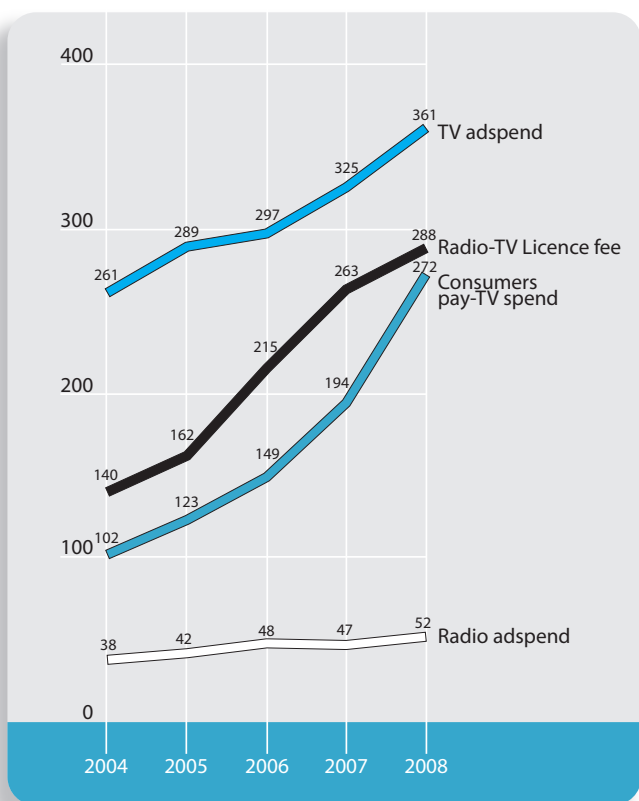
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.CZ.1
G.1.CZ.1Operating revenues of main television companies in the Czech Republic
2005-2008 EUR thousand.

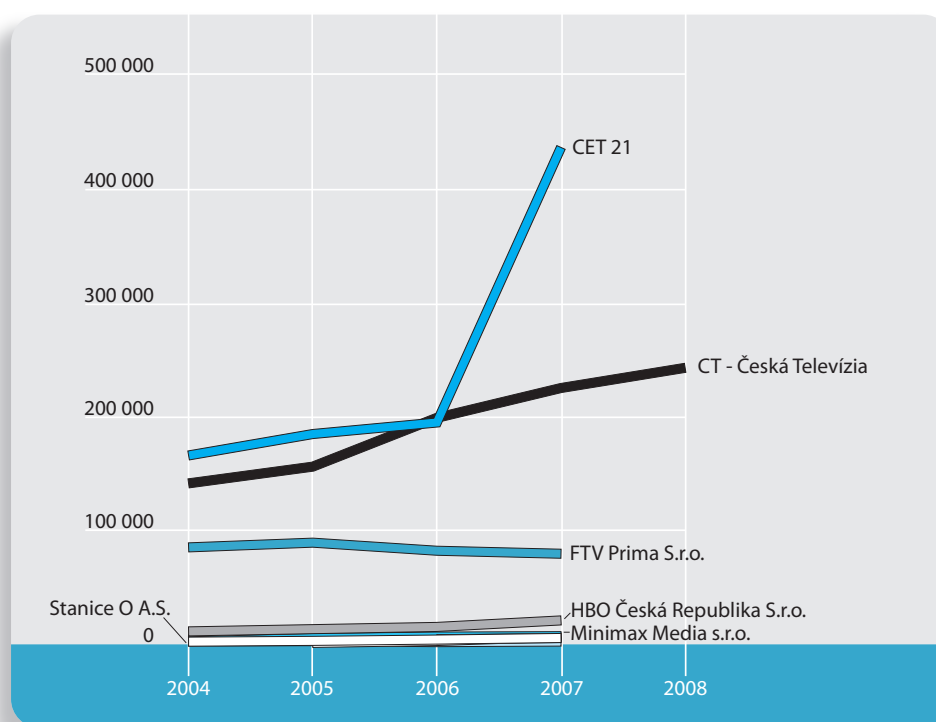
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
CET 21	adtv	Nova TV	184 526	194 680	437 260	~	~
CT - Česká Televízia	sptv	CT 1, CT 2	155 770	198 810	225 111	242 912	7,9%
FTV Prima S.r.o.	adtv	Prima TV	88 738	81 612	78 970	~	~
HBO Česká Republika S.r.o.	paytv	HBO, HBO 2	~	14 423	20 169	~	~
Minimax Media s.r.o.	thtv	Minimax	4 643	5 917	6 250	~	~
IKO Cable s.r.o.	paytv	Filmplusz	359	1 995	5 661	~	~
Galaxie Sport S.r.o.	thtv	Nova Sport	4 483	3 758	~	~	~
Stanice O A.S.	thtv	Ocko TV	2 127	3 267	4 666	~	~
Česká programová společnost	paytv	Spektrum	~	3 588	4 627	~	~
SPI International Czech Republic s.r.o.	paytv	SPI	1 877	1 009	1 530	~	~
Zak TV s.r.o.	rtv	Zak TV	~	1 003	~	~	~
Genus TV A.S.	rtv	Genus TV	714	862	894	~	~
Region Media s.r.o.	sptv	24cz	272	904	~	~	~
TV Morava	rtv	TV Morava	311	394	540	~	~
Publiccom a.s.	adtv	Public TV	-	-	529	~	~

Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Telefonica O2 Czech Republic A.S. ①	3Play, mobile	O2 TV	1 129 145	2 333 417	2 257 000	2 148 000	-4,8%
UPC Ceska Republika A.S. ①	3 Play, Sat-TV	UPC kabelová televize, Satelitní televize UPC Direct	83 446	100 231	174 734	~	~
T-Systems Czech Republic A.S. ①	3Play	24cz	37 353	44 549	~	108 461	~
Satt A.S. ①	3Play	Satt Televizia	6 064	10 110	5 720	6 237	9,0%

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.



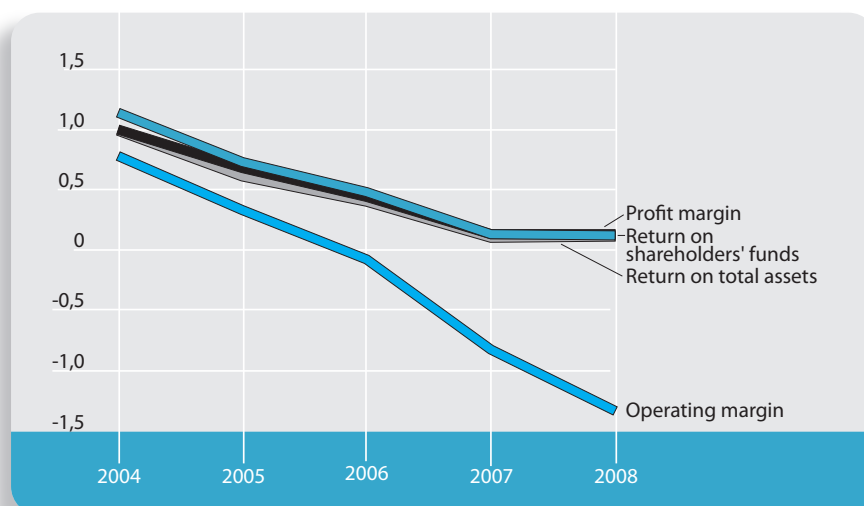
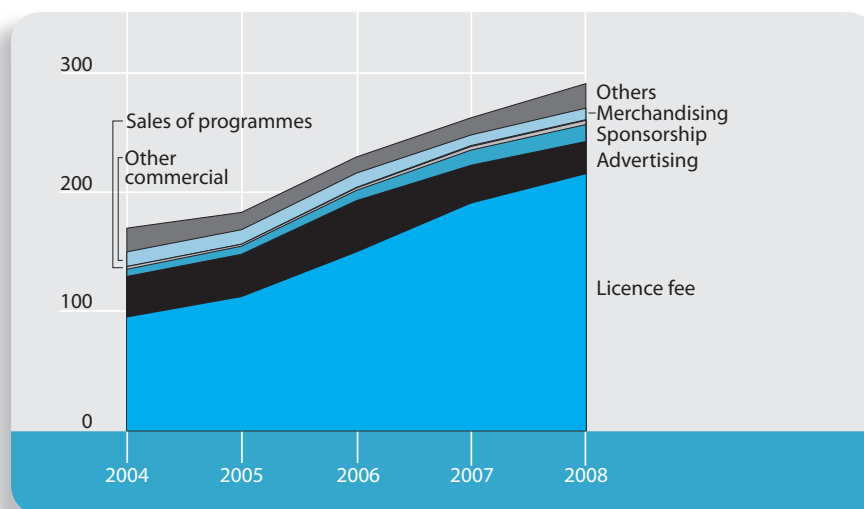
T.1.CZ.2
G.1.CZ.2Financial situation of Česká Televizie
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	111,9	149,3	190,3	214,9	61,2%	65,1%	72,6%	73,9%	12,9%
- Licence fee	111,9	149,3	190,3	214,9	61,2%	65,1%	72,6%	73,9%	12,9%
Total commercial Income	56,5	66,5	57,5	55,4	30,9%	29,0%	21,9%	19,1%	-3,7%
- Advertising	35,9	43,4	32,1	27,4	19,6%	18,9%	12,2%	9,4%	-14,6%
- Sponsorship	6,8	8,6	12,7	14,2	3,7%	3,8%	4,8%	4,9%	11,8%
- Programme sales	1,6	2,0	3,0	3,5	0,9%	0,9%	1,1%	1,2%	16,7%
- Merchandising	0,1	0,5	0,8	0,6	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%	-25,0%
- Other commercial income	12,1	12,0	8,9	9,7	6,6%	5,2%	3,4%	3,3%	9,0%
Other Income	14,5	13,5	14,4	20,5	7,9%	5,9%	5,5%	7,0%	42,4%
TOTAL	182,9	229,3	262,2	290,8	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	10,9%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	87,4	116,2	132,6	140,4	56,3%	58,4%	63,3%	63,2%	5,9%
Cost of personnel	39,2	47,4	54,3	59,5	25,2%	23,8%	25,9%	26,8%	9,6%
Depreciation	19,0	29,8	22,7	22,1	12,2%	15,0%	10,8%	10,0%	-2,6%
Operating expenditure	155,3	199,0	209,6	222,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,9%

Net result	0,0	0,0	0,0	0,0					
Operating margin (%)	0,3	-0,1	-0,8	-1,3					

Source: CT / European Audiovisual Observatory

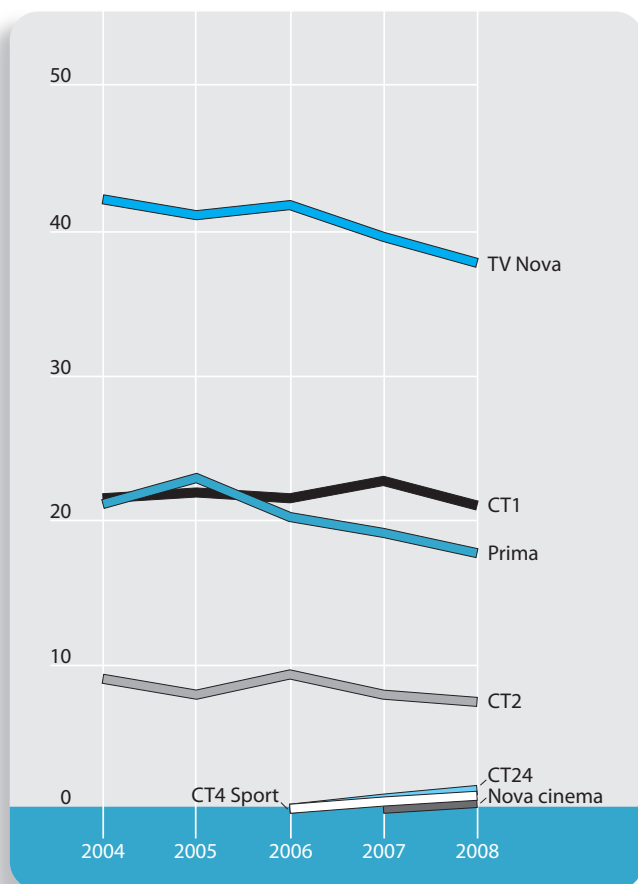


T.1.CZ.3
G.1.CZ.3TV audience market share in the Czech Republic
2004-2008 In %, 4 years +.

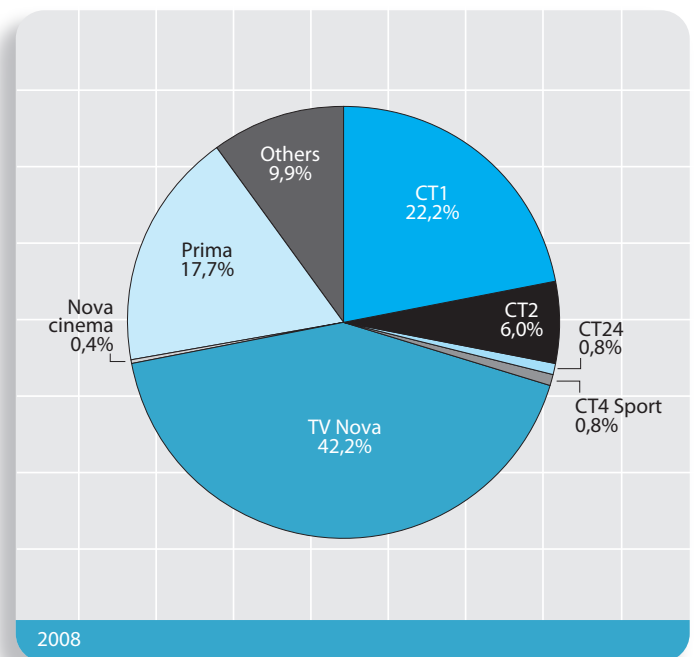
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
CT1	21,5	21,9	21,5	22,7	21,0	21,9	22,0	21,9	24,2	22,2
CT2	9,0	7,9	9,3	7,9	7,4	8,2	6,8	8,2	6,3	6,0
CT24				0,7	1,3				0,5	0,8
CT4 Sport				0,5	0,9				0,4	0,8
Czech public channels	30,5	29,8	30,8	31,8	30,6	30,1	28,8	30,1	31,4	29,8
TV Nova	42,2	41,1	41,8	39,6	37,8	44,9	42,3	44,9	43,5	42,2
Prima	21,1	22,9	20,2	19,1	17,7	20,7	24,4	19,7	18,2	17,7
Nova cinema					0,4					0,4
Czech private channels	63,3	64,0	62,0	58,7	55,9	65,6	66,7	64,6	61,7	60,3
Others	6,2	6,2	7,2	9,5	13,5	4,3	4,5	5,3	6,9	9,9

Source: Eurodata TV Worldwide / ATO - MEDIARESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.



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



Germany has the largest television market in Europe. 37.7 million households had a TV set at the end of 2008 in Germany, of which 51.7% received television by cable and 42.4% by satellite. The number of households with access to digital television had reached 54.4% at the end of 2008, according to the figures published by the ALM (Association of State Media Authorities). This is a very competitive market characterised by the existence of a large number of unscrambled channels.

The increasing number of channels has led to a steady decline in the viewer ratings of the traditional major channels in recent years. However the two national public service channels (ARD and ZDF) had a combined share of 26.5% in 2008 (down from 27.8% in 2006). Both private channels ProSieben and Sat.1 managed to marginally increase their share, while the shares of VOX and RTL dropped slightly in 2008.

Cable represents the most common mode of television distribution, and the digitisation of the network reached 30% at the end of 2008 (almost double that of the year before). The sector has experienced major consolidation in the last few years. There are now just four major operators. Kabel Deutschland, the country's leading cable operator, had 9.1 million subscribers at the end of 2008, of which approximately 850 000 had digital services. Unity Media (who in recent years took over Ish, Iesy, Tele-Columbus and Arena) had, at the end of 2008, 4.6 million customers, of which 27% had digital cable. A third company is Kabel BW with 2.3m customers at the end of 2008. Orion Cable (with a total of 3.2m subscribers) operates through Telecolumbus (EWT Multimedia), and also holds some shares in Primacom Cable. In June 2009 Kabel Deutschland announced its interest in buying Primacom and Orion.

Germany completed the switch off of analogue terrestrial transmission in December 2008 (aside from in a few small rural areas) and at the end of 2008, almost 100% of households were covered by digital terrestrial TV. Almost 11% of households depended on DTT as their only means of television reception at the end of 2008, while almost 20% of households have at least one television receiving DTT.

Pay-TV remains relatively undeveloped in Germany, largely because the range of free channels is very broad and meets the needs of most German viewers. Football rights are an important driving force for pay television. In 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

L'Allemagne est le plus grand marché télévisuel d'Europe. Il compte 37,7 millions de foyers équipés fin 2008, dont 51,7 % reçoivent la télévision par câble et 42,4 % par satellite. Selon les chiffres publiés par l'ALM (Association des offices régionaux des médias), le taux de foyers avec accès à la télévision numérique atteint 54,4 % fin 2008. Il s'agit d'un marché très compétitif, caractérisé par l'existence d'un grand nombre de chaînes en clair.

Du fait de l'augmentation du nombre de chaînes, on constate une tendance au déclin progressif de l'audience des grandes chaînes historiques ces dernières années. Toutefois, la part cumulée des deux chaînes nationales de service public (ARD et ZDF) est de 26,5 % en 2008 (contre 27,8 % en 2006). La part de marché des deux chaînes privées ProSieben et Sat.1 augmente marginalement alors que celle de VOX et de RTL recule légèrement en 2008.

Le câble constitue le premier mode de distribution de la télévision et la numérisation du réseau a atteint 30% fin 2008 (près du double comparé à 2007). Après une forte consolidation ces dernières années, le secteur ne compte plus que quatre grands opérateurs. Kabel Deutschland, principal câblo-opérateur du pays, regroupe 9,1 millions d'abonnés fin 2008, dont quelques 850 000 à ses services numériques. Unity Media (qui a racheté Ish, Iesy, Tele-Columbus et Arena) compte, fin 2008, 4,6 millions de clients, dont 27 % pour le câble numérique. La troisième société est Kabel BW, avec 2,3 millions de clients fin 2008. Orion Cable (3,2 millions d'abonnés) fonctionne via Telecolumbus (EWT Multimedia) et détient également des parts dans Primacom Cable. En juin 2009, Kabel Deutschland a annoncé s'intéresser au rachat de Primacom et d'Orion.

L'Allemagne a abandonné la transmission analogique terrestre en décembre 2008 (à l'exception de quelques zones rurales limitées) et, fin 2008, presque 100 % des foyers sont couverts par la TNT. Fin 2008, pratiquement 11 % des foyers n'ont que la TNT comme moyen de réception de la télévision, et presque 20 % disposent au moins d'une télévision recevant la TNT.

La télévision à péage reste relativement peu développée en Allemagne, en grande partie car l'offre de chaînes gratuites est très fournie et satisfait la demande d'une majorité de consommateurs allemands. Les droits du football sont un produit d'appel important de la télévision à péage. 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 atteint le nombre escompté de 2,5 millions d'abonnés, de sorte que dès

Deutschland ist der größte Fernsehmarkt in Europa. Von den insgesamt 37,7 Mio. Fernsehhaushalten Ende 2008 empfangen 51,7 % Fernsehen über Kabel und 42,4 % per Satellit. Laut ALM (Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten) hatten Ende 2008 54,4 % der Haushalte Zugang zum Digitalfernsehen). Es handelt sich um einen stark umkämpften Markt, der von einer großen Zahl unverschlüsselt verbreiteter Sender geprägt ist.

Aufgrund der steigenden Zahl von Sendern lassen sich in den letzten Jahren tendenziell sinkende Zuschauerzahlen bei den großen etablierten Sendern beobachten. Allerdings verfügten die beiden öffentlich-rechtlichen Sender (ARD und ZDF) 2008 über einen gemeinsamen Marktanteil von 26,5% (gegenüber 27,8% 2006). Die beiden Privatsender ProSieben und Sat.1 konnten ihren Marktanteil leicht verbessern, während VOX und RTL leichte Verluste hinnehmen mussten.

Das Kabel ist die wichtigste Verbreitungsart für das Fernsehen, und die Digitalisierung des Netzes lag Ende 2008 bei 30 % (fast doppelt so viel wie 2007). Die Branche hat in den vergangenen Jahren eine deutliche Konsolidierung erlebt. So gibt es nur noch vier große Betreiber. Der größte, Kabel Deutschland, hatte Ende 2008 9,1 Mio. Abonnenten, davon ca. 850 000 für digitale Dienste. Die Unity Media (die in den vergangenen Jahren Ish, Iesy, Tele-Columbus und Arena übernommen hat), hatte Ende 2008 4,6 Mio. Kunden, davon 27 % mit digitalem Kabelanschluss. Das dritte Unternehmen ist Kabel BW mit 2,3 Mio. Kunden Ende 2008. Orion Cable (mit insgesamt 3,2 Mio. Kunden) agiert über die Unternehmensgruppe Telecolumbus (EWT Multimedia) und hält auch Anteile am Kabelnetzbetreiber Primacom. Im Juni 2009 hat Kabel Deutschland sein Interesse an einer Übernahme von Primacom und Orion verkündet.

Deutschland hat die Abschaltung der terrestrischen analogen Übertragung (bis auf einige wenige ländliche Gebiete) im Dezember 2008 abgeschlossen und Ende 2008 lag die Abdeckung des digitalen Antennenfernsehens bei nahezu 100 % der Haushalte. Ende 2008 waren knapp 11 % der Haushalte auf DVB-T als einzige Fernsehquelle angewiesen, während knapp 20 % der Haushalte mindestens über einen Fernseher mit DVB-T-Empfang verfügten.

Das Bezahlfernsehen ist in Deutschland nach wie vor relativ wenig entwickelt. Zum Großteil ist dies auf ein sehr umfangreiches Angebot an frei empfangbaren Sendern zurückzuführen, das den meisten deutschen Zuschauern ausreicht. Ein wichtiger Motor für das Bezahlfernsehen sind Fußballrechte. Im Dezember 2005 erhielt Arena, ein Tochterunternehmen

seasons, the broadcasting rights were sub-licensed to pay-TV operator 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. The ArenaSat service had 191,000 subscribers at the end of 2008 (down from 334,000 a year earlier).

In June 2008, the European Commission cleared under the EU Merger Regulation the proposed acquisition of Germany's pay-TV operator Premiere AG by News Corporation (News Corp) of the US, subject to commitments which ensure third party access to Premiere's satellite platform. 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. In July 2009, the Premiere satellite package was rebranded as "Sky Deutschland", with the Premiere channels rebranded as Sky channels. A third DTH service was launched in June 2009 ("Alles Sehen TV"), which offers three Pay-TV packages and delivers many of the cable channels in the Kabelkiosk package.

In October 2007, former media magnate Leo Kirch completed a deal with the DFL to market the Bundesliga 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. The DFL then challenged this decision in court and the case started in August 2009. In the meantime, in November 2008, the rights for 2009-2012 were allocated. The pay-TV rights went to Premiere (now Sky Deutschland), with highlights shared between the two main public service broadcasters and DSF (DSF also has some live matches). Deutsche Telekom was allocated IPTV and mobile broadcast rights.

There are three IPTV services competing in the German market: T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (Alice/HanseNet) and Arcor Digital-TV (Arcor). At the end of 2008, Deutsche Telekom claimed to have almost 500 000 subscribers to its IPTV service. In general, IPTV services were being accessed in 0.8% of households at the end of 2008 (up from 0.3% the year before), according to the 2009 report of the ALM.

Mobile television has not so far had a successful history in Germany. 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

la première saison, ses pertes s'élevaient à environ 158 millions EUR. Pour les deux saisons 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. 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. Le service ArenaSat compte 191 000 abonnés fin 2008 (contre 334 000 l'année précédente).

En juin 2008, la Commission européenne a autorisé le projet d'acquisition de Premiere AG par la société américaine News Corporation (News Corp), sous réserve d'engagements garantissant l'accès des tiers à la plate-forme satellitaire Premiere. 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. En juillet 2009, la plate-forme satellitaire Premiere est renommée « Sky Deutschland », les chaînes Premiere s'appelant chaînes Sky. Un troisième service DTH est lancé en juin 2009 (« Alles Sehen TV ») : il propose trois bouquets de télévision à péage et transmet de nombreuses chaînes du câble du bouquet Kabelkiosk.

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. La DFL a porté l'affaire devant les tribunaux en août 2009. Entre-temps, les droits pour 2009-2012 ont été attribués en novembre 2008. Les droits pour la télévision à péage sont revenus à Premiere (désormais Sky Deutschland), les événements importants étant partagés entre les deux principales chaînes de service public et DSF (DSF dispose également de certains matchs en direct). Deutsche Telekom a gagné les droits pour la diffusion par IPTV et par mobile.

Trois services IPTV sont en concurrence sur le marché allemand : T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (Alice/HanseNet) et Arcor Digital-TV (Arcor). Fin 2008, Deutsche Telekom annonce quelque 500 000 abonnés à son service IPTV. Globalement, les services IPTV sont disponibles dans 0,8 % des foyers fin 2008 (en progression de 0,3 % sur un an), selon le rapport 2009 de l'ALM.

Pour l'instant, la télévision mobile ne rencontre pas de succès en Allemagne. En janvier 2008, les autorités de régulation allemandes ont officiellement attribué la

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 den Pay-TV-Anbieter 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. Ende 2008 hatte ArenaSat 191 000 Abonnenten (gegenüber 334 000 im Vorjahr).

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. 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. Im Juli 2009 wurde das Premiere-Paket in „Sky Deutschland“ und die Premiere-Kanäle in Sky-Kanäle umbenannt. Ein dritter DTH-Dienst („Alles Sehen TV“) wurde im Juni 2009 gestartet und bietet drei Pay-TV-Pakete an. Viele der Kabelprogramme werden über das Kabelkiosk-Paket ausgestrahlt.

Im 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. Die DFL legte gegen diese Entscheidung Beschwerde ein, der Fall wurde ab August 2009 verhandelt. In der Zwischenzeit (November 2008) wurden die Rechte für 2009-2012 vergeben. Die Pay-TV-Rechte gingen an Premiere (heute Sky Deutschland), die Rechte für Zusammenfassungen an ARD/ZDF und DSF (DSF hat dazu einige Live-Spiele). Die IPTV- und Mobilfunkrechte gingen an die Deutsche Telekom.

Auf dem deutschen Markt sind drei IPTV-Dienste vertreten: T-Entertain (Deutsche Telekom), Alice Home TV (Alice/HanseNet) und Arcor Digital-TV (Arcor). Ende

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.

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

Further amendments have been made to the German Inter-State Broadcasting Treaty. 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 rise of EUR 0.95. This represents the main element of the 11th amendment to the Inter-State Broadcasting Treaty. The 12th amendment entered into force in June 2009. The most significant aspect of this amendment is introducing the requirement for public service broadcasters to introduce a “three step test” before launching new telemedia services. Several of the public service broadcasters have already developed and implemented such tests. A draft 13th amendment to the Treaty has also been published in 2009. This will deal with, among other things, product placement, which will be permitted in German television but limited and regulated according to the Audiovisual Media Services Directive.

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.

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.

D'autres amendements ont été apportés au traité inter-Länder sur la radiodiffusion. Début mars 2008, les ministres-présidents des Länder se sont mis d'accord sur l'augmentation de la redevance audiovisuelle pour la période 2009-2012. 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.

Il s'agit du principal élément du 11^{ème} amendement au traité inter-Länder sur la radiodiffusion. Le 12^{ème} amendement est entré en vigueur en juin 2009. Son aspect le plus significatif est l'introduction de l'exigence imposée aux radiodiffuseurs de service public d'introduire un “test en trois étapes” avant de lancer de nouveaux services de télémedia. Plusieurs radiodiffuseurs de service public ont déjà développé et mis en œuvre ces tests. Un projet de 13^{ème} amendement au traité a également été publié en 2009. Il concernera, entre autres, le placement de produit, qui sera autorisé à la télévision allemande mais de façon limitée et réglementée, conformément à la Directive Services de médias audiovisuels.

2008 hatte die Deutsche Telekom nach eigenen Angaben fast 500 000 Abonnenten für ihren IPTV-Dienst. Laut Jahresbericht 2009 der ALM wurden 2008 in 0,8 % der Haushalte IPTV-Dienste genutzt (gegenüber 0,3 % im Vorjahr).

Das mobile Fernsehen ist in Deutschland bislang noch nicht sehr erfolgreich. 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.

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

Am Rundfunkstaatsvertrag wurden weitere Änderungen vorgenommen. 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. Dies ist der Kern des 11. Rundfunkstaatsvertrags. Die 12. Änderung ist im Juni 2009 in Kraft getreten. Wichtigster Punkt ist hier die Einführung des „Drei-Stufen-Tests“ für die öffentlich-rechtlichen Sender zur Legitimierung neuer Online-Angebote (Telemedien). Viele dieser Sender haben bereits solche Tests entwickelt und eingeführt. Ein Entwurf für die 13. Änderung wurde auch bereits 2009 veröffentlicht. Gegenstand dieser Änderung ist unter anderem das Product Placement, das im deutschen Fernsehen im Rahmen der Vorgaben der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste erlaubt werden soll.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	82 218	Eurostat (as at 1.1.2008)
Households		–	39 722	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		94,2%	37 412	TNS (as at June 2009)
Cable TV households		49,6%	19 700	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		8,4%	3 326	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		42,1%	15 750	TNS / European Audiovisual Observatory (at June 2009)
Dig. DTH/SMATV households		31,2%	11 673	TNS / European Audiovisual Observatory (at June 2009)
Pay DTH/SMATV households		2,9%	1 134	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1,1%	438	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		10,4%	4 130	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		54,4%	21 608	ALM - Association of State Media Authorities
Households with PC		77,0%	30 592	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		49,6%	19 710	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	334	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	214	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	>100	EWT Multimedia, Kabel Baden-Württemberg, Kabeldeutschland, Orion Cable, Primacom, Unity Media,...
Satellite packagers	4	Allessehen, Arena Sport, Kabeldeutschland, Sky Deutschland
IPTV packagers	3	Arcor (Vodafone), Deutsche Telekom (T-Home), Hansenet (Alice)
DTT multiplex operators	10	Media Broadcast and 9 ARD regional stations
Mobile phone TV packagers	2	Mobile 3.0, T-Mobile
Mobile broadcast TV packagers	0	Mobile 3.0 closed down in July 2009, T-Mobile to launch an offer in 2010

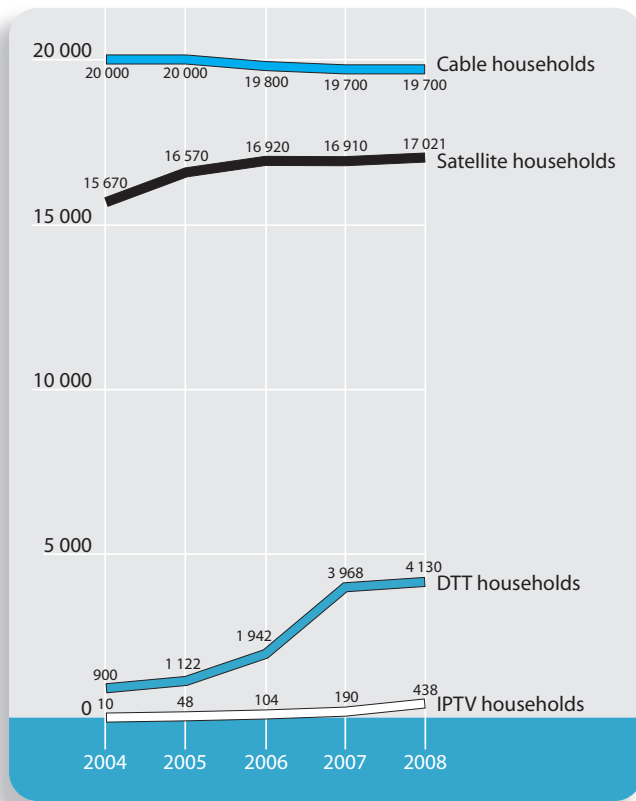
Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		6	15	21
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		8	185	193
Regional/Local		10	110	120
Regional/Local windows		22	14	36
Channels targeting foreign markets		7	23	30
Total		53	347	400
Foreign channels targeting the country		2	73	75

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial Berlin	Cable Kabel Deutschland	Cable Unity Media	Satellite Sky Deutschland	IPTV Deutsche Telekom T entertainment
Generalist - national		9	13	15		17
Generalist - foreign			14	18		
Adult			4	2	3	1
Children		2	11	3	8	8
Culture/ education/ documentary		4	12	10	5	11
Minority interest groups			2	4		1
Entertainment/ TV fiction/ games		2	12	18	11	12
Film			9	8	11	8
Home shopping		2	7	10		2
International linguistic and cultural		1	14	9		1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	8	2	6
Music		1	15	11	3	10
News/ business		4	23	22		10
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		8		5		
Religion		1	2	3		2
Sports		3	10	11	9	12
Various			2	3	1	3
Total		37	156	160	53	104

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

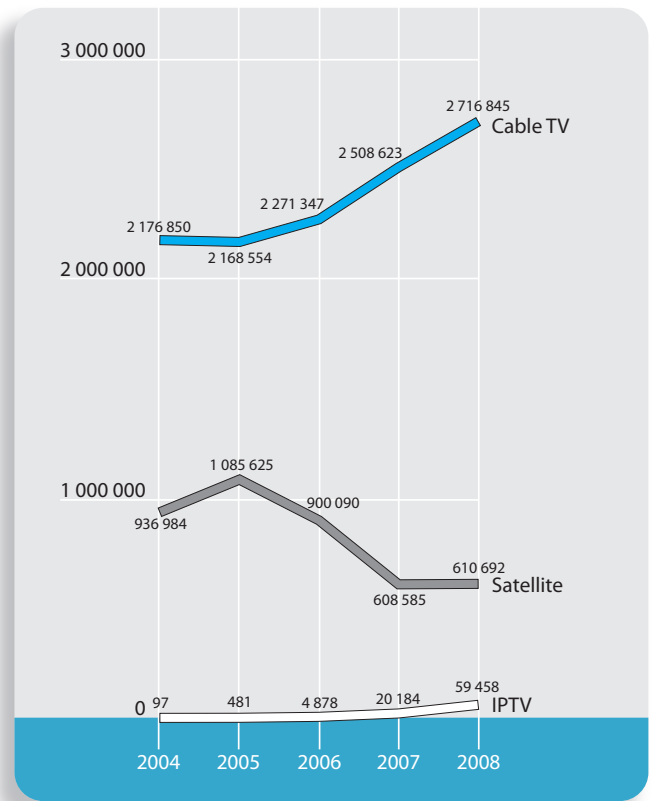
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

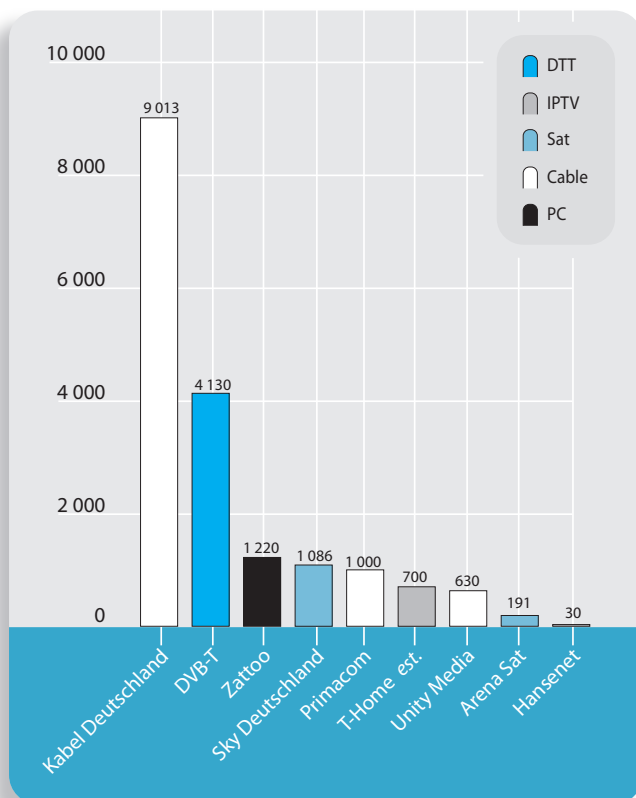
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

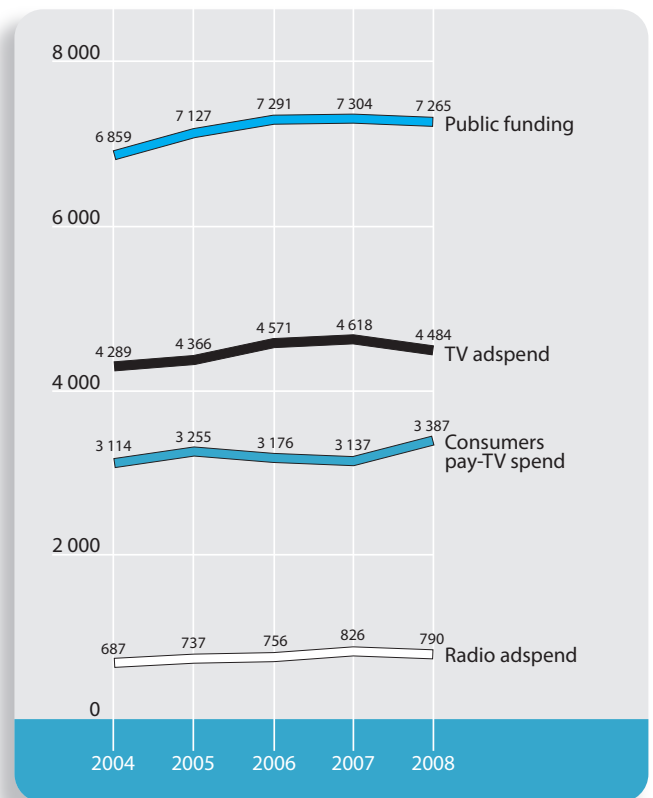
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in Germany

2005-2008 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
ZDF	sptv	ZDF, Kinderkanal, Phoenix, ...	2 062	1 966	1 927	1 922	-0,3%
RTL Television GmbH	adtv	RTL	1 660	1 706	1 693	1 704	0,6%
WDR - Westdeutscher Rundfunk	sptv	WDR Fernsehen	1 258	1 298	1 311	1 293	-1,4%
SWR - Südwestrundfunk	sptv	Südwest Fernsehen	1 051	1 081	1 096	1 099	0,3%
NDR - Norddeutscher Rundfunk	sptv	NDR Fernsehen	1 030	1 042	1 042	1 050	0,8%
Premiere Fernsehen GmbH	packtv	Premiere	1 107	1 001	962	~	~
BR - Bayerischer Rundfunk	sptv	Bayerisches Fernsehen	928	957	955	928	-2,8%
Sat.1 Satellitenfernsehen GmbH	adtv	Sat.1	866	886	841	~	~
ProSieben Fernsehen GmbH	adtv	Pro 7	761	743	777	~	~
QVC Deutschland GmbH (cons.) est.	hstv	QVC	629	674	634	654	3,2%
MDR - Mitteldeutscher Rundfunk	sptv	MDR Fernsehen	615	646	622	630	1,3%
HR - Hessischer Rundfunk	sptv	HR Fernsehen	447	449	459	452	-1,5%
Vox Film- und Fernseh-GmbH & Co. Kg	adtv	Vox	348	400	450	~	~
RBB - Rundfunk Berlin Brandenburg	sptv	rbb Fernsehen	381	394	393	392	-0,3%
Home Shopping Europe AG	hstv	HSE	305	286	320	~	~
DW - Deutsche Welle	sptv	Deutsche Welle	312	295	289	300	3,4%
Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH	adtv	Kabel 1	224	257	~	~	~
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. Kg	adtv	RTL 2	279	249	~	~	~
The Walt Disney Company (Germany) GmbH	thtv	Disney Channel	~	162	222	~	~
SuperRTL Disney Fernsehen GmbH & Co. Kg	thtv	Super RTL	154	163	168	~	~
DSF Deutsches Sportfernsehen GmbH	thtv	DSF	114	116	114	110	-3,3%
RTL Shop GmbH	hstv	RTL shop	91	100	~	~	~
N 24 GmbH	thtv	N 24	86	92	99	~	~
Neun Live Fernsehen GmbH	thtv	Neun Live	~	~	~	~	~
RB - Radio Bremen	sptv	Radio Bremen TV	66	75	91	91	0,0%
SR - Saarländischer Rundfunk	sptv	SR Südwest Fernsehen	82	83	85	87	2,4%
1-2-3.TV GmbH	thtv	1-2-3 TV	33	66	78	~	~

Main distributors	Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Deutsche Telekom AG (uncons.) ①	3Play	T-Home	27 413	24 993	23 686	23 541	-0,6%
Unitymedia GmbH (cons.) ①	3Play	Unitymedia Digital TV	366	870	1 058	1 221	15,4%
T-Mobile Deutschland GmbH ①	3G TV	Mobile TV	9 023	8 780	~	~	~
Kabel Deutschland GmbH ①	3Play	Kabel Deutschland	1 021	1 024	1 106	1 209	9,3%
Hansenet Telekommunikation GmbH ①	3Play	Alice TV	308	554	1 150	1 190	3,5%
Kabel Baden-Württemberg GmbH ①	3Play	KabelBW	261	294	357	438	22,6%
Arena Sport Rechte und Marketing GmbH ①	Sat-TV	ArenaSat	-	82	320	364	14,0%
Orion Cable GmbH ①	3Play	Tele Columbus Digital Fernsehen ②	~	348	~	~	~
Primacom AG (cons.) ①	3Play	PrimaCom Digital Fernsehens ②	329	119	117	~	~

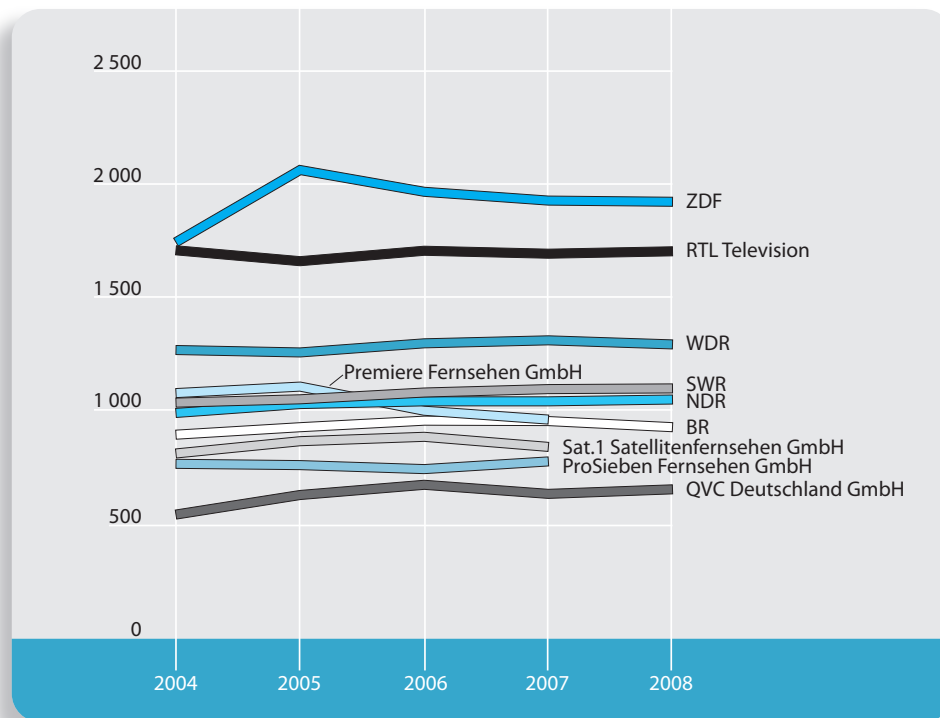
① Operating revenues include telecommunication and other activities.

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

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

Operating revenues of main television companies in Germany (Continued)

2005-2008 EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

T.1.DE.2
G.1.DE.2

ARD financial situation 2005-2008

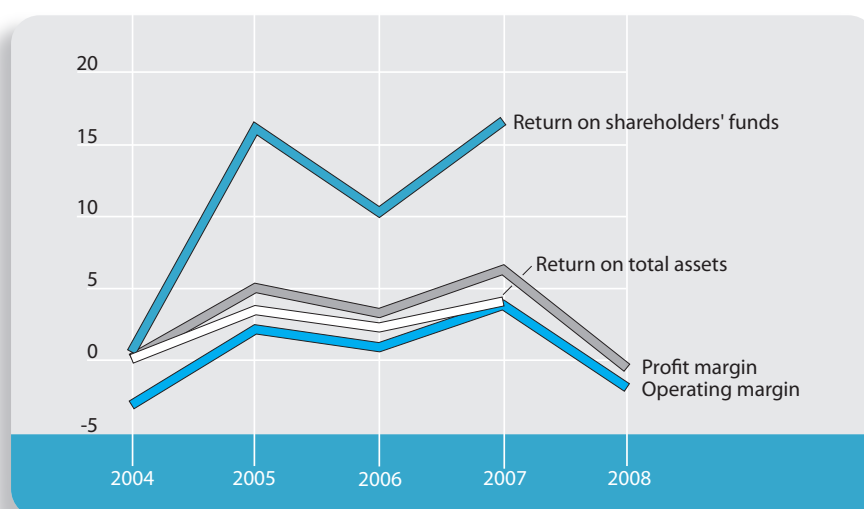
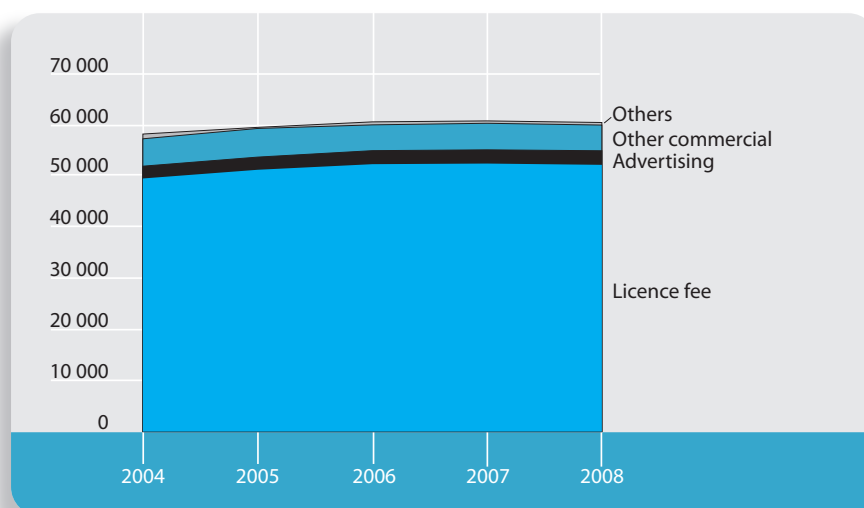
EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	5 119 309	5 229 049	5 241 141	5 215 933	86,1%	86,3%	86,3%	86,3%	-0,5%
- Licence fee	5 119 309	5 229 049	5 241 141	5 215 933	86,1%	86,3%	86,3%	86,3%	-0,5%
Total commercial income	808 192	768 782	787 719	777 968	13,6%	12,7%	13,0%	12,9%	-1,2%
- Advertising	247 726	264 166	268 350	275 285	4,2%	4,4%	4,4%	4,6%	2,6%
- Other commercial income	560 466	504 616	519 369	502 583	9,4%	8,3%	8,5%	8,3%	-3,2%
Other income	21 497	58 437	46 410	49 843	0,4%	1,0%	0,8%	0,8%	7,4%
TOTAL	5 948 998	6 056 268	6 075 270	6 043 744	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,5%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	3 503 651	3 722 690	3 691 919	3 975 568	60,6%	62,4%	63,4%	65,0%	7,7%
Costs of personnel	1 970 862	1 943 096	1 820 054	1 844 683	34,1%	32,6%	31,3%	30,2%	1,4%
Depreciation	303 920	302 934	308 425	293 125	5,3%	5,1%	5,3%	4,8%	-5,0%
Operating expenditure	5 778 433	5 968 720	5 820 398	6 113 376	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,0%

Net result	240 909	130 732	315 724	-100 909					-132,0%
Operating margin (%)	2,17	0,93	3,86						

Source: ARD / European Audiovisual Observatory



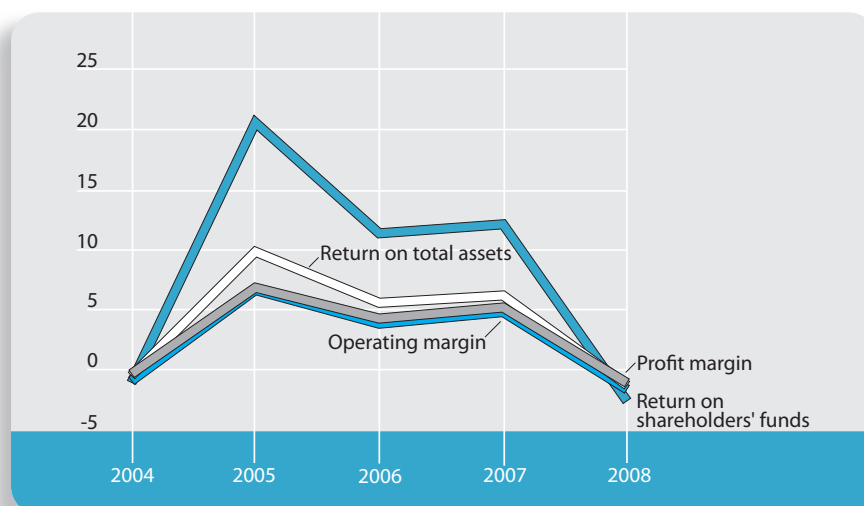
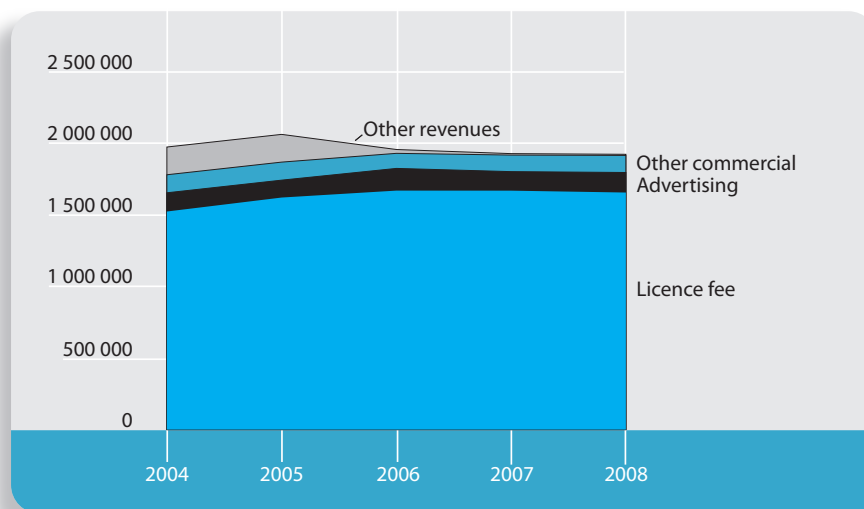
T.1.DE.3
G.1.DE.3ZDF financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	1 620 474	1 668 931	1 668 550	1 655 475	78,6%	84,9%	86,6%	86,1%	-0,8%
- Licence fee	1 620 474	1 668 931	1 668 550	1 655 475	78,6%	84,9%	86,6%	86,1%	-0,8%
Total commercial income	247 447	263 659	248 575	259 164	12,0%	13,4%	12,9%	13,5%	4,3%
- Advertising	121 448	154 973	132 873	139 902	5,9%	7,9%	6,9%	7,3%	5,3%
- Other commercial income	125 999	108 686	115 702	119 262	6,1%	5,5%	6,0%	6,2%	3,1%
Other revenues	193 681	33 031	10 093	7 785	9,4%	1,7%	0,5%	0,4%	-22,9%
TOTAL	2 061 601	1 965 622	1 927 218	1 922 424	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,2%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	1 547 737	1 516 796	1 432 571	1 571 593	80,4%	80,2%	78,1%	80,4%	9,7%
Costs of employees	329 416	319 423	356 678	338 052	17,1%	16,9%	19,4%	17,3%	-5,2%
Depreciation	48 073	54 301	45 638	44 105	2,5%	2,9%	2,5%	2,3%	-3,4%
Operating expenditure	1 925 226	1 890 521	1 834 887	1 953 750	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,5%

Net result	121 311	53 508	86 862	-36 737					-142,3%
Operating margin (%)	6,6%	3,8%	4,8%	-1,6%					

Source: ZDF / European Audiovisual Observatory



T.1.DE.4
G.1.DE.4

ProSiebenSat.1 Media AG financial situation

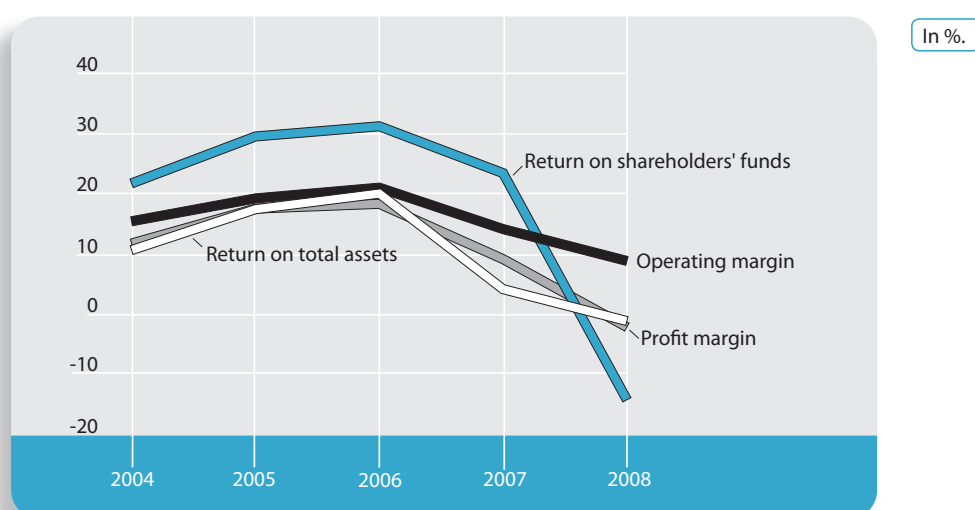
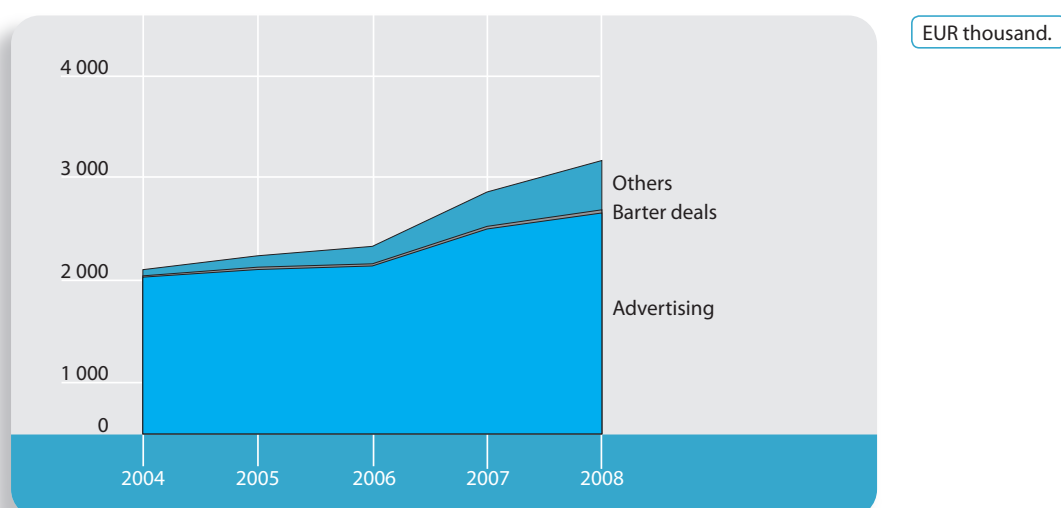
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Advertising	1 836,1	1 876,0	2 289,2	2 468,1	92,3%	89,5%	84,7%	80,8%	7,8%
Barter deals	26,3	24,0	29,4	35,5	1,3%	1,1%	1,1%	1,2%	20,7%
Others	127,2	195,1	384,0	550,6	6,4%	9,3%	14,2%	18,0%	43,4%
Total	1 989,6	2 095,1	2 702,5	3 054,2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	13,0%
Operating revenues	2 004,0	2 216,7	2 727,2	3 117,5					14,3%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services est.	1 372,9	1 396,9	1 874,3	2 055,0	84,7%	83,5%	80,3%	72,1%	9,6%
Cost of employees	212,6	235,5	323,6	444,2	13,1%	14,1%	13,9%	15,6%	37,3%
Depreciation and amortisation	34,8	40,0	137,0	351,8	2,1%	2,4%	5,9%	12,3%	156,8%
Operating expenditure	1 620,3	1 672,4	2 334,9	2 851,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	22,1%

Net result	221,6	243,9	96,2	-125,5					-230,5%
Operating margin (%)	19,2	21,0	14,1	8,6					

Source: ProSiebenSat.1 Media AG / European Audiovisual Observatory



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

TV audience market share in Germany

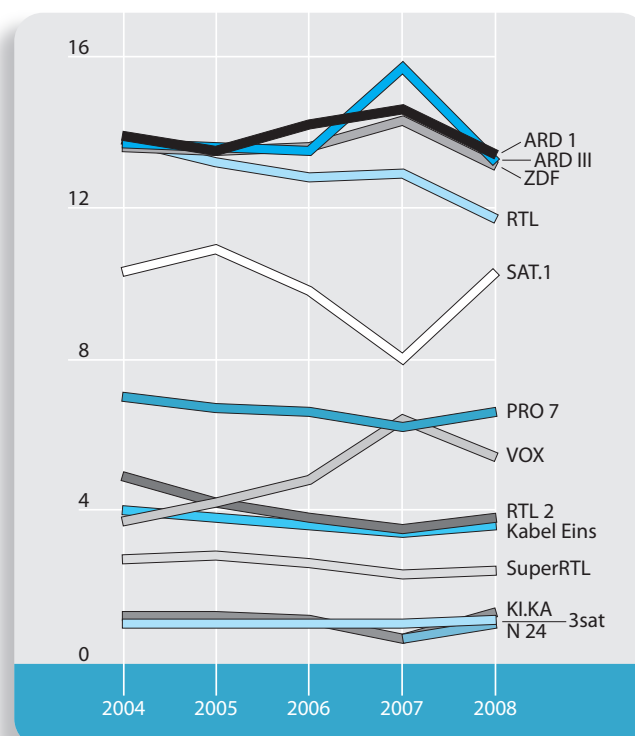
2004-2008 Daily share. In %, 3 years +.

Channels	2004	2005	2006	2007	2008
ARD 1	13,9	13,5	14,2	14,6	13,4
ARD III	13,7	13,6	13,5	15,7	13,2
ZDF	13,6	13,5	13,6	14,3	13,1
3sat	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1
KI.KA	1,2	1,2	1,1	0,6	1,3
PHOENIX	0,5	0,6	0,7	0,6	0,9
ARTE	0,4	0,5	0,6	0,8	0,6
German public channels	44,3	43,9	44,7	47,6	43,6
RTL	13,8	13,2	12,8	12,9	11,7
RTL 2	4,9	4,2	3,8	3,5	3,8
SuperRTL	2,7	2,8	2,6	2,3	2,4
VOX	3,7	4,2	4,8	6,4	5,4
SAT.1	10,3	10,9	9,8	8,0	10,3
PRO 7	7,0	6,7	6,6	6,2	6,6
Kabel Eins	4,0	3,8	3,6	3,4	3,6
DSF	1,1	1,2	1,0	1,2	0,9
Neun Live	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Das Vierte ①	-	0,5	0,6	0,8	0,8
NICK ①	-	0,5	0,5	0,4	0,8
Tele 5	-	0,4	0,6	0,7	0,9
VIVA	-	0,5	0,6	0,3	0,6
VIVA PLUS	-	0,3	0,2	0,0	-
N 24				0,6	1,0
Comedy Central				0,2	0,3
MTV				0,3	0,5
DMAX				0,4	0,6
Main German private channels	47,7	49,4	47,7	47,7	50,3
Eurosport	0,9	0,9	0,9	0,6	0,9
Others	8,0	6,7	7,6	4,7	6,1

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

Source: Eurodata TV Worldwide / AGF - GfK

Daily share. In %, 3 years +.



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

TV audience market share in Germany

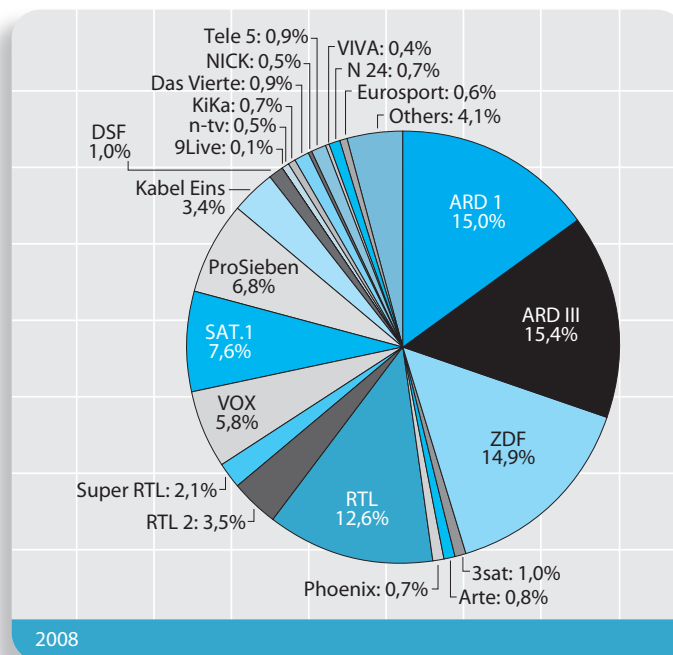
2004-2008 Prime time (19:00-23:00). In %, 3 years +.

Channels	2004	2005	2006	2007	2008
ARD 1	15,9	15,4	15,5	13,4	15,0
ARD III	15,8	15,7	15,7	13,5	15,4
ZDF	15,8	15,2	15,2	12,9	14,9
3sat	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0
Arte	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8
Phoenix	0,4	0,5	0,5	0,9	0,7
German public channels	49,3	48,3	48,5	42,4	47,8
RTL	13,5	12,9	12,7	12,4	12,6
RTL 2	4,8	4,0	3,5	3,9	3,5
Super RTL	2,2	2,6	2,3	2,6	2,1
VOX	3,7	4,4	5,3	5,7	5,8
SAT.1	8,9	9,8	8,9	9,6	7,6
ProSieben	6,7	6,3	6,3	6,5	6,8
Kabel Eins	3,4	3,2	3,2	3,6	3,4
DSF	1,2	1,3	1,2	1,1	1,0
9Live	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
n-tv	0,3	0,4	0,4	0,7	0,5
KiKa	0,5	0,5	0,5	1,2	0,7
Das Vierte ①	-	0,5	0,6	0,8	0,9
NICK ①	-	0,2	0,3	0,7	0,5
Tele 5	-	0,4	0,6	0,7	0,9
VIVA	-	0,3	0,3	0,6	0,4
VIVA PLUS	-	0,1	0,1	0,0	-
N 24				0,9	0,7
Comedy Central				0,3	0,2
MTV				0,5	0,3
DMAX				0,5	0,4
German private channels	45,3	47,0	46,3	52,5	48,4
Eurosport	0,7	0,6	0,6	1,0	0,6
Others	4,7	4,1	4,6	4,1	3,2

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

Source: Eurodata TV Worldwide / AGF - GfK

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



2008

T.1.DE.7

The 40 leading TV production companies in Germany

2004-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Bavaria Film GmbH est.	Fiction, film	281 700	256 000	264 710	265 220	~	~
2	MME Me, Myself & Eye Entertainment AG (cons.)	Fiction, entertainment	52 944	92 642	95 837	~	88 458	~
3	Constantin Entertainment GmbH est.	Entertainment	68 500	71 019	82 296	~	~	~
4	UFA Film und Fernsehen GmbH	Fiction, entertainment	55 086	28 802	12 864	81 930	~	~
5	Studio Hamburg Produktion GmbH	Fiction, film	62 405	55 228	80 607	68 689	~	~
6	Plazamedia GmbH TV & Film Produktion est.	Sports	75 603	~	75 000	~	~	~
7	Grundy UFA TV Produktions GmbH est.	Fiction	75 000	75 000	75 000	~	~	~
8	Endemol Deutschland GmbH est.	Entertainment	100 000	100 000	63 682	62 738	~	~
9	Neue Deutsche Filmgesellschaft est.	Fiction, film	63 300	60 000	60 000	60 000	60 000	~
10	Brainpool TV GmbH	Entertainment, fiction	51 035	~	~	47 915	48 191	0,6%
11	Filmpool, Film und Fernsehproduktion GmbH	Fiction	~	19 723	44 579	~	~	~
12	Raab TV Produktion GmbH est.	Entertainment	36 341	38 210	36 916	~	46 898	~
13	Network Movie Film- und Fernsehproduktion GmbH	Fiction	~	37 313	41 263	43 139	~	~
14	Granada Produktion für Film und Fernsehen est.	Entertainment	17 763	11 437	25 874	27 075	35 000	29,3%
15	Saxonia Media Filmproduktionsgesellschaft GmbH	Fiction	~	~	27 342	32 709	34 463	5,4%
16	I & U Information und Unterhaltung TV Produktion GmbH est.	Information, entertainment	~	1 500	32 994	33 000	33 000	~
17	Innova Film GmbH		20 000	28 202	32 552	~	~	~
18	Novafilm Fernsehproduktion GmbH	Fiction	~	~	~	45 460	31 399	-30,9%
19	Grundy Light Entertainment GmbH	Entertainment	~	~	23 439	28 687	~	~
20	Sony Pictures Film und Fernsehproduktions GmbH	Fiction	40 456	29 836	23 422	21 321	26 873	26,0%
21	Ziegler Film GmbH	Fiction, film	28 582	~	29 060	25 366	~	~
22	Janus TV GmbH est.	Entertainment	29 957	27 000	~	~	~	~
23	MAT Movies & Television Productions GmbH & co Projects	Fiction	~	~	25 986	25 503	~	~
24	Hofmann & Voges Entertainment GmbH est.	Fiction, film	11 000	11 000	18 056	22 533	~	~
25	Producers At Work GmbH	Fiction	~	~	16 615	22 426	~	~
26	TVN - Television Programm- und Nachrichten GmbH	News	19 500	21 000	~	~	~	~
27	Tandem Communications	Fiction, film	~	~	12 025	20 853	~	~
28	BKN International AG	Animation	7 722	11 967	13 893	17 987	20 002	11,2%
29	Polyphon Film und Fernseh GmbH est.	Fiction, film	~	~	20 000	20 000	~	~
30	Action Concept Film- und Stuntproduktion GmbH	Fiction	34 371	25 451	23 203	18 759	~	~
31	Nostro Film GmbH est.	Fiction	18 450	~	~	~	~	~
32	FFP Entertainment GmbH est.		18 000	18 000	18 000	18 000	~	~
33	Phoenix Film Karlheinz Brunneman GmbH	Fiction	~	17 060	20 621	16 271	~	~
34	Blue Eyes Film & Television GmbH & Co KG		~	17 000	15 000	15 000	~	~
35	Cinecentrum GmbH	Fiction	20 890	14 586	~	~	~	~
36	Colonia Media Filmproduktions GmbH est.	Fiction, film, documentaries	~	~	~	15 190	13 369	-12,0%
37	Opal Filmproduktion GmbH	Fiction, film	15 780	13 027	17 105	13 931	~	~
38	M4E AG	Entertainment	~	~	~	3 724	13 244	255,6%
39	GGG Filmproduktion und Vertrieb		7 000	7 000	13 000	~	~	~
40	DFA Deutsche Fernsehnews-Agentur-GmbH est.	News	12 900	~	~	~	~	~

Source: European Audiovisual Observatory

The Danish market is characterised by the strength of its public broadcasters: DR (three channels) and TV2 (seven channels). In a situation where the audience of the main channels is declining, TV2 still dominates the market (31.3% daily audience in 2008) ahead of DR1 (24.6%). These two public channels even account for 64.5% of the prime time audience. The leading private channel is TV3 (Sweden's MTG group) and has a decreasing daily audience of less than 5%. The other main private channels are TV3+ (MTG group, 3.6% daily audience) and Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), which is one of the rare channels to increase its daily audience, which reached 2.9% in 2008.

Despite its good results in terms of audience, TV2 is in poor financial health and still has an uncertain legal future. The Danish public authorities decided to privatise TV2 in May 2003, but implementation of this decision was delayed after questions were raised concerning the financing of the broadcaster. In May 2004, the European Commission concluded that TV2 had received illegal public funding and demanded that it pay back EUR 84.4 million to the Danish authorities. An appeal was lodged against the recapitalisation plan and the Court of First Instance of the European Communities set aside the Commission's decision in its judgment of 22 October 2008. In spring 2008, for example, the Ministry of Culture announced that emergency aid would be provided to stabilise TV2, which is heavily in debt. This aid, amounting to EUR 67 million, was approved by the European Commission in August 2008. Finally, in January 2009 the government published a plan aimed at partially transforming TV2 into a pay-TV channel from 2012.

Analogue terrestrial signals are due to be switched off on 1 November 2009. The first multiplex, controlled by the public broadcasters and offering the main public channels throughout the country, has been operational since 2006. In August 2009, the Danish authorities published a list of 220 licences, most of them for local and/or non-commercial channels that will transmit on this multiplex from November 2009. The company Boxer TV A/S (a subsidiary of the Swedish group of the same name) has won the licence to operate the four other multiplexes until 2020. It has been broadcasting 9 channels in Copenhagen since February 2009, pending the launch of its full commercial service, which will comprise around thirty channels, on 1 November 2009.

Several channels have been launched ahead of or in response to the arrival of DTT in November 2009. The competition is forming around the sports channels. TV3 Puls (Formula 1, the national football team's

Le marché danois se caractérise par l'importance de ses radiodiffuseurs publics : DR (trois chaînes) et TV 2 (sept chaînes). Dans un contexte de baisse de l'audience des principales chaînes, TV 2 continue de dominer le marché (31,3 % d'audience quotidienne en 2008) devant DR1 (24,6 %). Ces deux chaînes publiques rassemblent même 64,5 % de l'audience en prime time. La première chaîne privée est TV3 (groupe suédois MTG) à moins de 5 % d'audience quotidienne et en recul. Les principales autres chaînes privées sont TV3+ (groupe MTG, 3,6 % d'audience quotidienne) et Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), une des rares chaînes à progresser en s'établissant en 2008 à 2,9 % d'audience quotidienne.

Malgré ses bons résultats en termes d'audience, TV 2 affiche une santé précaire et un avenir juridique toujours incertain. La privatisation de TV 2 a été décidée en mai 2003 par les pouvoirs publics danois mais la mise en œuvre de cette décision a été retardée suite à la mise en cause du financement du radiodiffuseur. En mai 2004, la Commission européenne a considéré que TV 2 avait bénéficié d'aides publiques illégales ; elle a donc exigé le remboursement à l'Etat danois de 84,4 millions d'euros. Le plan de recapitalisation a fait l'objet de recours et le tribunal de première instance des Communautés européennes a finalement annulé la décision de la Commission dans un arrêt du 22 octobre 2008. Parallèlement, une aide d'urgence a été annoncée au printemps 2008 par le ministère de la culture visant à assainir TV 2, fortement endettée. Cette aide de 67 millions d'euros a été validée par la Commission européenne en août 2008. Enfin, en janvier 2009, le gouvernement a publié un plan visant à transformer partiellement TV 2 en chaîne payante à partir de 2012.

La date de l'extinction de l'analogique terrestre est fixée au 1^{er} novembre 2009. Depuis 2006, un premier multiplex est opérationnel, contrôlé par les radiodiffuseurs publics et offrant les principales chaînes publiques sur la totalité du territoire. En août 2009, les autorités danoises ont publié une liste de 220 licences essentiellement pour des chaînes locales et/ou non commerciales qui émettront sur ce multiplex à partir de novembre 2009. La firme Boxer TV A/S (filiale du groupe suédois du même nom) a remporté la licence d'exploitation des quatre autres multiplex jusqu'en 2020. Boxer diffuse 9 chaînes à Copenhague depuis février 2009, en attendant le lancement de son offre commerciale complète, constituée d'une trentaine de chaînes, le 1^{er} novembre 2009.

Plusieurs chaînes ont été lancées dans la perspective ou en réaction face à l'arrivée de la TNT en novembre 2009.

Der dänische Fernsehmarkt ist von einer starken Präsenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geprägt: DR (mit drei Sendern) und TV 2 (sieben Sender). Während die wichtigsten Fernsehsender sinkende Einschaltquoten verzeichnen, dominierte TV 2 weiterhin den Markt (mit einer täglichen Einschaltquote von 31,3 % im Jahr 2008) vor DR1 (24,6 %). In der Primetime erreichten beide öffentlich-rechtlichen Anstalten zusammen sogar 64,5 % der Zuschauer. Der wichtigste Privatsender, TV3 (der schwedischen Gruppe MTG), hatte eine Einschaltquote von weniger als 5 %, Tendenz fallend. Die wichtigsten anderen Privatsender sind TV3+ (MTG, mit einer täglichen Einschaltquote von 3,6 %) und Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG), einer der wenigen Sender im Aufwind, der 2008 eine tägliche Einschaltquote von 2,9 % hatte.

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

Am 1. November 2009 sollte die Verbreitung des terrestrischen analogen Signals eingestellt werden. 2006 wurde das erste digitale terrestrische Fernnetz von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern in Betrieb genommen, auf dem die wichtigsten öffentlich-rechtlichen Sender im ganzen Land zu empfangen sind. Im August 2009 haben die dänischen Behörden eine Liste mit 220 Lizenzen veröffentlicht, die hauptsächlich an lokale und/oder nicht-kommerzielle Dienste vergeben wurden und die ab November 2009 über die Multiplex-Plattform verbreitet werden. Das Unternehmen Boxer TV A/S (Tochter der gleichnamigen schwedischen Gruppe) hat den Zuschlag für die Lizenz zum Betrieb der vier anderen Multiplexe bis 2020 bekommen. Boxer

matches) was launched by the MTG group in March 2009, complementing TV3 and TV3+ before the launch of the DTT platform, which these three channels will not be joining. However, the sports channel Canal 9, which was launched by the Swedish group TV4 in July 2009, will be transmitted over DTT. Canal 9 broadcasts the matches of the Danish, English, Italian and Spanish football championships. An additional sports channel, a Danish version of Eurosport 2, was also launched in summer 2009.

The public broadcasting group DR plans to introduce three channels when the DTT platform is launched: DR K (culture and history), DR Romasjang (for children) and DR HD.

The multi-channel market is dominated by the cable operators, of which there are still a large number in Denmark, although YouSee A/S (TDC group) virtually controls the market with 1.195 million subscribers in June 2009. Following behind YouSee are Stofa (Sweden's TeliaSonera group), which has about 210 000 subscribers, and Canal Digital (Norway's Telenor group), which has only 35 000 subscribers. Canal Digital also distributes a satellite package, which competes with Viasat (the MTG group). Finally, many IPTV services are available, such as Dansk Bredband, Fast TV, Telia TV (TeliaSonera) or TDC Home Trio (TDC), which was launched in January 2009.

The IPTV operator FastTV.net A/S was taken over in March 2009 by A+ Holding A/S, which itself came under the control of YouSee A/S, and therefore the TDC group, in June 2009.

The incumbent operator TDC thus holds a very strong position on the cable and IPTV markets: it claims that 45% of Danish households are YouSee subscribers. In response, the Danish telecommunications regulator (NITA) wants to force TDC to give its competitors bitstream access to its broadband cable network. The European Commission approved this proposal in March 2009.

La concurrence se cristallise autour des chaînes sportives. TV3 Puls (Formule 1, équipe nationale de football) a été lancée en mars 2009 par le groupe MTG, en complément de TV3 et TV3+, avant le lancement de la plate-forme TNT à laquelle ces trois chaînes ne participeront pas. La chaîne sportive Canal 9, lancée par le groupe suédois TV4 en juillet 2009, sera au contraire transmise par TNT. Canal 9 diffuse les matchs de football des championnats danois, anglais, italien et espagnol. Renforçant l'offre de chaînes sportives, une version en danois de Eurosport 2 a aussi été lancée au cours de l'été 2009.

Par ailleurs le groupe public DR a prévu le lancement de trois chaînes à l'occasion du lancement de la plate-forme TNT : DR K (culture et histoire), DR Romasjang (enfants) et DR HD.

Le marché de l'offre multi-chaînes est dominé par les câblo-opérateurs, encore nombreux au Danemark même si YouSee A/S (groupe TDC) contrôle pratiquement le marché avec 1,195 millions d'abonnés en juin 2009. Derrière YouSee, Stofa (groupe suédois TeliaSonera) rassemble environ 210 000 abonnés ou encore Canal Digital (groupe norvégien Telenor) seulement 35 000 abonnés. Canal Digital distribue aussi un bouquet satellite, concurrencée en cela par Viasat (groupe MTG). Enfin, de nombreuses offres IPTV coexistent telles que Dansk Bredband, Fast TV, Telia TV (TeliaSonera), ou TDC Home Trio (TDC), lancée en janvier 2009.

L'opérateur IPTV FastTV.net A/S a été racheté par A+ Holding A/S en mars 2009, entreprise elle-même passée sous le contrôle de YouSee A/S et donc du groupe TDC en juin 2009.

La position de l'opérateur historique TDC sur les marchés du câble et de l'IPTV est donc considérable : il revendique le fait que 45 % des ménages danois soient abonnés à YouSee. En réaction, l'autorité danoise de régulation des télécommunications (NITA) souhaite contraindre TDC à ouvrir à la concurrence l'accès en gros à son réseau câblé à large bande. La Commission européenne a approuvé cette proposition en mars 2009.

hat den umfassenden Start seines kommerziellen Angebots aus etwa 30 Sendern für den 1. November 2009 geplant und strahlt in der Zwischenzeit seit Februar 2009 in Kopenhagen neun Sender aus.

In Erwartung von DVB-T oder als Reaktion auf seinen Start im November 2009 wurden mehrere neue Sender gegründet. Der Wettbewerb konzentriert sich um die Sportkanäle. Die MTG-Gruppe ging im März 2009 mit TV3 Puls (Formel 1, Spiele der Fußballnationalmannschaft) auf Sendung, als Ergänzung zu TV3 und TV3+. An der künftigen DVB-T-Plattform sind diese drei Sender nicht beteiligt. Der im Juli 2009 von der schwedischen Gruppe TV4 gestartete Sportkanal Canal 9 wird dagegen per DVB-T ausgestrahlt. Auf diesem Sender sind die Fußballspiele der ersten Liga in Dänemark, England, Italien und Spanien zu sehen. Im Sommer 2009 ging eine dänische Version von Eurosport 2 zur Stärkung des Angebots von Sportkanälen auf Sendung.

Die öffentlich-rechtliche Gruppe DR hat anlässlich des Starts der DVB-T-Plattform drei neue Sender geplant: DR K (Kultur und Geschichte), DR Romasjang (Kinder) und DR HD.

Der Markt für Multikanalangebote wird von den in Dänemark noch zahlreichen Kabelnetzbetreibern beherrscht, auch wenn YouSee A/S (TDC-Gruppe) mit 1,195 Mio. Abonnenten im Juni 2009 den Markt ziemlich fest im Griff hatte. Hinter YouSee kamen Stofa (schwedische TeliaSonera-Gruppe) auf etwa 210 000 Abonnenten und Canal Digital (norwegische Telenor-Gruppe) auf gerade mal 35 000. Canal Digital verbreitet auch ein Satellitenbouquet und steht damit in Konkurrenz zu Viasat (MTG). Schließlich gibt es zahlreiche parallele IPTV-Angebote, wie etwa Dansk Bredband, Fast TV, Telia TV (TeliaSonera) oder der im Januar 2009 gestartete Dienst TDC Home Trio (TDC).

Der IPTV-Betreiber FastTV.net A/S wurde im März 2009 von A+ Holding A/S übernommen, einem Unternehmen, das wiederum seit Juni 2009 von YouSee A/S und damit von TDC kontrolliert wird.

Der klassische Telekommunikationsanbieter TDC verfügt daher auf dem Kabel- und dem IPTV-Markt über eine beachtliche Marktposition: Nach eigenen Angaben haben über 45 % der dänischen Haushalte YouSee abonniert. Als Reaktion darauf hat die dänische Telekom-Regulierungsbehörde (NITA) vor, TDC zur Öffnung seines Breitbandkabelnetzes für Wettbewerber zu verpflichten. Die Europäische Kommission hat diesen Vorschlag im März 2009 gebilligt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	5 511	Danmarks Statistik
Households		–	2 564	Danmarks Statistik
TV households		95,3%	2 443	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		61,9%	1 588	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		6,5%	167	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		16,9%	434	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		16,0%	410	European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		11,9%	304	Screen Digest
IPTV subscriptions		3,3%	84	Screen Digest
Installed DVB-T receivers		25,5%	655	Screen Digest
Total digital TV households		51,3%	1 316	European Audiovisual Observatory
Households with PC		86,4%	2 215	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		70,9%	1 818	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions			37	Screen Digest

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	>350	Canal Digital Danmark Kabel TV, Dansk Bredbaand, Dansk Kabel TV, Telia Stofa, YouSee, etc...
Satellite packagers	2	Canal Digital, Viasat.
IPTV packagers	5	Dansk Bredbaand, Fast TV, Smile Content, TDC, Telia.
DTT multiplex operators	2	Boxer (pay DTT), Digi TV (free DTT, the company is owned by DR and TV 2).
Mobile phone TV packagers	3	Hi3G Denmark, TDC, Telenor.

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		15	1	16
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	11	11
Regional/Local		5	165	170
Regional/local windows		8	39	47
Channels targeting foreign markets		0	2	2
Total		28	218	246
Foreign channels targeting the country		2	47	49

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	Digital Terrestrial	Cable YouSee	Cable Telia Stofa	Satellite Canal Digital (Full Nordic offer)	Satellite Viasat (Full Nordic offer)	IPTV TDC TV
Generalist - national		4	3	3	2	2	3
Generalist - foreign		3	30	13	14	21	7
Adult			3	1	3	3	1
Children		5	6	4	17	18	3
Culture/ education/ documentary		5	13	10	15	31	5
Minority interest groups			4				
Entertainment/ TV fiction/ games		6	11	11	26	32	8
Film		2	17	2	27	44	6
Home shopping							
International linguistic and cultural			5	2		1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		3	2	1	6	1	
Music		3	8	2	8	8	3
News/ business		3	8	4	11	8	4
Parliament/ government/ administration		1					
Regional/ local		196		1			
Religion			1		2	2	
Sports		3	13	4	25	20	2
Various			2	1		4	2
Total		38 ①	126	59	156	195	44

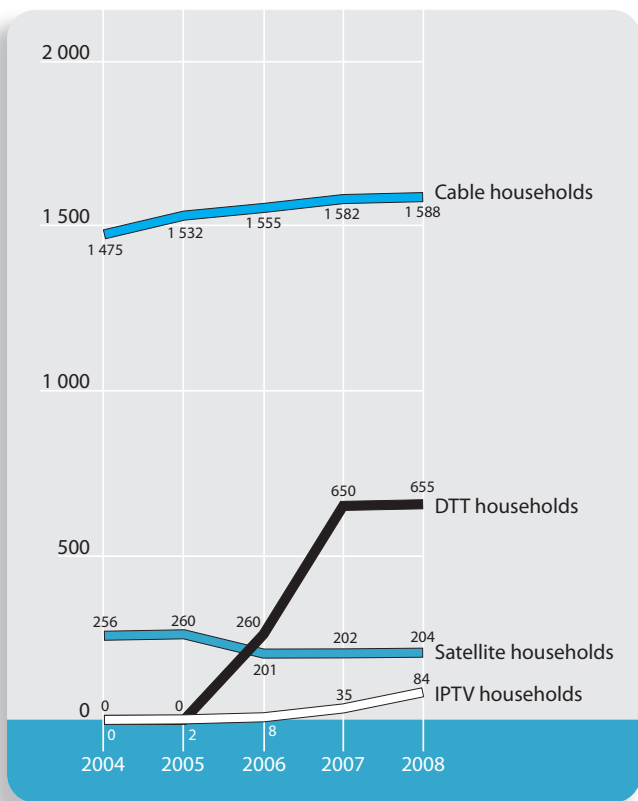
① In addition 196 local stations are available in their respective area.

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

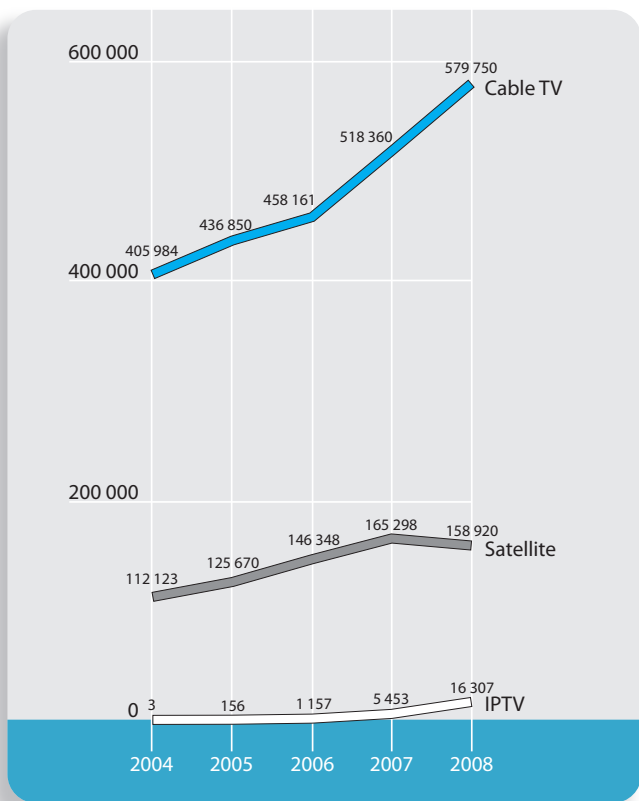
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

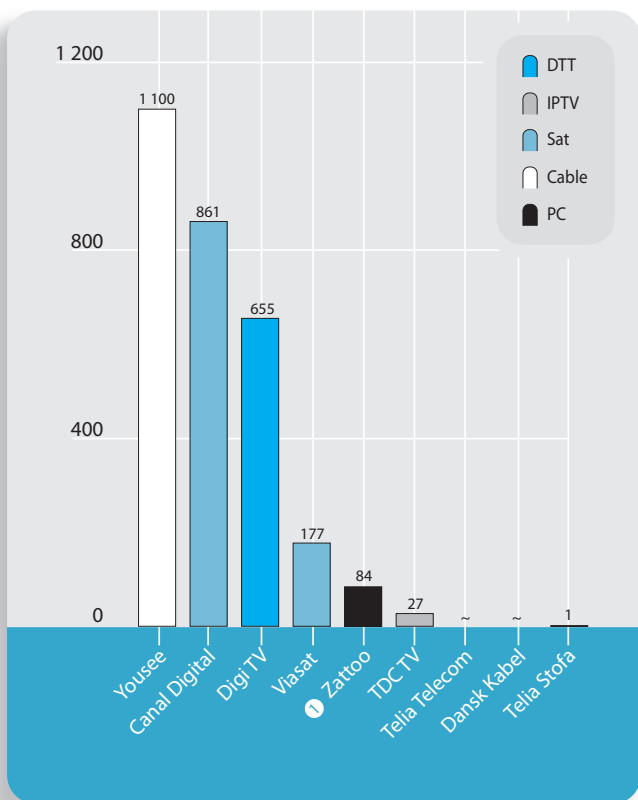
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.

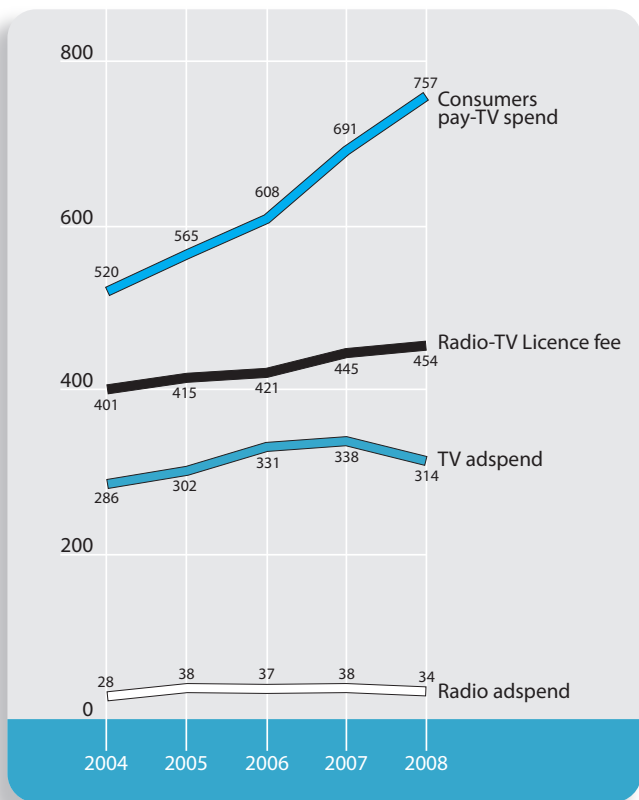


Source: European Audiovisual Observatory

1 Service interrupted in January 2009.

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in Denmark

2005-2008 EUR thousand. Regional and local television channels not included.

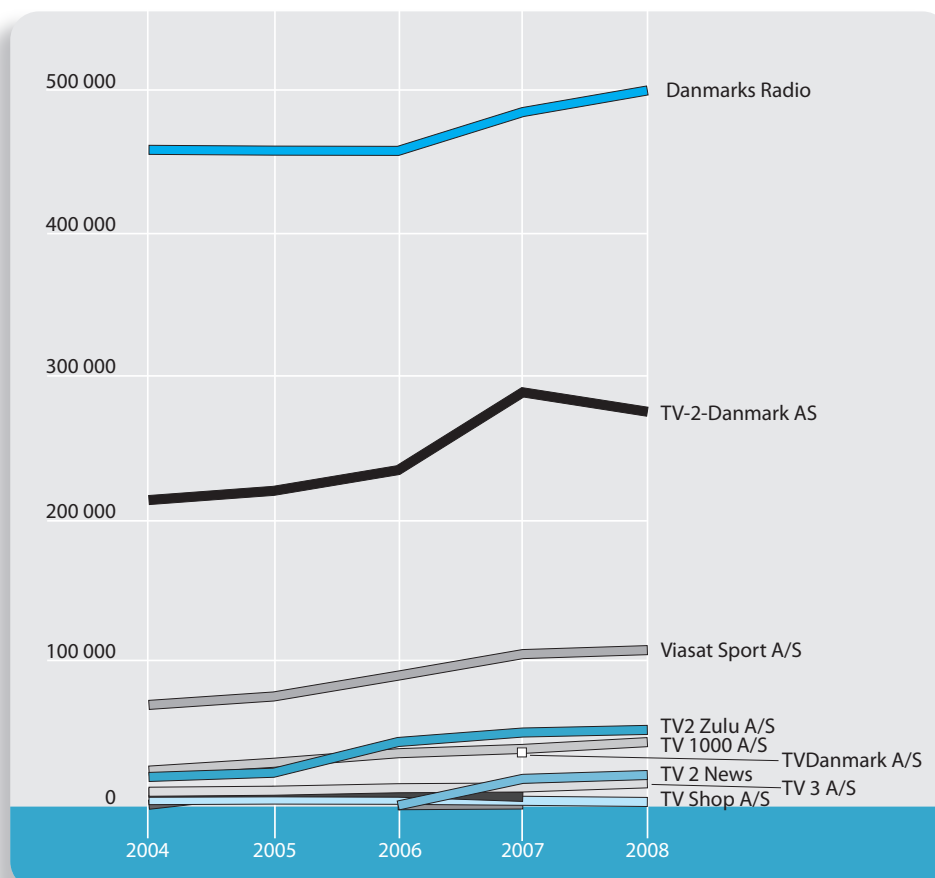
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Danmarks Radio	sptv	DR-1, DR-2	457 458	457 283	484 384	499 484	3,1%
TV-2-Danmark AS	sptv	TV-2	219 796	234 282	288 623	275 078	-4,7%
Viasat Sport A/S	thtv	Viasat Sport	76 148	90 706	105 760	108 533	2,6%
TV2 Zulu A/S	sptv	TV 2 Zulu	22 881	44 364	50 982	52 810	3,6%
TV 1000 A/S	pay-tv	TV 1000	29 853	36 515	39 527	44 270	12,0%
TVDanmark A/S	adtv	TV Danmark	~	~	37 094	~	~
TV 2 News	sptv	TV 2 News	-	18	18 609	21 291	14,4%
TV 3 A/S	adtv	TV 3	10 329	12 065	12 602	15 496	23,0%
CIAC A/S	adtv	DK4	9 216	8 962	6 001	~	~
TV Shop A/S	hstv	TV Shop	4 151	4 003	3 293	2 470	-25,0%
FIDD APS	pay-TV	Scandinavian Movies Channel	~	213	719	~	~
TV2 Charlie	sptv	TV Charlie	10 220	-	-	-	-

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
TDC A/S ①	3Play, 3G TV	TDC TV, Oplev Fly		6 244 564	6 361 569	5 262 907	5 277 912	0,3%
Telenor A/S ①	3G TV	Telenor Mobil TV		579 715	618 599	637 368	867 982	36,2%
Yousee A/S ①	3Play	YouSee Kabel TV, YouSee Web-TV		250 919	289 180	337 690	391 979	16,1%
Hi3G Denmark APS ①	3G TV	3 Mobil TV		59 968	97 390	164 346	199 338	21,3%
Telia Stofa A/S ①	3Play	Stofa TV		99 411	112 909	125 986	140 933	11,9%
Canal Digital Danmarks A/S	packv	Canal Digital		89 866	110 450	128 282	134 207	4,6%
Viasat A/S	packtv	Viasat		76 707	91 871	107 300	128 475	19,7%
Telia Telecom A/S	3Play	Telia TV		~	~	~	~	~
Dansk Kabel TV APS ①	3Play	Dansk Kabel TV		45 281	49 927	49 867	54 905	10,1%

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

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.

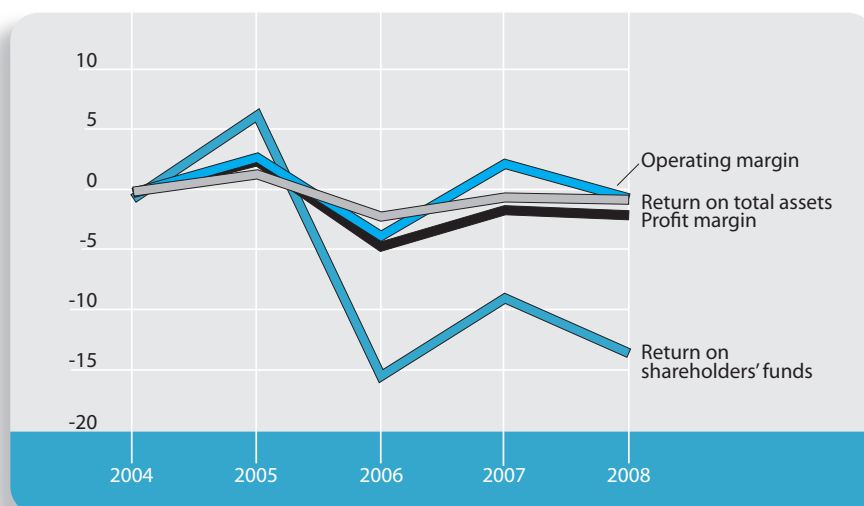
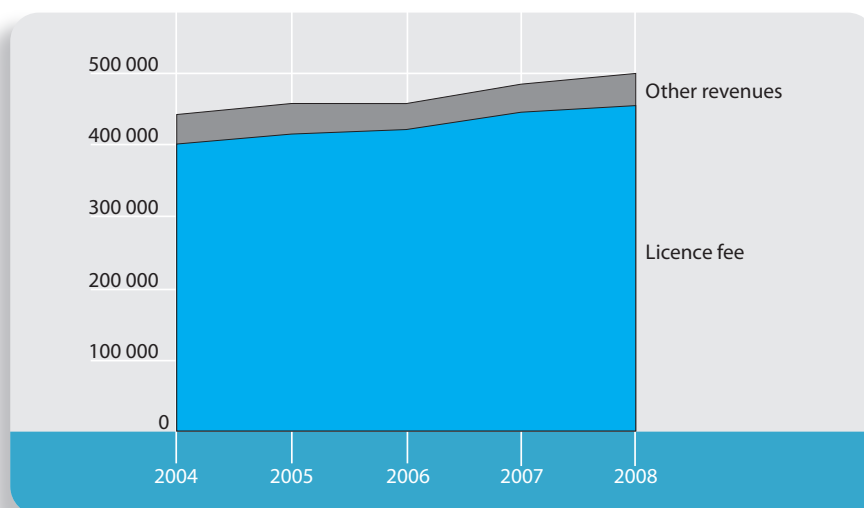


T.1.DK.2
G.1.DK.2DR financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	414 714	421 029	445 221	454 476	90,7%	92,1%	91,9%	91,0%	2,1%
- Licence fee	414 714	421 029	445 221	454 476	90,7%	92,1%	91,9%	91,0%	2,1%
Other income	42 691	36 255	39 163	44 908	9,3%	7,9%	8,1%	9,0%	14,7%
TOTAL	457 405	457 284	484 384	499 384	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,1%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	176 488	191 683	~	~	39,6%	40,4%	~	~	~
Costs of personnel	240 665	240 770	~	~	54,0%	50,7%	~	~	~
Depreciation	28 148	42 422	47 167	50 320	6,3%	8,9%	9,7%	9,8%	6,7%
Operating expenditure	445 301	474 908	485 910	513 597	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,7%
Net result	10 803	-21 608	-8 272	-10 619					28,4%
Operating margin (%)	2,7	-3,9	2,1	-0,7					

Source: DR / European Audiovisual Observatory



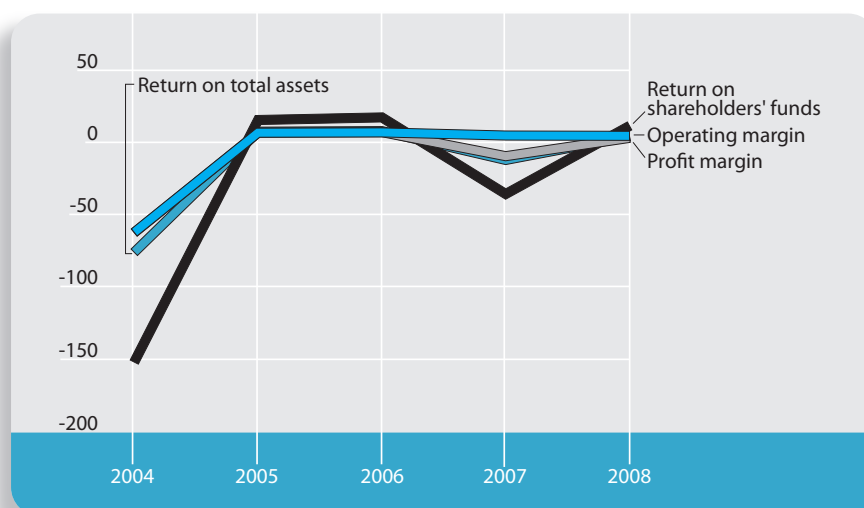
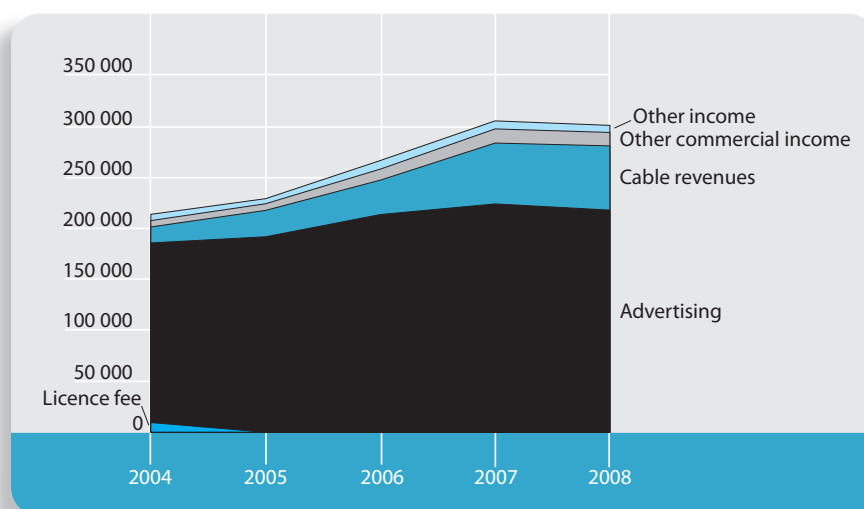
T.1.DK.3
G.1.DK.3TV2 Denmark financial situation (consolidated)
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
- Licence fee	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Total commercial income	223 321	257 204	296 495	293 012	97,8%	96,8%	97,4%	97,7%	-1,2%
- Advertising	191 018	212 754	223 146	217 104	83,7%	80,1%	73,3%	72,4%	-2,7%
- Cable revenues	25 816	33 653	59 523	62 801	11,3%	12,7%	19,6%	20,9%	5,5%
- Other commercial income	6 487	10 797	13 826	13 107	2,8%	4,1%	4,5%	4,4%	-5,2%
Other income	4 959	8 396	7 843	6 934	2,2%	3,2%	2,6%	2,3%	-11,6%
TOTAL	228 280	265 600	304 338	299 946	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-1,4%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
- Material costs	141 796	172 019	157 535	185 452	66,6%	69,6%	54,9%	64,8%	17,7%
- Costs of personnel	58 591	62 906	90 051	79 021	27,5%	25,5%	31,4%	27,6%	-12,2%
- Depreciation	12 412	12 165	39 176	21 591	5,8%	4,9%	13,7%	7,5%	-44,9%
Operating expenditure	212 799	247 090	286 762	286 064	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,2%

Net result	13 524	15 693	-21 214	3 114					-114,7%
Operating margin (%)	6,8	7,0	4,8	4,6					

Source: TV2 / European Audiovisual Observatory



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

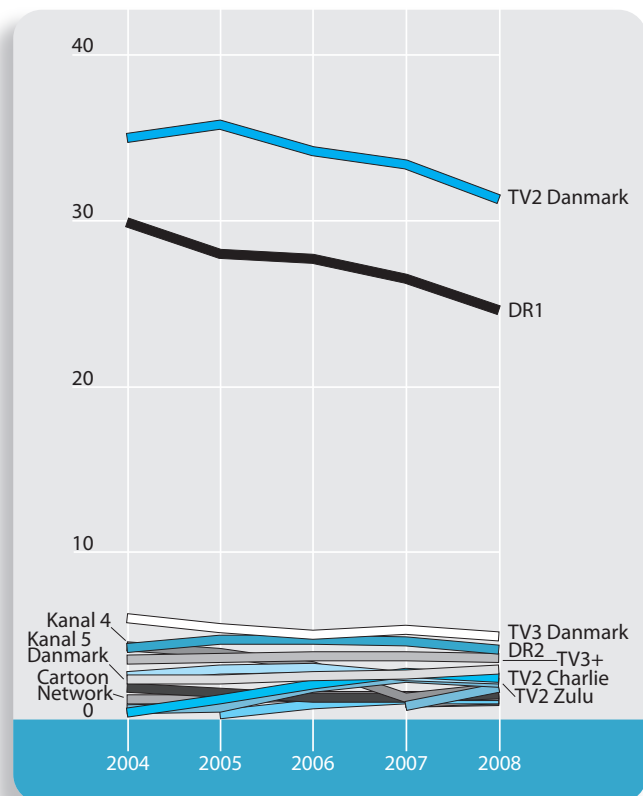
TV audience market share in Denmark

2004-2008 In %, 3 years +.

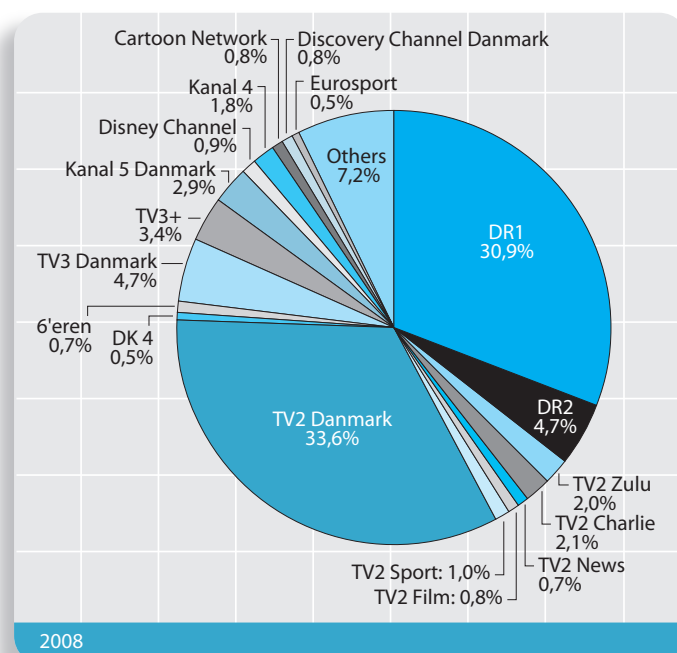
Channels	Daily share					Prime time (18:30-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
DR1	29,9	28,0	27,7	26,5	24,6	36,3	34,0	34,1	33,2	30,9
DR2	4,2	4,7	4,7	4,6	4,1	4,6	5,1	5,0	5,1	4,7
TV2 Danmark	35,0	35,8	34,2	33,4	31,3	36,5	37,6	35,5	34,9	33,6
TV2 Zulu	2,5	2,9	3,0	2,5	2,3	1,9	2,3	2,5	2,1	2,0
TV2 Charlie	0,3	1,1	2,0	2,7	2,4	0,3	1,0	2,0	2,2	2,1
TV2 News				0,7	1,8				0,2	0,7
TV2 Film	-	0,2	0,8	1,1	1,1		0,1	0,7	0,9	0,8
TV2 Sport				0,9	1,1				0,7	1,0
Danish public channels	71,9	72,7	72,4	72,4	68,7	79,6	80,1	79,8	79,3	75,8
DK 4	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5
6'eren				0,9	1,0				0,7	0,7
Danish private channels	0,7	0,7	0,6	1,5	1,5	0,7	0,7	0,6	1,3	1,2
TV3 Danmark	6,0	5,4	5,0	5,3	4,9	5,3	4,7	4,5	4,8	4,7
TV3+	3,5	3,6	3,7	3,7	3,6	3,0	3,0	3,3	3,6	3,4
Kanal 5 Danmark	2,3	2,3	2,5	2,6	2,9	1,8	2,1	2,5	2,7	2,9
Disney Channel	0,5	0,6	1,8	2,4	2,1	0,2	0,2	0,7	1,0	0,9
Kanal 4	4,3	3,9	3,1	1,2	1,8	3,0	2,9	2,4	1,1	1,8
Cartoon Network	1,8	1,5	1,2	1,2	1,4	1,0	0,8	0,7	0,7	0,8
Discovery Channel Danmark	1,1	1,1	1,3	1,3	1,3	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8
Eurosport	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Animal Planet Europe			0,6	0,6	0,6			0,3	0,3	0,3
Foreign channels	20,3	19,3	25,2	21,8	22,1	15,5	14,9	15,6	15,4	16,1
Others	7,1	7,3	1,8	4,3	7,7	4,2	4,3	4,0	4,0	6,9

Source: Eurodata TV Worldwide / GALLUP TV-METER

Daily share. In %, 3 years +.



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



Driven by the digital transition and the financial crisis, the traditionally concentrated Estonian market is undergoing radical change, and several channels have been launched since 2007: Kalev Sport (initially under the control of the Estonian group Kalev, taken over by Videomeedia and finally closed down in 2009), Kanal 11 (which belongs to the Norwegian company Schibsted), TV6 (owned by Sweden's Modern Times Group), Neljas (launched by Starman AS, the country's primary cable operator), ETV2 (the second channel of the public broadcaster ERR) and, finally, TV14 (founded by Toomas Lepp, director of Videomeedia and formerly responsible for public service television).

The four traditional market players, Kanal 2, TV3, ETV and PBK, only accounted for a daily audience market share of 66% in 2008, compared with nearly 70% in 2007. ETV's audience is continuing to fall and ETV2 is not yet enabling the broadcaster to compensate for this decline (taking the two channels together, ETV's daily audience declined from 17.3% in 2006 to 15.8% in 2008). Kanal 2 remains the market leader despite a marked drop in the size of its audience. TV3 has also lost part of its daily audience but now has more prime time viewers. Only PBK's audience share is rising. Only the Russian-language channels (PBK, 3+, RTR, NTV mir, etc) have stabilised their audience figures.

There are now new distribution methods in addition to the multi-channel offerings of the traditional cable operators (Starman and STV) or the satellite operator Viasat. The IPTV service of Elion (controlled by the Swedish operator TeliaSonera) had 84 000 subscribers in June 2009. Digital terrestrial television, which only enjoyed moderate success after its launch in 2006, is now finally taking off with the introduction of an additional free offering provided by the pay-TV platform (Zuum TV, 100% controlled by Starman).

Finally, in March 2009 the European Commission sent Estonia a letter of formal notice concerning its failure to comply with provisions relating to advertising. The main Estonian channels are said to be interpreting the term "advertising spots" too narrowly and thus exceeding the limit of 12 minutes an hour laid down by the EU.

Sous l'impulsion de la transition numérique et du fait de la crise financière, le marché estonien, traditionnellement concentré, est en pleine recomposition.

Plusieurs chaînes ont été lancées depuis 2007 : Kalev Sport (initialement sous le contrôle du groupe estonien Kalev, rachetée par Videomeedia et fermée finalement en 2009), Kanal 11 (appartenant appartenant au groupe norvégien Schibsted), TV6 (dépendant du groupe suédois Modern Times Group), Neljas (initiée par Starman AS, le premier cablo opérateur du pays), ETV2 (la seconde chaîne du radiodiffuseur public ERR), et enfin TV14 (fondée par Toomas Lepp, dirigeant de Videomeedia et ancien responsable de la télévision publique).

Les quatre acteurs traditionnels du marché, Kanal 2, TV3, ETV et PBK, ne rassemblent en 2008 plus que 66 % des parts de marché d'audience quotidienne contre presque 70 % en 2007. L'audience de la chaîne ETV continue de s'effriter, et ETV2 ne lui permet pas encore de compenser ce tassement (en additionnant les deux chaînes, ETV passe de 17,3 % d'audience quotidienne en 2006 à 15,8 % en 2008). Kanal 2 demeure leader sur le marché malgré une nette baisse de son audience. TV3 perd elle aussi une partie de son public en audience quotidienne mais réalise une bonne progression en prime time. Seule PBK voit son audience progresser, et de manière générale seules les chaînes russophones (PBK, 3+, RTR, NTV mir etc.) stabilisent leur audience.

Face aux offres multi-chaînes traditionnelles des cablo-opérateurs (Starman et STV) ou de l'opérateur satellite Viasat s'affirment de nouveaux modes de distribution. Le service IPTV d'Elion (contrôlé par l'opérateur suédois TeliaSonera) séduit plus de 84 000 abonnés en juin 2009. La télévision numérique terrestre dont le succès était modéré depuis son lancement en 2006 prend enfin son essor avec la mise en place d'une offre gratuite complémentaire de la plate-forme payante (Zuum TV, contrôlée à 100 % par Starman).

Enfin, la Commission européenne a envoyé en mars 2009 une lettre de mise en demeure à l'Estonie à propos du non respect de dispositions relatives à la publicité. Les principales chaînes estoniennes interprètent, selon la lettre, le terme « spots publicitaires » de manière trop restrictive et dépassent donc la limite de 12 minutes par heure fixée par l'UE.

Die Umstellung auf die digitale Übertragung, aber auch die weltweite Finanzkrise haben ihre Spuren auf dem estnischen Medienmarkt hinterlassen: Der estnische Markt mit seiner traditionell hohen Medienkonzentration befindet sich derzeit mitten im Umbruch.

Seit 2007 wurden mehrere neue Sender in Betrieb genommen: Kalev Sport (ursprünglich unter der Kontrolle der estnischen Kalev-Gruppe, anschließend von Videomeedia aufgekauft; 2009 musste der Sender Konkurs anmelden), Kanal 11 (gehört zum norwegischen Unternehmen Schibsted), TV6 (im Besitz der schwedischen Modern Times Group), Neljas (lanciert von Starman AS, dem größten Kabelnetzbetreiber des Landes), ETV2 (der zweite Kanal des öffentlich-rechtlichen Senders ERR), und schließlich TV14 (gegründet von Toomas Lepp, dem Chef von Videomeedia und früheren Leiter des öffentlich-rechtlichen Fernsehens).

Die Zuschauermarktanteile der vier traditionellen Akteure, Kanal 2, TV3, ETV und PBK, sind 2008 im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen, und zwar von 70 % auf 66 %. Vor allem der öffentlich-rechtliche Sender ETV verliert immer mehr Zuschauer, und ETV2 ist noch nicht in der Lage, diesen Verlust aufzufangen (beide Sender hatten 2008 zusammen nur noch einen Marktanteil von 15,8 % gegenüber 17,3 % im Jahr 2006). Marktführer ist nach wie vor Kanal 2, obwohl auch dieser Sender Marktanteile abgeben musste. Auch TV3 hat einen Teil seiner Zuschauer verloren, konnte seinen Marktanteil jedoch zur Primetime steigern. Der einzige Sender, der 2008 erheblich zulegen konnte, ist PBK. Die russischsprachigen Sender (PBK, 3+, RTR, NTV mir usw.) konnten ihre Zuschauerzahlen in etwa halten.

Neben den Mehrkanalangeboten der Kabelnetzbetreiber (Starman und STV) oder des Satellitenbetreibers Viasat haben inzwischen auch in Estland neue Übertragungstechniken Einzug gehalten. Der IPTV-Dienst von Elion (gehört zum schwedischen Konzern TeliaSonera) hatte im Juni 2009 immerhin bereits 84 000 Abonnenten. Das digitale terrestrische Fernsehen, seit seinem Sendestart 2006 nur von mäßigem Erfolg gekrönt, konnte mit einem kostenlosen Angebot der Pay-TV-Plattform (Zuum TV, eine 100%ige Tochter von Starman) erstmals die Zahl seiner Kunden erheblich steigern.

Im März 2009 hat die Europäische Kommission eine Warnung an Estland gerichtet, weil es die EU-Bestimmungen über die Fernsehwerbung nicht einhält. Die großen estnischen Fernsehsender, so das Schreiben der EU, legen den Begriff „Werbespot“ offensichtlich zu eng aus und halten sich nicht an die von der EU festgelegte Obergrenze von 12 Minuten Werbung pro Stunde.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	1 340	Eurostat
Households		–	548	Eurostat
TV households		97,1%	532	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		47,1%	258	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		2,7%	15	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		17,2%	94	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		8,8%	48	Screen Digest. (TV International :69)
IPTV subscriptions		13,7%	75	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		8,4%	46	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		33,6%	184	European Audiovisual Observatory
Households with PC		73,7%	404	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		50,7%	278	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	4	Elion, Starman, STV, Telset
Satellite packagers	1	Viasat
IPTV packagers	1	Elion
DTT multiplex operators	2	Levira (free DTT), Starman (Zuum TV, pay DTT)
Mobile phone TV packagers	1	EMT

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	5	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	4	4
Regional/Local		0	5	5
Regional/local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		2	14	16
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	12	14

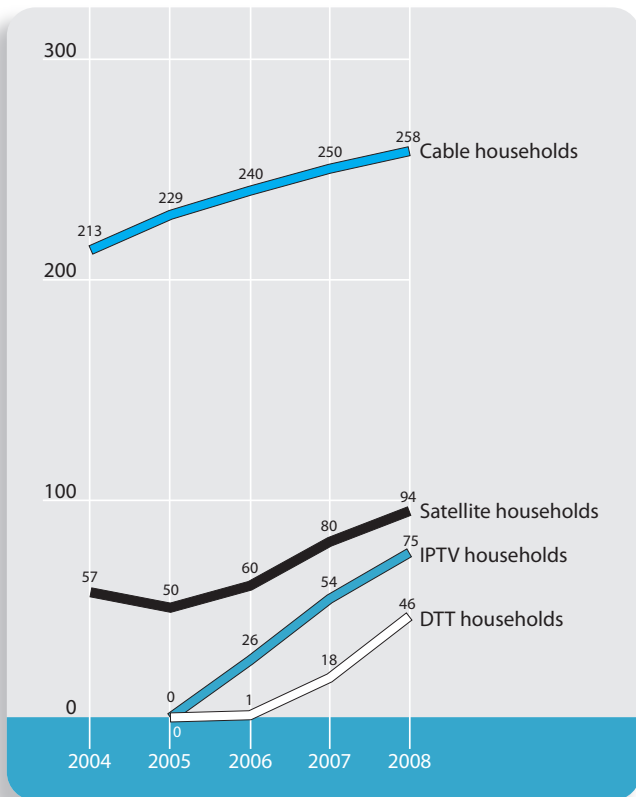
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital Terrestrial Starman (Zuum TV)	Cable Starman	Cable STV	Satellite Viasat (Full nordic offer)	IPTV Elion
Generalist - national		2	3	3	2	3
Generalist - foreign		3	14	21	21	10
Adult		1	6	7	3	5
Children		6	12	9	18	31
Culture/ education/ documentary		10	24	15	31	22
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		13	20	16	32	26
Film		2	6	8	44	4
Home shopping				1		
International linguistic and cultural			1	2	1	2
Lifestyle/ specific leisure/ travel		3	6	10	1	8
Music		2	10	15	8	15
News/ business		2	12	11	8	13
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local			1			1
Religion			1	2	2	
Sports		5	8	12	20	16
Various			1	5	4	1
Total		49	125	137	195	157

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

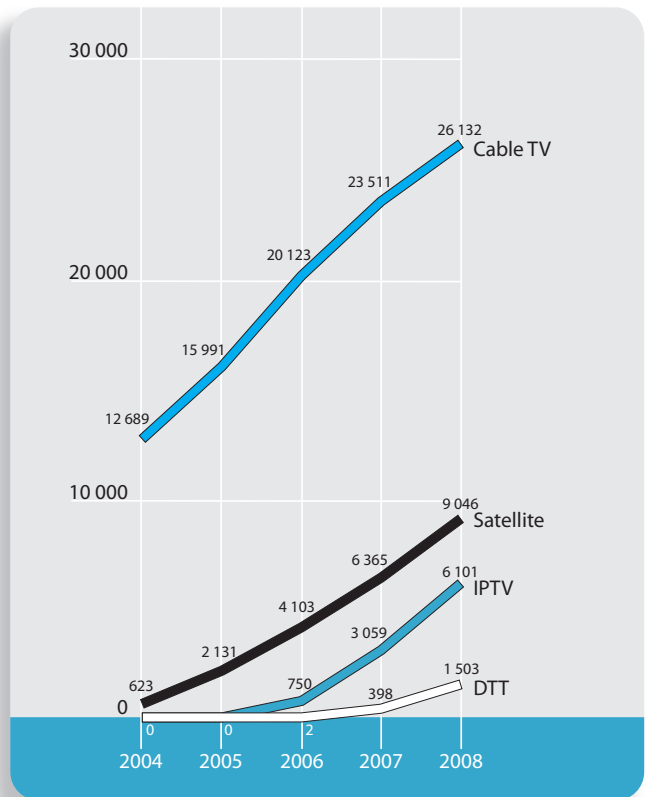
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

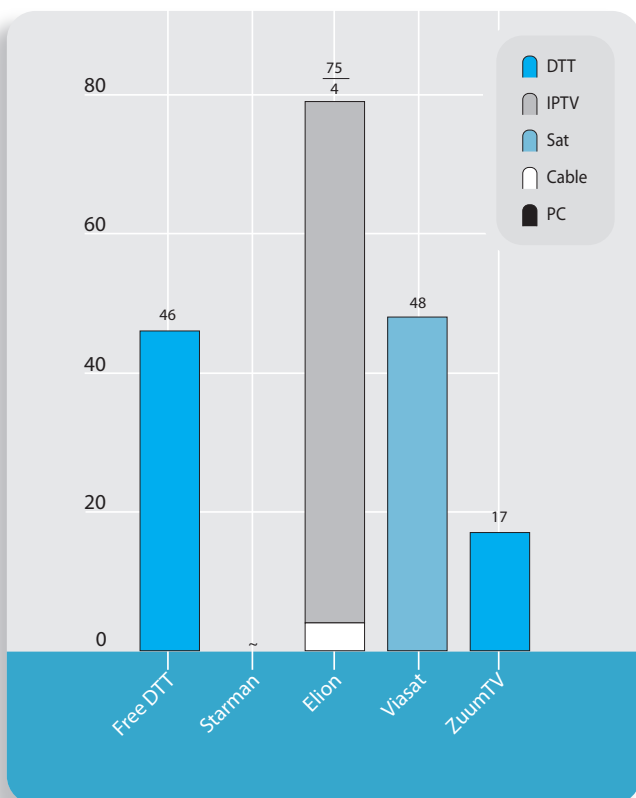
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

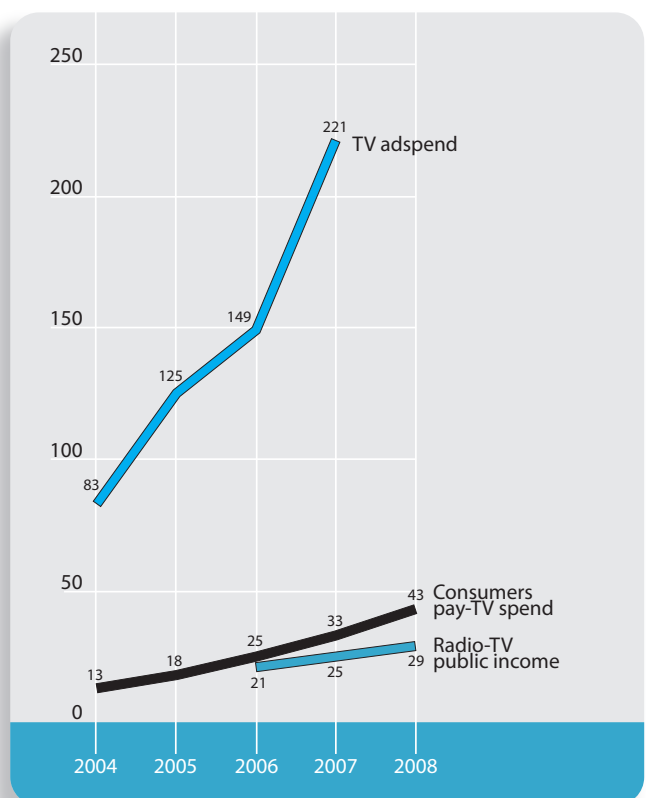
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, ERR, TNS Emor / IP Key Facts

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

Operating revenues of main television companies in Estonia 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
ERR - Eesti Rahvusringhääling ^①	sptv	ETV		25 439	27 725	32 065	15,7%
<i>p.m.</i> Eesti Televisioon (ETV) ^①	sptv	ETV	13 896	16 673	-	-	-
Kanal 2 AS	adtv	Kanal 2	7 773	9 585	14 267	14 021	-1,7%
TV 3 AS	adtv	TV3	10 707	12 443	14 141	13 693	-3,2%
MTV Eesti	thtv	MTV Estonia		262	581	870	49,7%
Pervoi Baltiski Kanal	thtv	PBK	224	271	309	148	-52,1%

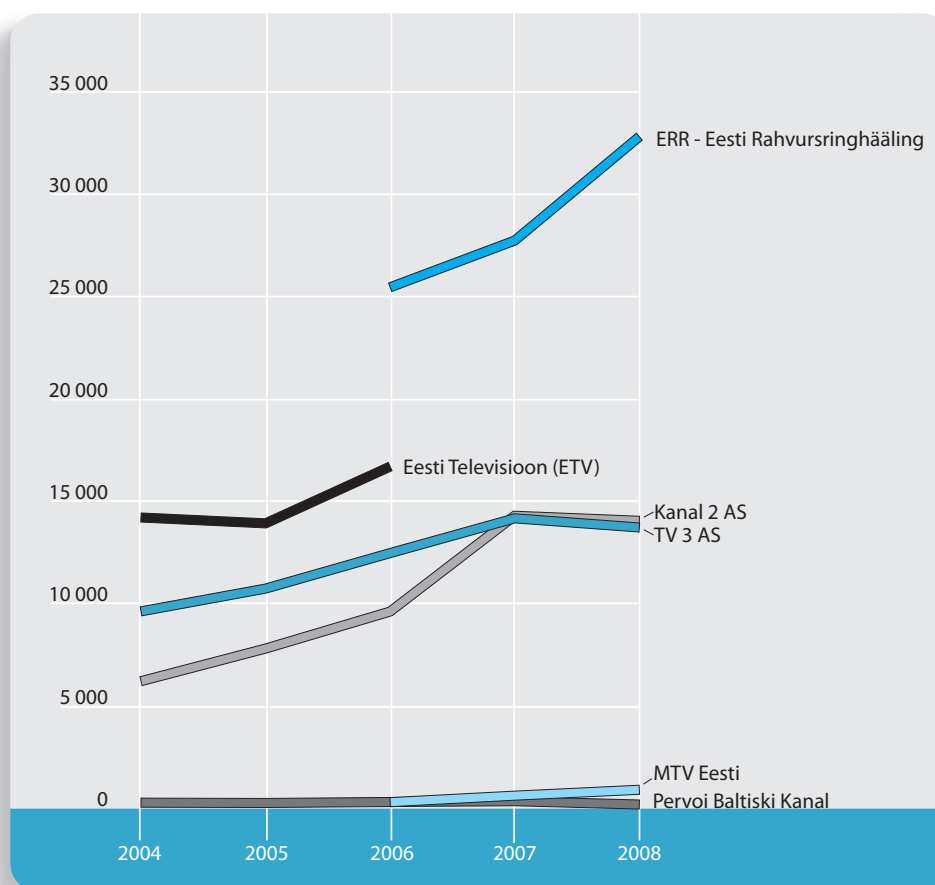
Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
EMT AS ^②	3G TV	EMTTV		172 370	186 981	205 905	197 392	-4,1%
Elion Ettevõtted AS ^②	3Play	DigiTV		145 070	155 510	165 514	190 712	15,2%
Viasat AS	sat-tv	Viasat		4 935	10 358	23 294	35 206	51,1%
Starman AS ^②	3Play	ZuumTV		12 207	15 216	18 452	22 892	24,1%
STV AS ^②	3Play	KTV		8 073	10 436	12 038	13 743	14,2%

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

Source: European Audiovisual Observatory

^② Includes telecommunications activities (Internet, telephony).

EUR thousand.



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

Eesti Rahvusringhääling Financial situation

2006-2008

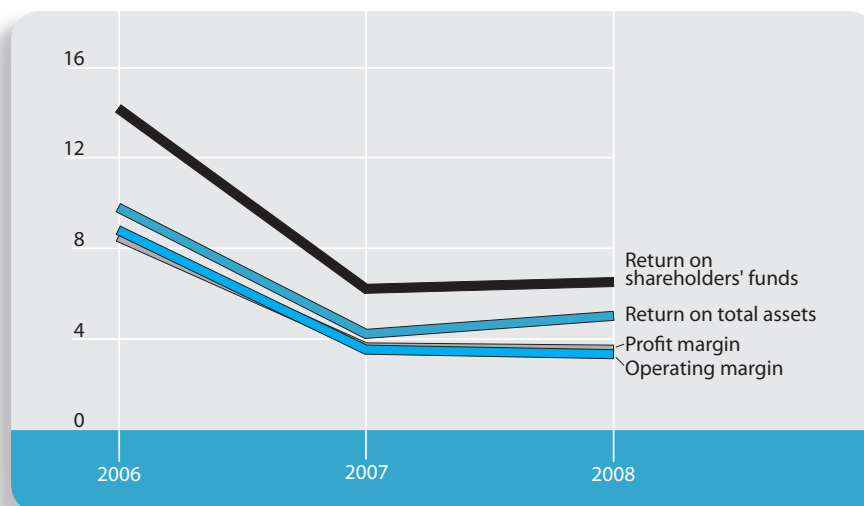
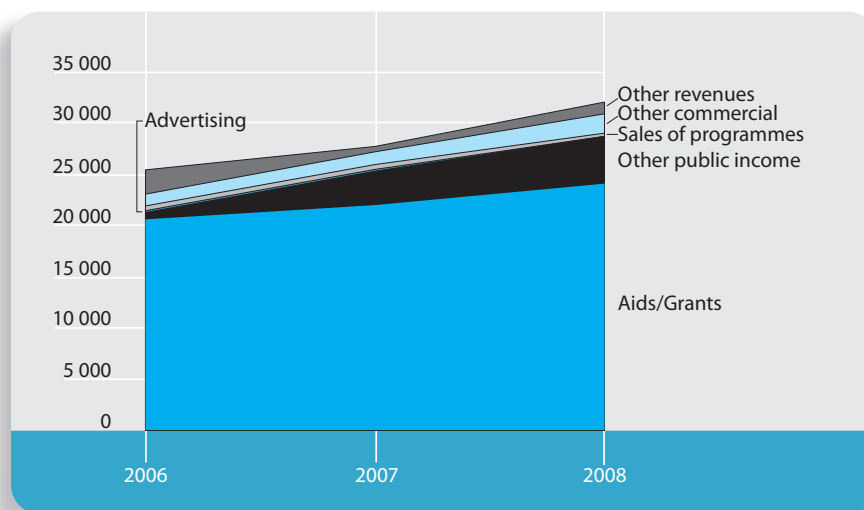
EUR thousand. Until 31.05.2007 there were two separate organisations for tv (Eesti Televisioon) and for radio (Eesti Radio). As at 1.06.2007 they were merged in Eesti Rahvusringhääling (ERR). ERR data for 2006 and 2007 are consolidated pro forma.

Income	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	21 275	25 308	28 700	83,6%	91,3%	89,5%	13,4%
- Aid/Grants	20 598	21 994	24 090	81,0%	79,3%	75,1%	9,5%
Other public income	677	3 314	4 621	2,7%	12,0%	14,4%	39,4%
Total commercial income	1 789	1 895	2 207	7,0%	6,8%	6,9%	16,5%
- Advertising	170	174	0	0,7%	0,6%	0,0%	-100,0%
- Sales of programmes	465	474	316	1,8%	1,7%	1,0%	-33,3%
- Other commercial	1 154	1 247	1 890	4,5%	4,5%	5,9%	51,6%
Others	2 375	522	1 147	9,3%	1,9%	3,6%	119,7%
Total	25 439	27 725	32 065	100,0%	100,0%	100,0%	15,7%

Expenditure	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2008/07
Total	23 192	26 761	31 013				15,9%

Net result	2006	2007	2008	
Net result	2 153	1 005	1 136	13,0%
Operating margin (%)	8,8	3,5	3,3	

Source: ETV / European Audiovisual Observatory

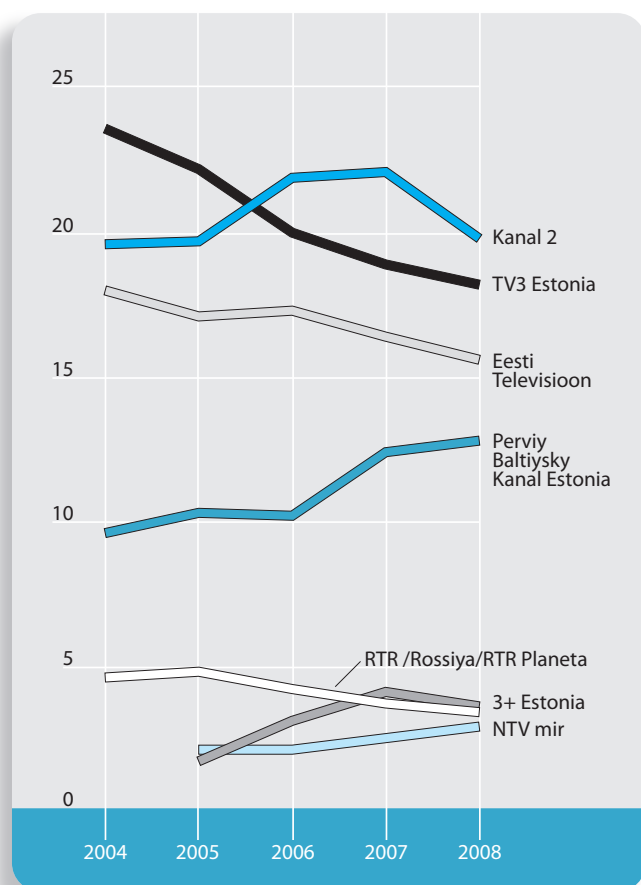


T.1.EE.3
G.1.EE.3TV audience market share in Estonia
2004-2008 In %, 4 years +.

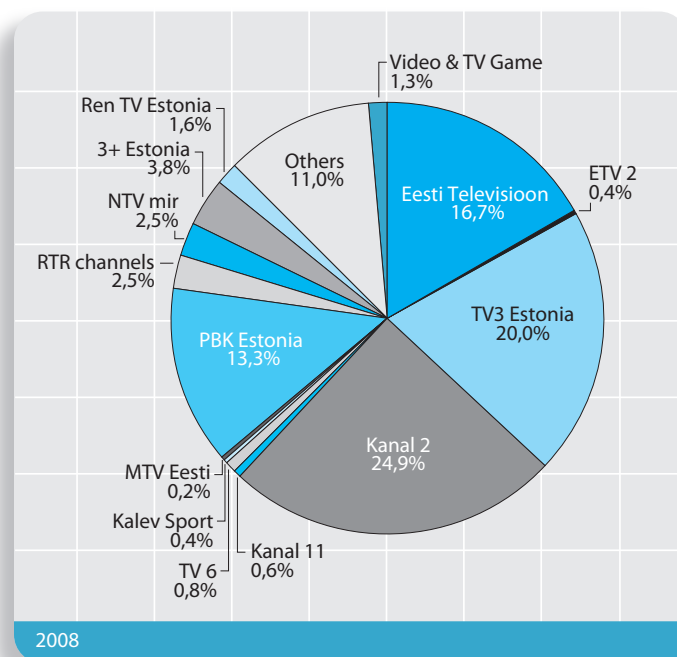
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Eesti Televisioon	18,0	17,1	17,3	16,4	15,6	18,9	19,6	18,1	17,1	16,7
ETV 2					0,2					0,4
Public Estonian channels	18,0	17,1	17,3	16,4	15,8	18,9	19,6	18,1	17,1	17,1
TV3 Estonia	23,6	22,2	20,0	18,9	18,2	24,0	22,7	20,3	18,8	20,0
Kanal 2	19,6	19,7	21,9	22,1	19,8	21,9	21,8	26,0	26,9	24,9
Kanal 11					0,8					0,6
TV 6					0,8					0,8
Kalev Sport					0,4					0,4
MTV Eesti				0,4	0,3				0,3	0,2
Private Estonian channels	43,2	41,9	41,9	41,4	40,3	45,9	44,5	46,3	46,0	46,9
Perviy Baltiysky Kanal Estonia	9,6	10,3	10,2	12,4	12,8	10,8	11,6	11,0	12,8	13,3
RTR/Rossiya/RTR Planeta	4,6	4,8	4,2	3,7	3,4	4,5	3,7	3,1	2,8	2,5
Finnish channels	1,4	1,1	0,8	0,6	~	1,5	1,0	0,9	0,6	~
NTV mir	-	2,1	2,1	2,5	2,9		1,6	1,9	1,9	2,5
3+ Estonia	-	1,7	3,1	4,1	3,6		2,2	3,7	5,3	3,8
Ren TV Estonia					1,9					1,6
Foreign channels	15,6	20,0	20,4	23,3	24,6	16,8	20,1	20,6	23,4	23,7
Other channels	21,3	18,7	18,0	17,1	17,4	17,1	14,3	13,3	12,4	11,0
Video & TV Games	1,9	2,3	2,4	1,8	1,9	1,3	1,5	1,7	1,1	1,3

Source: Eurodata TV Worldwide / TNS EMOR

Daily share. In %, 4 years +.



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



The Spanish audiovisual landscape underwent significant changes in 2008 and 2009 with the confirmation of the success of IPTV, the start of pay-DTT and the announcement that the public channels were to stop broadcasting advertising, probably in 2010.

Telecinco, which is controlled by the Italian group Mediaset, was still the most-watched channel in Spain in 2008 but nonetheless dipped below the 20% mark with a daily audience market share of just 18.1%. It is followed by the first public channel, La Primera, whose market share dropped to 16.9%, and by Antena 3, which is controlled by the Planeta de Agostini and Bertelsmann groups and also saw its share fall to 16%. Trailing behind them but continuing to increase their market share are the two most recent channels in Spain's analogue terrestrial landscape: Cuatro (which replaced Canal+ in 2005) has a daily audience share of 8.6% and La Sexta (created in 2006 by a Spanish-Mexican consortium) has 5.5%. The daily audience of TVE La 2 remains stable at around 5.5%. The remaining third of the total audience is spread among the special-interest channels and, in particular, the many Spanish regional and local channels, including the public channels of the autonomous communities.

The extent to which Spanish households subscribe to multi-channel platforms is traditionally low. The market is dominated by the satellite package Digital+, which is owned by Sogecable (Prisa group), which was received by less than 13% of homes in 2009. Its number of subscribers fell below the two million mark in 2009 (1 930 000 in June). Its main competitor is the cable operator ONO, which also saw its number of subscribers fall in 2009, dropping below the one million mark with 991,000 subscribers in June 2009. Although there are still a large number of cable operators, they reach less than 10% of homes. Finally, the current market for ADSL television services (IPTV) is dominated by the Imagenio platform (Telefónica de España), which had more than 600,000 subscribers at the end of 2008, thus establishing itself as Spain's third most important pay-TV player.

Despite the good IPTV figures, the multi-channel pay-TV markets are tending to stagnate. This is not the case with digital terrestrial television: the DTT signal could be received by more than 96% of the population in July 2009 and more and more households are being equipped. According to sources, the proportion of homes with DTT varies from 56% (October 2009, INE) to 65,5% (May 2009, AIMC and Impulsa TDT).

The digital switchover is still scheduled for April 2010. In this connection, the

Le paysage audiovisuel espagnol a connu d'importantes transformations en 2008 et en 2009 avec la confirmation du succès de l'IPTV, le démarrage de la TNT payante ou encore l'annonce de la suppression de la publicité sur les chaînes publiques, attendue pour 2010.

Telecinco, contrôlée par le groupe italien Mediaset, demeure en 2008 la chaîne la plus regardée en Espagne. Elle passe néanmoins sous la barre des 20 % de part de marché avec 18,1 % seulement de l'audience quotidienne. Telecinco est suivie par la première chaîne publique La Primera, en recul avec 16,9 % de part de marché, et par Antena 3, contrôlée par les groupes Planeta de Agostini et Bertelsmann, qui s'établit à 16 %, en recul aussi. Derrière, continuent de progresser les deux chaînes les plus récentes du paysage analogique terrestre espagnol : Cuatro (qui a remplacé Canal+ en 2005) s'établit à 8,6 % et la Sexta (créée en 2006 par un consortium hispano-mexicain) affiche une part d'audience quotidienne de 5,5 %. TVE La 2 demeure stable autour de 5,5 % d'audience quotidienne. Le tiers restant de l'audience se répartit entre les chaînes thématiques et surtout les nombreuses chaînes régionales et locales espagnoles, dont les chaînes autonomiques publiques.

Le taux d'abonnement des foyers aux plates-formes multi-chaînes est traditionnellement faible en Espagne. Le marché est dominé par le bouquet satellite Digital+, détenu par Sogecable (groupe Prisa), qui équipe moins de 13 % des foyers en 2009. Son nombre d'abonnés a décliné en 2009, passant sous la barre des 2 millions (1 930 000 en juin 2009). Son principal concurrent est le câble-opérateur ONO qui a vu lui-aussi décroître son nombre d'abonnés en 2009, passant sous la barre du million avec 991 000 abonnés en juin 2009. Si les câble-opérateurs demeurent nombreux, ils équipent moins de 10 % des foyers. Enfin, le marché plus récent des services de télévision par ADSL (IPTV) est dominé par la plate-forme Imagenio (Telefonica de Espana) qui rassemble à la fin de l'année 2008 plus de 600 000 abonnés, s'imposant dès lors comme le troisième acteur de la télévision payante en Espagne.

Malgré les bons résultats de l'IPTV, les marchés de la télévision payante multi-chaînes tendent à stagner. Ce qui n'est pas le cas de la télévision numérique terrestre. En effet, le signal numérique terrestre peut être capté par plus de 96 % de la population en juillet 2009, et l'équipement des foyers ne cesse de progresser. Selon les sources, la part des foyers espagnols raccordés à la TNT varie de 56 % (octobre 2009, INE) à 65,5 % (mai 2009, AIMC et Impulsa TDT).

La transition vers le numérique terrestre demeure fixée pour avril 2010. Dans ce

Die spanische audiovisuelle Landschaft war 2008 und 2009 von weitreichenden Veränderungen und Neuerungen gekennzeichnet, darunter die Bestätigung des Erfolgs von IPTV, der Start des Bezahlfernsehens über DVB-T oder die für 2010 angekündigte Abschaffung der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Der vom italienischen Medienkonzern Mediaset kontrollierte Sender Telecinco war auch 2008 wieder der meistgesehene Sender in Spanien, fällt aber mit einem Zuschaueranteil von nur 18,1 % unter die 20%-Marke. Auf den Plätzen folgen der erste öffentlich-rechtliche Sender (La Primera) mit einem ebenfalls rückläufigen Marktanteil von 16,9 % und der Sender Antena 3 (im Besitz von Planeta de Agostini und Bertelsmann), der ebenfalls Zuschauer verloren hat und nun bei 16 % Marktanteil liegt. Dahinter auf dem Vormarsch finden sich die zwei jüngsten Sender im Bereich des analogen Antennenfernsehens in Spanien: Cuatro (seit 2005 Nachfolger von Canal+) mit 8,6 % und La Sexta (2006 von einem spanisch-mexikanischen Konsortium gegründet) mit einem Zuschaueranteil von 5,5 %. TVE La 2 liegt stabil bei rund 5,5 % Zuschaueranteil. Das letzte Drittel der Zuschaueranteile verteilt sich auf einige Spartenkanäle und vor allem die zahllosen spanischen Regional- und Lokalsender, darunter die autonomen öffentlich-rechtlichen Sender.

Die Haushaltsdurchdringung mit Mehrkanalplattformen ist in Spanien traditionell schwach. Der Markt wird vom Satellitenbouquet Digital+ von Sogecable (Prisa-Gruppe) dominiert, das in weniger als 13 % der Haushalte vertreten ist. Die Zahl seiner Abonnenten ist 2009 auf unter zwei Millionen zurückgegangen (1 930 000 im Juni 2009). Hauptwettbewerber von Sogecable ist der Kabelbetreiber ONO, der 2009 ebenfalls einen Rückgang seiner Kundenzahl auf nunmehr unter eine Million hinnehmen musste (991 000 Abonnenten im Juni 2009). Es gibt zwar nach wie vor viele Kabelbetreiber, aber sie bedienen zusammen weniger als 10 % der Haushalte. Der noch junge Markt des ADSL-Fernsehens (IPTV) wird von der Plattform Imagenio (Telefonica de España) beherrscht, die Ende 2008 mit über 600 000 Abonnenten zum drittgrößten Pay-TV-Anbieter in Spanien avanciert ist.

Der Markt für Mehrkanal-Pay-TV scheint trotz der guten Entwicklung des Internetfernsehens zu stagnieren. Für das digitale terrestrische Fernsehen ist dies aber nicht der Fall. So konnten im Juli 2009 über 96 % der Bevölkerung DVB-T-Signale empfangen, bei einer weiter zunehmenden Ausstattung der Haushalte. Je nach Quelle schwankt die Zahl der spanischen DVB-T-Haushalte zwischen 56 % (Oktober 2009,

switchoff of analogue terrestrial transmissions has already taken place in several local areas, the first being in the province of Soria in July 2008. A decree-law adopted in February 2009 laid down that DTT programmes will have to be made available by satellite for homes not covered by the digital terrestrial signal. Incidentally, the same decree relaxed the provisions on media concentration, especially the possibility of owning shares in more than one DTT licensee.

In May 2009, the transmission company Abertis was ordered to pay a fine of 22.6 million euros for abusing its dominant position on the Spanish market. The competition authority ruled that the agreements signed between Abertis and the main private channels could impede the emergence of new companies on the local and regional DTT signal transmission markets.

In August 2009, the Spanish government published a decree authorising the launch of pay-DTT services, despite the resistance of the old-established pay-TV players such as ONO and Sogecable. A first pay-TV channel specialising in football, Gol TV (controlled by the GAMP consortium, which includes Mediapro, and Televisa), was launched in the summer of 2009 on DTT in the place of the free-to-air channel Hogar 10. In turn, the companies Dahlia TV and Sony announced their intention to launch pay services before the end of 2009.

Finally, a draft law adopted in April 2009 provides for the total elimination of advertising from the channels of the public broadcaster TVE on 1 January 2010. TVE's revenues will then come from public funding, the spectrum tax and the introduction of two new taxes (on the revenues of the private broadcasters and the telecommunications operators).

cadre, plusieurs extinctions locales des transmissions analogiques terrestres ont déjà été opérées, la première d'entre elles ayant eu lieu dans la province de Soria en juillet 2008. Un décret loi adopté en février 2009 a établi que les programmes de la TNT devront être rendus disponibles via satellite pour les foyers non couverts par le signal numérique terrestre. Ce même décret a par ailleurs assoupli les dispositions relatives à la concentration des médias, en particulier la possibilité de détenir des parts dans plus d'un concessionnaire de TNT.

En mai 2009, l'entreprise de transmission Abertis a été condamnée à une amende de 22,6 millions d'euros pour abus de position dominante sur le marché espagnol. L'autorité de la concurrence a jugé que les accords signés entre Abertis et les principales chaînes privées pouvaient entraver l'émergence de nouvelles entreprises sur les marchés régionaux et locaux de transmission des signaux de TNT.

Le gouvernement espagnol a publié un décret en août 2009 autorisant le lancement de services de TNT payants, malgré les réticences des acteurs traditionnels de la télévision payante tels que ONO ou Sogecable. Une première chaîne payante spécialisée dans le football, Gol TV (contrôlée par le consortium GAMP, incluant Mediapro, et Televisa), a été lancée dès l'été 2009 sur la TNT à la place de la chaîne gratuite Hogar 10. Les entreprises Dahlia TV et Sony ont à leur tour annoncé le lancement de services payants avant la fin de 2009.

Enfin, un projet de loi adopté en avril 2009 prévoit la suppression totale de la publicité sur les chaînes du radiodiffuseur télévisuel public TVE au 1^{er} janvier 2010. Les recettes de la TVE seront alors assurées par une subvention publique, la taxe sur le spectre de fréquences radioélectriques et l'instauration de deux nouvelles taxes (sur les recettes des radiodiffuseurs privés et des opérateurs de télécommunications).

INE) und 65,5 % (Mai 2009, AIMC und Impulsa TDT).

Die Umstellung auf das digitale terrestrische Fernsehen ist weiterhin für April 2010 vorgesehen, aber auf lokaler Ebene ist die Abschaltung des Analogbetriebs in mehreren Fällen bereits früher erfolgt, das erste Mal im Juli 2008 in der Provinz Soria. Nach einer im Februar 2009 verabschiedeten Gesetzesverordnung müssen die DVB-T-Programme für die Haushalte via Satellit bereitgestellt werden, die keinen Zugang zu DVB-T haben. Mit der gleichen Verordnung wurden darüber hinaus auch die Medienkonzentrationsbestimmungen gelockert. So ist es nun insbesondere möglich, Anteile an mehreren DVB-T-Lizenzinhabern zu halten.

Im Mai 2009 wurde der Netzbetreiber Abertis wegen Missbrauch seiner marktbeherrschenden Stellung auf dem spanischen Markt zu einer Geldstrafe von 22,6 Mio. EUR verurteilt. Nach Auffassung der Wettbewerbsbehörde waren die Vereinbarungen zwischen Abertis und den wichtigsten Privatsendern dazu angetan, den Markteintritt neuer DVB-T-Netzbetreiber auf lokalen und regionalen Märkten zu behindern.

Die spanische Regierung hat im August 2009 eine Verordnung erlassen, mit der der Betrieb von kostenpflichtigen DVB-T-Angeboten genehmigt wird, trotz des Widerstands der etablierten Pay-TV-Anbieter wie ONO oder Sogecable. Der erste Pay-DVB-T-Sender (Gol TV, ein auf Fußball spezialisierter Sender des Konsortiums GAMP, dem auch Mediapro und Televisa angehören) ist bereits im Sommer 2009 auf dem Sendeplatz des Free-TV-Senders Hogar 10 über DVB-T auf Sendung gegangen. Den Start von kostenpflichtigen Diensten bis zum Jahresende 2009 haben inzwischen auch die Unternehmen Dahlia TV und Sony angekündigt.

Ein im April verabschiedeter Gesetzentwurf sieht die vollständige Abschaffung der Werbung bei den Sendern der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt TVE zum 1. Januar 2010 vor. Die Einnahmen von TVE werden dann durch öffentliche Zuschüsse, die Gebühren für die Nutzung des Funkfrequenzspektrums sowie die Einführung zweier neuer Abgaben (auf die Einnahmen der privaten Rundfunksender und der Telekom-Betreiber) sichergestellt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	45 828	Eurostat
Households		–	16 700	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		100,0%	16 700	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		9,1%	1 517	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		6,7%	1 112	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		16,0%	2 675	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		12,2%	2 035	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		4,2%	708	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T Receivers		46,0%	7 207	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		66,2%	11 062	European Audiovisual Observatory
Households with PC		61,8%	10 318	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		43,5%	7 263	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	270	CMT

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	510	Ono, Euskaltel, R Cable, Telecable de Asturias, Procono
Satellite packagers	1	Sogecable (Digital+)
IPTV packagers	4	France Telecom Espana (Orange), Grupalia Internet, Jazz Telecom, Telefonica (Imagenio)
DTT multiplex operators	>5	Grup Abertis(Retevision), Axion, Itelazpi, Teledifusion Madrid, Retegal
Mobile phone TV packagers	3	France Telecom Espana (Orange), Telefonica (Movistar), Vodafone Espana

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	18	23
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		13	144	157
Regional/Local		85	900	985
Regional/local windows		17	0	17
Channels targeting foreign markets		6	17	23
Total		126	1 079	1 205
<i>Foreign channels targeting the country</i>		3	29	32

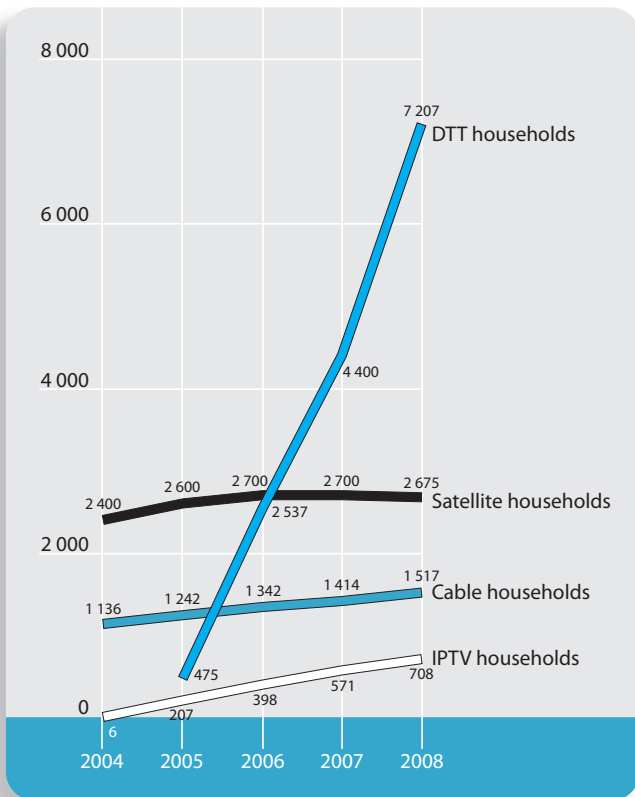
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital Terrestrial Madrid	Cable Ono	Satellite Sogecable (Digital+)	IPTV Telefonica de Espana (Imagenio)
Generalist - national		8	8	8	23
Generalist - foreign			2		1
Adult			4	2	
Children		2	12	12	11
Culture/ education/ documentary			9	10	14
Minority interest groups					2
Entertainment/ TV fiction/ games		4	11	10	12
Film			13	8	8
Home shopping				2	1
International linguistic and cultural			17	10	16
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	5	6
Music		1	11	7	12
News/ business		3	10	16	15
Parliament/ government/ administration			2		1
Regional/ local		11			2
Religion			1		1
Sports		2	11	14	8
Various			7	9	4
Total		31	122	113	137

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

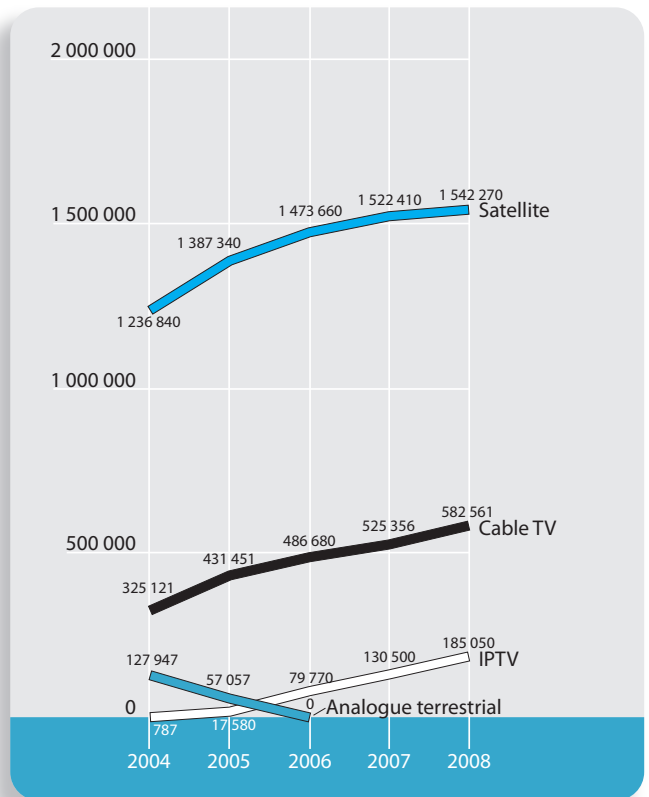
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

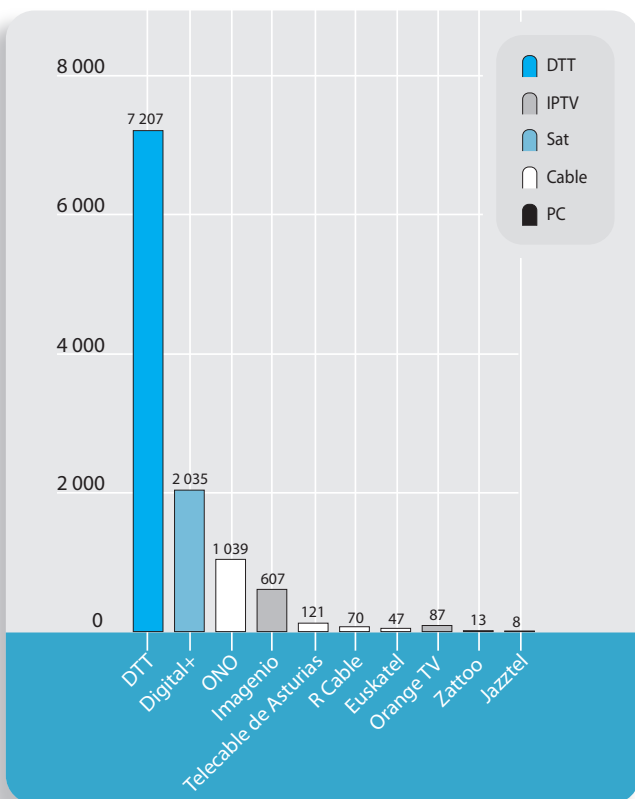
EUR thousand.



Source: Screen Digest / CMT / European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

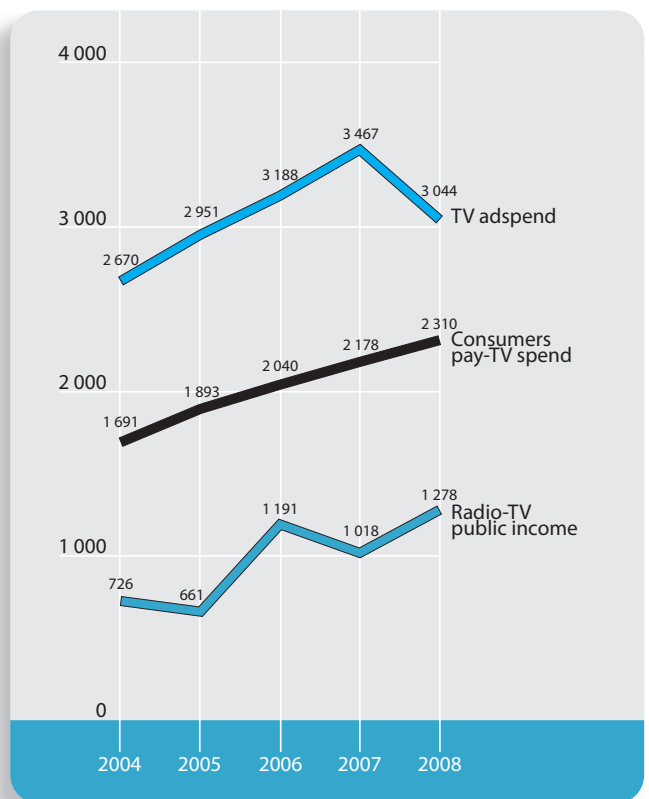
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in Spain

2005-2008 EUR thousand.

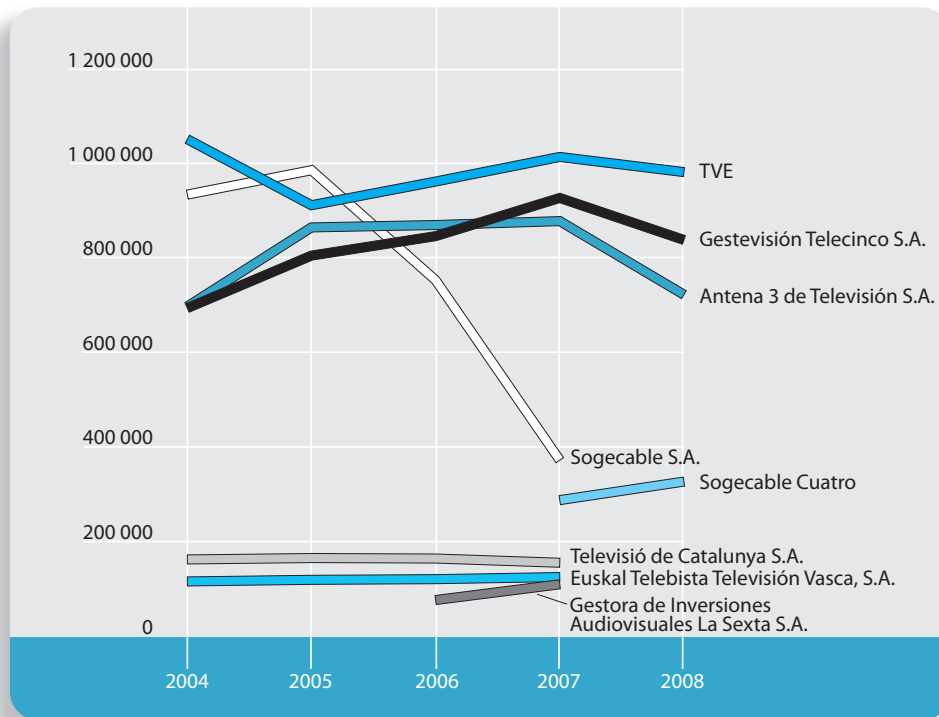
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española S.A.	sptv	TVE-1, TVE-2, ...	-	-	1 013 837	981 785	-3,2%
<i>p.m.</i> Televisión Española S.A. (TVE)	sptv	TVE-1, TVE-2, ...	911 620	961 794	-	-	-
Gestevisión Telecinco S.A. (uncons.)	adtv	Tele5	805 025	846 228	927 059	838 225	-9,6%
Antena 3 de Televisión S.A. (uncons.)	adtv	Antena 3	864 691	869 754	878 045	722 312	-17,7%
Sogecable (Cuatro)	adtv	Cuatro	-	-	287 490	326 750	13,7%
p.m. Sogecable S.A.	pay-tv/adtv	Canal+, Cuatro	985 807	752 912	372 157	~	~
Televisió de Catalunya S.A.	sptv	TV3, Canal 33	164 906	163 876	154 962	~	~
Euskal Telebista Televisión Vasca, S.A.	sptv	ETB1, ETB2	118 796	120 199	124 659	~	~
Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A.	adtv	la Sexta	~	76 065	109 308	~	~
Televisión Autónoma Valenciana S.A.	sptv	Canal 9, Punt 2	75 276	77 217	80 896	~	~
Televisión Autonomía Madrid S.A.	sptv	TVM, La Otra	74 500	68 289	57 418	~	~
Canal Sur Televisión S.A.	sptv	Canal Sur, Canal 2	62 579	59 970	56 652	~	~
Televisión Autónoma de Castilla-La Mancha	sptv	Castilla La Mancha Television	38 571	57 557	56 400	~	~
Televisión Publica de Canarias S.A.	sptv	TV Canaria	38 924	39 407	39 829	~	~
Factoria de Canales S.L.	thtv	Cinestar, CTK,...	15 487	23 527	38 722	~	~
Compania Independiente de Televisión S.L.	thtv	Caza y pesca, Viajar,...	41 900	45 340	36 178	~	~
Fox International Channels España	thtv	Fox Espana	23 705	33 044	34 346	~	~
Compañía Independiente de Noticias de Televisión S.L.	thtv	CNN+	18 414	32 665	~	~	~
Canal Club de Distribución de Ocio y Cultura	hstv	Canal Club	28 278	31 115	33 268	32 547	-2,2%
Grupo Empresarial de Televisión de Murcia	rtv	7RM	-	14 845	32 321	~	~
NBC Universal Global Networks España S.L.	thtv	Calle 13	19 325	24 606	28 738	~	~
SPTI Networks Iberia	paytv	AXN	24 196	~	~	~	~
Televisión de Galicia S.A.	sptv	TVG	30 451	23 072	23 918	~	~
Multicanal Iberia S.L.	thtv	Multicanal (Canal Hollywood, ...)	16 702	22 263	21 410	~	~
Sociedad publica de Televisión Extremena S.A.	sptv	Extramadura TV	509	12 357	17 567	~	~
Paramount Comedy Channel España	thtv	Paramount Comedy Channel	13 575	15 413	17 208	~	~
MTV Channel España	thtv	MTV Espana	10 427	10 863	12 560	~	~

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Telefonica de Espana ①	3play, 3G TV	Imagenio, Movistar TV		18 936 000	19 751 000	20 683 000	20 838 000	0,7%
Vodafone Espana S.A. ①	3G TV	Vodafone live!		5 902 950	5 171 039	7 236 680	~	~
France Telecom Espana S.A. ①	3play, 3G TV	Orange TV, Orange TV Movil		624 573	4 247 501	4 312 983	~	~
Grupo Corporativo ONO SAU ①	3 play	ONO		804 433	1 687 707	1 686 549	~	~
Sogecable (Digital +)	sat-tv	Digital+		-	-	1 809 650	1 872 900	3,5%
<i>p.m.</i> CanalSatelite Digital S.L.	sat-tv	Digital+		944 548	976 258	1 188 313	~	~
<i>p.m.</i> DTS Distribuidora de Televisión Digital S.A.	sat-tv	Via Digital / Digital+		205 509	234 464	220 056	~	~
Euskatel S.A. ①	3play	Euskatel Telebista		327 047	347 057	342 264	~	~
Jazz Telecom S.A. ①	3play	Jazztelia		218 023	273 566	304 536	~	~
R Cable y Telecomunicaciones Galicia S.A. ①	CATV / ISP	R		108 879	124 600	140 778	~	~
Telecable de Asturias S.A. ①	3play	Telecable TV		71 471	79 126	87 783	~	~
Procono S.A. ①	3play	PTV Telecom		12 644	12 884	13 205	~	~
Grupalia Internet ①	IPTV/ISP	Superbanda		18 656	14 711	7 939	~	~

① Includes telecommunications activities.

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

Operating revenues of main television companies in Spain (Continued) 2005-2008 EUR thousand.



Source: European Audiovisual Observatory

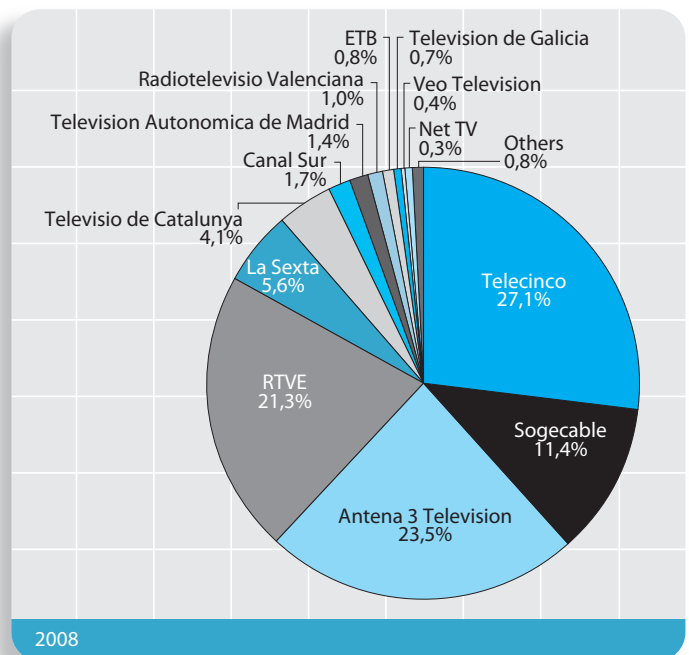
T.1.ES.2
G.1.ES.2

Breakdown of advertising revenues of Spanish TV companies 2008 EUR million.

In %.

Companies	Revenue (EUR million)
Telecinco	759,99
Sogecable	319,11
Antena 3 Television	659,52
RTVE	596,82
La Sexta	157,23
Televisio de Catalunya	113,80
Canal Sur	47,75
Television Autonoma de Madrid	38,43
Radiotelevisio Valenciana	27,50
ETB	23,37
Television de Galicia	18,53
Vevo Television	11,16
Net TV	8,67
Others	22,59

Source: CMT



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

Corporación de Radio y Televisión Española S.A. (RTVE) financial situation 2005-2008

EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	81 357	579 051	436 900	502 571	9,8%	43,9%	36,9%	45,1%	15,0%
- Aid/Grants	81 357	579 051	436 900	502 571	9,8%	43,9%	36,9%	45,1%	15,0%
Total commercial income	736 557	729 148	679 300	600 089	88,4%	55,2%	57,4%	53,9%	-11,7%
Advertising	709 054	697 644	679 300	557 100	85,1%	52,8%	57,4%	50,0%	-18,0%
Programme sales	11 776	16 130	~	~	1,4%	1,2%	~	~	~
Merchandising	9 674	8 350	~	~	1,2%	0,6%	~	~	~
Other commercial income	6 053	7 024	~	50 900	0,7%	0,5%	~	4,6%	~
Other income	15 270	12 081	67 605	11 321	1,8%	0,9%	5,7%	1,0%	-83,3%

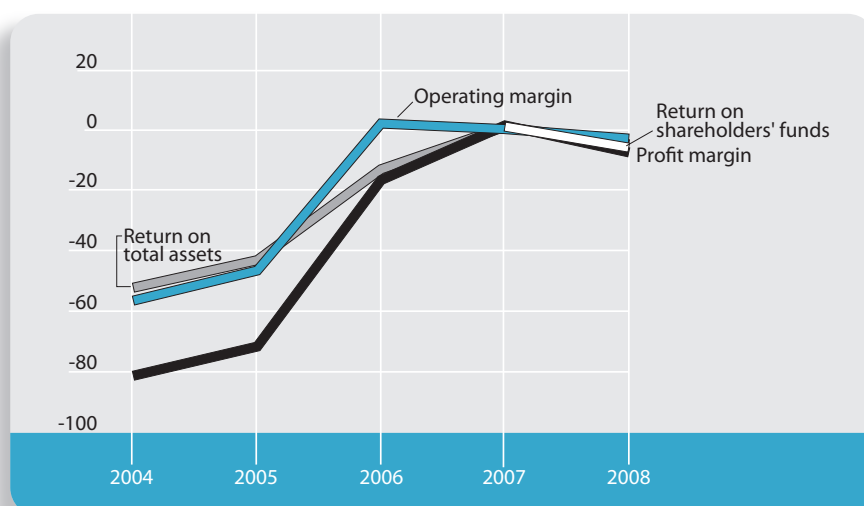
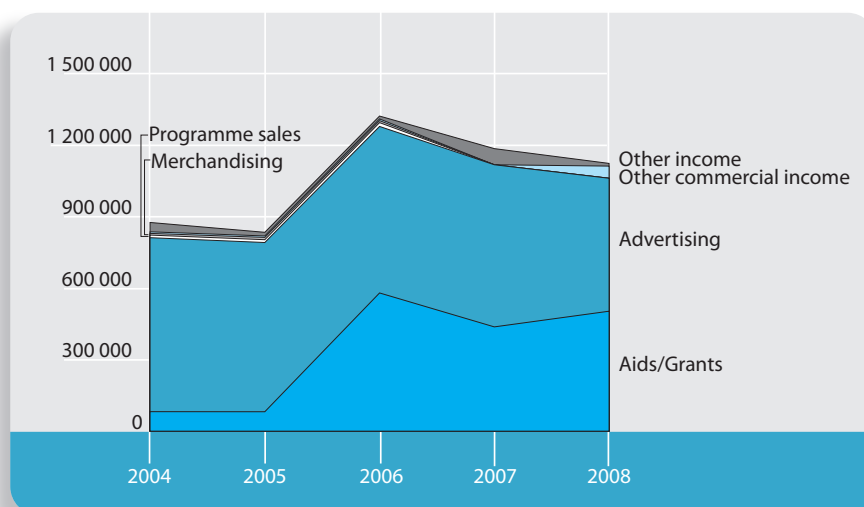
TOTAL	833 184	1 320 280	1 183 805	1 113 981	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-5,9%
--------------	----------------	------------------	------------------	------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services/others	693 197	743 129	816 673	812 339	57,1%	57,8%	69,4%	71,1%	-0,5%
Costs of personnel	473 132	492 614	295 939	264 846	39,0%	38,3%	25,1%	23,2%	-10,5%
Depreciation	47 944	50 627	64 523	66 139	3,9%	3,9%	5,5%	5,8%	2,5%
Operating expenditure	1 214 273	1 286 370	1 177 135	1 143 324	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,9%

Net result	-618 597	-216 713	12 913	-79 991					-719,5%
Operating margin (%)	-46,5	2,4	0,6	-2,6					

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

Source: RTVE / European Audiovisual Observatory

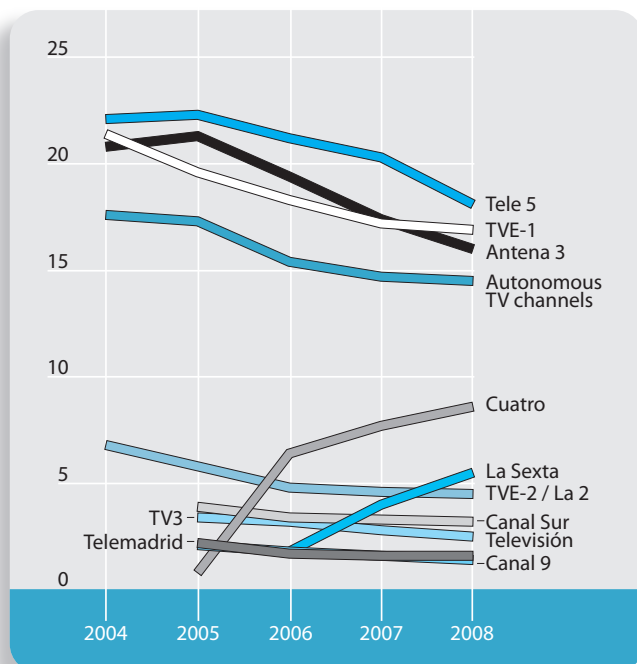


T.1.ES.4
G.1.ES.4TV audience market share in Spain
2004-2008 In %, 4 years +.

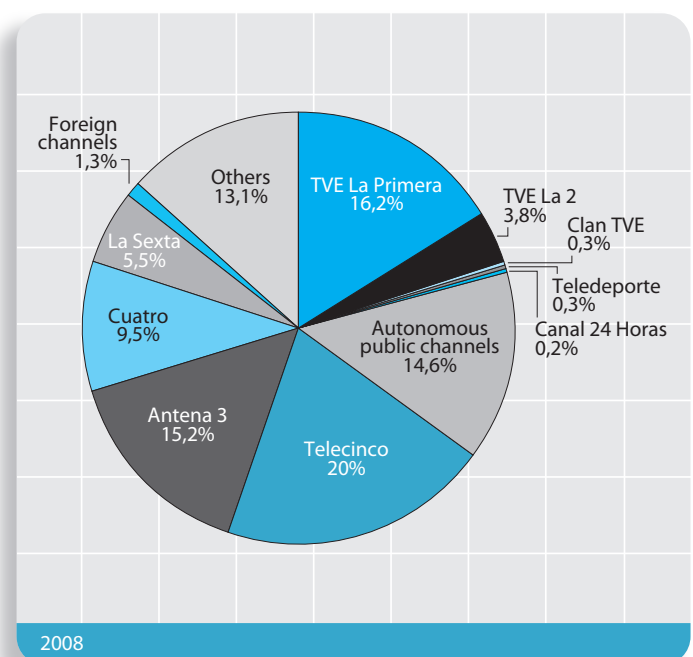
Channels	Daily share					Prime time (20:30-00:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TVE La Primera	21,4	19,6	18,3	17,2	16,9	21,8	19,9	18,3	16,8	16,2
TVE La 2	6,8	5,8	4,8	4,6	4,5	5,8	4,9	4,3	4,1	3,8
Clan TVE			0,1	0,2	0,6			0	0,1	0,3
Teledeporte	0	0,1	0,1	0,3	0,4			0,1	0,2	0,3
Canal 24 Horas		0	0	0,1	0,2			0	0,1	0,2
Spanish national public channels	28,2	25,4	23,3	22,4	22,6	27,7	24,8	22,7	21,3	20,8
Canal Sur Televisión		3,9	3,4	3,3	3,2			3,7	3,5	3,1
TV3		3,4	3,2	2,8	2,5			3,4	3,2	2,9
Telemadrid		2,2	1,7	1,6	1,6			1,6	1,4	1,5
Canal 9		2,1	1,8	1,6	1,4			1,8	1,7	1,5
ETB 2		1,1	0,9	0,9	0,9			0,9	0,9	0,9
TVG Televisión de Galicia		1	0,8	0,8	0,9			1	0,9	1
Canal Sur 2		1,1	0,8	0,8	0,8			0,8	0,7	1,1
Castilla La Mancha Televisión (CMT)		0,7	0,6	0,6	0,6			0,6	0,6	0,5
TVCanaria		0,4	0,4	0,4	0,4			0,4	0,4	0,4
Aragon television			-	0,2	0,3			-	0,2	0,3
Autonomous public channels	17,6	17,3	15,4	14,7	14,5	17,7	17,3	15,7	15,3	14,6
Telecinco	22,1	22,3	21,2	20,3	18,1	22,5	22,9	21,4	20,9	20
Antena 3	20,8	21,3	19,4	17,4	16	21,1	21,9	19,1	16,8	15,2
Cuatro	-	0,8	6,4	7,7	8,6	-	0,9	7	8	9,5
La Sexta	-	-	1,8	4	5,5			2,1	4,6	5,5
Antena.Neox			0,1	0,2	0,6			0,1	0,4	0,7
Antena.Nova			0,1	0,1	0,4			0,1	0,2	0,4
Disney Channel España	0,1	0,1	0,2	0,1	0,4			0,1	0,1	0,3
Fox	0,2	0,3	0,4	0,5	0,4			0,4	0,5	0,4
Calle 13	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3			0,2	0,2	0,3
Canal+ España	2,1	0,1	0,4	0,4	0,3	1,9	-	0,6	0,6	0,5
Spanish private channels	47,3	47,0	53,5	54,7	55,4	45,48	45,65	53,4	55,5	57,1
AXN España	0,2	0	0,4	0,4	0,4			0,5	0,5	0,5
Foreign channels	1	0,9	1,4	1,3	1,4			1,3	1,2	1,3
Others	5,9	9,3	6,4	6,9	6,1	9,1	12,3	6,9	6,7	6,2

Source: Eurodata TV Worldwide / TNS Audiencia de Medios

Daily share. In %, 4 years +.



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



TV audience market share by Community in Spain

2008 In % 4+

Channels	Spain	Andalucia	Catalonia	Basque Country	Galicia	Madrid	Valencian Community	Castilla La Mancha	Canary Islands	Aragon	Asturias	Balearic Island	Murcia	Other regions
TVE1	169	14,4	13,7	14,4	20,3	17,5	15,4	20,0	12,5	19,4	20,0	20,2	20,3	23,7
LA2	4,5	4,2	3,5	4,5	4,8	5,2	4,0	4,9	4,1	4,7	4,9	4,0	4,3	5,7
TVE	21,4	18,6	17,2	19,0	25,1	22,7	19,4	24,9	16,7	24,1	24,9	24,2	24,6	29,4
T5	18,1	16,5	18,0	22,1	17,2	19,7	18,1	17,0	19,7	18,7	20,2	17,1	16,2	17,9
Antena 3	16,0	16,8	15,2	13,5	15,9	14,0	15,3	18,4	16,1	17,2	14,3	15,3	20,6	18,3
Cuatro	8,6	8,0	8,3	8,3	8,2	9,7	8,7	8,0	10,8	9,0	8,1	7,0	9,2	8,8
La Sexta	5,5	5,1	4,1	5,0	6,4	6,7	6,2	5,5	5,3	6,4	4,7	7,1	5,1	6,1
Private channels	48,3	46,3	45,6	48,9	47,7	50,1	48,3	48,8	51,9	51,2	47,4	46,5	51,0	51,0
CST	3,2	16,8	-	-	-	-	0,0	0,6	-	-	-	-	0,4	0,5
CS2	0,8	4,1	-	-	-	-	0,0	0,2	-	-	-	-	0,2	0,0
TV3	2,5	-	14,6	-	-	-	0,5	0,0	-	0,2	-	2,6	0,0	0,0
K3-33	0,5	-	2,9	-	-	-	0,1	0,0	-	0,0	-	1,0	0,0	0,0
ETB1	0,2	-	-	3,4	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-	0,2
ETB2	0,9	-	-	15,1	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	1,2
TVG	0,9	-	-	-	15,5	-	-	-	-	-	0,1	-	-	0,1
TVM	1,6	-	-	-	-	10,5	-	2,9	-	-	-	-	-	1,3
C9	1,4	0,0	0,1	-	-	-	12,0	0,4	-	0,1	-	1,1	1,2	0,0
PUNT2	0,1	0,0	0,0	-	-	-	1,3	0,0	-	0,0	-	0,2	0,0	0,0
CMT	0,6	0,0	-	-	-	0,6	0,1	10,2	-	0,0	-	-	0,1	0,3
TVCAN	0,4	-	-	-	-	-	-	-	10,2	-	-	-	-	-
ATV	0,3	-	0,1	-	-	-	0,0	0,0	-	8,8	-	-	-	0,0
TPA	0,2	-	-	-	0,0	-	-	-	-	-	7,4	-	-	0,0
IB3	0,1	0,0	0,0	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0	-	4,7	0,0	0,0
7RM	0,1	0,0	-	-	-	-	0,1	0,0	-	-	-	-	4,1	-
Other autonomicas	0,6	0,3	0,3	0,2	0,1	0,4	0,7	0,4	0,5	0,6	1,0	0,5	0,8	1,7
Total autonomicas	14,5	21,3	18,0	18,7	15,6	11,5	14,7	14,7	10,7	10,3	8,5	10,1	6,9	5,3
8TV	0,5	-	3,0	-	-	-	0,0	-	-	0,0	-	0,0	-	-
ONDA 6 TV	0,1	-	-	-	-	0,7	-	0,0	-	-	-	-	-	0,0
Private autonomicas	0,6	0,0	3,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Thematic channels	13,0	11,1	14,3	10,6	9,7	13,5	15,7	9,4	17,5	12,5	17,3	17,0	15,6	11,2
Local TV	2,2	2,6	1,9	2,9	1,9	1,5	1,7	2,1	3,1	1,9	1,9	2,1	1,7	3,1
Others	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0

Source: TNS

T.1.ES.6

The 30 leading TV production companies in Spain

2004-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Imagina (cons.) ¹	All genres	-	305 000	574 000	805 000	960 000	19,3%
<i>p.m.</i>	Mediaproducción SL	Fiction, feature films	48 781	55 485	204 021	367 000	~	~
<i>p.m.</i>	Globo Media	All genres	84 622	~	105 739	118 710	~	~
<i>p.m.</i>	Ovideo TV S.A.	Fiction, feature films	16 801	13 618	16 055	13 784	~	~
2	Gestmusic Endemol	Reality shows	53 788	62 248	73 559	78 478	~	~
3	Agencia de Televisión Latinoamericana	News	59 224	59 557	60 825	59 873	~	~
4	Zeppelin Television	Reality shows	42 780	39 041	39 910	~	~	~
5	Videomedia SA	All genres	21 864	18 821	25 859	36 810	~	~
6	El Terrat de Producciones SL	Entertainment, fiction, theatre	11 570	33 125	37 155	30 678	~	~
7	Alba Adriatica S.L.		-	-	4 093	29 588	~	~
8	Cuarzo Producciones SL	All genres	12 341	16 659	18 397	28 090	~	~
9	Diagonal Televisio SA	Fiction	9 060	12 796	17 235	27 171	~	~
10	Grupo Ganga Producciones SL	Fiction	13 915	17 774	14 411	24 902	~	~
11	Boomerang TV	Entertainment, fiction	17 750	19 365	27 465	22 536	~	~
12	Bocaboca Producciones SL	Fiction, feature films	27 251	20 144	30 983	16 953	~	~
13	Linze Television SA	Fiction	8 355	9 451	14 339	16 356	~	~
14	Magnolia TV Espana S.L.		-	30	10 105	16 312	~	~
15	Tesauro SA	Fiction, feature films	8 076	10 839	9 960	12 920	~	~
16	Europroducciones TV SL	Fiction, feature films	18 218	20 167	10 773	12 585	~	~
17	Canal Mundo Producciones Audiovisuales S.A.	News	8 234	~	10 942	12 067	~	~
18	Sisifus Producciones S.A.	Entertainment	3 475	3 594	9 521	11 807	~	~
19	La fabrica de la tele S.L.	All genres	-	-	1 323	11 760	~	~
20	Grundy Producciones S.A.	Entertainment	2 712	7 297	11 734	~	~	~
21	Medianews Producciones de Noticias S.L.	News	2 271	6 498	8 874	10 721	~	~
22	Trivision S.L.	Fiction	4 233	2 993	5 892	10 576	~	~
23	K 2000 SA	Fiction, documentary	7 339	7 387	7 071	10 211	~	~
24	Chip Audiovisual S.A.		-	103	8 600	9 969	~	~
25	Ida y Vuelta Producciones de Ficción	Fiction	1 995	11 883	8 955	9 347	~	~
26	Atlas Media	News	6 777	7 097	8 764	~	~	~
27	Producciones 52 Andalucía	Fiction, feature films	7 425	7 659	8 286	6 894	~	~
28	BRB Internacional SA	Animation	7 054	5 848	6 168	6 834	~	~
29	Continental Producciones SL	Fiction, feature films	7 483	7 075	6 513	6 771	~	~
30	Cromosoma SA	Animation	7 738	6 059	6 357	~	~	~

¹ The group Imagina is born from the merger of the two leading groups Mediaproduccion S.L. («Mediapro») and Globo Media. It is involved in production, distribution, facilities and post-production transmission and consultancy. It is also a shareholder of La Sexta (of which the revenues are not consolidated in the operating revenues).

Source: European Audiovisual Observatory

Finland is clearly one of the most advanced countries in Europe as far as the digital transition is concerned. This process began with the switching off of analogue terrestrial transmissions in September 2007 followed by the conversion of the cable networks in 2008.

The question might be asked whether the digital transition and the wider choice offered to viewers have led to a shift in the audience hierarchy in Finland. The public channels (of the YLE group) had a 44.5% combined daily audience share in 2008 (a significant rise), which was mainly due to the success of the two special-interest channels YLE Teema and YLE FST5 (which broadcast programmes in Swedish).

YLE TV1 had an exceptionally stable audience market share of 23.5% in 2008, so it was in first place in front of MTV3. The main private channel has recorded a strong decline since 2006, having lost 6.5 percentage points of its daily audience market share in two years (to stand at 22.7% in 2008).

The other private channels have recorded less disappointing results. While Nelonen seems to be experiencing a slight but continuous decline, which saw the channel's daily audience share drop below the 10% mark in 2008, Sub appears to be moving in a positive direction (6%). Launched in 2007, the channel JIM (like Nelonen owned by the Sanoma group) has established itself as Finland's sixth leading channel.

The Finnish multi-channel distribution market is on the move. In a country with more than half of households on cable, there are still 24 cable operators. The cable distribution market is dominated by the service provided by the TeliaSonera group, which had 175,000 subscribers in March 2009. At the same time, there are two satellite packages (Viasat and Canal Digital), which have been competing in all the Nordic countries since the end of the 1990s.

IPTV services have emerged more recently. The main services are provided by well-established operators, such as Welho (the Sanoma group) or DNA (marketed by the cable operator DNA Oy). However, new services are emerging, such as Alcom (provided by the company AB Ålands TV) or Maxinetti (marketed by the company Maxisat Oy).

Finally, Mobiili TV is a free personal mobile television service in the DVB-H mode operated by Digita (a subsidiary of the French transmission company TDF, which runs the digital terrestrial network). Launched in 2006, the service covers 40% of the population and provides access to four channels (YLE TV1, YLE TV2, MTV3 and The Voice).

La Finlande apparaît comme l'un des pays les plus avancés en Europe dans le processus de transition numérique. Celui-ci a débuté par l'abandon des transmissions analogiques terrestres, qui a bien eu lieu en septembre 2007, puis par la conversion des réseaux câblés en 2008.

La transition numérique et l'élargissement du choix proposé aux spectateurs bousculent-ils la hiérarchie de l'audience en Finlande ? Les chaînes publiques (du groupe YLE) réunissent 44,5 % de part de marché d'audience quotidienne en 2008, soit une progression intéressante, grâce notamment aux performances des deux chaînes thématiques YLE Teema et YLE FST5 (diffusant des programmes en suédois).

YLE TV1 affiche une exceptionnelle stabilité à 23,5 % de parts de marché d'audience quotidienne, si bien qu'elle s'installe en première position devant MTV3 en 2008. La première chaîne privée enregistre en effet un fort recul depuis 2006 puisqu'elle perd 6,5 points de parts de marché d'audience quotidienne en deux ans (pour s'établir à 22,7 % d'audience quotidienne en 2008).

Les autres chaînes privées présentent des résultats moins décevants. Si Nelonen semble connaître recul léger mais continu, qui voit la chaîne passer sous la barre des 10 % d'audience quotidienne en 2008, Sub paraît dans une dynamique plutôt positive (6 %). Lancée en 2007, la chaîne JIM (détenue par le groupe Sanoma, comme Nelonen) s'impose enfin comme la sixième chaîne du paysage finlandais.

Le marché finlandais de la distribution multi-chaînes affiche son dynamisme. Dans un pays comptant plus de la moitié des foyers abonnés au câble, on dénombre encore 24 câblo-opérateurs. Le marché de la câblodistribution est dominé par l'offre du groupe TeliaSonera, qui enregistre 175 000 abonnés en mars 2009. Parallèlement, on recense deux bouquets satellites (Viasat et Canal Digital), qui sont en concurrence dans tous les pays nordiques depuis la fin des années 1990.

Plus récemment ont émergé les offres IPTV. Les principales offres proviennent d'opérateurs déjà bien établis, comme Welho (par le groupe Sanoma) ou DNA (commercialisée par le câblo-opérateur DNA Oy). Mais des nouveaux services émergent tels que Alcom (service fourni par la firme AB Ålands TV) ou encore Maxinetti (commercialisé par l'entreprise Maxisat Oy).

Enfin, Mobiili TV est un service gratuit de télévision mobile personnelle en mode DVB-H, exploité par Digita (filiale de l'entreprise de transmission française TDF qui opère le réseau numérique terrestre). Lancé en 2006, le service couvre 40 % de la population et propose l'accès à quatre

In Finnland scheint die Umstellung auf die digitale Übertragung am weitesten von allen europäischen Ländern fortgeschritten zu sein. Dort wurde das analoge Signal für das terrestrische Fernsehen bereits im September 2007 abgeschaltet, die Umstellung für die Kabelnetze erfolgte 2008.

Haben die Einführung des digitalen Fernsehens und die Ausweitung des Angebots zu Veränderungen bei den Zuschauermarktanteilen in Finnland geführt? Die öffentlich-rechtlichen Sender (der YLE-Gruppe) hatten 2008 zusammen einen Marktanteil von 44,5 %. Sie konnten also erheblich zulegen, vor allem dank des Erfolgs der beiden Themensender YLE Teema und YLE FST5 (sie senden schwedischsprachige Programme).

YLE TV1 hat seinen Zuschauermarktanteil von 23,5 % halten können und ist damit 2008 Marktführer vor MTV3. Denn der größte finnische Privatsender musste seit 2006 einen erheblichen Rückgang seiner Marktanteile in Höhe von 6,5 % hinnehmen (2008 lag sein Marktanteil nur noch bei 22,7 %).

Weniger enttäuschend sind die Ergebnisse der übrigen privaten Sender. Zwar sind die Zuschauermarktanteile von Nelonen im Vergleich zu den vergangenen Jahren leicht, aber kontinuierlich zurückgegangen, und 2008 sind sie sogar unter die 10 %-Marke gesunken. Sub konnte dagegen zulegen (um 6 %), und der Sender JIM (er gehört wie Nelonen zur Sanoma-Gruppe) hat sich nach seinem Start im Jahr 2007 als sechstgrößter Sender in Finnland etabliert.

Das Mehrkanalangebot in Finnland weist nach wie vor eine dynamische Entwicklung auf. In einem Land, in dem etwas mehr als die Hälfte aller Haushalte über einen Kabelanschluss verfügt, gibt es noch 24 Kabelnetzbetreiber. Dominiert wird dieser Markt von der Gruppe TeliaSonera, die im März 2009 175 000 Abonnenten zählte. Daneben gibt es zwei Satellitenbouquets (Viasat und Canal Digital), die sich seit Ende der neunziger Jahre in allen skandinavischen Ländern einen harten Wettbewerb liefern.

IPTV-Angebote sind in Finnland noch nicht so lange auf dem Markt. Wichtigste Anbieter sind bereits etablierte Unternehmen wie der Kabelnetzbetreiber Welho (im Besitz der Sanoma-Gruppe) oder DNA (vom Kabelnetzbetreiber DNA OY). Neu auf dem IPTV-Markt sind zum Beispiel Alcom (von der Firma AB Ålands TV) oder Maxinetti (von dem Unternehmen Maxisat OY).

Mobiles Fernsehen wird von Mobiili TV im DVB-H-Standard angeboten. Der kostenlose Dienst wird von Digita betrieben (einer Tochter des französischen Sendeunternehmens TDF, die das digitale

These services are competing with the digital terrestrial television market in Finland. Apart from fifteen free channels, DTT in Finland offers a choice between two pay-TV services: Plus TV and Canal Digital. The former markets more than ten channels, while the second provides access to five of the Canal+ pay channels.

Digi TV Plus Oy, which markets the service Plus TV and had 281,000 subscribers in December 2008, was taken over in 2009 by the Swedish company Boxer, which already has a presence on the DTT market in Sweden and Denmark. Boxer makes no secret of its desire to put together a pan-Nordic group centred on the terrestrial networks and pay-TV services.

In order to maintain the momentum of digital terrestrial television, in July 2009 the Ministry of Transport and Communication granted the cable operator DNA Oy licences enabling it to implement high definition (MPEG-4) digital terrestrial television. The signal should cover 60% of the population by the end of 2011.

Finally, tests on the introduction of non-linear services (video on demand) on the digital terrestrial network have been carried out by the transmission company Digita.

The Finnish competition authority (FCA) expressed reservations in November 2008 concerning the takeover by the TV4 group of the company C More Group, the broadcaster of the Canal+ channels in the Nordic countries. TV4 belongs to the Swedish Bonnier group, which already controls the MTV3 channels in Finland. The competition authority was concerned about Bonnier having too strong a combined position on the pay-TV market. Adjustments were made to the takeover operation. For example, the C More Group had to relinquish its rights to broadcast the Finnish ice-hockey league.

chaînes (YLE TV1, YLE TV2, MTV3 et The Voice).

Ces offres entrent en concurrence avec le marché de la télévision numérique terrestre en Finlande. La TNT finlandaise propose en effet, outre une quinzaine de chaînes gratuites, le choix entre deux services de télévision payante : Plus TV et Canal Digital. Le premier commercialise plus d'une dizaine de chaînes tandis que le second offre un accès à cinq des chaînes à péage Canal+.

Digi TV Plus Oy, qui commercialise le service Plus TV, fort de ses 281 000 abonnés en décembre 2008, a été racheté en 2009 par la société suédoise Boxer, déjà présent sur le marché de la TNT en Suède et au Danemark. Boxer ne cache pas sa volonté de forger un groupe pan-nordique centré sur les réseaux terrestres et les services de télévision payants.

Afin d'entretenir le dynamisme du numérique terrestre, le ministère des transports et de la communication a attribué en juillet 2009 au câblo-opérateur DNA Oy les licences permettant la mise en œuvre de la télévision numérique terrestre haute définition (MPEG-4). Le signal devrait couvrir 60 % de la population d'ici la fin 2011.

Enfin des tests ont été réalisés par l'entreprise de transmission Digita relatifs à la mise en place de services non linéaires (vidéo à la demande) sur le réseau numérique terrestre.

L'autorité de la concurrence en Finlande (FCA) a émis des réserves en novembre 2008 à propos du rachat par le groupe TV4 de l'entreprise C More Group, diffuseur des chaînes Canal+ dans les pays nordiques. En effet, TV4 appartient au groupe suédois Bonnier, qui contrôle déjà les chaînes MTV3 en Finlande. L'autorité de la concurrence redoutait une trop forte position combinée de Bonnier sur le marché de la télévision payante. Des aménagements ont donc été apportés à l'opération de rachat : C More Group a dû par exemple renoncer aux droits de diffusion de la ligue finlandaise de hockey sur glace.

terrestrische Netz betreibt). Mobiili TV wurde 2006 lanciert und kann inzwischen von 40 % der finnischen Bevölkerung empfangen werden. Das Angebot umfasst vier Sender (YLE TV1, YLE TV2, MTV3 und The Voice).

Diese Angebote treten in Wettbewerb mit dem digitalen terrestrischen Fernsehen in Finnland. Es gibt mehr als fünfzehn kostenlose Programme, außerdem können die Zuschauer zwischen zwei Pay-TV-Sendern wählen: Plus TV und Canal Digital. Plus TV vertreibt mehr als zehn Programme, während Canal Digital Zugang zu fünf Pay-TV-Sendern von Canal+ bietet.

Digi TV Plus Oy, das den Pay-TV-Dienst Plus TV vertreibt, hatte im Dezember 2008 bereits 281 000 Abonnenten. 2009 wurde Digi TV Plus von dem schwedischen Pay-TV-Provider Boxer aufgekauft, der in Schweden und Dänemark bereits auf dem Markt des digitalen terrestrischen Fernsehens präsent ist. Boxer macht keinen Hehl aus seiner Absicht, eine nordische Gruppe zu schaffen, die sich auf das terrestrische Netz und auf Pay-TV-Dienste stützt.

Um die Verbreitung des digitalen terrestrischen Fernsehens zu unterstützen, hat der Minister für Verkehr und Kommunikation im Juli 2009 dem Kabelnetzbetreiber DNA OY die Lizenz für das hochauflösende digitale terrestrische Fernsehen (MPEG-4) erteilt. Bis 2011 dürfte das Signal von 60 % der finnischen Bevölkerung empfangen werden können.

Um festzustellen, ob es in Finnland einen Markt für nicht-lineare Diensten (Video-on-Demand) gibt, hat das finnische Medienunternehmen Digita vor kurzem entsprechende Tests durchführen lassen.

Die finnische Wettbewerbsbehörde (FCA) hat im November 2008 Vorbehalte gegenüber dem geplanten Kauf der C More Group (die die Canal+-Sender in den skandinavischen Ländern vertreibt) durch die Gruppe TV4 geäußert. TV4 gehört zum schwedischen Bonnier-Konzern, der bereits Hauptanteilseigner von MTV3 in Finnland ist. Die Wettbewerbsbehörde befürchtete, dass Bonnier durch den Kauf von C More auf dem Pay-TV-Markt eine dominierende Wettbewerbsposition erhalten würde. Daher mussten vor dem Kauf bestimmte Auflagen erfüllt werden: So musste die C More Group zum Beispiel ihre Übertragungsrechte für die Spiele der finnischen Eishockeyliga abtreten.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	5 326	Eurostat
Households		–	2 453	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		97,0%	2 379	Eurobarometer / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		53,9%	1 323	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		53,9%	1 323	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		8,3%	204	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay. DTH/SMATV households		3,4%	84	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0,6%	15	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		56,7%	1 390	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		100,0%	2 453	European Audiovisual Observatory
Households with PC		76,0%	1 916	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		89,0%	2 184	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	82	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	16	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	25	DNA, Elisa, SW Television «Welho», TeliaSonera...
Satellite packagers	2	Canal Digital Finland, Viasat
IPTV packagers	5	Ab Alands, DNA, Finnet, Maxisat, SW Television
DTT multiplex operators and packagers	3	Multiplex operator: Digita / Pay DTT packagers: Digi TV Plus, Canal Digital Finland
Mobile phone TV packager	0	
Mobile broadcast TV packager	1	DNA

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	19	24
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	6	7
Regional/Local		1	37	38
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		7	62	69
Foreign channels targeting the country		0	29	29

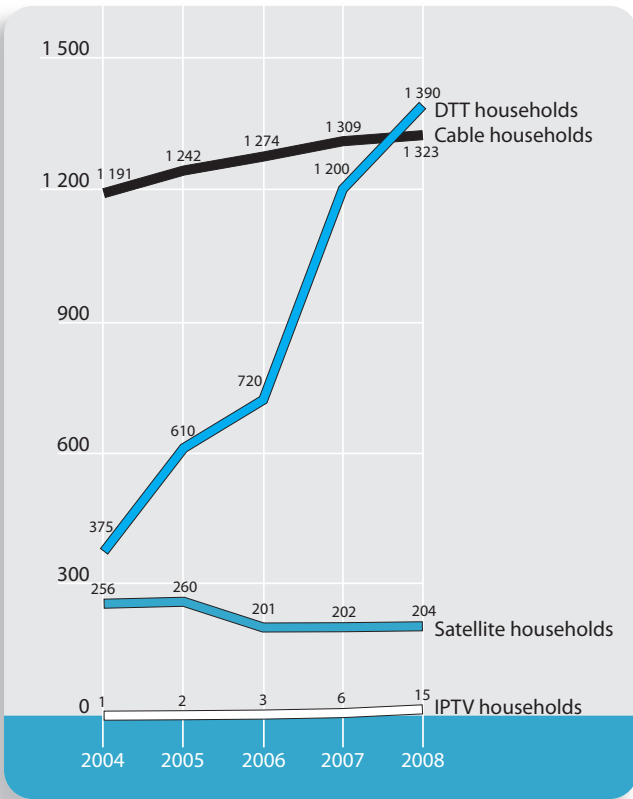
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	Digital Terrestrial	Cable DNA	Cable Teliasonera	Satellite Canal Digital Full Nordic offer	Satellite Viasat Full Nordic offer	IPTV DNA
Generalist - national (incl.dedicated)		5	4	4	4		4
Generalist - foreign			6	5	12	23	
Adult		2	5	2	3	3	2
Children		3	8	8	17	18	7
Culture / education / documentary		3	14	15	15	31	7
Minority interest groups							
Entertainment / TV fiction / games		5	14	t11	26	32	12
Film		4	18	15	27	44	10
Home shopping							
International linguistic and cultural		1	3	4		1	2
Lifestyle / specific leisure / travel		1	4	2	6	1	4
Music		4	10	3	8	8	3
News / business			10	5	11	8	10
Parliament / government / administration							
Regional/Local			2				1
Religion				1	2	2	1
Sports		5	12	10	25	20	9
Various			1	1		4	
Total		33	111	86	156	195	72

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

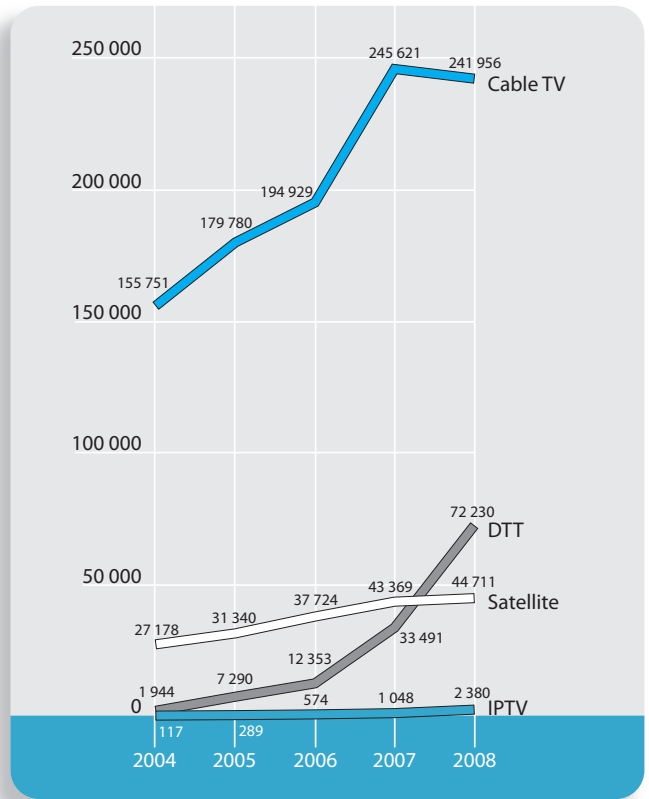
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

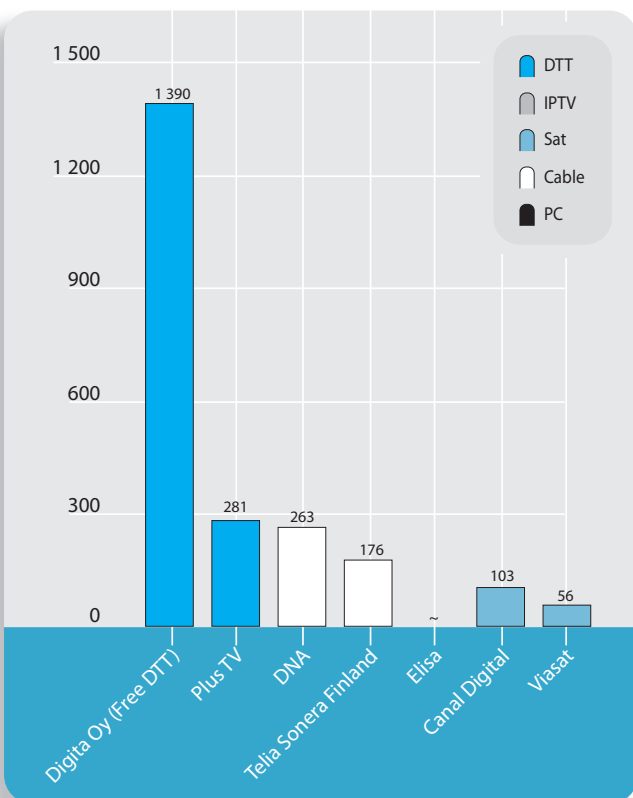
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

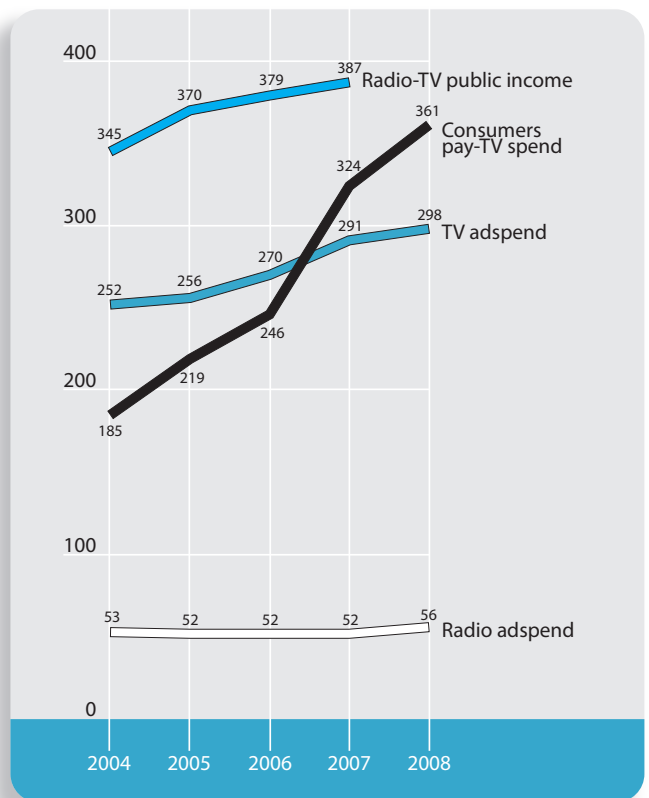
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in Finland 2005-2008

EUR thousand.

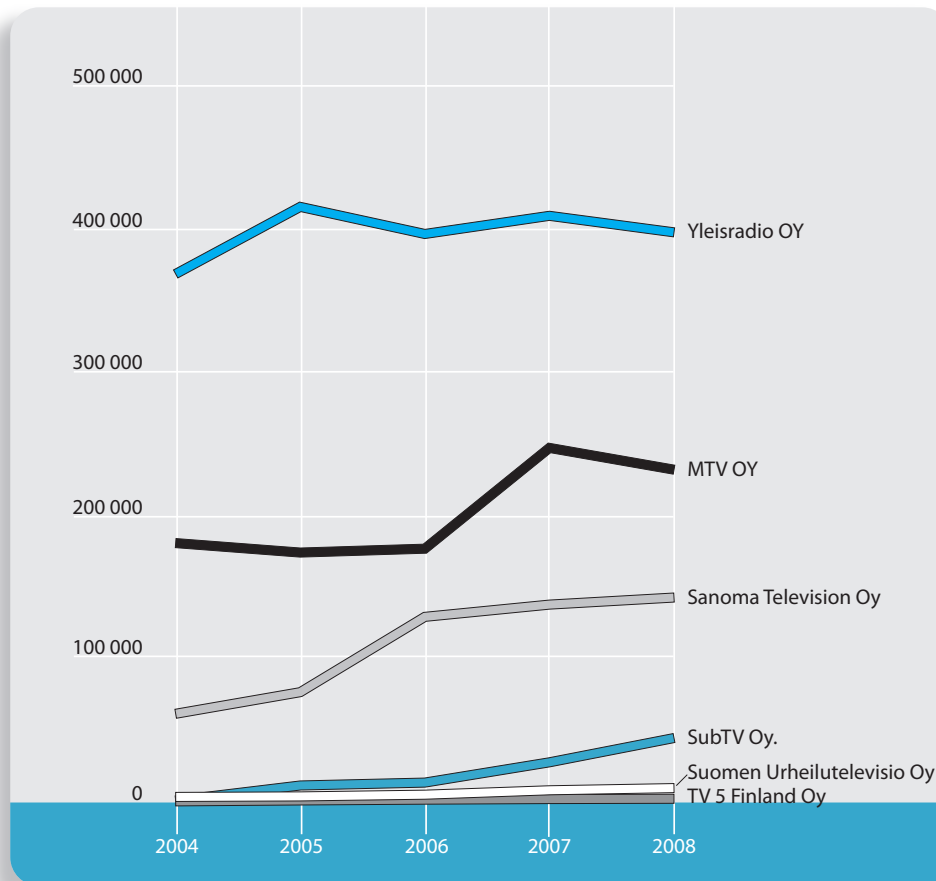
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Yleisradio OY	sptv	YLE1, YLE2,...	415 302	396 374	409 051	397 517	-2,8%
MTV OY	adtv	MTV-3	173 826	176 530	246 932	231 723	-6,2%
Sanoma Television Oy	adtv	Nelonen	76 308	128 914	137 468	142 410	3,6%
SubTV Oy.	thtv	SubTV	11 120	13 140	27 303	44 261	62,1%
Suomen Urheilutelevisio Oy	thtv	Urheilukanava	3 487	4 686	7 763	9 294	19,7%
TV 5 Finland Oy	thtv	The Voice	663	1 222	1 644	1 839	11,9%

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Teliasoenera Finland Oyj (cons.) ①	3play	Sonera TV		2 524 211	2 740 808	2 953 648	~	~
Elisa Oyj (cons.) ①	3play	Elisa TV		1 451 200	1 527 100	1 589 400	1 491 500	-6,2%
DNA Oy (cons.) ①	3play, dvb-h	DNA TV		377 810	410 420	539 958	652 167	20,8%
Vaasan Laanin Puhelin Oy ①	catv, isp	Anvia TV		74 458	76 544	83 754	101 982	21,8%
Digi TV Plus OY	dtv	Digi TV		-	425	19 831	52 410	164,3%
Canal Digital Finland OY	packtv	Canal Digital		27 944	35 443	37 231	~	~
Tampereen Tietoverkko Oy	catv	TTV		9 222	11 075	14 373	17 160	19,4%
Kainuun Puhelinosuuskunta ①	catv	KPO		15 576	17 320	17 116	17 985	5,1%
OY Viasat Finland AB	packtv	Viasat		6 158	8 565	14 504	18 401	26,9%
Oy Turun Kaapelitelevisio	catv, isp	Turku Cable		5 051	5 688	6 691	7 248	8,3%

① Includes other activities (telecommunications,...)

Source: European Audiovisual Observatory

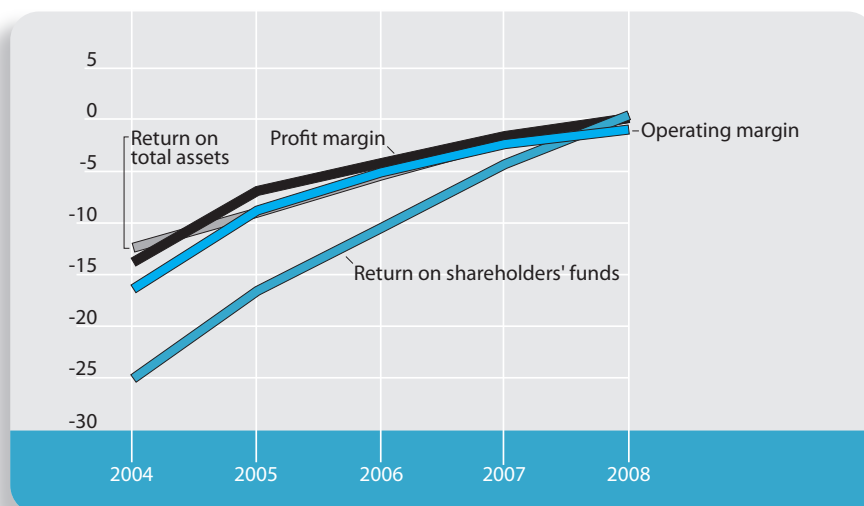
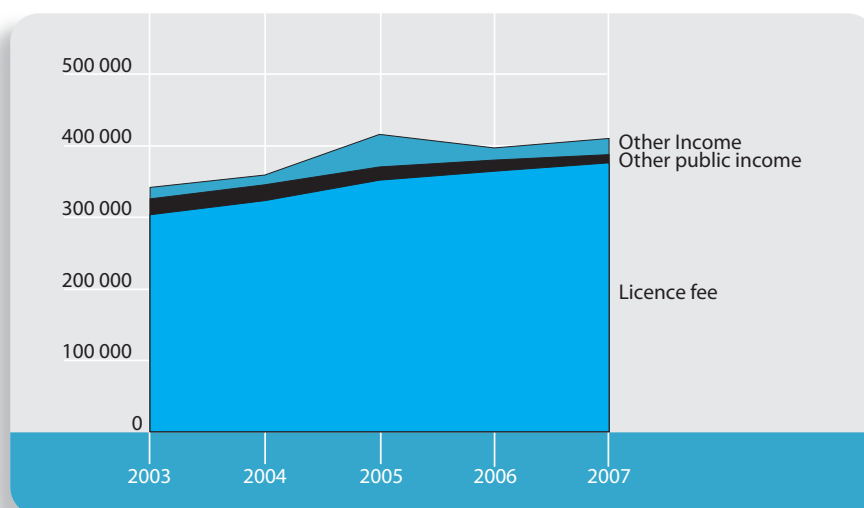
EUR thousand.



T.1.FI.2
G.1.FI.2YLE financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	369 800	379 400	387 000	~	89,0%	95,7%	94,6%	~	~
Licence fee	351 300	363 800	375 500	~	84,6%	91,8%	91,8%	~	~
Other public income	18 500	15 600	11 500	~	4,5%	3,9%	2,8%	~	~
Other income	45 502	16 974	22 600	~	11,0%	4,3%	5,5%	~	~
Total	415 302	396 374	409 051	397 517	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-2,8%
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	196 635	204 770	202 201	186 361	43,5%	49,2%	48,3%	46,4%	-7,8%
Costs of personnel	232 398	189 573	193 118	190 776	51,5%	45,5%	46,1%	47,5%	-1,2%
Depreciation	22 637	22 193	23 356	24 125	5,0%	5,3%	5,6%	6,0%	3,3%
Operating expenditure	451 670	416 536	418 675	401 262	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-4,2%
Net result	-28 843	-16 529	-6 641	664					-110,0%
Operating margin (%)	-8,8	-5,1	-2,35	-0,94					

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



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

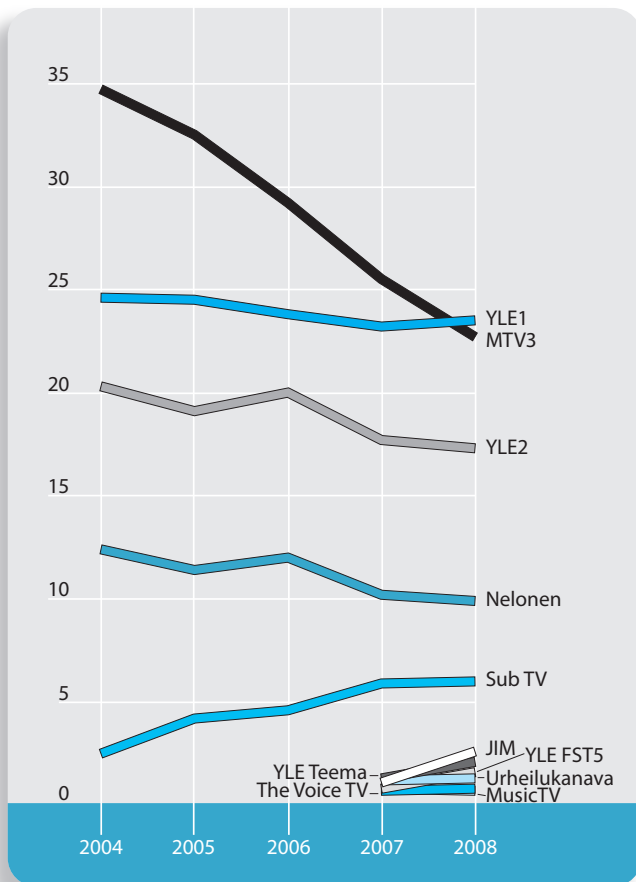
TV audience market share in Finland 2004-2008 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
YLE1	24,6	24,5	23,8	23,2	23,5	22,1	22,0	21,3	21,5	21,4
YLE2	20,3	19,1	20,0	17,7	17,3	21,1	20,4	21,5	17,8	16,0
YLE Teema	-	-	-	1,3	2,1	-	-	-	1,3	2,2
YLE FST5	-	-	-	0,8	1,6	-	-	-	0,9	1,8
Finnish public channels	44,9	43,6	43,8	43,0	44,5	43,2	42,4	42,8	41,5	41,4
MTV3	34,7	32,5	29,2	25,5	22,7	36,3	34,3	31,0	28,5	26,5
Nelonen	12,4	11,4	12,0	10,2	9,9	13,7	12,6	12,8	11,3	11,1
Sub TV	2,5	4,2	4,6	5,9	6,0	2,6	4,3	5,0	6,7	7,3
MusicTV	-	-	-	0,8	0,7	-	-	-	0,5	0,6
Urheilukanava	-	-	-	1,2	1,3	-	-	-	1,0	1,3
The Voice TV	-	-	-	0,7	0,8	-	-	-	0,4	0,6
JIM	-	-	-	1,1	2,6	-	-	-	1,3	2,5
Main Finnish private channels	49,6	48,1	45,8	45,4	44,0	52,6	51,2	48,8	49,7	49,9
Others	5,5	8,3	10,4	11,6	11,5	4,2	6,4	8,4	8,8	8,7

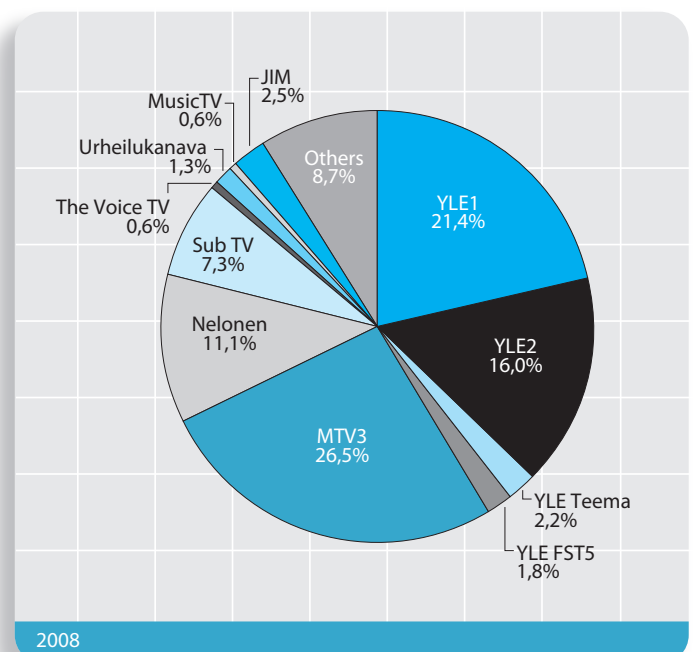
1 Before 2006: 10 years and +.

Source: Eurodata TV Worldwide / Finnpanel

Daily share. In %, 4 years +.



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



T.1.FI.4

The 20 leading TV production companies in Finland 2004-2008

Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Fremantle Entertainment Oy	Entertainment, fiction	6 582	7 594	3 324	12 349	14 574	18,0%
2	Zodiak Television Finland Oy AB	Fiction	6 580	4 921	9 813	7 961	8 819	10,8%
3	Moskito Television Oy	Fiction	2 417	2 257	2 572	4 177	5 998	43,6%
4	Blue Media Oy ¹	Entertainment, feature films	7 194	8 137	5 342	5 871	5 767	-1,8%
5	Nordisk Film & TV Oy	All genres	3 549	4 232	5 640	4 847	~	~
6	Oy Filmteollisuus Fine AB	All genres	2 753	3 110	3 377	3 641	~	~
7	Tarinatalo Oy	Informative programmes, talk shows, documentary	1 688	1 647	1 572	2 990	2 267	-24,2%
8	Oy Anima Vitae Ltd	Animation, commercials	969	1 011	1 349	1 121	~	~
9	Susamuru Oy	Formats	702	673	~	1 052	~	~
10	Nouhau Productions		184	906	958	1 306	941	-27,9%
11	Ten Years Productions Oy	Music	775	779	996	~	939	~
12	Insano Productions Oy	Fiction	-	-	465	523	703	34,4%
13	Aito Media Oy	Entertainment, documentary	147	138	305	~	673	~
14	AB Svengcom Production	Fiction	985	2 089	629	101	461	356,4%
15	Art Films Production	Documentary, fiction, animation	218	345	~	~	430	~
16	Storytime	News	361	382	424	429	404	-5,8%
17	Filmaattiset Oy	Documentary, factuals, entertainment	375	166	281	423	416	-1,7%
18	Esa Siltaloppi Productions Oy	News, sport, current affairs	315	313	315	325	361	11,1%
19	Yellow Film & TV Oy	Fiction	-	-	-	-	287	-
20	Coolvision Oy	News, documentary	257	258	258	163	~	~

¹ 2004 over 18 months.

Source: European Audiovisual Observatory

TF1 continues to lead the audience ratings in France, although its market share dropped significantly again in 2008. The private channel, controlled by the Bouygues group, achieved less than 30% of daily as well as prime time audience figures (27.2% and 29.7% respectively) for the first time. The two leading public service channels, France 2 and France 3, suffered less substantial falls in viewing figures although, like those of TF1, they have been falling steadily since 2005. France 2 nevertheless remains second in the market with 17.2% of daily audiences and France 3 is still third with 13.3%. M6, in fourth position, was down 0.5% to an 11% market share. In total, the seven analogue terrestrial channels only represented 76.4% of daily audiences in 2008, compared to 86.1% in 2006. This is the result of the success enjoyed by new free digital terrestrial television (DTT) channels, which attracted 11.1% of daily audiences in 2008. The most popular of these were TMC (2.1%), W9 (1.8%) and Gulli (1.5%).

The rising popularity of DTT channels, combined with the drop in advertising income linked to the economic climate, has disrupted the traditional broadcasters. For example, TF1, aware of its low level of diversification, wanted to buy TMC and NT1, two DTT channels controlled by the AB group. The competition authorities announced in September 2009 that they had opened a detailed investigation of this acquisition.

A few months earlier, in October 2008, TF1 had sold its stake in the French international news channel, France 24. Owned in equal shares by TF1 and France Télévisions when it was launched in 2006, the channel is now completely controlled by the company Audiovisuel Extérieur de la France.

Audiovisual equipment in French households continues to evolve. At the end of 2008, according to the Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la TV numérique (CSA), less than a quarter of households could only receive analogue terrestrial channels (compared to more than a third at the end of 2007).

The cable television market is particularly concentrated, since the company Numericable (Civen and Altice) has 3.5 million subscribers, which represents virtually all cable households in France.

The satellite TV sector is still dominated by CanalSat (Canal+ group), with 5.3 million subscribers at the end of 2008. Nevertheless, the company no longer holds a monopoly and faces competition from the Bis package (AB group) launched in December 2007 and, to a lesser extent, from France Télécom's Orange service (reserved for subscribers

TF1 demeure en tête des audiences en France, mais subit en 2008 une nouvelle et sensible baisse de sa part de marché. La chaîne privée contrôlée par le groupe Bouygues passe pour la première fois sous la barre des 30 % en termes d'audience quotidienne (27,2 %) mais aussi durant les heures de grande écoute (29,7 %). Les deux premières chaînes publiques France 2 et France 3 accusent des baisses d'audience moins importantes mais tout aussi régulières que celles de TF1 depuis 2005. France 2 conforte malgré tout sa position de second sur le marché avec 17,2 % de l'audience quotidienne et France 3 demeure troisième avec 13,3 %. M6, en quatrième position, recule de 0,5 points à 11 % de parts de marché. Au final, les sept chaînes analogiques terrestres ne rassemblent plus que 76,4 % de l'audience quotidienne en 2008 contre 86,1 % en 2006. Ceci s'explique par le succès des nouvelles chaînes gratuites de la TNT qui rassemblent 11,1 % de l'audience quotidienne en 2008. Parmi elles, TMC (2,1 %), W9 (1,8 %) ou Gulli (1,5 %) remportent les plus francs succès.

La montée en puissance des chaînes de la TNT conjuguée à la baisse des recettes publicitaires liée au contexte économique, bouscule les acteurs historiques. Ainsi TF1, conscient de sa faible diversification, souhaite racheter TMC et NT1, deux chaînes de la TNT contrôlées par le groupe AB. Les autorités de la concurrence ont annoncé en septembre 2009 avoir ouvert une enquête approfondie sur la transaction.

Quelques mois plus tôt, en octobre 2008, TF1 était sorti du capital de la chaîne d'information française à vocation internationale, France 24. Détenu à part égale par TF1 et France Télévisions lors de son lancement en 2006, la chaîne est désormais entièrement contrôlée par la société Audiovisuel Extérieur de la France.

L'équipement audiovisuel des foyers français continue d'évoluer. A la fin de l'année 2008, selon l'Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la TV numérique (CSA), moins d'un foyer sur quatre dépend exclusivement de l'accès hertzien analogique (contre plus de un sur trois à la fin de l'année 2007).

Le marché de la télévision par câble est particulièrement concentré puisque l'entreprise Numericable (Civen et Altice) revendique 3,5 millions d'abonnés, soit la quasi-totalité des foyers abonnés au câble en France.

Le secteur de la télévision par satellite est toujours dominé par CanalSat (groupe Canal+), avec ses 5,3 millions d'abonnés à la fin de l'année 2008. Ceci dit, l'entreprise n'est plus en monopole et fait face à la concurrence du bouquet Bis (groupe AB) lancé en décembre 2007 et dans une moindre mesure à celle du bouquet

TF1 erzielt weiter die höchsten Einschaltquoten in Frankreich, verliert aber 2008 erneut deutlich an Marktanteilen. Der Privatsender (Bouygues-Gruppe) liegt sowohl bei der täglichen Einschaltquote (mit 27,2 %) als auch während der Primetime (29,7 %) zum ersten Mal unterhalb der 30-%-Marke. Die beiden ersten öffentlich-rechtlichen Programme France 2 und France 3 verzeichnen seit 2005 zwar einen schwächeren, aber dennoch genauso gleichmäßigen Rückgang der Zuschauerzahlen wie TF1. Trotzdem schafft es France 2, mit einer täglichen Einschaltquote von 17,2 % seinen zweiten Platz zu halten, und France 3 bleibt mit 13,3 % an dritter Stelle. Der viertplatzierte Sender, M6, verliert 0,5 Punkte, womit sich sein Marktanteil auf 11 % reduziert. Insgesamt kamen die sieben analogen terrestrischen Sender 2008 nur noch auf eine tägliche Einschaltquote von 76,4 % gegenüber 86,1 % 2006. Dies ist auf den Erfolg neuer frei empfangbarer DVB-T-Sender zurückzuführen, die 2008 eine Einschaltquote von 11,1 % erzielten. Am erfolgreichsten waren TMC (mit 2,1 %), W9 (1,8 %) und Gulli (1,5 %).

Das starke Wachstum der DVB-T-Sender im Zusammenspiel mit dem konjunkturbedingten Rückgang der Werbeeinnahmen bringt die klassischen Anstalten in schwere Bedrängnis. So will TF1 angesichts seiner bisher geringen Diversifizierung TMC und NT1 übernehmen, zwei DVB-T-Sender der AB-Gruppe. Die Wettbewerbsbehörde hat im September 2009 die Einleitung einer Untersuchung dieses Vorgangs bekannt gegeben.

Im Oktober 2008 hatte sich TF1 aus seiner Beteiligung am internationalen Nachrichtensender France 24 zurückgezogen. Der war bei seinem Sendestart 2006 zu gleichen Teilen im Besitz von TF1 und France Télévisions und wird nun vollständig von dem Unternehmen Audiovisuel Extérieur de la France kontrolliert.

Die Geräteausstattung der französischen Fernsehhaushalte wird stetig besser. Nach Angaben der Informationsstelle für die Geräteausstattung der Haushalte zum digitalen Fernsehempfang (CSA) hatten Ende 2008 weniger als ein Viertel der Haushalte Zugang nur zum analogen terrestrischen Fernsehen (gegenüber mehr als einem Drittel Ende 2007).

Beim Kabelfernsehen ist die Konzentration besonders ausgeprägt: Numericable (Civen und Altice) meldet 3,5 Mio. Abonnenten, was praktisch sämtlichen Kabelhaushalten in Frankreich entspricht.

Das Satellitenfernsehen wird mit 5,3 Mio. Abonnenten Ende 2008 weiterhin von CanalSat (Gruppe Canal+) beherrscht. Allerdings hat das Unternehmen seine Monopolstellung eingebüßt und Konkurrenz bekommen: von dem im Dezem-

whose lines are unable to receive television via ADSL). Finally, TNT Sat (Canal+) and FRANSAT (Eutelsat) were launched in 2007 and 2009 respectively. They offer free access via satellite to the DTT channels for households not covered by the terrestrial network.

The success of IPTV is a distinctive feature of the French market. According to the ARCEP, at the end of 2008, 6.2 million households had access to one of the six services available in France: AliceBox (Telecom Italia), Bbox (Bouygues), DartyBox (Darty), Freebox (Free), Livebox (Orange) and NeufBox (SFR). The number of IPTV subscribers rose by more than 1 million in 2008, and more than one in five French households can now receive television via ADSL. Free remains the market leader with 3.3 million subscribers and its parent company, Iliad, initiated an external growth policy by purchasing AliceBox in August 2008.

Competition between distributors came to a head with a dispute over the future of Orange's exclusive channels (sport and cinema), which Free and SFR accused Orange of offering to its own subscribers only. The Paris commercial court ordered that this exclusivity should end in March 2009, a decision that was overturned on appeal in June. The competition authority finally published an advisory opinion in July 2009, stating that this exclusivity was questionable and proposing that it be limited to a certain period of time.

According to the CSA, more than 65% of French households received digital television at the end of 2008. This 17.9% increase is closely linked to the success of DTT, which more than 9 million households (35.8%) were equipped to receive at the end of 2008. The success of free DTT contrasts with the situation of the subscription-based DTT service, from which two channels withdrew because of a perceived lack of profitability: AB1 at the end of 2008 and the children's channel Canal J in April 2009.

Around 30 local channels are also broadcast on the digital terrestrial network and calls for tender continue to be launched. However, the market for local channels has never been especially dynamic in France and several of these channels, including Nantes 7, TLT (Toulouse) and LCM (Marseille), are facing enormous financial problems.

DTT's coverage rate reached 88% of the population in July 2009. For the first time, analogue terrestrial signals were switched off in some locations in 2009, such as in Coulommiers (Paris region) and Kaisersberg (Alsace). The full switchover to digital terrestrial TV will take place in 2011.

The development of personal mobile TV has slowed down to the extent that the very

Orange de France Télécom (réservé aux abonnés dont la ligne ne permet pas la réception de la télévision par ADSL). TNT Sat (Canal+) et FRANSAT (Eutelsat) ont enfin été lancés respectivement en 2007 et 2009. Ils proposent l'accès par satellite aux chaînes de la TNT gratuite pour les foyers non couverts par le réseau hertzien.

Le succès de l'IPTV est une particularité du marché français. Selon l'ARCEP, à la fin de l'année 2008, 6,2 millions de foyers ont accès à l'une des six offres proposées en France: AliceBox de Telecom Italia, Bbox de Bouygues, DartyBox de Darty, Freebox de Free, Livebox de Orange et NeufBox de SFR. Le nombre d'abonnés à l'IPTV a progressé de plus d'un million en 2008, et plus d'un foyer français sur cinq a désormais la possibilité de recevoir la télévision par ADSL. Free demeure le leader avec 3,3 millions d'abonnés et sa maison mère, Iliad, a entamé une politique de croissance externe avec le rachat de l'offre AliceBox en août 2008.

La concurrence entre les distributeurs s'est cristallisée sur le dossier Orange et l'avenir de ses chaînes exclusives (sport et cinéma): Free et SFR reprochent à Orange de les réserver à ses seuls abonnés. Le tribunal de commerce de Paris a ordonné de mettre fin à cette exclusivité en mars 2009, décision retournée par la cour d'appel en juin. L'autorité de la concurrence a enfin émis un avis consultatif en juillet 2009 estimant cette exclusivité contestable et proposant une exclusivité limitée dans le temps.

Selon le CSA plus de 65 % des foyers français reçoivent la télévision numérique à la fin de l'année 2008. La progression de 17,9 % est largement liée au succès de la TNT, qui équipe fin 2008 plus de 9 millions de foyers (35,8 %). Le succès de la TNT gratuite contraste avec la situation de la TNT payante. Deux chaînes se sont ainsi retirées du bouquet payant, jugeant leur présence sur la TNT non rentable: AB1 à la fin de l'année 2008 puis la chaîne pour enfant Canal J en avril 2009.

Une trentaine de chaînes locales sont aussi diffusées sur le réseau numérique terrestre, et les appels à candidature se poursuivent. Ceci dit, le marché des chaînes locales n'a jamais été particulièrement dynamique en France, et plusieurs d'entre elles, comme Nantes 7, TLT (Toulouse) ou encore LCM (Marseille), traversent de lourdes difficultés financières.

Le taux de couverture de la TNT atteint 88 % de la population en juillet 2009. Quelques extinctions locales des transmissions analogiques terrestres ont débuté en 2009, dans les villes de Coulommiers en région parisienne ou encore de Kaisersberg en Alsace. La date du basculement vers le tout numérique terrestre est fixée à 2011.

ber 2007 gestarteten Bouquet Bis (AB-Gruppe) und, in geringerem Maße, vom Bouquet Orange von France Télécom (nur für Abonnenten, deren Anschluss keinen Fernsehempfang über DSL erlaubt). TNT Sat (Canal+) und FRANSAT (Eutelsat) haben 2007 bzw. 2009 ihren Betrieb aufgenommen und bieten den Haushalten außerhalb des terrestrischen Versorgungsgebiets einen Satellitenempfang der unverlüsselten DVB-T-Sender.

Der Erfolg von IPTV ist eine Besonderheit des französischen Marktes. Ende 2008 hatten nach Angaben von ARCEP 6,2 Mio. Haushalte Zugang zu einem der sechs Angebote in Frankreich: AliceBox (Telecom Italia), Bbox (Bouygues), DartyBox (Darty), Freebox (Free), Livebox (Orange) und NeufBox (SFR). Die Anzahl der IPTV-Abonnenten ist 2008 um über eine Million gestiegen, und mehr als ein Fünftel aller Haushalte hat nun die Möglichkeit, Fernsehen per DSL zu empfangen. Free bleibt Marktführer mit 3,3 Mio. Abonnenten und der Mutterkonzern Iliad hat mit der Übernahme der Plattform AliceBox im August 2008 eine Expansionspolitik eingeleitet.

Wie stark die Konkurrenz unter den Anbietern ist, haben der Fall Orange und die Frage der Zukunft seiner Exklusivkanäle (Sport und Spielfilme) gezeigt: Free und SFR werfen Orange vor, diese den eigenen Abonnenten vorzubehalten. Das Pariser Handelsgericht verfügte im März 2009 ein Ende dieser Exklusivität. Dieses Urteil wurde im Juni vom Berufungsgericht aufgehoben. Die Wettbewerbsbehörde erstellte schließlich im Juli 2009 ein Gutachten, in dem sie diese Exklusivität für anfechtbar hält und ihre zeitliche Begrenzung vorschlägt.

Nach Angaben des CSA empfangen Ende 2008 über 65 % der Haushalte digitales Fernsehen. Der Zuwachs um 17,9 % ist wesentlich auf den Erfolg von DVB-T zurückzuführen, das Ende 2008 in über 9 Mio. Haushalten empfangen werden konnte (35,8 %). Der Erfolg des frei empfangbaren digitalen terrestrischen Fernsehens steht im Gegensatz zur Situation beim gebührenpflichtigen DVB-T. So haben sich zwei Sender aus dem Bezahl-Bouquet zurückgezogen, weil sie ihre Präsenz dort für unrentabel hielten: AB1 Ende 2008, gefolgt vom Kinderkanal Canal J im April 2009.

Auch etwa dreißig Lokalsender werden digital terrestrisch verbreitet, und es gibt weitere Ausschreibungen. Allerdings war der Markt der Lokalsender in Frankreich noch nie sehr dynamisch, und einige dieser Sender, wie Nantes 7, TLT (Toulouse) oder LCM (Marseille), stecken in großen finanziellen Schwierigkeiten.

Im Juli 2009 erreichte das digitale terrestrische Fernsehen 88 % der Bevölkerung.

principle of the launch appears at times to be compromised. The mediator appointed by the Prime Minister, Cyril Viguière, published his report in July 2009, proposing ways of resolving the issue of the financing of the broadcasting network. Neither the channel providers nor the telecommunications operators (which are already marketing television services on mobile phones via their 3G networks) are willing to take the risk. One possible solution is to create an ad hoc company involving the operator TDF and the channel providers.

In terms of legal developments, 2009 was marked by public broadcasting reforms. Announced and debated in 2008, the relevant texts were promulgated in March 2009. The public broadcasters were grouped together in a single company (France Télévisions), the governance of which was amended. Their channels no longer broadcast advertising between 8 pm and 6 am. The resulting loss of advertising income has proved to be lower than expected for France Télévisions, generating controversy over the payment of EUR 70 million in compensation in summer 2009. France Télévisions wishes to use this sum to reduce its deficit, while the Ministry of the Economy wants to reduce its payment to the public company. Nevertheless, in September 2009 the European Commission authorised the payment of EUR 450 million in aid to France Télévisions in 2009 and, at the same time, opened an investigation into its financing mechanisms beyond 2010.

Le dossier de la télévision mobile personnelle s'est enlisé si bien que le principe même de son lancement semble parfois compromis. Le médiateur nommé par le Premier Ministre, Cyril Viguière, a rendu son rapport en juillet 2009, proposant des pistes afin de débloquent la question du financement du réseau de diffusion. Ni les éditeurs de chaînes, ni les opérateurs de télécommunication (qui commercialisent déjà des offres de télévision sur téléphones portables via leurs réseaux 3G) ne souhaitent prendre le risque. Une solution se dessine autour de la création d'une société ad hoc regroupant l'opérateur TDF et les éditeurs de chaînes.

Au niveau juridique, l'année 2009 a été marquée par la réforme de l'audiovisuel public. Annoncée et débattue en 2008, les textes ont été promulgués en mars 2009. Les radiodiffuseurs publics sont regroupés en une entreprise unique (France Télévisions), dont la gouvernance a été modifiée. Leurs chaînes ne diffusent plus de publicité entre 20 heures et 6 heures. La perte de recettes publicitaires s'est révélée moins importante que prévue pour France Télévisions, générant une polémique sur l'affectation de la « cagnotte publicitaire » de 70 millions d'euros au cours de l'été 2009. France Télévisions souhaite attribuer cette somme à la réduction de son déficit tandis que le Ministère de l'économie souhaite réduire d'autant son versement à l'entreprise publique. Ceci étant, la Commission européenne a autorisé en septembre 2009 le versement de l'aide de 450 millions d'euros en 2009 pour France Télévisions et a ouvert simultanément une enquête sur ses mécanismes de financement au-delà de 2010.

In einigen Städten wurde 2009 mit der Abschaltung des analogen terrestrischen Signals begonnen, etwa in Coulommiers im Großraum Paris oder Kaysersberg im Elsass. Die vollständige Umstellung auf terrestrische Digitaltechnik ist für 2011 geplant.

Die Einführung des Fernsehempfangs auf mobilen Geräten ist so sehr ins Stocken geraten, dass mitunter sogar fraglich scheint, ob tatsächlich noch mit einer flächendeckenden Verbreitung zu rechnen ist. Der vom Premierminister ernannte Mediator, Cyril Viguière, hat im Juli 2009 seinen Bericht vorgelegt, in dem er verschiedene Lösungsmöglichkeiten nennt, um in die festgefahrene Frage der Finanzierung des Verbreitungsnetzes wieder Bewegung zu bringen. Weder die Fernsehbetreiber noch die Telekommunikationsunternehmen (die auf ihren 3G-Netzen bereits Handy-Fernsehen vermarkten) wollen ein Risiko eingehen. Eine Lösung könnte darin bestehen, dass TDF und die Fernsehbetreiber eine gemeinsame Ad-hoc-Gesellschaft gründen.

Auf rechtlicher Ebene war das Jahr 2009 von der Reform des öffentlich-rechtlichen Fernsehens geprägt. Nach Ankündigung und öffentlicher Diskussion 2008 wurden die entsprechenden Gesetze im März 2009 erlassen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wurden in einem Unternehmen (France Télévisions) mit veränderter Leitungsstruktur zusammengefasst. Seine Sender strahlen zwischen 20 und 6 Uhr keine Werbung mehr aus. Der damit einhergehende Einnahmeverlust hat sich für France Télévisions als nicht so hoch herausgestellt wie erwartet, was im Sommer 2009 eine Polemik über die Zuweisung der Ausgleichsgelder in Höhe von 70 Mio. EUR auslöste. France Télévisions beansprucht diesen Betrag zur Verringerung seines Defizits, während das Wirtschaftsministerium seine Zahlungen an das öffentlich-rechtliche Unternehmen um denselben Betrag verringern möchte. Die Europäische Kommission hat im September 2009 die Zahlung einer Unterstützung in Höhe von 450 Mio. EUR für 2009 an France Télévisions genehmigt und gleichzeitig eine Untersuchung der Finanzierungsmechanismen für die Zeit nach 2010 begonnen.

Basic figures ¹

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	64 351	Eurostat
Households		–	26 982	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		96,0%	25 903	Eurobarometer / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		14,4%	3 891	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		6,1%	1 641	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		23,8%	6 410	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		18,0%	4 859	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		23,6%	6 376	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		48,2%	13 005	Médiamétrie / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		63,3%	17 070	European Audiovisual Observatory
Households with PC		59,1%	15 934	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		52,3%	14 122	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	2 003	Screen Digest

TV channels distributors ¹	11.09	Companies
Cable operators	22	NC Numéricable and various small local operators
Satellite packagers	4	AB Sat (Bis TV), Canal+Distribution (Canalsat), France Telecom (Orange), Fransat
IPTV packagers	5	Bouygues Telecom, Darty, France Telecom (Orange), Iliad (Free, Alice), SFR (Neufbox)
DTT multiplex operators and packagers	10	6 operators of multiplex, 4 pay-DTT packagers (Canal+ Distribution/Canalsat, FNAC/LePackTV, Vest@vision/TNTop and TV Numeric)
Mobile phone TV packagers	5	3 operators : Bouygues Telecom, France Telecom (Orange), SFR and 2 packagers : Canal+ Distribution/Canalsat, Mobibase

¹ Mainland France.

Number of TV channels by kind of licence	11.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		7	20	27
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	182	184
Regional/Local		69	104	173
Regional/Local windows		22	0	22
Channels targeting foreign markets		33	54	87
Total		133	360	493
Foreign channels targeting the country		2	43	45

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	Digital Terrestrial	Cable Numéricable	Satellite CanalSat	IPTV Free	IPTV Neufbox
Generalist - national (incl.dedicated)		9	9	9	9	10
Generalist - foreign			8	18	48	33
Adult			5	4	8	4
Children		1	15	18	11	15
Culture / education / documentary		5	12	21	12	15
Minority interest groups			3	1	11	7
Entertainment / TV fiction / games		1	15	15	23	25
Film		2	16	15	23	20
Home shopping			3	4	4	3
International linguistic and cultural			5	14	23	20
Lifestyle / specific leisure / travel			15	16	8	13
Music		4	22	25	36	31
News / business		3	19	29	44	38
Parliament / government / administration		2	2	1	2	2
Regional/Local		34	22	2	26	18
Religion			1	3	10	2
Sports		2	20	21	17	20
Various			6	9	6	7
Total		29 ¹	198	225	321	283

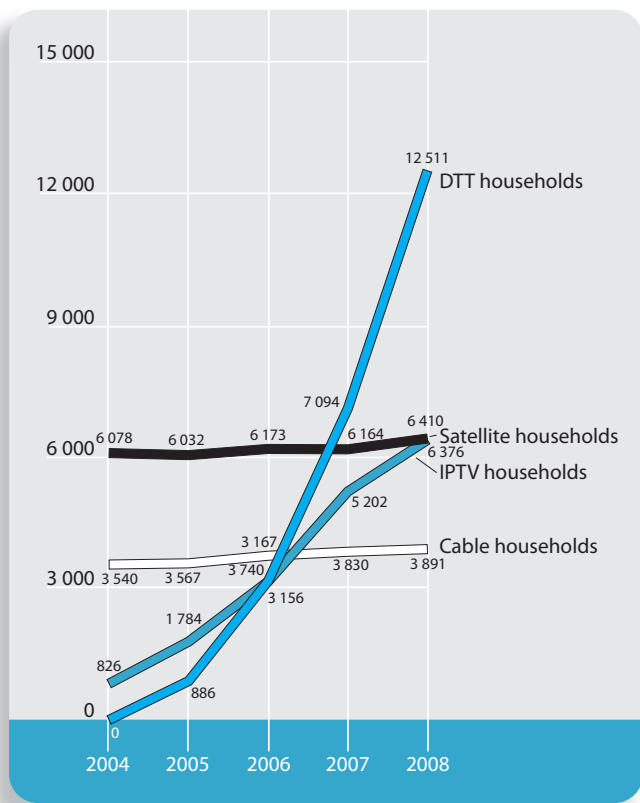
¹ In addition 34 local stations are available in their respective area.

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

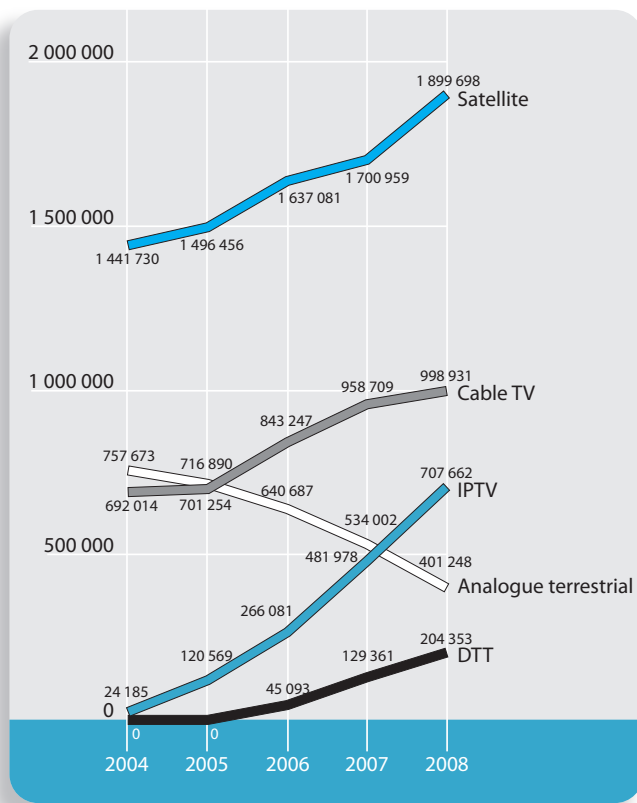
In thousands.



Source: Screen Digest / European Audiovisual Observatory

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

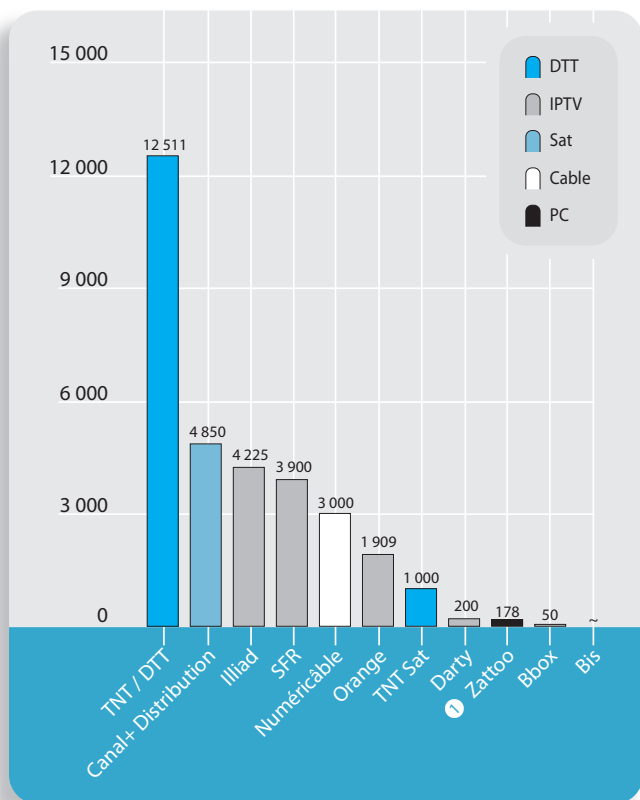
EUR thousand.



Source: Screen Digest / European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.

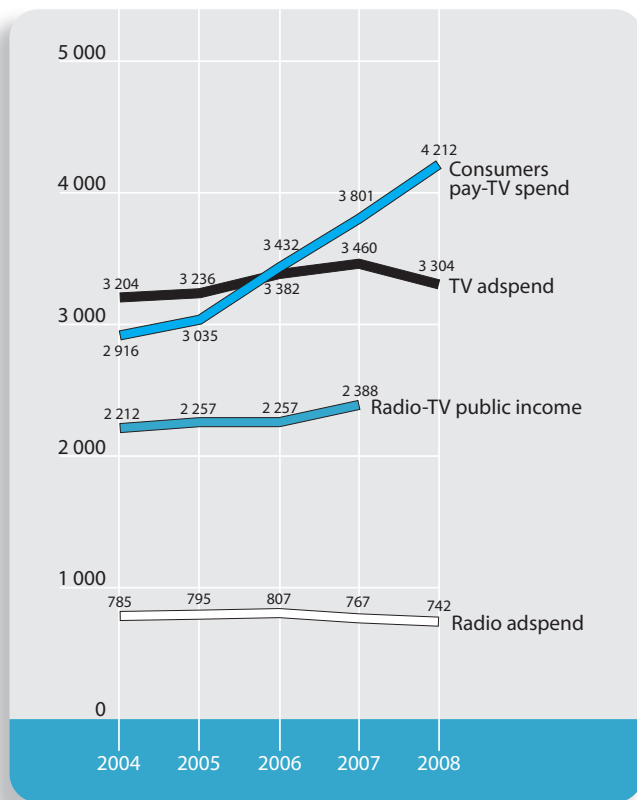


① Service interrupted in 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of main television companies in France

2005-2008 EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
France Télévisions (Broadcasting activities) ①	sptv	France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô	2 552 000	2 640 900	2 704 000	2 579 300	-4,6%
<i>p.m.</i> France 2	sptv	France 2	1 632 300	1 751 191	1 733 266	~	~
<i>p.m.</i> France 3	sptv	France 3	1 481 600	1 543 927	1 597 582	~	~
<i>p.m.</i> France 5	sptv	France 5	289 700	301 857	314 539	~	~
<i>p.m.</i> Réseau France Outre Mer	sptv	France Ô	241 000	260 363	281 265	~	~
<i>p.m.</i> France 4	sptv	France 4	29 000	37 683	50 917	~	~
Canal Plus	paytv	Canal+	1 578 000	1 651 000	1 779 000	1 861 000	4,6%
TF1 S.A.	adtv	TF1	1 736 700	1 798 000	1 824 000	1 759 000	-3,6%
Métropole Télévision	adtv	M6	712 000	741 000	770 000	758 000	-1,6%
Eurosport	thtv	Eurosport (Europe)	370 867	253 091	275 342	318 284	15,6%
Arte France (S.E.P.T.)	sptv	Arte	282 030	285 251	301 488	316 243	4,9%
France 24	thth	France 24	-	35 069	91 580	96 822	5,7%
TV5 Monde	sptv	TV 5	88 209	88 835	87 816	93 855	6,9%
Eurosport France	thtv	Eurosport (France)	58 236	60 510	64 949	64 402	-0,8%
EDI-TV	thtv	M6 Music (4 channels), W9	3 860	8 327	26 586	57 483	116,2%
La Chaîne Info (LCI)	thtv	LCI	45 035	48 299	54 145	46 734	-13,7%
SOCEMIE	thtv	Euronews	38 704	42 013	44 894	~	~
NBC Universal Global Networks	thtv	13eme Rue	~	31 310	45 889	42 232	-8,0%
Canal J	thtv	Canal J	30 212	30 771	31 590	40 984	29,7%
Orange Sports	thtv	Orange Sports	-	-	36	40 373	-
Paris Première	thtv	Paris Première	29 486	33 366	35 876	36 867	2,8%
M6 Boutique la Chaîne	hstv	M6 Boutique	12 023	16 598	27 412	34 746	26,8%
MCM	thtv	MCM	34 004	30 047	31 166	32 231	3,4%
Equipe 24/24	thtv	Equipe TV	18 132	21 473	24 662	28 341	14,9%
Canal Antilles	rtv	Canal Antilles	25 323	26 393	27 105	~	~
NRJ 12	thtv	NRJ 12	1 252	3 888	10 186	24 913	144,6%
TV Breizh	thtv	TV Breizh	10 908	15 599	25 436	22 582	-11,2%
Transtele Canal France International	sptv	CFI	24 465	21 450	21 075	~	~
SEDITV	thtv	Téva	16 180	18 146	18 887	20 589	9,0%
TF6	thtv	TF6	18 854	20 205	23 501	20 335	-13,5%

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

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
France Telecom ②	3play, 3G TV	Livebox		22 899 000	24 264 000	25 236 000	25 657 000	1,7%
SFR ②	3play, 3G TV	Neufbox de SFR		8 603 174	8 619 565	8 934 547	9 315 958	4,3%
Bouygues Telecom ②	3play, 3G TV	bBox		5 255 000	5 410 000	5 739 000	6 329 000	10,3%
Neuf Cegetel ② ③	3play	Neufbox de SFR		1 345 313	3 034 778	3 281 496	3 613 932	10,1%
Etablissements Darty et fils ②	3play	dartybox		1 909 223	2 128 052	2 785 968	2 205 789	-20,8%
Canal+ Distribution est. ④	SAT-TV	Canalsat		1 188 000	1 350 000	2 007 000	~	~
<i>p.m.</i> TPS SNC est.	SAT-TV	TPS		594 900	-	-	-	-
Free ②	3play	Freebox		-	-	1 185 648	1 925 010	62,4%
Numéricable	3play	Numéricable		204 322	273 133	472 423	572 553	21,2%
Telecom Italia ② ⑤	3play	Alice Box		277 784	330 350	415 557	~	~
Canal Satellite Caraïbes	packtv	Canal Satellite Caraïbes		84 763	91 300	106 104	~	~
Est Vidéocommunications	3play	Numéricable		~	~	65 832	70 844	7,6%
Canal Overseas Africa	SAT-TV	Canal+ Horizons		48 461	56 420	63 139	~	~
Canal Satellite Réunion	SAT-TV	Canal Satellite Réunion		42 168	51 539	~	~	~

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

② Total operating revenues, including telecommunication and other activities.

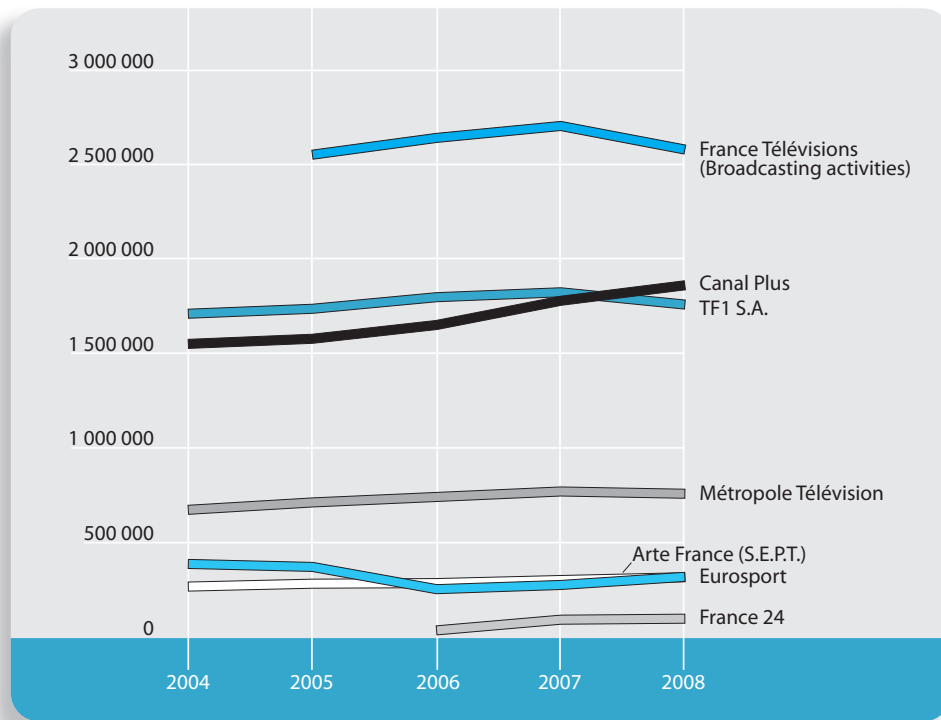
③ Taken over by SFR in 2008.

④ Includes broadcasting activities of thematic channels.

⑤ Taken over by Iliad (Free) in 2008.

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

Operating revenues of main television companies in France (Continued)
2005-2008 EUR thousand.



Source: European Audiovisual Observatory

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

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

TF1 financial situation (consolidated)

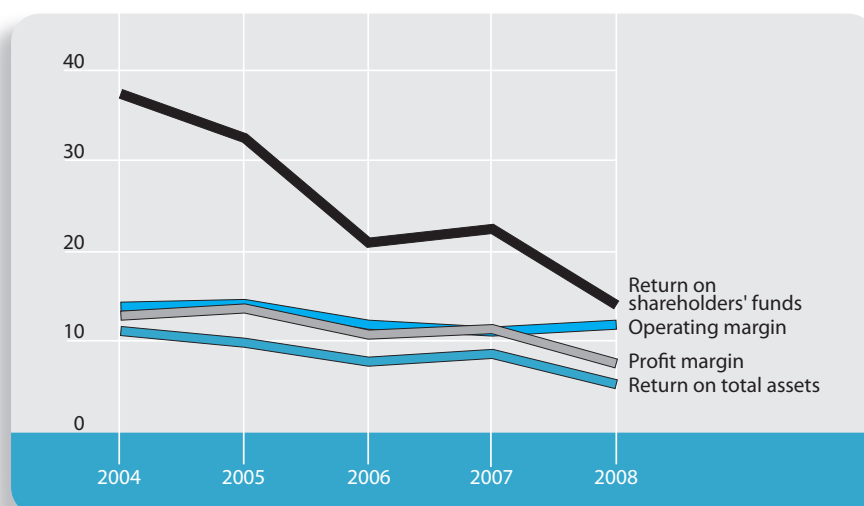
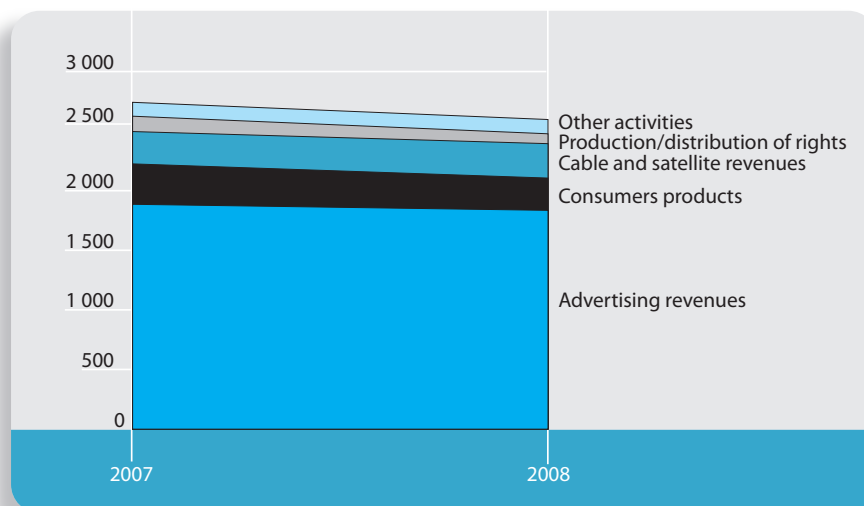
2004-2008 EUR million. The breakdown of revenues has been modified by the Group.

Income	2004	2005	2006	2007	2008	2007	2008	2008/07
Advertising revenues	~	~	~	1 884	1 834	68,8%	70,7%	-2,7%
Consumers products	~	~	~	339	270	12,4%	10,4%	-20,1%
Cable and satellite revenues	~	~	~	271	288	9,9%	11,1%	6,4%
Production/distribution of rights	~	~	~	129	83	4,7%	3,2%	-35,7%
Other activities	~	~	~	116	120	4,2%	4,6%	2,7%
Total turnover	2 850	2 508	2 654	2 739	2 595	100,0%	100,0%	-5,3%
Operating revenues	2 853	2 509	2 658	2 764	2 595			-6,1%

Expenditure	2004	2005	2006	2007	2008	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	1 947	1 684	1 866	1 934	1 726	78,7%	75,4%	-10,7%
Cost of personal	367	349	371	438	445	17,8%	19,4%	1,8%
Depreciation	101	80	82	87	118	3,5%	5,2%	35,7%
Total expenditures	2 415	2 113	2 320	2 459	2 290	100,0%	100,0%	-6,9%

Net result	218,0	244,0	452,3	227,8	163,8			-28,1%
Operating margin (%)	15,4	15,8	12,7	11,0	11,8			

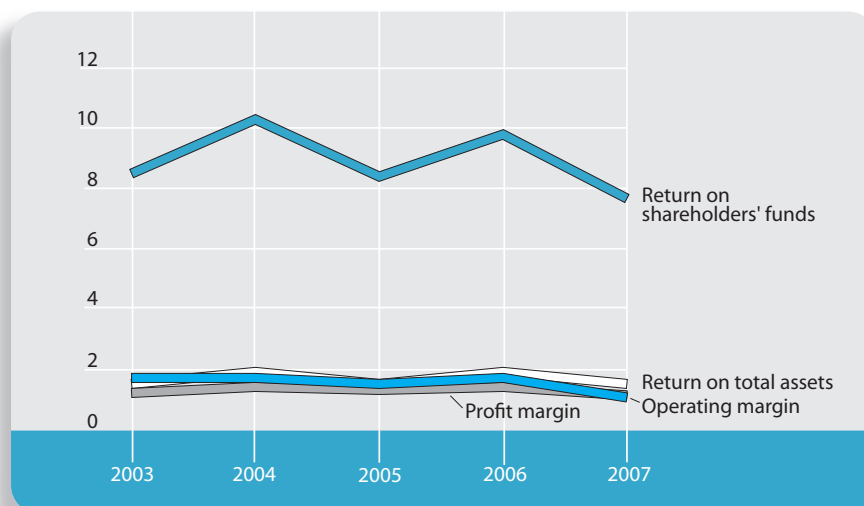
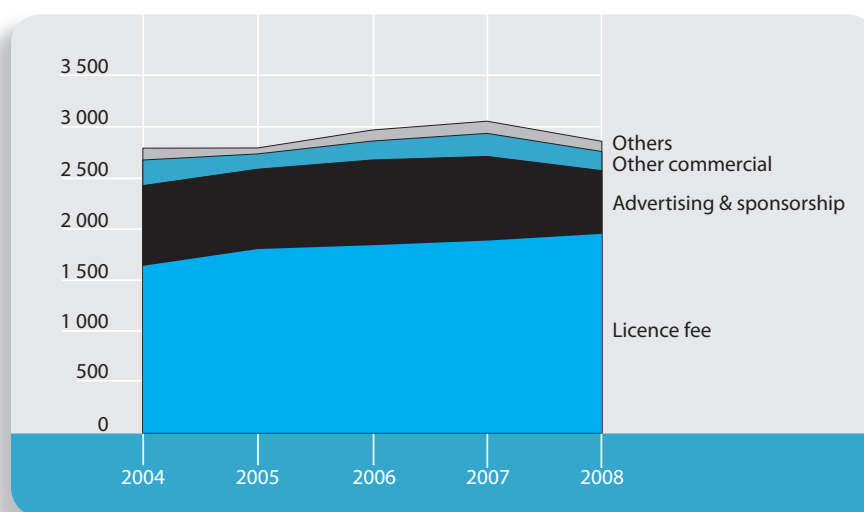
Source: TF1



T.1.FR.3
G.1.FR.3France Télévisions financial situation (consolidated)
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	1 796,8	1 834,3	1 879,5	1 945,3	65,9%	64,3%	64,2%	70,7%	3,5%
- Licence fee	1 796,8	1 834,3	1 879,5	1 945,3	65,9%	64,3%	64,2%	70,7%	3,5%
Total commercial income	930,2	1 018,8	1 048,3	805,0	34,1%	35,7%	35,8%	29,3%	-23,2%
- Advertising and sponsorship	780,5	833,6	823,1	618,5	28,6%	29,2%	28,1%	22,5%	-24,9%
- Other commercial income	149,7	185,2	225,2	186,5	5,5%	6,5%	7,7%	6,8%	-17,2%
Other income	58,2	107,9	119,2	~	-	-	-	-	-
Total turnover	2 727,0	2 853,1	2 927,8	2 750,3	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-6,1%
Operating revenues	2 785,2	2 961,0	3 047,0	~					
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	1 792,0	1 919,0	1 995,0	~	65,4%	66,0%	66,2%	~	~
Costs of personnel	792,0	815,3	857,2	~	28,9%	28,0%	28,4%	~	~
Depreciation	158,0	172,9	163,1	~	5,8%	5,9%	5,4%	~	~
Operating expenditure	2 742,0	2 907,2	3 015,3	~	100,0%	100,0%	100,0%	~	~
Net result	23,9	17,0	23,0	~				~	~
Operating margin (%)	1,5	1,7	1,1						

Source: France Télévisions / European Audiovisual Observatory



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

Financial situation of M6 (consolidated)

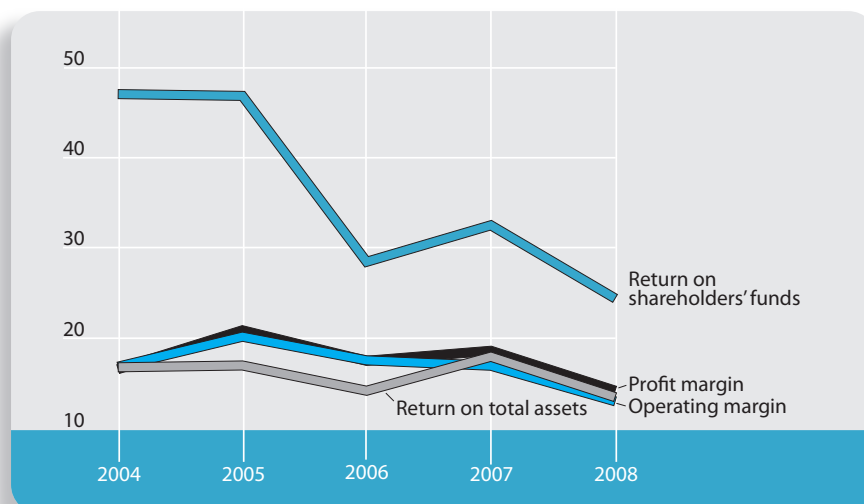
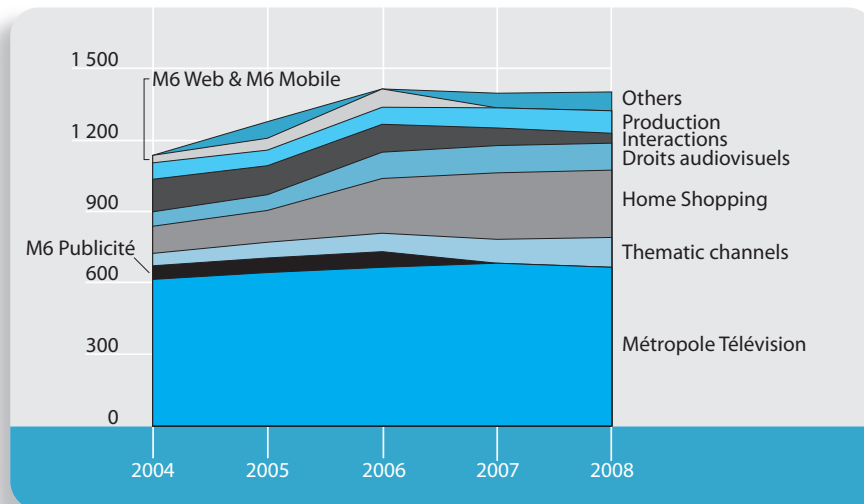
2005-2008

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

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Métropole Télévision	642,4	664,4	681,6	664,5	50,4%	51,8%	50,3%	49,0%	-2,5%
M6 Publicité	61,1	65,6	-	-	4,8%	5,1%	-	-	-
Thematic channels	66	77,2	100	125	5,2%	6,0%	7,4%	9,2%	25,0%
Home Shopping	133,2	229,4	278,6	282,1	10,4%	17,9%	20,5%	20,8%	1,3%
Droits Audiovisuel	65,9	110,2	114,2	112,9	5,2%	8,6%	8,4%	8,3%	-1,1%
Interactions	121,5	116,9	73,8	41,5	9,5%	9,1%	5,4%	3,1%	-43,8%
Production	65,4	71,5	84,4	94,3	5,1%	5,6%	6,2%	7,0%	11,7%
M6 Web & M6 Mobile	49,8	76,6	-	-	3,9%	6,0%	-	-	-
Others	69,4	-	61,3	78,9	5,4%	0,0%	4,5%	5,8%	28,7%
Total (after eliminations)	1 274,7	1 283,4	1 356,4	1 354,9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,1%
Operating revenues	1 338,0	1 300,2	1 376,9	1 367,8					-0,7%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	876 100	814 000	847 200	872 600	79,0%	75,3%	74,1%	73,4%	3,0%
Costs of personnel	153 900	188 500	209 300	217 900	13,9%	17,4%	18,3%	18,3%	4,1%
Depreciation	79 000	78 200	86 200	99 100	7,1%	7,2%	7,5%	8,3%	15,0%
Operating expenditure	1 109 000	1 080 700	1 142 700	1 189 600	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	4,1%
Net result	156 200	408 500	168 700	138 400					-18,0%
Operating margin (%)	20,19	17,57	16,97	13,03					

Source: M6 / European Audiovisual Observatory



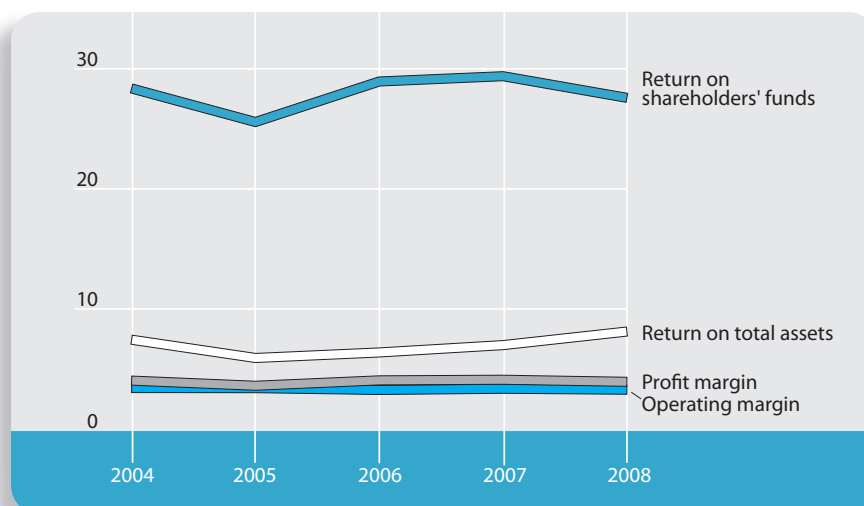
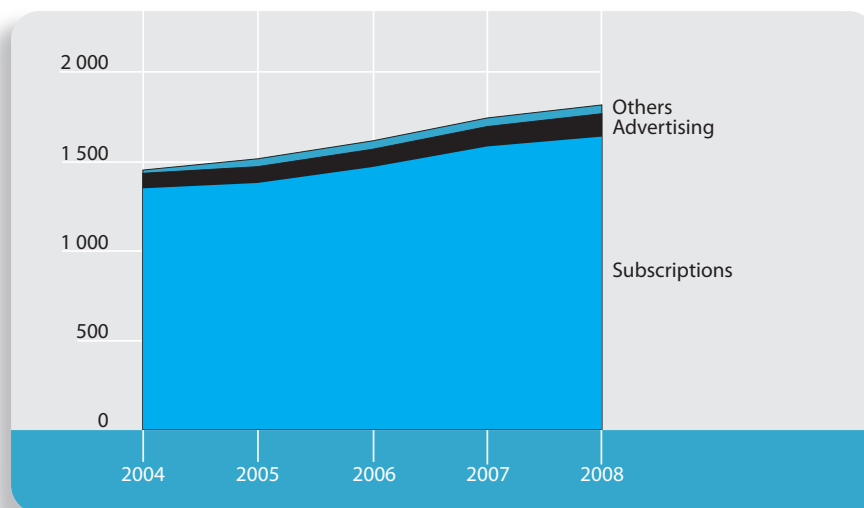
T.1.FR.5
G.1.FR.5Financial situation of CANAL+ (consolidated)
2005-2008 EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Subscriptions	1 377	1 466	1 581	1 636	91,1%	90,9%	90,9%	90,2%	3,5%
Advertising	91	99	111	128	6,0%	6,1%	6,4%	7,1%	15,3%
Others	44	47	48	49	2,9%	2,9%	2,8%	2,7%	2,1%
Total	1 512	1 612	1 740	1 813	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	4,2%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services est.	1 318	1 475	~	~	90%	95%	~	~	~
Cost of personnel	119	65	~	~	8%	4%	~	~	~
Depreciation	23	19	~	~	2%	1%	~	~	~
Operating expenditure	1 460	1 559	1 685	1 753	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	4,0%

Net result	35	42	47	47					0%
Operating margin (%)	3,4	3,3	3,4	3,3					

Source: CANAL+ / European Audiovisual Observatory



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

TV audience market share in France 2004-2008

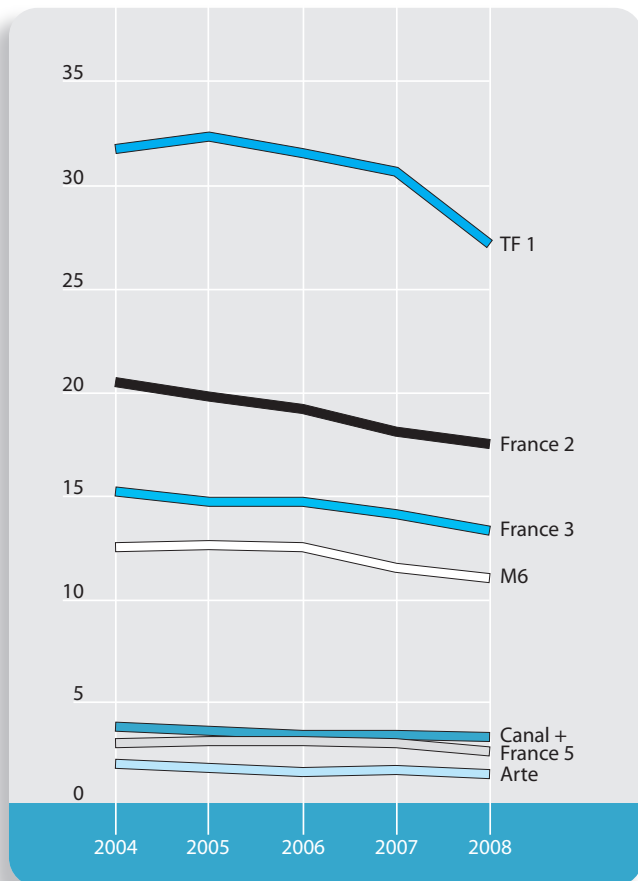
In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:15-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
France 2	20,5	19,8	19,2	18,1	17,5	21,0	20,2	19,6	18,1	17,3
France 3	15,2	14,7	14,7	14,1	13,3	16,1	16,7	16,8	16,0	15,3
France 5 ¹	3,0	3,1	3,1	3,0	2,6	-	-	-	-	-
Arte ¹	2,0	1,8	1,6	1,7	1,5	3,7	3,4	3,1	3,2	2,7
France 4	~	~	~	~	0,9	~	~	~	~	~
French public channels	40,7	39,4	38,6	36,9	35,8	40,8	40,3	39,5	37,3	35,3
TF 1	31,8	32,4	31,6	30,7	27,2	33,4	33,3	33,1	32,6	29,7
M6	12,5	12,6	12,5	11,5	11,0	12,9	12,7	12,6	12,0	11,3
Canal +	3,8	3,6	3,4	3,4	3,3	4,5	4,5	4,4	4,6	4,8
Direct 8	-	~	~	~	0,7	-	~	~	~	~
W9	-	~	~	~	1,8	-	~	~	~	~
TMC	~	~	~	~	2,1	~	~	~	~	~
NT1	-	~	~	~	1,0	-	~	~	~	~
NRJ12	-	~	~	~	1,0	-	~	~	~	~
BFMTV	-	~	~	~	0,4	-	~	~	~	~
i>TELE	~	~	~	~	0,3	~	~	~	~	~
Virgin 17	-	~	~	~	0,5	-	~	~	~	~
Gulli	-	~	~	~	1,5	-	~	~	~	~
Main French private channels	48,1	48,6	47,5	45,6	50,8	50,8	50,5	50,1	49,2	45,8
Others	11,2	12,0	13,9	17,5	13,4	8,4	9,2	10,4	13,5	18,9

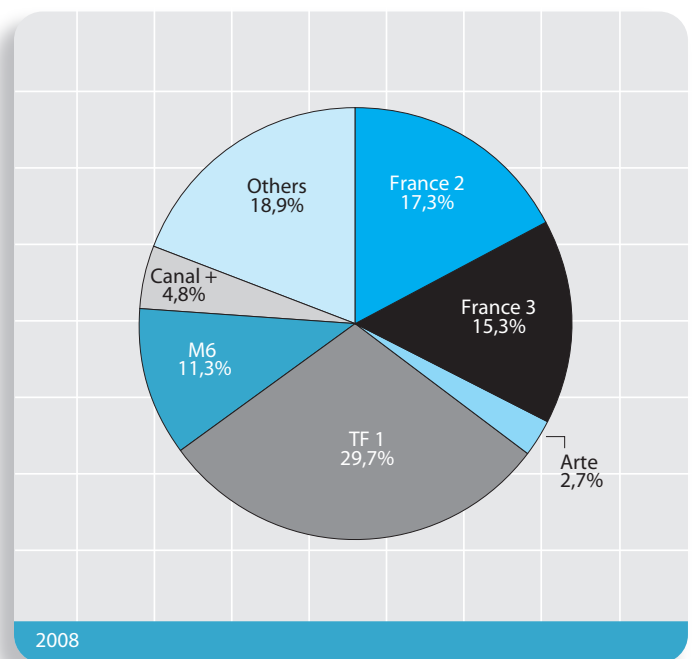
¹ Market shares based on analogue terrestrial viewing only (France 5 before 19:00, Arte after 19:00).

Source: Eurodata TV Worldwide / Médiamétrie - Mediamat

Daily share. In %, 4 years +.



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



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

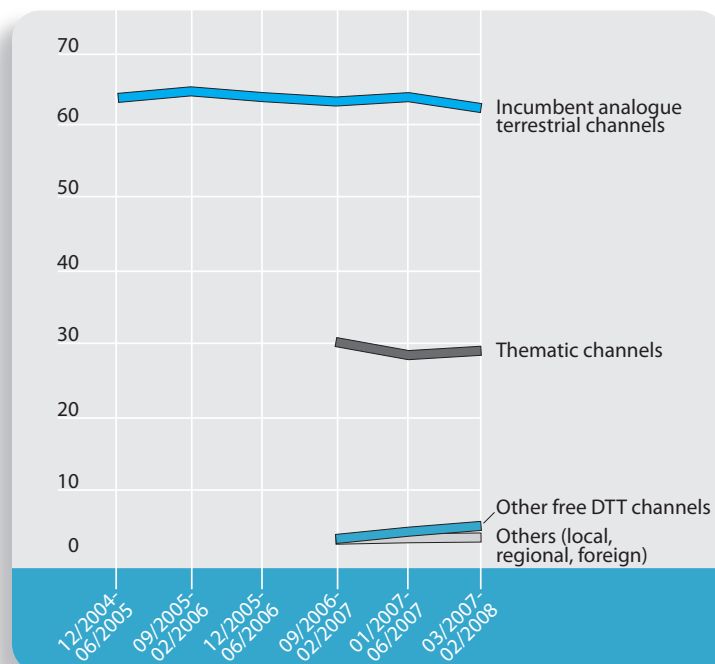
TV audience market share in households subscribing to cable, Canalsat or TPS 2005-2009

In % of subscribing population, 4 years +.

Channels	12/2005-06/2006	09/2006-02/2007	01/2007-06/2007	03/2007-02/2008	3/09/07-17/02/08	31/12/07-15/06/08	1/09/08-15/02/09	29/12/08-14/06/09
TF 1	25,7	24,7	25,3	24,9	24,9	23,4	22,7	22,5
France 2	13,9	13,6	13,5	12,9	12,9	13,3	12,3	13,1
M6	8,4	8,1	8,5	8,6	8,6	8,8	8,9	9,2
France 3	9,5	9,7	9,6	9	9	9,1	8,9	8,3
Canal +	4,3	4,5	4,7	4,4	4,4	4,3	5	4,9
France 5	1,5	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9
Arte	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9
Paris Première	1	1,1	~	~	~	~	~	0,9
13è Rue	1,5	1,6	1,3	1	0,9	0,8	1	0,9
Téva		0,7	0,8	0,9	0,7	0,8	0,8	0,8
Tiji	2	1,9	1,7	0,9	0,7	0,8	0,6	0,7
Comédie	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7
Discovery Channel					0,3	0,3	0,5	0,7
Jetix / Disney XD					0,3	0,6	0,7	0,7
Canal J	1,6	1,5	1	1	1	1	0,7	0,6
Disney Channel	1,5	1,6	1,3	0,8	0,5	0,6	0,7	0,6
Série Club	1,1	1	0,6	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6
Sport+		0,7	0,7	0,8	0,7	0,6	0,5	0,6
Playhouse Disney					0,3	0,4	0,5	0,6
SciFi					0,3	0,4	0,5	0,5
Ciné Cinéma Premier	1,2	1,1	0,9	1	0,6	0,6	0,5	0,4
Cine Cinéma Frissons		1,1	0,9	0,8	0,5	0,5	0,4	0,4
Planète					0,3	0,3	0,4	0,4
Planète No Limit					0,3	0,3	0,3	0,4
Canal+ Sport	2,4	2,5	2,1	2	~	~	~	~
TV Breizh	1,7	1,6	1,5	~	~	~	~	~
Eurosport	2,4	1,6	1,8	1,4	~	~	~	~
Canal+ Décalé	1,7	1,5	1,2	1,3	~	~	~	~
RTL9	1,5	1,4	1,3	~	~	~	~	~
TMC Monte Carlo	1,2	~	~	~	~	~	~	~
LCI	1	1	1	~	~	~	~	~
TF6	2,2	2	1,2	~	~	~	~	~
Canal+ Cinéma	1,3	1,1	0,9	0,9	~	~	~	~

Source: Médiamétrie

In % of subscribing population, 4 years +.



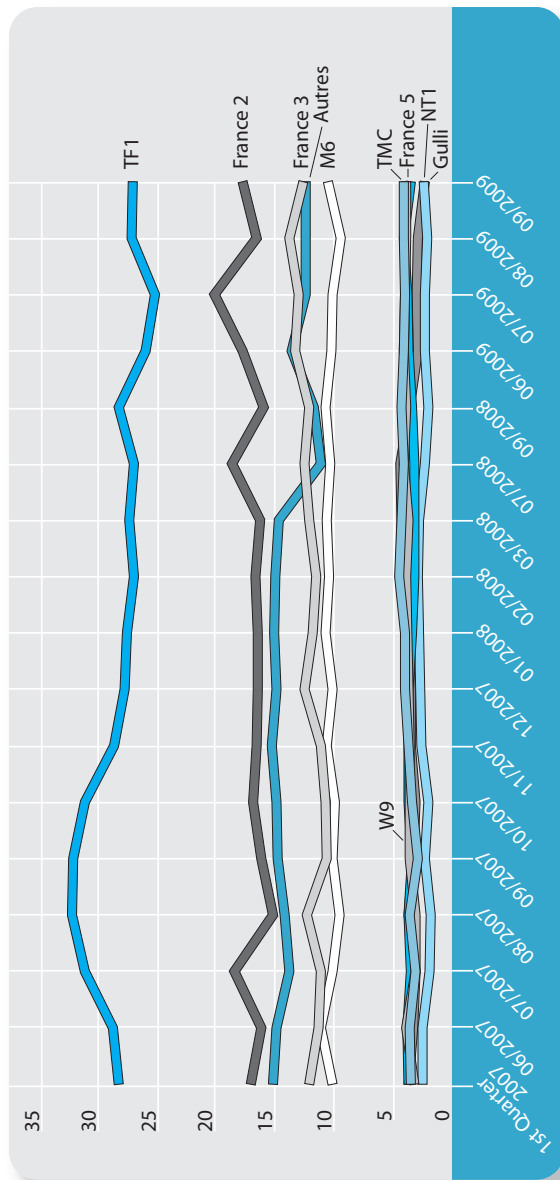
TV audience market share in households subscribing to digital terrestrial television

2006-2009 In % of population equipped with DTT, 4 years +.

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

Channels	1 st Quarter 2007	06/ 2007	07/ 2007	08/ 2007	09/ 2007	10/ 2007	11/ 2007	12/ 2007	01/ 2008	02/ 2008	03/ 2008	07/ 2008	09/ 2008	06/ 2009	07/ 2009	08/ 2009	09/ 2009
TF1	28,5	29	31,4	32,5	32,4	31,4	28,9	28	27,8	27,2	27,6	27,2	28,5	26,2	25,4	27,4	27,3
France 2	17,2	16,3	18,6	15,3	16,3	17	16,7	16,6	16,6	16,8	16,4	18,8	16,1	17,9	20,3	16,7	17,9
France 3	12,2	11,4	11,2	12,4	10,7	10,8	11,2	12,6	11,9	11,6	12,2	12,6	12,2	13,4	13,1	13,9	12,7
M6	10,2	11,2	10,2	9,6	10,2	10	10,7	10,2	10,8	10,5	10,7	10,4	10,8	10,3	10,2	9,5	10,6
TMC	3,5	3,6	3,1	3,6	2,9	3,4	3,7	4	4	4,5	4,3	4,1	4,3	4,1	4	4,1	4,1
W9	3,2	3,9	3,1	3,1	3,6	3,6	3,6	3,7	3,8	3,9	3,7	4,1	3,9	4,1	4	3,9	3,9
France 5	3,7	3,8	3,5	3,7	3,4	3,7	3,7	3,7	3,4	3,2	3,2	3,2	3,4	3,7	3,8	4,1	3,5
NT1	2,5	2,5	1,9	1,8	2,3	2	2,6	2,7	2,8	2,9	2,8	2,3	2	2,3	2,3	2,1	2,4
Gulli	3,7	3,3	3,1	3,7	3,3	3,1	3,5	3,5	3,7	4,3	4,3	4,4	3,6	2,9	3	2,9	2,3
Direct8	0,7	1	0,9	1	1	1,2	1,4	1,5	1,4	1,5	1,4	1,6	1,8	2,3	2,4	2,3	2,3
NRJ 12	1,3	1,9	1,6	1,7	1,6	1,7	2,1	2,3	2,4	2,5	2,3	2,1	2,3	2,4	2,1	2,1	2,2
ARTE	1,5	1,7	1,6	1,9	1,6	1,5	1,7	1,6	1,7	1,6	1,6	1,7	1,6	1,8	1,9	2,3	2
Canal+	2,6	1,8	1,2	1,3	2,1	2,1	1,9	2,1	1,9	2,2	1,8	0,8	1,9	1,6	1	1,5	1,9
France 4	1,1	1,6	1,4	1,7	1,2	1,1	1,5	1,6	1,6	1,4	1,7	1,9	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7
Europe 2 TV / Virgin 17	1,6	2,4	1,9	1,6	1,3	1,2	1,3	1,2	1,5	1,5	1,2	1,4	1,2	1,4	1,2	1,2	1,2
BFM TV	0,7	0,8	1	0,9	0,8	0,7	0,8	0,9	0,8	0,7	0,7	1	0,6	1,5	1,4	0,7	0,6
i>TELE	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,5	0,7	0,6	0,9	0,8	0,7	0,6
Autres	4,9	3	3,5	3,5	4,6	4,9	4,1	3,2	3,4	3,3	3,6						
% of TV households equipped with DTT	16,9%	~	20%	~	~	23,5%	~	~	28,2%	32,4%	34,9%	~	~	~	40,6%	~	41,1%

Source: Médiamétrie



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

T.1.FR.9

The 40 leading TV production companies in France

2004-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	GMT Productions	Fiction	82 730	~	~	~	~	~
2	Alma Productions	Fiction	27 901	21 460	35 205	70 548	~	~
3	Marathon	Fiction, animation, children, documentary	49 886	44 649	45 745	49 334	52 720	6,9%
4	Telfrance Serie	Fiction	17 813	~	47 833	50 572	49 211	-2,7%
5	Adventure Line Productions	Games, formats	35 370	31 212	35 605	38 572	44 376	15,0%
6	DEMD Productions (377608377)	Fiction	52 193	46 558	42 081	43 160	~	~
7	JLA Productions	Fiction	53 606	42 536	38 927	39 960	~	~
8	Métropole Production	Animation	31 191	30 656	34 452	37 074	38 574	4,0%
9	Alphanim	Animation	24 957	30 829	27 015	38 057	~	~
10	Tout sur l'écran Productions	Entertainment	33 947	~	~	37 536	~	~
11	Aubes Productions	Fiction	29 844	~	16 196	33 637	~	~
12	17 Juin Media	News	23 905	27 077	26 296	26 686	32 883	23,2%
13	GLEM / TF1 Productions	Entertainment	68 004	50 634	43 462	35 013	32 395	-7,5%
14	Société Son et Lumière	Fiction	31 380	30 532	20 003	30 546	~	~
15	Cipango Société nouvelle	Fiction, feature films	5 865	2 467	13 238	21 817	29 951	37,3%
16	Telfrance	Fiction, feature, documentary, entertainment	45 789	34 558	28 517	36 066	29 388	-18,5%
17	Productions DMD	Entertainment	28 398	28 398	28 029	30 127	~	~
18	KM Presse	Magazines	8 948	28 634	~	~	~	~
19	MFP - Multimedia France Production	Documentary, science	15 188	20 753	22 485	28 622	~	~
20	Chabaliere Associates Press Agency (CAPA)	News	25 165	27 573	28 457	28 038	~	~
21	Marathon Media	Animation	14 630	19 492	26 039	21 925	27 685	26,3%
22	Jour'd'hui Mitchell Productions	Fiction	2 495	3 307	16 884	18 232	27 324	49,9%
23	Europe News	News	23 012	23 404	23 362	26 721	26 249	-1,8%
24	ICT Images cinématographiques et télévisuelles	Fiction	8 876	8 239	17 818	26 199	~	~
25	Calt Production	Fiction	11 489	16 706	12 459	26 136	~	~
26	Image Compagnie	Fiction	15 605	18 797	42 963	24 846	~	~
27	Carrere Group SA	Animation	43 918	27 046	24 794	~	~	~
28	Fremantlemedia France	Entertainment	24 207	~	~	~	~	~
29	Air Productions	Entertainment	8 992	9 531	10 332	19 817	23 006	16,1%
30	Moonscoop SAS	Animation	1 859	27 681	22 444	22 703	~	~
31	Tout Audiovisuel Productions - TAP	Fiction	10 562	12 739	16 555	21 433	~	~
32	VM Group	Scientific programmes	20 743	~	~	~	~	~
33	Gedeon Programmes	Documentary, magazines, films	16 345	17 404	17 878	20 595	~	~
34	Alizés Films	Fiction	14 597	18 786	20 228	~	~	~
35	Ellipsanime	Animation	25 588	18 101	19 875	~	~	~
36	Angel Productions	Magazines	41 208	~	27 774	19 672	~	~
37	Merlin Productions	Fiction	3 930	2 720	3 521	19 235	~	~
38	Agat Films & Cie	Documentary, science, animation	25 131	19 720	20 522	17 344	19 046	9,8%
39	Starling	Entertainment, events	25 240	24 418	23 459	18 255	18 852	3,3%
40	Futurikon	Animation	12 815	18 263	23 965	18 796	~	~

Source: European Audiovisual Observatory

In 2008, the public service channel BBC 1 was still the service most watched by all UK households (21.8% audience share, just one percentage down from 2 years ago), followed by ITV1 (18.4%). The phenomenon of the erosion of the incumbent channels' market share continues at the same time as the increase in the penetration of multichannel offerings. The audience shares of BBC2, Channel 4 and five are also gradually declining.

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

Analogue broadcasting in the United Kingdom is to be switched off in regional stages between 2008 and 2012. The first major stages in the transition began in 2008. Switch-off will have taken place in 20% of homes by the end of 2009. 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 reserved for the BBC. The broadcasters that have DTT HD licenses are Channel 5, BBC, ITV, and Channel 4/S4C. HDTV will be launched on the DTT platform region by region (coinciding with the switch-off process) from December 2009.

The United Kingdom has one of the highest digital penetration rates in Europe. Ofcom's Communications Market Report 2008 shows that at the end of 2008, 87.1% of all households received digital TV (at the end of Q1 2009 this had reached almost 90%), i.e. 22.7 million homes. This is mainly accounted for by the high levels of DTT uptake, and also that of digital satellite. At the same time the digitisation of cable services network had reached 96%.

In March 2009, the breakdown for means of reception of the main TV sets was as follows: 9.8 million households received digital terrestrial television (only), 9.4 million satellite and 3.65 million cable. Digital terrestrial television has thus become the country's primary digital platform. In March 2009, Freeview (a free-to-air digital terrestrial platform) was received by about 9.7 million households and Top Up TV (a digital terrestrial pay-TV platform) had 0.2 million subscribers. The 9.4 million households that mainly receive television by satellite are split between subscribers to BSkyB (over 8.9 million households at the end of March 2009) and households that receive a free-to-air satellite service. In May 2008, the BBC and ITV launched Freesat, a free-

En 2008, sur l'ensemble des foyers, la chaîne publique BBC1 reste la chaîne la plus regardée (21,8 % de parts d'audience, soit 1 % de moins qu'en 2006) suivie de ITV1 (18,4 %). Le phénomène d'érosion des parts de marché des chaînes historiques se poursuit à mesure que croît la pénétration du multi-chaîne. Les parts de marché d'audience de BBC2, de Channel 4 et de five continuent de reculer.

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. Ainsi, Channel 4 a lancé 4Music et 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.

La radiodiffusion analogique sera abandonnée au Royaume-Uni, par étapes régionales, entre 2008 et 2012. Les premières étapes majeures de la transition ont débuté en 2008. D'ici la fin 2009, 20 % des foyers seront entièrement passés au numérique. En juillet 2008, l'Ofcom a lancé un appel à candidatures pour l'attribution de deux licences HD sur le multiplex B, une troisième licence HD étant réservée à la BBC. Les radiodiffuseurs disposant d'une licence TNT HD sont Channel 5, BBC, ITV et Channel 4/S4C. L'HDTV sera lancée sur la plate-forme TNT région par région, parallèlement au processus d'extinction des transmissions analogiques, à partir de décembre 2009.

Le Royaume-Uni détient l'un des taux de pénétration du numérique les plus élevés d'Europe. *Communications Market*, le rapport 2008 de l'autorité britannique de régulation des communications (Ofcom), indique que, fin 2008, 87,1 % des foyers recevaient la télévision numérique (et pratiquement 90 % à la fin du 1^{er} trimestre 2009), soit 22,7 millions de foyers. C'est principalement dû au niveau élevé de pénétration de la TNT et de la diffusion numérique par satellite. Parallèlement, la numérisation des réseaux câblés atteignait 96 %.

En mars 2009, la répartition des modes de réception sur les récepteurs principaux est la suivante : (seulement) 9,8 millions de foyers connectés au numérique terrestre, 9,4 millions de foyers au satellite et 3,65 millions de foyers au câble. Ainsi, le numérique terrestre est devenue la première plate-forme numérique du pays. En mars 2009, Freeview (plate-forme numérique terrestre gratuite) est reçue par environ 9,7 millions de foyers et Top-Up TV (plate-forme numérique terrestre payante) compte 0,2 million d'abonnés. Les 9,4 millions de foyers recevant la télévision principalement par satellite sont répartis entre abonnés à BSkyB (plus de 8,9 millions de foyers fin mars 2009) et

Der öffentlich-rechtliche Sender BBC1 hatte auch 2008 bei allen Haushalten insgesamt die höchsten Einschaltquoten mit einem Marktanteil von 21,8 % (nur ein Prozent weniger als vor zwei Jahren), gefolgt von ITV1 mit 18,4 %. Beide Sender verlieren allerdings in dem Maße, wie die Penetrationsrate des Multikanalangebots steigt, immer mehr Marktanteile. Die Zuschauermarktanteile von BBC2, Channel 4 und five gehen weiter 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 die Kanäle 4Music und 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 analogen Signale werden im Vereinigten Königreich ab 2008 schrittweise bis 2012 in allen Regionen abgeschaltet. Die erste entscheidende Phase der Umstellung begann 2008. Bis Ende 2009 wird die Umstellung in 20 % der Haushalte erfolgt sein. 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. Sender mit DVB-T-HD-Lizenzen sind Channel 5, BBC, ITV und Channel 4/S4C. HDTV wird auf der DVB-T-Plattform schrittweise ab Dezember 2009 gestartet (parallel zur Analogabschaltung).

Das Vereinigte Königreich hat eine der höchsten digitalen Penetrationsraten in Europa. Aus dem Communications Market Report 2008 der Ofcom geht hervor, dass Ende 2008 87,1 % aller Haushalte Digitalfernsehen empfangen konnten (am Ende des 1. Quartals 2009 waren es fast 90 %), d.h. 22,7 Mio. Haushalte. Dies ist in erster Linie zurückzuführen auf die starke Verbreitung des digitalen terrestrischen Fernsehens und des digitalen Satellitenempfangs. Gleichzeitig hatte die Digitalisierung der Kabelnetze 96 % erreicht.

Im März 2009 verteilte sich die Übertragungsart auf die Hauptempfangsgeräte wie folgt: 9,8 Mio. Haushalte waren (nur) an die terrestrische Digitaltechnik angeschlossen, 9,4 Mio. Haushalte an die digitale Satellitentechnik und 3,65 Mio. Haushalte ans Kabel. Die terrestrische Digitaltechnik wurde somit zur wichtigsten digitalen Plattform des Landes. Im März 2009 wurde Freeview (kostenlose digitale terrestrische Plattform) von etwa 9,7 Mio. Haushalten empfangen und Top-Up TV (kostenpflichtige digitale terrestrische Plattform) hatte 0,2 Mio. Abonnenten. Die 9,4 Mio. Haushalte, die

to-air digital satellite distribution platform that permits access to about 80 television channels and radio stations. In March 2009, about 500,000 households were receiving programmes in this way.

The main cable operator, Virgin Media, 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). At the end of 2008, Virgin Media had approximately 3.6 million cable customers, of which 3.5 million had digital cable services.

IPTV is not a significant platform in the UK. 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 May 2009 Tiscali UK was then sold to the Carphone Warehouse Group UK. There are no recent figures available for the Tiscali IPTV service subscribers. In March 2009, Ofcom estimated the number of households that mainly receive their television by ADSL at about 100,000 (50% more than 2008). This figure does not include all the subscribers to BT Vision, some of whom receive programmes transmitted via digital terrestrial television and not via the internet. By the end of March 2009, the total number of subscribers to BT Vision was about 423,000.

In response to a request made in March 2007 by BT, Setanta, Top Up TV, and Virgin Media, Ofcom opened 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 examined control over content, ownership of distribution platforms, retail subscriber bases and vertical integration. A second consultation on this issue was launched in May 2009. It is Ofcom's opinion that Sky has gained a position of market power regarding both premium sports and movies. The proposals under discussion include: the separation of standard film rights from video on demand rights; and reviewing the method for allocation of football rights.

The satellite operator Setanta experienced a financial crisis in 2009. While the Irish operation survived, Setanta UK dissolved and the channels ceased transmitting in the UK in June 2009. The football rights held by Setanta UK were taken over by the US company ESPN (owned by Disney).

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 wanted to

foyers recevant une offre satellitaire gratuite. 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. En mars 2009, ce mode de réception concerne environ 500 000 foyers

Le principal câblo-opérateur, Virgin Media, contrôle plus de 90 % du marché du câble et a lancé la première offre « quadruple play » du pays (télévision, Internet haut débit, téléphonie fixe et mobile). Fin 2008, Virgin Media comptait quelque 3,6 millions d'abonnés au câble, dont 3,5 millions à des services numériques.

L'IPTV n'est pas un mode de distribution important au Royaume-Uni. Les principaux fournisseurs de services de télévision par protocole IP sont la société Video Networks (Homechoice), rachetée en 2006 par Tiscali, ainsi que l'opérateur de télécommunication historique BT (BT Vision). En mai 2009, Tiscali UK a été vendu à Carphone Warehouse Group UK. Aucun chiffre récent n'est disponible sur les abonnés au service IPTV de Tiscali. En mars 2009, l'Ofcom estime à 100 000 environ (50 % de plus qu'en 2008) le nombre de foyers recevant principalement la télévision par ADSL. Ce nombre n'inclut pas tous les abonnés à BT puisque certains reçoivent la télévision via le réseau numérique terrestre. Fin mars 2009, le nombre total d'abonnés à BT Vision s'élève à environ 423 000.

Suite à une demande déposée en mars 2007 par BT, Setanta, Top Up TV et Virgin Media, l'Ofcom a ouvert 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 le contrôle des contenus, la propriété des plates-formes de distribution, les bases de données d'abonnés et l'intégration verticale. Une seconde consultation sur cette question a été lancée en mai 2009. L'Ofcom estime que Sky a acquis une position dominante sur le marché des sports et des films premium. Les discussions portent sur la séparation entre les droits standard des films et les droits de la vidéo à la demande et la modification du procédé d'attribution des droits du football.

L'opérateur par satellite Setanta a connu une crise financière en 2009. Alors que la branche irlandaise a survécu, Setanta UK a été dissoute et les chaînes ont arrêté d'émettre au Royaume-Uni en juin 2009. Les droits du football détenus par Setanta UK ont été repris par la compagnie américaine ESPN (appartenant à Disney).

En avril 2008, la Commission européenne a ouvert une enquête sur le financement,

das Fernsehprogramm hauptsächlich über Satellit empfangen, teilen sich auf in Abonnenten bei BSkyB (über 8,9 Mio. Haushalte Ende März 2009) und Haushalte mit einem kostenlosen Satellitenangebot. Im Mai 2008 haben BBC und ITV Freesat gestartet, eine kostenlose digitale Satellitenplattform, die etwa 80 Fernseh- und Hörfunksender anbietet. Im März 2009 betraf dies rund 500 000 Haushalte.

Der wichtigste Kabelbetreiber, Virgin Media, kontrolliert über 90 % des Kabelmarktes und startete das erste Quad-Play-Angebot (Fernsehen/Breitbandinternet/Telefon/Handy) des Landes. Ende 2008 hatte Virgin Media bereits rund 3,6 Mio. Kabelkunden, davon 3,5 Mio. mit digitalem Anschluss.

IPTV spielt im UK keine bedeutende Rolle. 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 Mai 2009 wurde Tiscali UK an die Carphone Warehouse Group UK verkauft. Es gibt keine neueren Zahlen über die Abonnenten des Tiscali IPTV-Dienstes. Im März 2009 schätzte die Ofcom die Zahl der Haushalte, die Fernsehen hauptsächlich via DSL empfangen, auf etwa 100 000 (50 % mehr als 2008), von denen ein Teil das Programm digital terrestrisch und nicht im Internet empfängt. Ende März 2009 hatte BT Vision etwa 423 000 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 eingeleitet. 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 Kontrolle der Inhalte, den Besitz der Verbreitungsplattformen, die Abonnenten-Datenbanken und die vertikale Integration. Eine zweite Untersuchung zu diesem Thema fand im Mai 2009 statt. Nach Auffassung der Ofcom hat Sky inzwischen seine Marktmacht sowohl beim Premiumsport als auch bei den Spielfilmen ausgebaut. Derzeit wird unter anderem über folgende Vorschläge diskutiert: eine Trennung der Rechte für Standardfilme von den Video-on-Demand-Rechten und eine Überprüfung der Methode für die Vergabe der Fußballübertragungsrechte.

Der irische Pay-TV-Sender Setanta ist 2009 in eine schwere Finanzkrise geraten. Setanta Ireland konnte zwar überleben, doch Setanta UK musste Insolvenz anmelden und stellte im Juni 2009 seinen Sendebetrieb ein. Die Fußballrechte von Setanta UK wurden von dem US-Unter-

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. In November 2008, the UK government decided to abandon this proposal and instead examine switch-over costs in the context of the broader initiatives for Digital Britain.

In May 2009, the UK broadcasting regulator Ofcom announced further changes to the rules on advertising and tele-shopping in an ongoing review of advertising regulation. The long term aim is to harmonise the rules on amount of advertising applying to private and public broadcasters.

Debates on public service continued with the second Ofcom public service review and the publication by the UK government of "Digital Britain" in January 2009. One major proposal involves the establishment of a second public service organisation alongside the BBC. This could involve a merger of Channel 4 and BBC Worldwide but this has yet to be decided.

In March 2009, the UK government announced plans for implementing the Audiovisual Media Services Directive. In September 2009 the UK Culture Secretary announced that the ban on product placement would be lifted for commercial television channels. For non-linear/ video on demand services, a co-regulatory system will be established with the industry. The government also announced plans to ensure that non-EU satellite television channels uplinked from the UK will be required to have a broadcasting licence issued by Ofcom.

par les autorités britanniques, des frais d'investissement liés au passage de Channel 4 au numérique. Elle voulait examiner si cette subvention était susceptible de fausser la concurrence sur le marché unique. En octobre 2007, les autorités britanniques avaient 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. En novembre 2008, le gouvernement britannique a décidé d'abandonner cette proposition et d'examiner plutôt les frais de transition dans le contexte des initiatives plus étendues de Digital Britain.

En mai 2009, l'Ofcom a annoncé d'autres modifications des règles imposées à la publicité et au téléachat dans le cadre d'une révision continue de la réglementation relative à la publicité. L'objectif à long terme est d'harmoniser les règles relatives à la quantité de publicité s'appliquant aux radiodiffuseurs privés et publics.

Les débats sur le service public se sont poursuivis avec le deuxième examen du service public de l'Ofcom et la publication par le gouvernement britannique de « Digital Britain » en janvier 2009. Une proposition majeure concerne l'établissement d'une seconde organisation de service public à côté de BBC. Une fusion entre Channel 4 et BBC Worldwide est envisagée, mais la décision reste à prendre.

En mars 2009, le gouvernement britannique a annoncé son projet de transposition de la Directive Services de médias audiovisuels. Le placement de produit restera interdit, la politique devant être révisée en 2011-2012. Pour les services non-linéaires/de vidéo à la demande, un système de co-régulation sera établi avec l'industrie. Le gouvernement a également fait part de son intention de s'assurer que les chaînes de télévision par satellite hors UE émettant depuis le Royaume-Uni devront disposer d'une licence de diffusion délivrée par l'Ofcom.

nehmen ESPN (einer Disney-Tochter) übernommen.

Im April 2008 hat die Europäische Kommission gemäß den EG-Beihilfavorschriften 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 wollte 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. Im November 2008 beschloss die britische Regierung, nicht mehr an diesem Vorschlag festzuhalten und stattdessen die Kosten für die Umschaltung im Zusammenhang mit umfassenderen Initiativen für Digital Britain zu prüfen.

Im May 2009 kündigte die britische Regulierungsbehörde Ofcom weitere Änderungen der Regeln für Werbung und Teleshopping im Rahmen einer allgemeinen Überprüfung der Werberichtlinien an. Langfristig sollen die Vorschriften für den Umfang der Werbung im öffentlich-rechtlichen und im Privatfernsehen angeglichen werden.

Nach der Veröffentlichung des zweiten Ofcom-Berichts über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Großbritannien und des Regierungsberichts über „Digital Britain“ im Januar 2009 geht die Diskussion über den Umbau des öffentlich-rechtlichen Fernsehen weiter. Einer der zentralen Vorschläge ist, einen zweiten öffentlich-rechtlichen Sender neben BBC zu gründen. Dies könnte eine Fusion von Channel 4 und BBC Worldwide bedeuten, aber noch ist nichts entschieden.

Im März 2009 hat die britische Regierung Pläne für eine Umsetzung der Richtlinie über die audiovisuellen Mediendienste angekündigt. Produkt-Placement soll auch in Zukunft verboten bleiben. Die Maßnahmen sollen 2011-2012 überprüft werden. Für nicht-lineare Dienste/ Video-on-Demand soll ein Koregulierungssystem zusammen mit der Industrie eingeführt werden. Die Regierung hat angekündigt, dass Nicht-EU-Fernsehsender, die über einen Satelliten-Uplink aus UK senden, in Zukunft eine Lizenz der Ofcom haben müssen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	61 635	Eurostat
Households		–	26 541	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		96,1%	25 500	OFCOM
Cable TV households		13,7%	3 630	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		13,1%	3 478	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		36,6%	9 725	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		32,6%	8 665	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1,7%	463	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		66,7%	17 700	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		87,1%	23 117	OFCOM / European Audiovisual Observatory (as at 31.3.2009)
Households with PC		71,0%	19 938	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		59,8%	15 883	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	559	Screen Digest
Mobile broadcast TV receivers		–	1	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	3	Smallworld Cable, Virgin Media, Wight Cable 2005
Satellite packagers	2	British Sky Broadcasting (Sky), Freesat
IPTV packagers	3	BT, IP Vision (Fech TV), Tiscali UK
DTT multiplex operators and packagers	7	5 multiplex operators and 2 packagers (DTV Services/Freeview and Top-Up TV)
Mobile phone TV packagers	2	Hutchinson 3 G and T-Mobile UK

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		21	63	84
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		7	473	480
Regional/Local		6	4	10
Regional/Local windows		13	31	44
Channels targeting foreign markets		13	461	474
Total		60	1 032	1 092
<i>Foreign channels targeting the country</i>		3	15	18

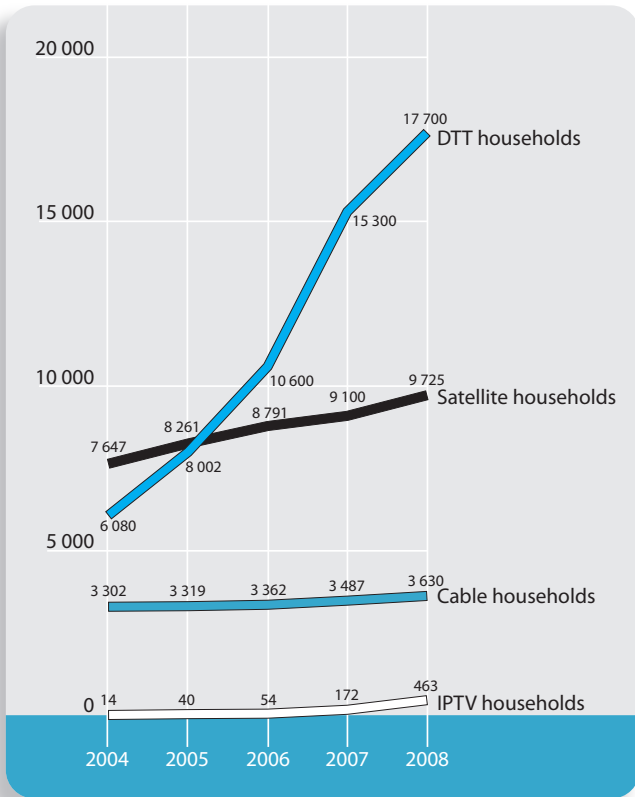
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial Freeview	Cable Virgin media	Satellite Sky (Full offer)	Satellite Freesat	IPTV Tiscali
Generalist - national		5	6	4	6	5
Generalist - foreign			1	4		
Adult			11	21		
Children		3	18	25	7	14
Culture/ education/ documentary		5	17	24	3	11
Minority interest groups			4	16	3	1
Entertainment/ TV fiction/ games		11	38	57	12	19
Film		2	19	31	5	6
Home shopping		5	8	28	13	4
International linguistic and cultural			1	3	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			9	16	2	3
Music		2	16	25	7	6
News/ business		4	11	28	7	4
Parliament/ government/ administration		2	1	2	2	1
Regional/ local		1	4	6	2	2
Religion			1	18	2	
Sports		1	16	33		10
Various		7	29	55	12	4
Total		48	210	396	84	90

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

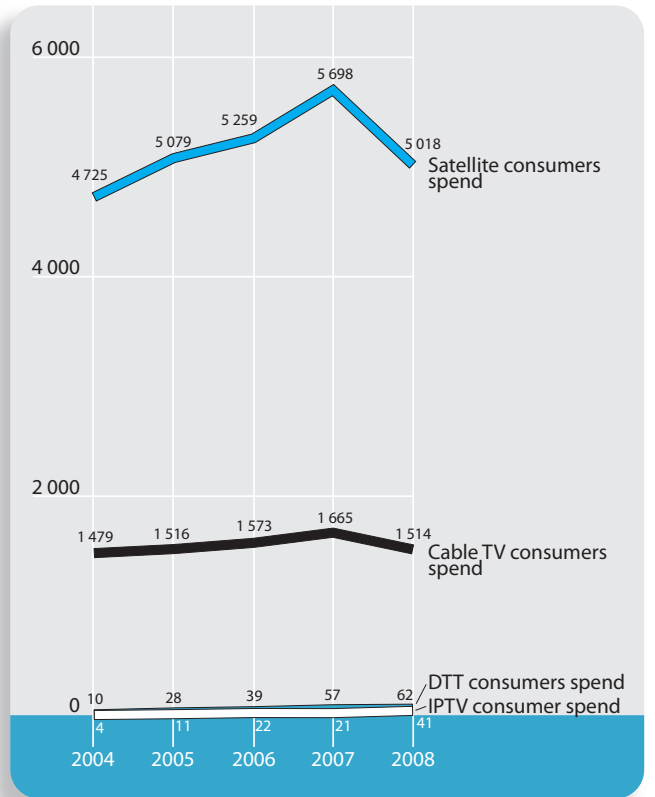
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

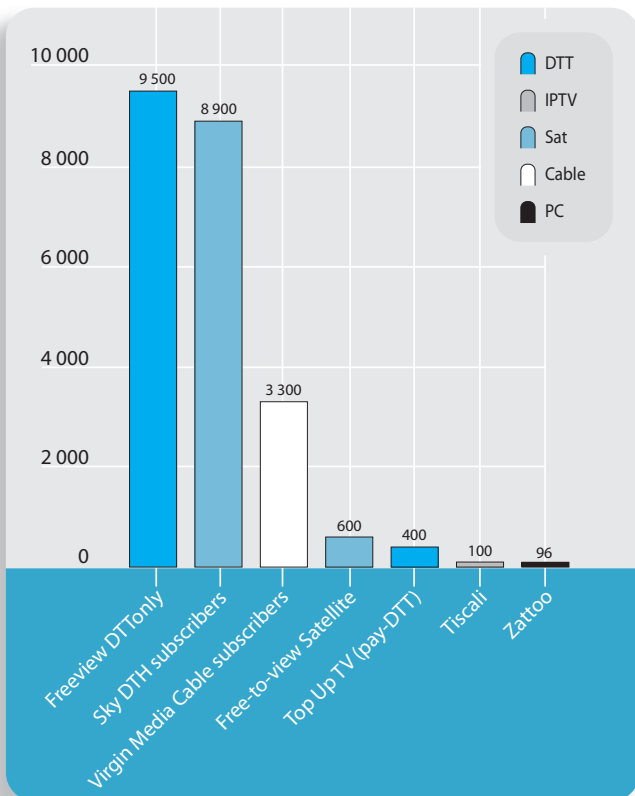
EUR million.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

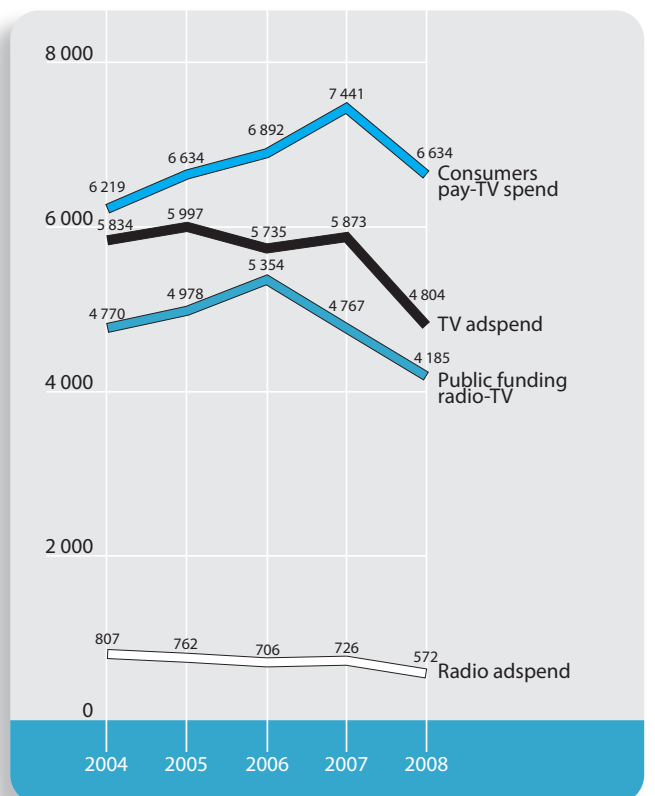
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.GB.1
G.1.GB.1Operating revenues of television companies in the United Kingdom
2005-2008 EUR thousand.

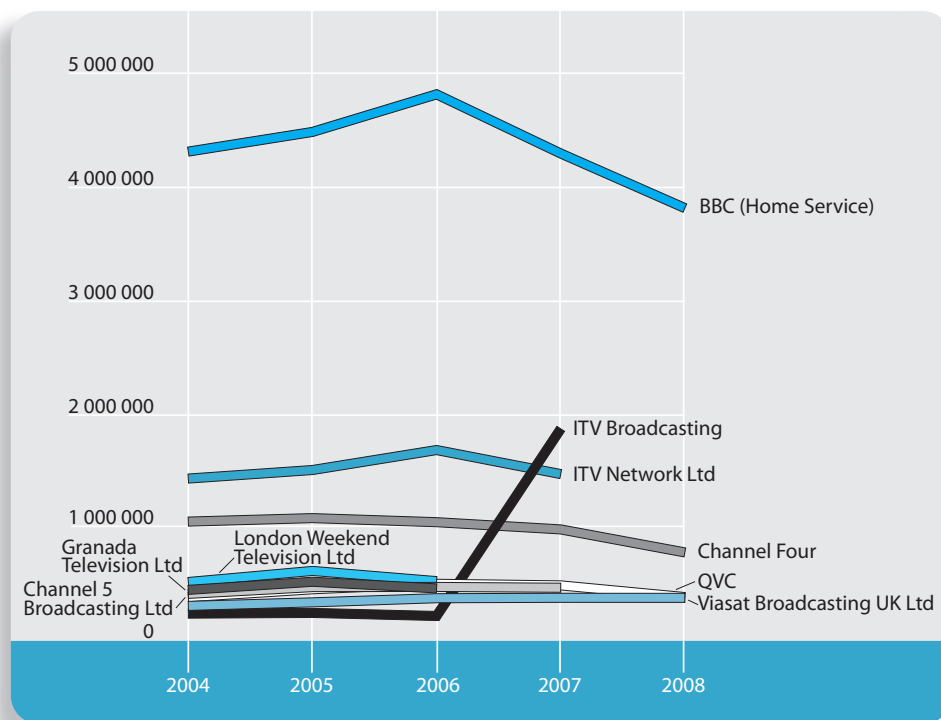
Main broadcasters (local TV not included)		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
BBC (Public Service Broadcasting)	sptv	BBC 1, 2, 3, 4,...; radio channels	4 478 862	4 810 385	4 288 753	3 807 300	-11,2%
ITV Broadcasting Ltd	adtv	ITV Anglia	237 018	210 071	1 860 347	~	~
<i>p.m.</i> Granada Television Ltd ^①	adtv	ITV Granada	511 790	453 732	-	-	-
<i>p.m.</i> London Weekend Television Ltd ^①	adtv	ITV LWT	607 434	517 793	-	-	-
<i>p.m.</i> ITV Central Ltd ^②	adtv	ITV Central	408 070	368 221	74 447	-	-
<i>p.m.</i> Carlton Broadcasting Ltd ^①	adtv	ITV Carlton	367 349	335 068	-	-	-
<i>p.m.</i> Yorkshire Television Ltd ^①	adtv	ITV Yorkshire	347 669	324 661	-	-	-
<i>p.m.</i> ITV Meridian Ltd ^②	adtv	ITV Meridian	292 016	253 934	61 087	-	-
<i>p.m.</i> ITV Wales & West Ltd ^②	adtv	ITV HTV	146 976	134 871	29 578	-	-
ITV Network Ltd	adtv	ITV1	1 497 234	1 673 461	1 461 520	~	~
Channel Four	sptv	C 4	1 073 107	1 037 252	973 462	770 461	-20,9%
QVC	hstv	QVC	445 589	493 879	479 890	376 739	-21,5%
Viasat Broadcasting UK Ltd	adtv	TV3, 3+, ZTV,...	330 179	366 646	370 306	370 018	-0,1%
Channel 5 Broadcasting Ltd	adtv	Five	464 771	466 283	459 150	360 755	-21,4%
Discovery Communications Europe Ltd	thtv	Discovery Channel	71 903	114 332	328 842	~	~
4 Ventures Ltd	sptv	E4, Film Four	211 206	338 627	310 425	262 188	-15,5%
Sit-Up Ltd	hstv	Bid TV, Screenshop,...	348 312	335 969	322 730	251 664	-22,0%
Turner Entertainment Networks International Ltd	thtv	Cartoon, TCM, Boomerang	201 908	202 659	223 466	235 297	5,3%
Turner Broadcasting System Europe Ltd	thtv	CNNI	203 517	214 528	229 441	223 538	-2,6%
Satellite Information Services (Holdings) Ltd	thtv	Racing K, SIS Digital	183 050	203 610	199 923	207 899	4,0%
ITV2 Ltd	thtv	ITV2	125 953	177 661	205 807	~	~
Living TV	thtv	Living TV, Living TV2	95 186	108 507	115 382	~	~
GMTV Ltd	adtv	GMTV	120 751	111 744	110 380	~	~
S4C	sptv	S4C	142 390	144 135	136 172	107 567	-21,0%
Ideal Shopping Direct PLC	hstv	Ideal World	115 588	127 750	131 448	99 088	-24,6%
ITV Digital Channels Ltd	thtv	ITV 3, ITV4, CITV, Men+Motors	42 478	74 469	91 101	~	~
UK Channel Management Ltd	thtv	UKTV Drama, UKTV Documentary, UKTV Style, ...	100 496	99 483	92 403	73 190	-20,8%

Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
BT Group (cons.) ^③	3play	BT Vision	28 315 000	30 076 000	26 476 000	23 414 000	-11,6%
Vodafone Limited ^③	3G TV	Vodafone TV	6 602 926	7 033 346	7 281 342	6 615 291	-9,1%
British Sky Broadcasting Ltd ^④	sat-tv, ISP, packtv	Sky	5 384 030	5 571 149	6 015 438	5 322 906	-11,5%
Virgin Media Finance PLC ^④	3play	Virgin TV	2 665 093	5 189 346	5 388 406	4 090 579	-24,1%
T-Mobile (UK) Ltd ^③	3G TV	Mobile TV	4 175 633	4 569 329	4 481 618	3 374 041	-24,7%
Hutchison 3G UK Holdings Ltd ^③	3G TV	3 Add TV	1 525 304	2 018 485	1 770 601	1 621 094	-8,4%
Tiscali UK Limited ^④	3play	Tiscali TV	322 084	442 976	468 670	379 279	-19,1%

^① Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.1.2007.^② Merged into ITV Broadcasting Ltd as at 1.4.2007.^③ Includes revenues of other activities (telecommunication).^④ Includes revenues of other activities (broadcasting, telecommunication).

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

Operating revenues of television companies in the United Kingdom (Continued)
2005-2008 EUR thousand.



Source: European Audiovisual Observatory

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

Operating consolidated revenues of main UK broadcasters and distributors 2004-2008

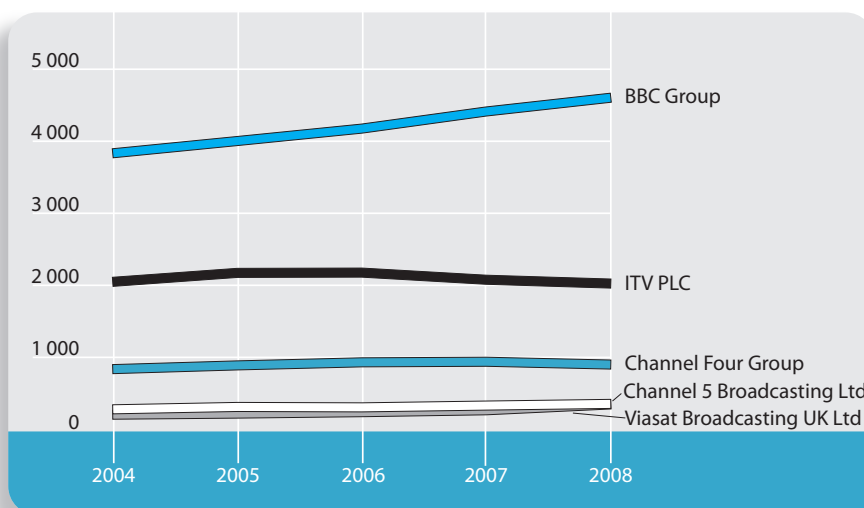
GBP million.

Main broadcasters	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
BBC Group	3 835	4 005	4 177	4 415	4 606	4,3%
ITV PLC	2 053	2 177	2 181	2 082	2 029	-2,5%
Channel Four Group	843	894	937	945	906	-4,1%
Viasat Broadcasting UK Ltd	211	226	246	272	353	29,8%
Channel 5 Broadcasting Ltd	286	318	313	337	361	6,9%

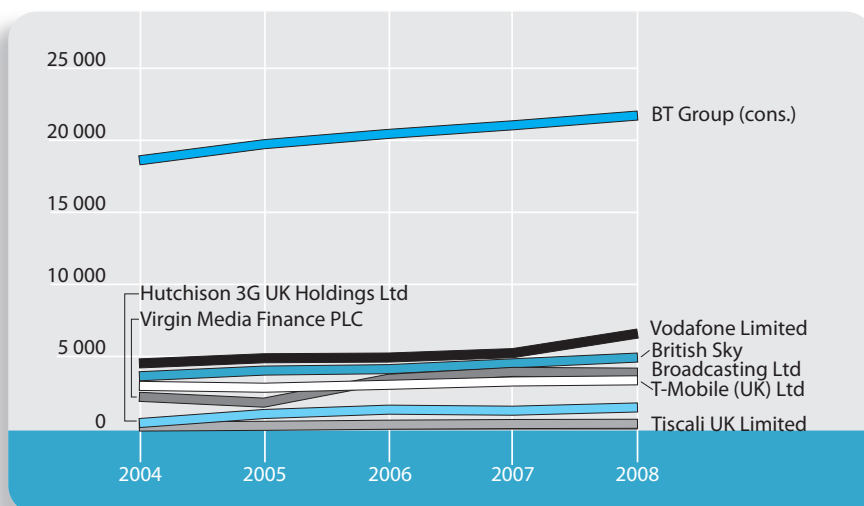
Main distributors	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
BT Group (cons.) ①	18 623	19 741	20 456	21 053	21 729	3,2%
Vodafone Limited ①	4 547	4 904	4 952	5 260	6 615	25,8%
British Sky Broadcasting Ltd ① ②	3 656	4 048	4 148	4 551	4 952	8,8%
Virgin Media Finance PLC ① ②	2 230	1 826	3 479	3 959	3 905	-1,4%
T-Mobile (UK) Ltd ①	2 989	2 861	3 063	3 293	3 374	2,5%
Hutchison 3G UK Holdings Ltd ①	412	1 039	1 340	1 268	1 493	17,8%
Tiscali UK Limited ① ②	170	221	297	344	362	5,1%

① Includes telecommunication revenues.
② Includes broadcasting revenues.

Source: European Audiovisual Observatory



GBP million.



GBP million.

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

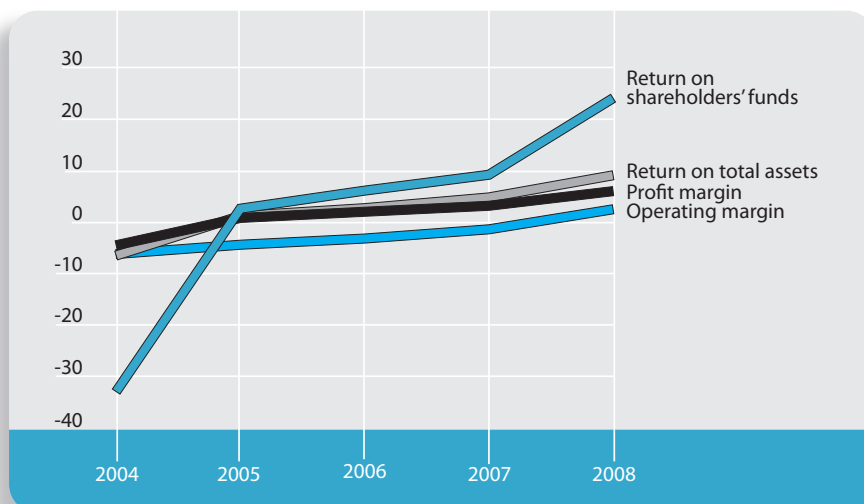
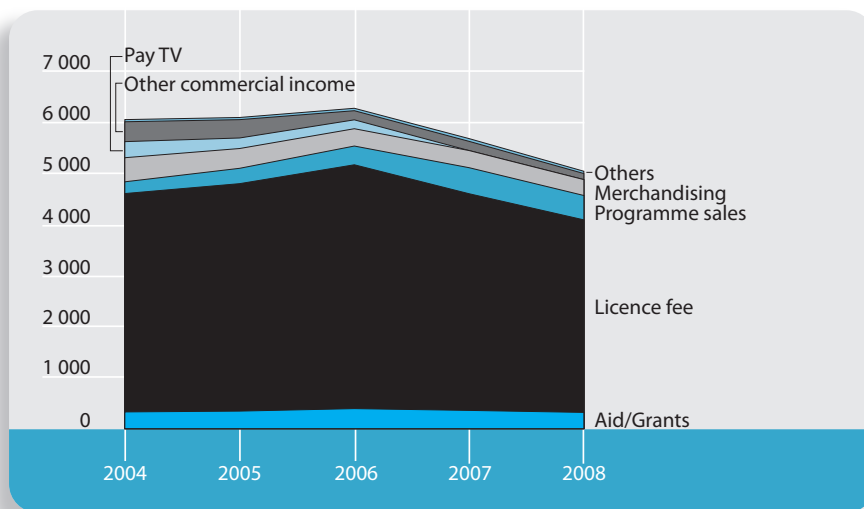
BBC Group financial situation
2006-2009 As at 31 March. EUR million.

Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Total public income	4 790,2	5 159,3	4 593,2	4 082,2	78,7%	82,4%	81,0%	81,1%	-11,1%
- Aid/Grants	342,9	391,4	356,7	317,4	5,6%	6,2%	6,3%	6,3%	-11,0%
- Licence fee	4 447,3	4 767,9	4 236,6	3 764,7	73,1%	76,1%	74,7%	74,8%	-11,1%
Total commercial income	1 251,8	1 057,4	1 024,3	906,1	20,6%	16,9%	18,1%	18,0%	-11,5%
- Programme sales	300,2	366,7	509,3	476,7	4,9%	5,9%	9,0%	9,5%	-6,4%
- Merchandising	387,0	338,6	335,0	310,7	6,4%	5,4%	5,9%	6,2%	-7,3%
- Pay TV	206,0	173,6	~	~	3,4%	2,8%	~	~	~
- Other commercial income	358,7	178,4	180,0	118,7	5,9%	2,8%	3,2%	2,4%	-34,0%
Others	42,3	47,5	53,8	44,6	0,7%	0,8%	0,9%	0,9%	-17,1%
Sub-total	6 084,4	6 264,2	5 671,3	5 032,9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-11,3%
TOTAL (after group eliminations)	5 744,5	6 141,7	5 552,0	4 962,9					

	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Expenditure	6 038,9	6 400,7	5 630,2	4 840,0					
- Cost of personnel	1 995,6	1 889,3	1 737,5	1 394,6	33,0%	29,5%	30,9%	28,8%	-19,7%
Net result	5,2	89,2	127,9	273,4					113,8%
Operating margin (%)	-4,4	-3,2	-1,4	2,5					

From 2008, Pay-TV revenues are included in "Programme sales."

Source: BBC / European Audiovisual Observatory

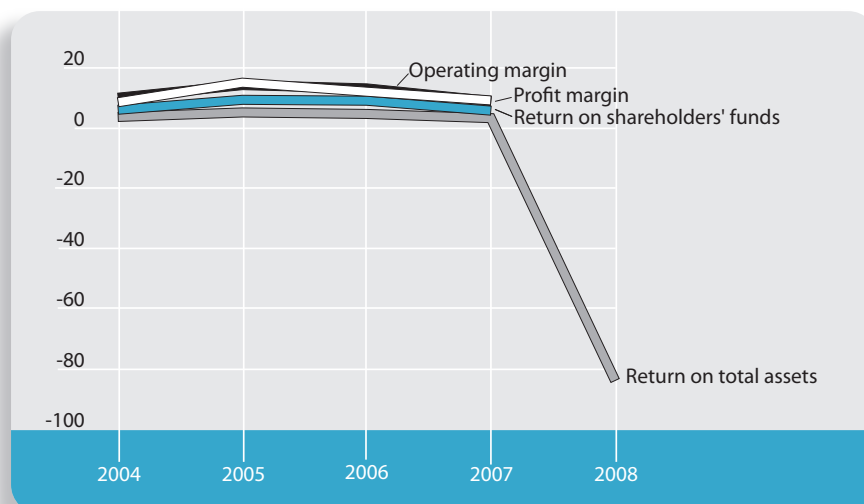
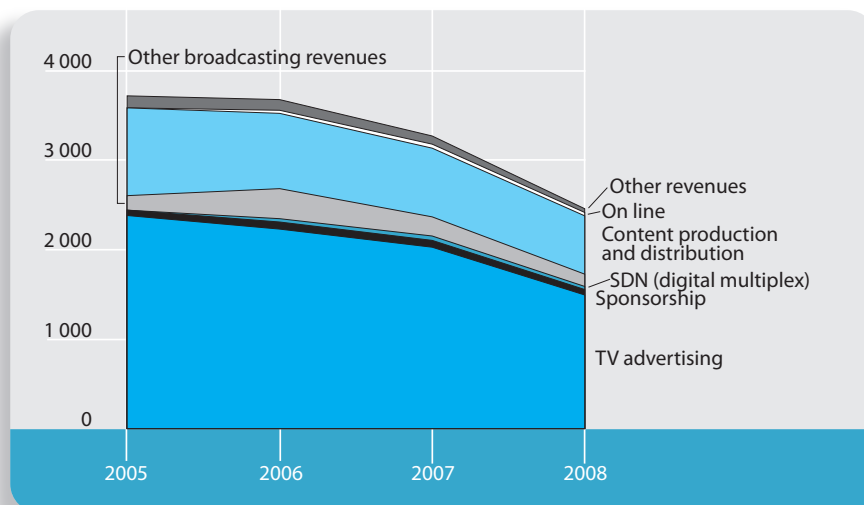


T.1.GB.4
G.1.GB.4ITV PLC financial situation
2005-2008 EUR million.

	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Broadcasting revenues	2 602	2 681	2 365	1 725	102,2%	108,8%	98,5%	73,6%	-27,1%
- TV advertising	2 381	2 229	2 026	1 493	93,5%	90,4%	84,4%	63,7%	-26,3%
- ITV1	2 134	1 911	1 666	1 181	83,8%	77,6%	69,3%	50,3%	-29,1%
- GMTV	85	84	76	59	3,3%	3,4%	3,2%	2,5%	-23,0%
- Other channels	162	234	284	253	6,4%	9,5%	11,8%	10,8%	-10,9%
- Sponsorship	60	79	76	61	2,3%	3,2%	3,2%	2,6%	-20,3%
- SDN (digital multiplex)	-	37	49	35	-	1,5%	2,0%	1,5%	-29,4%
- Other broadcasting revenues	162	336	214	137	6,4%	13,6%	8,9%	5,9%	-35,8%
Content production and distribution	981	841	768	652	38,5%	34,1%	32,0%	27,8%	-15,1%
On line	-	34	45	38	-	1,4%	1,9%	1,6%	-16,0%
Other revenues	134	119	91	42	5,3%	4,8%	3,8%	1,8%	-54,0%
Total revenues	3 718	3 676	3 269	2 456	146,0%	149,2%	136,1%	104,7%	-24,9%
Total (after eliminations)	3 205	3 254	2 833	2 125					-25,0%
Purchase of goods and services	2 148,6	2 351	1 969,3	1 594,8	79,7%	82,2%	76,6%	32,6%	-19,0%
Costs of personal	350,3	347,6	440,9	363,5	13,0%	12,2%	17,1%	7,4%	-17,6%
Depreciation ¹	198,5	161,1	161,9	2 929,8	7,4%	5,6%	6,3%	59,9%	1709,6%
Total expenditures	2 697,4	2 859,7	2 572,1	4 888,1	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	90,0%
Net result	329,9	331,2	187,8	-2 675,3					-1 524,5%
Operating margin	15,1	12,1	9,2	-					

¹ In 2008, as a result of the estimation of the downturn of the advertising market in 2009 and 2010, the company made an impairment of intangible assets (goodwill) of 2695 millions GBP (2823 millions euros)

Source: European Audiovisual Observatory

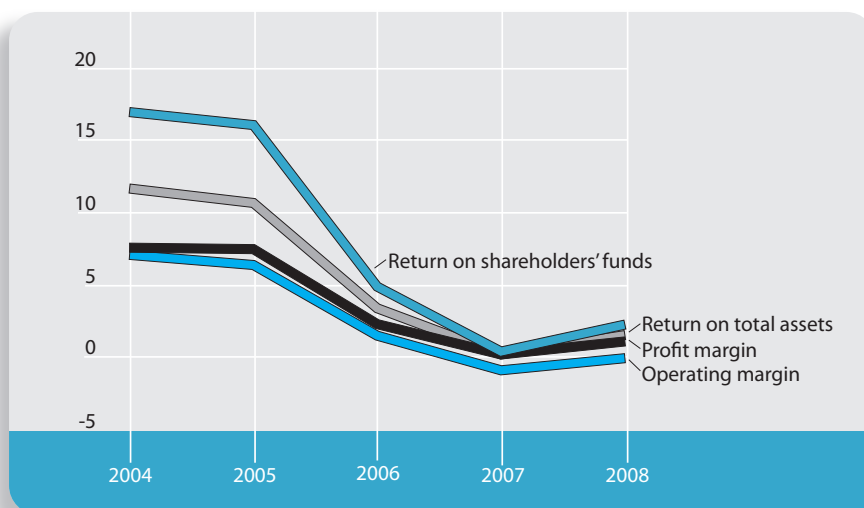
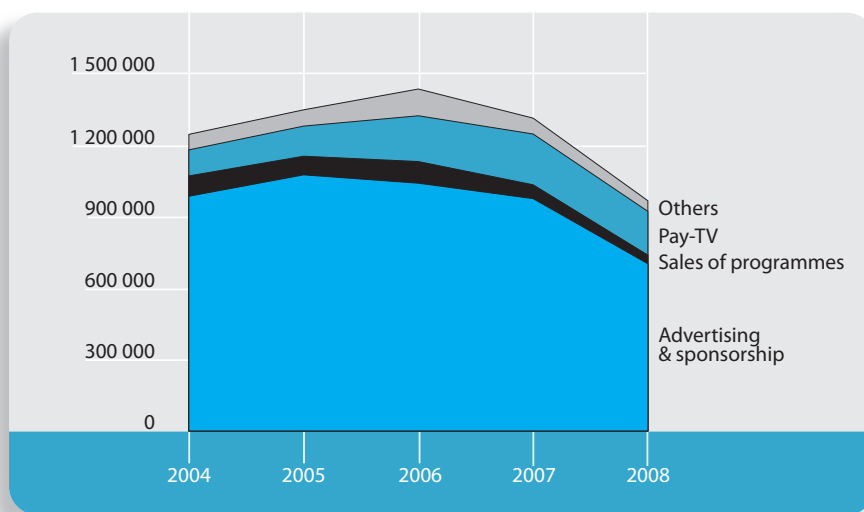


T.1.GB.5
G.1.GB.5

Channel 4 Group financial situation (consolidated)
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total commercial income	1 345 541	1 432 732	1 310 697	964 640	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-26,4%
- Advertising & sponsorship	1 073 107	1 038 108	973 462	700 461	79,8%	72,5%	74,3%	72,6%	-28,0%
- Programme sales	78 089	90 698	57 975	36 243	5,8%	6,3%	4,4%	3,8%	-37,5%
- Pay TV	126 181	191 839	212 847	183 312	9,4%	13,4%	16,2%	19,0%	-13,9%
- Other commercial income	68 164	112 087	66 413	44 623	5,1%	7,8%	5,1%	4,6%	-32,8%
TOTAL (after elimination group)	1 305 332	1 396 467	1 285 928	944 423					-26,6%
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	1 122 004	1 267 837	1 184 132	866 280	91,8%	92,1%	91,2%	91,7%	-26,8%
Cost of personnel	88 453	96 218	96 761	69 344	7,2%	7,0%	7,5%	7,3%	-28,3%
Depreciation	11 823	12 680	17 148	9 323	1,0%	0,9%	1,3%	1,0%	-45,6%
Operating expenditure	1 222 280	1 376 735	1 298 041	944 947	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-27,2%
Net result	70 791	21 630	680	1 885					177,2%
Operating margin (%)	6,36	1,49	-0,93	-0,06					-0,935

Source: Channel 4 / European Audiovisual Observatory



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

British Sky Broadcasting Group PLC financial situation (consolidated)
2006-2009 As at 30 June. EUR million.

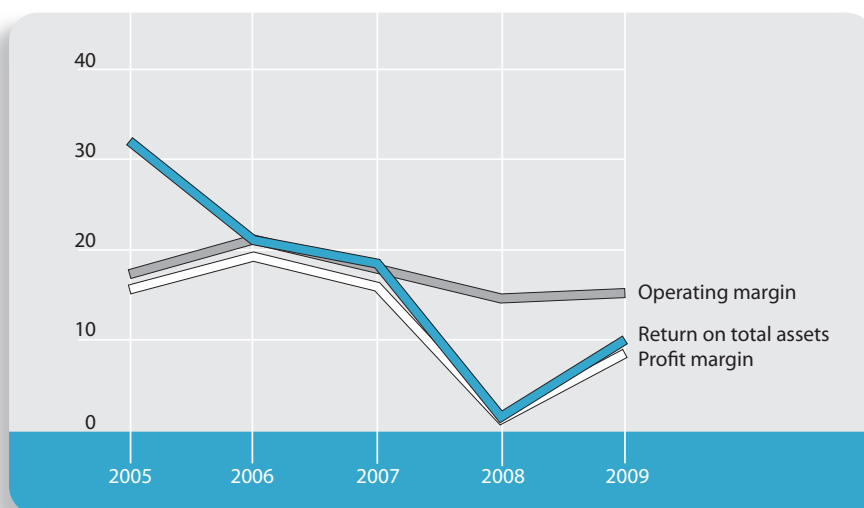
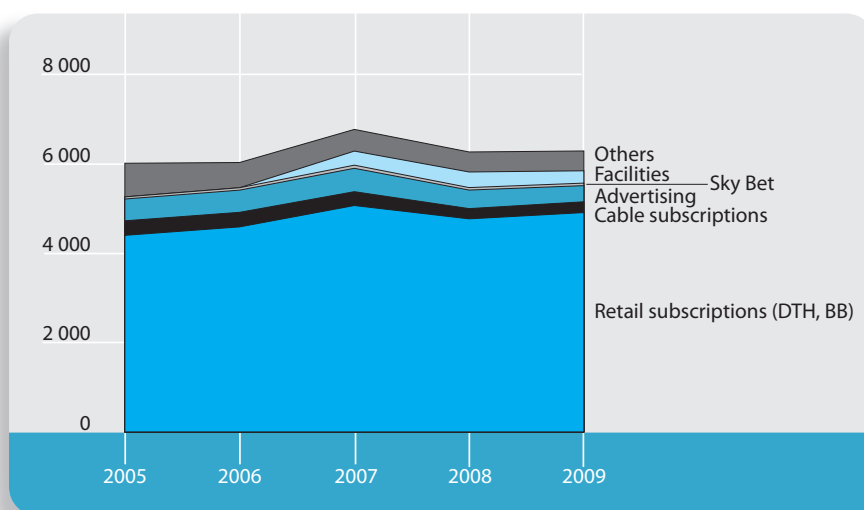
Income	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Retail subscriptions (DTH, BB)	4 582,4	5 059,7	4 761,9	4 902,2	77,7%	74,8%	76,1%	78,1%	2,9%
Cable subscriptions	325,1	309,0	228,7	241,4	5,5%	4,6%	3,7%	3,8%	5,5%
Advertising	496,4	522,9	414,4	360,9	8,4%	7,7%	6,6%	5,7%	-12,9%
Sky Bet	53,7	69,8	55,6	56,2	0,9%	1,0%	0,9%	0,9%	1,2%
Facilities		314,9	348,7	275,3		4,7%	5,6%	4,4%	-21,0%
Others	563,2	484,3	447,3	442,9	9,6%	7,2%	7,1%	7,1%	-1,0%

Operating revenues	5 897,0	6 760,7	6 256,6	6 278,8	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,4%
---------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-------------

Expenditure	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009	2009/08
Purchase of goods and services	3 885	4 439	4 245	4 154	82,3%	80,0%	79,5%	78,0%	-2,1%
Cost of personnel	634	822	786	831	13,4%	14,8%	14,7%	15,6%	5,7%
Depreciation	202	285	311	341	4,3%	5,1%	5,8%	6,4%	9,6%
Operating expenditure	4 721	5 546	5 342	5 326	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,3%

Net result	795	741	-160,0	303,0					-289,4%
Operating margin (%)	21,14	17,9	14,6	15,2					

Source: BSkyB / European Audiovisual Observatory



T.1.GB.7

TV audience market share in the United Kingdom
2004-2008 In %, 4 years +.

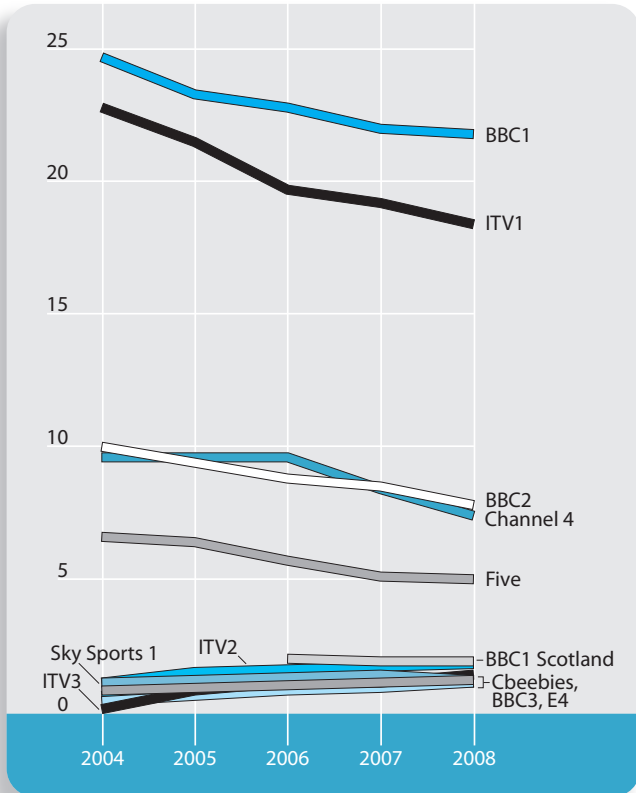
Channels	Daily share					Prime time (18:00-22:30)		
	2004	2005	2006	2007	2008	2006	2007	2008
BBC1	24,7	23,3	22,8	22	21,8	24,2	23,9	23,9
BBC2	10	9,4	8,8	8,5	7,8	9	9,2	8,8
BBC1 Scotland	~	~	2	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Cbeebies	0,8	0,9	1	1,1	1,2	0	0,3	0,3
BBC3	0,4	0,6	0,8	0,9	1,1	1,2	1,1	1,3
BBC Others	~	~	4,1	4,2	4,3	3,6	3,8	3,9
Total BBC	~	~	39,5	38,6	38,1	39,9	40,2	40,1
ITV1	22,8	21,5	19,7	19,2	18,4	26,8	24,5	23,2
ITV2	1,1	1,5	1,6	1,7	1,8	1,3	1,4	1,5
ITV3	0,1	0,8	1,1	1,1	1,4	1,1	0,9	1,2
ITV Others	~	~	0,4	0,5	1,3	0,6	0,6	0,8
Total ITV			22,8	22,5	22,9	29,8	27,4	26,7
Channel 4	9,6	9,6	9,6	8,4	7,4	8,6	8,4	7,5
E4	0,6	0,9	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2
Film 4	~	~	0,3	0,6	0,8	0,4	0,7	0,8
More 4	~	~	0,4	0,6	0,8	0,4	0,6	0,8
Channel 4 others	~	~	0,5	0,8	1,7	0,4	0,7	1,5
Total Channel 4			11,9	11,5	11,8	10,9	11,5	11,8
Five	6,6	6,4	5,7	5,1	5	5,5	5,2	5
Five Others	~	~	0,2	0,8	0,6	0,2	1	1,2
Total Five			5,9	5,9	5,6	5,7	6,2	6,2
Sky Sports 1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,2	1	1	0,8
Sky One	1,5	1,3	1,4	0,9	0,9	1,7	1,2	1,2
Sky Three	~	~	0,4	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6
Sky Sports News	~	~	0,5	0,5	0,5	0,2	0,3	0,3
Sky News	~	~	0,4	0,4	0,4	0,1	0,2	0,2
Sky others	~	~	1	2,2	2,4	1	1,9	2,2
Total Sky	~	~	5,0	6,0	6,0	4,4	5,2	5,3
Total Viacom	~	~	1,9	1,5	2	0,5	0,5	0,6
Total Discovery	~	~	1,2	1	1,1	0,8	0,7	0,7
Total Disney	~	~	0,8	1	0,9	0,2	0,4	0,5
Total Turner	~	~	0,7	0,6	0,5	0,2	0,2	0,2
Others	~	~	10,3	11,4	11,1	7,6	7,7	7,9

Source: Eurodata TV Worldwide / BARB / TNS UK

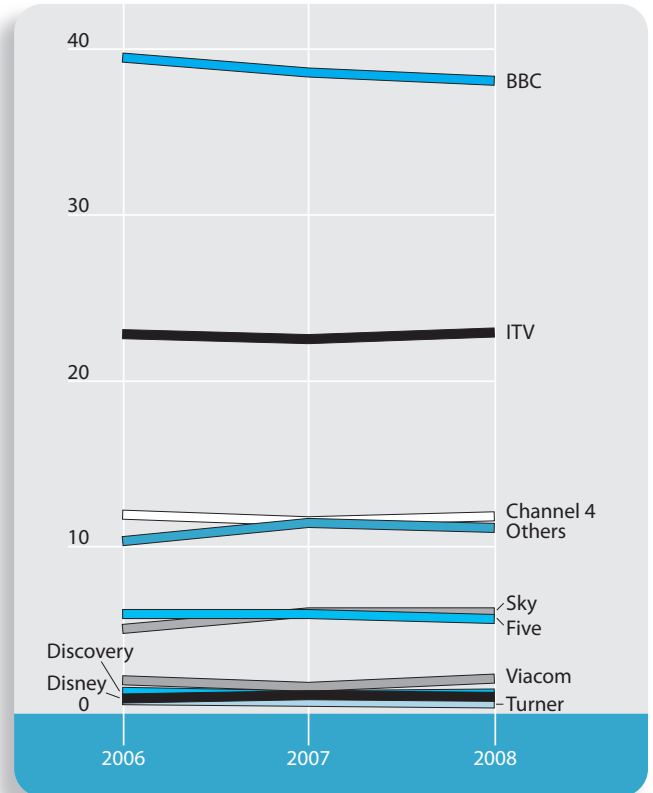
G.1.GB.7

TV audience market share of the leading TV channels and groups
2004-2008 In %, 3 years +.

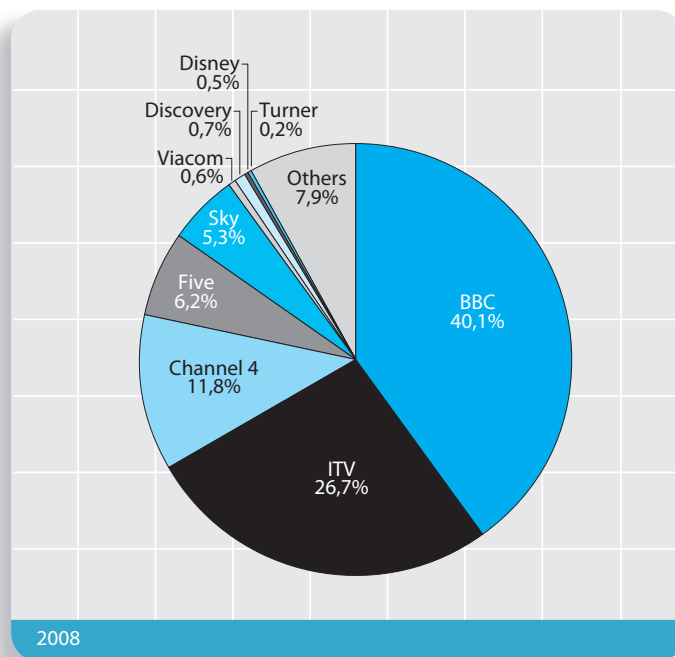
Daily share. Leading TV channels.



All day. Main TV groups.



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



Source: Eurodata TV Worldwide / BARB / TNS UK

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

T.1GB.8

The 25 leading TV production companies in the United Kingdom

2005-2008 Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	ITV Studios	Entertainment, fiction	~	~	528 558	~	~
2	All3Media Holdings Ltd ¹	Fiction, entertainment, sports	-	-	338 746	459 528	35,7%
	<i>p.m.</i> All3Media Group Ltd	Fiction, entertainment, sports	256 892	309 777	-	-	-
	<i>p.m.</i> Lime Pictures Ltd ²	Fiction	34 404	48 103	47 549	44 862	-5,7%
	<i>p.m.</i> North One Television Ltd	Entertainment, sports	42 772	55 111	43 766	42 068	-3,9%
	<i>p.m.</i> Bentley Productions	Fiction	28 531	27 318	32 612	29 595	-9,3%
	<i>p.m.</i> Lion Television Ltd	Entertainment, documentary	34 258	29 271	39 380	19 979	-49,3%
	<i>p.m.</i> Cactus TV Ltd	Entertainment	23 825	28 495	16 846	12 144	-27,9%
3	FremantleMedia Group Ltd	Entertainment, fiction, factual	281 977	349 463	317 203	289 766	-8,6%
4	Shine Ltd	Fiction, entertainment, factual, features	37 735	34 158	125 188	254 024	102,9%
5	Endemol UK PLC	Entertainment, fiction, documentary	175 147	258 700	215 980	178 148	-17,5%
6	Tiger Aspect Productions Ltd ³	Fiction, documentary, entertainment	57 504	68 009	110 836	~	~
7	Independent Television News	News	151 038	147 203	131 647	110 456	-16,1%
8	TWI (UK) Ltd	Sports	128 732	147 101	118 485	92 092	-22,3%
9	Shed Media PLC ⁴	Fiction, children, factual	37 551	64 579	85 885	85 836	-0,1%
10	Associated Press Television News Ltd	News	88 829	83 071	~	~	~
11	Brighter Pictures	Entertainment	7 088	79 594	85 597	~	~
12	RDF Media Ltd	Fiction, entertainment, documentary	59 505	76 393	70 836	~	~
	<i>p.m.</i> Sunset & Vine Productions ⁵	Sports	35 972	30 007	32 961	31 203	-5,3%
	<i>p.m.</i> IWC Media Ltd ⁶	Fiction, documentary, entertainment	16 066	19 607	16 522	~	~
13	DCD Media	Fiction	4 648	19 190	39 751	42 966	8,1%
14	19 Entertainment Ltd ⁷	Music	30 389	31 316	38 811	~	~
15	Avalon Entertainment Ltd	Fiction, entertainment	-	-	~	36 755	~
	<i>p.m.</i> Avalon Television Ltd	Fiction, entertainment	20 602	22 826	23 637	25 114	6,2%
16	Hit Entertainment Ltd ⁸	Animation	29 915	29 915	34 313	32 450	-5,4%
17	Twofour Group Ltd	Fiction, entertainment, factual	~	18 851	29 268	29 986	2,5%
18	Ecosse Films Ltd	Fiction	10 248	16 699	29 563	~	~
19	Carnival Films and Television Ltd ⁹	Fiction	18 249	24 740	28 765	29 339	2,0%
20	Gullane (Thomas) Ltd	Animation, children	20 796	23 482	28 876	28 417	-1,6%
21	Optomen Television Ltd	Entertainment	13 279	16 526	27 307	~	~
22	Boomerang Plus PLC	Fiction, entertainment, music	~	15 508	26 866	~	~
23	Hat Trick Holdings Ltd	Fiction	38 841	33 571	36 016	26 826	-25,5%
24	Impossible Pictures Ltd	Documentary, fiction	~	~	25 056	~	~
25	Company Television Productions Ltd	Fiction	11 483	10 496	10 052	24 946	148,2%

¹ ALL3MEDIA is a company created in 2003 through a GBP 45 million management buy-in of the former Chrysalis TV Group. The companies within the Group are Assembly TV, Bentley Productions, Cactus TV, Lion Television, Mersey Television (since June 2005), North One Television in the UK, IDTV in the Netherlands, South Pacific Pictures in New Zealand and Lion Television in the USA. In August 2006, Permira Europe III Fund belonging to the group acquired the All3Media Group 2007 on 11 months.

Source: European Audiovisual Observatory

² 2005 over 10 months.³ 2007 over 17 months.⁴ 2007 over 16 months.⁵ 2006 over 9 months.⁶ 2005 over 13 months. Part of RDF Media since 1.9.2005.⁷ 2005 over 18 months.⁸ 2006 over 18 months.

The Greek audiovisual landscape is characterised by the dominance of private channels (Mega, ANT1, Alpha TV, Star, Alter) compared with the public channels of the broadcaster ERT (ET1, ET3 and NET). Mega had the largest audience market share in 2008 with a daily reach of 18.3%, which is a relatively stable figure despite the fact that the channel's audience figures drop at peak viewing hours (only 20% in 2008). Behind Mega in audience terms are the channels ANT1 (15.2%), Alpha TV (13.6%), Alter (11.2%) and Star Channel (10.4%). With 10.3%, the leading public channel, NET, is thus in only sixth position. It is followed by ET1 and ET3 (each with 3.4%). In 2008, the incumbent terrestrial channels had a collective audience share of over 85%, which is a relatively high figure compared with the other European countries.

The audience concentration in Greece can be explained by the poor distribution of the multi-channel platforms, which is itself linked to the variety of free-to-air programmes available and the poorly developed broadcasting infrastructure: the country is not cabled and broadcasting is mainly based on the terrestrial transmissions of the national and local channels.

However, ADSL television (IPTV) services have been developing since 2007. In 2009, four platforms were in competition: Hellas online with Hol TV, Hellenic Telecommunications (OTE) with Conn-x TV, On Telecoms with On TV and Vivodi Telecommunications with its Cable TV package. Conn-x TV and Hol TV were launched in 2009.

The main Greek multi-channel platform, however, is still the Nova satellite package, which is distributed by Multichoice Hellas and claimed to have 362 000 subscribers in Greece and Cyprus, or about 8% of Greek households, at 31 December 2008. Multichoice Hellas belongs to the Netmed NV group, which was sold to the Greek telecommunications company Forthnet SA by the South African Naspers group in August 2008. The monopoly of Multichoice Hellas on the satellite pay-TV market in Greece is likely to be challenged: in July 2008, the National Council for Radio and Television gave Hellas Sat SA (the Hellas Sat satellite operator, which is controlled by Hellenic Telecommunications) permission to supply a service.

A package made up of a dozen channels has been marketed by the mobile telephone operator Vodafone. Apart from the main Greek private channels, the service provides access to a number of sports and adult channels and to ERT World, the international channel of the public broadcaster ERT.

Le paysage audiovisuel grec se caractérise par la prépondérance des chaînes privées (Mega, ANT1, Alpha TV, Star, Alter) par rapport aux chaînes publiques du radiodiffuseur ERT (ET1, ET3 et NET). En effet, Mega arrive en tête des audiences en 2008 avec 18,3 % de part de marché d'audience quotidienne, un résultat relativement stable, même si la chaîne accuse une baisse de son audience aux heures de grande écoute (20 % seulement en 2008). Derrière Mega se trouvent les chaînes ANT1 (15,2 %), Alpha TV (13,6 %), Alter (11,2 %) et Star Channel (10,4 %). Ce n'est donc qu'en sixième position que se situe la première chaîne publique, NET (10,3 %), suivie de ET1 (3,4 %) et ET3 (3,4 %). Les chaînes historiques terrestres rassemblent en 2008 plus de 85 % de l'audience, un chiffre relativement élevé par rapport à la plupart des autres pays européens.

La concentration de l'audience en Grèce s'explique par la faible diffusion des plates-formes multi-chaînes, elle-même liée à la richesse de l'offre en clair et au faible niveau de développement des infrastructures de diffusion. Le pays n'est en effet pas câblé et repose largement sur les transmissions terrestres de chaînes nationales et locales.

Depuis 2007 se développent toutefois des offres de télévision par ADSL (IPTV). En 2009, quatre plates-formes entrent en concurrence : Hellas online avec Hol TV, Hellenic Telecommunications (OTE) avec Conn-x TV, On Telecoms avec On TV et Vivodi Telecommunications avec son bouquet Cable TV. Parmi ces offres, Conn-x TV et Hol TV ont été lancées en 2009.

Mais la principale plate-forme multi-chaînes grecque demeure le bouquet satellite Nova, édité par Multichoice Hellas, et qui revendique 362 000 abonnés en Grèce et à Chypre au 31 décembre 2008, soit environ 8 % des foyers grecs. Multichoice Hellas appartient au groupe Netmed NV qui a été revendu en août 2008 par le groupe sud-africain Naspers à l'entreprise grecque de télécommunication Forthnet SA. Le monopole de Multichoice Hellas sur le marché de la télévision payante par satellite en Grèce est susceptible d'être remis en cause. En effet, le Conseil national de la radio et de la télévision a délivré en juillet 2008 à Hellas Sat SA (l'opérateur du satellite Hellas Sat, contrôlé par Hellenic Telecommunications) une autorisation pour délivrer un service de télévision à péage par satellite.

Un bouquet composé d'une douzaine de chaînes est par ailleurs commercialisé par l'opérateur de téléphonie mobile Vodafone. L'offre propose, outre les principales chaînes privées grecques, un accès à quelques chaînes sportives, érotiques et à

Die griechische audiovisuelle Landschaft zeichnet sich durch eine deutliche Vormachtstellung der privaten Sender (Mega, ANT1, Alpha TV, Star, Alter) gegenüber den öffentlich-rechtlichen Sendern der Rundfunkanstalt ERT (ET1, ET3 und NET) aus. So erreichte Mega 2008 mit 18,3 % den höchsten Zuschaueranteil aller Sender in Griechenland – ein trotz eines Rückgangs der Einschaltquoten zur Primetime (nur noch 20 % 2008) vergleichsweise stabiles Ergebnis. Dahinter folgen die Sender ANT1 (15,2 %), Alpha TV (13,6 %), Alter (11,2 %) und Star Channel (10,4 %). Der erste öffentlich-rechtliche Sender (NET, 10,3 %) liegt somit nur auf Platz 6, gefolgt von ET1 (3,4 %) und ET3 (3,4 %). Die traditionellen terrestrischen Sender erreichen 2008 zusammen einen im Vergleich zum Rest Europas relativ hohen Marktanteil von über 85 %.

Grund für diese Konzentration der Zuschauer in Griechenland ist die geringe Präsenz von Multikanalplattformen, die wiederum auf das breite Angebot im Free-TV und auf die schwach entwickelte Übertragungsinfrastruktur zurückzuführen ist. So ist das Land so gut wie nicht verkabelt und weitgehend auf die terrestrische Übertragung der nationalen und lokalen Sender angewiesen.

Seit 2007 gibt es allerdings zunehmend Anbieter für ADSL-Fernsehen (IPTV). 2009 standen vier Plattformen im Wettbewerb: Hellas online mit Hol TV, Hellenic Telecommunications (OTE) mit Conn-x TV, On Telecoms mit On TV sowie Vivodi Telecommunications mit seinem Bouquet Cable TV. Von diesen Angeboten sind Conn-x TV und Hol TV erst 2009 an den Start gegangen.

Größte Multikanalplattform in Griechenland ist aber nach wie vor das Satellitenbouquet Nova des Betreibers Multichoice Hellas, der nach eigenen Angaben zum 31. Dezember 2008 362 000 Abonnenten in Griechenland und Zypern hatte, was rund 8 % der Haushalte entspricht. Multichoice Hellas gehört zum Unternehmen Netmed NV, das im August 2008 vom südafrikanischen Konzern Naspers an das griechische Telekommunikationsunternehmen Forthnet SA verkauft wurde. Das derzeitige Monopol von Multichoice Hellas auf dem griechischen Satelliten-Pay-TV-Markt könnte allerdings in Gefahr geraten. So hat der nationale Rundfunkrat im Juli 2008 dem Satelliten-TV-Betreiber Hellas Sat SA (eine Tochter des Unternehmens Hellenic Telecommunications) die Genehmigung für den Betrieb eines Pay-TV-Dienstes über Satellit erteilt.

Darüber hinaus wird vom Mobilfunkbetreiber Vodafone ein Bouquet aus einem Dutzend Sender angeboten. Das Angebot umfasst neben den größten griechischen Privatsendern einige Sport-

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. Since then, ERT has operated a limited service consisting exclusively of its own channels. Special-interest channels created for the digital terrestrial television network – Prisma+, Cine+, Sport+ and Info+ – have been added to the incumbent channels ET1, ET2 and NET. Parallel to the ERT service, seven companies that produce the country's main private channels (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel and Skai TV) set up DIGEA in 2009, a new entity tasked with managing the private digital terrestrial platform. In September 2009, DIGEA announced that it had begun digital terrestrial transmissions of these seven private channels in the Gulf of Corinth area.

There were several takeovers and consolidations in the Greek market in 2008 and 2009, thus proving how attractive it is for the foreign groups. The German group Deutsche Telekom entered the scene in 2008 and acquired in April 2009 a 30% share in the capital of the company Hellenic Telecommunications (OTE, which, inter alia, owns the satellite operator Hellas Sat and the Romanian satellite platform Dolce). On the other hand, in September 2008 the Luxembourg group RTL acquired 66.6% of the Alpha Media Group, which controls the national channel Alpha TV.

The European Commission decided in March 2007 to bring Greece before the Court of Justice of the European Communities for the second time for its failure to transpose Directive 2002/77/EC on the liberalisation of electronic communications. The Commission was finally able to close the procedure against Greece in February 2008 after a new law on media concentration was passed by the Greek parliament in the summer of 2007.

ERT World, la chaîne internationale du radiodiffuseur public ERT.

La télévision numérique terrestre pourrait permettre d'accroître l'offre multi-chaînes, 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 l'ERT opère un bouquet limité, composé uniquement de ses propres chaînes. Aux chaînes historiques ET1, ET2 et NET s'ajoutent les chaînes thématiques créées pour le réseau numérique terrestre : Prisma+, Cine+, Sport+ et Info+. Parallèlement à l'offre de l'ERT, sept entreprises éditrices des principales chaînes privées du pays (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel et Skai TV) ont créé en 2009 une nouvelle entité, DIGEA, chargée de gérer la plate-forme numérique terrestre privée. DIGEA a annoncé en septembre 2009 avoir inauguré la transmission numérique terrestre de ces sept chaînes privées dans la région du Golfe de Corinthe.

Plusieurs rachats et consolidations ont été opérées sur le marché grec en 2008 et 2009, prouvant son attractivité pour les groupes étrangers. Le groupe allemand Deutsche Telekom est entré en 2008 puis monté dans le capital de la société Hellenic Telecommunications (OTE, qui détient entre autres l'opérateur satellite Hellas Sat ou la plate-forme satellite roumaine Dolce) à hauteur de 30 % en avril 2009. D'autre part, en septembre 2008, le groupe luxembourgeois RTL a acquis 66,6 % de Alpha Media Group, qui contrôle la chaîne nationale Alpha TV.

La Commission européenne avait décidé en mars 2007 de traduire la Grèce une seconde fois devant la Cour de justice des Communautés européennes du fait de la non transposition de la Directive 2002/77/CE relative à la libéralisation des communications électroniques. Suite à l'adoption lors de l'été 2007 par le Parlement grec d'une nouvelle loi sur la concentration des entreprises de médias, la Commission a finalement pu clore la procédure à l'encontre de la Grèce en février 2008.

und Erotikkanäle sowie ERT World, den internationalen Kanal der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt ERT.

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 betreibt die ERT ein begrenztes Bouquet, das nur ihre eigenen Sender umfasst. Neben den traditionellen Sendern ET1, ET2 und NET sind dies die für das digitale terrestrische Fernsehen geschaffenen Spartenkanäle Prisma+, Cine+, Sport+ und Info+. Parallel zum ERT-Angebot haben sieben Betreiber der größten Privatsender des Landes (Alpha TV, Alter, ANT1, Makedonia TV, Mega, Star Channel und Skai TV) 2009 ein neues Unternehmen (DIGEA) für den Betrieb der privaten DVB-T-Plattform gegründet. Laut Angaben von DIGEA wird das Programm dieser sieben Privatsender in der Region am Golf von Korinth seit September 2009 über DVB-T ausgestrahlt.

2008 und 2009 hat es auf dem griechischen Rundfunkmarkt mehrere Übernahmen und Konsolidierungen gegeben, was dessen Attraktivität für ausländische Konzerne belegt. So ist die Deutsche Telekom 2008 in das Unternehmen Hellenic Telecommunications (OTE, dem unter anderem der Satelliten-TV-Betreiber Hellas Sat und die rumänische Satelliten-TV-Plattform Dolce gehören) eingestiegen und hat seine Beteiligung im April auf 30 % erhöht. Des Weiteren hat die Luxemburger RTL-Gruppe im September 2008 66,6 % der Alpha Media Group übernommen, die den landesweiten Sender Alpha TV kontrolliert.

Im März 2007 hatte die Europäische Kommission beschlossen, vor dem Europäischen Gerichtshof erneut Klage gegen Griechenland einzureichen, und zwar wegen Nichtumsetzung der Richtlinie 2002/77/EG zur Liberalisierung der Märkte für elektronische Kommunikation. Nach der Verabschiedung eines neuen Gesetzes über Medienkonzentration durch das griechische Parlament im Sommer 2007 wurde im Februar 2008 das Vertragsverletzungsverfahren gegenüber Griechenland eingestellt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	11 260	Eurostat
Households		–	4 233	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		99,0%	4 191	Greek Observatory for IS / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		~	~	
Digital cable TV households		~	~	
DTH/SMATV households		11,2%	475	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		9,4%	400	IOM / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1,8%	77	IOM / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		10,6%	450	IOM / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		17,2%	727	IOM
Households with PC		46,5%	1 970	IOM / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		35,6%	1 506	IOM / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	98	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	~	
Satellite packagers	1	Multichoice Hellas (Nova)
IPTV packagers	4	Hellas on Line (hol), Helletenic Telecommunication Organisation, ON Telecoms, Vivodi
DTT multiplex operators and packagers	2	Digea, ERT
Mobile phone TV packagers	3	Cosmote, Vodafone, Wind

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Analogue terrestrial (national)		4	5	9
DTT/Cable/Satellite/IPTV/Mobile		4	27	31
Regional/Local		0	ca. 139	139
Regional/local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	10	10
Total		8	176	184
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	11	13

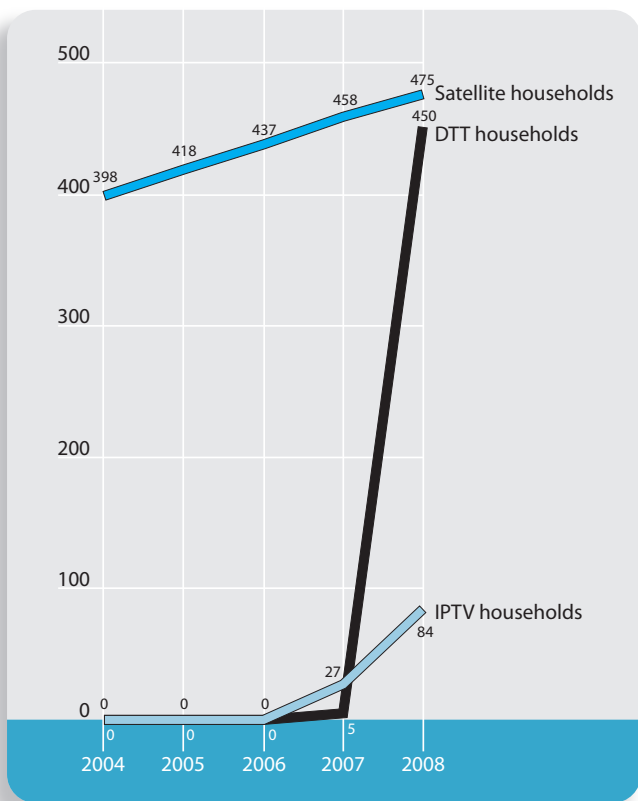
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Analogue terrestrial	Satellite Multichoice Hellas	IPTV On Telecoms On TV	IPTV OTE Conn-x TV
Generalist - national		5	6	7	3
Generalist - foreign			1	2	
Adult			2	1	3
Children			4	4	3
Culture/ education/ documentary			1	6	5
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		1	4	4	4
Film			5		1
Home shopping					
International linguistic and cultural			3	2	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	5	4
Music			4	4	3
News/ business		1	18	12	9
Parliament/ government/ administration		1	1		
Regional/ local		1	2	2	1
Religion					
Sports			32	7	9
Various					
Total		9	87	56	45

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

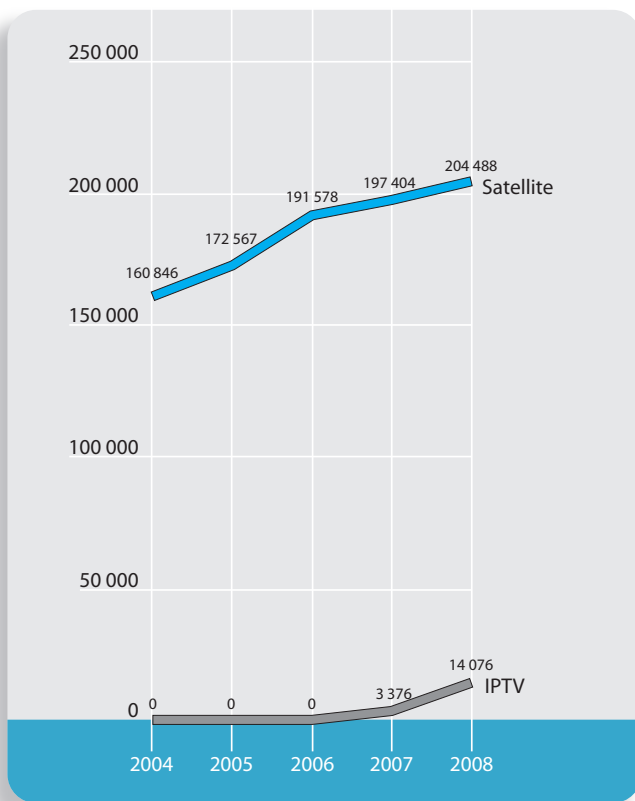
In thousands.



Source: Screen Digest /IOM

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

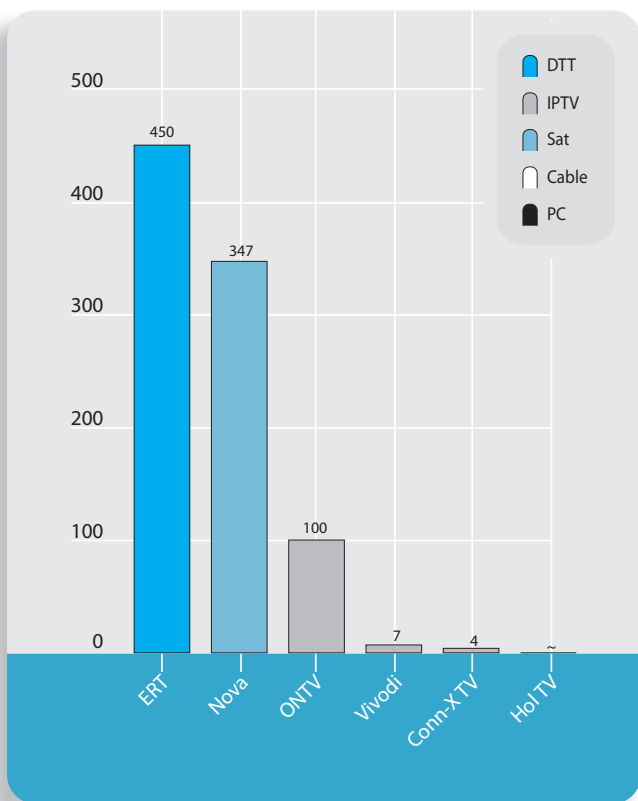
EUR thousand.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data provided by Netmed, IOM and Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

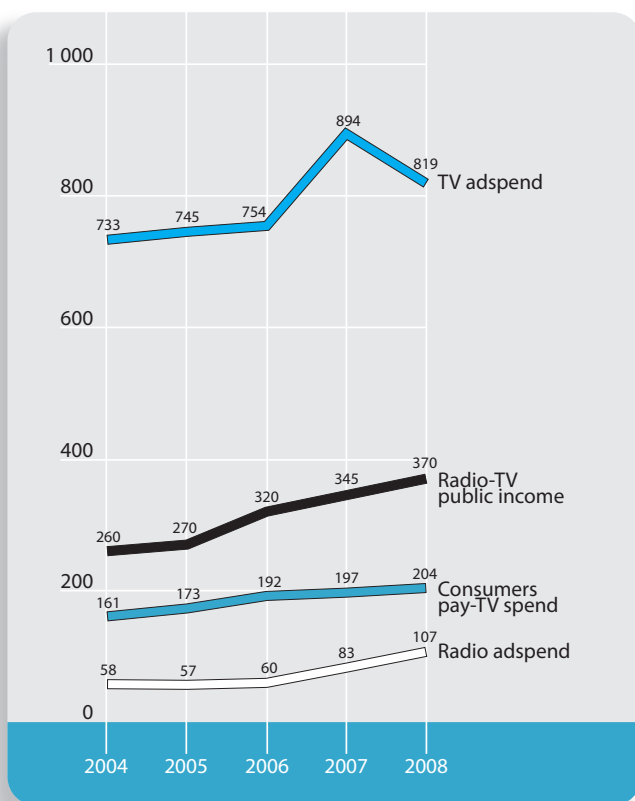
In thousands.



Source: IOM / European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

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

Operating revenues of television companies in Greece 2005-2008

EUR thousand.

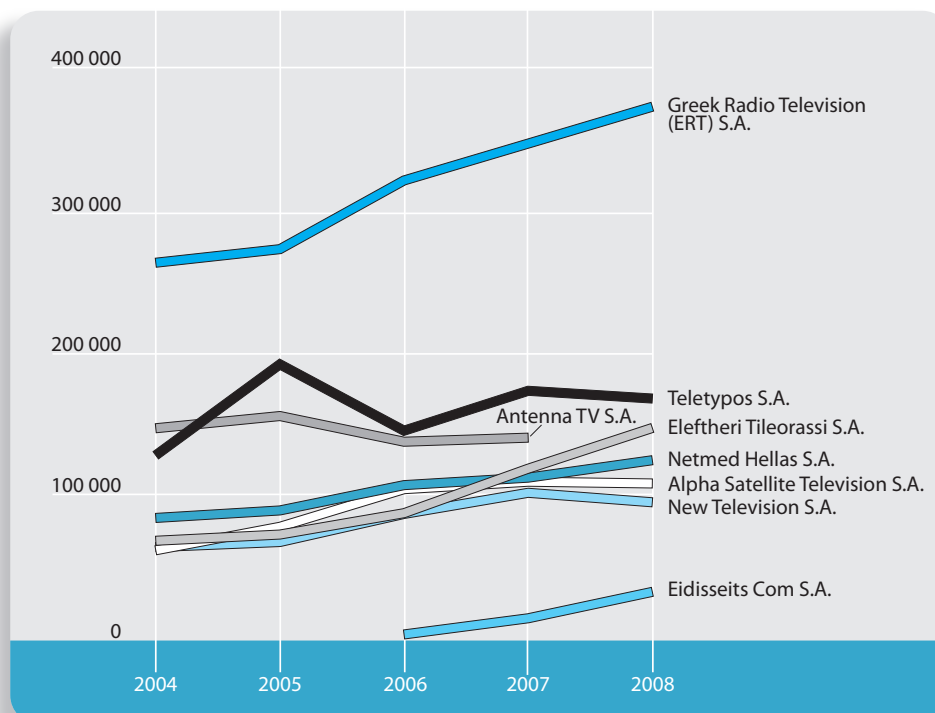
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Greek Radio Television (ERT) S.A. ¹	sptv	ET-1, NET, ET-3	273 477	321 943	540 088	373 968	-
Teletypos S.A.	adtv	Megachannel	192 217	145 401	173 537	168 072	-3,1%
Eleftheri Tileorassi S.A.	adtv	Kanali 5	72 125	87 204	118 592	147 326	24,2%
Antenna TV S.A.	adtv	ANT 1	155 730	137 615	140 473	~	~
Alpha Satellite Television S.A.	adtv	AlphaTV	77 588	104 140	109 403	108 167	-1,1%
New Television S.A.	adtv	Star Channel	66 862	86 667	101 579	94 880	-6,6%
Netmed Hellas S.A. ²	paytv	Filmnet Hellas	89 132	106 985	112 267	93 421	-
Eidisseits Com S.A.	adtv	Skai TV	-	1 641	13 050	31 690	142,8%
Mad T.V. S.A.	thtv	Mad TV	4 702	6 032	9 027	9 576	6,1%
Makedonia TV S.A.	adtv	Makedonia TV	7 032	7 824	7 136	7 677	7,6%
Extra Communication Technology	rtv	Extra 3	5 359	5 061	4 406	3 912	-11,2%
Ikaros Radio Television Enterprises S.A.	rtv		2 993	3 303	3 621	3 811	5,2%
Jeronymo Groovy	rtv	Jeronymo TV	1 644	2 041	2 511	2 944	17,2%
Rethymno TV	rtv	Nea TV	1 303	1 830	1 853	2 001	8,0%
City News S.A.	rtv	Tele City	1 819	1 791	1 641	1 867	13,8%
Star Channel Kentrikis Ellados S.A.	adtv	Star Channel	1 637	1 623	1 656	1 600	-3,4%

Main distributors		Services	TV Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Hellenic Telecommunications Organization S.A. ³	3play	Conn-x TV		2 746 400	2 810 000	2 730 200	2 626 000	-3,8%
Cosmote Mobile Telecommunications Services S.A. ³	3GTV	i-mode		1 532 966	1 646 543	1 757 916	1 900 894	8,1%
Vodafone - Panafon Hellenic Telecommunication company ³	3GTV	Live!		1 819 391	1 781 676	1 670 790	1 505 608	-9,9%
ON Telecoms ³	3play	ONTV		136 092	165 003	168 330	182 670	8,5%
Multichoice Hellas S.A. ²	sat-tv	Nova		166 683	185 046	190 673	148 137	-
Wind Hellas Telecommunications ³	3GTV			117 415	118 946	114 219	~	~
Hellas Online S.A. ³	3play	Hol TV		4 139	4 651	44 366	108 325	144,2%
Vivodi telecommunications S.A. ³	3play	Vivodi TV		26 485	40 326	36 681	38 600	5,2%

¹ To 30 June, until 2006. 2007 over 18 months.² 2008 on 9 months.³ Includes other activities (telecommunications).

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.



T.1.GR.2
G.1.GR.2ERT financial situation
2004-2008 EUR thousand.

Income	2004 /2005	2005 /2006	① 2007	2008	2004 /2005	2005 /2006	① 2007	2008
Total public income	222 000	258 000	440 000	299 000	84,4%	83,8%	93,3%	81,7%
Tax on electricity bill	222 000	258 000	440 000	299 000	84,4%	83,8%	93,3%	81,7%
Others income	41 000	50 000	31 500	67 000	15,6%	16,2%	6,7%	18,3%
Total income	263 000	308 000	471 500	366 000	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Operating revenues 273 477 321 943 540 088 373 968

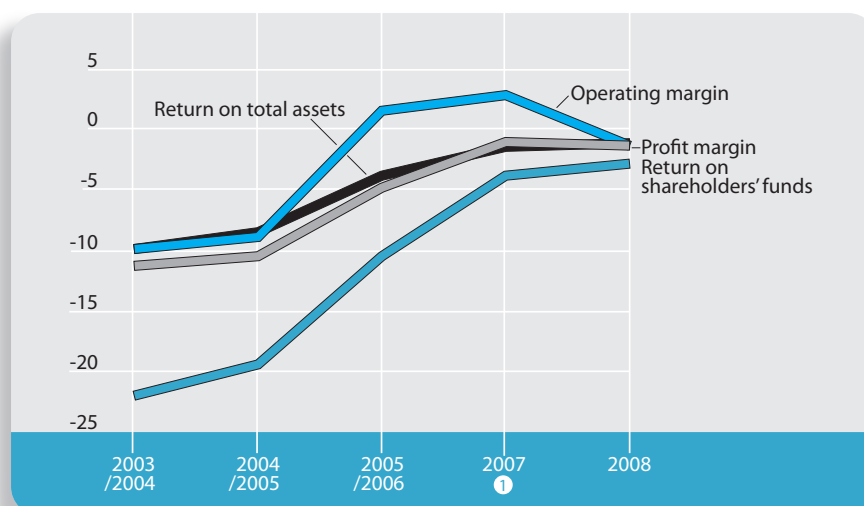
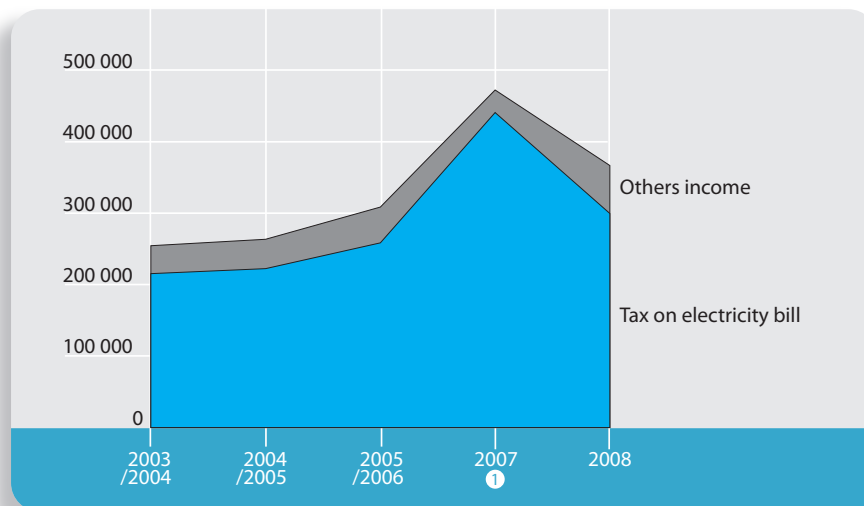
Income	2004 /2005	2005 /2006	① 2007	2008	2004 /2005	2005 /2006	① 2007	2008
- Purchase of goods and services	~	~	~	~	~	~	~	~
- Cost of personnel	~	~	36 200	~	~	~	6,9%	~
- Depreciation	37 682	48 497	73 388	28 697	12,6%	15,3%	14,0%	7,6%
Total expenses	297 928	316 656	524 496	378 916	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Net result -32 425 -35 522 -24 016 -3 097

Operating margin (%) -8,9 1,6 2,9 -1,3

① On 18 months.

Source: IOM / European Audiovisual Observatory

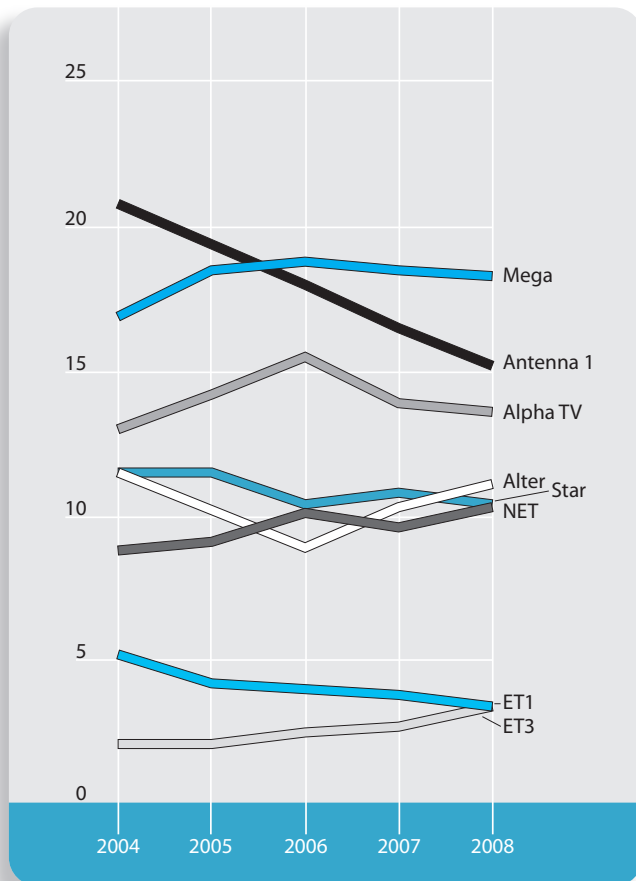


T.1.GR.3
G.1.GR.3TV audience market share in Greece
2004-2008 In %, 4 years +.

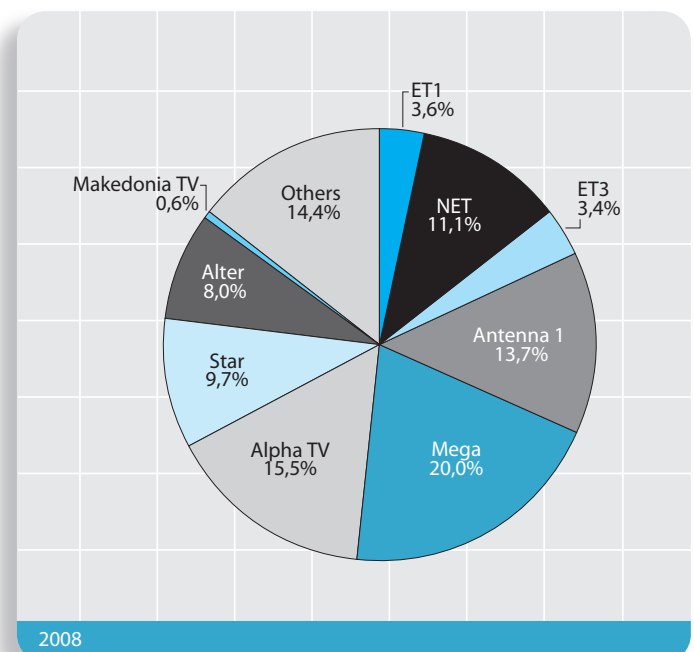
Channels	Daily share					Prime time (21:00-00:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
ET1	5,2	4,2	4,0	3,8	3,4	6,4	4,1	3,8	3,9	3,6
NET	8,8	9,1	10,1	9,6	10,3	10,2	10,4	10,4	9,7	11,1
ET3	2,1	2,1	2,5	2,7	3,4	2,1	1,9	2,2	2,5	3,4
Public Greek channels	16,1	15,4	16,6	16,1	17,1	18,7	16,4	16,4	16,1	18,1
Antenna 1	20,8	19,4	18,0	16,5	15,2	22,4	20,8	18,4	15,0	13,7
Mega	16,9	18,5	18,8	18,5	18,3	19,3	20,5	22,8	22,5	20,0
Alpha TV	13,0	14,2	15,5	13,9	13,6	11,2	12,7	14,6	15,2	15,5
Star	11,5	11,5	10,4	10,8	10,4	10,6	11,1	9,5	10,0	9,7
Alter	11,5	10,2	8,9	10,3	11,1	7,9	7,7	6,6	7,6	8,0
Makedonia TV	~	0,9	0,7	0,7	0,5		1,1	1,0	0,9	0,6
Main private Greek channels	73,7	74,7	72,3	70,7	69,1	71,4	73,9	72,9	71,2	67,6
Others	10,2	9,9	11,1	13,2	13,8	9,9	9,7	10,7	12,7	14,4

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.



Prime time (21:00-00:00). In %, 4 years +.



The Croatian television market shows a balance of power between, on the one hand, the two main public service channels, and, on the other hand, the two most important private channels. In 2008, two main channels of the public broadcaster HRT had a combined share of 46.6% (a drop of approximately 6% over the last two years). HTV1 is still the most popular channel. The main private channel RTL Televizija (RTL Group) had a share of 22.9% in 2008 (down almost 2% in the last two years). Nova TV (Central European Media Enterprises) continued to increase its share with 19.5% in 2008 (up 2% since 2007).

In Croatia, television is mainly received via terrestrial networks. About 17% of households have cable television and approximately one third of these are digital. There are more than 20 cable operators and the market has undergone some consolidation in recent years. The main cable operator is BT.net, and other significant players are KDS, Kerman, Magic Telekom, and Optika Kabel TV. The reception of satellite television reception has increased in 2008. In particular, the number of households receiving digital satellite television reached almost 28% at the end of 2008. The one Satellite package in Croatia is the Digi TV package operated by the Romanian company RCS & RDS SA. There has also been a rapid take-up of IPTV services (8% of homes at end of 2008). In total over 40% of Croatian households have access to digital television.

There are now 4 IPTV services operating in the Croatian market: Maxtv (HT, a subsidiary of Deutsche Telekom), which claimed to have 190 000 subscribers in October 2009; Metronet; Iskon Internet; and Optima (Optima Kabel TV).

A digital transition plan was developed in Croatia following the results of two Working Groups established in 2007: the "Working Group for preparing the implementation of the digital broadcasting technology and services in the Republic of Croatia"; and the "DVB-T Forum". "Rules on the Switchover of Radio and TV Programmes from Analogue to Digital Broadcasting and on Granting Access to Positions in a DTT multiplex" were adopted in March 2009. The date for finalising switch-over is January 1st 2011.

In early 2008, a digital terrestrial television multiplex (in the DVB-T standard) was launched on a trial basis with the four main national channels (HTV1, HTV2, Nova TV and RTL). According to the data of the Croatian Post and Electronic Communications Agency from April 2009, the signal reaches 85% of the population. The Croatian Post and Electronic Communications Agency (HAKOM) launched a tender for two DTT multiplexes and the

Le marché de la télévision croate présente un équilibre des forces entre, d'une part, les deux principales chaînes de service public et, d'autre part, les deux plus importantes chaînes privées. En 2008, les deux principales chaînes du radiodiffuseur de service public HRT ont une part cumulée de 46,6 % (en recul d'environ 6 % sur les deux dernières années). HTV1 reste la chaîne la plus populaire. La principale chaîne privée RTL Televizija (groupe RTL) a une part de 22,9 % en 2008 (en recul de presque 2 points sur les deux dernières années). Nova TV (Central European Media Enterprises) poursuit sa progression avec une part de 19,5 % en 2008 (plus 2 points depuis 2007).

En Croatie, la télévision est principalement diffusée par voie hertzienne. Quelque 17 % des foyers ont la télévision par câble, numérique pour environ un tiers d'entre eux. Le pays compte plus de 20 câblo-opérateurs, le marché ayant connu une certaine consolidation ces dernières années. Le principal câblo-opérateur est BT.net, et les autres acteurs importants sont KDS, Kerman, Magic Telekom et Optika Kabel TV. La télévision par satellite a progressé en 2008. Notamment, le nombre de foyers recevant la télévision numérique par satellite a atteint presque 28 % fin 2008. La seule offre par satellite en Croatie est celle du bouquet Digi TV géré par la société roumaine RCS & RDS SA. Les services IPTV ont également rapidement décollé (8 % des foyers fin 2008). Au total, plus de 40 % des foyers croates ont accès à la télévision numérique.

Désormais, 4 services IPTV sont présents sur le marché croate : Maxtv (HT, filiale de Deutsche Telekom), qui a annoncé 190 000 abonnés en octobre 2009 ; Metronet ; Iskon Internet ; et Optima (Optima Kabel TV).

Un plan de passage au numérique a été mis en œuvre en Croatie sur la base des conclusions de deux groupes de travail établis en 2007 : le "Groupe de travail chargé de préparer la mise en œuvre de la technologie et des services de radiodiffusion numérique en République de Croatie" ; et le "Forum DVB-T". Des "Règles sur le passage des programmes de radio et de télévision de la diffusion analogique à la diffusion numérique et sur la garantie de l'accès à des positions dans un multiplex TNT" ont été adoptées en mars 2009. La fin de la transition est fixée au 1^{er} janvier 2011.

Début 2008, un multiplex de télévision numérique terrestre (norme DVB-T) a été lancé à l'essai avec les quatre principales chaînes nationales (HTV1, HTV2, Nova TV et RTL). Selon les données de l'Agence croate des postes et communications électroniques (HAKOM) d'avril 2009, 85 % de la population sont couverts. L'HAKOM a lancé un appel d'offres pour

Der kroatische Fernsehmarkt zeichnet sich durch ein ungefähres Gleichgewicht zwischen den beiden größten öffentlich-rechtlichen Sendern auf der einen Seite und den zwei größten Privatsendern auf der anderen Seite aus. 2008 erreichten die beiden Hauptsender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters HRT einen gemeinsamen Marktanteil von 46,6 % (rund minus 6 % in zwei Jahren). HTV1 ist nach wie vor der beliebteste Sender. Der größte Privatsender RTL Televizija (RTL Group) kam 2008 auf einen Marktanteil von 22,9 % (ein Rückgang um fast 2 % in zwei Jahren). Nova TV (Central European Media Enterprises) verzeichnet mit 19,5 % 2008 erneut einen Zuwachs (plus 2 % seit 2007).

In Kroatien wird das Fernsehprogramm überwiegend über Antenne empfangen. Rund 17 % der Haushalte haben einen Kabelanschluss, davon rund ein Drittel digital. Es gibt über 20 Kabelnetzbetreiber und in den vergangenen Jahren hat es auf dem Markt eine gewisse Konsolidierungswelle gegeben. Größter Kabelnetzbetreiber ist BT.net, zu den weiteren wichtigen Akteuren gehören KDS, Kerman, Magic Telekom und Optika Kabel TV. Die Nutzung des Satellitenfernsehens ist im 2008 gestiegen. So lag der Anteil der Haushalte mit Zugang zum digitalen Satellitenfernsehen Ende 2008 bei knapp 28 %. Einziges Sat-TV-Angebot in Kroatien ist das Paket Digi TV des rumänischen Betreibers RCS & RDS SA. Auch die Nutzung von IPTV-Diensten legt rapide zu (8 % der Haushalte Ende 2008). Insgesamt empfangen über 40 % der Haushalte in Kroatien Digitalfernsehen.

Inzwischen gibt es auf dem kroatischen Markt vier IPTV-Dienste: Maxtv (HT, eine Tochter der Deutschen Telekom) mit nach eigenen Angaben 190 000 Abonnenten im Oktober 2009, Metronet, Iskon Internet und Optima (Optima Kabel TV).

Für die Umstellung auf Digitalbetrieb wurde in Kroatien ein Plan auf der Grundlage der Ergebnisse zweier 2007 eingerichteter Arbeitsgruppen – der „Arbeitsgruppe für die Vorbereitung der Einführung der digitalen Rundfunktechnik und digitaler Dienste in der Republik Kroatien“ und des „Forums DVB-T“ – entwickelt. Im März 2009 wurden die „Vorschriften für die Umstellung des Radio- und Fernsehprogramms auf Digitalbetrieb und für den Zugang zu Sendeplätzen auf einem DVB-T-Multiplex“ verabschiedet. Die endgültige Umstellung soll am 1. Januar 2011 erfolgen.

Anfang 2008 wurde mit den vier größten landesweiten Sendern (HTV1, HTV2, Nova TV und RTL) als Versuchsprojekt ein Multiplex für digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T-Standard) gestartet. Laut den Zahlen der kroatischen Regu-

licenses were granted in April 2009 to the transmission company OiV.

In June 2008, the public broadcaster HRT announced its intention to launch new services on the digital terrestrial platform. The plans to introduce a sports channel and a news channel were challenged by the private channels RTL Televizija and Nova TV at the end of 2008, claiming that there were no legal provisions for the granting of digital television concessions. These channels will not be introduced until after digital switch-over.

The Electronic Media Act was amended in 2007 and made the Agency for 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. The amendment also had the aim of bringing Croatian media law into line with EU law. A further amendment came into force in July 2009, which regulated the issue of granting concessions for TV and radio services and the establishment of tenders for concessions.

deux multiplex TNT et les licences ont été accordées en avril 2009 à la société de transmission OiV.

En juin 2008, le radiodiffuseur public HRT a annoncé son intention de lancer de nouveaux services sur la plate-forme numérique terrestre. Son lancement de chaînes consacrées au sport et à l'information a été remis en cause, fin 2008, par les chaînes privées RTL Televizija et Nova TV, au motif de l'absence de disposition légale relative à l'octroi de licences pour la télévision numérique. Ces chaînes ne seront lancées qu'après le passage définitif au numérique.

La loi sur les médias électroniques, modifiée en 2007, fait de l'Agence pour les médias électroniques une entité juridique autonome et indépendante. Celle-ci comporte deux services : la direction de l'agence et le conseil des médias électroniques, autorité de régulation du secteur des médias électroniques. La modification vise également à harmoniser la législation croate relative aux médias avec la législation de l'Union européenne. Une autre modification est entrée en vigueur en juillet 2009, afin de réglementer l'octroi de concessions pour les services de télévision et de radio et l'établissement d'appels d'offres pour ces licences.

lierungsbehörde für Post und Telekommunikation (HAKOM) vom April 2009 werden mit dem Signal 85 % der Bevölkerung erreicht. Die HAKOM hat eine Ausschreibung für den Betrieb von zwei DVB-T-Multiplexen durchgeführt und die Lizenzen hierfür im April 2009 dem Betreiber OiV zugesprochen.

Im Juni 2008 hat der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter HRT seine Absicht angekündigt, auf der digitalen terrestrischen Plattform neue Dienste zu starten. Die geplante Einführung eines Sportkanals und eines Nachrichtenkanals wurde Ende 2008 von den Privatsendern RTL Televizija und Nova TV mit dem Argument gerichtlich angefochten, dass es noch keine Regelungen für die Vergabe von Digitalfernsehlizenzen gebe. Beide Kanäle werden nun erst nach der Umstellung auf Digitalbetrieb an den Start gehen.

Das Gesetz über elektronische Medien wurde 2007 geändert. In diesem Zusammenhang wurde die Agentur für elektronische Medien in eine selbständige und unabhängige Behörde mit zwei Organen umgewandelt: dem Direktor der Behörde und dem Rat für elektronische Medien. Ein Ziel dieser Gesetzesänderung war auch die Angleichung des kroatischen Medienrechts an EU-Recht. Eine weitere Änderung ist im Juli 2009 in Kraft getreten. Darin werden die Vergabe von Lizenzen für den Betrieb von Radio- und Fernsehdiensten sowie die Modalitäten für die entsprechenden Ausschreibungen geregelt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	4 435	Eurostat
Households		–	1 620	Eurostat
TV households		97,4%	1 578	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		12,6%	136	HAKOM / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		4,5%	73	HRT (as at 1.1.2008) / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		32,0%	460	SES / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		6,8%	110	European Audiovisual Observatory
IPTV subscription		8,3%	>135	T-Com Hrvastka / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T Receivers		0,0%	0	
Total digital TV households		19,6%	>318	European Audiovisual Observatory
Households with PC		53,0%	859	Central bureau of Statistics / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		42,2%	683	HAKOM

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	20	BT.net, KDS, Kerman, Magic Telekom, Optika Kabel TV, ...
Satellite packagers	1	Digi TV
IPTV packagers	4	HT D.D. (Max TV), Iskon Internet, Metronet, Optima
DTT multiplex operator	1	Odašiljači Veze
Mobile phone TV packagers	1	VIPnet

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	3	5
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	9	10
Regional/Local		0	26	26
Regional/Local windows		20	0	20
Channels targeting foreign markets		1	0	1
Total		24	38	62
<i>Foreign channels targeting the country</i>		0	9	9

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial	Cable BT.net	Satellite Digi TV (full offer)	IPTV Max TV
Generalist - national		5	5	2	6
Generalist - foreign			9	25	12
Adult			5	2	4
Children			9	5	7
Culture/ education/ documentary			6	21	7
Minority interest groups			1		
Entertainment/ TV fiction/ games			9	32	7
Film			4	14	2
Home shopping					
International linguistic and cultural			1	2	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	8	7
Music			11	15	10
News/ business			4	12	9
Parliament/ government/ administration					1
Regional/ local			4	7	9
Religion			1	2	
Sports			10	20	12
Various			1	3	2
Total		5	85	171	96

Source: European Audiovisual Observatory

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

Operating revenues of television companies in Croatia 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Hrvatska Radiotelevizija	sptv	HRT-1, HRT-2, HRT-3	184 573	198 040	196 370	211 816	7,9%
RTL Hrvatska D.o.o.	adtv	RTL Televizija	38 407	46 167	48 226	50 239	4,2%
Nova TV D.o.o. ①	adtv	Nova TV	2 108	3 104	29 925	40 694	36,0%
Televizija Sljeme D.o.o.	rtv	Televizija Sljeme	1 082	1 619	1 803	1 699	-5,8%
Kanal Ri D.o.o.	rtv	Kanal RI	1 265	1 416	1 474	1 415	-4,0%
Televizija Moslavina	rtv	Televizija Moslavina	1 183	1 308	~	~	~
Televizija Slavonije i Baranj D.o.o.	rtv	Slavonska Televizija	1 141	764	940	1 062	13,0%
VTV D.o.o.	rtv	VKTV	836	944	1 096	1 046	-4,6%
Nezavisna Istarska Televizija D.o.o.	rtv	NITV	298	282	687	1 006	46,4%
Slavonsko Brodska Televizija D.o.o.	rtv	SBTV	391	556	667	662	-0,7%

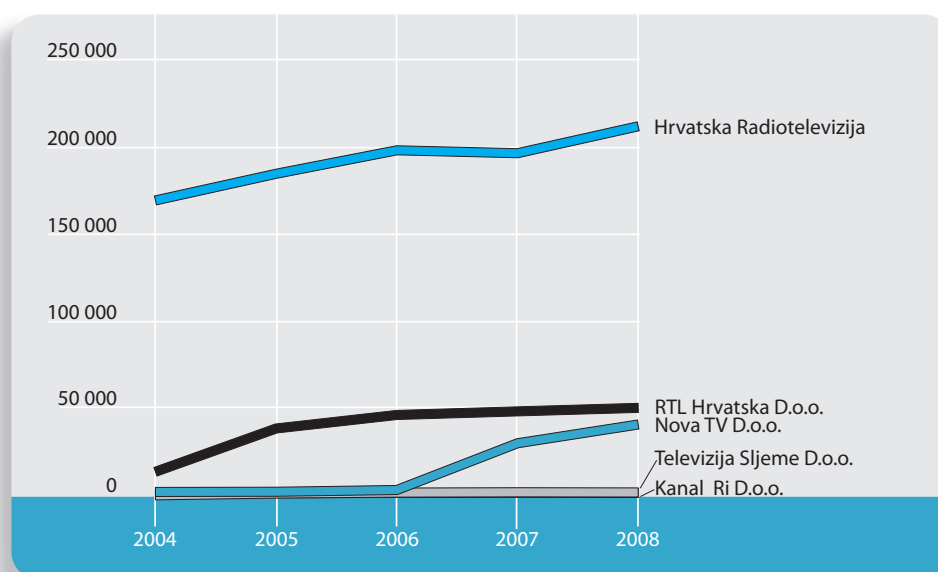
Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
HT D.D. ②	3play	MaxTV		830 337	786 899	795 452	764 970	-3,8%
VIPnet D.o.o. ②	3G TV	Live TV		428 009	473 298	495 544	527 472	6,4%
B.Net Hrvatska D.o.o. ②	3play	B.Net		5 352	7 608	7 445	17 566	135,9%
Digi Satelitska Televizija d.o.o.	sat-tv	Digi TV		-	-	1 998	4 700	135,2%
KDS	CATV	KDS Cakovec		287	521	759	1 968	159,3%
Kerman D.o.o. ②	CATV	Kerman Cable TV		2 057	2 195	1 917	1 941	1,3%

① Nova TV was taken over in July 2004 by Central European Media Enterprises.

② Includes telecommunications activities.

Source: European Audiovisual Observatory

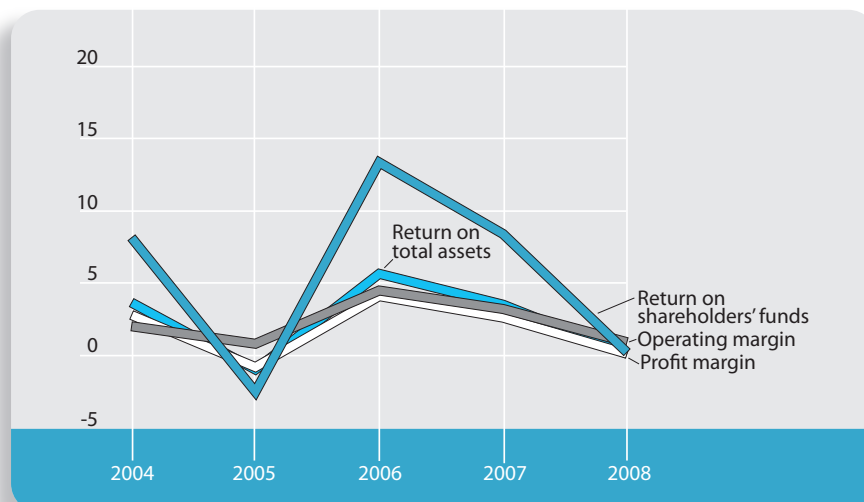
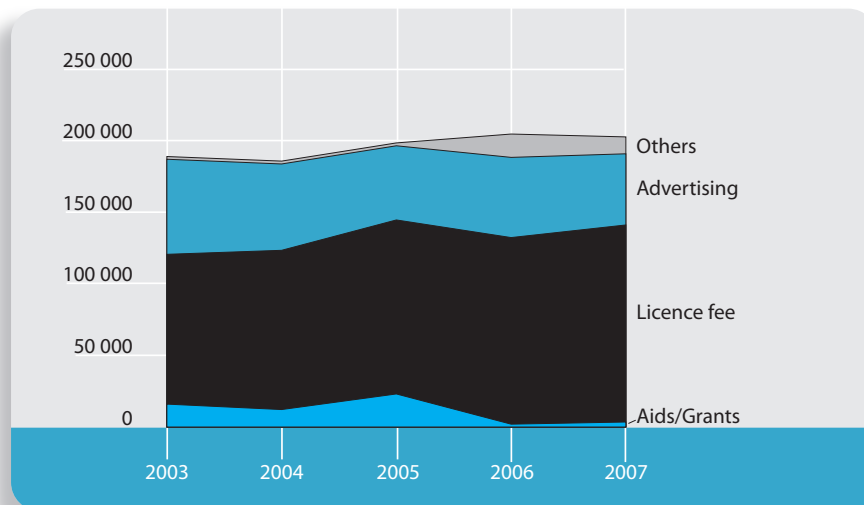
EUR thousand.



T.1.HR.2
G.1.HR.2HRT financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	144 600	132 300	141 100	~	72,9%	64,7%	69,6%	~	~
- Aids/Grants	23 100	2 000	3 500	~	11,6%	1,0%	1,7%	~	~
- Licence fee	121 500	130 300	137 600	~	61,2%	63,7%	67,9%	~	~
Total commercial Income	51 800	56 000	49 700	~	26,1%	27,4%	24,5%	~	~
- Advertising	51 800	56 000	49 700	~	26,1%	27,4%	24,5%	~	~
Others	2 000	16 300	11 800	~	1,0%	8,0%	5,8%	~	~
TOTAL	198 400	204 600	202 600	~	100,0%	100,0%	100,0%	~	~
Operating revenues	184 573	198 040	196 370	211 816					7,9%
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Consumption goods and services	113 209	109 959	106 985	116 637	61,8%	58,1%	56,3%	55,6%	9,0%
Costs of personnel	60 876	61 796	63 501	70 911	33,2%	32,7%	33,4%	33,8%	11,7%
Depreciation	9 036	17 406	19 642	22 306	4,9%	9,2%	10,3%	10,6%	13,6%
Operating expenditure	183 121	189 161	190 128	209 854	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	10,4%
Net result	384	80	157	96					-38,9%
Operating margin (%)	0,8	4,5	3,2	0,9					

Source: European Audiovisual Observatory (from EBU data and AMADEUS)

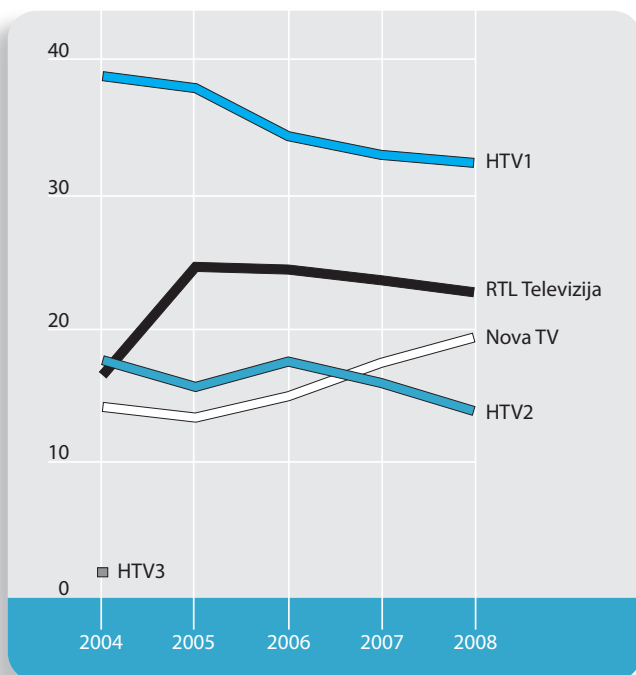


T.1.HR.3
G.1.HR.3TV audience market share in Croatia
2004-2008 In %, 4 years +.

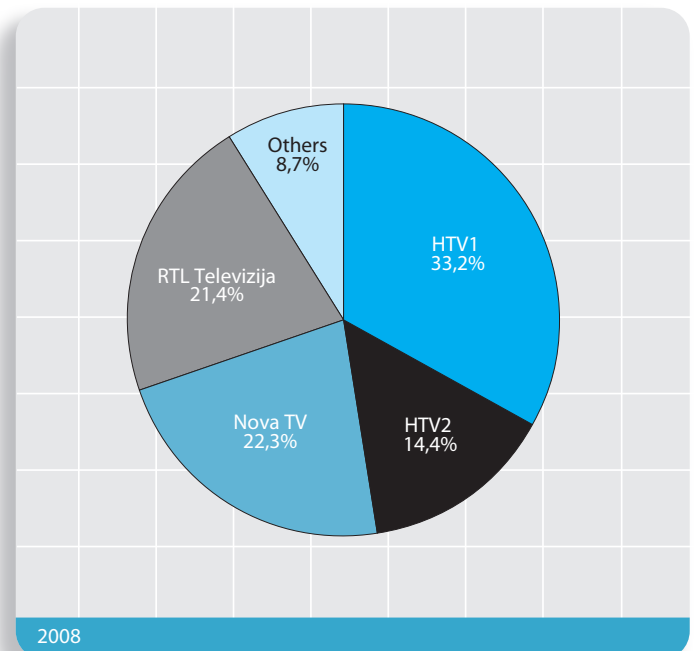
Channels	Daily share					Prime time (19:30-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
HTV1	39,1	38,2	34,6	33,2	32,6	46,1	44,2	37,9	34,2	33,2
HTV2	17,8	15,8	17,7	16,1	14,0	16,5	13,6	16,4	16,4	14,4
HTV3	1,9	-	-	-	-	2,0	-	-	-	-
Public Croatian channels	58,8	54,0	52,3	49,3	46,6	64,6	57,8	54,3	50,6	47,6
Nova TV	14,3	13,5	15,1	17,6	19,5	11,2	12,5	15,2	18,2	22,3
RTL Televizija	16,7	24,8	24,6	23,8	22,9	16,4	23,9	24,6	24,4	21,4
Main Croatian private channels	31,0	38,3	39,7	41,4	42,4	27,6	36,4	39,8	42,6	43,7
Others	10,2	7,7	8,0	9,3	11,0	7,8	5,8	5,9	6,8	8,7

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.



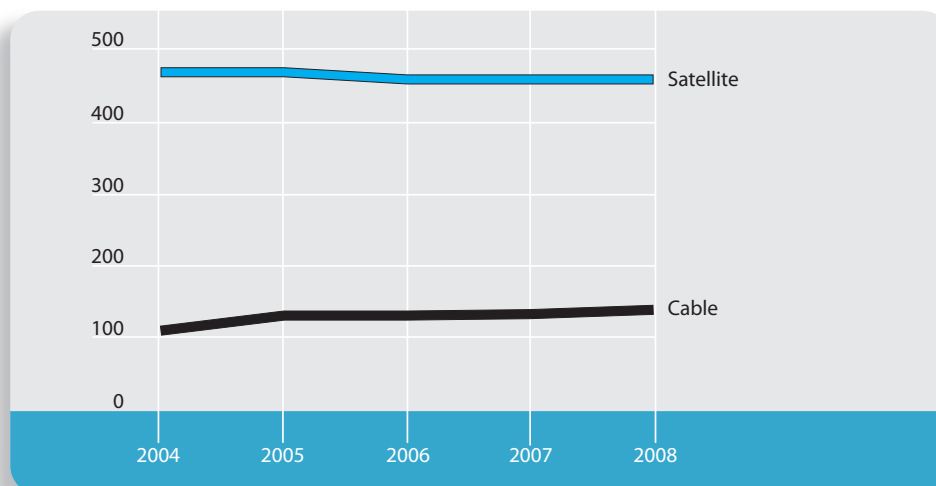
Prime time (19:30-22:00). In %, 4 years +.



G.1.HR.4

Household TV equipment
2004-2008 In thousands.

In thousands.



Source: ASTRA and HAKOM

Hungary has one of Central Europe's most highly developed television markets. The market is dominated by the two private channels: RTL Klub (RTL Group) and TV2 (ProSiebenSat1), who continue to have the biggest audience market shares. RTL Klub maintained its lead in 2008 with 24.6% (2.5% less than 2006) while TV2 had 21.3% (4.3% less than two years earlier). This gradual decline of market shares has also had an impact on the public service channels, in particular since privatisation was introduced. M1 and M2 had a combined market share in 2008 of 13.1% (down 3% in the last two years). M1 is the more popular of the two with a share of 11%. There continues to be increased competition resulting from the rise in the number of special-interest channels and other private channels. Duna TV, the third public channel, was launched as a satellite channel in 1992 and targets the Hungarian minorities living outside the country. It has also been losing audience share in Hungary but recently launched a HD version which is available on the DTT platform.

The penetration rate of multi-channel services has reached almost 75% of TV households (August 2009). These services are mostly provided by cable, which was available in approximately 58% of households at the end of 2008. The sector is made up of a considerable number of local and regional cable operators (more than 400) and a few larger operators (UPC Hungary, Fibernet, and T-Kabel). The digitisation rate for the cable networks is quite low (less than 10% at the end of 2008). UPC's cable network in Hungary is experiencing a gradual decline in its number of subscribers. The company had 673,300 subscribers (about 12% of which are digital) at the end of December 2008. The proposed merger of T-Kabel with the telecom operator Magyar Telekom (that already owns T-Kabel via subsidiary companies) was approved in 2009 and will take place by the end of 2009;

UPC also owns the satellite platform UPC Direct, which had about 183,000 subscribers in June 2009. The Satellite market has become very competitive with a total of 5 operators serving approximately 730 000 homes. In addition to UPC Direct and Digi TV, a third satellite operator – Hello HD – launched in May 2008. Antenna Hungaria also offers a limited package of channels. In June 2009 Digi TV was the market leader with approximately 57% of subscribers, followed by UPC with round 25% (according to research of the National Communications Authority of Hungary).

The analogue switch off in Hungary is planned for 2011. In July 2008, the Hungarian telecommunications regulator allocated the digital terrestrial tele-

Le marché de la télévision hongrois, l'un des plus développés d'Europe centrale, est dominé par deux chaînes privées, RTL Klub (groupe RTL) et TV2 (ProSiebenSat1), qui réalisent toujours les plus fortes parts de marché d'audience. En 2008, RTL Klub se maintient en tête avec 24,6 % (2,5 points de moins qu'en 2006), contre 21,3 % pour TV2 (4,3 points de moins qu'en 2006). Ce recul progressif des parts de marché affecte également les chaînes de service public, en particulier depuis la privatisation du secteur. En 2008, M1 et M2 ont une part de marché cumulée de 13,1 % (en recul de 3 points sur les deux dernières années). M1 est la plus populaire des deux, avec 11 % de part de marché. En raison de l'augmentation du nombre de chaînes thématiques et des autres chaînes privées, la concurrence reste importante. Duna TV, la troisième chaîne publique a fait son apparition en 1992 sur le satellite. Elle cible les minorités hongroises résidant hors du pays. Bien qu'elle perde également des parts de marché en Hongrie, elle a récemment lancé une version HD disponible sur la plate-forme TNT.

Le taux de pénétration des offres multi-chaînes atteint presque 75 % des foyers équipés de la télévision (août 2009). Celles-ci sont majoritairement fournies par le câble qui était présent dans 58 % des foyers à la fin de l'année 2008. Le secteur est constitué d'une multitude de câblo-opérateurs locaux et régionaux (plus de 400), et de quelques opérateurs de taille plus importante (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). Le taux de numérisation des réseaux câblés est assez faible (inférieur à 10 % fin 2008). Le réseau câblé d'UPC en Hongrie voit le nombre de ses abonnés diminuer progressivement. La société compte 673 300 abonnés (dont environ 12 % à l'offre numérique) fin décembre 2008. La fusion proposée entre T-Kabel et l'opérateur de télécommunications Magyar Telekom (qui possède déjà T-Kabel via des filiales) a été approuvée en 2009 et sera effective d'ici la fin 2009.

UPC est aussi propriétaire de la plate-forme satellitaire UPC Direct, qui compte quelque 183 000 abonnés en juin 2009. Le marché satellitaire est devenu très compétitif, avec 5 opérateurs desservant environ 730 000 foyers. Outre UPC Direct et Digi TV, un troisième opérateur satellite – Hello HD – a fait son apparition en mai 2008. Antenna Hungaria propose également une offre limitée de chaînes. En juin 2009, Digi TV occupe la première place avec environ 57 % des abonnés, suivie par UPC (environ 25 % des abonnés) (selon une étude de l'autorité nationale hongroise des communications).

L'extinction du signal analogique en Hongrie est prévue pour 2011. En juillet 2008, le régulateur hongrois des télécommunications a attribué la licence de

Ungarn hat einen der am weitesten entwickelten Fernsehmärkte in Zentraleuropa. Der Markt wird von zwei Privatsendern dominiert: RTL Klub (RTL Group) und TV2 (ProSiebenSat1), die nach wie vor die höchsten Einschaltquoten erzielen. RTL Klub konnte mit 24,6 % (minus 2,5 % gegenüber 2006) 2008 seinen Spitzenplatz behaupten, gefolgt von TV2 mit 21,3 % (4,3 % weniger als zwei Jahre zuvor). Dieser schrittweise Rückgang der Marktanteile hat auch einen gewissen Einfluss auf die öffentlich-rechtlichen Sender gehabt, insbesondere seit der Beginn der Privatisierung. M1 und M2 zusammen hatten 2008 einen Marktanteil von 13,1 % (minus 3 % in zwei Jahren), wobei M1 mit 11 % Marktanteil der deutlich beliebtere Sender war. Es gibt weiterhin einen steigenden Wettbewerb durch immer neue Spartenkanäle und andere Privatsender. Duna TV, der dritte öffentlich-rechtliche Sender, wird seit 1992 über Satellit verbreitet. Er richtet sich an die ungarischen Minderheiten im Ausland. Duna TV musste ebenfalls Verluste bei den Marktanteilen hinnehmen, hat aber unlängst eine über DVB-T empfangbare HD-Version seines Programms gestartet.

Die Durchdringungsrate bei Mehrkanaldiensten liegt inzwischen bei knapp 75 % der Fernsehhaushalte (August 2009). Die Verbreitung erfolgt im Wesentlichen über Kabel, an das 58 % der Haushalte Ende 2008 angeschlossen waren. Der Sektor setzt sich aus einer Vielzahl lokaler und regionaler Kabelnetzbetreiber (über 400) und einigen größeren Betreibern zusammen (UPC Hungary, Fibernet, T-Kabel). Die Digitalisierungsrate der Kabelnetze ist recht niedrig (unter 10 % Ende 2008). Das ungarische Kabelnetz von UPC verzeichnet einen fortschreitenden Rückgang der Abonentenzahlen. Das Unternehmen hatte Ende 2008 673 300 Abonnenten (davon ca. 12 % digital). Der vorgeschlagene Zusammenschluss zwischen T-Kabel und dem Telekom-Betreiber Magyar Telekom (der über Tochterfirmen bereits Eigner von T-Kabel ist) wurde 2009 genehmigt und soll gegen Ende 2009 stattfinden.

UPC besitzt darüber hinaus die Satellitenplattform UPC Direct, die im Juni 2009 rund 183 000 Abonnenten hatte. Mit insgesamt fünf Betreibern, die ca. 730 000 Haushalte bedienen, ist der Satellitenmarkt inzwischen sehr umkämpft. Neben UPC Direct und Digi TV hat im Mai 2008 ein dritter Satellitenanbieter – Hello HD – den Betrieb aufgenommen. Antenna Hungaria bietet ebenfalls ein begrenztes Senderpaket an. Im Juni 2009 war Digi TV mit ca. 57 % der Abonnenten Marktführer, gefolgt von UPC mit rund 25 % (laut Zahlen der nationalen Kommunikationsbehörde).

vision licence to Antenna Hungária, and the free-to-air platform (Mindig TV) was launched on December 1st 2008 followed by the pay DTT platform Terra+. The license relates to five national television multiplexes and one radio multiplex. The licence also provides for operating a mobile television service (DVB-H) on the third multiplex. This tender was won by Antenna Hungária who launched its DVB-H service in December 2008, which currently features 6 channels.

In June 2007, the Hungarian parliament passed legislation on the digital switch-over and drew a clear distinction between the regulation of content and that of broadcasting. It also transferred certain regulatory powers from the broadcasting regulator (ORTT) to the communications regulator (NHH).

The IPTV sector is beginning to take off. The main providers of ADSL television are T-Online, a subsidiary of the national telecoms operator Magyar Telekom, Invitel (InviTV), and TVNet. The launch of a fourth service was announced in September 2009. At the end of 2008 more than 30 000 Hungarian homes were subscribing to IPTV services.

télévision numérique terrestre à Antenna Hungária. Cette plate-forme gratuite (Mindig TV) a été lancée le 1^{er} décembre 2008, suivie par l'offre de TNT payante Terra+. La licence concerne cinq multiplex nationaux de télévision ainsi qu'un multiplex de radio. La licence prévoit en outre la possibilité d'opérer un service de télévision mobile (DVB-H) sur le troisième multiplex. Cet appel d'offres a été remporté par Antenna Hungária dont le service DVB-H, lancé en décembre 2008, compte actuellement 6 chaînes.

En juin 2007, le Parlement hongrois a adopté une loi relative au passage au numérique établissant une nette distinction entre la régulation des contenus et celle de la radiodiffusion. Elle a également transféré certaines compétences de régulation de l'autorité de régulation de la radiodiffusion (ORTT) à l'autorité de régulation des communications (NHH).

Le secteur de l'IPTV commence à prendre son essor. Les principaux fournisseurs de services de télévision par ADSL sont T-Online, filiale de l'opérateur national de télécommunications Magyar Telekom, Invitel (InviTV) et TVNet. Le lancement d'un quatrième service a été annoncé en septembre 2009. Fin 2008, plus de 30 000 foyers hongrois sont abonnés à des services IPTV.

Die Abschaltung des Analogbetriebs in Ungarn ist für 2011 vorgesehen. Nach der Vergabe der Lizenz für das terrestrische Digitalfernsehen an Antenna Hungária durch die ungarische Regulierungsbehörde für Telekommunikation im Juli 2008 sind am 1. Dezember der frei empfangbare DVB-T-Dienst Mindig TV und kurz danach der Pay-TV-Dienst Terra+ auf Sendung gegangen. Die Lizenz betrifft fünf nationale TV-Multiplexe und einen Radio-Multiplex. Die Lizenz sieht darüber hinaus den Betrieb eines Mobilfernsehdienstes (DVB-H) über den dritten Multiplex vor. Den Zuschlag erhielt der Netzbetreiber Antenna Hungária, der mit seinem DVB-H-Dienst im Dezember 2008 an den Start gegangen ist. Der Dienst umfasst derzeit sechs Sender.

Das ungarische Parlament hat im Juni 2007 ein Gesetz zur Umschaltung auf Digitalfernsehen verabschiedet und dabei eine klare Unterscheidung zwischen der Regulierung von Inhalten und der Regulierung des Sendebetriebs getroffen. Zudem hat es bestimmte Regulierungsbefugnisse von der Rundfunkregulierungsbehörde (ORTT) auf die Telekommunikationsbehörde (NHH) übertragen.

Der IPTV-Sektor kommt langsam in Gang. Die größten Anbieter von ADSL-Fernsehen sind T-Online, eine Tochter des nationalen Telekom-Betreibers Magyar Telekom, Invitel (InviTV) sowie TVNet. Der Start eines vierten Dienstes wurde im September 2009 angekündigt. Ende 2008 waren über 30 000 Haushalte in Ungarn IPTV-Abonnenten.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	10 031	Eurostat
Households		–	3 800	Eurostat
TV households		97,0%	3 686	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		56,8%	2 159	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		4,8%	182	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		19,6%	745	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		12,0%	596	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0,9%	33	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,3%	10	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		21,6%	821	European Audiovisual Observatory
Households with PC		60,3%	2 290	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		39,4%	1 498	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	3	Screen Digest
Mobile broadcast TV receivers		–	23	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	>400	Fibernet, UPC Hungary, T-Kabel, Vidanet,...
Satellite packagers	5	Antenna Hungaria, Digi, HD Platform Kft, Magyar Telekom, UPC
IPTV packagers	2	Invitel, Magyar Telekom, TVNet
DTT multiplex operators / packagers	1	Antenna Hungaria (1 free platform and 1 pay package)
Mobile phone TV packagers	2	Magyar Telekom, Vodafone
Mobile broadcast TV packager	1	Antenna Hungaria

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		5	10	15
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			21	21
Regional/Local			ca500	ca500
Regional/Local windows		6		6
Channels targeting foreign markets			13	13
Total		11	544	ca555
Foreign channels targeting the country		2	53	55

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial Antenna Hungary	Cable UPC Hungary	Cable Magyar Telekom	Satellite Digi TV (full offer)	IPTV Magyar Telekom
Generalist - national		7	5	5	5	5
Generalist - foreign			7	3	23	2
Adult			2	4	2	5
Children			5	9	5	8
Culture/ education/ documentary			11	11	21	10
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games			12	13	32	14
Film			10	9	14	8
Home shopping						
International linguistic and cultural			5	2	2	1
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	8	8	6
Music			3	9	15	8
News/ business		4 ¹	15	16	12	7
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local			6	2	7	1
Religion			1	2	2	1
Sports			8	14	20	9
Various					3	
Total		11	94	107	171	85

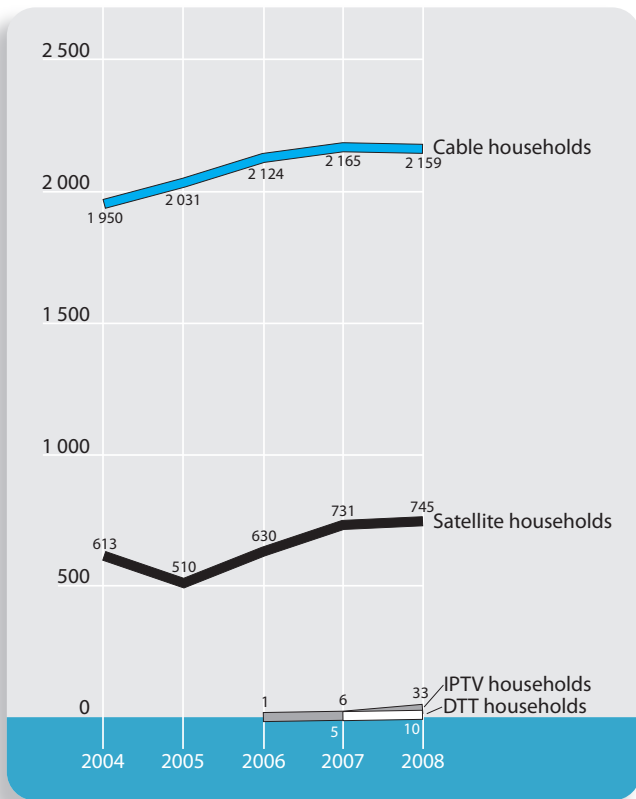
¹ Includes three language versions of Euronews: English, French and German.

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

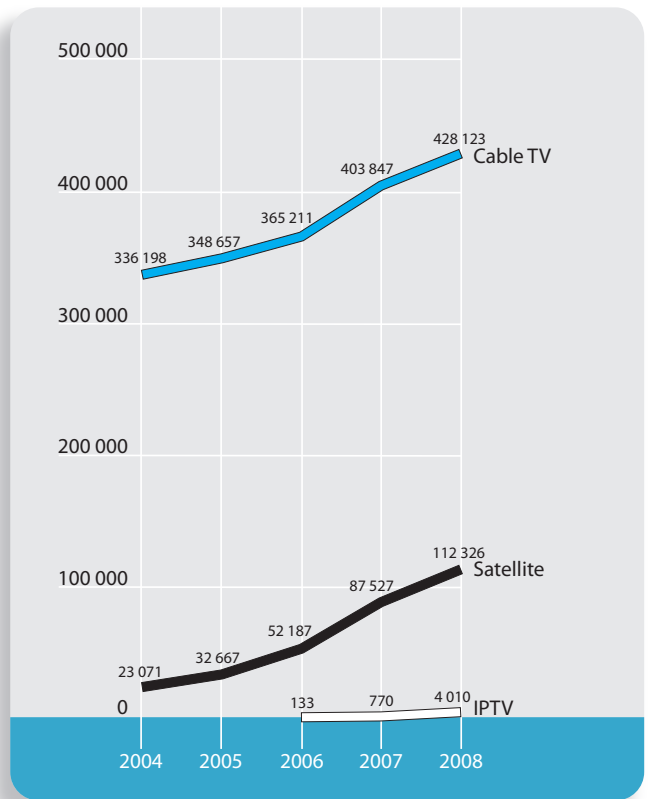
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

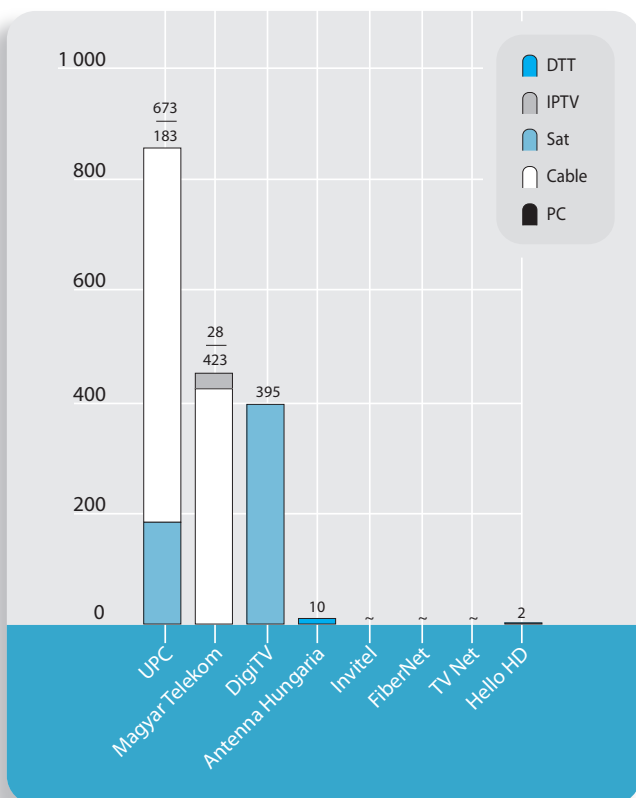
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

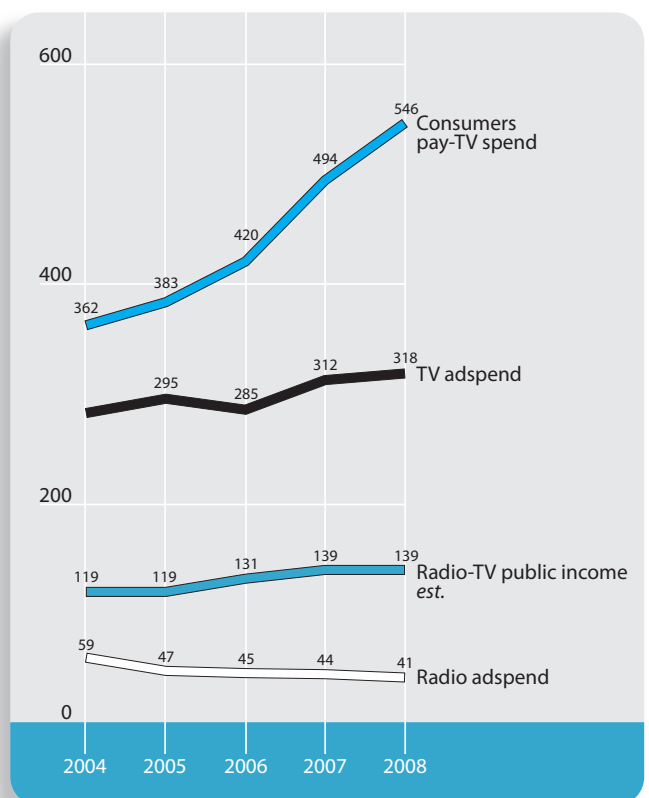
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, WARC and Magyar Televizio, Magyar Radio and Duna Televizio

T.1.HU.1
G.1.HU.1

Operating revenues of television companies in Hungary 2005-2008

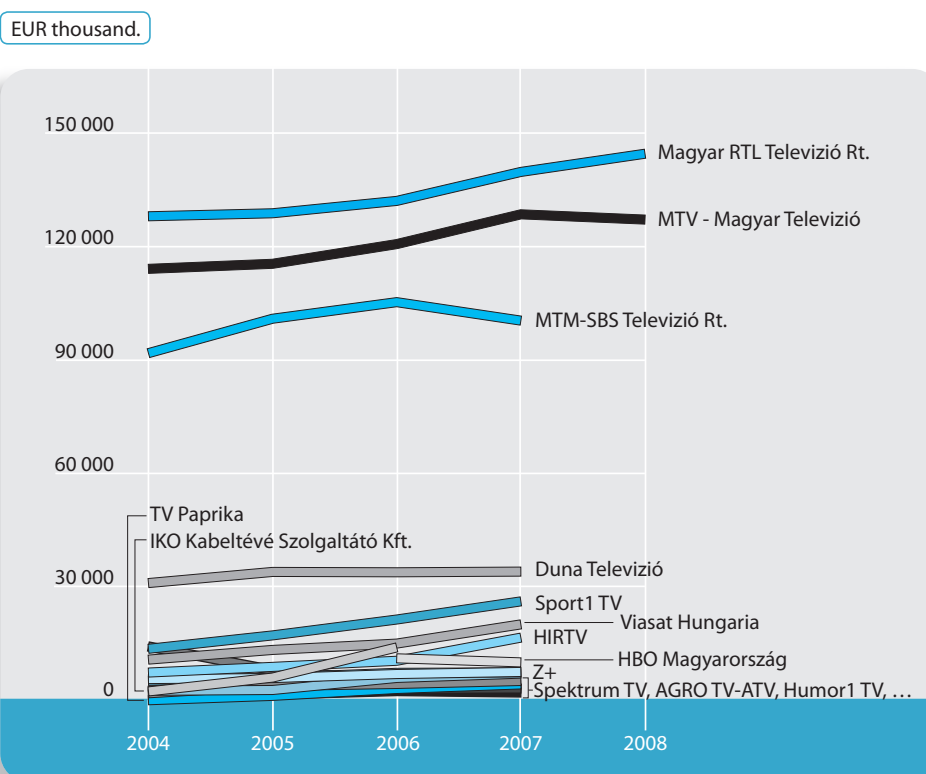
EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Magyar RTL Televízió Rt.	adtv	RTL	128 847	132 120	139 785	144 602	3,4%
MTV - Magyar Televízió	sptv	TV1, M2	115 482	120 692	128 568	127 176	-1,1%
MTM-SBS Televízió Rt.	adtv	TV-2	100 947	105 335	100 446	~	~
Duna Televízió	sptv	Duna TV	33 961	33 865	34 043	~	~
Sport1 TV	thtv	Sport TV	17 167	21 368	26 170	~	~
Viasat Hungaria	adtv	Viasat 3	13 321	15 001	20 081	22 884	14,0%
HIRTV	thtv	Hir TV	8 838	10 456	16 577	19 867	19,8%
IKO Kábeltévé Szolgáltató Kft.	thtv	DoQ	6 007	13 985	~	13 529	8,3%
HBO Magyarország	paytv	HBO	~	11 107	10 031	~	~
Z+	thtv	VIVA	5 879	6 947	7 492	~	~
AGRO TV-ATV	thtv	Magyar ATV	2 507	2 723	5 912	8 449	19,8%
Spektrum TV	thtv	Spektrum TV	5 180	6 014	7 263	7 350	-0,6%
Humor1 TV	thtv	Humor TV	1 852	3 774	4 317	~	~
TV Paprika	thtv	TV Paprika	12	1 166	2 992	4 827	14,8%
Digital Media	thtv	4 STory TV	-	20	~	3 947	25,3%
Iko Produktion Media	thtv	Sport+, Film+	14 227	7 980	5 137	2 220	-25,8%
Filmmuzeum	pay-tv	Filmmuzeum	2 641	3 223	3 081	2 107	-32,8%
Hálózatos Televíziók	thtv	Halozat / HTV	1 427	1 530	2 453	2 046	-1,3%

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Magyar Telekom (cons.) ①	3play, sat-tv, 3G TV	T-Home TV, Kabel Tv, Sat-TV, T-Mobil TV		2 473 000	2 674 000	2 679 000	2 590 000	-3,3%
p.m. T-Online ①	3play	T-Home TV		114 735	146 301	~	~	~
p.m. T-Kabel ①	3play	Kabel-TV		51 275	60 553	67 446	~	~
Vodafone Hungary Ltd ①	3G TV	Life!		470 422	483 841	570 394	553 012	-3,0%
UPC ①	3play, sat-tv	Kabel TV, Műholas TV, UPC Direct		156 750	194 522	215 636	243 925	13,1%
Digi Távbeszélő Kft ①	3play, sat-tv	KabelTV, DigiTV		11 299	46 626	51 590	~	~
Fibernet ①	3play	Kabel TV		14 972	34 525	~	~	~
Vidanet ①	3play	Kábeltévé		13 788	17 454	18 634	19 588	5,1%

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory



T.1.HU.2
G.1.HU.2Magyar Televizio financial situation
2005-2008

EUR thousand.

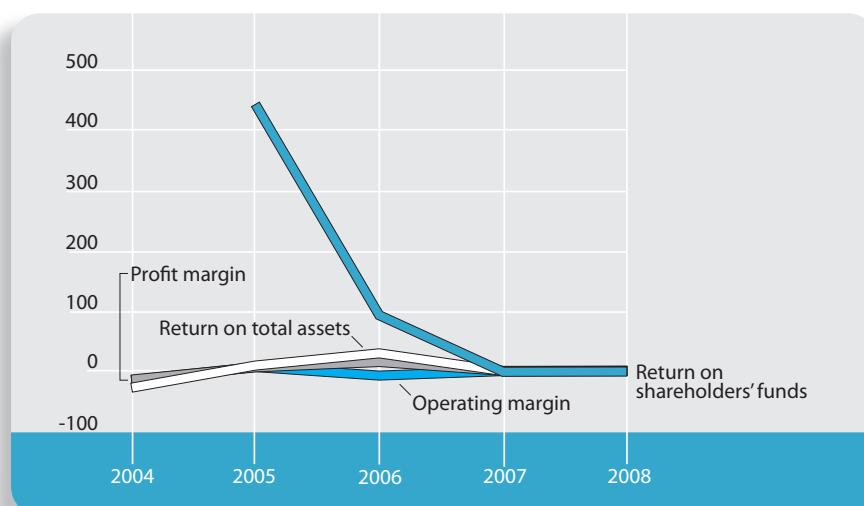
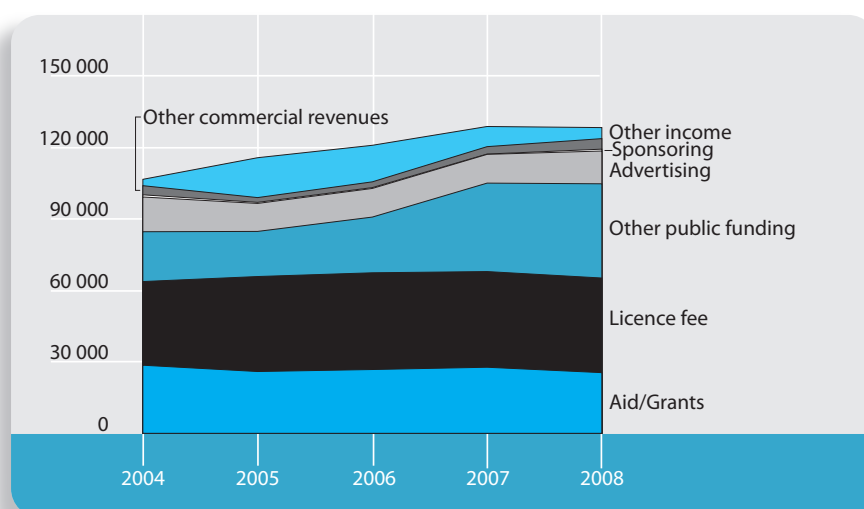
Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	84 603	90 616	104 843	104 555	73,3%	75,1%	81,5%	81,6%	-0,3%
- Aid/Grants	25 896	26 739	27 694	25 427	22,4%	22,2%	21,5%	19,8%	-8,2%
- Licence fee	39 802	40 526	40 083	39 643	34,5%	33,6%	31,2%	30,9%	-1,1%
- Other public funding	18 905	23 351	37 066	39 485	16,4%	19,3%	28,8%	30,8%	6,5%
Total commercial income	14 171	14 760	15 278	18 928	12,3%	12,2%	11,9%	14,8%	23,9%
- Advertising	11 723	11 993	12 047	13 739	10,2%	9,9%	9,4%	10,7%	14,0%
- Sponsoring	450	358	128	775	0,4%	0,3%	0,1%	0,6%	505,5%
- Other commercial revenues	1 998	2 409	3 103	4 414	1,7%	2,0%	2,4%	3,4%	42,2%
Other income	16 708	15 314	8 446	4 622	14,5%	12,7%	6,6%	3,6%	-45,3%

TOTAL	115 482	120 690	128 567	128 105	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,4%
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	70 335,0	83 380,0	79 061,0	83 656,0	64,9%	63,9%	61,1%	65,8%	5,8%
Cost of personnel	35 964	45 024	48 067	40 741	33,2%	34,5%	37,1%	32,0%	-15,2%
Depreciation	2 132	2 075	2 265	2 767	2,0%	1,6%	1,8%	2,2%	22,2%
Operating expenditure	108 431	130 479	129 393	127 164	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-1,7%

Net result	6 496	17 457	353	634					79,6%
Operating margin (%)	6,1	-8,1	-0,6	0,0					

Source: Magyar Televizio / European Audiovisual Observatory



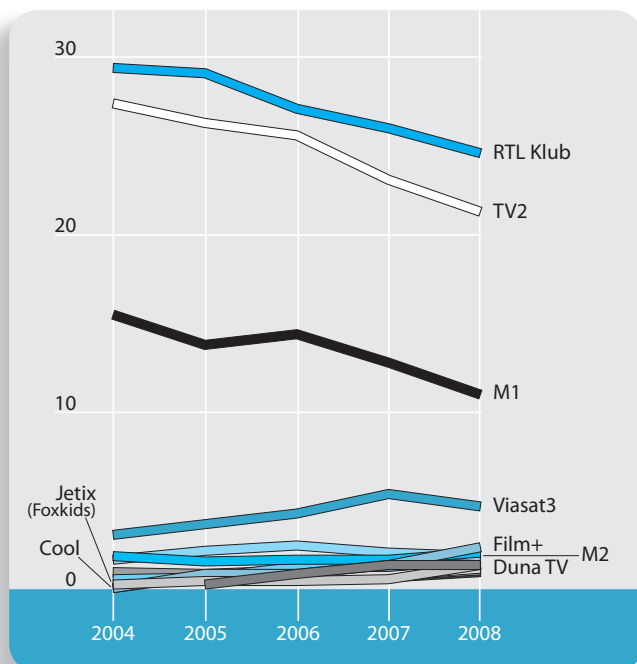
T.1.HU.3
G.1.HU.3TV audience market share in Hungary
2004-2008 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
M1	15,5	13,8	14,4	12,8	11,0	17,1	14,5	14,5	13,6	11,9
M2	1,9	1,6	1,7	1,7	2,1	1,2	1,0	1,1	1,2	1,6
Duna TV	1,7	2,2	2,5	2,1	1,9	1,4	2,0	1,8	1,3	1,0
Public Hungarian channels	19,1	17,6	18,6	16,6	15,0	19,7	17,5	17,4	16,1	14,5
RTL Klub	29,4	29,1	27,1	26,0	24,6	33,5	33,8	31,2	31,4	30,8
TV2	27,4	26,3	25,6	23,1	21,3	27,8	27,8	27,9	25,2	23,7
Viasat3	3,1	3,7	4,3	5,4	4,7	3,0	3,3	3,9	4,6	4,2
Magyar ATV ①	0,6	0,7	1,3	1,3	1,7	1,3	1,3	2,5	2,6	2,6
Film+	0,1	0,9	0,9	1,4	2,4	0,1	0,7	0,8	1,4	2,4
Spektrum	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,5	0,5	0,6	0,5	0,4
Sport1	0,9	1,1	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	0,7	0,7	0,7
Halozat	0,9	0,8	0,7	0,8	0,7	1,1	1,1	0,9	1,0	0,9
Viva	0,7	0,8	0,6	0,5	0,6	0,3	0,3	0,3	0,3	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	0,5	-	0,2	0,3	0,5	0,5
Sport Klub	-	-	-	0,4	0,4	-	-	-	0,3	0,3
Other channels HU	8,5	6,7	5,9	5,8	8,1	6,1	4,6	4,3	4,2	6,3
Private Hungarian channels	73,0	71,5	68,6	67,3	66,8	75,1	74,9	73,6	73,0	73,3
Minimax	1,0	0,9	1,1	1,5	1,4	0,3	0,4	0,5	0,6	0,6
Cartoon Network	-	0,3	0,9	1,4	1,4	-	0,2	0,4	0,6	0,6
Hallmark	-	0,5	0,8	0,7	1,0	-	0,4	0,6	0,5	0,7
National Geographic	-	0,6	0,8	1,0	0,9	-	0,4	0,6	0,6	0,5
Cool	0,1	0,8	0,7	0,8	1,1	0,1	0,8	0,9	1,0	1,2
Discovery Channel	-	0,5	0,7	0,8	1,2	-	0,3	0,5	0,5	0,9
Jetix (Foxkids)	0,3	0,5	0,5	0,6	1,4	0,1	0,3	0,2	0,3	0,8
Club TV/Irisz	-	0,2	0,2	-	-	-	0,2	0,3	-	-
AXN	-	-	-	0,6	0,8	-	-	-	0,5	0,6
Other foreign channels	2,7	2,1	2,9	4,8	5,4	2,1	1,6	2,3	3,5	3,8
Foreign channels	4,6	6,5	8,7	12,3	14,6	2,7	4,9	6,6	8,2	9,9
Video	3,5	4,4	4,1	3,8	3,6	2,2	2,8	2,7	2,6	2,5

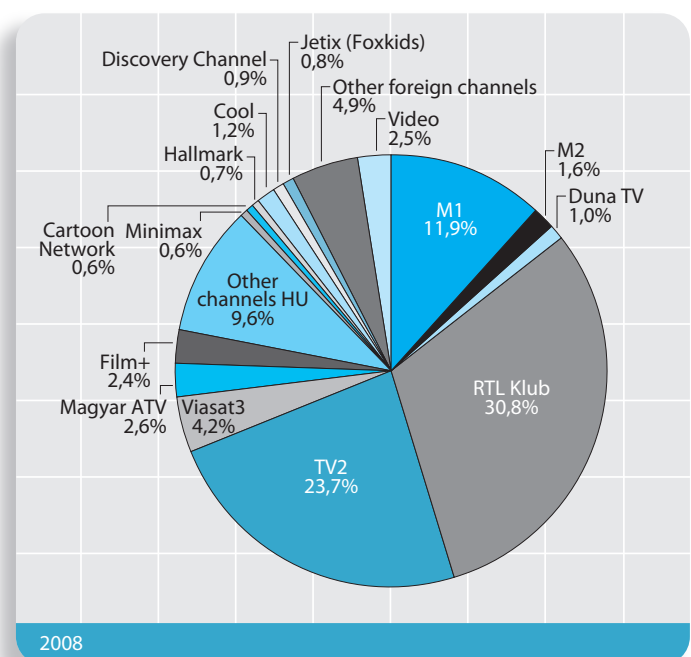
① Magyar ATV: measured from 17:00 to 25:59.

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NMR HUNGARY

Daily share. In %, 4 years +.



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



The Irish television market is characterised by a strong national public service broadcaster and a strong presence of British channels. The two public service channels, RTÉ1 and RTÉ2, had a combined market share of 36.5% in 2008 (2% less than in 2006). The private channel, TV3 (launched in 1998) had an 11.4% market share, close to that of RTÉ2, with 11.5%. The five most watched UK channels are ranked in the following order: BBC1, UTV, S4C, BBC2, and Sky 1 (with a combined share of 19.1%).

According to data from ComReg for the first quarter of 2009, 61% of Irish households receive digital television. Pay-TV households reached 1.09162 million (75%), divided between satellite and cable/MMDS. The UK satellite packager BSkyB had 578,730 subscribers (53% of pay TV market) in the first quarter of 2009. The success of this package has partly been due to the lack of any alternative for reception of digital television (and/or pay-TV) outside of the main cities and towns.

The cable market is controlled by one operator UPC Ireland (following the takeover by Liberty Global of the second operator, NTL and its merger with Chorus). According to ComReg approximately 54% of cable services are now digital, and Liberty Global's annual report 2008 claimed a total of 450,100 cable customers. So far there has been no strong development in the IPTV market, although there are three operators (Magnet networks, 3Play Plus, and Smart Telecom) providing IPTV services in Ireland. There is no data available on IPTV subscribers, while broadband Internet had a reach of 60.4% in March 2009.

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. Following various trials and a consultation by the regulator ComReg, it was announced in August 2009 that a tender would be launched at the end of 2009 to use part of the UHF band for mobile TV services.

The introduction of DTT experienced a set-back in 2009. In March 2008, the tender for three commercial multiplexes was awarded to the Boxer Communicorp consortium by the Broadcasting Commission of Ireland (BCI). However, in April 2009 Boxer handed back its license. They claimed that the reasons were the failure to reach an agreement with RTÉ Networks Limited, the operator of the public service multiplex, and also the financial crisis in Ireland. In May 2009, the BCI then granted the licenses to the consortium that reached second place in the tender: One Vision (including TV3, Eircom and Setanta). One of these partners, the

Le marché irlandais de la télévision est marqué par l'importance de son radiodiffuseur public et une forte présence des chaînes britanniques. Les deux chaînes publiques, RTÉ1 et RTÉ2, ont réalisé en 2008 une part de marché combinée de 36,5 % (-2% par rapport à 2006). La chaîne privée TV3 (lancée en 1998) détient une part de 11,4 %, proche de celle de RTÉ2 (11,5 %). Les cinq chaînes britanniques les plus regardées sont par ordre décroissant: BBC1, UTV, S4C, BBC2 et Sky 1 (avec une part combinée de 19,1 %).

Selon les données de ComReg pour le premier trimestre 2009, 61 % des foyers irlandais reçoivent la télévision numérique. Les foyers abonnés à la télévision payante sont au nombre de 1,09 million (75 %), répartis entre le satellite et le câble/SDMM. L'opérateur satellite britannique BSkyB comptait 578 730 abonnés (c'est-à-dire 53 % du marché de la télévision à péage) au premier trimestre 2009. Le succès de son bouquet est dû, notamment, à l'absence d'alternative dans la réception de signaux télévisés numériques (et/ou de services de télévision à péage) en dehors des grandes villes.

Suite à la prise de contrôle par Liberty Global du deuxième opérateur, NTL, et sa fusion avec Chorus, le marché du câble est contrôlé par un opérateur, UPC Ireland. Selon les données de ComReg, environ 54 % des services câblés sont désormais numériques. Le rapport annuel 2008 de Liberty Global affichait un total de 450 100 abonnés au câble. À ce jour, le marché de l'IPTV ne connaît pas d'évolution significative, malgré la présence de trois opérateurs (Magnet networks, 3Play Plus et Smart Telecom). Il n'existe pas de données relatives aux abonnés à l'IPTV ; quant à la pénétration d'Internet à haut débit, il atteint 60,4 % en mars 2009.

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. À l'issue de plusieurs tests et d'une consultation menée par le régulateur ComReg, l'annonce a été faite en août 2009 du lancement d'un appel d'offres en vue de la mise en exploitation d'une partie de la bande UHF pour les services de télévision mobile.

L'introduction de la TNT a connu un coup d'arrêt en 2009. En mars 2008, suite à un appel d'offres, trois multiplex commerciaux ont été octroyés au consortium Boxer Communicorp par la *Broadcasting Commission of Ireland* (BCI). Or Boxer a rendu sa licence en avril 2009, invoquant l'impossibilité de parvenir à un accord avec RTÉ Networks Limited, l'opérateur du multiplex de service public, mais aussi la crise financière en Irlande. En mai

Der irische Fernsehmarkt zeichnet sich durch eine starke nationale öffentlich-rechtliche Sendeanstalt und eine hohe Präsenz britischer Sender aus. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender, RTÉ1 und RTÉ2, erreichten 2008 zusammen einen Marktanteil von 36,5 % (minus 2 % gegenüber 2006). Der Privatsender TV3 (1998 in Betrieb genommen) kam auf einen Marktanteil von 11,4 %, knapp hinter RTÉ2 (11,5 %). Die fünf stärksten britischen Sender sind (sortiert nach Marktanteil): BBC1, UTV, S4C, BBC2 und Sky 1. Zusammen erreichten sie einen Marktanteil von 19,1 %.

Laut Erhebung der Regulierungsbehörde ComReg für das erste Quartal 2009 empfangen 61 % der irischen Haushalte digitales Fernsehen. Die Zahl der Pay-TV-Haushalte (über Satellit oder Kabel/MMDS) beläuft sich auf 1,09 Mio. (75 %). Der britische Satellitenanbieter BSkyB hatte im ersten Quartal 2009 578 730 Abonnenten (53 % des Pay-TV-Marktes). Der Erfolg dieses Pakets ist teilweise auf das Fehlen jeglicher Alternative für den Empfang von digitalem Fernsehen (und/oder Pay-TV) außerhalb der großen Städte zurückzuführen.

Der Kabelmarkt wird von einem einzigen Betreiber (UPC Ireland) beherrscht, nachdem der zweite Anbieter (NTL) durch Liberty Global (Mutterkonzern von UPC Ireland) übernommen und mit Chorus (Tochtergesellschaft von UPC Ireland) fusioniert wurde. Laut ComReg sind inzwischen rund 54 % der Kabeldienste digital und laut Jahresbericht 2008 von Liberty Global hat das Unternehmen insgesamt 450 100 Kabelkunden. Auf dem IPTV-Markt hat es noch keine nennenswerten Entwicklungen gegeben, obgleich es drei Betreiber gibt (Magnet networks, 3Play Plus und Smart Telecom), die in Irland IPTV-Dienste anbieten. Zahlen über IPTV-Abonnenten liegen zwar keine vor, aber im März 2009 war Breitband-Internet in 60,4 % der Haushalten verfügbar.

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. Nach mehreren Versuchen und einer Anhörung durch die ComReg wurde im August 2009 eine Ausschreibung für Ende 2009 zur Nutzung von Teilen des UHF-Bands für mobile TV-Dienste angekündigt.

Die Einführung des digitalen Antennentelesehens hat 2009 einen Rückschlag erlebt. Im März 2008 hatte das Boxer-Communicorp-Konsortium nach einer Ausschreibung der Broadcasting Commission of Ireland (BCI) den Zuschlag für drei kommerzielle Multiplexe erhalten. Im April gab Boxer TV allerdings seine Lizenz zurück. Als Grund gab das Unternehmen

satellite packager Setanta has faced a financial crisis in June 2009. In July the ownership structure changed with Gaiety Investments increasing its shareholding from 20% to 60%. Setanta Ireland continued its Irish operations, while Setanta UK went into liquidation.

The new Broadcasting Bill was finally passed in the Irish Parliament in June 2009 (after which it moved to the second House, the *Seanad*). The Bill consolidates all previous broadcasting legislation into one Broadcasting Act. Following the conclusion of the European Commission investigation (2005-2008) into the financing of Irish public service broadcasters RTÉ and TG4, the Irish government had committed to guarantee precise public service remits; explicit entrustment of new activities; independent supervision; transparency of accounts and enhanced controls. The Broadcasting Bill establishes that a new broadcasting regulatory authority (the Broadcasting Authority of Ireland – BAI) will be established replacing the existing Broadcasting Commission of Ireland (BCI) and 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. The Bill also proposes the creation of two new public service channels: an Irish film channel and a parliamentary channel (*Oireachtas*).

2009, la BCI a donc attribué les licences au consortium One Vision (incluant TV3, Eircom et Setanta), qui avait obtenu la deuxième place dans l'appel d'offres. L'un des trois partenaires, l'opérateur Setanta, a dû faire face à une crise financière en juin 2009. En juillet, la structure du capital du consortium a changé : Gaiety Investments a augmenté sa part de 20 à 60 %. Setanta Ireland a poursuivi ses activités tandis que Setanta UK a été mis en liquidation.

La nouvelle loi relative à la radiodiffusion a finalement été votée par le Parlement irlandais en juin 2009 (le texte est ensuite passé devant la seconde chambre, la *Seanad*). Le projet de loi consolide en un seul texte toutes les lois antérieures relatives à l'audiovisuel. Suite aux conclusions de l'enquête conduite par la Commission européenne (entre 2005 et 2008) sur le financement des chaînes publiques RTÉ et TG4, le Gouvernement irlandais s'est engagé à garantir : 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. Le nouveau projet de loi relative à la radiodiffusion crée 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. Le projet propose également la création de deux nouvelles chaînes de service public : une chaîne dédiée au cinéma irlandais et une chaîne parlementaire (*Oireachtas*).

das Nichtzustandekommen einer Vereinbarung mit RTÉ Networks Limited, dem Betreiber des öffentlich-rechtlichen Multiplex, sowie die Finanzkrise in Irland an. Im Mai vergab die BCI die Lizenzen an das bei der Ausschreibung zweitplatzierte Konsortium: One Vision (mit Beteiligung von TV3, Eircom und Setanta). Einer der beteiligten Partner, der Sat-TV-Betreiber Setanta, ist im Juni in eine Finanzkrise geraten. Im Juli änderten sich die Besitzverhältnisse, als die Beteiligungsfirma Gaiety Investments ihren Anteil von 20 auf 60 % erhöhte. Setanta Ireland setzte den Betrieb in Irland fort, während Setanta UK Insolvenz anmeldete.

Das neue Rundfunkgesetz hat im Juni 2009 die letzte Hürde im irischen Parlament genommen, von wo es an das irische Oberhaus (*Seanad*) weitergeleitet wurde. Mit dem Gesetz wurde die gesamte vorherige Rundfunkgesetzgebung in einem Rundfunkgesetz zusammengefasst. Entsprechend der Schlussfolgerung der Untersuchung der Europäischen Kommission (2005-2008) zur Finanzierung der irischen öffentlich-rechtlichen Sender RTÉ und TG4 hatte sich die irische Regierung dazu verpflichtet, einen genau definierten öffentlich-rechtlichen Auftrag, ein explizites Mandat für neue Aktivitäten, eine unabhängige Aufsicht, eine transparente Buchführung und verbesserte Kontrollen zu garantieren. Das Rundfunkgesetz bestätigt die Gründung einer Rundfunkbehörde, 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 BAI wird für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter in Irland zuständig sein, doch in bestimmten Belangen wird weiterhin der Minister die Aufsicht ausüben. Im Gesetz wird darüber hinaus die Schaffung zweier neuer öffentlich-rechtlicher Sender vorgeschlagen: einen Kanal für irische Filme und einen Parlamentskanal (*Oireachtas*).

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	4 450	Eurostat
Households		–	1 562	Eurostat
TV households		99%	1 546	European Audiovisual Observatory
Cable TV households (incl. MMDS)		34%	537	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		20%	316	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		40%	625	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		37%	573	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		1%	23	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0%	0	
Total digital TV households		58%	912	European Audiovisual Observatory
Households with PC		68%	1 056	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		45%	699	Screen Digest/European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	74	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	3	Casey Cablevision, SCTV Digital, UPC Broadband Ireland
Satellite packagers	0	Irish viewers may access the UK packages BSkyB and Freesat
IPTV packagers	3	3Playplus (Homevision), Magnet Networks, Smart telecoms
DTT packagers	0	Licence awarded to One Vision
Mobile phone TV packagers	2	Telefonica O2 Ireland, Vodafone Ireland

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	1	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	6	7
Regional/Local			7	7
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets				
Total		4	14	18
Foreign channels targeting the country		2	3	5

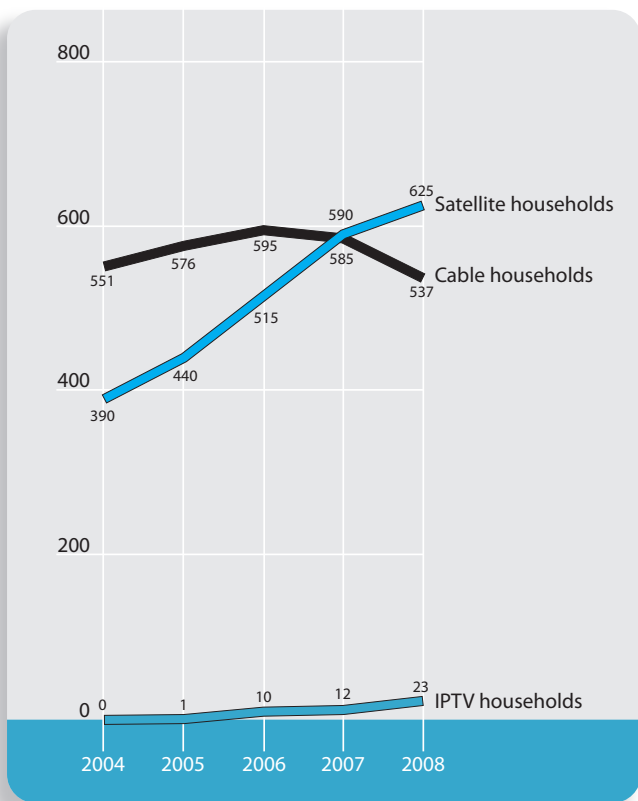
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Terrestrial	Cable UPC Broadband Ireland	Satellite Sky (Full offer)	IPTV Magnet
Generalist - national		4	4	4	4
Generalist - foreign			4	4	2
Adult			3	21	2
Children			11	25	8
Culture/ education/ documentary			11	24	11
Minority interest groups				16	
Entertainment/ TV fiction/ games			17	57	16
Film			4	31	13
Home shopping			1	28	1
International linguistic and cultural			1	3	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	16	8
Music			16	25	4
News/ business			6	28	4
Parliament/ government/ administration				2	
Regional/ local			1	6	1
Religion			2	18	
Sports			19	33	13
Various			10	55	4
Total		4	115	396	91

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

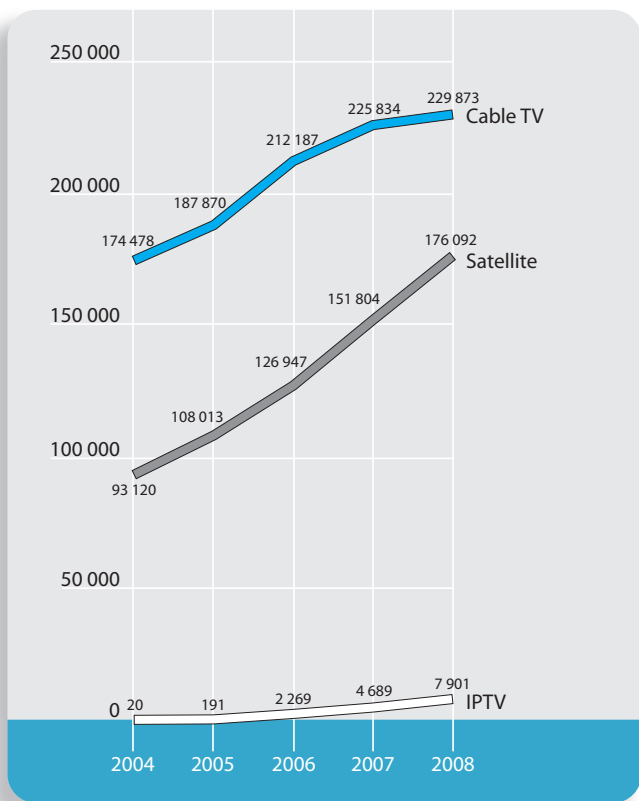
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

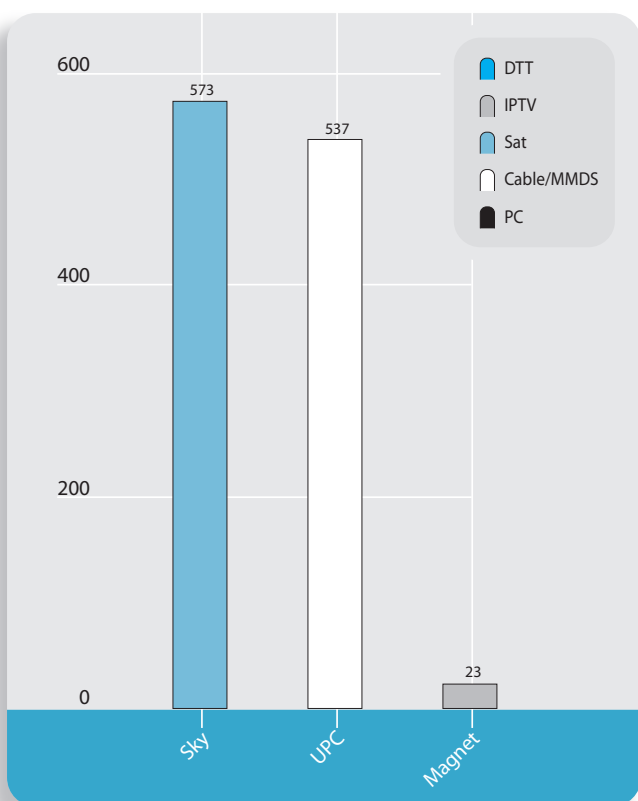
EUR thousand.



Source: Screen Digest / European Audiovisual Observatory

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

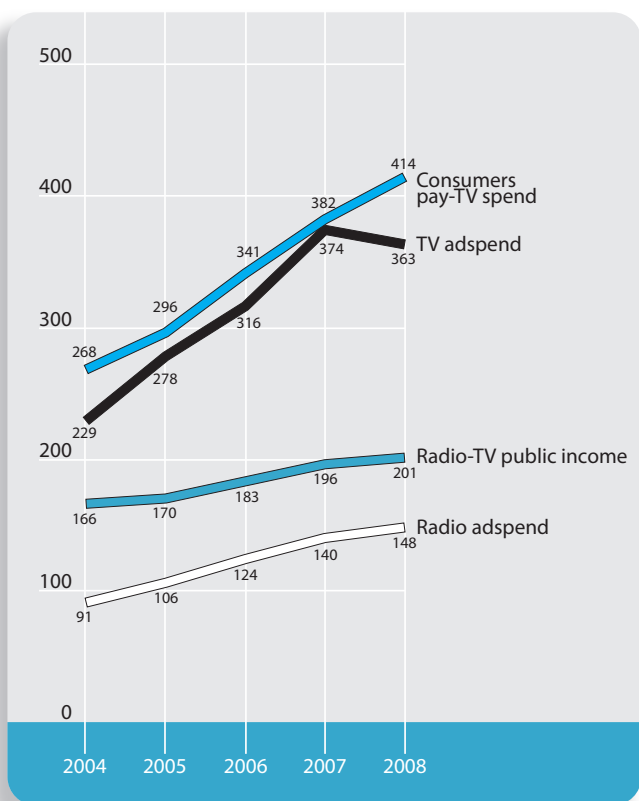
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.IE.1
G.1.IE.1

Operating revenues of main television companies in Ireland 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
RTÉ (cons.)	sptv	RTE One, RTE two, radios	369 888	405 021	441 152	440 760	-0,1%
Setanta Sport Holdings Ltd	thtv	Setanta Sports	42 592	62 572	161 413	~	~
TV3 Television Networks Ltd	adtv	TV3	-	-	62 416	61 550	-1,4%
p.m. Canwest Granada Media Holdings Ltd	adtv	TV3	48 499	53 605	-	-	-
NASN Limited	thtv	NASN	-	4 073	~	~	~

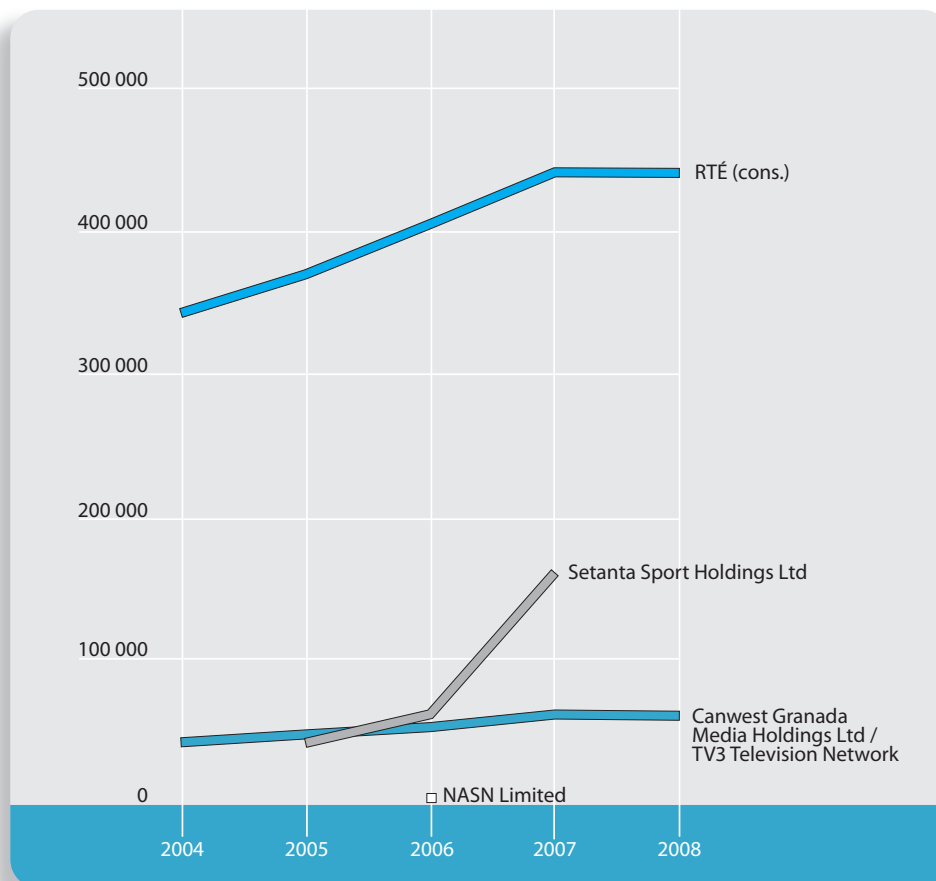
Main distributors ①		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Vodafone Ireland Ltd ②	3G TV	Mobile TV		~	~	1 254 772	~	~
Telefonica O2 Ireland Ltd ②	3G TV	O2 TV		756 746	834 437	940 897	~	~
UPC Broadband Ireland ②	3play	Chorus NTL TV		82 858	207 823	222 477	~	~
Magnet Networks Ltd ②	3play	Magnet Entertainment		~	~	4 896	~	~

① In practice, the main distributor in Ireland is the British company British Sky Broadcasting PLC.

② Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

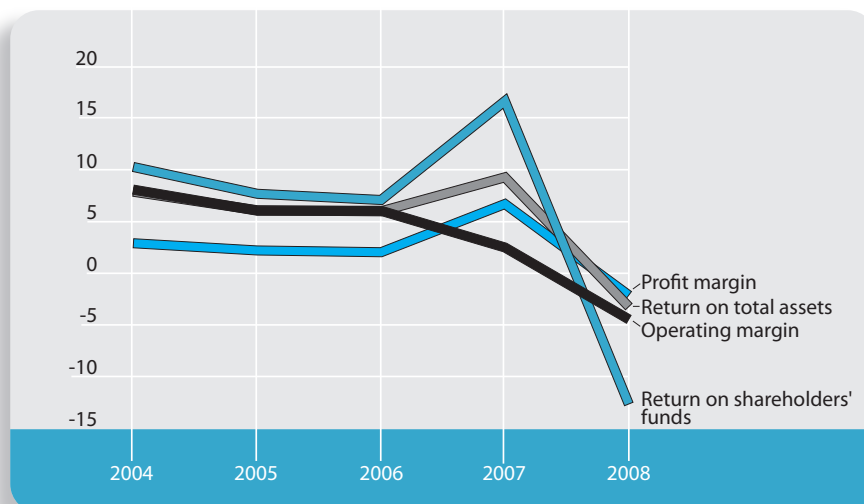
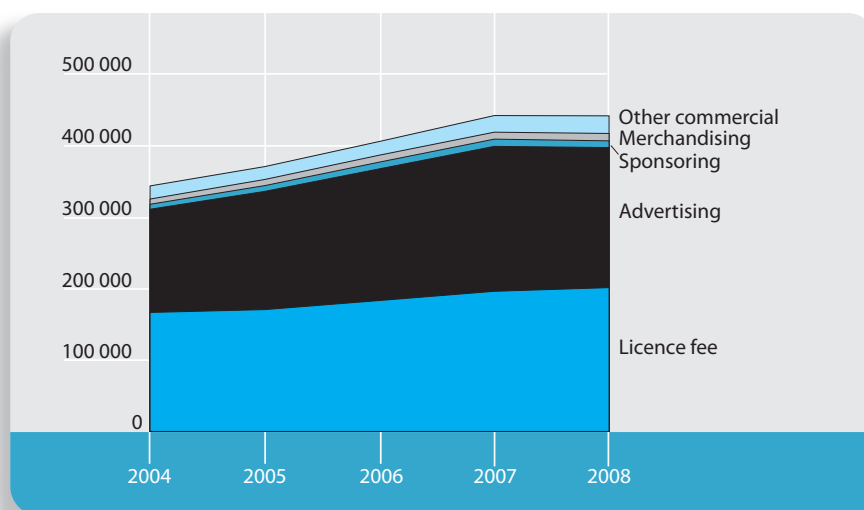
EUR thousand.



T.1.IE.2
G.1.IE.2RTE financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	170 131	182 835	195 699	200 852	46,0%	45,1%	44,4%	45,6%	2,6%
- Licence fee	170 131	182 835	195 699	200 852	46,0%	45,1%	44,4%	45,6%	2,6%
Total commercial income	199 757	222 186	235 348	239 908	54,0%	54,9%	53,3%	54,4%	1,9%
- Advertising	165 121	183 960	202 422	195 603	44,6%	45,4%	45,9%	44,4%	-3,4%
- Sponsorship	8 060	9 385	10 105	9 376	2,2%	2,3%	2,3%	2,1%	-7,2%
- Merchandising	8 591	9 703	9 715	10 306	2,3%	2,4%	2,2%	2,3%	6,1%
- Other commercial income	17 985	19 138	23 211	24 623	4,9%	4,7%	5,3%	5,6%	6,1%
TOTAL	369 888	405 021	441 152	440 760	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-0,1%
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services est.	196 001	210 162	242 353	263 401	54,2%	52,1%	56,3%	57,2%	8,7%
Cost of personnel	135 528	154 233	169 615	176 077	37,5%	38,2%	39,4%	38,2%	3,8%
Depreciation	15 955	17 086	18 846	21 032	4,4%	4,2%	4,4%	4,6%	11,6%
Operating expenditure	361 755	403 660	430 189	460 510	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	7,0%
Net result	9 285	10 244	26 629	33	-	-	-	-	-99,9%
Operating margin (%)	2,20	6,05	2,49	-4,48	-	-	-	-	-

Source: RTE / European Audiovisual Observatory

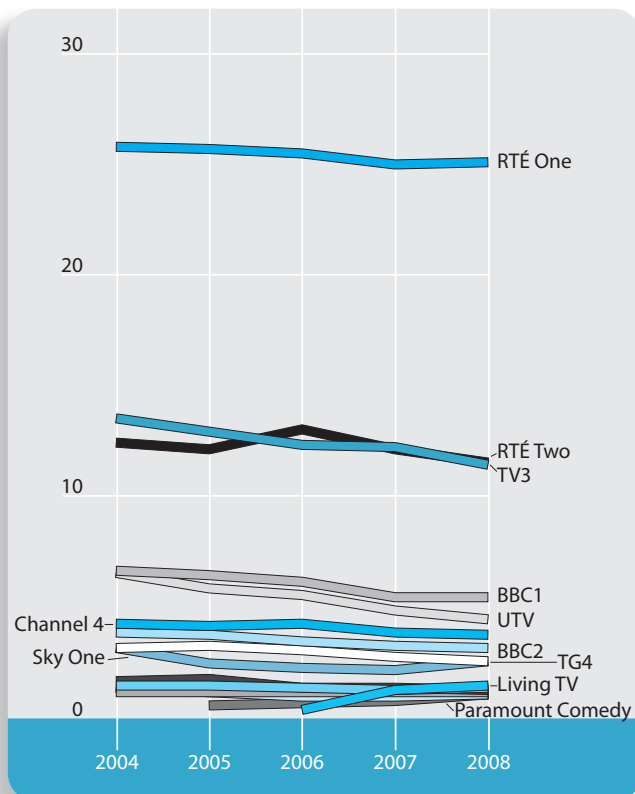


T.1.IE.3
G.1.IE.3TV audience market share in Ireland
2004-2008 In %, 4 years +.

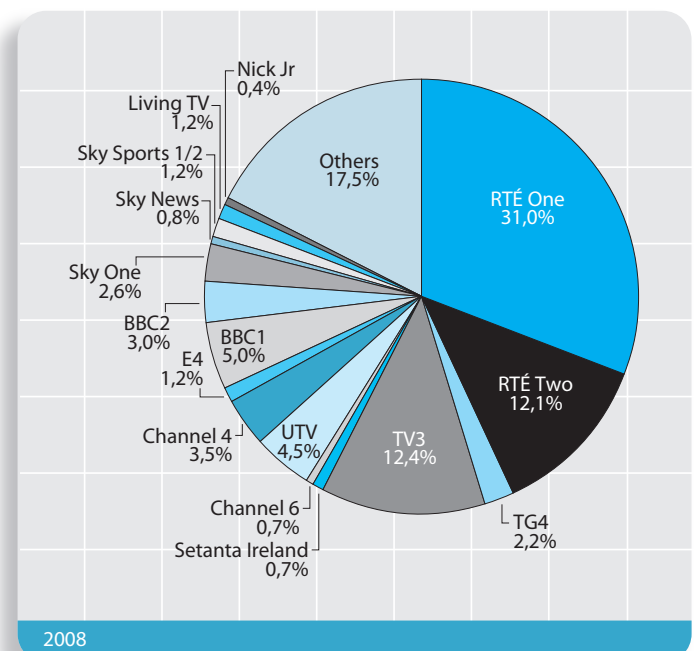
Channels	Daily share					Prime time (18:00-23:29)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
RTÉ One	25,8	25,7	25,5	25,0	25,1	32,3	32,6	32,1	31,5	31,0
RTÉ Two	12,4	12,1	13,0	12,1	11,5	11,5	11,6	12,9	12,2	12,1
TG4	3,1	3,2	3,0	2,7	2,5	2,7	2,9	2,6	2,4	2,2
Public Irish channels	41,3	41,0	41,5	39,8	39,1	46,5	47,1	47,6	46,1	45,3
TV3	13,5	12,9	12,3	12,2	11,4	13,8	13,5	12,8	13,1	12,4
Setanta Ireland	-	0,2	0,5	0,6	0,8	-	0,2	0,4	0,5	0,7
Channel 6	-	-	0,4	0,6	0,8	-	-	0,3	0,5	0,7
Private Irish channels	13,5	13,1	13,2	13,4	13,0	13,8	13,7	13,5	14,1	13,8
UTV	6,5	5,8	5,5	4,8	4,4	6,1	6,5	6,1	5,1	4,5
Channel 4	4,2	4,1	4,2	3,8	3,7	3,9	3,7	3,8	3,6	3,5
E4	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,1	1,2	1,0	1,1	1,2
BBC1	6,6	6,4	6,1	5,4	5,4	3,2	5,8	5,5	4,8	5,0
BBC2	3,8	3,7	3,4	3,2	3,1	7,6	3,0	2,9	2,9	3,0
Sky One	3,1	2,4	2,2	2,1	2,5	3,1	2,6	2,4	2,3	2,6
Sky News	1,6	1,7	1,3	1,3	1,2	0,9	1,0	0,9	0,8	0,8
Sky Sports 1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7
Sky Sports 2	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
MTV	1,3	1,1	0,9	0,9	1,0	0,9	0,7	0,6	0,6	0,7
Nickelodeon	1,3	1,1	1,2	1,0	1,0	0,5	0,4	0,5	0,4	0,5
Paramount Comedy	-	0,5	0,6	0,7	1,0	-	0,5	0,6	0,6	0,9
Living TV	-	-	0,3	1,2	1,4	-	-	0,2	1,1	1,2
Nick Jr	-	-	-	0,3	0,7	-	-	-	0,1	0,4
Main foreign channels	31,5	29,8	28,6	27,5	28,4	28,8	26,8	25,8	24,7	25,5
Others	13,7	16,1	16,7	19,3	19,5	10,9	12,4	13,1	15,1	15,4

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB Nielsen Media Research

Daily share. In %, 4 years +.



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



Three television channels dominate the Icelandic market: the public channel Sjónvarpið (RÚV-TV) and two private channels: Stöð 2 (a pay-TV channel) and Skjár 1. These three channels share most of the country's television audience. According to the University of Iceland's Department of Social Sciences, the audience share of Sjónvarpið was 49% in 2007, followed by Stöð 2 with 31% and Skjár 1 with 18%. The audience shares of other domestic channels are far below these. No information whatsoever is available about the viewing of foreign satellite channels.

The increase in the concentration of the audience share around the three main channels is all the more surprising as many channels have been created since the deregulation of broadcasting in 1986 and foreign channels are available via the multi-channel distribution platforms.

The Icelandic market has around fifteen operational channels. Four are national in scope: the pay-TV channels Stöð 2 and Stöð 2 Sport and the free-to-air channels Sjónvarpið (public) and Skjár 1. They can be received by more than 90% of the population. The others, such as Althingi (the parliament channel), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra and the pay-TV channel Stöð 2 Bio reach between 50 and 90% of the population. Finally, Aksjon is a local channel available in about 5% of households.

Eight channels belong to 365 ljósvakamiðlar ehf., a subsidiary of Dagsbrún hf (Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Bíó, Stöð 2 Extra and their time-shifted versions). Skjár 1 is controlled by Síminn hf., the former national telecommunications operator Landssími Íslands hf, which was privatised in 2005.

Dagsbrún and Síminn, which own the main private Icelandic channels, are also the most important on the pay-TV distribution market. Dagsbrún controls the digital terrestrial television platform and the IPTV service launched by Vodafone in 2007. Síminn operates the IPTV platform Sjonvarp Simans, which was launched in 2004.

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. No decision has been announced so far by RÚV-TV as to when it will commence digital transmissions. 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. Since 2006, Vodafone, a subsidiary of Dagsbrún, has been operating the DTT service Digital Island, the

Trois chaînes de télévision dominent le marché islandais : la chaîne publique Sjónvarpið (RÚV-TV) et deux chaînes privées, Stöð 2 (chaîne payante) et Skjár 1. Ces trois chaînes rassemblent pratiquement tous les téléspectateurs du pays. De fait, selon l'Institut de sciences sociales de l'université d'Islande, la part d'audience de Sjónvarpið était en 2007 de 49 %, suivie par Stöð 2 avec 31 % et Skjár 1 avec 18 %. 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 étrangères.

Le renforcement de la concentration de l'audience sur les trois principales chaînes est d'autant plus étonnant que de nombreuses chaînes ont été créées depuis la déréglementation de la radiodiffusion en 1986 et que les chaînes étrangères sont accessibles via les plates-formes de distribution multi-chaînes.

Le marché islandais compte une quinzaine de chaînes actives. Quatre d'entre elles sont d'envergure nationale : les chaînes payantes Stöð 2 et Stöð 2 Sport et les chaînes gratuites Sjónvarpið (publique) et Skjár 1. Elles sont disponibles pour plus de 90 % de la population. Les autres, comme Althingi (la chaîne parlementaire), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra et Stöð 2 Bio, qui est payante, touchent entre 50 et 90 % de la population. Enfin, Aksjon est une chaîne locale disponible dans environ 5 % des foyers.

Huit chaînes appartiennent à 365 ljósvakamiðlar ehf., la filiale de Dagsbrún hf (Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Bíó, Stöð 2 Extra et leurs versions décalées). La chaîne Skjár 1 est contrôlée par Síminn hf., l'ancien opérateur national de télécommunications Landssími Íslands hf, privatisé en 2005.

Dagsbrún et Síminn, propriétaires des principales chaînes privées islandaises, sont aussi les opérateurs les plus importants sur le marché de la distribution de chaînes de télévision payantes. Dagsbrún contrôle la plate-forme de télévision numérique terrestre ainsi que le service IPTV lancé par Vodafone en 2007. Síminn quant à elle opère la plate-forme IPTV Sjonvarp Simans, lancée en 2004.

En 2005, l'Autorité de régulation des postes et télécommunications a accordé à Dagsbrún les concessions de deux multiplex DVB-T pour l'exploitation de la télévision numérique terrestre (TNT) à l'échelle nationale. Trois autres multiplex ont été accordés à RÚV. L'un de ces trois multiplex sera utilisé pour la télévision haute définition (TVHD). RÚV-TV n'a pas encore annoncé de date pour le début de ses transmissions numériques. Vers la fin de l'année 2005, Dagsbrún a commencé à diffuser simultanément

Drei Sender beherrschen den isländischen Markt: der öffentlich-rechtliche Sender Sjónvarpið (RÚV-TV) und die zwei Privatsender Stöð 2 (Pay-TV) und Skjár 1. Zusammen teilen sich diese drei praktisch alle Fernseh Zuschauer des Landes. Nach Berechnungen des Instituts für Sozialwissenschaften der Universität von Island lag der Zuschaueranteil von Sjónvarpið 2007 bei 49 %, gefolgt von Stöð 2 mit 31 % und Skjár 1 mit 18 %. Die Zuschaueranteile der anderen einheimischen Sender liegen weit unter diesen Werten. Über die Quoten von ausländischen Satellitensendern liegen keine Zahlen vor.

Die zunehmende Konzentration der Zuschauer auf die drei größten Sender ist umso erstaunlicher, als seit der Deregulierung des Rundfunks 1986 zahlreiche neue Sender gegründet wurden und die ausländischen Sender über Multikanal-Plattformen empfangen werden können.

Auf dem isländischen Markt gibt es rund 15 Sender, von denen vier landesweit tätig sind: die Pay-TV-Sender Stöð 2 und Stöð 2 Sport sowie die frei empfangbaren Sender Sjónvarpið (öffentlich-rechtlich) und Skjár 1. Diese Sender können von über 90 % der Bevölkerung empfangen werden. Die übrigen Sender wie Althingi (Parlamentskanal), INN, N4, Omega, Stöð 2 Extra und Stöð 2 Bio (Pay-TV) erreichen zwischen 50 und 90 % der Bevölkerung. Hinzu kommt noch der Lokalsender Aksjon, den ca. 5 % der Haushalte empfangen.

Acht Sender gehören der Firma 365 ljósvakamiðlar ehf., eine Tochter von Dagsbrún hf. (Stöð 2, Stöð 2 Sport, Stöð 2 Bíó, Stöð 2 Extra sowie ihre zeitversetzten Versionen). Der Sender Skjár 1 wird von Síminn hf. kontrolliert, dem früheren nationalen Telekommunikationsbetreiber Landssími Íslands hf, der 2005 privatisiert wurde.

Dagsbrún und Síminn, die Eigentümer der größten isländischen Privatsender, sind auch die größten Betreiber auf dem Markt für die Übertragung von Pay-TV-Programmen. Dagsbrún kontrolliert die DVB-T-Plattform sowie den von Vodafone 2007 gestarteten IPTV-Dienst, während Síminn die seit 2004 bestehende IPTV-Plattform Sjonvarp Simans betreibt.

2005 erteilte die Post- und Telekommunikationsbehörde Dagsbrún landesweite Digital-TV-Konzessionen für zwei DVB-T-Multiplexe. Drei andere Multiplexe wurden RÚV zugewiesen, während ein weiterer für HDTV vorgesehen ist. Seitens RÚV-TV gab es bislang noch keine Vereinbarung darüber, wann der Sender den digitalen Sendebetrieb aufnehmen wird. Ende 2005 begann Dagsbrún mit der parallelen digitalen Ausstrahlung (Simulcast) seines analogen Vollprogramms sowie

transmissions of which could be received by about 85% of homes in 2008.

According to the Ministry of Communications' telecommunications blueprint for the years 2005-2010, 99.9% [sic] of households were to have access to digital interactive television, terrestrially and via broadband, before the end of 2007. The shutdown of the analogue system is set for no later than 2010.

Apart from DTT and the IPTV services, in 2007 about 40% of Icelandic households subscribed to cable TV services and 11% received satellite TV, according to Statistics Iceland.

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 aim was to turn the independent state-owned public institution into a limited liability company under state supervision. The change came into effect in 2007. Finally, the licence fee was abolished at the end of 2008 and replaced by a tax for funding the activities of the public service broadcaster.

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 plate-forme Digital Ísland. Depuis 2006, c'est Vodafone, une filiale de Dagsbrún, qui exploite le service TNT Digital Ísland. Les transmissions numériques de la plate-forme Digital Ísland sont reçues en 2008 par 85 % des foyers environ.

Le projet du ministère de la Communication relatif aux télécommunications pour les années 2005-2010, prévoit que 99,9 % [sic] des foyers auront 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.

Outre la TNT et les services IPTV, en 2007 environ 40 % des foyers islandais sont abonnés à des services de télévision par câble et 11 % reçoivent la télévision par satellite, selon Statistics Iceland.

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 participants interdépendants, ne peuvent posséder plus de 25 % d'une société de médias et ne doivent pas dépasser non plus 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, visant à transformer l'institution publique indépendante appartenant à l'Etat en une société publique à responsabilité limitée sous la tutelle de l'Etat. La transformation est entrée en vigueur en 2007. Enfin, la redevance a été supprimée à la fin de l'année 2008 et remplacée par une taxe, destinée à financer les activités du radiodiffuseur public.

einiger ausschließlich digital angebotener Dienste (z.B. Stöð 2+, Sýn Extra) auf der Plattform Digital Ísland. Der DVB-T-Dienst Digital Ísland wird seit 2006 von Vodafone, einer Tochter von Dagsbrún, betrieben. Das Digitalprogramm der Plattform Digital Ísland wurde 2008 von rund 85 % der Haushalte empfangen.

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.

Neben DVB-T und IPTV-Diensten hatten laut den Zahlen von Statistics Iceland 2007 rund 40 % der isländischen Haushalte Zugang zum Kabelfernsehen und 11 % zum Satellitenfernsehen.

Im Frühjahr 2004 legte die Regierung einen hochgradig kontroversen Gesetzentwurf 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 Mediengesetzentwurf 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 Gesetzentwurf über den öffentlich-rechtlichen Sender RÚV eingebracht, um das unabhängige öffentlich-rechtliche Staatsunternehmen in eine öffentlich-rechtliche GmbH unter staatlicher Aufsicht umzuwandeln. Diese Umwandlung ist 2007 in Kraft getreten. Ende 2008 wurde zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Senders die Rundfunkgebühr abgeschafft und durch eine Steuer ersetzt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)			319	Statistics Iceland
Households		–	122	Statistics Iceland
TV households		95,9%	117	Statistics Iceland
Cable TV households (passed)		48,4%	59	Statistics Iceland
Digital cable TV households		9,84%	12	estimates OBS
DTH/SMATV households		9,0%	11	Statistics Iceland
IPTV subscriptions		~	~	
Installed DVB-T receivers		~	~	
Total Digital TV households		57,4%	70	Statistics Iceland
Households with PC		92,0%	112	Statistics Iceland
Households with broadband		88,0%	103	Statistics Iceland

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	3	Siminn
Satellite packagers	0	
IPTV packagers	2	Siminn, Vodafone (Dagsbrún group)
DTT packagers	1	Vodafone (Dagsbrún group)
Mobile phone TV packagers	1	Vodafone (Dagsbrún group)

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		1	9	10
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		2	3	5
Regional/Local		0	1	1
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		3	13	16
<i>Foreign channels targeting the country</i>		0	0	0

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.IS.1
G.1.IS.1

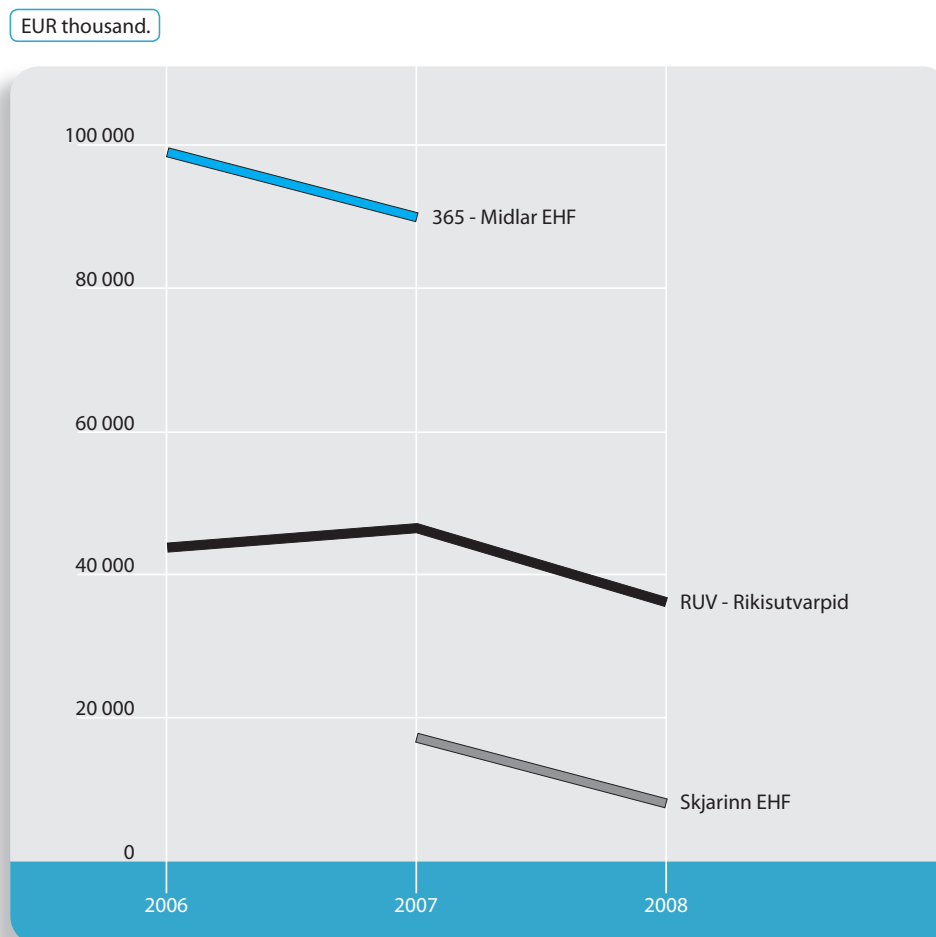
Operating revenues of main television companies in Iceland 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07	
365 - Midlar EHF ¹	invest	Stöð2, Stöð2 Sport, Stöð2 Sport2, Stöð2 Extra, Stöð2 Bio, Skifan TV	~	98 934	89 863	~	~	
RUV - Ríkisutvarpid	sptv	RUV	~	43 712	46 426	36 099	-22,2%	
RUV - Ríkisutvarpid (TV only)	sptv	RUV	30 462	28 067	~	~	~	
Skjarinn EHF	adtv	Skjar 1, Skjar bio, Skjar heimur	~	~	17 148	7 980	-53,5%	
Private television broadcasters			47 462	61 524	~	~	~	
Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Siminn HF	3play	Siminn Television	~	233 513	267 900	236 141	-11,9%	
OG Fjarskipti EHF	4play	Vodafone Digital +	-	99 908	123 186	146 951	19,3%	
Nova EHF	3G TV	Nova TV	-	~	341	8	-97,7%	

¹ Includes radio and press publishing activities.

Source: European Audiovisual Observatory

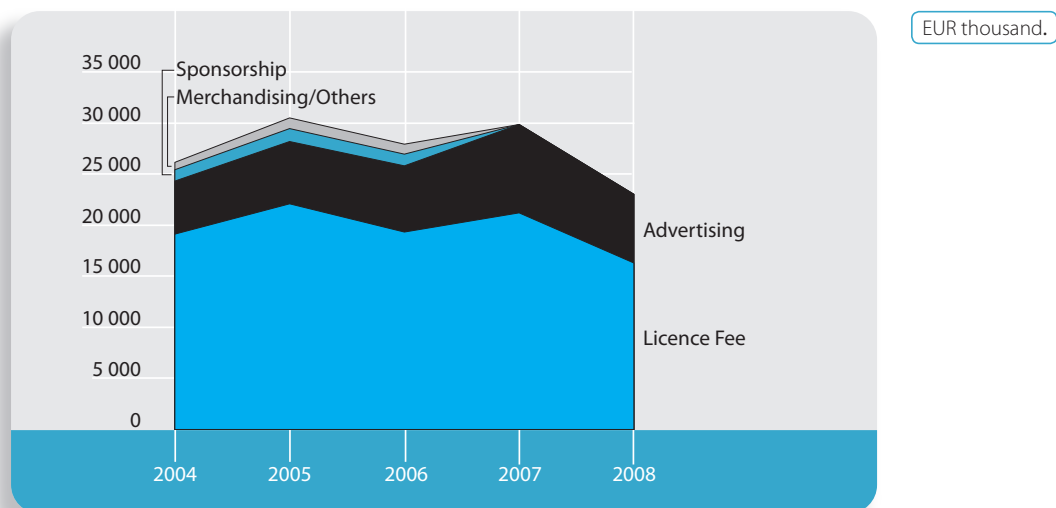


T.1.IS.2
G.1.IS.2Breakdown of RUV television revenues
2004-2008 EUR thousand.

	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
Licence Fee	19 101	22 062	19 303	21 178	16 278	-23,1%
Advertising	5 186	6 090	6 471	8 637	6 713	-22,3%
Sponsorship	1 108	1 267	1 145	①	①	0,0%
Merchandising/Others	722	1 043	974	~	~	~
Total revenues	26 117	30 462	27 893	29 815	22 991	-22,9%
Total expenses	~	~	~	~	34 575	
Net result	~	~	~	~	-3 957	
Operating margin (%)	~	~	~	~	4,2	

① Included in advertising.

Source: RUV / EBU and Statistics Iceland / European Audiovisual Observatory



T.1.IS.3
G.1.IS.3

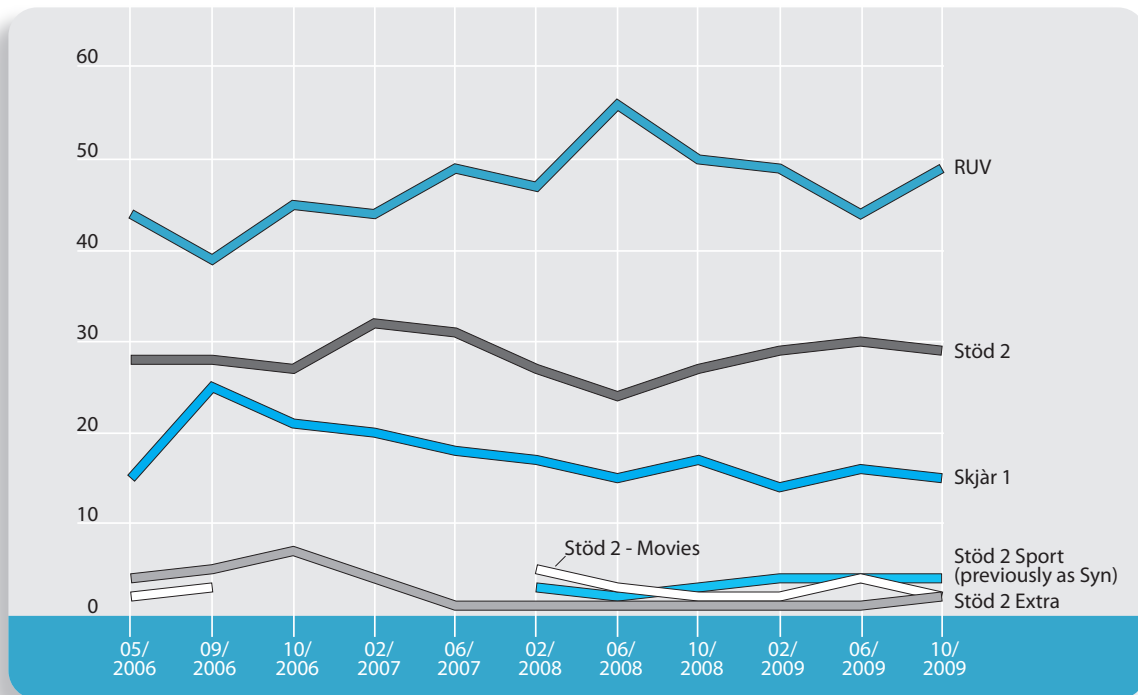
TV audience market share in Iceland

2005-2009 In %, 12-80 years old.

Channels	Daily share										
	05/2006	09/2006	10/2006	02/2007	06/2007	02/2008	06/2008	10/2008	02/2009	06/2009	10/2009
RUV	44	39	45	44	49	47	56	50	49	44	49
Stöd 2	28	28	27	32	31	27	24	27	29	30	29
Stöd 2 - Movies	2	3	~	~	~	5	3	2	2	4	2
Syn	~	~	~	~	~	3	2	3	4	4	4
Sirkus	4	5	7	4	1	1	1	1	1	1	2
Skjær 1	15	25	21	20	18	17	15	17	14	16	15
Others	7	~	~	~	~	~	~	~	~	~	~

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

Daily share. In %, 12-80 years old.



The Italian audiovisual landscape is dominated by two channels that have a daily audience market share of more than 20%. The public channel RAI Uno (21.8%) is still slightly ahead of Canale 5, the most-watched Italian private channel, which is controlled by the Mediaset group. Behind them in terms of audience ratings are four channels that each have a daily reach of approx. 10%: Italia 1 (Mediaset), RAI Due, RAI Tre and Rete 4 (Mediaset). Apart from the seventh terrestrial analogue channel La 7, with a stable market share around 3%, no channel has a daily reach of more than 0.5% in Italy. The market remains concentrated around six main incumbent channels (the three first public channels and the three national channels of the Mediaset group), which still had a collective audience share of more than 80% in 2008.

The public broadcaster RAI has continued its policy of increasing its number of channels in 2008 and 2009 by launching several new ones: Raitalia in March 2008 (international channels that replaced the various RAI International channels), RAI 4 in July 2008 (a youth channel), RAI Storia in March 2009 (history and culture), Yes Italia in July 2009 (an international channel for Italians living abroad) and RAIScuola in October 2009 (an educational channel). During the same period, three public channels produced by RAI were closed down: RAI Utile in 2008, followed by RAI Nettuno Sat Due and Raisat Smash Girls in 2009.

Three-quarters of Italian homes still depended on the terrestrial reception of television services at the end of 2008. First of all, the country is not cabled; secondly, although IPTV had a fairly positive start, the various platforms only had a total of about 600,000 subscribers at the end of 2008, which is just a small proportion of the country's households. Four operators were competing with one another at the end of 2008, when Tiscali announced that it was closing its service down. This accordingly leaves only Telecom Italia (with its Alice package), Fastweb and Wind on the IPTV market.

The main multi-channel pay-TV provider is Sky Italia. The satellite package of the News Corp. group claimed to have 4.8 million subscribers in June 2009, or 20% of households. However, Sky Italia has lost its monopoly on the satellite television market since the summer of 2009 and the launch of the platform Tivùsat. Modelled on the Freesat package in the UK, Tivùsat offers free access (with a viewing card) to twenty DTT channels. The company TIVU SRL is 48% owned by RAI, 48% by Mediaset and 4% by Telecom Italia. In the summer of 2009, negotiations on the renewal of contracts for the distribution of the Raisat public

Le paysage audiovisuel italien est largement dominé par deux chaînes qui dépassent les 20 % de part de marché d'audience quotidienne. La chaîne publique RAI Uno (21,8 %) devance toujours légèrement Canale 5, la première chaîne privée italienne, contrôlée par le groupe Mediaset. Derrière elles, quatre chaînes rassemblent environ 10 % d'audience quotidienne chacune : Italia 1 (Mediaset), RAI Due, RAI Tre et Rete 4 (Mediaset). Hormis la septième chaîne terrestre analogique La 7, stable autour de 3 % de part de marché, aucune chaîne ne dépasse 0,5 % de l'audience quotidienne en Italie. Le marché demeure concentré autour des six principales chaînes historiques (les trois premières chaînes publiques et les trois chaînes nationales du groupe Mediaset), qui rassemblent toujours plus de 80 % de l'audience en 2008.

Le radiodiffuseur public RAI a poursuivi sa politique de croissance du nombre de chaînes en 2008 et 2009 en lançant plusieurs nouvelles antennes : Raitalia en mars 2008 (chaînes internationales remplaçant les différentes RAI International), RAI 4 en juillet 2008 (chaîne pour adolescents), RAI Storia en mars 2009 (chaîne historique et culturelle), Yes Italia en juillet 2009 (chaîne internationale à destination des italiens vivant à l'étranger) ou encore RAIScuola en octobre 2009 (chaîne éducative). Au cours de la même période, trois chaînes publiques éditées par la RAI ont aussi été fermées : RAI Utile en 2008, suivie de RAI Nettuno Sat Due et de Raisat Smash Girls en 2009.

Les trois quarts des foyers italiens reposent encore à la fin de l'année 2008 sur la réception terrestre des services de télévision. D'abord, le pays n'est pas câblé. Ensuite, bien que l'IPTV démarre plutôt bien, les différentes plates-formes ne rassemblent qu'environ 600 000 abonnés à la fin de l'année 2008, soit une part encore marginale des foyers italiens. Quatre opérateurs étaient en concurrence jusqu'à la fin de l'année 2008, quand Tiscali a annoncé la fermeture de son service. Ne restent donc plus sur le marché de l'IPTV que Telecom Italia (avec son bouquet Alice), Fastweb et Wind.

Le principal fournisseur de télévision payante multi-chaînes est alors Sky Italia. Le bouquet satellite du groupe News Corp. revendique en 4,8 millions d'abonnés en juin 2009, soit environ 20 % des foyers. Sky Italia n'est toutefois plus en situation de monopole sur le marché de la télévision par satellite depuis l'été 2009 et le lancement de la plate-forme Tivùsat. Créée sur le modèle du bouquet britannique Freesat, Tivùsat propose l'accès gratuit (à condition de posséder une carte) à une vingtaine de chaînes de la TNT. La firme TIVU SRL est possédée à 48 % par

Die audiovisuelle Landschaft in Italien wird in hohem Maße von zwei Sendern dominiert, die jeweils einen Zuschaueranteil von über 20 % für sich verbuchen können. Auf Platz 1 steht nach wie vor der öffentlich-rechtliche Sender RAI Uno (21,8 %), dicht gefolgt von Canale 5, dem größten italienischen Privatsender des Medienkonzerns Mediaset. Dahinter folgen vier Sender mit jeweils rund 10 % Zuschaueranteil: Italia 1 (Mediaset), RAI Due, RAI Tre und Rete 4 (Mediaset). Vom siebten analogen terrestrischen Sender (La 7) abgesehen, erreicht keiner der übrigen Sender in Italien einen Zuschaueranteil von mehr als 0,5 %. Der Markt wird immer noch von den sechs traditionell größten Sendern beherrscht (die drei ersten öffentlich-rechtlichen Sender und die drei landesweiten Mediaset-Sender), die 2008 einen Zuschaueranteil von zusammen über 80 % erreicht haben.

Die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt RAI hat 2008 und 2009 ihre Wachstumsstrategie fortgesetzt und mehrere neue Sender in Betrieb genommen, darunter beispielsweise Raitalia im März 2008 (internationale Kanäle als Ersatz für RAI International), RAI 4 im Juli 2008 (Kanal für Jugendliche), RAI Storia im März 2009 (Geschichts- und Kulturkanal), Yes Italia im Juli 2009 (internationaler Kanal für Italiener im Ausland) oder RAIScuola im Oktober 2009 (Bildungskanal). Im gleichen Zeitraum haben auch drei öffentlich-rechtliche Sender der RAI ihren Betrieb eingestellt: RAI Utile 2008 sowie RAI Nettuno Sat Due und Raisat Smash Girls 2009.

Ende 2008 waren noch drei Viertel der Haushalte in Italien auf das terrestrische Fernsehen angewiesen. Hauptgrund hierfür ist, dass das Land nicht verkabelt ist. Des Weiteren erreicht das Internetfernsehen (IPTV) trotz eines vielversprechenden Starts mit rund 600 000 abonnierten Haushalten (Stand Ende 2008) einen nur sehr geringen Marktanteil. Ende 2008 gab es noch vier Betreiber am Markt, aber dann hat Tiscali die Einstellung seines Dienstes angekündigt. So gibt es nur noch drei Anbieter auf dem IPTV-Markt: Telecom Italia (mit dem Bouquet Alice), Fastweb und Wind.

Größter Mehrkanal-Pay-TV-Anbieter ist Sky Italia. Das Satellitenpaket des Medienkonzerns News Corp. hatte im Juni 2009 nach eigenen Angaben 4,8 Mio. Abonnenten, d.h. rund 20 % der Haushalte. Sky Italia hat allerdings seine Stellung als Monopolist auf dem Markt für Satellitenfernsehen seit dem Start der Plattform Tivùsat im Sommer 2009 verloren. Diese bietet nach dem Modell des britischen Bouquets Freesat einen kostenlosen Zugang zu rund 20 DVB-T-Sendern (eine Chipkarte vorausgesetzt). Anteils-eigner der Firma TIVU SRL sind die

satellite channels on the Sky platform failed, which meant they were removed from the Sky package at the moment when they appeared in the Tivùsat package.

A particular feature of the Italian situation is the dynamic nature of the country's mobile television market, where mobile telephone operators offer 3G television services (H3G, Telecom Italia and Vodafone Omnitel). H3G and Vodafone also offer personal mobile television services (using the DVB-H technology). While the Vodafone Sky TV Pass service provides access to some Sky package channels, H3G provides Sky channels as well as the Calcio Premium channels of the Mediaset package.

The significance of terrestrial transmissions in Italy is explained by the success of DTT. The network is made up of eight multiplexes offering a combination of free-to-air channels and pay-TV. According to DGTVI, in April 2009 more than 8.7 million households, or 41% of Italian homes, mainly depended on DTT for their television programmes. The date for the switchoff of analogue terrestrial transmissions has been set for 2012 but the switchoff has already taken place in several regions, such as Sardinia or the Aosta Valley from October 2008 and Lazio in autumn 2009.

Italian viewers are offered two pay-DTT services: firstly, the Mediaset Premium platform (Mediaset group), which provides pay-per-view football channels (Premium Calcio), film channels (Studio Universal, Premium Cinema, Mya, etc) and children's channels (Disney Channel, Cartoon Network, Hiro, etc). Mediaset claimed to have 3.6 million subscribers in June 2009 and the figure is steadily rising. The second service is offered by Dahlia, which replaced the Cartapiù service operated by Telecom Italia in March 2009. The platform offers sports channels (Dahlia Calcio and Xtreme), adult channels (Dahlia Eros and Adult) and a documentary channel (Dahlia Explorer). The package is controlled by the Swedish group Airplus, which was also trying to gain a foothold on the pay-DTT market in Spain in 2009.

A recurring issue on the Italian audiovisual landscape is the emergence of new players in the light of the RAI/Mediaset duopoly on the analogue terrestrial market. In this context, the question of the digital dividend associated with the DTT switchover is extremely important. The legal framework laid down by the "Gasparri Law" did not encourage the emergence of new players and led in 2006 and 2007 to criticism from the European Commission, which sent Italy two letters. The "Gentiloni Bill" aimed at reforming this law was abandoned with the fall of the Prodi government in 2008. However, the regulatory authority AGCOM has

la RAI, à 48 % par Mediaset et à 4 % par Telecom Italia.

Durant l'été 2009, les négociations concernant le renouvellement des contrats de distribution des chaînes satellitaires publiques Raisat sur la plate-forme Sky ont échoué. Par conséquent, elles ont disparu du bouquet Sky au moment où elles sont apparues sur le bouquet Tivùsat.

Une des particularités du marché italien est le dynamisme de son marché de la télévision mobile. Trois opérateurs de téléphonie mobile proposent des offres de télévision 3G vers les téléphones portables (H3G, Telecom Italia et Vodafone Omnitel). H3G et Vodafone proposent parallèlement des services de télévision mobile personnelle (utilisant la technologie DVB-H). Si le service Vodafone Sky TV Pass propose l'accès à certaines chaînes du bouquet Sky, H3G fournit des chaînes Sky mais aussi les chaînes Calcio Premium du bouquet Mediaset.

L'importance des transmissions terrestres en Italie explique le succès de la TNT. Le réseau est composé de huit multiplex proposant une combinaison de chaînes gratuites et d'offres payantes. Selon DGTVI, en avril 2009 plus de 8,7 millions de foyers dépendent essentiellement de la TNT pour regarder la télévision, soient 41 % des foyers italiens. La date de l'extinction des transmissions analogiques terrestres est fixée à 2012, et plusieurs extinctions régionales ont déjà eu lieu, ainsi en Sardaigne ou dans la Vallée d'Aoste dès octobre 2008 et le Lazio au cours de l'automne 2009.

Deux offres de TNT payante sont proposées aux spectateurs italiens. D'abord la plate-forme Mediaset Premium (groupe Mediaset). Celle-ci fournit des chaînes de football en pay-per-view (Premium Calcio), des chaînes cinéma (Studio Universal, Premium Cinema, Mya...) et des chaînes pour enfants (Disney Channel, Cartoon Network, Hiro...). Mediaset revendique en juin 2009 3,6 millions d'abonnés, un chiffre en constante augmentation. La seconde offre est celle de Dahlia, qui a remplacé en mars 2009 le service Cartapiù, opéré par Telecom Italia. La plate-forme propose des chaînes sportives (Dahlia Calcio et Xtreme), des chaînes pour adultes (Dahlia Eros et Adult) et une chaîne documentaire (Dahlia Explorer). Le bouquet est contrôlé par le groupe suédois Airplus, qui cherche à s'implanter aussi en 2009 sur le marché de la TNT payante en Espagne.

Une question récurrente relative au passage audiovisuel italien est celle de l'émergence de nouveaux acteurs face au duopole constitué sur le réseau analogique terrestre par la RAI et Mediaset. Dans ce contexte, la question du dividende numérique lié au basculement vers la TNT revêt un caracté-

RAI (48 %), Mediaset (48 %) und Telecom Italia (4 %). Während des Sommers 2009 sind die Verhandlungen über die Verlängerung der Verträge für die Ausstrahlung öffentlich-rechtlicher Raisat-Sender auf der Sky-Plattform gescheitert. Folglich sind sie mit ihrem Einstieg bei Tivùsat aus dem Sky-Bouquet verschwunden.

Eine der Besonderheiten des italienischen Marktes ist auf die Dynamik des Marktes für Mobilfernsehen zurückzuführen. Drei Handy-TV-Betreiber bieten 3G-Fernsehdienste für Mobiltelefone an (H3G, Telecom Italia und Vodafone Omnitel). H3G et Vodafone bieten parallel hierzu personalisierte Mobilfernsehdienste an (über DVB-H). Während der Dienst Vodafone Sky TV Pass Zugang zu einigen Sendern des Sky-Bouquets bietet, umfasst das Angebot von H3G neben den Sky-Sendern auch die Calcio Premium-Kanäle des Mediaset-Bouquets.

Die Bedeutung des Antennenfernsehens in Italien erklärt den großen Erfolg des DVB-T-Fernsehens. Das Netz umfasst acht Multiplexe, die eine Mischung aus Free-TV-Programmen und kostenpflichtigen Angeboten bereitstellen. Laut DGTVI waren im April 2009 über 8,7 Mio. Fernsehhaushalte im Wesentlichen auf DVB-T-Angebote angewiesen, d.h. 41 % der Haushalte in Italien. Die landesweite Abschaltung des analogen terrestrischen Fernsehens ist für 2012 vorgesehen, aber in einigen Regionen ist diese Abschaltung bereits erfolgt, so beispielsweise bereits im Oktober 2008 in Sardinien und im Aostatal oder im Herbst 2009 in der Region Lazio.

Es gibt zwei kostenpflichtige DVB-T-Angebote in Italien. An erster Stelle kommt die Plattform Mediaset Premium (des Mediaset-Konzerns), die neben Pay-per-View-Fußball (Premium Calcio), Kinokanäle (Studio Universal, Premium Cinema, Mya...) und Kinderkanäle (Disney Channel, Cartoon network, Hiro...) anbietet. Mediaset hatte nach eigenen Angaben im Juni 2009 3,6 Mio. Abonnenten, Tendenz steigend. Das zweite Angebot ist die Plattform Dahlia, die im März 2009 die von Telecom Italia betriebene Plattform Cartapiù abgelöst hat. Das Dahlia-Paket umfasst Sportkanäle (Dahlia Calcio und Xtreme), Erotikkanäle (Dahlia Eros und Adult) sowie einen Dokumentarkanal (Dahlia Explorer). Kontrolliert wird das Paket von der schwedischen Gruppe Airplus, die 2009 auch in den spanischen Pay-DVB-T-Markt eingestiegen ist.

Eine immer wiederkehrende Frage in Verbindung mit der audiovisuellen Landschaft in Italien betrifft die Chancen neuer Akteure im Wettbewerb mit dem bestehenden Duopol RAI / Mediaset im Bereich des analogen terrestrischen Fernsehens. In diesem Zusammenhang

changed the arrangements for the digital dividend after a deliberation in April 2009 on the criteria for the complete digitisation of the Italian terrestrial network. The new criteria could then enable new players to enter the Italian market.

The Centro Europa 7 case is another example of the weakening of the Italian duopoly. The long legal battle of the broadcaster of the channel Europa 7 ended in 2008. In 1999, the company had been granted a licence for national terrestrial broadcasting but was unable to implement it because it could not obtain a frequency. The European Court of Justice delivered a judgment in January 2008 condemning Italy's transitional arrangements for the allocation of frequencies. In response to this judgment, AGCOM ruled in favour of Centro Europa 7 in October 2008 and the government allocated it a national terrestrial (analogue and digital) frequency in December 2008. Europa 7 should start broadcasting between July 2009 and June 2011 at the latest.

The European Commission finally closed the procedure initiated against Italy in 2007 for breaches of the Community rules on television advertising. AGCOM then modified the rules governing advertising in the country, thus in particular preventing the failure to take account of teleshopping messages when calculating the time devoted to advertising.

tère crucial. Le cadre juridique fixé par la « loi Gasparri » ne favorisait pas l'émergence de nouveaux acteurs, et a suscité les critiques de la Commission européenne en 2006 et 2007, qui avait envoyé deux lettres à l'Italie. Le projet de loi Gentiloni, visant à réformer cette loi, a été abandonné lors de la chute du gouvernement Prodi en 2008. L'AGCOM a toutefois réformé les modalités du dividende numérique via une délibération du mois d'avril 2009 sur les critères de numérisation complète du réseau terrestre italien. Les nouveaux critères pourraient alors autoriser l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché.

L'affaire Centro Europa 7 représente une autre symbole de la puissance ébranlée du duopole italien. La longue bataille judiciaire de l'entreprise éditrice de la chaîne Europa 7 s'est en effet achevée en 2008. Elle s'était vue attribuer en 1999 une concession pour la radiodiffusion terrestre nationale qu'elle n'avait jamais pu mettre en œuvre, faute d'obtenir une fréquence. La Cour de justice des Communautés européennes a rendu un arrêt en janvier 2008 condamnant les régimes transitoires italiens d'attribution des radiofréquences. Suite à cet arrêt, l'AGCOM a statué en octobre 2008 en faveur de Centro Europa 7 et le gouvernement lui a alloué en décembre 2008 une fréquence nationale terrestre (analogique et numérique). La chaîne Europa 7 devrait inaugurer ses émissions entre juillet 2009 et juin 2011 au plus tard.

La Commission européenne a clos enfin la procédure engagée en 2007 contre l'Italie au titre des infractions aux règles communautaires en matière de publicité télévisée. L'AGCOM a en effet modifié les règles régissant la publicité dans le pays, empêchant en particulier la non prise en compte des messages de télé-achat dans le décompte du temps consacré à la publicité.

kommt der Frage der digitalen Dividende in Verbindung mit der Umschaltung auf das digitale Antennenfernsehen eine entscheidende Bedeutung zu. Der mit dem „Gasparri-Gesetz“ geschaffene Rahmen war für den Markteintritt neuer Akteure nicht förderlich und wurde 2006 und 2007 in zwei Schreiben der Europäischen Kommission an die italienische Regierung kritisiert. Der vom Minister Gentiloni vorgelegte Entwurf zur Reform dieses Gesetzes wurde 2008 mit dem Rücktritt der Regierung Prodi aufgegeben. Allerdings hat die AGCOM die Modalitäten der digitalen Dividende per Beschluss vom April 2009 über die Kriterien für die vollständige Digitalisierung des italienischen Netzes reformiert. Nach den neuen Kriterien scheint ein Einstieg neuer Akteure auf dem Markt eher möglich.

Die Affäre Centro Europa 7 ist ein weiteres Symbol für die erschütterte Machtstellung des italienischen Duopols. Die lange juristische Auseinandersetzung des Betreibers des Senders Europa 7 ist 2008 nach fast zehn Jahren zu Ende gegangen. Das Unternehmen hatte 1999 eine Lizenz für ein nationales terrestrisches Rundfunkprogramm erhalten, konnte aber mangels Sendefrequenz nie auf Sendung gehen. Im Januar 2008 hat der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften ein Urteil erlassen, in dem die italienischen Übergangsregelungen für die Funkfrequenzvergabe verurteilt werden. Infolge dieses Urteils hat die AGCOM im Oktober 2008 eine Entscheidung zu Gunsten von Centro Europa 7 getroffen und die Regierung hat dem Unternehmen im Dezember 2008 eine nationale terrestrische Frequenz zugeteilt (analog und digital). Europa 7 dürfte zwischen Juli 2009 und spätestens Juni 2011 auf Sendung gehen.

Die Europäische Kommission hat schließlich das 2007 gegen Italien eingeleitete Verfahren wegen Verstoß gegen die EU-Vorschriften für Fernsehwerbung eingestellt. So hat die AGCOM die nationalen Werbevorschriften geändert und insbesondere die Nichtberücksichtigung der Teleshopping-Werbung in der Berechnung der Werbezeiten verhindert.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	60 045	Eurostat
Households		–	24 258	Eurostat
TV households		100%	24 258	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		~	~	
Digital cable TV households		~	~	
DTH/SMATV households		30,6%	7 420	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		19,4%	4 700	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscription		2,4%	587	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		33,4%	8 100	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		55,2%	13 387	European Audiovisual Observatory
Households with PC		51,9%	12 584	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		39,6%	9 613	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	138	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	735	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators		~
Satellite packagers	3 ¹	Orbit, Sky Italia, TIVU
IPTV packagers	3	Fastweb, Telecom Italia (Alice) Wind (Infostrada TV)
DTT multiplex operators and/or packagers	8	Elettronica Industriale, Prima TV, Profit Group, Rai Way, Rete 7, Telecom Italia Media Broadcasting, Tivu
Mobile phone TV packagers	3	H3G, Telecom Italia, Vodafone Omnitel
Mobile broadcast TV packagers	2	H3G, Vodafone Omnitel

¹ Orbit is established in Italy but targets the Arabic countries.

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		8	59	67
Cable/Satellite/IPTV channels		16	302	318
Regional/Local		7	570	577
Regional/local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		4	42	46
Total		35	973	1 008
<i>Foreign channels targeting the country</i>		3	21	24

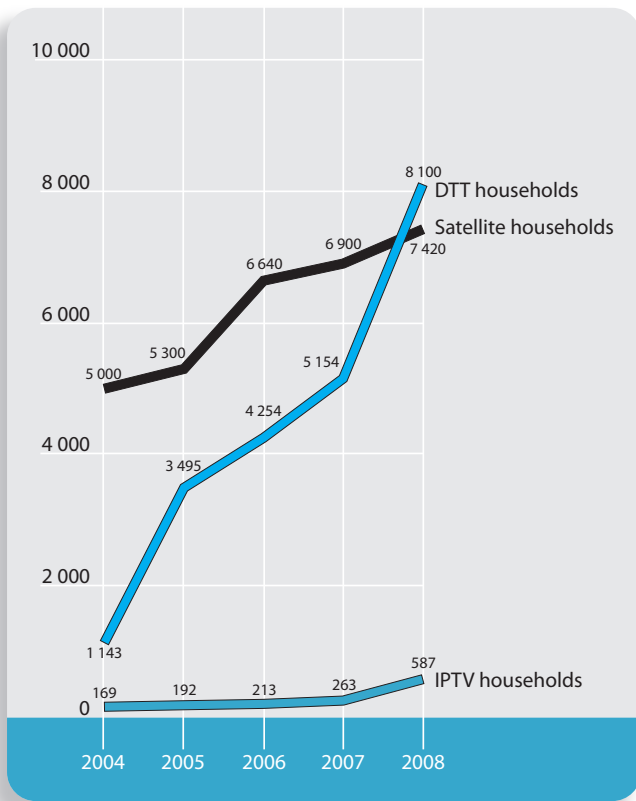
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Free national digital terrestrial	Satellite Sky Italia	IPTV Telecom Italia Alice	IPTV Fastweb
Generalist - national		9	13	9	8
Generalist - foreign			9		
Adult			3		1
Children		2	13	2	13
Culture/ education/ documentary		1	17	12	8
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		3	27	25	17
Film		1	10	10	11
Home shopping		1	12		1
International linguistic and cultural			8		
Lifestyle/ specific leisure/ travel			22	9	7
Music		1	16	16	10
News/ business		6	35	21	8
Parliament/ government/ administration			3		
Regional/ local			30		1
Religion		1	6		1
Sports		4	51	53	42
Various		2	37	20	3
Total		31	312	177	131

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

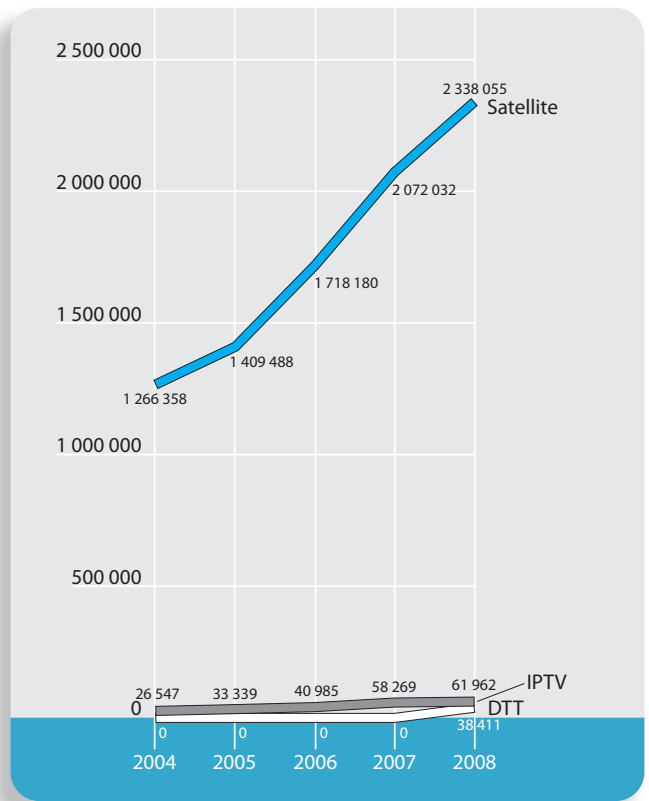
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

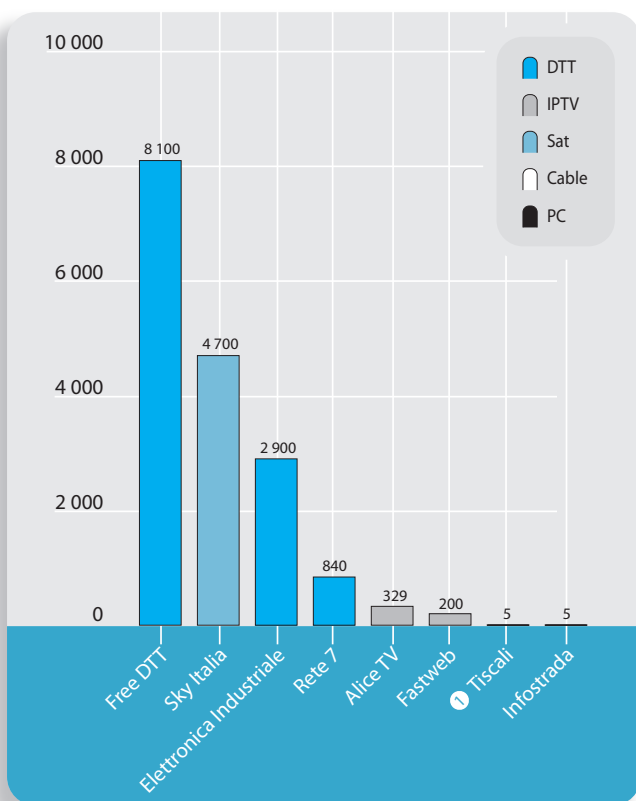
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.

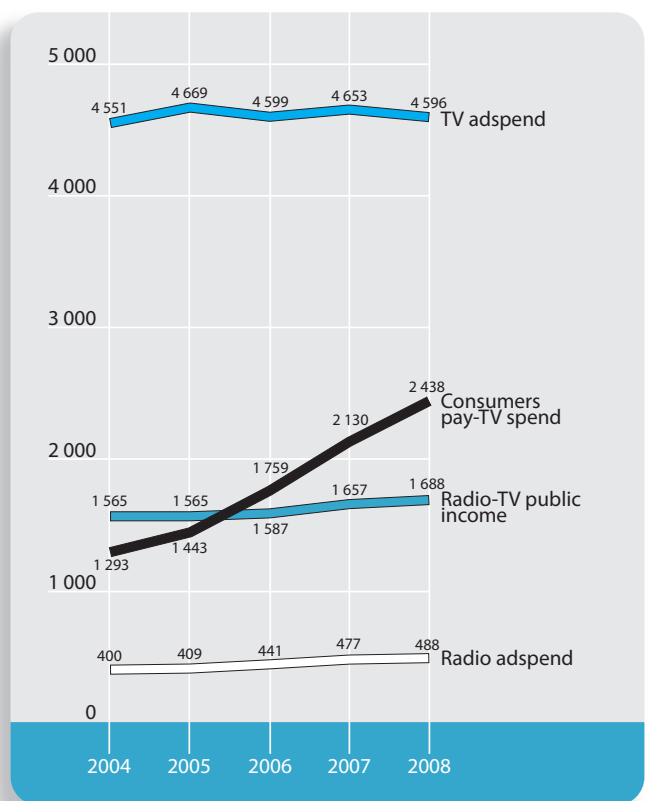


① IPTV service interrupted on 1.1.2009.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.IT.1
G.1.IT.1

Operating revenues of main television companies in Italy 2005-2008

EUR million.

Main broadcasters	Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07	
RAI S.p.A.	sptv	RAI 1, RAI 2, RAI 3, ...	2 874,7	2 933,5	3 002,1	3 057,7	1,9%
Reti Televisive Italiane R.T.I. ^①	adtv, thtv, DTT	Canale 5, Rete 4, Italia 1, Boing, ...	2 477,1	2 341,9	2 577,0	~	~
Telecom Italia Media (cons.) ^{② ⑤}	thtv	La 7, MTV Italia, DTT	195,5	221,2	277,6	~	~
<i>p.m.</i> MTV Italia	thtv	MTV Italia	83,4	83,0	91,7	102,4	11,7%
Fox International Channels Italy	thtv	Fox TV	53,7	87,9	124,4	~	~
RAISAT	sptv	Raisat	68,1	57,7	63,9	72,6	13,7%
Telemarket (cons.)	hstv	Telemarket	107,1	73,1	79,9	69,4	-13,1%
NBC Universal Global Networks Italia s.r.l.	thtv	Studio Universal	19,3	20,4	21,4	40,6	89,7%
Home Shopping Europe Broadcasting	hstv	Canale D (HSE)	4,1	29,8	29,5	~	~
<i>p.m.</i> Home Shopping Europe	hstv	Canale D (HSE)	30,2	-	-	-	-
Italia 7 Gold	thtv	Italia 7	15,7	19,1	23,0	28,7	24,8%
Profit Progetti Finanziarie Televisivi	adtv	Odeon TV	28,1	~	~	~	~
Turner Broadcasting System Italia	thtv	Boing, Boomerang	21,9	25,0	27,9	26,7	-4,3%
Jetix Europe	thtv	Jetix Italia	14,7	19,7	22,0	25,6	16,1%
Tele Norba	rtv	Tele Norba	20,3	23,8	~	~	~
Radio Italia	thtv	Playlist Italia, Video Italia	20,5	22,6	20,6	21,0	1,9%
Rete A	thtv	Allmusic	18,5	20,7	21,8	18,6	-14,7%
Seasons s.r.l.	thtv	Jimmy	5,5	19,7	21,2	16,7	-21,1%

Main distributors	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07	
Telecom Italia (cons.) ^{② ③}	3play, 3G TV, DTT	Alice TV	31 068,0	32 377,0	31 419,0	30 514,0	-2,9%
Vodafone Omnitel ^②	3G TV, dvb-h	Live!, Sky	8 439,7	8 408,7	8 864,9	~	~
Wind Telecomunicazioni ^②	3play, 3G TV, DTT	Infostrada, Wind Imode	4 613,7	4 789,9	5 130,7	~	~
Sky Italia ^③	sat-tv	Sky Italia	1 897,4	2 234,4	2 479,4	2 668,6	7,6%
H3G S.P.A. ^{② ③}	3G TV, dvb-h	3 Internet e TV free	2 179,9	2 372,7	1 990,5	~	~
Fastweb (cons.) ^{② ③}	3play	Fastweb	939,7	1 277,5	1 565,8	1 806,6	15,4%
Tiscali Italia S.p.a. ^{② ③ ④}	3play	Tiscali TV	188,9	214,0	276,8	~	~
Prima TV S.p.A. ^③	DTT	dfree	20,0	22,2	27,8	37,4	34,5%
Orbit Communications Company ^⑤	packtv	Orbit	37,7	21,7	11,1	8,5	-23,4%
Dahlia TV s.r.l. ^{③ ⑥}	DTT	Dahlia TV	-	-	-	-	-

^① Includes also the activities of packager for the pay-TV services on the DTT Mediaset 1 & 2 multiplexes.

^② Includes also telecommunication activities.

^③ Includes also broadcasting activities.

^④ Tiscali has interrupted its TV delivery service as at 31.12.2009.

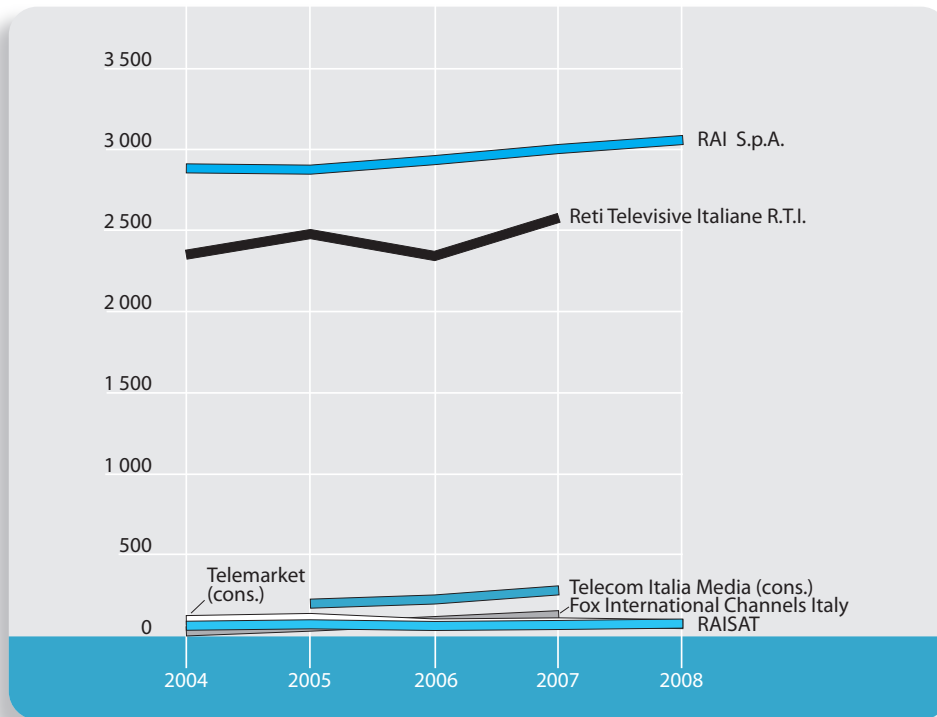
^⑤ The Orbit package is targeting the Arabic markets.

^⑥ In December 2008, the Swedish group Airplus has acquired the DTT PPV package La7Cartapiù from Telecom Italia Media and has created the package Dahlia TV.

T.1.JT.1
G.1.JT.1

Operating revenues of main television companies in Italy (Continued) 2005-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

T.1.IT.2
G.1.IT.2

RAI financial situation (consolidated)

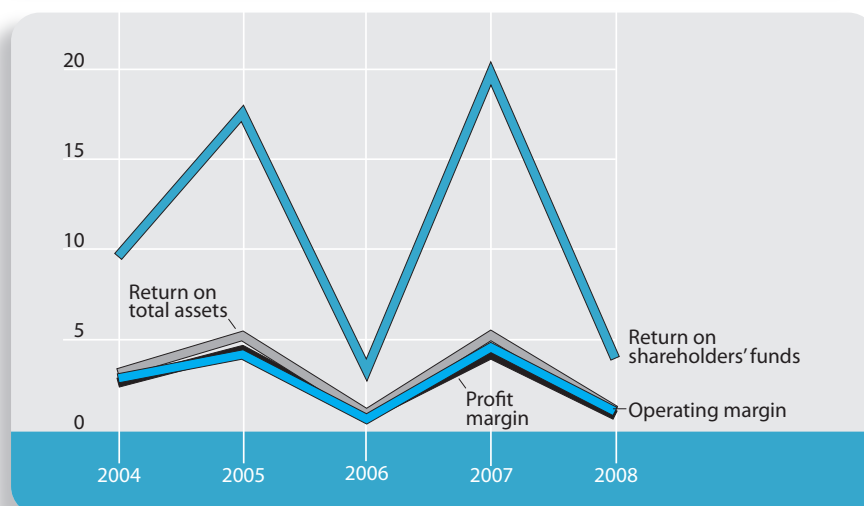
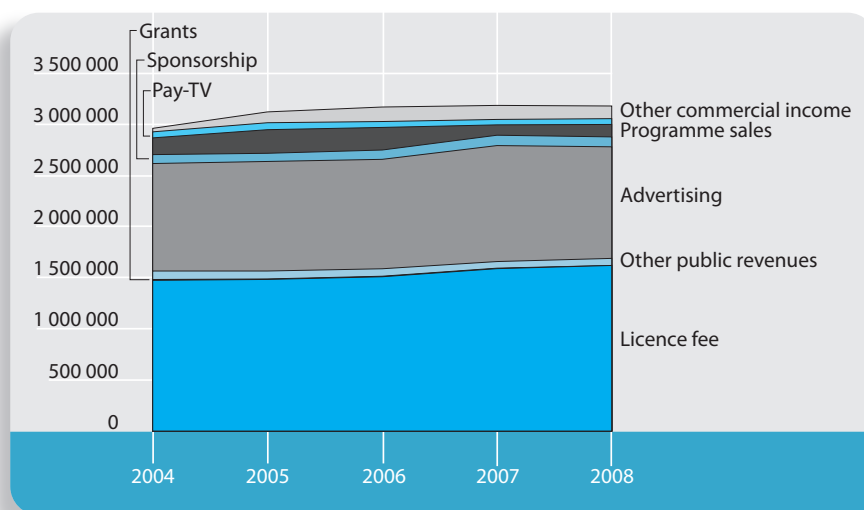
2005-2008 EUR thousand. Slight modification of categories in 2007.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	1 564 878	1 586 817	1 657 345	1 688 300	49,6%	49,3%	50,4%	50,5%	1,9%
- Grants	4 620	5 017	4 645	0	0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	-100,0%
- Licence fee	1 482 533	1 508 800	1 588 000	1 619 200	47,0%	46,9%	48,3%	48,5%	2,0%
- Other public revenues	77 725	73 000	64 700	69 100	2,5%	2,3%	2,0%	2,1%	6,8%
Total commercial Income	1 555 608	1 581 387	1 579 800	1 522 600	49,3%	49,2%	48,0%	45,6%	-3,6%
- Advertising	1 071 026	1 069 926	1 133 900	1 090 900	34,0%	33,3%	34,5%	32,6%	-3,8%
- Sponsorship	79 900	91 000	101 200	96 800	2,5%	2,8%	3,1%	2,9%	-4,3%
- Programme sales	230 726	220 918	101 300	121 800	7,3%	6,9%	3,1%	3,6%	20,2%
- Pay-TV	68 082	57 743	53 100	56 700	2,2%	1,8%	1,6%	1,7%	6,8%
- Other commercial income	105 874	141 800	137 200	123 700	3,4%	4,4%	4,2%	3,7%	-9,8%
Other Income	32 414	49 196	47 061	130 900	1,0%	1,5%	1,4%	3,9%	178,1%
TOTAL	3 152 900	3 217 400	3 290 200	3 341 800	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1,6%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
- Purchase of goods and services	1 393 900	1 554 300	1 448 300	1 597 800	46,1%	48,6%	46,1%	48,3%	10,3%
- Cost of personnel	971 700	979 900	1 004 400	1 009 600	32,2%	30,6%	32,0%	30,5%	0,5%
- Depreciation	655 100	663 100	686 800	699 900	21,7%	20,7%	21,9%	21,2%	1,9%
Operating expenditure	3 020 700	3 197 300	3 139 500	3 307 300	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	5,3%

Net result	22 900	-87 400	-4 900	-7 500					53,1%
Operating margin (%)	4,2	0,6	4,6	1					

Source: European Audiovisual Observatory estimates on the basis of data available in RAI Annual Report



T.1.IT.3
G.1.IT.3

Mediaset Group financial situation 2005-2008

EUR million.

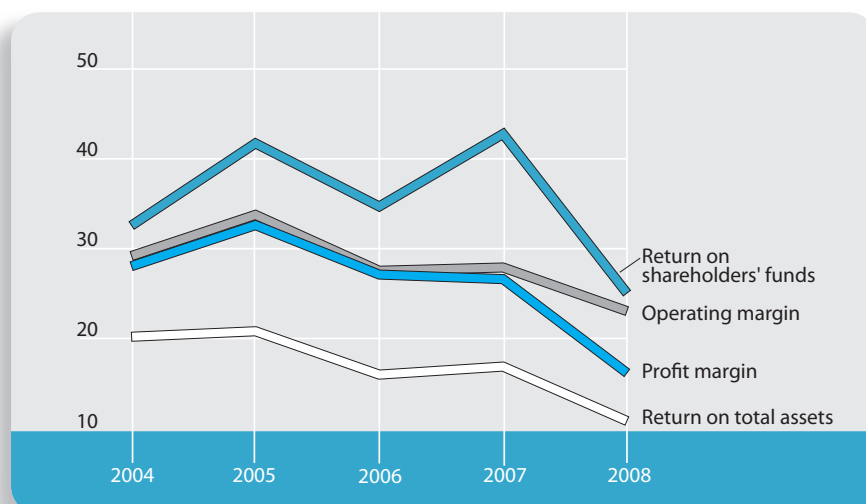
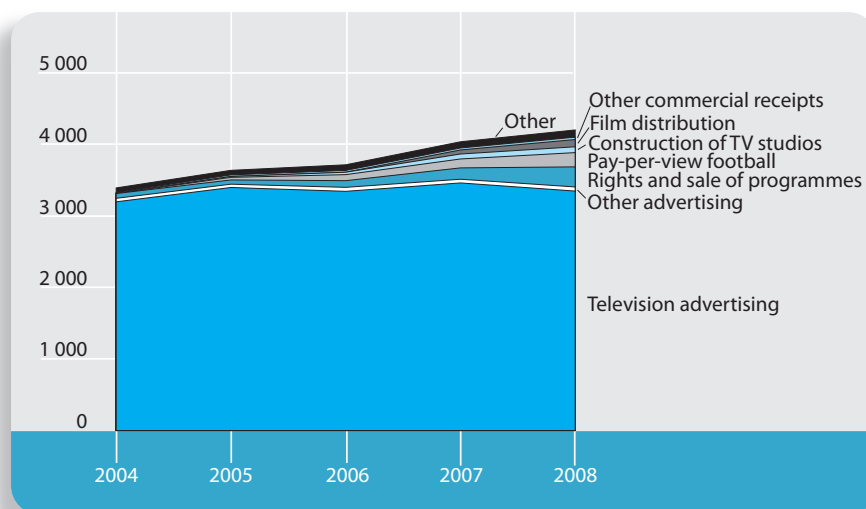
Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Television advertising	3 394,6	3 340,8	3 458,2	3 344,5	93,4%	90,0%	85,8%	79,7%	-3,3%
Other advertising	46,0	55,6	51,7	57,5	1,3%	1,5%	1,3%	1,4%	11,2%
Rights and sale of programmes	59,7	93,4	158,3	280,5	1,6%	2,5%	3,9%	6,7%	77,2%
Pay-per-view football	35,9	84,2	124,6	199,1	1,0%	2,3%	3,1%	4,7%	59,8%
Construction of TV studios	12,1	33,9	69,1	81,5	0,3%	0,9%	1,7%	1,9%	17,9%
Film distribution	-	-	56,8	101,0	-	-	1,4%	2,4%	77,8%
Other commercial receipts	22,1	25,4	27,8	33,5	0,6%	0,7%	0,7%	0,8%	20,5%
Other	63,6	78,1	86,2	100,6	1,8%	2,1%	2,1%	2,4%	16,7%

TOTAL	3 634,1	3 711,5	4 032,8	4 198,2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	4,1%
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-------------

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	1 234,9	1 374,2	1 431,0	1 588,0	49,9%	50,7%	48,8%	48,6%	11,0%
Costs of personnel	443,1	452,5	485,1	519,1	17,9%	16,7%	16,5%	15,9%	7,0%
Depreciation	799,0	885,7	1 017,0	1 160,1	32,3%	32,7%	34,7%	35,5%	14,1%
Operating expenditure	2 477,0	2 712,4	2 933,1	3 267,2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	11,4%

Net result	747,6	661,8	681,2	565,4					-17,0%
Operating margin (%)	33,8	27,6	28,0	23,2					

Source: Mediaset / European Audiovisual Observatory



T.1.IT.4
G.1.IT.4TV audience market share in Italy
2004-2008 In %, 4 years +.

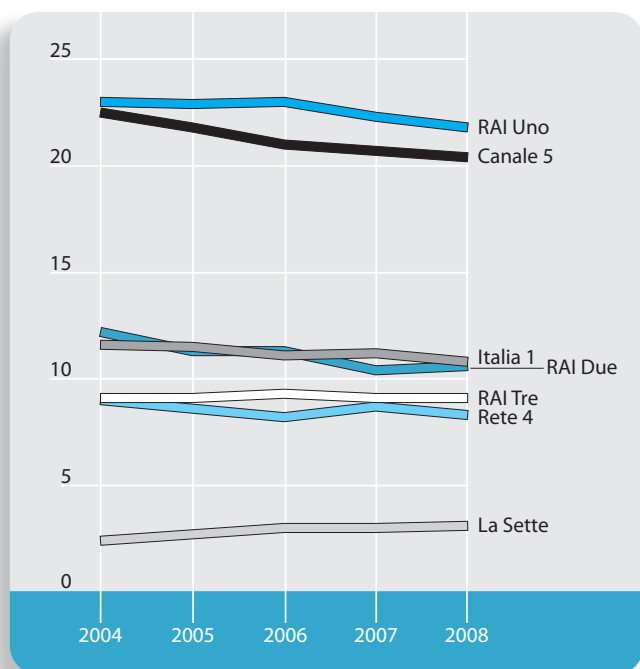
Channels	Daily share					Prime time (20:30-22:30)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
RAI Uno	23,0	22,9	23,0	22,3	21,8	25,7	23,9	24,2	23,3	22,5
RAI Due	12,2	11,3	11,3	10,4	10,6	11,1	10,6	10,5	10,3	10,7
RAI Tre	9,1	9,1	9,3	9,1	9,1	9,6	9,8	10,3	10,2	10,1
RAI 4	-	-	~	~	0,2			~	~	0,2
Italian main public channels ①	44,3	43,3	43,6	41,8	42,3	46,4	44,3	45,0	43,7	44,1
Canale 5	22,5	21,8	21,0	20,7	20,4	22,2	22,5	22,0	21,6	20,6
Italia 1	11,6	11,5	11,1	11,2	10,8	11,2	11,5	10,5	10,7	10,5
Rete 4	9,0	8,6	8,2	8,7	8,3	8,9	8,8	8,1	8,4	8,6
La Sette	2,4	2,7	3,0	3,0	3,1	2,1	2,1	2,4	2,3	2,8
Italian main private channels	45,4	44,6	43,3	43,5	42,6	44,4	44,9	43,0	43,0	42,4
7 Gold			0,6	0,6	0,5			0,7	0,7	0,7
Fox Crime			~	~	0,5			~	~	0,4
Sky Sport 1			~	~	0,4			~	~	0,8
Disney Channel			~	~	0,3			~	~	0,1
FOX			~	~	0,3			~	~	0,2
Playhouse Disney Italia			~	~	0,3			~	~	0,1
Sky Cinema 1			~	~	0,3			~	~	0,5
Canale Italia			0,1	0,2	0,2			0,1	0,3	0,4
Odeon			0,2	0,2	0,2			0,2	0,2	0,1
FOXlife			~	~	0,2			~	~	0,2
FX			~	~	0,2			~	~	0,2
Sky Cinema 2			~	~	0,2			~	~	0,2
Sky Cinema Hits			~	~	0,2			~	~	0,2
Sky Cinema Max			~	~	0,2			~	~	0,2
Sky TG 24			~	~	0,2			~	~	0,1
Sky Vivo			~	~	0,2			~	~	0,2
Italian main thematic channels ②	~	~	~	~	4,4			~	~	4,7
Foreign channels	~	~	~	~	0,6			~	~	0,3
Others	10,3	12,1	13,1	14,7	14,5	9,2	10,8	12,0	13,3	13,5

① RAI thematic channels included since 2008.

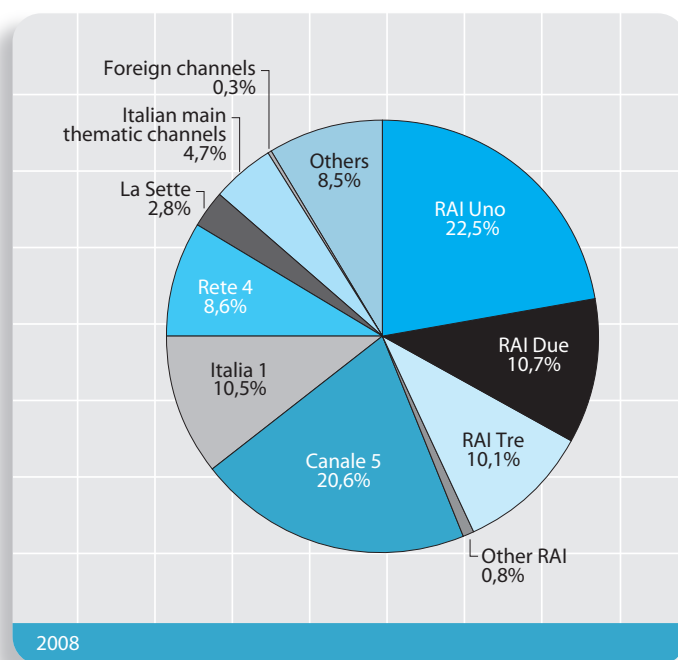
Source: Eurodata TV Worldwide / Auditel / AGB NMR Italy

② Channels with 0,2 % or more of daily market share in 2008.

Daily share. In %, 4 years +.



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



T.1.IT.5

The 40 leading TV production companies in Italy 2004-2008

Operating revenues in EUR thousand.

Rank	Companies	Genre	2004	2005	2006	2007	2008	2008/07
1	Taodue s.r.l.	Fiction	-	-	56 464	109 741	~	~
<i>p.m.</i>	Taodue Film s.r.l.	Fiction	34 106	41 751	26 962	~	52 141	~
2	Endemol Italia S.p.A.	Entertainment	82 730	72 504	~	~	~	~
3	Grundy Italia	Fiction	48 247	39 499	56 848	59 015	57 875	-1,9%
4	Cattleya S.P.A.	Fiction, feature films	35 685	51 321	35 556	57 511	~	~
5	Magnolia S.p.A.	Entertainment	30 483	33 941	45 478	47 969	53 873	12,3%
6	Nova Films s.r.l.	Fiction, feature films	22 378	28 926	36 021	51 731	~	~
7	Tevere Films	Fiction	16 196	49 094	~	~	~	~
8	Mediavivere	Fiction	31 740	49 965	44 885	51 983	49 014	-5,7%
9	Mondo TV S.p.A. (cons.)	Animation	40 813	50 472	34 724	42 920	44 698	4,1%
10	Publispei Pubblicità Spettacoli	Fiction	14 818	9 329	29 668	28 164	44 158	56,8%
11	Luxvide	Fiction	44 880	57 086	76 960	41 918	~	~
12	Albatross Entertainment S.P.A.	Fiction, feature films	-	-	-	7 572	32 370	327,5%
<i>p.m.</i>	Albatross A.M.P.	Fiction, feature films	7 176	9 248	~	~	~	~
13	Rainbow spa	Animation	7 192	18 976	23 590	31 321	~	~
14	Film MasterFilm s.r.l. ¹	Lifestyle, formats	2 919	6 803	23 370	~	~	~
<i>p.m.</i>	Clip Television s.r.l. ¹	Formats, music	5 248	5 378	-	-	-	-
15	Ballandi Entertainment	Music, events	27 106	30 403	30 687	28 316	20 990	-25,9%
16	Fidia Film Sarl	Fiction	-	10 705	22 857	18 372	~	~
17	Casanova Entertainment	Fiction, feature films	4 559	6 610	6 663	17 844	~	~
18	Palomar S.p.A.	Fiction	23 246	31 663	22 967	25 187	17 156	-31,9%
19	Cosmo Production	Fiction	10 065	7 839	13 930	16 859	~	~
20	Janus International s.r.l.	Fiction	10 484	8 510	16 647	24 706	14 794	-40,1%
21	Titanus S.p.a.	Fiction	18 407	22 436	19 142	2 960	11 778	297,9%
22	Video 80	Fiction	288	7 754	3 138	11 646	~	~
23	ITC Movie	Fiction, feature films	5 293	5 501	11 096	8 515	10 467	22,9%
24	Produzioni Alfa S.R.L.	Fiction	16 149	34 031	20 429	16 199	9 147	-43,5%
25	Red Film s.r.l.		6 029	6 303	8 471	8 804	~	~
26	Ager 3	Fiction	8 692	329	5 640	8 415	~	~
27	Titania Produzioni s.r.l.	Fiction, feature films	6 689	2 594	10 432	7 894	~	~
28	Videa S.p.A.	Fiction	3 209	9 245	19 748	6 795	~	~
29	Einstein Fiction S.R.L.	Fiction	5 080	411	883	6 413	~	~
30	Dauphine Film Company S.R.L.	Fiction	126	7 228	429	6 295	~	~
31	Giglio Group S.p.A.	Fiction, shows	1 658	7 368	6 194	~	~	~
32	Videomedia S.R.L.	Entertainment	~	508	~	6 168	~	~
33	11 Marzo Film	Fiction	731	3 748	4 004	6 148	~	~
34	Rodeo Drive S.R.L.	Fiction	6 479	~	~	5 924	~	~
<i>p.m.</i>	Rodeo Drive Media	Fiction	216	1 155	10 311	~	5 060	~
35	Paypermoon Italia S.R.L.	Fiction, entertainment	1 501	4 262	7 419	5 235	~	~
36	Target Communications		2 558	4 708	5 413	4 815	5 741	19,2%
37	Quadrio S.R.L.	Entertainment, documentary	406	1 689	2 224	2 521	4 481	77,7%
38	Ruvido Produzioni s.r.l.	Entertainment	1 543	2 319	3 515	3 689	~	~
39	Lotus Production S.R.L.	Fiction, feature films	1 042	1 777	2 338	3 658	~	~
40	Euro Group Line Production		3 723	4 111	4 038	3 642	~	~

¹ Clip Television and FilmMaster Film were merged at the beginning of 2006 under the name FilmMaster Television.

Source: European Audiovisual Observatory

The Lithuanian television sector is divided up among the channels operated by the state-owned broad-caster LRT (LTV and LTV2) and various private groups: MG Baltic Group (LNK, TV1), Achemos Grupe (BTV) and the Swedish Modern Times Group (TV3, TV6). Lastly, the Russian channel PBK Lithuania enjoys a significant market share among the Russian-speaking population.

TV3 remains the leader in audience terms: despite a slight decline, the group still had a 25.8% daily audience market share in 2008. LNK, the second most viewed channel, once again lost viewers in 2008 and its daily audience market share is now only 20.9%, which is still significantly higher than that of the main public channel, LTV, whose figures were stable at 13.3%.

These three players clearly dominate the Lithuanian market but when taken together they lost more than two market share points in 2008. This can be explained by the arrival of digital terrestrial television and the simultaneous gains (amounting to two points) of the country's other channels (in 2008, channels with an average audience share, such as BTV, TV6, TV1 or LTV2, did not really make any gains and it was the other small channels that really took advantage of the digitisation of the terrestrial network).

Sport1, the only new national channel launched in 2008/09, describes itself as Lithuania's premier sports channel. The three Baltic MTV channels launched in 2006 have gone through difficult times. All three were initially licensed in Lithuania but MTV Estonia is now licensed in Estonia and MTV Latvia has merged with MTV Lithuania. Finally, TV6, which was launched in 2002 and operated under a British licence, is now registered in Lithuania. 3+ will probably do likewise in January 2010.

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. Its Interactive GALA is popular with viewers, having recorded 47,900 subscribers in June 2009 compared with 40,100 in December 2008.

Teo LT also operates the Digital GALA digital terrestrial television platform, which was launched in March 2008. Digital GALA offers 40 channels in several languages and is now available to virtually all Lithuanians. In June 2009, it had 37 900 subscribers (compared with 26 300 in December 2008).

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, TV6). Enfin, la chaîne russe PBK Lithuania dispose d'une part de marché significative auprès de la population russophone.

TV3 demeure leader en termes d'audience : malgré un léger tassement, la chaîne regroupe toujours 25,8 % de part de marché d'audience quotidienne en 2008. En seconde position, LNK perd à nouveau des spectateurs en 2008 et sa part de marché d'audience quotidienne ne s'établit plus qu'à 20,9 %, ce qui demeure tout de même nettement supérieur à celle de la principale chaîne publique, LTV, avec 13,3 %, un résultat stable.

Ces trois acteurs dominent nettement le marché lituanien mais elles perdent, lorsqu'on les regroupe, en 2008 plus de deux points de parts de marché. Ceci peut s'expliquer peut être par l'arrivée de la télévision numérique terrestre, et la progression symétrique (de deux points) des autres chaînes dans le pays (en 2008, les chaînes d'importance moyenne comme BTV, TV6, TV1 ou LTV2 n'ont pas vraiment progressé, ce sont les autres petites chaînes qui ont vraiment tiré parti de la numérisation du réseau terrestre).

Seule nouvelle chaîne nationale lancée en 2008/09, Sport1 se présente comme la première chaîne sportive lituanienne. Par ailleurs, les trois chaînes baltes MTV lancées en 2006 ont traversé des temps troubles. Toutes trois sont nées initialement sous licence lituanienne. Depuis, MTV Estonie est passée sous licence estonienne et MTV Lettonie a fusionné avec MTV Lituanie. Enfin, TV6, lancée en 2002, qui opérait sous licence britannique est désormais enregistrée en Lituanie, et 3+ devrait en faire de même en janvier 2010.

L'offre multi-chaînes (à l'exception du câble) demeure concentrée : Viasat (Modern Times Group) opère la seule plate-forme satellite accessible dans le pays et Teo LT (TeliaSonera) domine le marché de l'IPTV. Son bouquet Interactive GALA convainc les spectateurs puisqu'il affiche 47 900 abonnés en juin 2009 contre 40 100 en décembre 2008.

Teo LT opère par ailleurs la plate-forme numérique terrestre Digital GALA, lancée en mars 2008, qui propose 40 chaînes dans plusieurs langues. L'offre est désormais accessible pratiquement par tous les Lituanais et compte 37 900 abonnés en juin 2009 (contre 26 300 en décembre 2008).

Die litauische Fernsehlandschaft besteht aus dem öffentlich-rechtlichen Sektor mit den Sendern des Rundfunkveranstalters LRT (LTV und LTV2) und aus verschiedenen privaten Gruppen: MG Baltic Group (LNK und TV1), Achemos Grupe (BTV) sowie der schwedischen Modern Times Group (mit TV3 und TV6).

Marktführer ist nach wie vor TV3. Trotz eines leichten Rückgangs konnte der Sender 2008 immer noch einen Zuschauermarktanteil von 25,8 % erzielen. An zweiter Stelle folgt LNK, der allerdings 2008 erneut Zuschauer verloren hat und inzwischen nur noch bei 20,9 % liegt. Damit liegt LNK aber immer noch weit über den Werten, die der größte öffentlich-rechtliche Sender LTV 2008 erzielen konnte (13,3 %). Das Ergebnis von LNK kann daher insgesamt als relativ stabil angesehen werden.

Diese drei Sender beherrschen den litauischen Fernsehmarkt. Zusammen haben sie jedoch 2008 mehr als zwei Prozentpunkte ihrer Marktanteile verloren. Der Grund dafür dürfte die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens in Litauen sein, die den anderen Sendern ein leichtes Plus bei den Marktanteilen (um zwei Prozentpunkte) beschert hat. Profitiert von der Einführung des digitalen Fernsehens haben 2008 allerdings weniger mittelgroße Sender wie BTV, TV6, TV1 oder LTV2 als vielmehr die kleinen Sender.

Der einzige Sender, der 2008/09 neu ans Netz gegangen ist, ist Sport1. Er ist der erste reine Sportkanal in Litauen. Die drei baltischen MTV-Ableger, die 2006 auf Sendung gingen, haben turbulente Zeiten hinter sich. Alle drei starteten ursprünglich unter litauischer Lizenz. Heute sendet MTV Estland unter estnischer Lizenz, MTV Letland hat sich mit MTV Litauen zusammengeschlossen, und TV6 (Sendestart 2002 unter britischer Lizenz) ist nun in Litauen registriert. Der Sender 3+ wird ab Januar 2010 ebenfalls unter litauischer Lizenz senden.

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. Sein Programm bouquet *Interactive GALA* scheint die Zuschauer zu überzeugen: Immerhin stieg die Zahl der Kunden von 40 100 im Dezember 2008 auf 47 900 im Juni 2009.

Seit März 2008 gibt es in Litauen eine erste terrestrische Digital-Plattform, die von Teo LT betrieben wird. Das Angebot von Digital GALA umfasst 40 Sender in mehreren Sprachen, die inzwischen praktisch von allen Litauern empfangen werden können. Die Zahl der Abonnenten stieg von 26 300 im Dezember 2008 auf 37 900 im Juni 2009.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	2 261	Eurostat
Households		–	1 413	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		95%	1 338	RTK
Cable TV households		30%	422	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		3%	38	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		9%	130	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		7%	97	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscription		3%	44	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		3%	47	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		16%	226	European Audiovisual Observatory
Households with PC		48%	680	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		15%	597	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators (incl. MMDS)	50	Alyataus, Balticum TV, Init, Sugardas, Telerena, Vinita...
Satellite packagers	1	Viasat
IPTV packagers	1	Teo (Gala TV)
DTT packagers	1	Teo
Mobile phone TV packagers	2	Omnitel, Bité

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	13	15
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	0	0
Regional/Local		0	43	43
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		1	9	10
Total		3	65	68
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	6	8

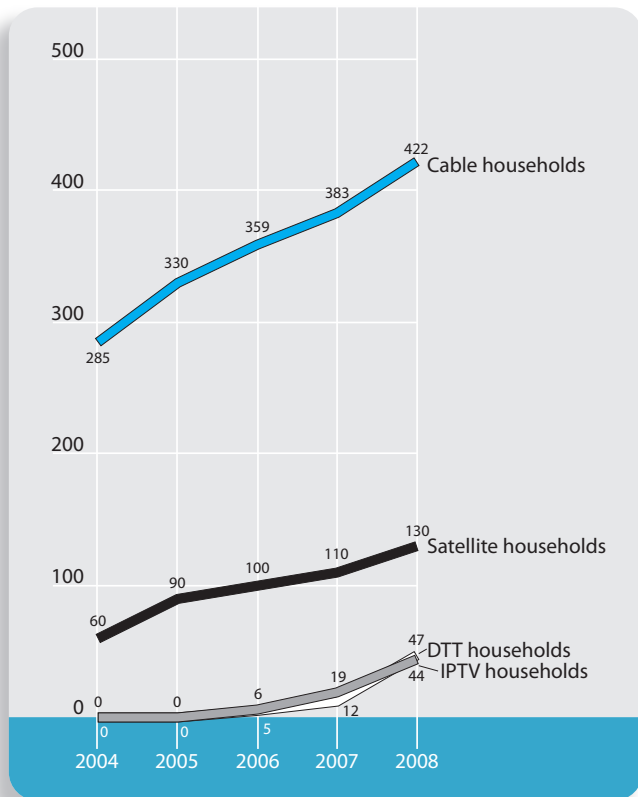
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial TEO	Cable Balticum TV	Satellite Viasat (Full Nordic offer)	IPTV TEO
Generalist - national		4	4	3	4
Generalist - foreign		4	17	20	4
Adult		1	1	3	2
Children		6	10	20	12
Culture/ education/ documentary		10	28	31	12
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		7	13	32	21
Film		2	7	45	4
Home shopping					
International linguistic and cultural		1	6	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		5	15	1	6
Music		3	9	8	6
News/ business		5	18	8	17
Parliament/ government/ administration					
Regional/ local		1	1		4
Religion			16	2	
Sports		6		20	15
Various			2	4	
Total		55	147	198	107

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

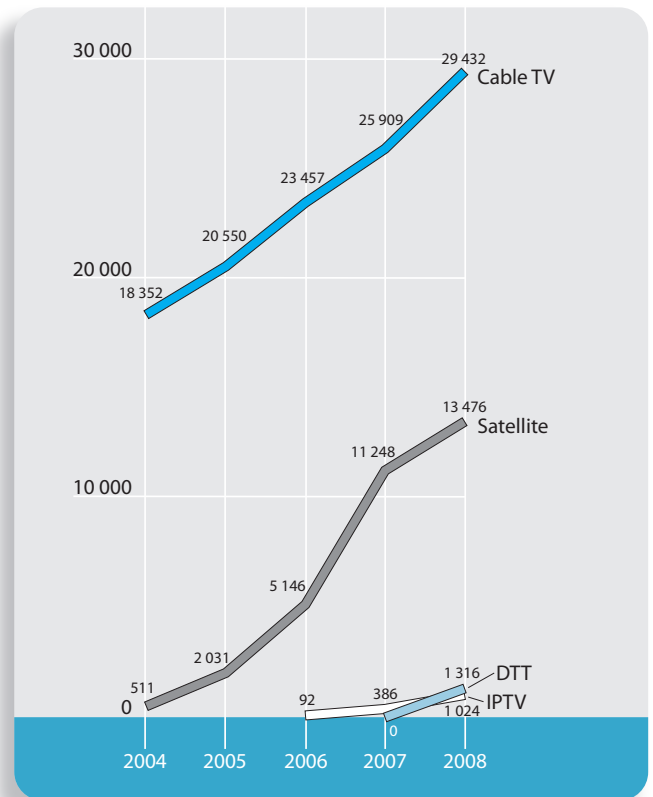
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

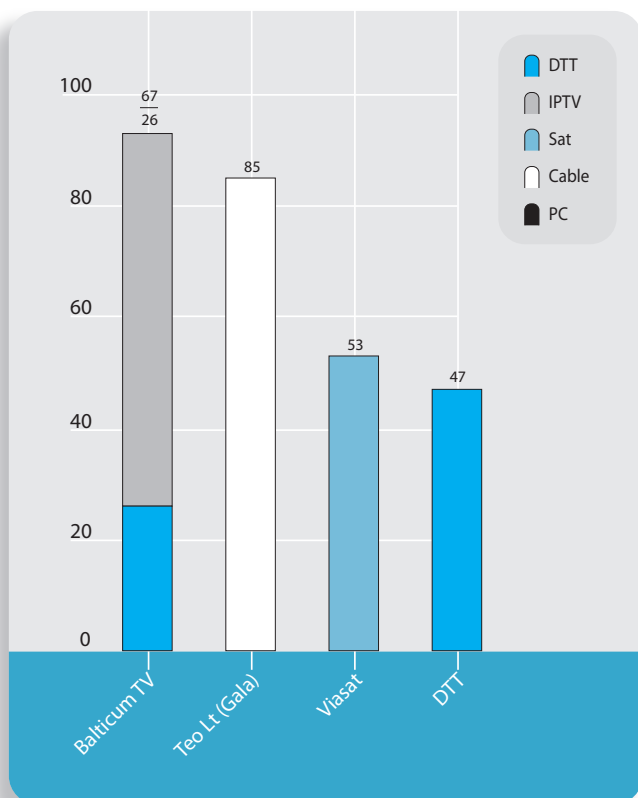
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

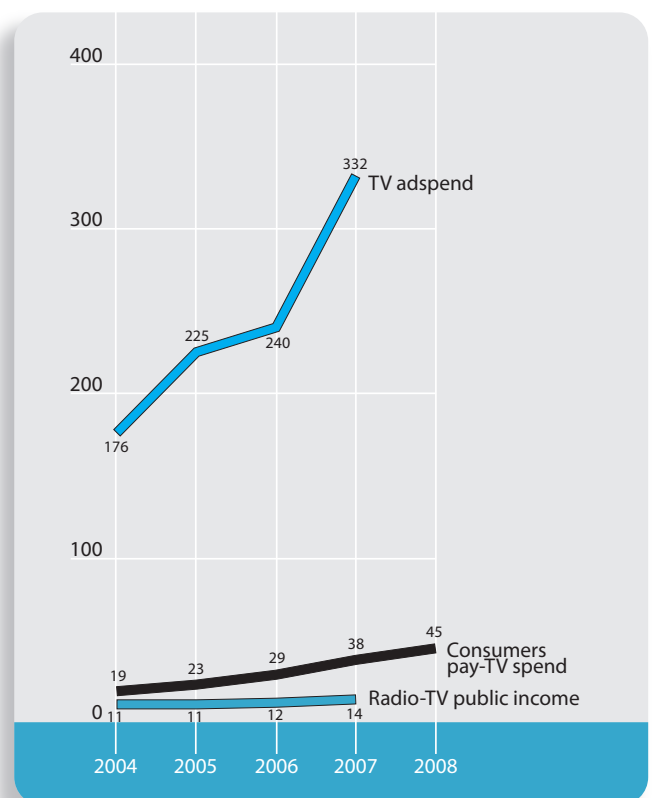
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, IP KeyFacts and LRT

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

Operating revenues of TV companies in Lithuania

T.1.LT.1
G.1.LT.12005-2008
EUR thousand.

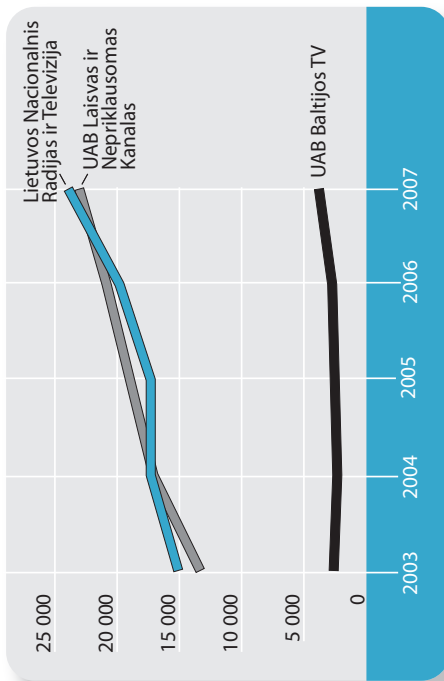
Main broadcasters	Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija	LTV1, LTV2	17 300	19 800	23 900	~	~
UAB Laisvas ir Nepriklausomas Kanalas	LNK, Info TV	~	20 835	23 027	~	~
UAB Baltijos TV	BTV	~	2 761	3 821	~	~

Main distributors	Services	2005	2006	2007	2008	2008/07
UAB Omnitel ¹	3GTV	249 159	259 196	264 599	~	~
Teo LT, AB ¹	3play	213 649	213 406	231 647	242 262	4,6%
UAB Bité Lietuva ¹	3GTV	159 939	177 219	178 460	198 445	11,2%
UAB Balticum TV ^{1 2}	3play	5 212	6 196	7 344	~	~
UAB Vinita ^{1 2}	3play	4 151	4 063	4 461	~	~
UAB Init ^{1 2}	3play	2 906	3 653	5 950	4 247	-28,6%
UAB Telerena ^{1 2}	3play	2 223	2 689	3 309	~	~
UAB Sugardas ^{1 2}	3play	1 916	1 961	2 112	2 008	-4,9%

¹ Includes telecommunication activities.² Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.



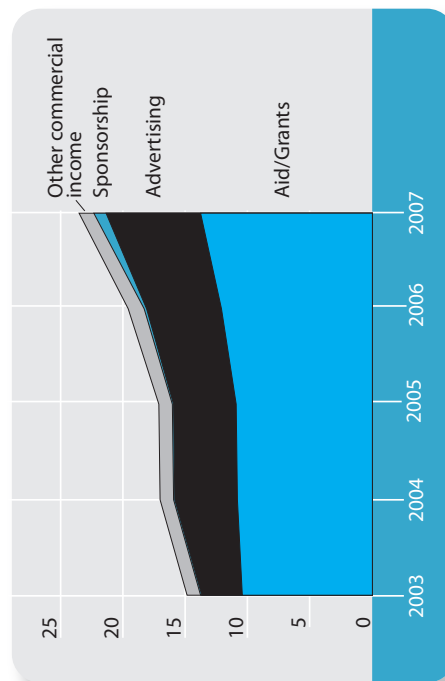
LNRT financial situation

T.1.LT.2
G.1.LT.22004-2007
EUR million.

Income	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Total public income	11,0	11,1	12,3	14,0	63,6%	63,8%	61,8%	58,6%	13,8%																		
- Aid/Grants	11,0	11,1	12,3	14,0	63,6%	63,8%	61,8%	58,6%	13,8%																		
Total commercial income	6,3	6,3	7,6	9,9	36,4%	36,2%	38,2%	41,4%	30,3%																		
- Advertising	5,1	5,1	6,1	7,7	29,5%	29,3%	30,7%	32,2%	26,2%																		
- Sponsorship	0,1	0,1	0,2	1,0	0,6%	0,6%	1,0%	4,2%	400,0%																		
- Other commercial income	1,1	1,1	1,3	1,2	6,4%	6,3%	6,5%	5,0%	-7,7%																		
TOTAL	17,3	17,4	19,9	23,9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	20,1%																		

Source: EBU-UER / European Audiovisual Observatory

EUR million.

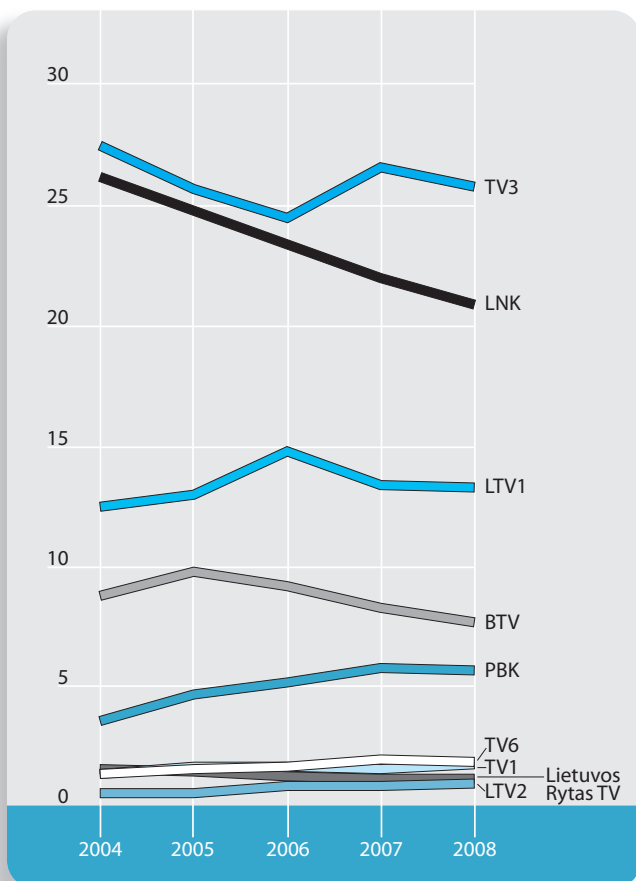


T.1.LT.3
G.1.LT.3TV audience market share in Lithuania
2004-2008 In %, 4 years +.

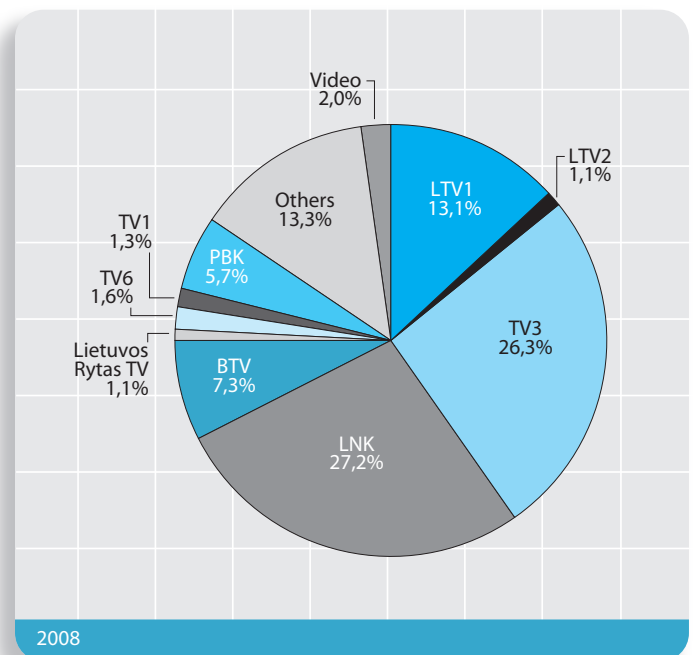
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
LTV1	12,5	13,0	14,8	13,4	13,3	13,7	14,0	15,3	13,4	13,1
LTV2	0,6	0,6	0,9	0,9	1,0	0,6	0,7	1,1	1,0	1,1
Lithuanian public channels	13,1	13,6	15,7	14,3	14,3	14,3	14,7	16,4	14,4	14,2
TV3	27,5	25,7	24,5	26,6	25,8	28,2	26,4	26,1	27,5	26,3
LNK	26,2	24,8	23,4	22,0	20,9	28,3	28,6	27,6	27,9	27,2
BTV (Baltijos TV)	8,8	9,8	9,2	8,3	7,7	9,1	9,8	9,3	8,1	7,3
Lietuvos Rytas TV (ex 5 Kanalas)	1,6	1,5	1,3	1,2	1,2	1,6	1,1	1,1	1,0	1,1
TV6 (ex Tango TV)	1,4	1,6	1,7	2,0	1,9	1,1	1,1	1,0	1,3	1,6
TV1	1,4	1,7	1,7	1,6	1,8	1,3	1,2	1,2	1,0	1,3
Lithuanian private channels	66,9	65,1	61,8	61,7	59,3	69,6	68,2	66,3	66,8	64,8
PBK	3,6	4,7	5,2	5,8	5,7	3,6	4,9	4,8	5,6	5,7
Main foreign channel	3,6	4,7	5,2	5,8	5,7	3,6	4,9	4,8	5,6	5,7
Others	15,8	15,8	16,2	16,7	18,2	12,1	11,8	11,8	12,2	13,3
Video	0,6	0,8	1,1	1,5	2,5	0,4	0,4	0,7	1,0	2,0

Source: Eurodata TV Worldwide / TNS GALLUP

Daily share. In %, 4 years +.



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



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).

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. The diversity of the population and the importance of the neighbouring countries' channels are resulting in significant audience fragmentation. Despite a slight fall in its audience, RTL Lëtzebuerg continued to dominate the market with a 10.7% daily audience market share in 2008/09 (which rises to as much as 39% between 7pm and 8pm), ahead of the foreign channels TF1, Pro7, RTL and ARD, which are posting improved results in terms of their audience share.

Cable is clearly dominant in Luxembourg households. The main operators are Coditel, which has been renamed Numericable, and Eltrona, which operates the digital channel package Imagin together with Nokia Siemens Network. Although most Luxembourg households are on cable, a quarter also have a satellite receiver. P&T Luxembourg, the incumbent post and telecommunications operator, launched an IPTV service entitled La Télé des P&T in March 2008. Initially offered in nine localities, the service has covered the entire Grand Duchy since September 2008.

In September 2009, the establishment of the M7 Group was announced. It consolidates in Luxembourg the activities of the Airfield Media Group and Canal Digitaal B.V., which control the satellite packages CanalDigitaal, TV Vlaanderen and TéléSAT, which target the Netherlands and Belgium. On that occasion, M7 also disclosed its intention to launch the first satellite package targeting Luxembourg.

A digital terrestrial platform was launched in April 2006 by CLT-UFA and analogue transmissions were switched off in September that year. The platform provides access to a dozen channels, ten of which are controlled by the RTL Group. However, terrestrial reception remains fairly marginal in Luxembourg, and it is the digitisation of the cable networks that represents the main element of the digital switchover in Luxembourg.

Luxembourg has long had an official policy of welcoming pan-European companies. It

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.

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. La mixité de la population et l'importance des chaînes des pays voisins entraînent une grande fragmentation de l'audience. Malgré un léger recul, RTL Lëtzebuerg continue de dominer le marché avec 10,7 % de part de marché d'audience quotidienne en 2008/09 (une part qui monte jusqu'à 39 % entre 19 et 20 heures), devant TF1, Pro7, RTL et ARD, des chaînes étrangères qui voient toutes leurs résultats en termes d'audience progresser.

Le câble est clairement prédominant dans les foyers luxembourgeois. Les principaux opérateurs sont Coditel, rebaptisé Numericable, ou encore Eltrona qui opère avec Nokia Siemens Network le bouquet de chaînes numérique Imagin. Si la majorité des foyers luxembourgeois sont raccordés au câble, 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 ». Initialement proposée dans neuf localités, le service couvre l'intégralité du Grand Duché depuis septembre 2008.

En septembre 2009 a été annoncée la création du groupe M7, regroupant au Luxembourg les activités de Airfield Media group et Canal Digitaal B.V. qui contrôlent les bouquets satellites CanalDigitaal, TV Vlaanderen et TéléSAT ciblant les Pays-Bas et la Belgique. A cette occasion M7 a aussi dévoilé son intention de lancer le premier bouquet satellite ciblant le Luxembourg.

Une plate-forme numérique terrestre a été lancée dès avril 2006, opérée par la firme CLT-UFA, puis l'extinction des transmissions analogiques a eu lieu en septembre 2006. La plate-forme propose l'accès à une douzaine de chaînes, dont dix dépendent du groupe RTL. Ceci dit, la réception par voie terrestre demeure quasi marginale au Luxembourg, c'est la numérisation des réseaux câblés qui constitue le véritable enjeu de la transition numérique luxembourgeoise.

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.

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. Diese Bevölkerungsstruktur und die hohe Bedeutung der ausländischen Sender sind auch der Grund für eine hohe Fragmentierung des Publikums. Mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 10,7 % (bis zu 39 % zwischen 19 und 20 Uhr) ist RTL Lëtzebuerg 2008/2009 nach wie vor der dominierende Sender am Markt. Dahinter folgen mit TF1, Pro7, RTL und ARD vier ausländische Sender, die alle steigende Zuschauerzahlen verzeichnen.

Die meisten Haushalte empfangen das Fernsehprogramm per Kabel. Größte Kabelnetzbetreiber sind Coditel (inzwischen in Numericable umbenannt) und Eltrona, der zusammen mit Nokia Siemens Network das Digitalpaket Imagin anbietet. Eine Mehrheit der Haushalte in Luxemburg hat einen Kabelanschluss, aber ein Viertel von ihnen verfügt auch über einen Satelliten-Receiver. P&T Luxembourg, das traditionelle Post- und Telekommunikationsunternehmen, hat im März 2008 unter dem Namen „La Télé des P&T“ ein IPTV-Angebot auf den Markt gebracht. Der ursprünglich in neun Orten angebotene Dienst ist seit September 2008 im ganzen Land verfügbar.

Im September 2009 wurde die Gründung der M7 Group SA angekündigt, einem Luxemburger Gemeinschaftsunternehmen zwischen Airfield Media Group und Canal Digitaal B.V., den Betreibern der Satellitenbouquets CanalDigitaal, TV Vlaanderen und TéléSAT in den Niederlanden und Belgien. M7 hat in diesem Zusammenhang auch den Start des ersten speziell auf Luxemburg ausgerichteten Satellitenpakets bekannt gegeben.

Seit April 2006 gibt es eine digitale terrestrische Plattform von CLT-UFA, im September 2006 erfolgte die Abschaltung des Analogbetriebs. Die DVB-T-Plattform bietet einen Zugang zu einem Dutzend Sender, von denen zehn der RTL-Gruppe angehören. Dessen ungeachtet ist das Antennenfernsehen in Luxemburg nur sehr schwach vertreten. So ist die Digita-

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 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).

Several channels registered in Luxembourg ceased broadcasting in 2008 and 2009, for example Ciné Pop (AB Group), Setanta Sport 1 and 2 and the very recent satellite channel em24 (launched by Eupromedia in 2008 and no longer available on the European satellites since May 2009). On the other hand, the two international channels of the Turkish Doğan Group, Euro D and Euro Star, which target expatriate Turks, are now registered with Luxembourg's Media and Communications Service.

Le Luxembourg a depuis longtemps une politique officielle d'accueil d'entreprises à vocation paneuropéenne. Il abrite ainsi le siège social de SES Global, principal opérateur satellite mondial avec son système Astra, d'iTunes Music store (Apple) ainsi que de RTL Group, premier groupe audiovisuel européen. Ce dernier diffuse depuis le territoire luxembourgeois des chaînes à destination des Pays-Bas (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8), de la France (RTL 9, RTL 9 Lorraine) et de la Belgique (RTL-TVI, Club RTL et Plug TV).

Plusieurs chaînes enregistrées au Luxembourg ont cessé d'émettre en 2008 et 2009, ainsi Ciné Pop (groupe AB), Setanta Sport 1 et 2 ou encore la toute récente chaîne satellite em24 (lancée par Eupromedia en 2008 et plus disponible sur les satellites européens depuis mai 2009). En revanche, les deux chaînes internationales du groupe turc Dogan, Euro D et Euro Star, qui ciblent les populations turques vivant hors de Turquie, sont désormais enregistrées auprès du service luxembourgeois des médias et des communications.

lisierung der Kabelnetze die eigentliche Herausforderung bei der Umstellung auf Digitaltechnik.

Luxemburg verfolgt seit langem eine offizielle Standortpolitik, die Unternehmen mit gesamt europäischem Anspruch anzieht. So befindet sich hier der Gesellschaftssitz von SES Global, dem weltweit wichtigsten Satellitenbetreiber mit seinem Satellitensystem Astra, von iTunes Music Store (Apple) und der RTL Group (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).

2008 und 2009 haben mehrere in Luxemburg registrierte Sender ihren Betrieb eingestellt, darunter Ciné Pop (AB Groupe), Setanta Sport 1 und 2 oder auch der noch junge Teleshopping-Kanal em24 (2008 von Eupromedia gegründet und seit Mai 2009 nicht mehr über Satellit empfangbar). Neu beim Luxemburger Medien- und Kommunikationsdienst registriert wurden dagegen Euro D und Euro Star, zwei internationale Sender des türkischen Dogan-Konzerns, die sich an im Ausland lebende Türken wenden.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	494	Eurostat
Households		–	190	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		97%	184	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		69%	132	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		68%	130	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		26%	50	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		~	~	
IPTV subscriptions		1%	1	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		43%	82	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		100%	190	European Audiovisual Observatory
Households with PC		77%	154	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		69%	132	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	71	Eltrona, Numéricable, Siemens, Sogel,...
Satellite packagers	1	M7Group (TéléSat Luxembourg)
IPTV packagers	1	Entreprise des P&T
DTT multiplex operators	1	CLT-UFA
Mobile phone TV packagers	2	Entreprise des P&T, iTunes SARL ^①

^① iTunes SARL operates the iTunes Store, which provides applications for the iPhone allowing reception of TV channels in various European countries.

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		0	11	11
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	4	5
Regional/Local		1	3	4
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		2	22	24
Total		4	40	44
<i>Foreign channels targeting the country</i>				0

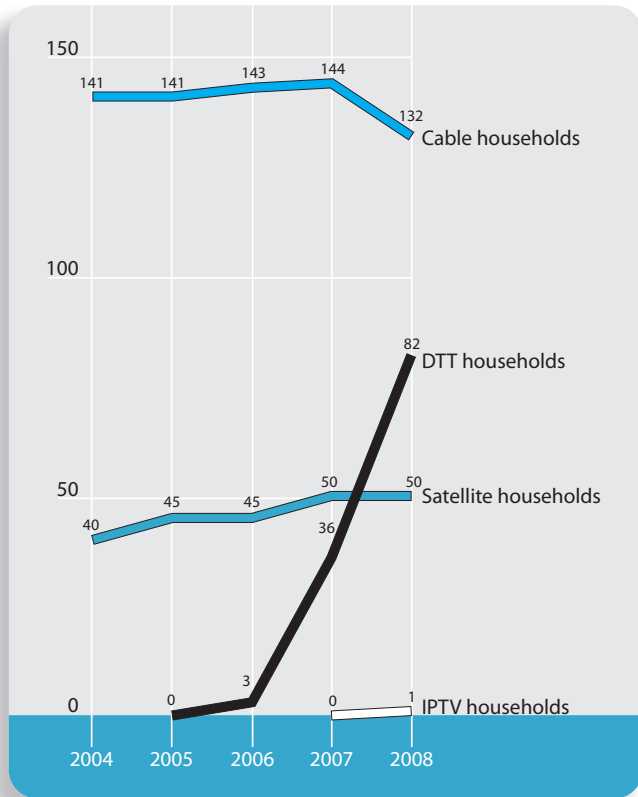
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial	Cable Numericable	Cable Eltrona	IPTV Entreprise des P&T
Generalist - national		5	5	5	5
Generalist - foreign		1	21	24	29
Adult			1	8	7
Children			14	10	13
Culture/ education/ documentary			25	19	19
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		4	19	16	18
Film			6	11	10
Home shopping		1	2	1	1
International linguistic and cultural			5	6	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	14	8	12
Music			18	11	11
News/ business			23	20	21
Parliament/ government/ administration			1	1	1
Regional/ local			4	4	1
Religion				1	1
Sports			16	14	18
Various			7	2	
Total		12	181	161	181

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

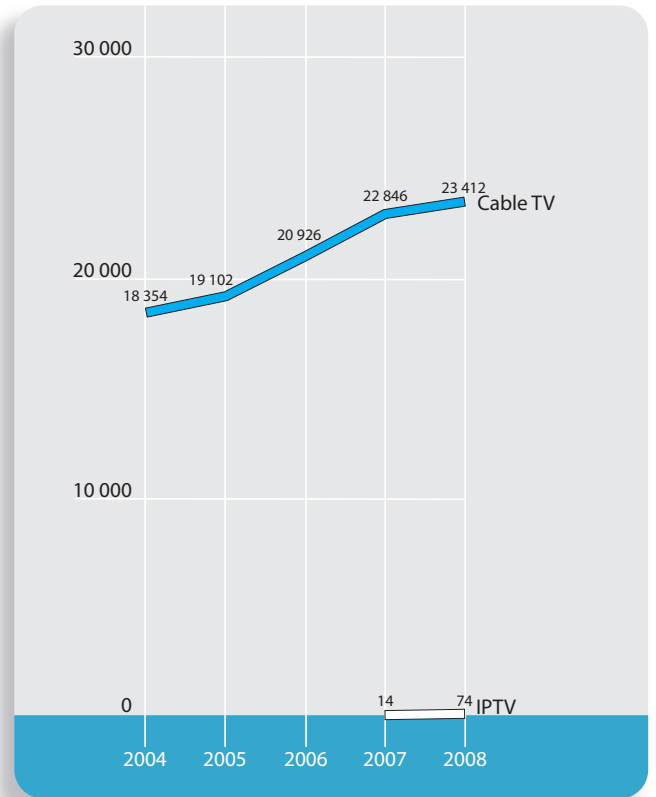
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

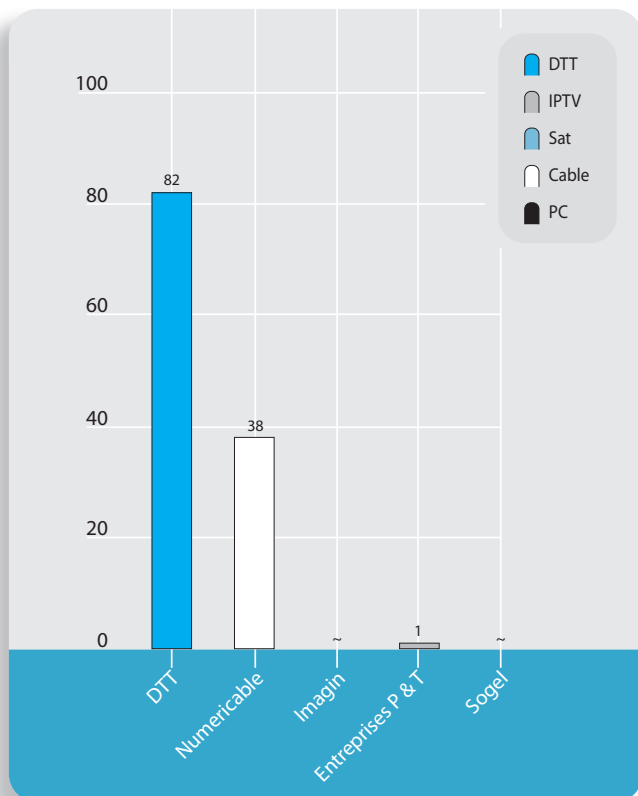
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

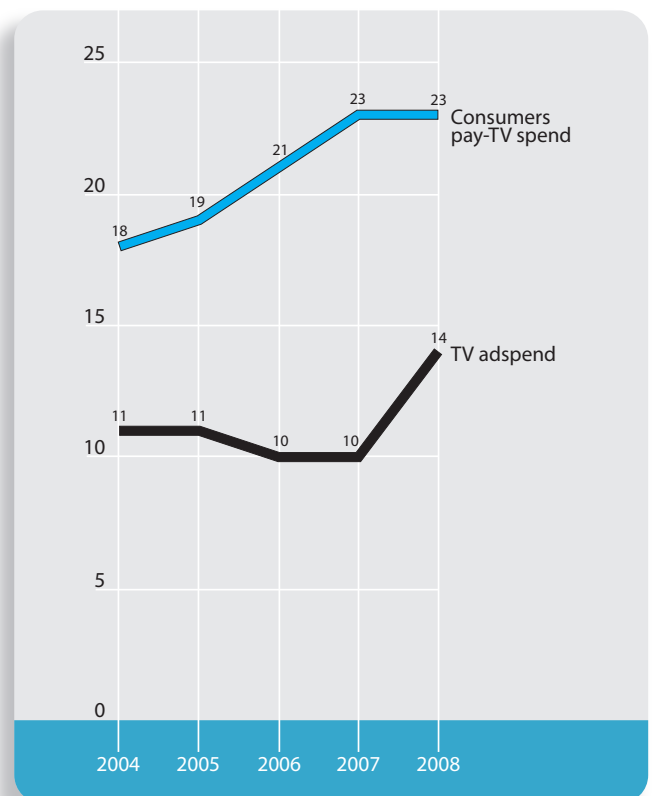
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest and IP Key Facts

T.1.LU.1

Operating revenues of TV companies in Luxembourg 2005-2008

EUR million.

Broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
CLT-UFA	adtv	RTL Tele Lëtzebuerg, RTL4, RTL5, RTL7, RTL8, RTL9, RTL-TVi, Club RTL, ...	568,8	638,6	687,4	681,9	-0,8%
<i>p.m.</i> RTL Nederland S.A.	adtv	RTL4, RTL5	-	-	-	-	-
DVL.TV	thtv	Luxe TV	-	0,1	~	~	~

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Entreprise des P&T ^①	3play, 3GTV	La Télé des P&T, Mobile TV	531,4	533,2	546,8	556,8	1,8%	
iTunes SARL ^②	3GTV	iPhone App Store	-	132,2	224,5	353,4	57,4%	
Voxmobile SA ^①	3GTV	Voxvision	~	27,7	~	~	~	
Sogel	CATV	Télédistribution	3	26,3	25,5	~	~	
Eltrona Interdiffusion S.A. ^①	CATV, ISP	Eltrona Câble TV	12,1	12,2	14,1	18,1	28,4%	
Numéricable (formerly Coditel S.A.)	3play	Numéricable TV	1,5	13,3	14,3	~	~	

^① Includes telecommunication activities. Taken over by Orange in October 2009. The mobile phone TV offer has been interrupted but should be relaunched in 2010.

Source: European Audiovisual Observatory

^② iTunes SARL is the company operating the iTunes Stores in various European countries. Since 2009, the AppStore also releases applications for the iPhone allowing the access to individual TV channels.

T.1.LU.2

Geographical breakdown of RTL Group revenues 2004-2008

EUR million.

Country	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
DE	1 858	1 965	1 983	2 046	36,3%	34,8%	34,7%	35,4%	3,2%
FR	1 468	1 608	1 547	1 543	28,7%	28,5%	27,1%	26,7%	-0,3%
GB	370	466	499	432	7,2%	8,3%	8,7%	7,5%	-13,4%
NL	358	350	408	436	7,0%	6,2%	7,1%	7,6%	6,9%
BE	174	186	210	216	3,4%	3,3%	3,7%	3,7%	2,9%
LU	110	79	86	93	2,2%	1,4%	1,5%	1,6%	8,1%
HR	38	44	48	50	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%	4,2%
GR	-	-	-	4	-	-	-	0,1%	-
FremantleMedia	947	1 128	1 132	1 203	18,5%	20,0%	19,8%	20,8%	6,3%
Others	43	31	29	51	0,8%	0,5%	0,5%	0,9%	75,9%
Eliminations	-251	-217	-235	-280	-4,9%	-3,8%	-4,1%	-4,8%	19,1%
Total	5 115	5 640	5 707	5 774	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1,2%

Source: RTL Group / European Audiovisual Observatory

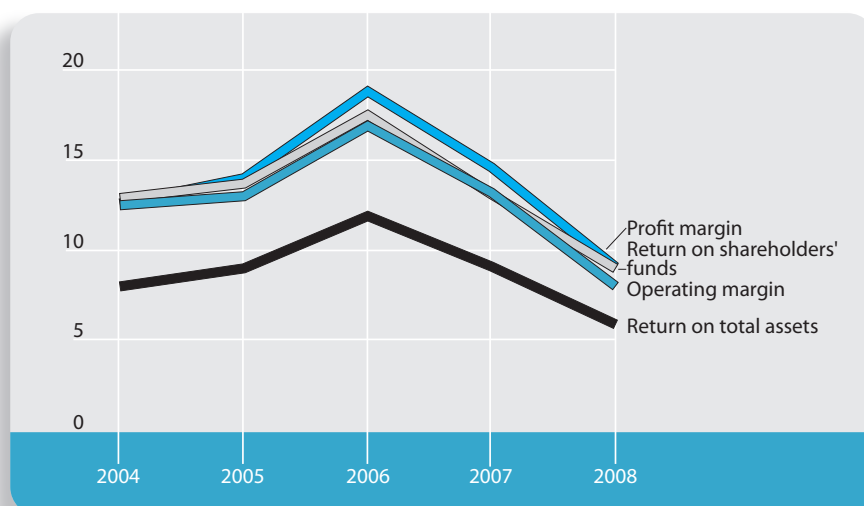
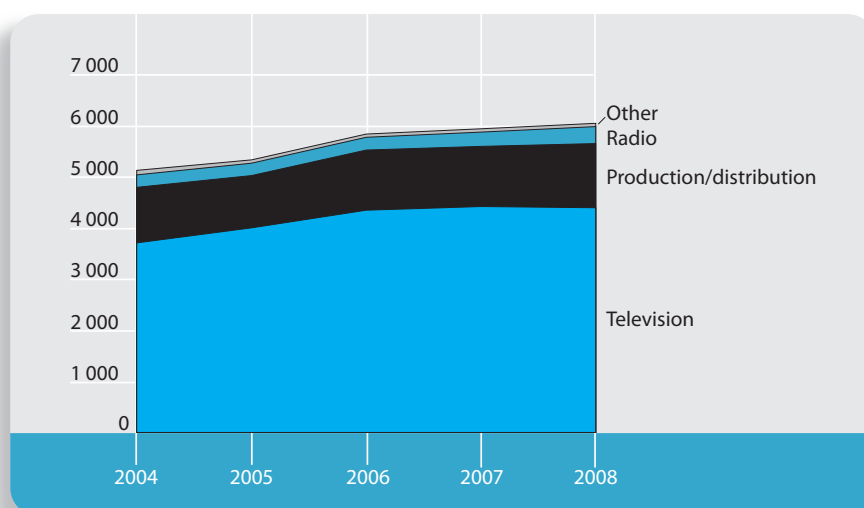
T.1.LU.3
G.1.LU.1

RTL Group financial situation 2005-2008

EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Television	4 001	4 346	4 418	4 394	75,1%	74,5%	74,4%	72,7%	-0,5%
Production/distribution	1 022	1 176	1 176	1 255	19,2%	20,2%	19,8%	20,8%	6,7%
Radio	242	250	279	332	4,5%	4,3%	4,7%	5,5%	19,0%
Other	65	63	65	64	1,2%	1,1%	1,1%	1,1%	-1,5%
Total	5 330	5 835	5 938	6 045	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1,8%
Operating product after eliminations	5 218	5 640	5 707	5 774					
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	~	~	~	~	~	~	~	~	~
Cost of personnel	795	~	~	~	17,5%	~	~	~	~
Depreciation	235	217	213	203	5,2%	4,6%	4,2%	3,8%	-4,7%
Operating expenditure	4 540	4 756	5 016	5 345	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,6%
Net result	616	1 111	674	296,0					-56,1%
Operating margin (%)	13	16,9	13,2	8					

Source: RTL Group / European Audiovisual Observatory

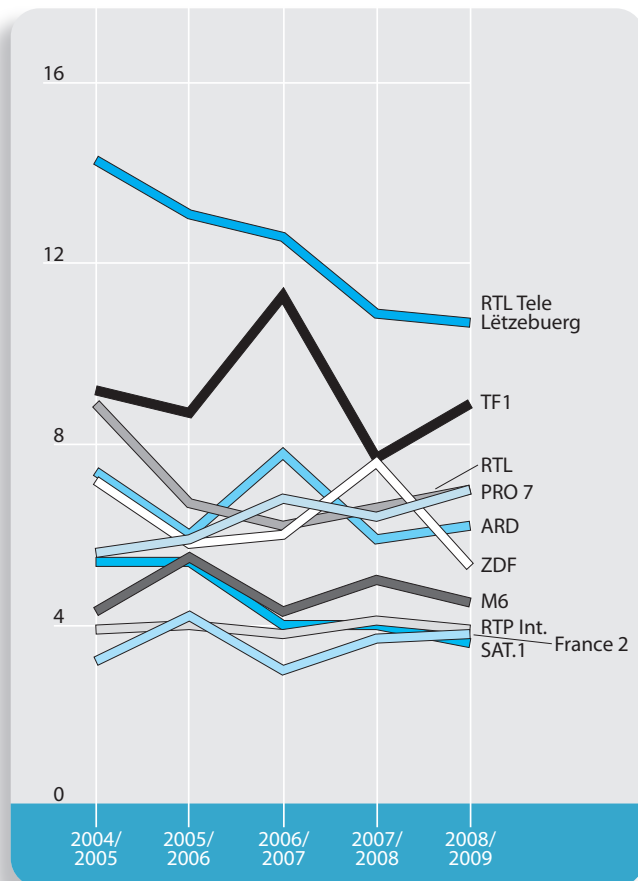


T.1.LU.4
G.1.LU.2TV audience market share in Luxembourg
2005-2009 In %, 12 years +.

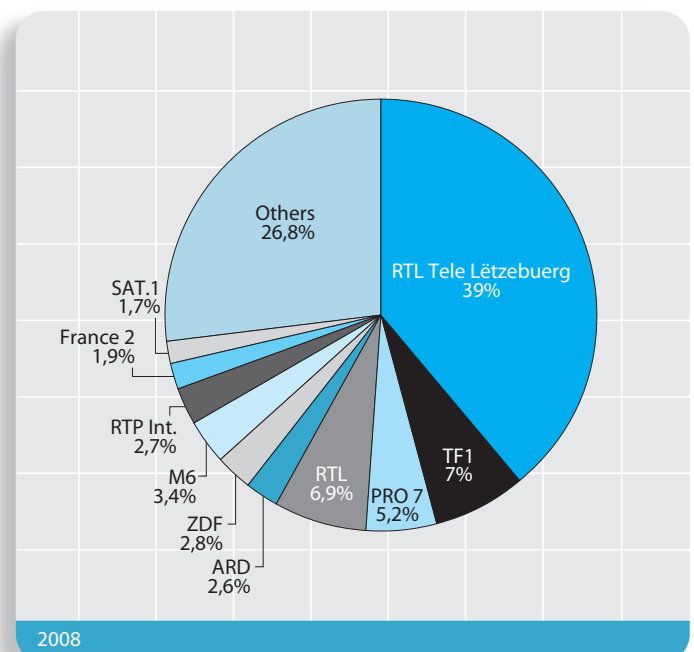
Channels	Daily share					Timeslot 19:00-20:00				
	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009
RTL Tele Lëtzebuerg	14,3	13,1	12,6	10,9	10,7	53,5	44,5	42	41,9	39
TF1	9,2	8,7	11,3	7,7	8,9	6,6	8,4	9,4	4,9	7
PRO 7	5,6	5,9	6,8	6,4	7,0	3,1	5	3,8	4,3	5,2
RTL	8,9	6,7	6,2	6,6	7,0	4,8	4	6,3	6,1	6,9
ARD	7,4	6,0	7,8	5,9	6,2	2,4	2,5	3,7	2,7	2,6
ZDF	7,2	5,8	6,0	7,6	5,3	3,5	3,2	3,3	3,7	2,8
M6	4,3	5,5	4,3	5,0	4,5	2,7	3,1	1,5	3,2	3,4
RTP Int.	3,9	4,0	3,8	4,1	3,9	2,3	n.a.	2,1	4,1	2,7
France 2	3,2	4,2	3,0	3,7	3,8	1,2	2,4	2,2	1,7	1,9
SAT.1	5,4	5,4	4,0	4,0	3,6	2,2	4,1	2,6	1,7	1,7
Others	30,6	34,7	34,2	38,1	39,1	17,7	22,8	23,1	25,7	26,8

Source: ILReS TV/IP for 2004-2006, TNS-ILRes Plurimedia for 2006-2009

Daily share. In %, 12 years +.



Timeslot 19:00-20:00. In %, 12 years +.



After the significant changes that took place in 2007 – the entry of News Corp. onto the scene with its takeover of LNT and TV5 and the creation of a new channel (TV6) by Sweden's MTG group – the Latvian television market consolidated in 2008 and the first half of 2009.

The audience hierarchy remained unchanged in 2008 and LNT strengthened its position as leader. Its main private competitor, TV3 (MTG), saw its daily audience decline significantly to 15.4%, against 19.3% in the case of LNT. Compared with its two private competitors, the public broadcaster has stabilised its audience figures by compensating for its loss in the case of LTV1 with a gain in the case of LTV7, ultimately recording a daily audience share of 15.3% (as in 2007). Whereas TV6 made a successful entry into the Latvian market and achieved a 1.3% audience market share from its second year of operation, new players are struggling to emerge given the presence of the incumbent channels. The arrival of digital terrestrial television might open up new opportunities in a market in which the average daily television viewing time has risen significantly (from 202 minutes in 2007 to 213 minutes in 2008).

The allocation to Lattelecom of the licence to operate the digital terrestrial platform was confirmed in February 2009. Despite persistent privatisation efforts, Lattelecom is 51% owned by the Latvian state and, indirectly, 49% owned by Sweden's Telia-Sonera group. Encrypted in MPEG-4, the new DTT platform will transmit about 70 free and pay channels. The first phase of commercial development was inaugurated in August 2009 and thirty or so channels were made available to those living within a radius of 70km of Riga.

Before the expansion of digital terrestrial television, multi-channel services will mainly be provided by the cable operators. This sector is dominated by Baltkom (230,000 subscribers in June 2009) and Izzi (sold in 2008 to Contaq Latvian Cable, which is owned by a Luxembourg based holding company). Viasat (controlled by the MTG group) markets the country's only satellite package and Lattelecom provides the only IPTV service (renamed Interactive TV in 2008) available in Latvia, with 30,000 subscribers in June 2009.

Après les importantes mutations de 2007 - entrée de News Corp. dans le pays avec le rachat de LNT et de TV5 et la création d'une nouvelle chaîne par le Suédois MTG, TV6 – les acteurs du marché télévisuel letton ont consolidé leurs positions en 2008 et au cours de la première moitié de 2009.

La hiérarchie des audiences demeure inchangée en 2008 et LNT renforce sa place de leader. Son principal concurrent privé, TV3 (MTG), voit son audience quotidienne en net replis à 15,4 %, contre 19,3 % pour LNT. Face à ses deux concurrents privés, le radiodiffuseur public stabilise son audience grâce à un rééquilibrage entre ses deux chaînes : ce que LTV1 perd, LTV7 le gagne pour rassembler au final, comme en 2007, 15,3 % d'audience quotidienne. Si TV6 réussit une bonne entrée sur le marché letton en réunissant dès sa seconde année 1,3% de part de marché d'audience quotidienne, de nouveaux acteurs peinent à émerger face aux chaînes historiques.

L'arrivée de la TNT ouvrira peut être de nouvelles opportunités dans un marché qui voit significativement progresser le temps moyen quotidien de visionnage de la télévision (de 202 minutes en 2007 à 213 minutes en 2008).

L'attribution de la licence permettant d'opérer la plate-forme numérique terrestre à Lattelecom a été confirmée en février 2009. En dépit de projets persistants de privatisation, Lattelecom est toujours possédé à 51 % par l'Etat letton et à 49 %, indirectement, par le suédois Teliasonera. Encodée en MPEG-4, la nouvelle plate-forme TNT transmettra environ 70 chaînes gratuites et payantes. La première phase du développement commercial a été inaugurée en août 2009, rendant accessibles une trentaine de chaînes aux populations vivant dans un rayon de 70 km autour de Riga.

En attendant l'essor du numérique terrestre, l'offre multi-chaînes provient essentiellement des câblo-opérateurs. Le secteur est dominé par Baltkom (230 000 abonnés en juin 2009) et Izzi (revendu en 2008 à Contaq Latvian Cable, détenu par une holding luxembourgeoise). Viasat (contrôlée par le groupe MTG) commercialise l'unique bouquet satellite du pays et Lattelecom propose le seul service IPTV (rebaptisé Interactive TV en 2008) accessible en Lettonie, avec 30 000 abonnés en juin 2009.

Nach den bedeutenden Veränderungen des Jahres 2007 – News Corp. übernahm den größten lettischen Privatsender LNT sowie TV5, und die schwedische Modern Times Group (MTG) startete ihren neuen Sender TV6 – folgte 2008 und in der ersten Hälfte 2009 eine Phase der Konsolidierung auf dem lettischen Fernsehmarkt.

Was die Zuschauermarktanteile anbelangt, so ist die Rangfolge der Sender 2008 unverändert. Marktführer ist nach wie vor LNT mit 19,3 %. Sein stärkster privater Konkurrent, TV3 (MTG), hat im Vergleich zum Vorjahr Marktanteile verloren und liegt inzwischen bei 15,4 %. Gegenüber seinen beiden privaten Konkurrenten konnte das öffentlich-rechtliche Fernsehen seine Zuschauerzahlen insgesamt in etwa halten: Die Zuschauer, die LTV1 verloren hat, gewinnt LTV7 hinzu. Insgesamt kamen die beiden öffentlich-rechtlichen Sender wie schon 2007 auf 15,3 % der Zuschauermarktanteile. TV6 ist zwar auf dem lettischen Markt recht erfolgreich gestartet und konnte 2008 einen Marktanteil von 1,3 % gewinnen. Doch neue Akteure haben es generell schwer, sich gegen die etablierten Sender durchzusetzen.

Die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens eröffnet möglicherweise neue Marktchancen in einem Land, in dem die Zuschauer täglich immer mehr Zeit vor dem Fernseher verbringen (2008 waren es 213 Minuten täglich gegenüber 202 Minuten 2007).

Im Februar 2009 erhielt Lattelecom die Lizenz für den Betrieb einer terrestrischen Digital-Plattform. Trotz der Pläne zur Privatisierung des Senders ist Lattelecom nach wie vor zu 51 % im Besitz des lettischen Staates und zu 49 % indirekt im Besitz des schwedischen Konzerns TeliaSonera. Die neue terrestrische DVB-T-Plattform mit MPEG-4-Codierung umfasst etwa 70 Sender, sowohl frei empfangbare als auch Pay-TV. Die erste Phase der kommerziellen Entwicklung wurde im August 2009 gestartet. In einem Umkreis von 70 km um die lettische Hauptstadt Riga können die Zuschauer inzwischen etwa 30 digitale Programme empfangen.

Derzeit kommen die Mehrkanalangebote im Wesentlichen von den Kabelnetzbetreibern. Hier sind die Marktführer Baltkom (230 000 Kunden im Juni 2009) und Izzi (2008 an Contaq Latvian-Kabel verkauft, im Besitz einer luxemburgischen Holding). Viasat (eine Tochter der schwedischen MTG) vermarktet das einzige Satelliten-Bouquet des Landes, und Lattelecom bietet den einzigen IPTV-Dienst an (2008 wieder in Interactive TV umbenannt), der in Lettland empfangen werden kann. Die Zahl der Abonnenten des IPTV-Dienstes war im Juni 2009 auf 30 000 gestiegen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	2 261	Eurostat
Households		–	865	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		100,0%	865	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		41,5%	359	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		4,6%	40	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		13,1%	113	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		8,7%	75	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2,1%	18	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,5%	4	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		15,8%	137	European Audiovisual Observatory
Households with PC		50,0%	532	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		41,6%	360	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	47	Balticom, Baltkom TV, Dautkom, Elektronis & K SIA, Izzi, Ostkom,...
Satellite packagers	1	Viasat (MTG)
IPTV packagers	1	Lattelecom (TeliaSonera)
DTT multiplex operators and packagers	2	Multiplex operator: Digitalais Latvijas Run TV Centrs / Pay DTT packager: Lattelecom (TeliaSonera)
Mobile phone TV packagers	2	Bite Latvija, Latvijas Mobilais Telefons

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	6	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	5	5
Regional/Local		0	23	23
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	2	2
Total		2	36	38
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	8	10

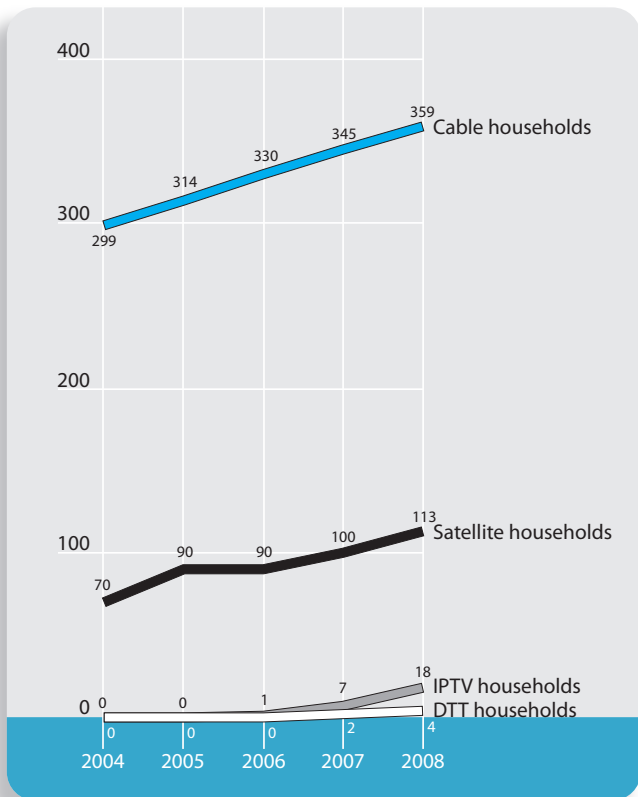
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial Lattelecom	Cable Baltkom	Cable Izzi	Satellite Viasat (Full offer)	IPTV Lattelecom
Generalist - national		5	4	5	7	5
Generalist - foreign		2	12	10	16	3
Adult			4	7	3	2
Children		4	7	10	20	10
Culture/ education/ documentary		5	17	15	31	12
Minority interest groups						
Entertainment/ TV fiction/ games		13	20	13	32	12
Film		3	9	7	45	6
Home shopping						
International linguistic and cultural			2	3	1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	6	1	2
Music		1	12	13	8	8
News/ business		4	11	15	8	9
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local			2	3		
Religion			1		2	
Sports		4	7	11	20	7
Various			2		4	1
Total		41	116	118	198	77

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

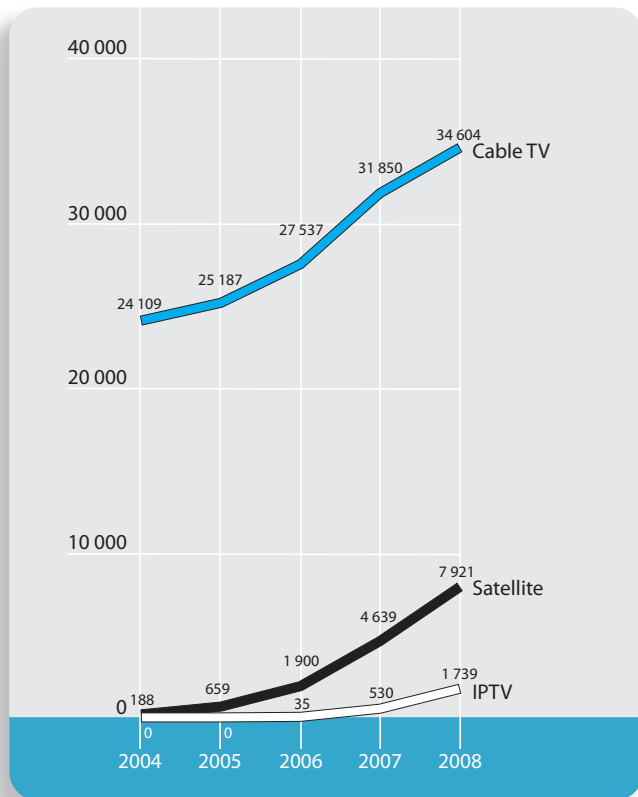
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

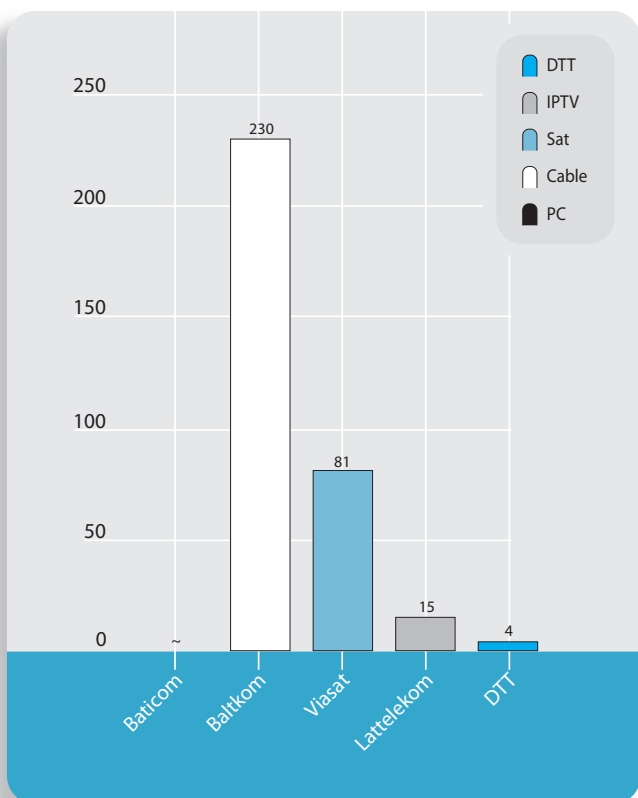
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

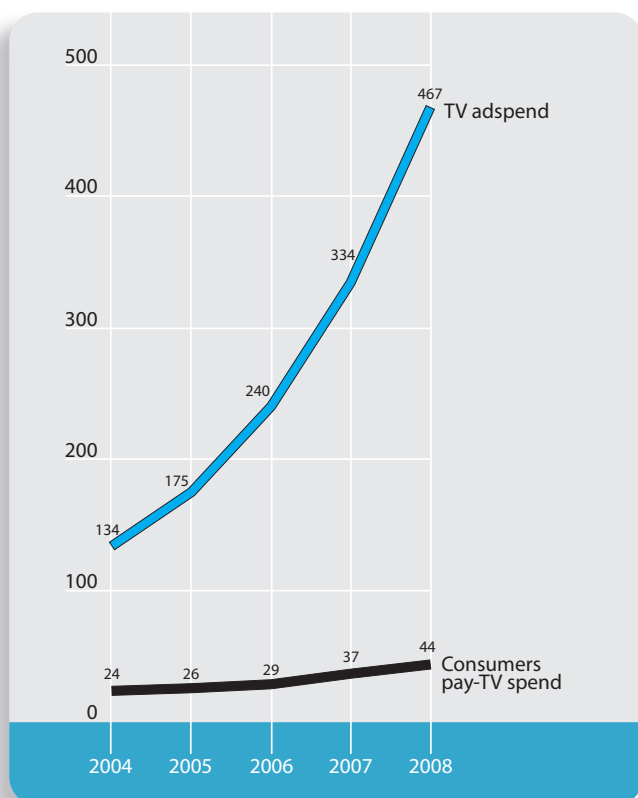
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, and IP Key Facts

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

T.1.LV.1
G.1.LV.1

Operating revenues of main television companies in Latvia 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Latvijas Televizija	sptv	LTV 1, LTV 7	15 659	19 053	20 362	~	~
TV 3 Latvia SIA	adtv	TV3	9 086	12 206	15 694	17 466	11,3%
Latvijas Neatkariga Televizija	adtv	LNT	10 457	13 044	14 060	16 086	14,4%
Pirmais Baltijas Kanals SIA	thtv	PBK Latvia	7 268	8 936	12 299	4 658	-62,1%

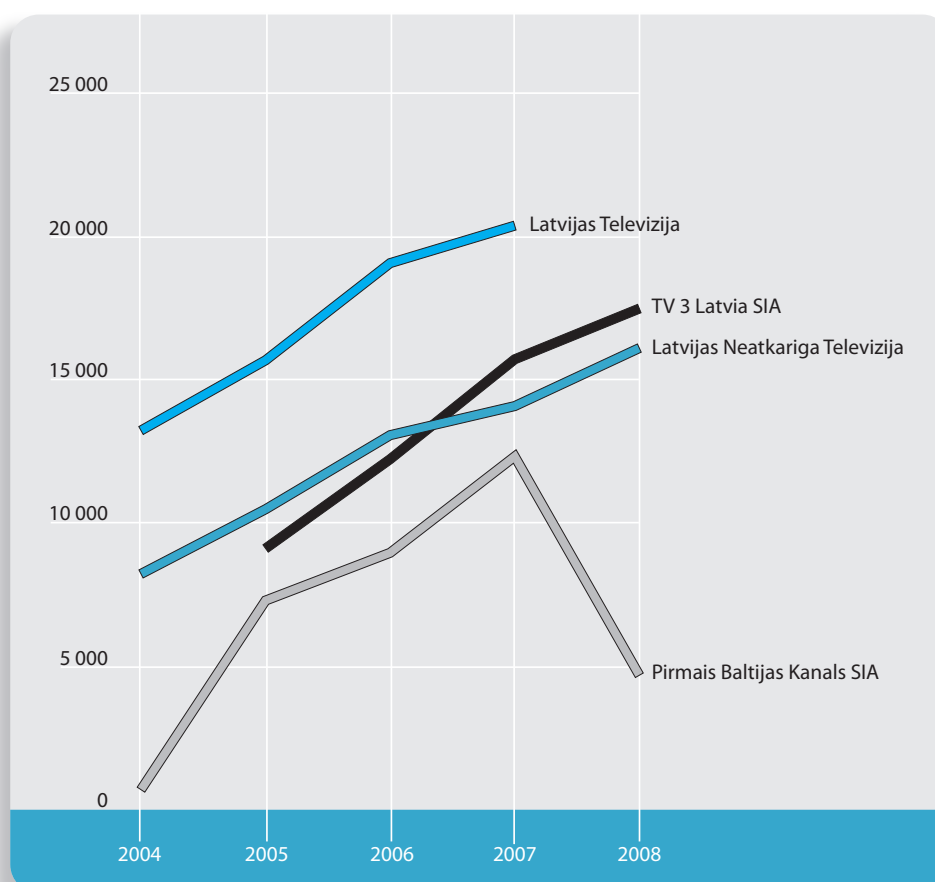
Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Latvijas Mobilais Telefons ①	3G TV	Mobila TV	243 562	263 106	274 159	272 082	-0,8%
Lattelecom SIA ①	3play, DTT	Interaktiva TV	189 022	186 363	189 896	209 665	10,4%
Bité Latvija SIA ①	3G TV	Bité Latvia TV	801	8 066	16 611	23 606	42,1%
Baltkom TV SIA ①	3play	Baltkom Digital TV	9 420	12 690	14 801	~	~
Izzi SIA ①	3play	Izzi TV	4 265	5 166	6 649	9 267	39,4%
Dautkom TV SIA	CATV	Dautkom TV	2 188	2 632	3 295	~	~
Balticom AS ①	3play	Balticom Televizija	1 140	1 726	3 263	~	~
Elektrons & K SIA	CATV	Elektrons	1 187	1 420	1 684	~	~
Skatvis SIA ① ②	3play	Kabel televizija	746	899	1 010	~	~

① Includes telecommunication activities.

② Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.



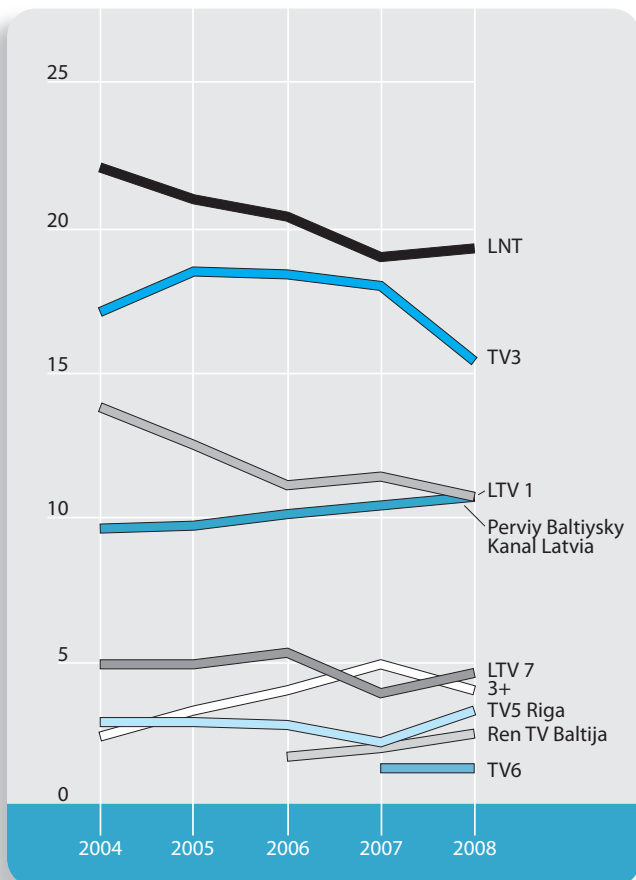
T.1.LV.2
G.1.LV.2

TV audience market share in Latvia
2004-2008 In %, 4 years +.

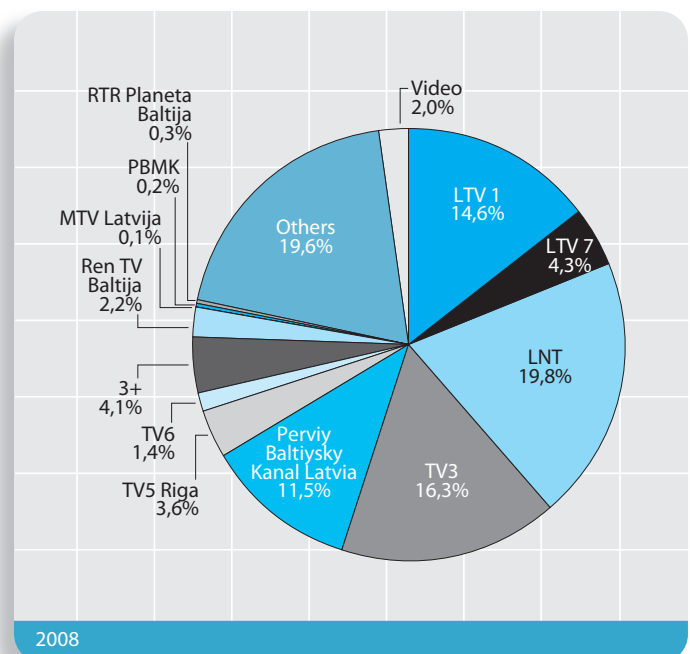
Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
LTV 1	13,8	12,5	11,1	11,4	10,7	21,5	18,5	16,1	15,5	14,6
LTV 7	4,9	4,9	5,3	3,9	4,6	4,8	4,2	5,0	3,6	4,3
Latvian public channels	18,7	17,4	16,4	15,3	15,3	26,3	22,7	21,1	19,1	18,9
LNT	22,1	21,0	20,4	19,0	19,3	18,9	21,0	20,5	19,3	19,8
TV3	17,1	18,5	18,4	18,0	15,4	16,8	18,7	18,4	19,1	16,3
Perviy Baltiysky Kanal Latvia	9,6	9,7	10,1	10,4	10,7	11,5	10,9	11,0	11,1	11,5
TV5 Riga	2,9	2,9	2,8	2,2	3,3	2	2,2	2,5	2,4	3,6
TV6					1,3					1,4
Main Latvian private channels	51,7	52,1	51,7	49,6	50,0	49,2	52,8	52,4	51,9	52,6
3+	2,4	3,3	4,0	4,9	4,0	1,9	3,5	4,3	5,8	4,1
Ren TV Baltija	-	-	1,7	2,0	2,5	-	-	1,9	1,8	2,2
MTV Latvija				0,2	0,2				0,1	0,1
PBMK					0,4					0,2
RTR Planeta Baltija					0,4					0,3
Main foreign channels	2,4	3,3	5,7	7,1	7,5	1,9	3,5	6,2	7,7	6,9
Others	24,5	25,0	24,4	25,8	24,7	20,3	19,2	19,0	19,6	19,6
Video	2,7	2,2	1,8	2,2	2,5	2,3	1,8	1,3	1,7	2,0

Source: Eurodata TV Worldwide / TNS LATVIA

Daily share. In %, 4 years +.



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



The audiovisual landscape in “the former Yugoslav Republic of Macedonia” is made up of 52 private and 4 public channels, the latter operated by the public service broadcaster MRT. Five of the 52 private channels have national coverage (A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel and TV Telma), 10 are regional and 37 are local. The first public channel, MTV1, is a generalist channel, the second, MTV2, is intended to foster the cultural identity of the ethnic minority communities in the Republic of Macedonia (Albanians, Turks, Serbs, Roma, Vlachs and Bosniaks), and the third channel is the Assembly channel. The 4th channel is an international satellite channel that broadcasts the programmes offered by the other MTV stations.

The two private channels AT1 and TV Sitel dominate the market, while public television is suffering from considerable financial instability. This has led the National Assembly to amend the Broadcasting Act 2005 for the second time. The provisions that came into force in August 2008 allow the filing of bankruptcy proceedings or the liquidation of the public service broadcaster, and modify its funding arrangements.

The market for the distribution of television services underwent significant changes in 2008 and 2009. The cable operators, which reach about half of households, have been subject to several consolidation processes. At the same time, new methods of distribution are emerging. For example Makedonski Telekom (controlled by Deutsche Telekom) launched MaxTV, the first Macedonian IPTV package, in November 2008. It had 1,952 subscribers at the end of 2008 and 8,301 in September 2009. Cosmofon (a subsidiary of Telekom Slovenije) launched a four-channel 3G package for its mobile telephone network in the summer of 2009.

A major development is the imminent launch of digital terrestrial television: following the adoption of the Broadcasting Development Strategy for the period 2007-2012, the Broadcasting Council awarded On.net, a subsidiary of Telekom Slovenije, a ten-year licence to operate three multiplexes in April 2009. On.net has carried out tests in Skopje and plans to launch the pay-DTT platform Boom TV in 2010.

Le paysage audiovisuel macédonien se compose de 52 chaînes privées et de 4 chaînes publiques, opérées par le radiodiffuseur de service public MRT. Parmi les 52 chaînes privées, 5 bénéficient d'une couverture nationale – A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel, TV Telma – 10 sont régionales et 37 sont locales. La première chaîne publique, MTV1, est de type généraliste ; la deuxième, MTV2, a pour objectif d'entretenir l'identité culturelle des minorités ethniques présentes en République de Macédoine (Albanais, Turcs, Serbes, Roms, Valaques et Bosniaques) ; la troisième est la chaîne parlementaire ; enfin la quatrième est une chaîne satellite à vocation internationale qui reprend les programmes proposés par les autres stations MTV.

Les deux chaînes privées AT1 et TV Sitel dominent le marché tandis que la télévision publique souffre d'une importante instabilité financière, ce qui a conduit l'assemblée parlementaire à amender une seconde fois la loi de 2005 relative aux activités de radiodiffusion. Les dispositions entrées en vigueur en août 2008 autorisent une procédure de faillite ou de mise en liquidation du radiodiffuseur public et modifient son financement.

Le marché de la distribution des services de télévision a connu d'importantes évolutions en 2008 et 2009. Les câblo-opérateurs, qui équipent environ la moitié des foyers, ont connu plusieurs mouvements de consolidations. Parallèlement, de nouveaux modes de distribution émergent. Ainsi Makedonski Telekom (contrôlé par Deutsche Telekom) a lancé MaxTV en novembre 2008, le premier bouquet IPTV macédonien. Celui-ci enregistre 1 952 clients à la fin de l'année 2008 et 8 301 abonnés en septembre 2009. Cosmofon (filiale de Telekom Slovenije) a lancé pendant l'été 2009 un bouquet 3G, composé de 4 chaînes, pour son réseau de téléphones portables.

Surtout, la télévision numérique terrestre est sur le point d'être lancée : suite à l'adoption de la Stratégie de développement de la radiodiffusion pour la période 2007-2012, le Conseil de la radiodiffusion a attribué en avril 2009 une licence de dix ans pour trois multiplex à On.net, une filiale de Telekom Slovenije. On.net a mené des tests à Skopje et prévoit de lancer la plateforme TNT payante « Boom TV » en 2010.

Die audiovisuelle Landschaft Mazedoniens umfasst 52 Privatsender sowie die vier Sender der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt MRT. Von den 52 Privatsendern sind fünf landesweit zu empfangen: A1 TV, TV Alsat, TV Kanal 5, TV Sitel, TV Telma. Dazu kommen 37 Regional- und 10 Lokalsender. Das erste öffentlich-rechtliche Programm, MTV1, ist ein Vollprogramm, der zweite Kanal, MTV2, will die kulturelle Identität der ethnischen Minderheiten in der Republik Mazedonien bewahren (Albaner, Türken, Serben, Roma, Walachen und Bosnier), und der dritte Dienst ist der Parlamentskanal; der vierte Sender ist ein international ausgerichteter Satellitenkanal, der ausgewählte Sendungen der anderen MTV-Sender übernimmt.

Der Markt wird von den beiden Privatsendern AT1 und TV Sitel beherrscht, während das öffentlich-rechtliche Fernsehen unter einer großen finanziellen Instabilität leidet. Dies hat das Parlament dazu veranlasst, das Rundfunkgesetz von 2005 ein weiteres Mal zu ändern. Die seit August 2008 geltenden Bestimmungen erlauben nun die Eröffnung eines Konkurs- oder Insolvenzverfahrens gegen die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt und regeln ihre Finanzierung neu.

Der Markt für die Verbreitung von Fernsehdiensten hat 2008 und 2009 deutliche Veränderungen erlebt, darunter mehrere Konsolidierungswellen bei den Kabelnetzbetreibern, die rund die Hälfte der Haushalte versorgen. Parallel hierzu entstehen neue Distributionsformen. So hat Makedonski Telekom (eine Tochter der Deutschen Telekom) im November 2008 das erste mazedonische IPTV-Paket (MaxTV) auf den Markt gebracht. Ende 2008 zählte es 1 952 und im September 2009 8 301 Abonnenten. Der Mobilfunkbetreiber Cosmofon (eine Tochter der Telekom Slovenije) bietet seit dem Sommer 2009 für sein Netz ein 3G-Paket an, das vier Kanäle umfasst.

Vor allen Dingen steht aber der Startschuss für das DVB-T-Fernsehen unmittelbar bevor: So hat der Rundfunkrat nach der Verabschiedung der Strategie für die Entwicklung des Rundfunks im Zeitraum 2007-2012 dem Betreiber On.net (einer Tochter der Telekom Slovenije) im April 2009 eine zehnjährige Lizenz für den Betrieb von drei Multiplexen erteilt. On.net hat im Raum Skopje Tests durchgeführt und plant für 2010 den Start einer kostenpflichtigen DVB-T-Plattform („Boom TV“).

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)			2 039	State Statistical Office
Households			507	
TV households		93,11%	473	
Cable TV households ¹		66,00%	335	Broadcasting Council of Republic of Macedonia
Digital cable TV households		~	~	
DTH/SMATV households		9,70%	50	Broadcasting Council of Republic of Macedonia
Dig. DTH/SMATV households		~	~	
IPTV subscription		0,60%	3	Broadcasting Council of Republic of Macedonia
Installed DVB-T receivers		~	~	
Total digital TV households		~	~	
Households with PC		39,80%	202	
Households with broadband connections		10,05%	51	

¹ The number of cable TV households is assessed via audience research commissioned by the Broadcasting Council.

TV channels distributors	oct-09	Total	Companies
Cable operators		53	
Satellite packagers		0	
IPTV packagers		1	Makedonski Telekom (a subsidiary of Deutsche Telekom) with the package "MaxTV"
DTT packagers		0	On.net (a subsidiary of Telekom Slovenije) should start operating the "Boom TV" package in 2010.
Mobile phone TV packagers		1	Cosmofon (a subsidiary of Telekom Slovenije)

Number of TV channels by kind of licence	oct-09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	5	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	0	1
Regional/Local		0	10	10
Regional/local windows		0	37	37
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		4	52	56
Foreign channels targeting the country		0	~	~

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.MK.1

Operating revenues of TV companies in the "Former Yugoslav Republic of Macedonia" 2004-2007 EUR million.

Main broadcasters	Channels	2004	2005	2006	2007	2007/06
MKRT	sptv MKTV1, 2, 3	~	~	~	~	~
A1 Televizija Doeel	adtv A1	~	~	6,9	5,2	-24,6%
Televizija Sitel	adtv Sitel	~	~	~	4,1	~
Kanal 5 d.o.o.e.l.	adtv Kanal 5	~	~	~	3,1	~
Telma d.o.o.el.	thtv telma	~	~	~	1,7	~

Main distributors	Services	Packages	2004	2005	2006	2007	2007/06
Makedonski Telekom AD ¹	3play	MaxTV	213,5	271,9	280,2	280,3	0,0%
Cosmofon ^{1 2}	3G TV	Live TV	24,4	41	55,1	63,6	15,4%
Robi Doeel	CATV	Telekabel	~	~	~	2,8	~

¹ Includes telecommunication activities.

² The Live TV package was launched in August 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

An important feature of the Maltese audiovisual landscape is the link between the main private channels and the political parties: the Nationalist Party owns Net TV and the Malta Labour Party owns One TV (formerly Super One TV).

According to studies carried out by the regulator in 2009 (between January and March, and between April and June), the public channel TVM has become again a dominant player on the Maltese market, its daily audience market share having risen from 21.6% at the beginning of 2008 to 34.5% a year later. That of its main competitor, One TV, went down from 28.6% in 2008 (between January and March) to 18.8% a year later and even 14.8% between April and June 2009, which represents a 50% drop in its audience in the space of eighteen months. The market share of Net TV, which had nearly 15% of viewers at the beginning of 2008, stabilised at between 5 and 6% in 2009. Lower audience figures than those for these three channels are reached by some Maltese stations (below 2%) and, in particular, the Italian channels, which together have a daily reach of about 20%.

Three new channels were launched in 2008 and 2009: the Family Television Network (which ceased operating in spring 2009), Favourite Channel and Calypso Music TV, the first Maltese music channel, which is distributed on the pay-DTT platform.

According to the regulator, 88% of households are equipped to receive a multi-channel television service and more than 53% receive a digital signal. However, there are very few distributors in Malta. The only cable operator Melita Cable, serves over three quarters of homes. At the moment, no operator offers an ADSL television service or markets a satellite package targeting Malta. Finally, GO was still the only digital terrestrial television operator in 2009. Its pay-TV platform, which is made up of around sixty channels, had 36,000 subscribers at the end of 2008, representing an increase of 44% in one year. The multiplex operated by the public broadcaster was due to go on air in 2009 but the launch has been postponed. It is expected to result in the emergence of a free DTT service to complement the offering of the pay-TV platform GO. The analogue switchoff is still scheduled for 2010.

Le paysage audiovisuel maltais se caractérise par le lien entre les principales chaînes privées et les partis politiques : ainsi, le Parti nationaliste détient la chaîne Net TV et le Malta Labour Party la chaîne One TV (anciennement Super One TV).

Selon les études menées en 2009 (entre janvier et mars puis entre avril et juin) par l'autorité de régulation, la chaîne publique TVM a retrouvé une place prépondérante sur le marché maltais. Sa part de marché d'audience quotidienne est en effet remontée de 21,6% en début d'année 2008 à 34,5% un an plus tard. Sa principale concurrente, la chaîne One TV, est passée de 28,6% en 2008 (entre janvier et mars) à 18,8% un an plus tard, et même 14,8% entre avril et juin 2009, soit une diminution de moitié de son audience en un an et demi. Net TV qui regroupait près de 15% des spectateurs au début de l'année 2008 s'est stabilisé en 2009 entre 5 et 6%. Derrière ces trois chaînes se trouvent quelques stations maltaises (en-deçà de 2%) et surtout les chaînes italiennes qui rassemblent environ 20% de l'audience quotidienne.

Trois nouvelles chaînes ont été lancées en 2008 et 2009 : Family Television Network (qui a stoppé ses opérations dès le printemps 2009), Favourite Channel et Calypso Music TV, la première chaîne musicale maltaise, distribuée sur la plateforme numérique terrestre payante.

Selon l'autorité de régulation, 88% des foyers sont équipés pour recevoir une offre de télévision multi-chaînes, et plus de 53% reçoivent un signal numérique. Pourtant, le nombre de distributeurs est particulièrement réduit à Malte. De fait, l'unique câble-opérateur, Melitacable, équipe plus de trois quarts des foyers. Aucun opérateur ne propose pour le moment d'offre de télévision par ADSL ou ne commercialise de bouquet satellite ciblant Malte. Enfin, GO demeure en 2009 l'unique opérateur de télévision numérique terrestre. Sa plateforme payante, composée d'une soixantaine de chaînes, enregistre 36 000 abonnés à la fin de l'année 2008, soit une progression de 44% en un an. Le lancement du multiplex opéré par le radiodiffuseur public devait avoir lieu en 2009 mais a été différé. Il devrait permettre l'émergence d'une offre de TNT gratuite complémentaire à celle de la plateforme payante GO. L'extinction du signal analogue demeure prévue pour 2010.

Die audiovisuelle Landschaft Maltas zeichnet sich durch eine Verflechtung zwischen den größten Privatsendern und den politischen Parteien aus: die Nationalistische Partei besitzt Net TV, während die Malta Labour Party One TV (vormals Super One TV) besitzt.

Nach den Ergebnissen zweier Untersuchungen der Regulierungsbehörde von 2009 (zwischen Januar und März sowie zwischen April und Juni) hat der öffentlich-rechtliche Sender TVM seinen Spitzenplatz auf dem maltesischen Markt zurückerobert. So ist der Marktanteil des Senders von 21,6% Anfang 2008 auf 34,5% ein Jahr später angestiegen. Sein Hauptwettbewerber, One TV, ist dagegen von 28,6% im ersten Quartal 2008 auf 18,8% im gleichen Zeitraum 2009 und sogar auf 14,8% im zweiten Quartal 2009 abgerutscht. Dies entspricht einer Halbierung der Zuschauerzahlen innerhalb von 18 Monaten. Der Sender Net TV, der Anfang 2008 noch einen Zuschaueranteil von knapp 15% hatte, hat sich 2009 zwischen 5 und 6% stabilisiert. Hinter diesen drei führenden Sendern finden sich einige maltesische Sender (unter 2%) sowie vor allem die italienischen Sender, die zusammen rund 20% der Zuschauer auf sich vereinen.

2008 und 2009 haben drei neue Sender ihren Betrieb aufgenommen: Family Television Network (hat seinen Betrieb bereits im Frühling 2009 wieder eingestellt), Favourite Channel und Calypso Music TV. Letzterer ist der erste maltesische Musikkanal und wird über die kostenpflichtige DVB-T-Plattform angeboten.

Laut Erhebung der Regulierungsbehörde verfügen 88% der Haushalte über die notwendige Ausstattung für Mehrkanalfernsehen und über 53% haben Zugang zum Digitalfernsehen. Dennoch ist die Zahl der Anbieter in Malta ausgesprochen klein. So versorgt der einzige Kabelnetzbetreiber, Melitacable, über drei Viertel der Haushalte. Es gibt derzeit keinen einzigen Betreiber, der ADSL-Fernsehen anbietet oder ein Satellitenbouquet für Malta vermarktet. Des Weiteren ist GO nach wie vor der einzige DVB-T-Betreiber in Malta. Seine Pay-TV-Plattform, die rund 60 Kanäle umfasst, hatte Ende 2008 36 000 Abonnenten, ein Zuwachs um 44% gegenüber dem Vorjahr. Der Start des vom öffentlich-rechtlichen Sender betriebenen Multiplex war für 2009 vorgesehen, wurde aber verschoben. Er sollte die Bereitstellung eines kostenlosen DVB-T-Angebots als Ergänzung zum kostenpflichtigen Angebot der Plattform GO ermöglichen. Die Abschaltung des Analogbetriebs soll nach wie vor 2010 erfolgen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	414	Eurostat
Households		–	138	Eurostat
TV households		99,3%	137	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		72,5%	100	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		28,3%	39	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		8,0%	17	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		~	~	
IPTV subscriptions		0,0%	0	
Installed DVB-T receivers		20,4%	36	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		54,3%	75	European Audiovisual Observatory
Households with PC		60,6%	83	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Household with broadband connections		81,0%	81	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	1	Melita
Satellite packagers	0	
IPTV packagers	0	
DTT multiplex operators and packagers	1	Go
Mobile phone TV packagers	1	Go

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	12	3
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	15	15
Regional/Local		0	0	0
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		2	27	29
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	0	2

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital Terrestrial Go	Cable Melita Digital
Generalist - national		4	5
Generalist - foreign		7	9
Adult			
Children		7	8
Culture/ education/ documentary		9	9
Minority interest groups			
Entertainment/ TV fiction/ games		6	8
Film		2	4
Home shopping			1
International linguistic and cultural			2
Lifestyle/ specific leisure/ travel		2	7
Music		4	9
News/ business		6	10
Parliament/ government/ administration			
Regional/ local			
Religion		1	3
Sports		15	21
Various		1	5
Total		64	101

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.MT.1

Operating revenues of TV companies in Malta 2004-2007

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2004	2005	2006	2007	2007/06
Public Broadcasting Services Ltd	sptv	TVM	7 103	5 738	5 615	6 475	15,3%
One Productions Ltd	adtv	One TV	~	~	~	~	~

Main distributors		Services	Packages	2004	2005	2006	2007	2007/06
Go PLC ¹	4play, 3GTV	Go TV	~	~	130 891	133 084	1,7%	
Melita PLC ¹	4play	Melita TV	~	~	31 595	34 374	8,8%	

¹ Includes telecommunication and broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.MT.2

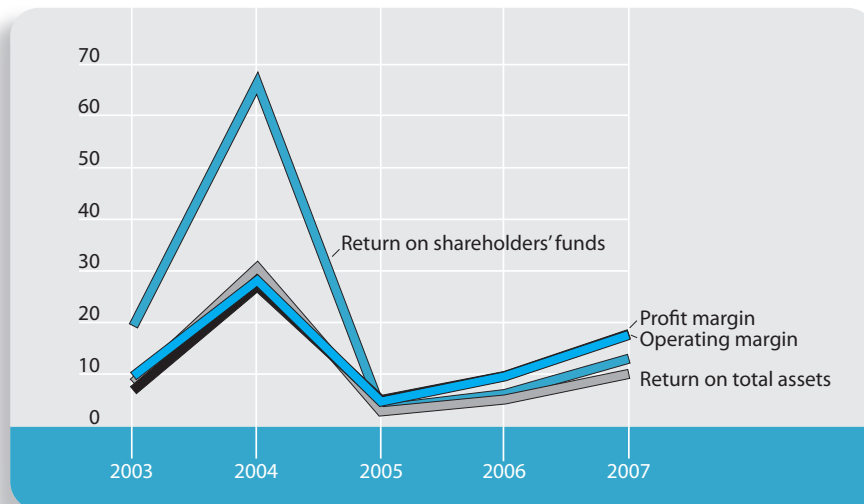
PBS financial situation

G.1.MT.1

2003-2007 EUR thousand.

	2003	2004	2005	2006	2007	2007/06
Operating revenues	8 103	7 103	5 738	5 615	6 475	15,3%
Expenditure	7 327	5 105	5 476	5 082	5 340	5,1%
P/L for period	328	2 339	-272	614	1 404	128,7%
Operating margin	9,6%	28,1%	4,6%	9,5%	17,5%	

Source: European Audiovisual Observatory



In %.

T.1.MT.3
G.1.MT.2

TV audience market share in Malta 2004-2009

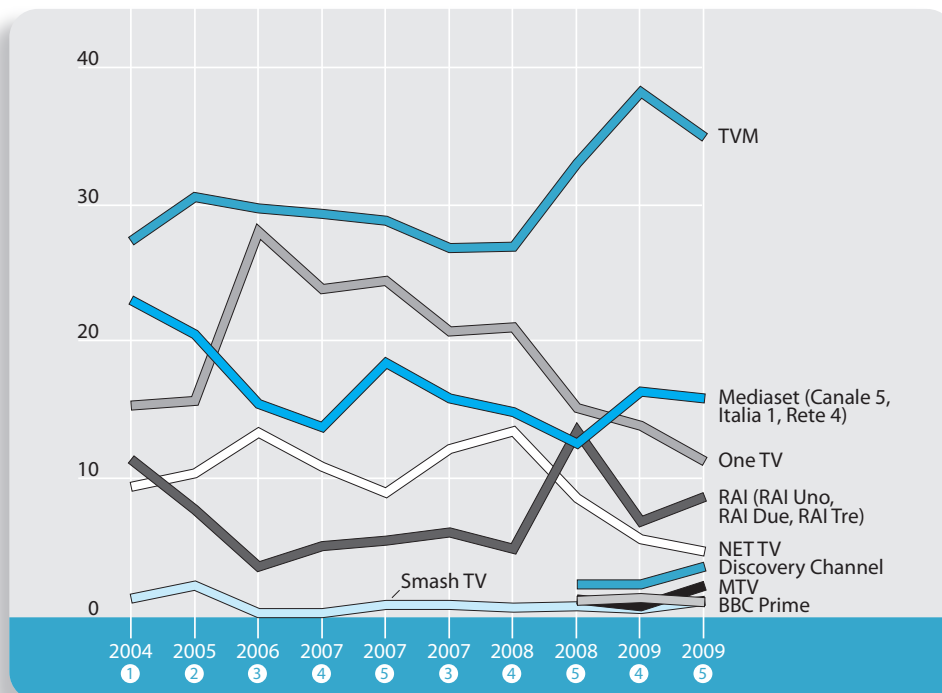
In %, 12 years +.

Channels	Daily share									
	2004 ^①	2005 ^②	2006 ^③	2007 ^④	2007 ^⑤	2007 ^③	2008 ^④	2008 ^③	2009 ^④	2009 ^③
TVM	27,3	30,5	29,7	29,3	28,8	26,8	26,9	33,0	38,2	34,9
One TV	15,3	15,6	28,0	23,8	24,4	20,7	21,0	15,1	13,8	11,2
NET TV	9,3	10,3	13,3	10,8	8,9	12,1	13,4	8,5	5,50	4,60
Family TV	-	-	-	-	-	-	-	1,9	0,70	0,30
Smash TV	1,2	2,1	0,1	0,1	0,7	0,7	0,5	0,6	0,4	1,0
Favourite TV									1,3	0,8
Education 22			0,4			0,1	0,1	0,1	~	0,1
RAI (RAI Uno, RAI Due, RAI Tre)	11,3	7,7	3,5	5,0	5,4	6,0	4,8	13,4	6,8	8,6
- RAI Uno								11,6	3,9	6,5
- RAI Due								1,1	2,1	1,5
- RAI Tre								0,7	0,8	0,6
Mediaset (Canale 5, Italia 1, Rete 4)	23,0	20,5	15,4	13,7	18,4	15,8	14,8	12,5	16,3	15,8
- Rete 4								2,9	3,8	3,5
- Canale 5								4,5	6,8	5,6
- Italia 1								5,1	5,7	6,7
Discovery Channel								2,2	2,2	3,5
MTV								1,1	0,6	2,1
BBC Prime								1,0	1,2	0,9
BBC World News								0,1	0,3	0,4
Others	12,6	13,3	9,6	17,3	13,4	17,8	18,5	10,5	12,7	15,8

- ① June-December 2004.
- ② January-July 2005.
- ③ October-December.
- ④ January-March.
- ⑤ April-June.

Source: Broadcasting Authority of Malta Audience Audit

Daily share. In %, 12 years +.



Three players dominate the Dutch television landscape: the public broadcasters (the main channels being Ned 1, Ned 2 and Ned 3), the RTL Nederland group (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 and RTL Lounge) and SBS Broadcasting, which was taken over in 2007 by the German group ProSiebenSat.1 Media AG (NET 5, SBS 6 and Veronica).

In 2008, Ned 1 was well ahead in audience terms. The public channel only had an audience share of 11.9% in 2005 but had increased it to 21.1% three years later. Its main private competitors, RTL 4 and SBS 6, are a long way behind with 12.7% and 10.9% respectively. The two other public channels (Ned 2 and Ned 3) each have a daily share of about 7%, while the figure for the four private channels is between 3 and 5% (NET 5, RTL 7, RTL 5 and Veronica). Six other channels have a daily audience of between 1 and 2%.

Paradoxically, the Dutch audience thus appears extremely fragmented at a moment when the country's leading channel is attracting more and more viewers. The growing concentration of the audience around Ned 1 seems to be an exception in Europe, where most incumbent channels are experiencing a decline in their ratings.

The Dutch public service system is made up of 23 national broadcasters, headed by the NPO, and about 350 local stations. Apart from the three incumbent channels (Nederland 1, 2 and 3), the national public broadcasters transmit 12 digital special-interest channels, grouped together under the Nederland 24 banner. There were originally 17 of these channels but the number was considered too high and a reorganisation took place in January 2009.

Several private channels appeared on the scene in 2008 and 2009, for example Misaadet (produced by Endemol and specialising in crime series), Garuda TV (Indonesian culture and peoples) or RTL Lounge (an entertainment channel for young people and the most recent of the RTL channels targeting the Netherlands).

The fragmentation of the Dutch audience can be largely explained by the extent to which Dutch are equipped to receive services and the number of multi-channel offerings available. Nearly 80% of homes subscribe to a cable television service, making the Netherlands the second biggest cable television European market after Germany. Four cable operators dominate the market: Zesko (the Ziggo package), UPC Nederland, Delta and CAIW. Zesko claimed to have 3.2 million subscribers in June 2009, ahead of UPC with 2 million, but the figures for both are declining.

In February 2009, the European Commission gave the Dutch telecommuni-

Trois acteurs dominent le paysage télévisuel néerlandais: les radiodiffuseurs publics (dont les principales chaînes sont Ned 1, Ned 2 et Ned 3), le groupe RTL Nederland (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 et RTL Lounge) et SBS Broadcasting, racheté en 2007 par le groupe allemand ProSiebenSat.1 Media AG (NET 5, SBS 6 et Veronica).

En 2008, Ned 1 arrive largement en tête des audiences. La chaîne publique, qui ne réunissait que 11,9 % de l'audience en 2005, rassemble trois ans plus tard 21,1 % de part de marché d'audience quotidienne. Ses principales concurrentes privées, RTL 4 et SBS 6 sont loin derrière avec respectivement 12,7 et 10,9 % de l'audience. Les deux autres chaînes publiques (Ned 2 et Ned 3) rassemblent environ 7 % de l'audience chacune puis quatre chaînes privées se situent entre 3 et 5 % de part de marché (NET 5, RTL 7, RTL 5 et Veronica). Six autres chaînes rassemblent entre 1 et 2 % de d'audience quotidienne.

De manière paradoxale, l'audience néerlandaise paraît donc extrêmement fragmentée, au moment où la première chaîne du paysage audiovisuel rassemble une part toujours plus importante des spectateurs. La concentration croissante de l'audience autour de Ned 1 semble une exception en Europe où la plupart des chaînes historiques voient leurs audiences s'éroder.

Le système néerlandais de service public se compose de 23 radiodiffuseurs nationaux, chapeautés par la NPO, et d'environ 350 radiodiffuseurs locaux. Outre les 3 chaînes historiques (Nederland 1, 2 et 3), les diffuseurs publics nationaux émettent 12 chaînes thématiques numériques, regroupées sous la bannière Nederland 24. Elles étaient à l'origine 17 chaînes thématiques, mais, jugées trop nombreuses, ont été réorganisées en janvier 2009.

Plusieurs chaînes privées sont apparues en 2008 et 2009, ainsi Misaadet (éditée par Endemol), spécialisée dans les séries policières, Garuda TV, sur la culture et les populations indonésiennes, ou RTL Lounge, une chaîne de divertissement ciblant les jeunes femmes et la dernière née des chaînes RTL ciblant les Pays-Bas.

La fragmentation de l'audience aux Pays-Bas s'explique en grande partie par l'équipement des foyers néerlandais et l'importance des offres multi-chaînes. Près de 80 % des foyers sont abonnés à une offre de télévision par câble. Les Pays-Bas représentent ainsi le second plus important marché européen de la télévision par câble, derrière l'Allemagne. Quatre câblo-opérateurs dominent le marché: Zesko (le bouquet Ziggo), UPC Nederland, Delta et CAIW. Zesko revendique 3,2 millions d'abonnés en juin 2009, devant UPC avec 2 millions d'abonnés, deux chiffres en baisse.

Die niederländische Fernsehlandschaft wird von drei Akteuren beherrscht – dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen (im Wesentlichen Ned 1, Ned 2 und Ned 3), RTL Nederland (RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 und RTL Lounge) und SBS Broadcasting (NET 5, SBS 6 und Veronica), 2007 von der ProSiebenSat.1 Media AG übernommen.

Den mit Abstand höchsten Zuschaueranteil hat 2008 Ned 1 erzielt. Der öffentlich-rechtliche Sender, der 2005 noch bei 11,9 % Zuschaueranteil lag, erreicht drei Jahre später bereits einen durchschnittlichen Anteil von 21,1 % der täglichen Zuschauerzahlen. Die größten privaten Wettbewerber, RTL 4 und SBS 6, folgen weit dahinter mit 12,7 und 10,9 % Marktanteil. Auf die beiden anderen öffentlich-rechtlichen Sender (Ned 2 und Ned 3) entfallen jeweils ca. 7 %, während die verbleibenden Privatsender (NET 5, RTL 7, RTL 5 und Veronica) auf 3 bis 5 % Marktanteil kommen. Sechs weitere Sender erreichen jeweils einen Marktanteil zwischen 1 und 2 %.

In gewisser Hinsicht paradox an der niederländischen Fernsehlandschaft ist die ausgesprochen hohe Zersplitterung auf der einen Seite und die immer stärker werdende Position des Marktführers auf der anderen Seite. Eine Ausnahmerecheinung ist auch die zunehmende Konzentration der Zuschauer auf den öffentlich-rechtlichen Sender NED 1, während die meisten traditionellen Sender in Europa mit rückläufigen Zuschauerzahlen zu kämpfen haben.

Das niederländische System des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst 23 nationale Rundfunkgesellschaften unter dem Schirm der NPO sowie rund 350 lokale Betreiber. Neben den drei traditionellen Sendern (Nederland 1, 2 und 3) strahlen die nationalen Rundfunkgesellschaften unter dem Namen „Nederland 24“ 12 digitale Spartensender aus. Diese anfänglich 17 Spartensender wurden im Januar 2009 neu organisiert, weil ihre Zahl für zu hoch befunden worden war.

2008 und 2009 sind mehrere neue Privatsender an den Start gegangen, darunter der Krimisender Misaadet (Endemol), der Kultursender Garuda TV (über indonesische Bevölkerung und Kultur) und RTL Lounge, ein Unterhaltungssender für junge Frauen und der jüngste Kanal der RTL-Gruppe für das niederländische Publikum.

Die Zersplitterung des Fernsehpublikums in den Niederlanden ist zu einem großen Teil auf die technische Ausstattung der Haushalte und die Fülle der Multikanalplattformen zurückzuführen. Knapp 80 % der Haushalte haben ein Abo bei einem Kabelfernsehanbieter. Die Niederlande

cations regulator (OPTA) the go-ahead to open up the cable networks of these four operators to competition. They will have to guarantee the other distributors access to their digital television networks and Ziggo and UPC will also be obliged to resell their analogue packages to third-party operators.

Apart from cable television, Dutch viewers also have access to the CanalDigitaal satellite package, which supplies more than 10% of homes, and to four ADSL television services (IPTV): KPN, Lijbrandt Telecom, Online Breedband and Tele 2, which currently only attract a small proportion of households.

The most important competition for the cable operators proves to be DTT, with the Digtienne package, which is distributed and marketed by KPN and has also been offered since June 2009 by EDPnet under the name EDPnet Digi TV. Made up of around 20 channels, the offering is meeting with some success in a country little used to terrestrial television. Only 5% of Dutch households watched television on the terrestrial network before the analogue switchoff in 2006 but about 12% now rely on DTT for their viewing (KPN claimed to have 830 000 subscribers in June 2009).

Two mobile television services coexist on the Dutch market. In June 2008, KPN launched its personal television mobile service (DVB-H technology), which offers a dozen channels, and T-Mobile introduced a package of six channels for mobile telephones (3G technology) in September that year.

On January 2009, the new Media Act (Mediawet) came into effect. It eliminates the distinction between the public service broadcasters' main and secondary activities, guarantees the presence of the public channels in the digital packages, strengthens the rules on advertising and prohibits the promotion of hate speech.

En février 2009, la Commission européenne a donné son feu vert à l'autorité de régulation des télécommunications néerlandaises (OPTA) pour l'ouverture à la concurrence des réseaux câblés de ces quatre opérateurs. Ils devront garantir aux autres distributeurs l'accès à leurs réseaux de télévision numérique, et Ziggo et UPC auront en plus l'obligation de revendre leurs bouquets analogiques aux opérateurs tiers.

Outre la télévision par câble, le spectateur néerlandais a aussi accès à un bouquet satellite, CanalDigitaal, qui équipe plus de 10 % des foyers, et à quatre offres de télévision par ADSL (IPTV) : KPN, Lijbrandt Telecom, Online Breedband et Tele 2, qui ne séduisent pour le moment qu'une part modeste des foyers.

La plus importante concurrence pour les câblo-opérateurs se révèle la TNT, avec le bouquet Digtienne, distribué et commercialisé par KPN et repris aussi depuis juin 2009 par EDPnet sous le nom EDPnet Digi TV. Composé d'une vingtaine de chaînes, l'offre TNT rencontre un succès réel dans le pays pourtant très peu habitué à la télévision terrestre. Seuls 5 % des foyers néerlandais regardaient la télévision via le réseau terrestre avant l'extinction des transmissions analogiques, en 2006, mais ils sont désormais environ 12 % des foyers à dépendre de la TNT (KPN revendique 830 000 abonnés en juin 2009).

Deux offres de télévision mobile coexistent sur le marché néerlandais. KPN a lancé en juin 2008 son service de télévision mobile personnelle (technologie DVB-H) qui propose une douzaine de chaînes. Puis T-Mobile a inauguré un bouquet de six chaînes pour téléphones mobiles (technologie 3G) en septembre 2008.

Le 1^{er} janvier 2009 est entrée en vigueur la nouvelle loi sur les médias (Mediawet) qui supprime la distinction entre activités principales et secondaires des radiodiffuseurs de service public, garantit la présence des chaînes publiques dans les bouquets numériques, renforce la réglementation relative à la publicité ou encore interdit la promotion de discours d'incitation à la haine.

sind somit hinter Deutschland der zweitgrößte Kabelfernsehmarkt in Europa. Der Markt wird von vier Kabelnetzbetreibern beherrscht: Zesko (Bouquet Ziggo), UPC Nederland, Delta und CAIW. Zesko hatte im Juni 2009 nach eigenen Angaben 3,2 Mio. Abonnenten, gefolgt von UPC mit 2 Mio. Abonnenten, beide rückläufig.

Im Februar 2009 hat die Europäische Kommission der niederländischen Regulierungsbehörde für Telekommunikation (OPTA) grünes Licht für die Öffnung der Kabelnetze dieser Betreiber für den Wettbewerb gegeben. So werden sie anderen Betreibern den Zugang zu ihren digitalen Fernsehnetzen gewährleisten müssen. Ziggo und UPC sind darüber hinaus verpflichtet, ihre analogen Bouquets an Drittanbieter zu verkaufen.

Neben dem Kabelfernsehen haben die niederländischen Zuschauer auch Zugang zu einem Satellitenbouquet (CanalDigitaal, in über 10 % der Haushalte vertreten) und vier ADSL-TV-Angeboten (IPTV): KPN, Lijbrandt Telecom, Online Breedband und Tele 2. Das Internetfernsehen hat sich allerdings bei den niederländischen Haushalten noch nicht durchsetzen können.

Größter Wettbewerber der Kabelnetzbetreiber ist das digitale terrestrische Fernsehen mit dem Bouquet Digtienne, das von KPN angeboten und seit Juni 2009 auch von EDPnet unter dem Namen EDPnet Digi TV vermarktet wird. Dieses rund 20 Sender umfassende DVB-T-Angebot ist durchaus erfolgreich, und dies in einem Land, in dem das Antennenfernsehen an sich kaum vertreten ist. Vor der Abschaltung des Analogbetriebs 2006 nutzten gerade mal 5 % der niederländischen Haushalte das Antennenfernsehen, aber inzwischen sind ca. 12 der Haushalte auf DVB-T angewiesen (KPN hatte im Juni 2009 nach eigenen Angaben 830 000 Abonnenten).

Auf dem Markt für Mobilfernsehen gibt es derzeit zwei Anbieter. KPN hat im Juni 2008 sein Angebot für personalisiertes mobiles Fernsehen (im DVB-H-Standard) mit einem Dutzend Kanälen auf den Markt gebracht. Im September 2008 ist T-Mobile mit einem Handy-TV-Paket von sechs Sendern gefolgt (3G-Standard) gefolgt.

Am 1. Januar 2009 ist das neue Mediengesetz (Mediawet) in Kraft getreten, mit dem unter anderem die Unterscheidung zwischen Haupt- und Nebenaktivitäten der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten abgeschafft, die Präsenz der öffentlich-rechtlichen Sender in den digitalen Bouquets gewährleistet, die Regulierung der Werbung verschärft sowie die Förderung von Hassreden bzw. Aufforderung zu Hass verboten wird.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	16 486	Eurostat
Households		–	7 207	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		98,7%	7 113	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		79,0%	5 697	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		27,5%	1 979	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		11,5%	826	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		11,1%	800	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2,1%	154	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		11,0%	790	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		51,7%	3 723	European Audiovisual Observatory
Households with PC		90,0%	6 401	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		66,5%	4 795	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	47	Screen Digest
Mobile broadcast TV subscriptions		–	39	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	21	CAIW, Cogas, Delta, UPC Nederland, Zesko (Ziggo), ...
Satellite packagers	1	Canal Digitaal
IPTV packagers	4	KPN, Lijbrandt, Online Breedband, Tele2
DTT multiplex operators and packagers	2	KPN, EDPnet
Mobile phone TV packagers	1	T-Mobile Nederlands
Mobile broadcast TV packagers	1	KPN

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	9	21
Cable/Satellite/IPTV/ Mobile		15	91	106
Regional/Local		201	ca 250	ca 451
Regional/local windows		0	20	20
Channels targeting foreign markets		0	54	54
Total		219	ca 424	ca 643
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	34	36

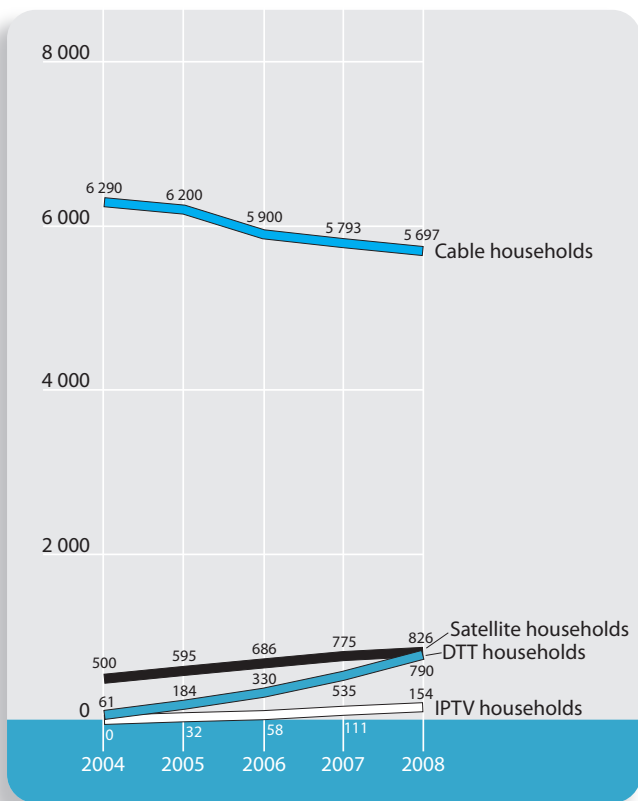
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial KPN	Cable Zesko Ziggo	Cable UPC	Satellite CanalDigitaal	IPTV Tele2
Generalist - national (incl.dedicated)		6	7	7	7	6
Generalist - foreign		1	20	15	24	4
Adult		1	5	6	4	1
Children		3	11	10	11	3
Culture/ education/ documentary		4	17	18	21	4
Minority interest groups			3	3	1	
Entertainment/ TV fiction/ games		6	18	18	18	6
Film			10	9	4	4
Home shopping			1		3	
International linguistic and cultural			5	4	16	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			5	5	12	
Music		2	12	14	20	2
News/ business		2	10	12	31	3
Parliament/ government/ administration					2	
Regional/ local		13	18	10	18	14
Religion			2	1	7	
Sports		3	15	12	17	4
Various			4	4	2	
Total		41	163	148	218	51

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

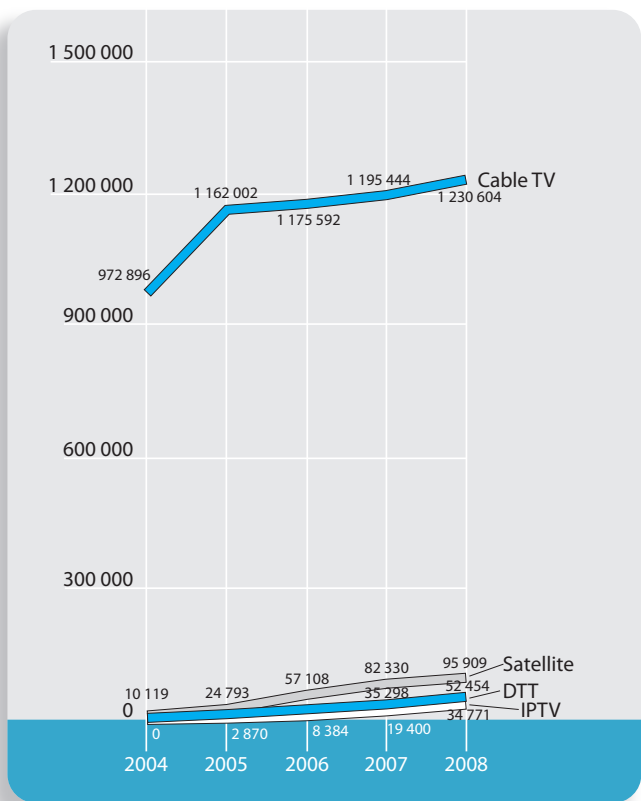
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

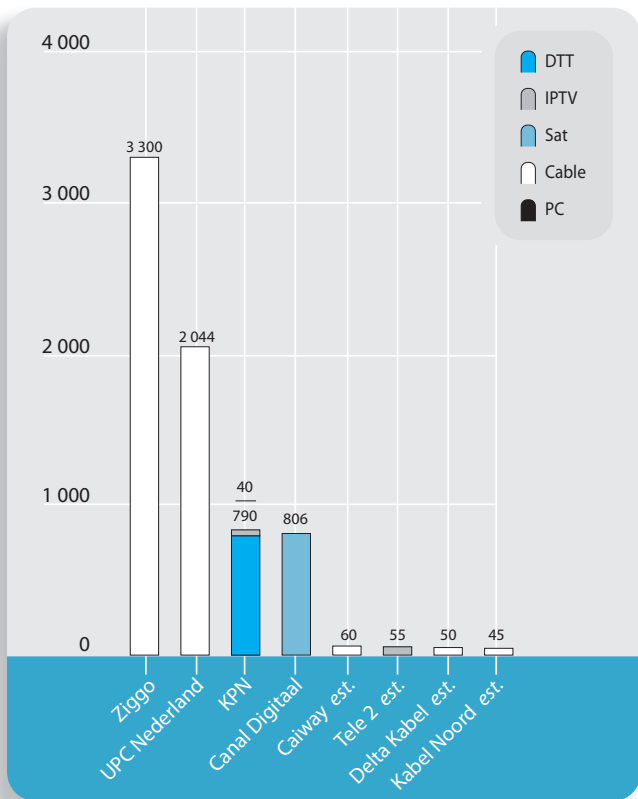
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

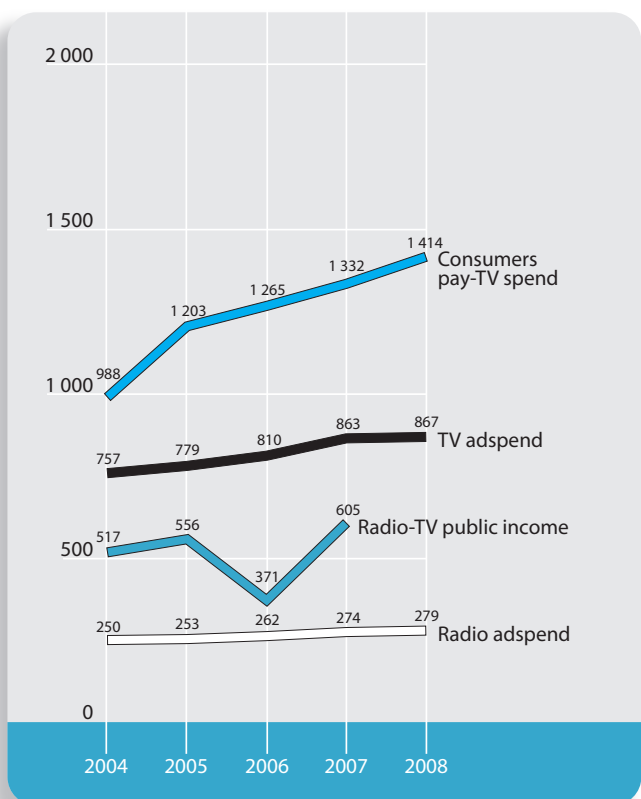
In thousands.



Source: IP Key Facts / European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.NL.1

Operating revenues of main television companies in the Netherlands 2005-2008

EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07	
NPO - Nederlandse Publiek Omroep	sptv	-	772 355	630 292	842 627	838 500	-0,5%	
- Nederlandse Omroep Stichting (NOS)	sptv	Ned-1, Ned-2, Ned-3	704 887	553 052	768 386	~	~	
- Stichting Etherreclame (STER)	sptv	(advertising sales house)	297 928	207 085	203 578	238 108	17,0%	
- AVRO	sptv	Ned-2	77 505	71 391	~	~	~	
- Vereniging TROS	sptv	Ned-2	~	~	~	~	~	
- Katholieke Radio Omroep (KRO)	sptv	Ned-1	74 631	~	~	~	~	
- VARA	sptv	Ned-1	69 044	71 417	72 180	79 690	10,4%	
- Evangelische Omroep (EO)	sptv	Ned-1	~	69 513	62 534	63 816	2,1%	
- Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRCV)	sptv	Ned-1	57 404	~	~	63 790	~	
- VPRO	sptv	Ned-3	44 764	57 521	61 965	61 615	-0,6%	
- Bart's Neverending Network	sptv	Ned-1, Ned-3 (BNN)	~	~	~	33 971	~	
- Stichting Teleac/Not	sptv	Ned-1, Ned-2, Ned-3	20 907	~	~	~	~	
- Nederlandse Programma Stichting	sptv	Ned-3	46 834	~	~	~	~	
SBS Broadcasting Holding B.V.B.V.	adtv	Net-5, SBS5	221 994	1 002 956	549 277	~	~	
<i>p.m.</i> SBS Broadcasting B.V.	adtv	Net-5, SBS6	~	~	~	~	~	
Jetix Europe N.V.	thtv	Jetix	145 329	162 838	166 444	136 917	-17,7%	
Talpa Service II N.V.	adtv	Talpa	40 618	134 045	~	~	~	
Radio Nederland Wereldomroep	sptv	BVN	50 893	49 696	49 429	49 766	0,7%	
Chello Media Programming	thtv	Film1, Sport1	40 484	41 412	43 301	~	~	
MTV Networks B.V.	thtv	MTV	33 383	69 926	41 740	~	~	
Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
KPN ①	3play, DTT, DVB-H	Interactive TV, Digitenne, Mobiel TV		12 048 000	12 169 000	12 775 000	14 602 000	14,3%
Delta N.V. ①	3play	Delta Kabel		1 061 094	1 338 371	1 732 191	2 252 886	30,1%
Zesko B.V.	CATV	Ziggo		8 042	238 049	1 093 906	1 238 613	13,2%
UPC Nederland ①	3play	UPC Televisie		626 809	701 767	773 505	803 707	3,9%
Tele2 Netherlands Holding N.V. ①	3play	Tele2 TV		378 108	434 528	582 406	650 113	11,6%
Online Breedband B.V. ①	3play, 3G TV	Online TV, Orange Mobile TV		80 584	100 352	106 070	~	~
Caiw Diensten B.V. ①	3play	Caiway Televisie		37 764	43 332	53 514	~	~
Canal Digitaal B.V.	sattv	Canal Digitaal		~	~	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

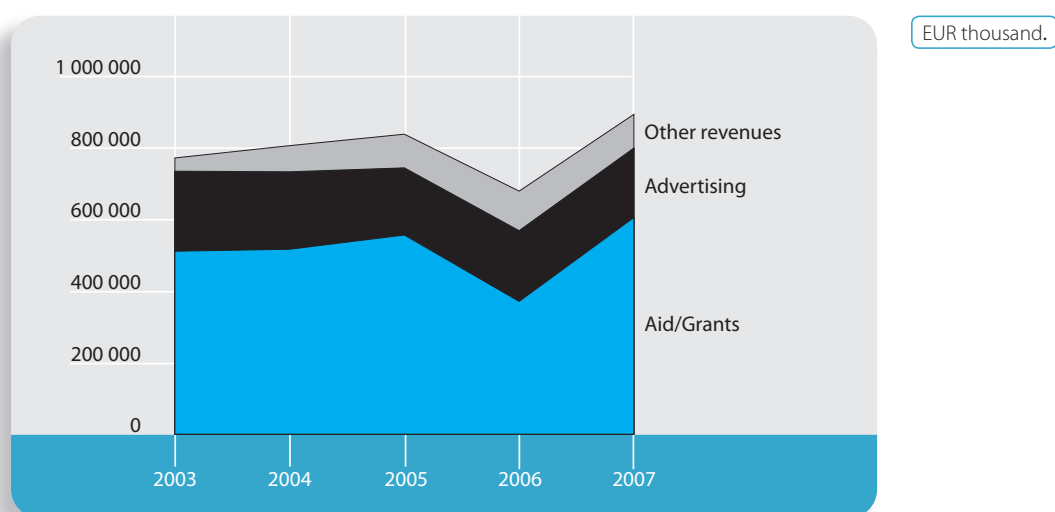
T.1.NL.2
G.1.NL.1

Revenues of the Dutch public broadcasting system 2004-2007

EUR thousand.

Income	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Total public revenues	516 500	556 300	370 800	605 300	64,1%	66,4%	54,6%	67,8%	63,2%
- Aid/Grants	516 500	556 300	370 800	605 300	64,1%	66,4%	54,6%	67,8%	63,2%
Total commercial Income	216 400	187 500	197 600	193 800	26,9%	22,4%	29,1%	21,7%	-1,9%
- Advertising	214 600	186 300	195 800	192 100	26,6%	22,2%	28,8%	21,5%	-1,9%
- Sponsorship	1 800	1 200	1 800	1 700	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	-5,6%
Other Income	73 000	94 100	110 500	94 200	9,1%	11,2%	16,3%	10,5%	-14,8%
TOTAL	805 900	837 900	678 900	893 300	100%	100%	100%	100%	31,6%

Source: NOS / EBU-UER-SIS / European Audiovisual Observatory



EUR thousand.

NL

T.1.NL.3
G.1.NL.2

TV audience market share in the Netherlands 2004-2008 In %, 6 years +.

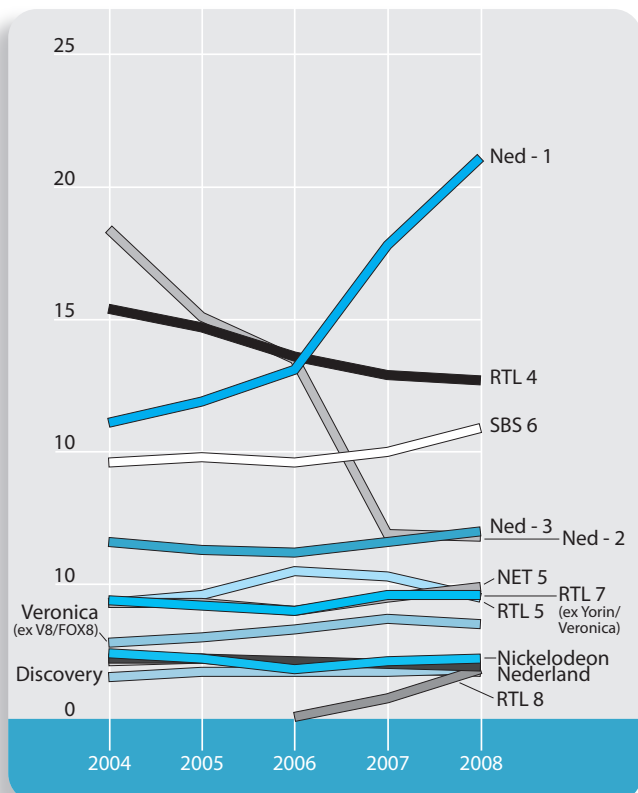
Channels	Daily share					Prime time (18:00-00:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Ned - 1	11,1	11,9	13,1	17,8	21,1	12,1	12,6	14,0	19,0	22,5
Ned - 2	18,4	15,1	13,5	6,9	6,8	19,4	15,9	13,2	6,8	7,1
Ned - 3	6,6	6,3	6,2	6,6	7,0	7,0	6,5	6,7	7,3	7,7
Regional channels	2,2	2,2	2,1	2,0	1,9	-	1,9	1,7	1,6	1,5
Total Dutch public channels	38,3	35,5	34,9	33,3	36,8	38,5	36,9	35,6	34,7	38,8
SBS 6	9,6	9,8	9,6	10,0	10,9	11,4	11,8	11,5	11,8	12,5
NET 5	4,3	4,3	4,0	4,5	4,9	5,2	5,2	4,7	5,2	5,2
Tien (ex Talpa) ①		2,2	4,4	3,0	-	-	3,1	6,2	3,8	-
Veronica (ex V8/FOX8)	2,8	3,0	3,3	3,7	3,5	3,7	4,1	4,3	4,9	4,7
Comedy Central (ex The Box)	0,3	0,3	0,4	0,7	0,9	0,1	0,2	0,2	0,6	0,7
Total Dutch private channels	17,0	19,6	21,7	21,9	20,2	20,4	24,4	26,9	26,3	23,1
RTL 4	15,4	14,7	13,6	12,9	12,7	16,6	16,0	14,7	14,1	14,2
RTL 5	4,3	4,6	5,5	5,3	4,5	4,3	5,1	7,1	6,5	5,7
RTL 7 (ex Yorin/Veronica)	4,4	4,2	4,0	4,6	4,6	5,6	4,9	4,2	4,8	4,7
RTL 8 ②				0,7	1,8				0,9	2,3
Jetix	2,1	2,2	1,9	1,8	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nickelodeon Nederland	2,4	2,2	1,8	2,1	2,2	1,4	0,9	0,0	0,6	0,8
Discovery	1,5	1,7	1,7	1,7	1,8	0,9	1,1	1,0	0,9	1,0
Eén (VRT)		1,4	1,2	1,1	1,1	1,3	1,1	0,8	0,8	0,7
Ketnet/Canvas (VRT)		1,2	1,0	1,0	0,9	1,3	1,0	0,8	0,9	0,8
Eurosport	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
Animal Planet	0,5	0,7	0,8	0,7	0,9	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4
National Geographic Channel Nederland	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6
Total main foreign channels	32,0	34,5	33,1	33,6	33,9	32,4	31,4	29,9	30,8	31,7
Video / Others	12,7	10,4	10,3	11,2	9,1	8,7	7,3	7,6	8,2	6,4

① Tien was broadcast until 17.08.2007.

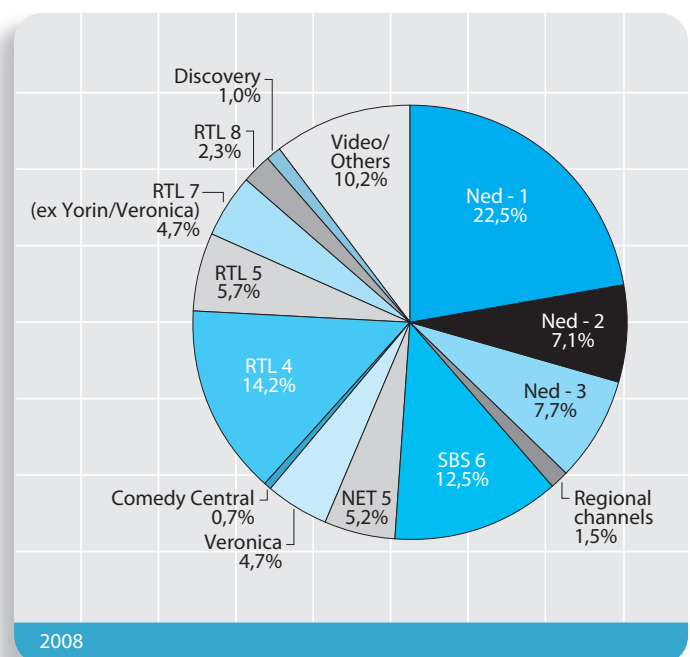
② RTL 8 started broadcasting on 18.08.2007.

Source: Eurodata TV Worldwide / Stichting Kijkonderzoek

Daily share. In %, 6 years +.



Prime time (18:00-00:00). In %, 6 years +.



The audience of the public channels of the group NRK declined in 2008, with their daily reach dropping to 37.5%, down from 41.1% in 2007. Nonetheless, the channel NRK1, with 31.8%, was ahead of its private competitors. TV 2 had a 24.5% market share, with TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) trailing behind with 8% and TV3 (Modern Times Group) with 5.9%.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) and The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) are established in the United Kingdom, requiring them to comply with the Television without Frontiers directive but not with specific provisions under Norwegian legislation, particularly in respect of programming and advertising.

Several new channels emerged in the Norwegian market in 2008 and 2009. For example, the satellite TV distributor Viasat (MTG) has restructured its sports channels package, closing down Viasat SportN but launching Viasat Sport and Viasat Motor on the Norwegian market. The two main private channels TVNorge and TV 2 launched HD versions in October 2008 and June 2009 respectively. Finally, Frikanalen, which was launched in October 2008, started broadcasting on the national digital terrestrial television network in 2009. This is an open, non-commercial channel and is owned by around sixty non-governmental organisations.

Pay-TV has a very high penetration rate in the Norwegian market. The Norwegian group Telenor is present in every sector. In addition to its cable and satellite operations (via Canal Digital), the company's assets now include an IPTV platform. It also holds a one-third stake in the Norges Television consortium, which is responsible for developing DTT.

Just under half of all households subscribe to a cable television service. Norway's two main cable operators are Canal Digital (Telenor) and Get. About a third of households prefer to subscribe to a satellite TV service. As in the other Nordic countries, there are two platforms competing in this market: Canal Digital (Telenor) and Viasat (MTG). Finally, a growing number of homes have chosen to subscribe to an IP protocol TV (IPTV) service. In a country where 73% of homes have broadband Internet access, the sector is developing apace and there were six competing services in 2009: Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel and Telenor.

In June 2006, the licence to build and operate the digital terrestrial television network was awarded to the sole applicant: Norges Television (NTV). NTV is jointly owned by NRK, TV2 and Telenor Broadcast Holding AS (a subsidiary of

Les chaînes publiques du groupe LNRK perdent de l'audience en 2008 puisqu'elles ne rassemblent plus que 37,5 % de part de marché d'audience quotidienne, contre 41,1 % en 2007. Ceci étant, la chaîne NRK1 demeure en tête des audiences (31,8 %), devant ses concurrentes privées. TV 2 réunit 24,5 % de part de marché, suivie de loin par TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) avec 8 % et TV3 (Modern Times Group) avec 5,9 %.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) et The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) sont établies aux Royaume-Uni, ce qui signifie qu'elles doivent se conformer à la directive Télévision sans Frontières mais pas aux dispositions particulières de la législation norvégienne, notamment en matière de programmation et de publicité.

Plusieurs nouvelles chaînes sont apparues sur le marché norvégien en 2008 et 2009. Ainsi, le distributeur de télévision par satellite Viasat (MTG) a restructuré son offre de chaînes sportives, fermant la chaîne Viasat SportN, mais lançant Viasat Sport et Viasat Motor sur le marché norvégien. Les deux principales chaînes privées TVNorge et TV 2 ont lancé des versions HD, respectivement en octobre 2008 et juin 2009. Enfin, la chaîne Frikanalen, créée en octobre 2008, a démarré sa diffusion sur le réseau numérique terrestre national en 2009. Cette chaîne de type « open channel » est non commerciale et détenue par une soixantaine d'organisations non gouvernementales (ONG).

Le marché norvégien est caractérisé par une forte pénétration de la télévision payante. Le groupe norvégien Telenor est présent sur tous les fronts. Opérateur du câble et du satellite (via Canal Digital), l'entreprise a ajouté à son actif une plateforme IPTV. Elle détient enfin un tiers des parts du consortium Norges Television, en charge du développement de la TNT.

Légèrement moins de la moitié des foyers sont abonnés à une offre de télévision par câble. Les deux principaux câblo-opérateurs norvégiens sont Canal Digital (Telenor) et Get. Environ un tiers des ménages souscrivent plutôt à un service de télévision par satellite. Sur ce marché, deux plates-formes sont en concurrence, comme dans les autres pays nordiques : Canal Digital (Telenor) et Viasat (MTG). Enfin, un nombre croissant de foyers choisissent de s'abonner à un service de télévision par protocole IP (IPTV). Dans un pays où 73 % des foyers ont un accès à Internet à large bande, le secteur se développe et six services sont en concurrence en 2009 : Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel et Telenor.

En juin 2006, la licence pour la construction et l'exploitation du réseau de télévision numérique terrestre a été attribuée

Die öffentlich-rechtlichen Sender des Norwegischen Rundfunks (NRK) verzeichnen mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von 37,5 % im Jahr 2008 einen Rückgang gegenüber 2007 (41,1 %). Nichtsdestoweniger liegt der Sender NRK1 bei den Zuschauerzahlen erneut vor den privaten Wettbewerbern auf Platz eins (31,8 %). TV 2 erreicht einen Marktanteil von 24,5 %, dahinter folgen mit großem Abstand TVNorge (ProSiebenSat.1 Media AG) mit 8 % und TV3 (Modern Times Group) mit 5,9 %.

TV3 (MTG), Viasat 4 (MTG) und The Voice TV (ProSiebenSat.1 Media AG) haben ihren Sitz im Vereinigten Königreich, was bedeutet, dass sie die Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ einhalten müssen, nicht aber die einzelnen Bestimmungen des norwegischen Rechts, insbesondere im Hinblick auf Programmierung und Werbung.

2008 und 2009 sind mehrere neue Sender auf dem norwegischen Markt aufgetaucht. So hat der Sat-TV-Betreiber Viasat (MTG) sein Angebot an Sportkanälen umstrukturiert und in diesem Zusammenhang den Kanal Viasat SportN eingestellt, aber dafür Viasat Sport und Viasat Motor auf dem norwegischen Markt eingeführt. Die beiden größten Privatsender (TVNorge und TV 2I) bieten seit Oktober 2008 bzw. Juni 2009 eine HD-Version ihres Programms an. Der im Oktober 2008 gegründete Sender Frikanalen hat 2009 den Sendebetrieb im nationalen DVB-T-Netz aufgenommen. Dieser „offene Kanal“ ist ein nichtkommerzieller Sender im Besitz von ca. 60 Nichtregierungsorganisationen.

Der norwegische Markt ist durch eine starke Penetrationsrate des Bezahlfernsehens geprägt. Der norwegische Konzern Telenor ist in allen Bereichen präsent. Das Unternehmen ist bereits Kabel- und Satellitenbetreiber (über Canal Digital) und hat sein Angebot nun auch um eine IPTV-Plattform ergänzt. Es hält auch ein Drittel der Anteile des Konsortiums Norges Television, das mit der Entwicklung von DVB-T beauftragt ist.

Etwas weniger als die Hälfte der Haushalte sind an das Kabelfernsehen angeschlossen. Die beiden größten Kabelnetzbetreiber in Norwegen sind Canal Digital (Telenor) und Get. Etwa ein Drittel der Haushalte hat einen Satellitenfernsehndienst abonniert. Auf diesem Markt konkurrieren, wie auch in den anderen nordischen Ländern, zwei Plattformen miteinander: Canal Digital (Telenor) und Viasat (MTG). Immer mehr Haushalte nutzen das Internet als Fernsehplattform (IPTV). In einem Land, in dem 73 % der Haushalte über einen Breitbandzugang zum Internet verfügen, ist dieses Marktsegment deutlich auf dem Vormarsch. 2009 gab es bereits sechs Anbieter am Markt: Comvie,

the Norwegian telecoms operator). The licence has been awarded for a fifteen-year period. The process of digitising the old analogue television network began in 2007 and NTV is carrying it out region by region.

NTV operates three multiplexes, the first offering free-to-air channels and the two others reserved for the pay-TV service marketed by Riks TV. This platform claimed to have 420 000 subscribers in October 2009. The analogue switchoff took place in December 2009, freeing up two additional multiplexes. A proposal under discussion for a while to award these multiplexes to a second pay-TV platform, competing with Riks TV, was ultimately abandoned by the government in the summer of 2009.

In May 2009, a personal mobile television service using the DMB technology (instead of the DVB-H standard recommended in the European Union) was launched. The Mini TV service offers six free-to-air channels and is operated by NMTV (Norwegian Mobile TV Corporation), a joint venture between NRK, TV 2 and the Swedish group MTG. NMTV is a member of IDAG, an association set up in June 2009 and aiming to promote the DMB and DAB formats.

The DMB service coexists in Norway with the two mobile television services (using 3G technology) offered by NetCom and Telenor.

At the legal level, the European Court of Human Rights delivered a judgment on 11 December 2008 ruling that the fine imposed in 2003 on the local channel TV Vest for broadcasting political advertising was a breach of Article 10 of the European Convention on Human Rights. Following that decision, the Norwegian government stated that it wanted to maintain the ban on television advertising of a political nature, but planned, however, to change the remit of the public service broadcaster NRK to enable small political parties to have access to the audiovisual media.

à l'unique candidat : la société Norges Television (NTV). NTV est détenue conjointement par NRK, TV2 et Telenor Broadcast Holding AS (filiale de l'opérateur télécoms norvégien). Elle a été attribuée pour une durée de quinze ans. Le processus de numérisation de l'ancien réseau de télévision analogique terrestre a débuté en 2007. NTV opère trois multiplex, le premier proposant les chaînes en clair et les deux autres étant réservés pour l'offre payante commercialisée par Riks TV. La plate-forme payante Riks TV revendique 420 000 abonnés en octobre 2009. L'extinction des transmissions analogiques a eu lieu en décembre 2009, libérant deux multiplex supplémentaires. Un temps évoquée, l'idée d'attribuer ces multiplex à une seconde plate-forme payante, concurrente de Riks TV, a finalement été abandonnée par le gouvernement au cours de l'été 2009.

En mai 2009, un service de télévision mobile personnelle utilisant la technologie DMB (et non le standard DVB-H recommandé dans l'Union Européenne) a été inauguré. Le service Mini TV propose six chaînes en clair et est opéré par la société NMTV (Norwegian Mobile TV Corporation), une joint-venture entre NRK, TV 2 et le groupe suédois MTG. NMTV est donc membre de l'IDAG, association créée en juin 2009 et visant à promouvoir les formats DMB et DAB.

Le service DMB coexiste en Norvège avec les deux offres de télévision sur téléphone portable (utilisant la technologie 3G) proposées par NetCom et Telenor.

Au niveau juridique la Cour européenne des droits de l'homme a rendu un arrêt le 11 décembre 2008 estimant que l'amende infligée en 2003 à la chaîne locale TV Vest pour la diffusion de publicités politiques constituait une violation de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme. Suite à cette décision, le gouvernement norvégien a souhaité maintenir l'interdiction de la publicité télévisuelle à caractère politique, mais envisage toutefois de modifier la mission du radiodiffuseur public NRK afin de permettre l'accès des petits partis politiques aux médias audiovisuels.

FastTV, Homebase, Lyse Energi, Next-Gen Tel und Telenor.

Im Juni 2006 wurde die Lizenz für Bau und Betrieb des digitalen terrestrischen Fernsehens an den einzigen Bewerber vergeben: die Gesellschaft Norges Television (NTV). NTV befindet sich im gemeinsamen Besitz von NRK, TV2 und Telenor Broadcast Holding AS (Tochter des norwegischen Telekom-Betreibers). 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.

NTV betreibt drei Multiplexe, davon einen für unverschlüsselte Programme und die beiden anderen ausschließlich für Pay-TV-Angebote der Plattform Riks TV. Diese hatte nach eigenen Angaben im Oktober 2009 420 000 Abonnenten. Die Abschaltung des Analogbetriebs ist im Dezember 2009 erfolgt, wodurch zwei weitere Multiplexe verfügbar wurden. Die zunächst erwogene Idee, diese Multiplexe einer zweiten Pay-TV-Plattform als Konkurrenz zu Riks TV zuzusprechen, wurde im Sommer 2009 von der Regierung wieder verworfen.

Im Mai 2009 wurde ein Dienst für personalisiertes Mobilfernsehen im DMB-Format (und nicht im in der EU empfohlenen DVB-H-Standard) in Betrieb genommen. Der Dienst Mini TV bietet sechs unverschlüsselte Kanäle und wird von NMTV (Norwegian Mobile TV Corporation) betrieben, einem Gemeinschaftsunternehmen von NRK, TV 2 und der schwedischen MTG-Gruppe. NMTV ist Mitglied der IDAG, ein 2009 gegründetes Konsortium, das den Einsatz der Standards DMB und DAB forcieren will.

Neben dem DMB-Dienst gibt es in Norwegen noch zwei weitere Handy-TV-Dienste (im 3G-Standard), die von NetCom bzw. Telenor angeboten werden.

Was die rechtliche Lage betrifft, so hat der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte am 11. Dezember 2008 entschieden, dass die 2003 gegen den Lokal-sender TV Vest wegen Ausstrahlung von politischer Werbung verhängte Geldstrafe eine Verletzung von Artikel 10 EMRK darstellt. Nach diesem Urteil will die norwegische Regierung zwar prinzipiell am Verbot von politischer Fernsehwerbung festhalten, erwägt aber eine Änderung des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt NRK, um den kleinen politischen Parteien einen Zugang zu den audiovisuellen Medien zu ermöglichen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	4 799	Statistics Norway
Households		–	2 143	Statistics Norway
TV households		98,0%	2 100	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		45,3%	970	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		29,4%	630	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		37,9%	812	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		37,0%	792	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		7,0%	151	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		14,9%	320	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		88,3%	1 893	European Audiovisual Observatory
Households with PC		85,3%	1 828	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		70,4%	1 509	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	13	Screen Digest

TV channels distributors	10.09	Companies
Cable operators	30	Canal Digital (Telenor), Get etc...
Satellite packagers	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (Modern Times Group MTG)
IPTV packagers	6	Comvie, FastTV, Homebase, Lyse Energi, NextGen Tel, Telenor.
DTT multiplex operators and packagers	2	Norges Televisjon - NTV (multiplex operator), Riks TV (pay DTT packager)
Mobile phone TV packagers	2	Netcom (TeliaSonera), Telenor
Mobile broadcast TV providers	1	Norwegian Mobile TV Corporation - NMTV (joint venture NRK, TV 2 and MTG)

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	8	12
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	5	5
Regional/Local		0	25	25
Regional/Local windows		12	0	12
Channels targeting foreign markets		0	0	0
Total		16	38	54
<i>Foreign channels targeting the country</i>		0	37	37

Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial Riks TV	Cable GET	Satellite Canal Digital (Full Nordic offer)	Satellite Viasat (Full Nordic offer)	IPTV NexGenTel
Generalist - national		6	5	3	3	5
Generalist - foreign			13	13	20	5
Adult			3	3	3	
Children		2	7	19	20	5
Culture/ education/ documentary		3	10	16	31	7
Minority interest groups			3			
Entertainment/ TV fiction/ games		2	12	27	32	5
Film		3	18	28	45	10
Home shopping						
International linguistic and cultural			6		1	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		1	6	6	1	3
Music		1	9	8	8	3
News/ business		2	10	11	8	4
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local		25				
Religion			2	2	2	2
Sports		3	22	26	20	7
Various		1	1		4	
Total		24 ^①	127	162	198	56

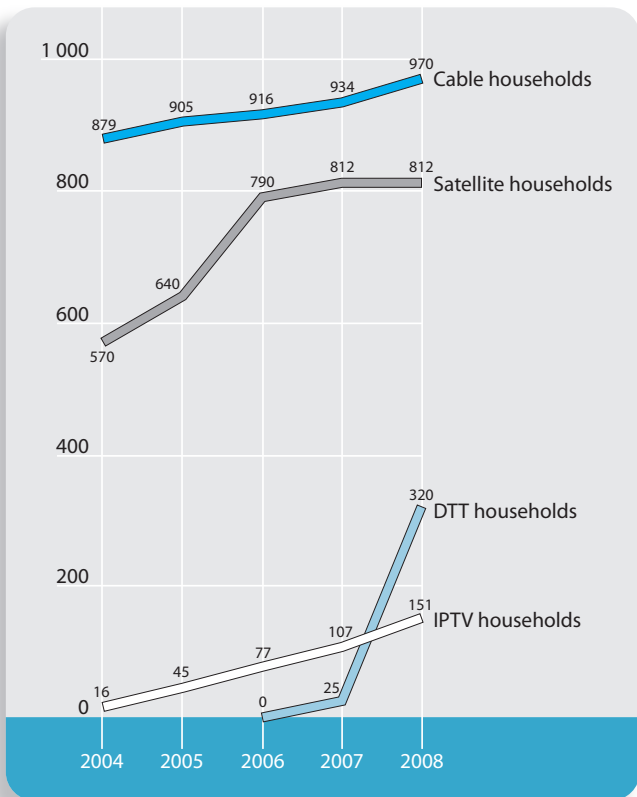
^① In addition 25 local stations are available in their respective area.

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

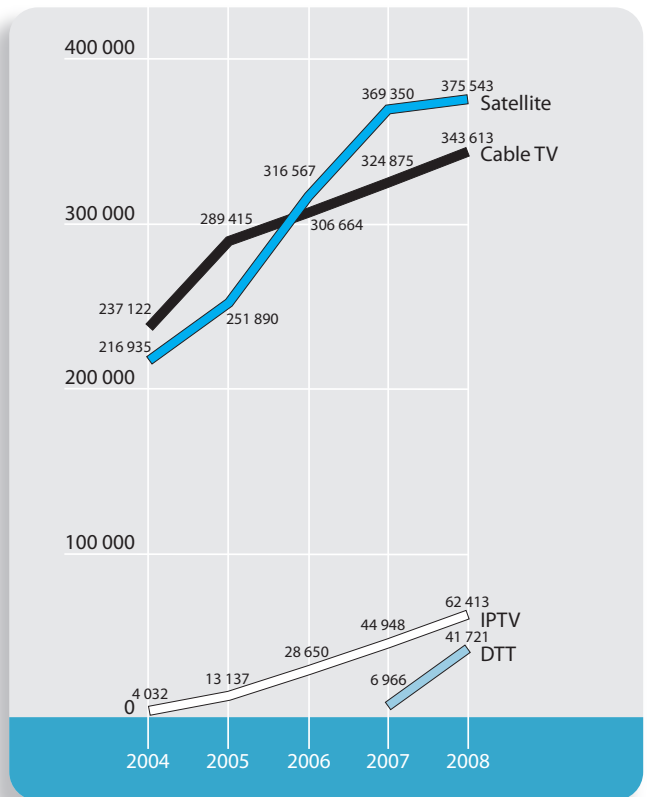
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

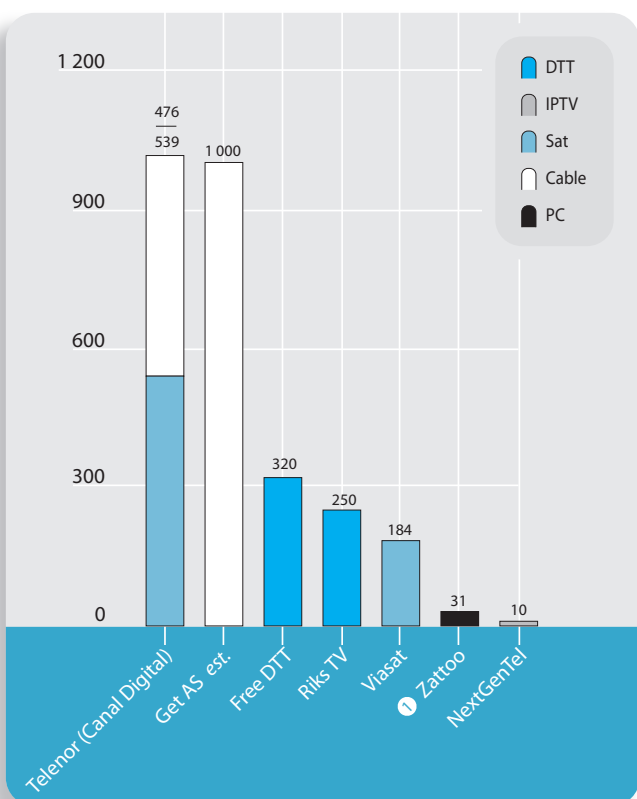
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.

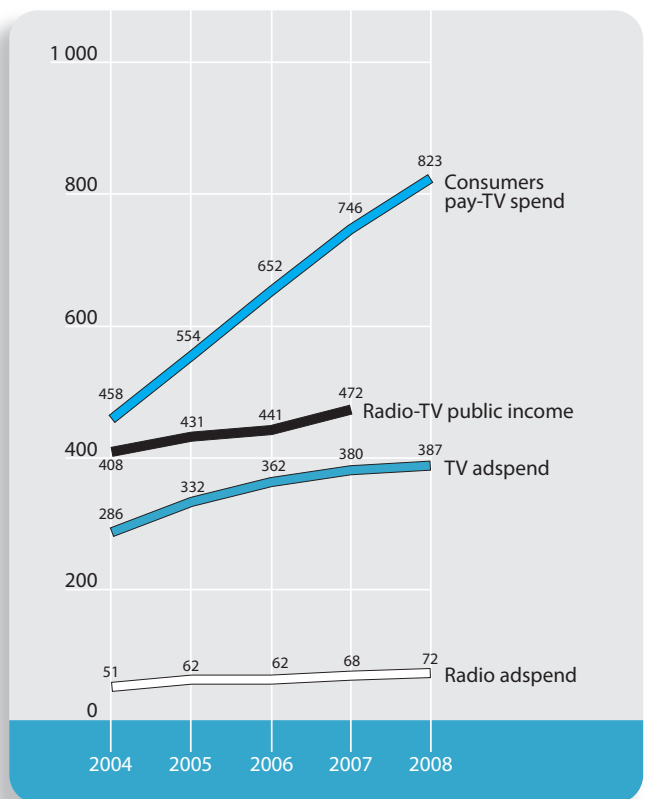


① Service interrupted in 2009.

Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.NO.1
G.1.NO.1Operating revenues of main TV companies in Norway
2005-2008 EUR thousand.

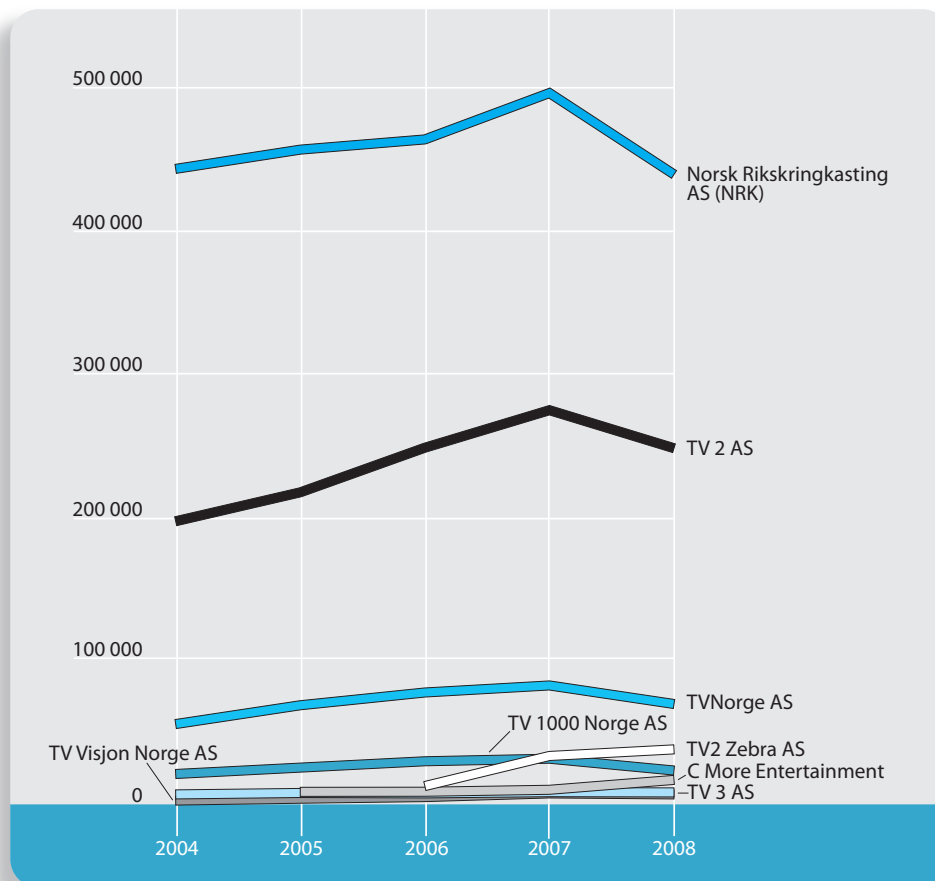
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Norsk Rikskringkasting AS (NRK)	sptv	NRK-1, NRK-To	456 592	463 731	496 134	439 282	-11,5%
TV 2 AS	adtv	TV2	217 203	248 363	274 583	248 024	-9,7%
TVNorge AS	adtv	TV Norge	68 463	77 378	82 305	69 351	-15,7%
TV2 Zebra AS	thtv	TV2 Zebra	-	12 022	33 038	37 647	14,0%
TV 1000 Norge AS	thtv	TV 1000	24 908	29 336	31 131	22 876	-26,5%
C More Entertainment Norge	thtv	Canal+	7 986	8 063	9 418	16 328	73,4%
TV 3 AS	adtv	TV 3	7 196	6 906	7 752	7 593	-2,1%
TV Visjon Norge AS	thtv	Visjon TV	3 184	4 320	6 888	6 188	-10,2%

Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Telenor ASA (cons.) ①	4play, packTV	TelenorTV	~	11 047 087	11 611 293	9 976 909	-14,1%
<i>p.m.</i> Canal Digital Norge AS	sat-tv	Canal Digital	161 022	175 656	205 572	190 524	-7,3%
<i>p.m.</i> Canal Digital Kabel TV AS ①	3play	Canal Digital Kabel-TV	118 005	129 307	164 354	159 114	-3,2%
Netcom AS ①	3GTV	NetCom Mobil TV	797 085	887 265	950 269	778 699	-18,1%
GET AS ①	3play	Get Digital TV	103 342	114 279	139 588	133 137	-4,6%
NextGenTel AS ①	3play	NextGenTelL Digital-TV	73 393	88 326	96 956	80 106	-17,4%
Viasat AS	packtv	Viasat	70 705	83 735	90 956	75 040	-17,5%
Lyse Tele AS ①	4play	Lyse Tele AS	28 573	41 871	66 338	70 607	6,4%
Rikstv AS	DTT	Rikstv	-	-	6 966	41 721	498,9%

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

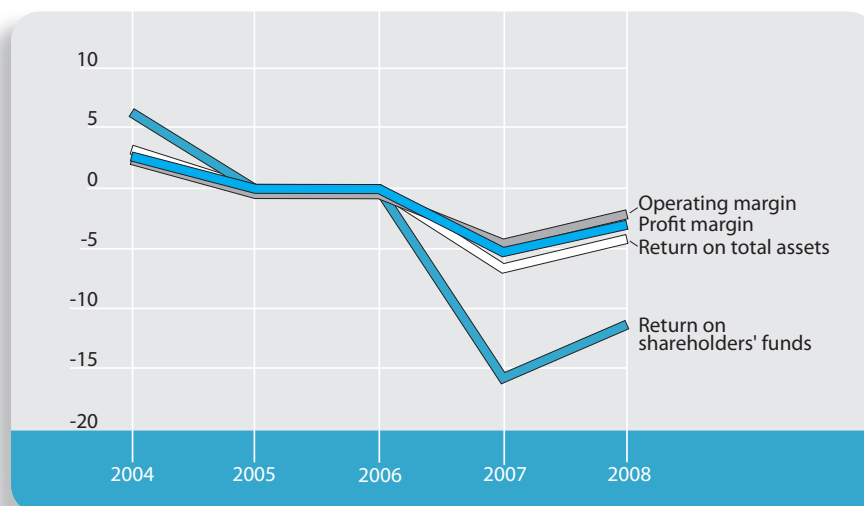
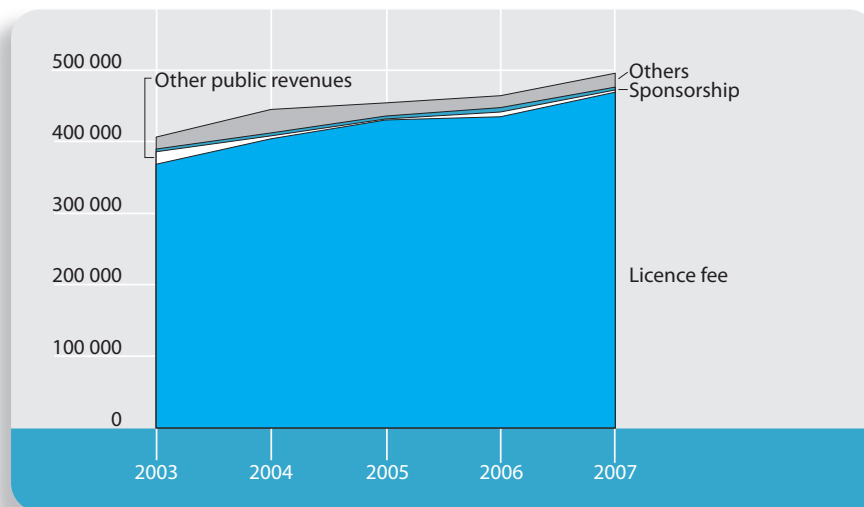
EUR thousand.



T.1.NO.2
G.1.NO.2NRK financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2007/06
Total public income	431 400	441 100	471 900	~	91,7%	95,0%	95,1%	95,3%	6,5%
- Licence fee	430 000	434 500	468 800	~	90,8%	94,7%	93,7%	94,6%	7,3%
- Other public revenues	1 400	6 600	3 100	~	0,9%	0,3%	1,4%	0,6%	-112,9%
Total commercial Income	4 100	6 200	4 000	~	0,9%	0,9%	1,3%	0,8%	-55,0%
- Sponsorship	4 100	6 200	4 000	~	0,9%	0,9%	1,3%	0,8%	-55,0%
Other income	18 400	16 600	19 400	~	7,4%	4,1%	3,6%	3,9%	14,4%
TOTAL	453 900	463 900	495 300	~	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	6,3%
Operating revenues (consolid.)	462 429	470 918	503 405	446 614	-	-	-	-	6,5%
Expenditure	205 476	212 272	220 036	196 358	47,9%	44,2%	44,9%	41,8%	3,5%
Purchase of goods and services	231 544	232 676	274 684	232 770	46,3%	49,8%	49,2%	52,2%	15,3%
Cost of personnel	27 503	28 195	31 778	27 029	5,8%	5,9%	6,0%	6,0%	11,3%
Depreciation	464 523	473 143	526 498	456 157	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	10,1%
Operating expenditure	464 523	473 143	526 498	456 157	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	10,1%
Net result	-300	-530	-26 650	-13 522					98,0%
Operating margin (%)	-0,5	-0,5	-4,59	-2,14					

Source: NRK / EBU-UER-SIS / European Audiovisual Observatory



T.1.NO.3
G.1.NO.3

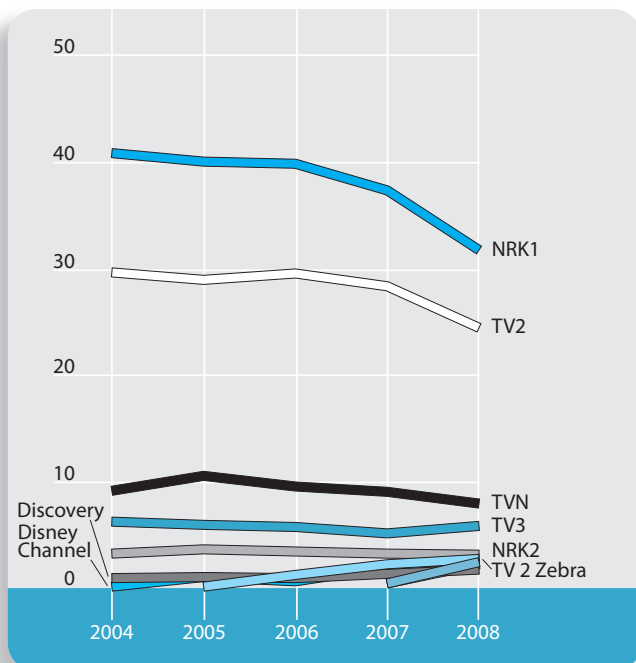
TV audience market share in Norway
2004-2008 In %, 2 years +. ①

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
NRK1	40,9	40,1	39,9	37,4	31,8	45,2	45,3	45,2	42,3	37,5
NRK2	3,3	3,7	3,5	3,3	3,2	3,3	3,7	3,4	3,1	2,6
NRK3/Super				0,5	2,5				0,5	1,9
Total public Norwegian channels	44,2	43,8	43,4	41,1	37,5	48,5	49,0	48,6	45,9	42,0
TV2	29,7	29,0	29,6	28,4	24,5	30,8	28,3	29,7	29,3	26,6
TV 2 Zebra		0,2	1,3	2,3	2,8	-	0,2	1,5	2,5	3,2
TV2 Nyhetskanalen				0,5	1,0				0,2	0,5
TV2 Film				0,5	0,7				0,4	0,5
TV 2 Xtra	0,1	0,1	-	-	-	0,1	0,1	-	-	-
TVN	9,2	10,6	9,6	9,1	8,0	8,8	11,2	9,7	9,4	8,7
TV3	6,3	6,0	5,8	5,2	5,9	5,8	5,3	4,8	4,4	5,6
TV Norge lokal	0,3	0,3	0,3		0,2	0,0	0,0	0,0		0,1
ZTV	0,6	0,7	0,6	0,5	-	0,5	0,6	0,6	0,5	-
Total private Norwegian channels	46,2	46,9	47,2	45,5	43,1	46,0	45,5	44,8	43,6	45,2
Disney Channel	0,2	1,1	0,7	2,0	3,0	0,1	0,4	0,0	0,9	1,4
Viasat 4				0,5	2,3				0,6	2,2
Discovery	1,0	1,1	1,0	1,4	1,8	0,7	0,8	0,6	0,9	1,2
National Geographic				0,5	0,8				0,4	0,6
Animal Planet				0,4	0,8				0,3	0,5
Cartoon Network				0,5	0,7				0,2	0,4
Playhouse Disney				0,4	0,6				0,0	0,0
Toon Disney				0,4	0,6				0,2	0,3
Eurosport	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
SVT1	0,3	0,5	0,7	0,5	0,4	0,3	0,4	0,6	0,4	0,4
TV4 (SE)	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2
MTV Nordic	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
SVT2	0,4	0,3	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Total main foreign channels	3,4	4,3	3,9	8,1	12,3	2,4	2,6	2,3	4,8	7,9
Others	6,2	5,0	5,5	5,3	7,1	3,1	2,9	4,3	5,7	4,9

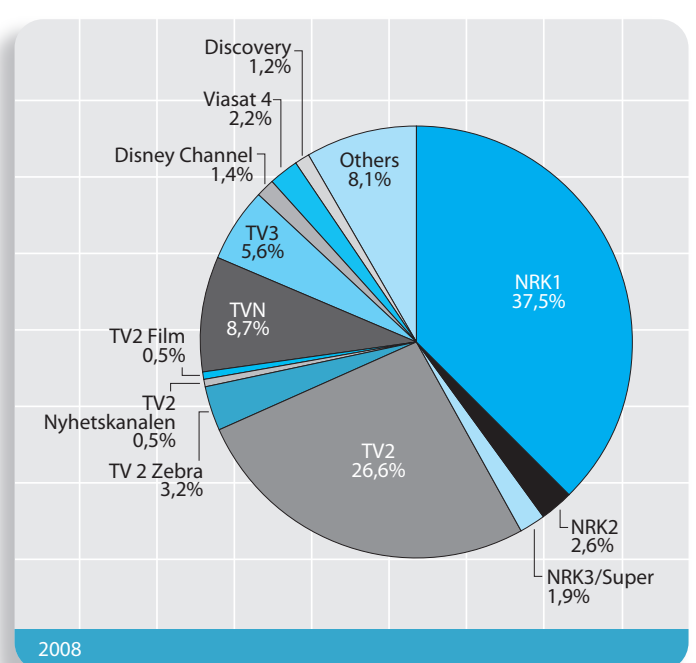
① Before 2008: 3 years and +.

Source: Eurodata TV Worldwide / TNS Gallup

Daily share. In %, 2 years +. ①



Prime time (19:00-23:00). In %, 2 years +.



The audiovisual landscape in Poland underwent some significant changes in 2008 and 2009, although these have had little impact on the order of popularity of the major TV channels. The main public channel, TVP1, continued to lead the daily ratings in 2008 with a 22.6% market share, ahead of TVP2, the second public channel. However, TVP2's audience share continued to fall (down 3.3% in two years to 16.8% in 2008), in contrast to that of TVN, the country's leading private channel. Run by the ITI group, this channel recorded a daily audience share of 16.7%, almost on a par with TVP2, which it usually beats at peak viewing times. Private channel Polsat (run by the group of the same name) was in fourth position with 15.4% of daily audiences (a 1.4% drop compared to 2007).

The four main channels represented a total of 71.5% of the daily audience in 2008, compared to almost 77% in 2006. This fall is due to Polish television viewers' growing interest in multi-channel services. While two-thirds of Polish households only received analogue terrestrial channels in 2004, the proportions have been reversed and only one-third were in that position in 2008.

A further third of households received cable television in 2008, which represents little change since 2007. According to the KRRIT, 677 cable operators were registered in 2009. Of these, UPC, a subsidiary of the Liberty Global group, remains the market leader with 1 015 000 subscribers in June 2009, ahead of Vectra, Multimedia Polska and Aster City Cable. A certain amount of consolidation is under way: in 2009, Vectra bought Spray, which had 55 000 subscribers in Warsaw, while Multimedia Polska acquired several local cable operators.

The remaining third of Polish households subscribed to a satellite package in 2008. The number of satellite television subscribers rose by around 40% in one year, with the result that they outnumbered cable TV subscribers for the first time in 2008. In fact, five packages are available in Poland, with a sixth to be launched in Autumn 2009 (operated by the public broadcaster based on the Freesat model). The traditional platforms, Cyfra+ (Canal+ group, launched in 1998) and Polsat (Polsat group, 1999), were supplemented by a third package, N (ITI group), in 2006. In 2008, TP (traditional telecoms operator controlled by France Telecom) launched the Neostrada service at the same time as ITI launched TNK (Telewizja na Karte), a non-subscription pre-pay service.

The other methods of television distribution remain marginal in Poland. However, three operators offer IPTV services, with TP's Videostrada service leading the market. A fourth is expected to be launched

Le paysage audiovisuel polonais a connu d'importantes transformations en 2008 et 2009, mais qui n'ont pas bouleversé la hiérarchie des audiences. La première chaîne publique TVP1 demeure en tête des audiences quotidiennes en 2008 avec 22,6 % de part de marché, devant TVP2, la seconde chaîne publique. Cependant, l'audience de TVP2 continue de se tasser (-3,3 points en deux ans pour atteindre 16,8 % en 2008) au contraire de celle de TVN, la première chaîne privée du pays. Cette chaîne éditée par le groupe ITI affiche une part de marché d'audience quotidienne de 16,7 %, et rejoint donc presque TVP2, qu'elle a d'ailleurs l'habitude de dépasser au heures de grande écoute. En quatrième position se trouve la chaîne privée Polsat (éditée par le groupe éponyme) à 15,4 % d'audience quotidienne (soit un recul de 1,4 point par rapport à 2007).

Les quatre principales chaînes rassemblent 71,5 % de l'audience quotidienne en 2008, contre près de 77 % en 2006. Cette érosion s'explique par l'intérêt croissant des téléspectateurs polonais pour les offres multi-chaînes. Alors que deux tiers des foyers polonais ne recevaient que les chaînes analogiques terrestres en 2004, la proportion s'est inversée et ils ne sont plus qu'un tiers en 2008.

Le second tiers des foyers reçoit en 2008 la télévision par câble, ce qui représente une proportion relativement stable. Selon le KRRIT, 677 câblo-opérateurs sont enregistrés en 2009. Parmi eux, UPC, la filiale du groupe Liberty Global, demeure le leader avec 1,015 million d'abonnés en juin 2009, devant Vectra, Multimedia Polska et Aster City Cable. Des mouvements de consolidation sont à l'œuvre : en 2009 Vectra a acheté Spray, qui revendiquait 55 000 abonnés à Varsovie, et Multimedia Polska a lui-aussi racheté plusieurs câblo-opérateurs locaux.

Le tiers restant des foyers polonais est en 2009 abonné à un bouquet satellite. Le nombre d'abonnés à la télévision par satellite a progressé d'environ 40 % en un an, si bien qu'il a dépassé celui des abonnés à la télévision par câble pour la première fois en 2008. De fait, cinq bouquets sont distribués en Pologne, et un sixième est annoncé pour l'automne 2009 (bouquet opéré par le radiodiffuseur public sur le modèle de Freesat). Aux offres historiques Cyfra+ (Groupe Canal+, bouquet lancé en 1998) et Polsat (groupe Polsat, 1999) s'est ajouté un troisième bouquet, N (groupe ITI), en 2006. En 2008 TP (opérateur historique de télécommunications contrôlé par France Telecom) a lancé le bouquet Neostrada au moment où ITI lançait TNK (Telewizja na Karte), une offre prépayée sans abonnement.

Les autres modes de distribution de la télévision demeurent marginaux en Pologne.

Die polnische Fernsehlandschaft hat 2008 und 2009 einen tiefgreifenden Wandel durchgemacht, was jedoch die Rangfolge bei den Einschaltquoten nicht veränderte. Das erste öffentlich-rechtliche Programm TVP1 stand 2008 mit einem Marktanteil von 22,6 % weiter an der Spitze der täglichen Einschaltquoten, vor dem zweiten öffentlich-rechtlichen Programm TVP2. Allerdings gehen die Zuschauerzahlen von TVP2 weiter zurück (-3,3 Punkte in zwei Jahren, auf 16,8 % 2008), im Unterschied zu TVN, dem größten Privatsender des Landes, der zur ITI-Gruppe gehört. Er kommt bei der täglichen Einschaltquote auf 16,7 % Marktanteil und liegt damit fast gleichauf mit TVP2, der während der Primetime meist sogar hinter TVN liegt. An vierter Stelle findet sich der Privatsender Polsat (der gleichnamigen Gruppe) mit einer täglichen Einschaltquote von 15,4 % und damit 1,4 Prozentpunkten weniger als 2007.

Die vier größten Sender kamen 2008 zusammen auf eine tägliche Einschaltquote von 71,5 %, gegenüber fast 77 % 2006. Dieser Rückgang lässt sich auf das steigende Interesse der polnischen Fernsehzuschauer für die Multikanalangebote zurückführen. 2004 lag der Anteil der Haushalte, die ausschließlich die analog terrestrisch verbreiteten Sender empfangen konnten, bei zwei Drittel, 2008 nur noch bei einem Drittel.

Ein weiteres Drittel der Haushalte empfing 2008 das Fernsehprogramm über das Kabelnetz, was einen relativ stabilen Anteil ausmacht. Nach Angaben der Rundfunkbehörde KRRIT waren 2009 in Polen 677 Kabelnetzbetreiber zugelassen. Davon bleibt UPC, eine Tochter von Liberty Global, Spitzenreiter mit 1,015 Mio. Abonnenten im Juni 2009, vor Vectra, Multimedia Polska und Aster City Cable. Derzeit finden Konsolidierungsbewegungen statt: Spray, nach eigenen Angaben mit 55 000 Abonnenten in Warschau, wurde 2009 von Vectra übernommen, und auch Multimedia Polska hat mehrere lokale Kabelnetzbetreiber gekauft.

Das verbleibende Drittel der polnischen Haushalte hatte 2009 ein Satellitenbouquet abonniert. Die Zahl der Abonnenten von Satellitenfernsehen ist innerhalb eines Jahres um etwa 40 % gestiegen und übertraf 2008 zum ersten Mal die der Kabelabonnenten. In Polen werden fünf Bouquets verbreitet und ein sechstes war (vom öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter nach dem Modell von Freesat) für Herbst 2009 angekündigt. Zu den klassischen Angeboten Cyfra+ (Gruppe Canal+, seit 1998) und Polsat (Polsat-Gruppe, seit 1999) kam 2006 ein drittes Bouquet hinzu: N (ITI-Gruppe). TP (der klassische Telekombetreiber, der von France Telecom kontrolliert wird)

in autumn 2009 by telecommunications operator Netia and the ITI group, which may help to stimulate the market.

A licence for operating a mobile television service was granted to the Info TV-FM firm in March 2009. This company was favoured over the consortium formed by the four mobile telephony operators. The licence covers 31 cities until 2015, followed by national coverage until 2023. The service should be operational by the end of 2009.

2009 is also the year when digital terrestrial television will be launched in Poland. The first multiplex, comprising seven channels (taken from the analogue terrestrial network) and broadcasting in the MPEG-4 AVC format, will be launched in September 2009. It should be available throughout the country in 2011. Two other multiplexes are planned and analogue signals are due to be switched off on 31 July 2013.

The seven channels available on the first DTT multiplex include three public channels (TVP1, TVP2 and TVP Info), the main private channels Polsat, TVN, TV4 (ITI) and the Catholic regional channel TV Puls, which is controlled by the Franciscan order. TV Puls has been seeking an investor since News Corp. sold its 35% share in the company that operates the channel in November 2008.

A new Broadcasting Act was debated in Poland and finally adopted by the Parliament (Sejm) in May 2009. The Act's provisions include measures to abolish the licence fee, create a fund to compensate for the public broadcaster's resulting loss of income, restructure its regional services and redefine its public service remit. However, in Summer 2009, the Polish President announced that he would not sign the Act, thus reopening the debate on its future.

Trois opérateurs proposent pourtant des offres de télévision par protocole IP, le leader étant TP avec son service Videostada. Une quatrième offre est attendue à l'automne 2009 par l'opérateur de télécommunications Netia et le groupe ITI, qui permettra peut être de dynamiser le marché.

La licence permettant d'opérer un service de télévision mobile a été octroyée à la firme Info TV-FM en mars 2009. Elle a été préférée au consortium formé par les quatre opérateurs de téléphonie mobile. La licence prévoit la couverture de 31 villes jusqu'en 2015 puis une couverture nationale jusqu'en 2023. Le service devrait être opérationnel à la fin de l'année 2009.

2009 sera aussi l'année du lancement de la télévision numérique terrestre en Pologne. Le premier multiplex comportant sept chaînes (reprises du réseau analogique terrestre) et émettant en MPEG-4 AVC, sera inauguré en septembre 2009. Sa couverture nationale devrait être atteinte en 2011. Deux autres multiplex sont prévus et la date pour l'extinction des transmissions analogiques est fixée au 31 juillet 2013.

Parmi les sept chaînes transmises par le premier multiplex du réseau de TNT se trouvent trois chaînes publiques (TVP1, TVP2 et TVP Info), les grandes chaînes privées Polsat, TVN, TV4 (ITI) mais aussi la chaîne régionale catholique TV Puls, contrôlée par l'Ordre franciscain. TV Puls cherche un investisseur depuis le départ de News Corp. qui a revendu sa part de 35% dans l'entreprise éditrice de la chaîne en novembre 2008.

Une nouvelle loi sur la radiodiffusion a été débattue en Pologne et finalement adoptée par le Parlement (Sejm) en mai 2009. Le texte prévoit entre autres la suppression de la redevance, la mise en place d'un fonds compensant les revenus du radiodiffuseur public, une restructuration de ses antennes régionales ou encore la redéfinition des missions de service public. Au cours de l'été 2009, le président polonais a toutefois annoncé son intention de ne pas signer ce texte, relançant le débat sur l'avenir du texte.

hat 2008 das Bouquet Neostrada gestartet, zeitgleich mit dem Sendebeginn von TNK (Telewizja na Karte), einem Prepaid-Angebot von ITI ohne Abonnement.

Die anderen Verbreitungsarten von Fernsehprogrammen bleiben in Polen weiterhin eine Randerscheinung. Dabei haben drei Betreiber ein IPTV-Fernsehangebot, von denen TP mit seinem Dienst Videostada führend ist. Ein viertes Angebot wird für Herbst 2009 vom Telekom-Betreiber Netia und der ITI-Gruppe erwartet, was dem Markt vielleicht neuen Schwung verleihen wird.

Die Lizenz zum Betrieb eines Fernsehdienstes für mobile Empfangsgeräte wurde im März 2009 an das Unternehmen Info TV-FM vergeben. Es erhielt den Zuschlag vor dem Konsortium aus den vier Mobilfunkbetreibern. Die Lizenz sieht eine Abdeckung von 31 Städten bis 2015 vor und eine landesweite Abdeckung bis 2023. Der Dienst sollte bis Ende 2009 operationell sein.

2009 ist auch das Jahr, in dem in Polen das digitale terrestrische Fernsehen den Betrieb aufnimmt. Der erste Multiplex mit sieben Sendern aus dem analogen terrestrischen Netz, die in MPEG-4 AVC ausgestrahlt werden, sollte im September 2009 seine Arbeit aufnehmen. Die landesweite Abdeckung soll 2011 erreicht sein. Zwei weitere Multiplexe sind geplant, und das Datum für die Abschaltung der analogen Übertragung wurde auf den 31. Juli 2013 festgelegt.

Unter den ersten sieben DVB-T-Sendern finden sich drei öffentlich-rechtliche Programme (TVP1, TVP2 und TVP Info), die großen Privatsender Polsat, TVN und TV4 (ITI), aber auch den katholischen Regionalsender TV Puls, der vom Franziskanerorden kontrolliert wird. Seitdem News Corp. im November 2008 seinen 35 %-Anteil an dem Fernsehunternehmen verkauft hat, ist TV Puls auf der Suche nach einem Investor.

Ein neues Rundfunkgesetz wurde in Polen diskutiert und schließlich im Mai 2009 vom Parlament verabschiedet. Der Text sieht unter anderem die Abschaffung der Fernsehgebühren vor, die Einrichtung eines Ausgleichsfonds für den öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter, eine Umstrukturierung seiner Regionalanstalten und die Neudefinition des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Im Sommer 2009 hat der polnische Staatspräsident allerdings angekündigt, dass er diesen Text nicht unterzeichnen werde, was die Diskussion um die Zukunft des Gesetzes neu entfachte.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	38 136	Eurostat
Households		–	13 051	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		97,3%	12 699	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		34,0%	4 440	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		3,8%	492	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		41,9%	5 468	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		36,4%	4 754	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0,7%	87	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,2%	20	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		41,0%	5 353	European Audiovisual Observatory
Households with PC		60,2%	7 861	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		28,7%	3 752	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	91	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	677	UPC Telewizja Kablowa, Vectra, Multimedia Polska, Aster, Toya etc...
Satellite packagers	5	Canal+ Cyfrowy (Canal+), ITI Neovision (2 packages : "N" and "TNK"), Polsat Cyfrowy, TP SA (France Telecom), TVP
IPTV packagers	3	Multimedia Polska, TP SA (France Telecom), Telefonica Dialog
DTT multiplex operators and packagers	1	TP Emitel
Mobile phone TV packagers	3	Centertel SP (France Telecom), Info-TV FM, Polska Telefonica Cyfrowa,

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	4	7
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		5	51	56
Regional/Local		0	266	266
Regional/Local windows		16	0	16
Channels targeting foreign markets		1	1	2
Total		25	322	347
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	69	71

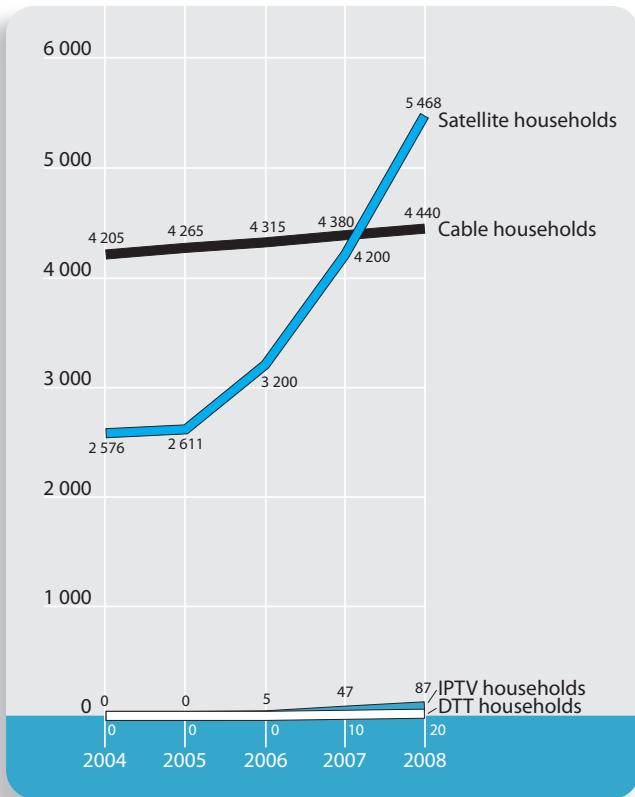
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial (Mux1)	Cable UPC Polska	Cable Vectra	Satellite Cyfrowy Polsat	Satellite Canal+ Cyfrowy Cyfra+	IPTV TP SA Videostada
Generalist - national		5	7	7	6	5	5
Generalist - foreign			2	8		4	4
Adult			3	7	1	1	
Children			11	24	8	6	11
Culture/ education/ documentary			22	24	5	11	9
Minority interest groups							
Entertainment/ TV fiction/ games	1		22	25	11	19	14
Film			12	11	14	17	11
Home shopping			1	1		1	2
International linguistic and cultural			2	3		3	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel			15	18	9	11	7
Music			7	7	2	7	5
News/ business	1		18	18	5	12	12
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local			2	2		2	1
Religion			2	2		1	2
Sports			16	13	29	32	13
Various			1	1	1	1	1
Total		7	143	171	91	133	102

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

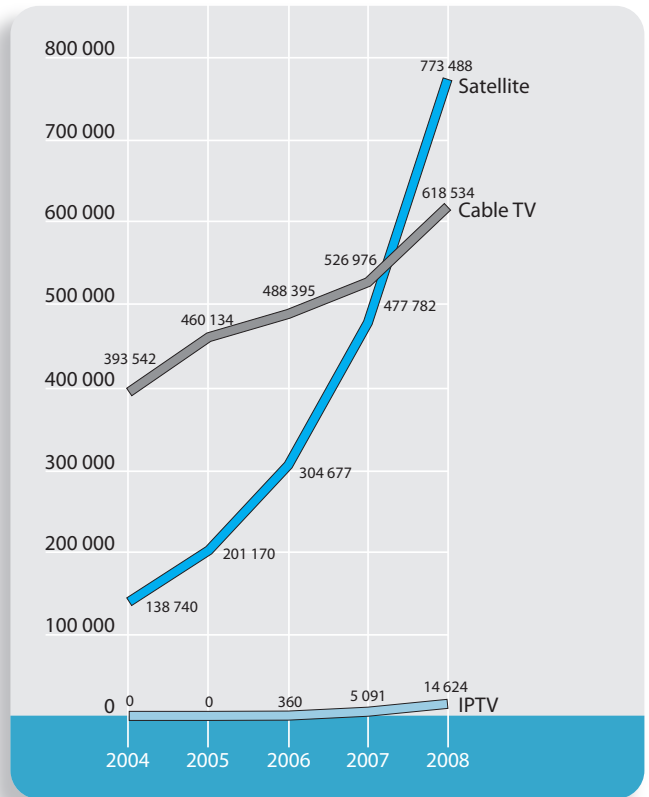
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

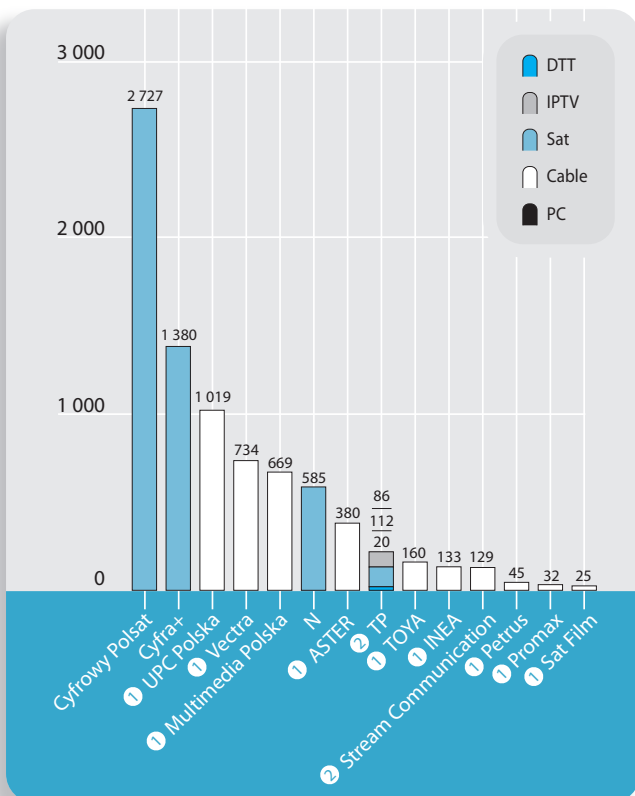
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.

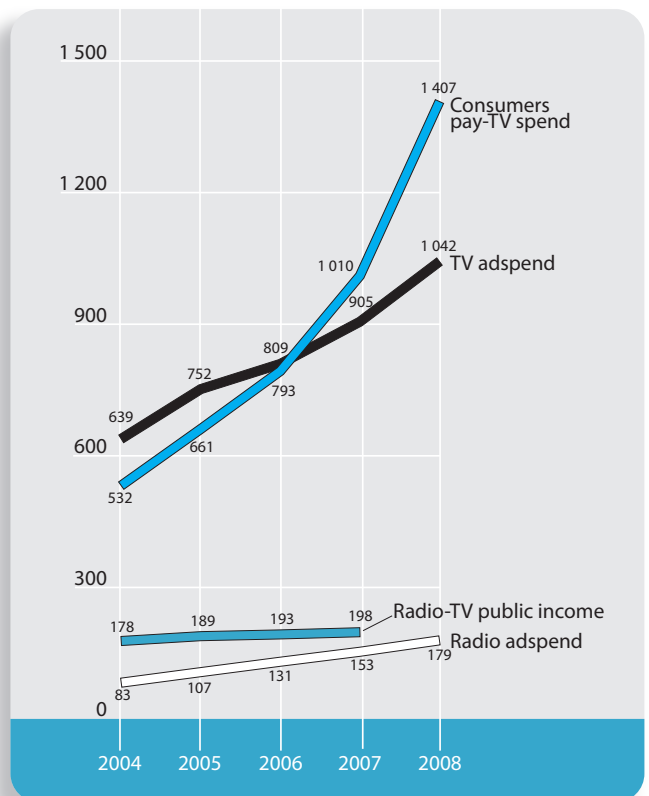


1 as at 30.6.2009.
2 as at 31.3.2009.

Source: PIKE / European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.PL.1
G.1.PL.1Operating revenues of main TV companies in Poland
2005-2008 EUR million.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Telewizja Polska SA	sptv, sat-tv	TVP1, TV22, TVP3, TVP Polonia	474,5	504,1	588,8	~	~
TVN SP Z.O.O.	adtv	TVN, TVN Siedem, TVN Style	204,4	260,6	383,6	404,7	5,5%
<i>p.m.</i> TVN 24 SP Z.O.O.	thtv	TVN 24	51,5	-	-	-	-
Telewizja Polsat SA	adtv	Polsat, Polsat 2, Polsat Sport	187,0	188,2	248,3	244,6	-1,5%
HBO Polska Sp. Z.O.O.	paytv	HBO	15,9	17,8	20,0	~	~
Polskie Media S.A.	adtv	TV4 Polska	15,4	18,1	20,0	18,6	-6,8%
TV Asta SP Z.O.O.	rtv	TV Asta	~	0,2	8,0	~	~
Mango Media	hstv	Telezakupy Mango 24	3,0	4,2	7,8	~	~
Media Biznes SP Z.O.O.	thtv	TV Biznes	0,9	n.a.	3,7	~	~
Kino Polska TV SP Z.O.O.	pay-tv	Kino Polska	2,0	2,2	3,4	3,5	2,9%
4Fun Media S.A.	thtv	4fun.tv	0,9	2,0	3,2	~	~
Telewizja Odra SP Z.O.O.	rtv	TV Odra	~	1,7	2,5	~	~
Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Telekomunikacja Polska S.A. ①	3Play, sat-tv	Videostrada TV	3 257,4	2 947,2	2 879,0	2 448,1	-15,0%
Centerel SP Z.O.O. ①	3G TV	Orange Mobilna Telewizja i Wideo	1 669,6	1 989,2	2 289,5	~	~
Polska Telefonia Cyfrowa SP Z.O.O. ①	3G TV	Era TV & Video	1 769,1	1 886,7	2 123,5	~	~
Vectra S.A. (cons.) ①	3Play	Vectra Telewizja	221,5	260,3	297,7	~	~
Polsat Cyfrowy S.S.	sat-tv	Polsat Cyfrowy	66,2	122,5	221,5	274,4	23,9%
Canal + Cyfrowy SP Z.O.O. ②	sat-tv	Cyfra+ (Canal+, Ale Kino,...)	215,3	229,5	265,6	264,5	-0,4%
Netia S.A. ①	3Play	Netia Telewizja Kablowa	197,8	231,8	235,9	~	~
Telefonia Dialog S.A. ①	3Play	Dialog Telewizja Cyfrowa	133,1	133,5	146,6	~	~
Multimedia Polska S.A. ①	3Play	Multimedia Telewizja	28,3	78,9	99,4	102,7	3,3%
Aster SP Z.O.O. ①	3Play	Aster Telewizja	-	59,8	96,2	~	~
<i>p.m.</i> Aster City Cable SP Z.O.O.	CATV	Aster Telewizja	61,2	-	-	-	-
UPC Polska SP Z.O.O. ①	3Play	Telewizja UPC	-	-	92,7	~	~
<i>p.m.</i> UPC Telewizja Kablowa SP Z.O.O.	CATV	Telewizja UPC	126,1	138,9	~	~	~
ITI Neovision SP Z.O.O.	sat-tv	N	~	3,9	31,2	~	~
Toya SP Z.O.O. ①	3Play	Toya Telewizja	17,1	18,6	24,5	~	~
Inea S.A. ①	3Play	Telewizja INEA	10	8,9	11,1	~	~
Asta-Net Maldzinski ①	3Play	Asta-Net TV	2,5	3,1	4,4	~	~

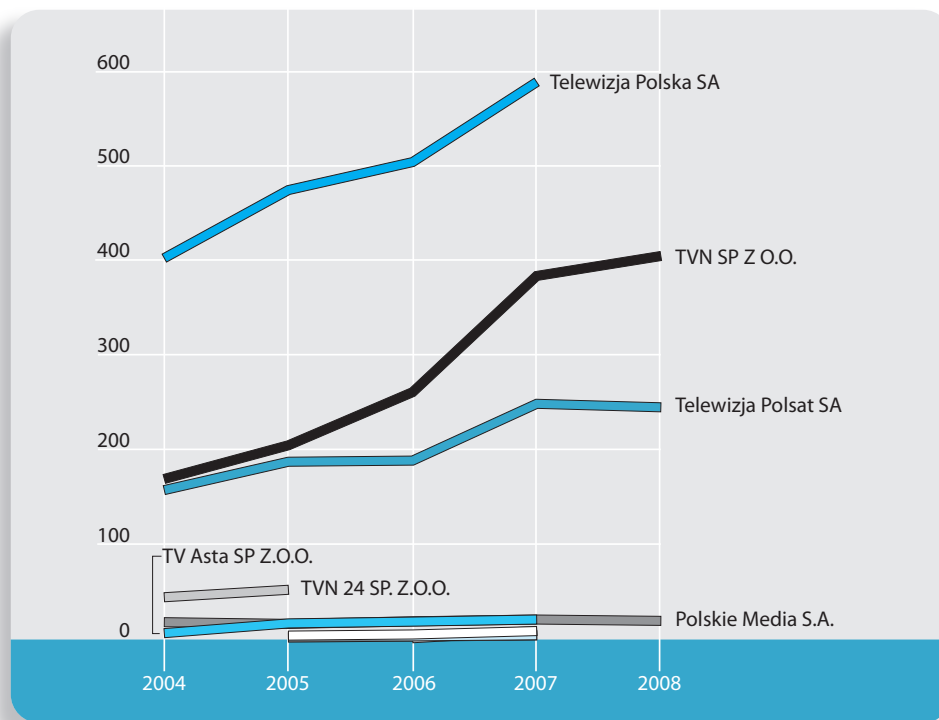
① Includes telecommunication activities.

② Includes broadcasting activities.

T.1.PL.1
G.1.PL.1

Operating revenues of main TV companies in Poland (Continued) 2005-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory

T.1.PL.2
G.1.PL.2TVP financial situation
2004-2007 EUR thousand.

Income	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Total public income	127 800	137 200	138 500	145 900	32,4%	28,2%	27,2%	24,7%	5,3%
- Aid/Grants	1 200	800	1 300	800	0,3%	0,2%	0,3%	0,1%	-38,5%
- Licence fee	126 600	136 400	137 200	145 100	32,1%	28,0%	27,0%	24,6%	5,8%
Total commercial income	241 100	292 700	303 900	354 900	61,2%	60,1%	59,7%	60,1%	16,8%
- Advertising	223 200	266 300	276 200	324 600	56,6%	54,7%	54,3%	54,9%	17,5%
- Sponsorship	17 900	26 400	27 700	30 300	4,5%	5,4%	5,4%	5,1%	9,4%
Other income	25 200	56 900	66 600	90 200	6,4%	11,7%	13,1%	15,3%	35,4%

Total	394 100	486 800	509 000	591 000	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	16,1%
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------

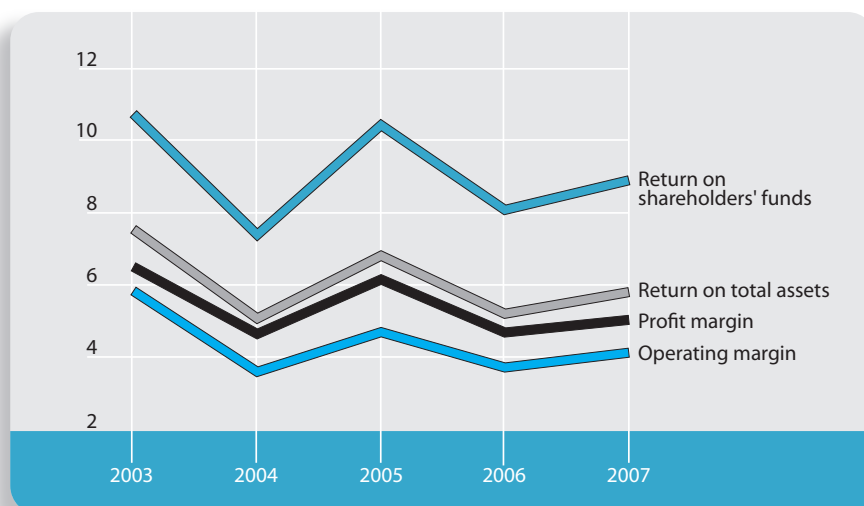
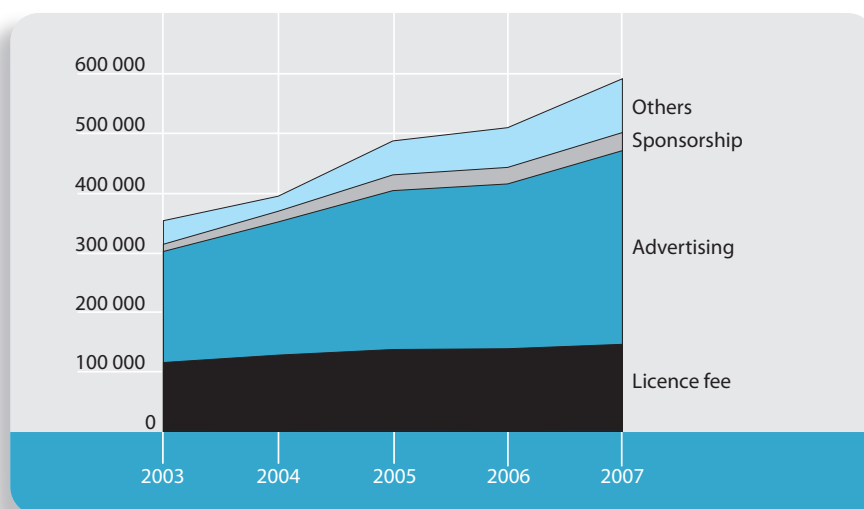
Source: TVP / UER-EBU

Total operating revenues	402 450	474 499	504 119	588 755					16,8%
---------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	--	--	--	--	--------------

Expenditure	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007	2007/06
Purchase of goods and services	230 229	264 895	286 915	332 109	59,4%	58,6%	59,1%	59,3%	15,8%
Cost of personnel	93 799	112 329	120 724	145 484	24,2%	24,8%	24,9%	26,0%	20,5%
Depreciation	63 862	74 911	77 714	82 853	16,5%	16,6%	16,0%	14,8%	6,6%
Operating expenditure	387 890	452 135	485 353	560 446	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	15,5%

Net result	11 973	15 124	14 941	24 000					60,6%
Operating margin (%)	3,62	4,71	3,70						

Source: Amadeus / European Audiovisual Observatory



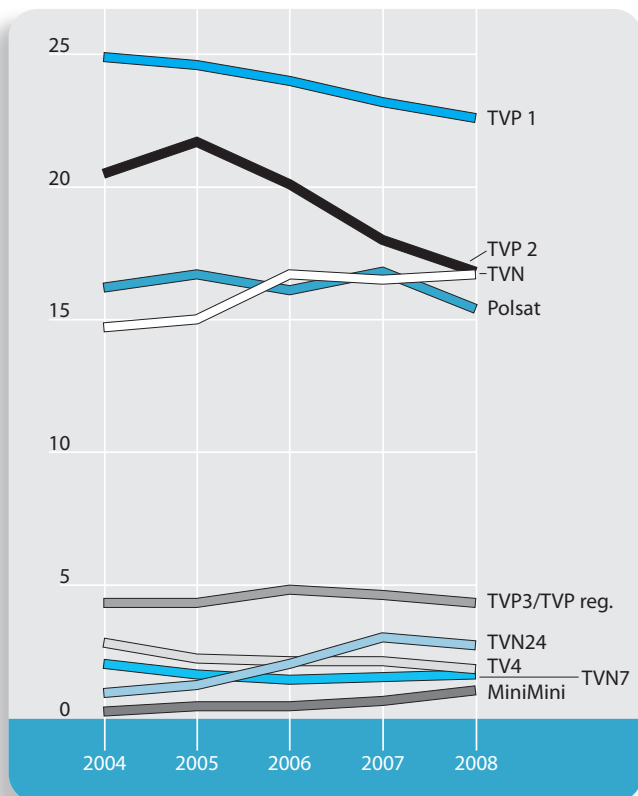
T.1.PL.3
G.1.PL.3

TV audience market share in Poland
2004-2008 In %, 4 years +.

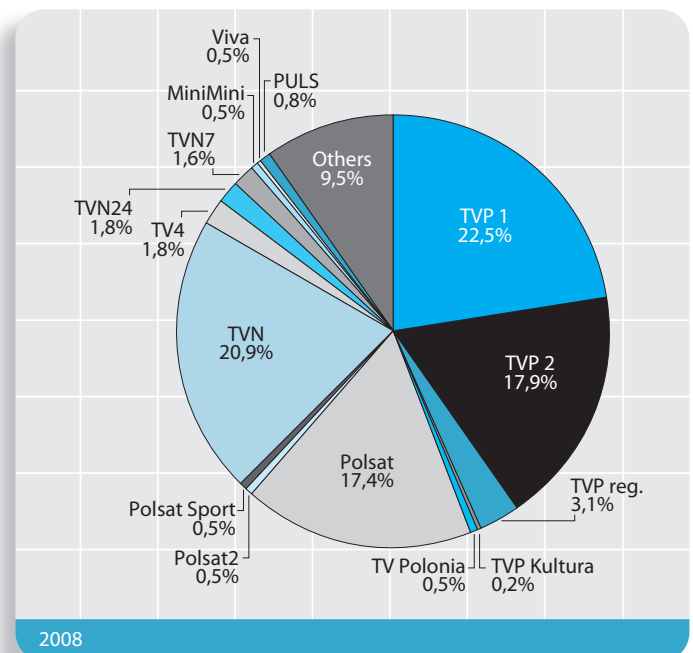
Channels	Daily share					Prime time (18:30 - 22:30)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TVP 1	24,9	24,6	24,0	23,2	22,6	24,8	25,0	25,1	23,6	22,5
TVP 2	20,5	21,7	20,1	18,0	16,8	21,4	21,7	19,9	18,3	17,9
TVP3/TVP reg.	4,3	4,3	4,8	4,6	4,3	3,9	3,6	3,6	3,3	3,1
TVP Kultura	-	0,0	0,1	0,1	0,1	-	0,0	0,1	0,1	0,2
TV Polonia	1,4	1,0	0,8	0,7	0,7	0,9	0,7	0,6	0,5	0,5
Total Polish public channels	51,1	51,6	49,8	46,6	44,5	51,0	51,0	49,3	45,8	44,2
Polsat	16,2	16,7	16,1	16,8	15,4	18,0	18,0	17,0	18,3	17,4
Polsat 2	0,4	0,4	0,5	0,6	0,8	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5
Polsat Sport	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5
TVN	14,7	15,0	16,7	16,5	16,7	17,3	17,7	20,9	20,6	20,9
TV4	2,8	2,2	2,1	2,1	1,8	2,7	2,2	1,9	2,0	1,8
TVN24	0,9	1,2	2,0	3,0	2,7	0,5	0,7	1,2	1,9	1,8
TVN7	2,0	1,6	1,4	1,5	1,6	2,0	1,6	1,4	1,4	1,6
MiniMini	0,2	0,4	0,4	0,6	1,0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,5
Viva	0,4	0,4	0,5	0,5	0,8	0,3	0,2	0,3	0,3	0,5
PULS (TN/TV Puls)	0,5	0,4	0,4	0,5	0,8	0,5	0,4	0,4	0,5	0,8
Total main Polish private channels	38,4	38,6	40,5	42,6	42,2	42,0	41,6	44,0	46,2	46,3
Cartoon Network	0,9	0,8	0,8	0,6	0,7	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5
Jetix/FoxKids	0,8	0,6	0,7	0,7	0,7	0,5	0,3	0,5	0,5	0,4
Eurosport	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,4
Discovery	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4
Main foreign channels	2,8	2,5	2,5	2,2	2,4	1,8	1,6	1,6	1,4	1,7
Others	7,7	7,3	7,2	8,6	10,9	5,2	5,8	5,1	6,6	7,8

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

Daily share. In %, 4 years +.



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



There are three important national channels in Portugal, two private and the public channel RTP1. In 2008, TVI (Grupa Media Capital) still had the largest audience market share with 30,5%. The other two channels, the private channel SIC (Impresa) with 24,9%, and the public RTP1 with 23,8% remain very close. The second public service channel RTP2 had a share of 5,6%. Plans to introduce a fifth national terrestrial channel to be broadcast on the DTT platform have been delayed. The regulatory authority (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social* - ERC) decided in April 2009 to exclude two applicants for the license tender. One of these, Telecinco, has been successful in securing an injunction through the courts regarding the tender process until its case has been reviewed.

According to the *Autoridade Nacional da Comunicações* (Communications Regulatory Authority – Anacom), in June 2009 about 1.45 million households were able to receive pay-TV by cable, of which 46% (672 000) were digital, while 597 000 households subscribed to a satellite pay-TV service. Several pay-TV operators offer services on different platforms. Zon Multimedia (formerly PT Multimedia and separated from PT Comunicações (Portugal Telecom) in 2007) is the main pay-TV player in Portugal through its cable and satellite broadcasting subsidiary Zon TV Cabo, which had over 1.52 million subscribers at the end of 2008. In July 2009, a significant further consolidation of the cable market occurred when the three cable companies Bragatel, TVTEL and Pluricanal were incorporated into Zon TV Cabo. The company Cabovisao (owned by the Canadian company Cogeco Cable) is the second player in the cable market with over 360 000 customers in August 2009. Almost one third of these were digital customers.

Portugal Telecom offers both an IPTV and a satellite television service known as Meo TV, which in total had more than 500,000 subscribers in October 2009. PT now also operates the DTT multiplex (see below). There are two other IPTV services available in Portugal. Since April 2006 Sonacom (a subsidiary of Sonae and France Télécom) has offered its broadband subscribers a triple-play service (Clix SmarTV). Vodafone also have a service "Casa TV" offered as part of double and triple play services. According to Anacom data from June 2009, 322 000 homes were subscribed to such other services (IPTV and FTH).

The introduction of DTT was initiated in early 2008 with one tender for a free-to-air multiplex (A) and a second tender for five multiplexes providing pay-TV services (two with national coverage B and C, and a further three on partial territorial

Le Portugal compte trois grandes chaînes nationales : deux privées et la chaîne publique RTP1. En 2008, TVI (Grupa Media Capital) réalise toujours la meilleure part de marché (30,5 %). Ses concurrentes, la chaîne privée SIC (Impresa) avec 24,9 % et la chaîne publique RTP1 avec 23,8 %, restent très proches. La deuxième chaîne de service public RTP2 a une part de 5,6 %. Le lancement d'une cinquième chaîne terrestre nationale, basée sur la plate-forme TNT, est retardé. En avril 2009, l'autorité de régulation (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social* - ERC) a décidé d'exclure deux candidats de l'appel d'offres pour l'octroi de licences. L'un d'eux, Telecinco, a obtenu des tribunaux la suspension provisoire de l'appel d'offres jusqu'à la révision de son affaire.

Selon l'*Autoridade Nacional da Comunicações* (autorité de régulation des communications – Anacom), en juin 2009, la diffusion à péage par câble concerne environ 1,45 million de foyers, dont 46 % (672 000) en numérique, tandis que 597 000 foyers sont abonnés à un service de télévision payante par satellite. Plusieurs opérateurs de la télévision à péage proposent leurs services sur différents plates-formes. Zon Multimedia (anciennement PT Multimedia, séparée de PT Comunicações (Portugal Telecom) en 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, qui compte plus de 1,52 million d'abonnés fin 2008. En juillet 2009, la consolidation du marché du câble se poursuit avec le regroupement de trois câblo-opérateurs, Bragatel, TVTEL et Pluricanal, pour créer Zon TV Cabo. La société Cabovisao (appartenant à l'entreprise canadienne Cogeco Cable) est le deuxième acteur du marché du câble avec plus de 360 000 clients en août 2009, dont presque un tiers bénéficie de l'offre numérique.

Portugal Telecom offre un service de télévision disponible par IPTV et par satellite, Meo TV, qui compte plus de 500 000 abonnés en octobre 2009. Désormais, PT gère également les multiplex TNT (voir ci-dessous). Deux autres services IPTV existent au Portugal. Depuis avril 2006, Sonacom (filiale de Sonae et de France Télécom) propose aussi un service triple-play à ses abonnés haut-débit (Clix SmarTV). Vodafone propose son service "Casa TV" dans le cadre de ses offres double et triple play. Selon les données de l'Anacom datant de juin 2009, 322 000 foyers sont abonnés à ce type de services (IPTV et FTH).

L'introduction de la TNT commence début 2008 avec la publication d'un appel d'offre pour un multiplex (A) gratuit et d'un autre pour cinq multiplex fournissant

In Portugal gibt es drei große landesweite Sender, zwei private und den öffentlich-rechtlichen Sender RTP1. Den höchsten Marktanteil hatte 2008 nach wie vor TVI (Grupa Media Capital) mit 30,5 %. Dicht dahinter folgen die Privatsender SIC (Impresa) mit 24,9 % und RTP1 mit 23,8 %. Der zweite öffentlich-rechtliche Sender RTP2 kam auf einen Anteil von 5,6 %. Die geplante Einführung eines fünften landesweiten terrestrischen Senders über die DVB-T-Plattform musste zurückgestellt werden. Die Medienregulierungsbehörde (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social* – ERC) hat im April 2009 zwei Bewerber aus dem Ausschreibungsverfahren ausgeschlossen, von denen einer, Telecinco, mit Erfolg vor Gericht eine einstweilige Verfügung erwirkt hat, wonach das Verfahren bis zur Überprüfung des Falls ausgesetzt wird.

Nach Angaben der *Autoridade Nacional da Comunicações* (Regulierungsbehörde für Kommunikation – Anacom) hatten im Juni 2009 rund 1,45 Mio. Haushalte Zugang zu Pay-TV-Sendern über Kabel, davon 46 % (672 000) digital, während 597 000 Haushalte Abonnenten eines kostenpflichtigen Satellitenfernsehendienstes waren. Pay-TV-Dienste werden von mehreren Betreibern über verschiedene Plattformen angeboten. Größter Pay-TV-Akteur in Portugal ist das Unternehmen Zon Multimedia (ehemals PT Multimedia und 2007 aus PT Comunicações (Portugal Telecom) ausgegliedert) mit seinem Tochterunternehmen für Kabel- und Satellitenfernsehen Zon TV Cabo, das Ende 2008 über 1,52 Mio. Abonnenten hatte. Im Juli 2009 gab es mit der Übernahme der drei Kabelnetzbetreiber Bragatel, TVTEL und Pluricanal durch Zon TV Cabo eine weitere deutliche Konsolidierung des Kabelmarktes. Zweitgrößter Akteur auf dem Kabelmarkt ist mit über 360 000 Kunden im August 2009, davon knapp ein Drittel digital, die Firma Cabovisao (im Besitz des kanadischen Betreibers Cogeco Cable).

Portugal Telecom (PT) bietet unter dem Namen Meo TV sowohl einen IPTV-Dienst als auch einen Sat-TV-Dienst an, die im Oktober 2009 zusammen über 500 000 Abonnenten hatten. PT betreibt inzwischen auch die DVB-T-Multiplexe (siehe weiter unten). Es gibt noch zwei weitere IPTV-Dienste in Portugal. Sonacom (eine Tochtergesellschaft von Sonae und France Télécom) bietet seinen Breitbandkunden seit April 2006 einen Triple-Play-Dienst an (Clix SmarTV). Vodafone bietet auch einen Dienst (Casa TV) als Teil eines Double- oder Triple-Play-Paketes an. Nach den Zahlen der Anacom vom Juni 2009 haben 322 000 Haushalte solche Dienste (IPTV und FTH) abonniert.

coverage, D, E and F). PT Comunicações (Portugal Telecom) was awarded the license for the free-to-air multiplex, and the service was officially launched in April 2009. It carries the four national terrestrial channels (RTP 1 and 2, TVI and SIC). In September 2009 PT announced that the service coverage was at 60% of the population. Portugal Telecom also won the tender for the pay-TV multiplex license, although this decision was contested by the other applicant, the Swedish company Airplus. PT planned to launch these services in late 2009.

Recent legislative developments in Portugal include the implementation of the Act of 30 July 2007 that, among other things, addressed television licensing issues, redefined public service financing, and adapted legislation for the introduction of Digital Terrestrial TV. In February 2007 a new Act entered into force that added 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) gained increased powers of supervision over the activities of new entrants and television operators already holding a license.

A draft law on pluralism and non-concentration of the media was approved on 19 June 2008 by the Council of Ministers of the Portuguese government. The text, among other issues, for the first time proposed introducing rules on cross media ownership in Portugal. It also proposed provisions preventing government and state authorities from owning the media. Although the law made it through parliament, the draft law was vetoed by the Portuguese president in March and in May 2009.

des services de télévision à péage (deux avec couverture nationale, B et C, et trois autres avec une couverture partielle, D, E et F). La licence pour le multiplex gratuit est attribuée à PT Comunicações (Portugal Telecom) qui lance officiellement son service en avril 2009. Il transmet les quatre chaînes terrestres nationales (RTP 1 et 2, TVI et SIC). En septembre 2009, PT annonce couvrir 60 % de la population. Portugal Telecom remporte également l'offre pour la licence des multiplex de la télévision à péage, bien que cette décision soit contestée par l'autre candidat, la société suédoise Airplus. PT prévoit de lancer ces services fin 2009.

Les récents développements législatifs au Portugal incluent l'entrée en vigueur de la loi du 30 juillet 2007 qui, entre autre, réglemente l'octroi des licences de télévision, redéfinit le financement du service public et adapte la législation à l'introduction de la TNT. En février 2007 une nouvelle loi apportant une touche finale au processus de fusion des radiodiffuseurs radiophoniques et télévisuels de service public est entrée en vigueur. Dans ce nouveau cadre, l'autorité de régulation des médias (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social*- ERC) dispose de pouvoirs de contrôle accrus des activités des nouveaux opérateurs télévisuels et de ceux déjà titulaires d'une licence.

Un projet de loi relative au pluralisme et à la non-concentration des médias a été approuvé le 19 juin 2008 par le Conseil des ministres du Gouvernement portugais. Ce texte propose notamment d'introduire des règles sur la propriété croisée de médias au Portugal. Il contient également des dispositions empêchant le Gouvernement et les autorités nationales de posséder des médias. Bien que la loi ait été adoptée par le Parlement, le président portugais y a opposé son veto en mars et mai 2009.

Die Einführung von DVB-T wurde Anfang 2008 mit einer Ausschreibung für eine Multiplex-Plattform für frei empfangbare Sender (A) und eine weitere Ausschreibung für fünf Multiplex-Plattformen für Pay-TV-Dienste (B und C landesweit und D bis F regional) auf den Weg gebracht. Die Lizenz für die Free-TV-Plattform wurde PT Comunicações (Portugal Telecom) zugesprochen, die offizielle Inbetriebnahme erfolgte im April 2009. Über diesen Multiplex wird das Programm der vier landesweiten terrestrischen Sender (RTP 1 und 2, TVI und SIC) ausgestrahlt. Im September 2009 lag die Abdeckung laut Angaben von PT bei 60 % der Bevölkerung. Portugal Telecom wurden auch die Lizenzen für den Betrieb der Pay-TV-Multiplexe zugesprochen, wobei diese Entscheidung vom zweiten Bewerber (der schwedischen Firma Airplus) angefochten wurde. Die Inbetriebnahme dieser Dienste war für Ende 2009 vorgesehen.

Zu den jüngsten Entwicklungen in der portugiesischen Gesetzgebung gehört die Umsetzung des Gesetzes vom 30. Juli 2007, mit dem unter anderem die Vergabe von Fernsehlicenzen, die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie die Vorschriften in Verbindung mit der Einführung des terrestrischen Digitalfernsehens neu geregelt wurden. Im Februar 2007 trat ein neues Gesetz in Kraft, das den Zusammenschluss der öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehveranstalter endgültig abschloss. Innerhalb dieses neuen Rahmens erhielt die Regulierungsbehörde *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* größere Befugnisse bei der Beaufsichtigung der Aktivitäten der neuen und der bereits zugelassenen Fernsehveranstalter.

Am 19. Juni 2008 wurde vom portugiesischen Kabinett ein Gesetzentwurf für Medienvielfalt und gegen Medienkonzentration verabschiedet. Darin wird unter anderem zum ersten Mal die Einführung von Vorschriften für diagonale Medienkonzentration in Portugal vorgeschlagen. Hinzu kommen Vorschläge, die eine Beteiligung von Regierungsorganen oder staatlichen Stellen an Medien verhindern sollen. Der Entwurf hat zwar das Parlament passiert, wurde aber durch ein zweimaliges Veto des portugiesischen Präsidenten im März und im Mai 2009 gestoppt.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	10 627	Eurostat
Households		–	3 892	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		99,3%	3 865	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		37,9%	1 475	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		14,4%	560	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		17,8%	692	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		14,4%	560	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		4,8%	188	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,0%	0	
Total digital TV households		33,6%	1 308	European Audiovisual Observatory
Households with PC		52,6%	2 046	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		39,4%	1 533	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	122	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	8	Cabovisao, Lazer Visao, Zon,...
Satellite packagers	2	Portugal Telecom (Meo), Zon Multimedia (TV Cabo)
IPTV packagers	3	Portugal Telecom (Meo), Soneacom, Vodafone
DTT multiplex operators	1	Portugal Telecom
Mobile phone TV packagers	3	Portugal Telecom, TMN, Vodafone

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		5	40	45
Regional/Local		2	2	4
Regional/Local windows				
Channels targeting foreign markets		4	5	9
Total		13	49	62
<i>Foreign channels targeting the country</i>		<i>1</i>	<i>37</i>	<i>38</i>

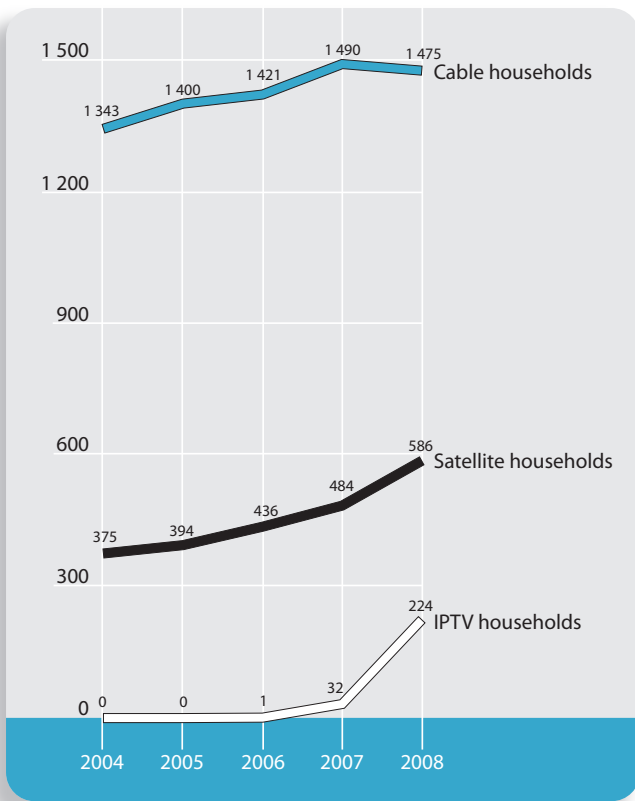
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Digital terrestrial	Cable Zon Multimedia	Cable Cabovisao	Satellite Zon Multimedia	Satellite MEO Portugal Telecom	IPTV MEO Portugal Telecom
Generalist - national		4	5	5	5	5	5
Generalist - foreign			6	4	3		5
Adult			3	2	2		4
Children			6	5	5	6	6
Culture/ education/ documentary			8	7	4	7	9
Minority interest groups			1				3
Entertainment/ TV fiction/ games			12	7	11	10	9
Film			7	8	7	7	9
Home shopping			1				
International linguistic and cultural			7	6	4	5	9
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	8	4	3	11
Music			9	9	8	7	11
News/ business			14	12	11	13	15
Parliament/ government/ administration			1		1		1
Regional/ local			1	1	3	2	2
Religion							
Sports			8	10	10	18	20
Various			2	1	2	1	2
Total		4	97	85	80		121

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

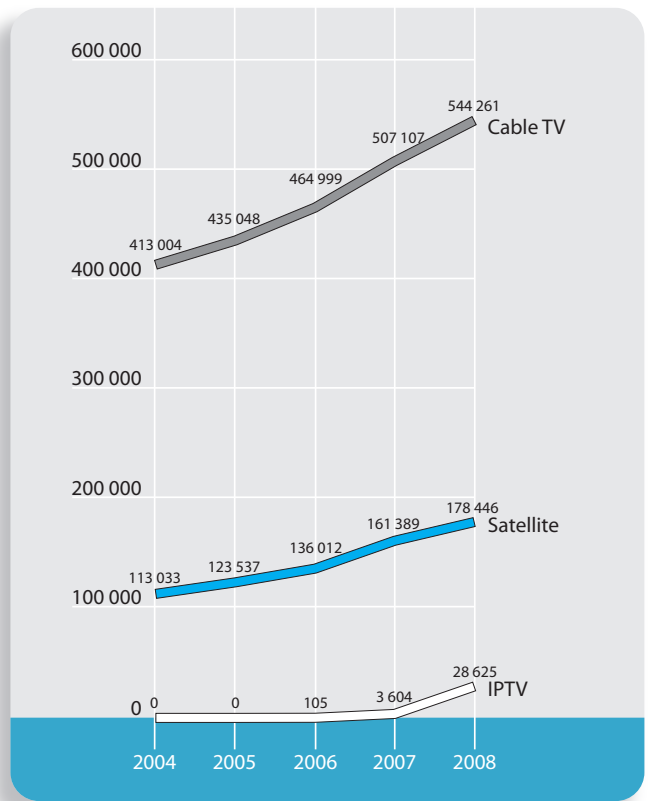
In thousands.



Source:

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

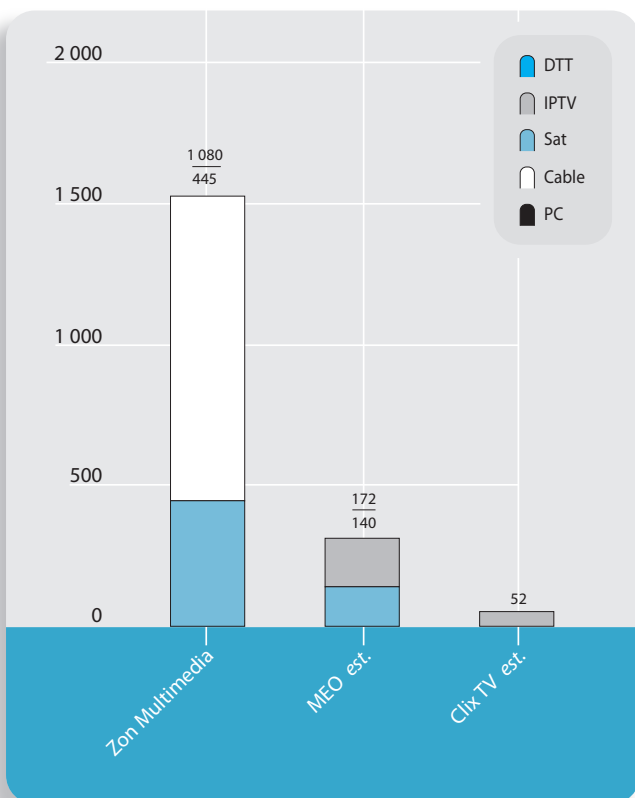
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

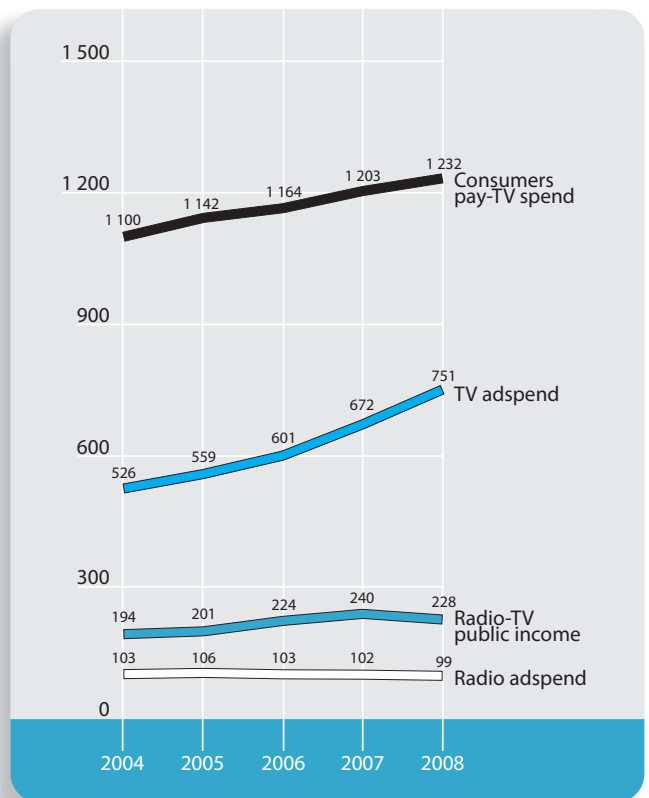
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.PT.1
G.1.PT.1

Operating revenues of main television companies in Portugal

2005-2008 EUR thousand.

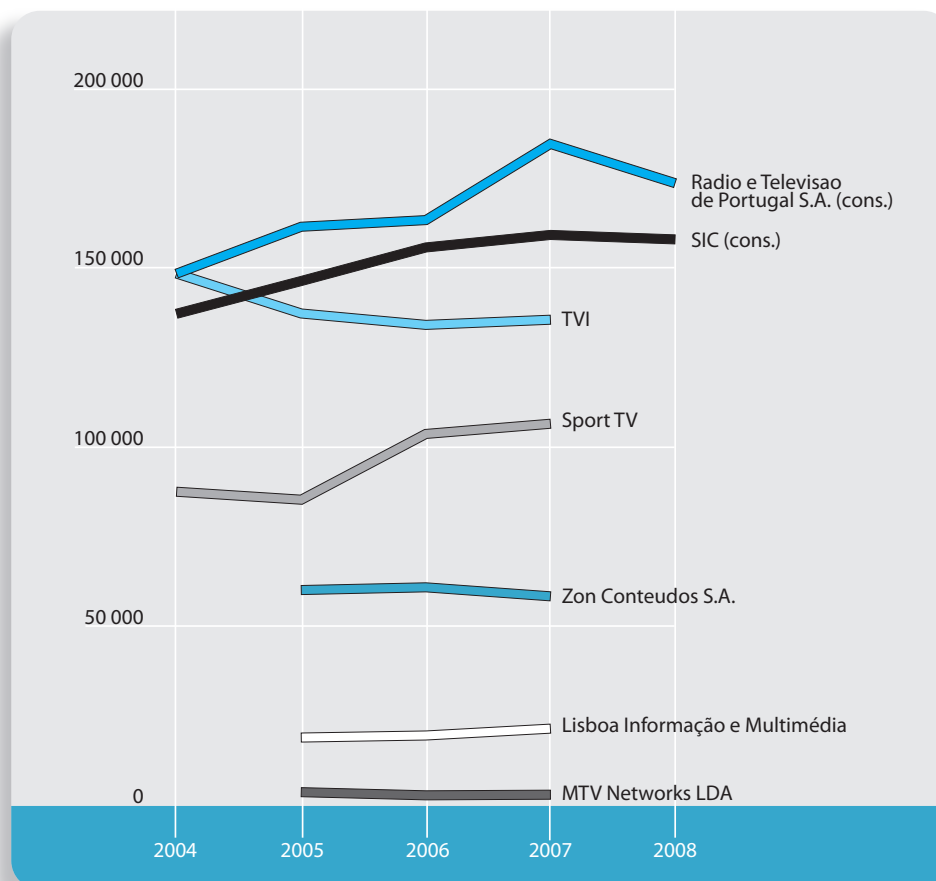
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Radio e Televisao de Portugal S.A. (cons.)	sptv	RTP1, LaDos	266 106	292 150	314 853	298 348	-5,2%
SIC (cons.)	adtv	SIC	161 532	163 392	184 681	173 716	-5,9%
TVI est.	adtv	TVI	146 374	155 745	159 241	158 000	~
Sport TV	thtv	Sport TV	85 266	103 637	106 491	~	~
Zon Conteudos S.A.	thtv	TV Cine, Canal 21, MOV	60 021	60 780	58 266	~	~
Lisboa Informação e Multimédia	thtv	SIC Noticias	18 809	19 380	21 296	~	~
MTV Networks LDA	thtv	MTV Portugal	3 544	2 662	2 835	~	~

Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Portugal Telecom S.A. (cons.) ①	4play, Tv-sat, 3G TV	Meo TV, Meo, Satellite TV	6 385 418	6 342 947	6 148 409	6 734 307	9,5%
p.m. TMN - Telecomunicações Movias Nacionais S.A. ①	3G TV	Meo Mobile	1 555 896	1 504 565	1 552 620	~	~
Vodafone Portugal S.A. ①	3G TV	Vodafone Mobile TV	1 321 715	1 390 524	1 510 062	~	~
Soanecom - Serviços de Comunicações S.A. ①	3play	Clix TV	163 844	205 450	348 540	872 247	150,3%
Zon TV Cabo Portugal S.A. ①	4play	Zon TV	493 247	527 224	579 950	632 385	9,0%
TV Tel Comunicações S.A. ①	CATV, ISP	Zon TVTEL	7 760	13 394	20 057	~	~
Pluricanal Leiria Televisao por Cabo S.A. ①	3play	Zon Pluricanal	3 008	3 891	4 633	~	~
Bragatel ①	3play	Zon Bragatel	3 105	3 698	~	~	~

① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory

EUR thousand.



T.1.PT.2
G.1.PT.2

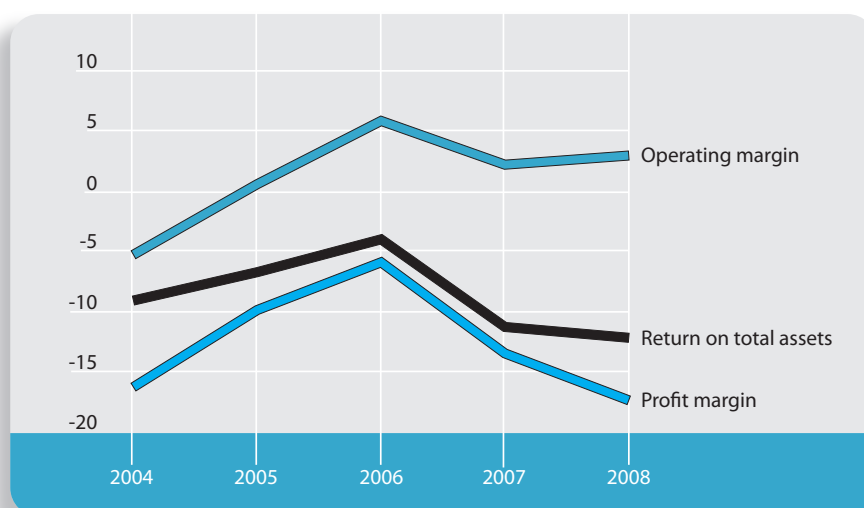
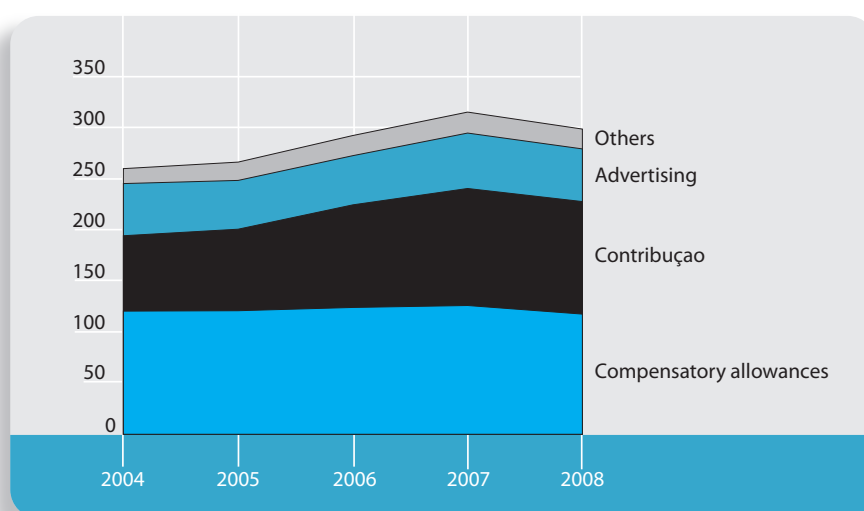
Rádio e Televisão de Portugal S.A. financial situation (consolidated) 2005-2008

EUR million.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Publics funds	200,5	224,3	240,3	227,5	75,3%	76,8%	76,3%	76,2%	-5,3%
- Compensatory allowances	120,8	124	125,9	117,5	45,4%	42,5%	40,0%	39,4%	-6,7%
- Contribução do Audiovisual	79,7	100,3	114,4	110	30,0%	34,3%	36,3%	36,9%	-3,8%
Commercial revenues	65,6	67,8	74,6	70,9	24,7%	23,2%	23,7%	23,8%	-5,0%
- Advertising	47,7	48,1	54,2	51,5	17,9%	16,5%	17,2%	17,3%	-5,0%
- Others	17,9	19,7	20,5	19,4	6,7%	6,7%	6,5%	6,5%	-5,4%
TOTAL	266,1	292,1	314,9	298,4	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-5,2%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	147,6	151,3	181,1	160,3	55,8%	54,9%	58,8%	55,4%	-11,5%
Cost of personnel	98,2	107,2	109,9	111,7	37,1%	38,9%	35,7%	38,6%	1,6%
Amortisation	18,8	17,2	16,9	17,5	7,1%	6,2%	5,5%	6,0%	3,6%
Operating expenditure	264,6	275,7	307,9	289,5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-6,0%
Net result	-31,9	-24,7	-36,1	-46,8					29,6%
Operating margin	0,58	5,84	2,2	2,96					

Source: RTP / European Audiovisual Observatory



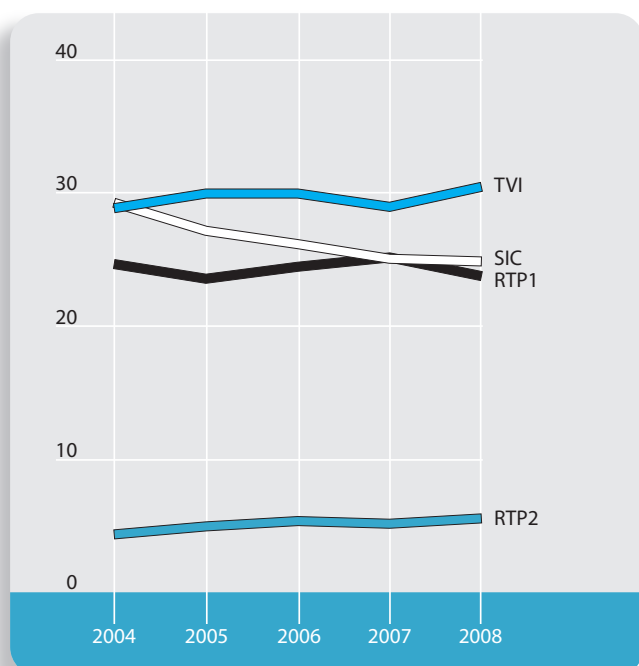
T.1.PT.3
G.1.PT.3TV audience market share in Portugal
2004-2008 In %, 4 years +.

All households Channels	Daily share					Prime time (20:00-00:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
RTP1	24,7	23,6	24,5	25,2	23,8	23,6	22,3	22,4	24,4	21,8
RTP2	4,4	5,0	5,4	5,2	5,6	4,2	4,5	4,9	4,8	4,9
Portuguese public channels	29,1	28,6	29,9	30,4	29,4	27,8	26,8	27,3	29,2	26,7
SIC	29,3	27,2	26,2	25,1	24,9	29,0	27,9	26,7	24,9	24,2
TVI	28,9	30,0	30,0	29,0	30,5	33,6	34,1	34,7	33,0	35,8
Portuguese private channels	58,2	57,2	56,2	54,1	55,4	62,6	62,0	61,4	57,9	60,0
Others	11,9	13,5	13,2	14,6	14,0	9,1	10,7	10,8	12,2	12,3
Video	0,8	0,7	0,7	0,9	1,2	0,5	0,5	0,5	0,7	1,0

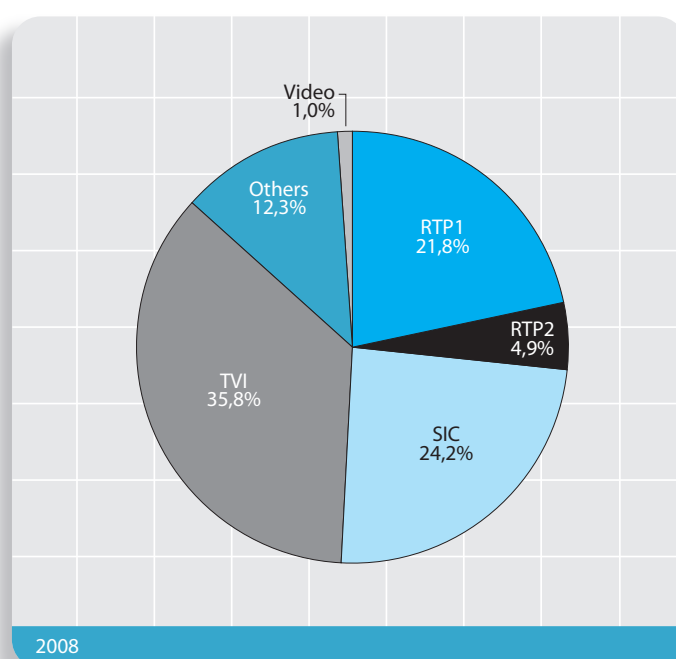
Cable/satellite households	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
RTP1	20,6	19,1	20,5	20,4	19,1	21,0	19,3	20,2	21,4	18,6
RTP2	3,0	3,0	3,4	3,1	3,3	2,9	2,9	3,2	3,0	3,0
RTPN	0,7	1,2	1,4	1,6	1,6	0,4	0,8	0,9	1,1	1,1
Portuguese public channels	24,3	23,3	25,3	25,1	24,0	24,3	23,0	24,3	25,5	22,7
TVI	24,9	26,9	26,8	24,9	27,1	30,4	31,8	32,0	28,4	32,1
SIC	23,5	21,0	19,6	18,9	18,5	24,3	22,0	20,2	19,8	19,1
SIC Noticias	3,9	3,9	3,6	3,7	3,8	2,5	2,7	2,4	2,6	2,8
SIC Radical	1,3	1,5	1,3	1,0	1,3	0,9	1,1	1,3	1,0	1,0
SIC Comedia	0,9	0,8	0,9	-	-	0,8	0,7	0,8	-	-
SIC Mulher	1,1	1,1	0,9	1,1	1,2	1,0	0,9	0,8	1,0	1,3
SportTV	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,7	1,9	1,6	1,7	1,7
Portuguese private channels	56,8	56,4	54,2	50,8	53,1	61,6	61,1	59,1	54,5	58,0
AXN	0,9	2,1	3,1	3,3	2,8	0,8	1,9	2,9	3,4	3,1
Panda	2,6	2,2	2,3	2,6	2,5	1,9	1,7	1,7	2,0	1,9
Hollywood	2,1	1,5	1,5	1,6	1,7	1,9	1,3	1,4	1,6	1,6
Fox		0,6	1,4	1,7	1,6		0,5	1,3	1,7	1,5
Odisseia	1,0	0,9	0,9	1,0	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7	0,4
Foreign channels	6,6	7,3	9,2	10,2	9,3	5,3	6,1	7,9	9,4	8,5
Others	12,3	13,0	11,3	13,9	13,6	8,8	9,8	8,7	10,6	10,8

Source: Eurodata TV Worldwide / Markttest Audimetria

Daily share. In %, 4 years +.



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



The Romanian broadcasting sector is one of the stronger examples of how multichannel television can impact on the shares of the traditional broadcasters. The four main channels still maintain a lead over the others but no individual channel dominates. Pro TV (Central European Media Enterprises - CME) has the highest market share with 12.8% in 2008 (down almost 3% in the last two years). Antena 1 (Intact Media Group) had an audience share of 9.1% in 2008 (down from 13.5% in 2006). Acasa TV (also from CME) has more or less held its audience share, which in 2008 was 7.7%. This channel targets women and presents mainly entertainment with drama, tele-novelas and films. Hence CME has a total market share of about 21%. The most dramatic loss of audience share has been that of the public service broadcaster TVR1 with a share in 2008 of 5.1% (down from 16.7% in 2006). The share of TVR2 also declined from 5.3% to 2% between 2006 and 2008. There are four other channels with a share of around 4% in 2008, including the news channel Realitatea. The development of access to multi-channel television, whereby at the end of 2008 approximately 75% of households had cable or satellite television, is outlined below.

As in other countries, the main channels have also expanded their families of channels in recent years. Most recently this includes the news channel of the public service broadcaster, TVR Info in 2008; and from the Romanian company Intact Media the channel Antena 2 in 2007. Realitatea TV launched three other channels for satellite pay TV in 2009 (CinesStar, ActionStar and ComedyStar). Foreign investors continue to play an important role in the market such as Central European Media Enterprises (see above), ProSiebenSat.1 Media AG (Prima TV and Kiss TV), News Corporation (B1TV), and the Dogan Media Group (Kanal D).

Cable is the most important reception mode in Romania (over 45% of households). The cable network is mainly split between two operators: RCS-RDS and UPC Romania. RCS-RDS has taken over as the main player in the market with 1.4 million subscribers in August 2009. In December 2008, UPC Romania had 1.10 million subscribers (down compared with 2006, when the platform had 1.37 million). The cable market has also become more strictly regulated following a scandal in early 2008 where it became apparent that many cable network operators, were distributing television channels without reaching a prior agreement with the programme providers. Operators were obliged by the CNA (*Consiliul Național al Audiovizualului* (National Audiovisual Council)) to cease their transmissions after

Le secteur roumain de la radiodiffusion est l'un des meilleurs exemples de la façon dont la télévision multi-chaînes peut affecter les parts de marché des radiodiffuseurs historiques. Les quatre principales chaînes restent en tête, sans qu'aucune ne s'impose réellement. En 2008, Pro TV (Central European Media Enterprises - CME) occupe la première position avec 12,8 % de part de marché (en recul de presque 3 points sur les deux dernières années) ; elle est suivie par Antena 1 (Intact Media Group) avec 9,1 % (contre 13,5 % en 2006). Acasa TV (appartenant également à CME) a globalement maintenu sa part de marché (7,7 %). Cette chaîne cible les femmes et diffuse principalement des programmes de divertissement tels que drames, *telenovelas* et films. CME a donc une part de marché totale d'environ 21 %. La perte d'audience la plus importante est celle enregistrée par le radiodiffuseur de service public, TVR1, dont la part de marché en 2008 est de 5,1 % (contre 16,7 % en 2006). La part de TVR2 a également reculé, de 5,3 % à 2 % entre 2006 et 2008. Quatre autres chaînes ont une part de marché d'environ 4 %, y compris la chaîne d'information Realitatea. Le développement de l'accès à la télévision multi-chaînes, grâce auquel, fin 2008, environ 75 % des foyers reçoivent la télévision par câble ou satellite, est présenté ci-dessous.

Ces dernières années, comme dans d'autres pays, les principales chaînes ont étoffé leurs offres : le radiodiffuseur de service public a ainsi lancé en 2008 sa chaîne d'information, TVR Info ; il a été précédé en 2007 par la société roumaine Intact Media et sa chaîne Antena 2. Realitatea TV a lancé trois autres chaînes pour la télévision payante par satellite en 2009 (CinesStar, ActionStar et ComedyStar). Les investisseurs étrangers continuent à jouer un rôle important sur le marché, par exemple Central European Media Enterprises (voir ci-dessus), ProSiebenSat.1 Media AG (Prima TV et Kiss TV), News Corporation (B1TV) et le Dogan Media Group (Kanal D).

Le câble est le principal mode de réception en Roumanie (plus de 45 % des foyers sont concernés). Le réseau câblé est principalement réparti entre deux opérateurs : RCS-RDS et UPC Romania. RCS-RDS occupe la première place sur le marché, avec 1,4 million d'abonnés en août 2009. En décembre 2008, UPC Romania comptait 1,1 million d'abonnés (en recul par rapport à 2006, lorsque la plate-forme en comptait 1,37 million). À la suite d'un scandale survenu début 2008, le marché du câble fait désormais l'objet de règles plus strictes : il était alors devenu évident que de nombreux câblo-opérateurs diffusaient des programmes télévisés sans avoir préalablement conclu d'accord avec les chaînes concernées. Le CNA (Consiliul

Der rumänische Rundfunksektor ist ein gutes Beispiel dafür, wie das Vielkanalfernsehen die Marktanteile der traditionellen Rundfunkanbieter beeinflussen kann. Die vier größten Sender haben zwar noch einen Vorsprung vor dem Rest, aber der Markt wird nicht mehr von einem einzelnen Sender dominiert. Pro TV (Central European Media Enterprises - CME) hatte 2008 mit 12,8 % den höchsten Marktanteil (ein Rückgang um fast 3 % in zwei Jahren). Antena 1 (Intact Media Group) kam im gleichen Zeitraum auf einen Marktanteil von 9,1 % (gegenüber 13,5 % 2006), während Acasa TV (ebenfalls CME) seinen Marktanteil mit 7,7 % in etwa halten konnte. Dieser Sender wendet sich an Frauen und bietet in erster Linie eine Mischung aus Drama, Telenovelas und Filmen. Die beiden CME-Sender erreichen somit zusammen einen Marktanteil von rund 21 %. Den stärksten Einbruch der Marktanteile musste der öffentlich-rechtliche Sender TVR1 hinnehmen (5,1 % 2008 gegenüber 16,7 % 2006). Auch der Marktanteil von TVR2 ist zwischen 2006 (5,3 %) und 2008 (2 %) deutlich zurückgegangen. Es gibt noch vier weitere Sender, die 2008 zusammen einen Marktanteil von rund 4 % erreichten, darunter der Nachrichtensender Realitatea. Es folgt eine kurze Beschreibung der Entwicklung des Zugangs zum Vielkanalfernsehen, wonach Ende 2008 ca. 75 % der Haushalte Kabel- oder Satellitenfernsehen hatten.

Wie in anderen Ländern haben auch die großen Sender in den vergangenen Jahren ihr Programm- bzw. Kanalangebot ausgeweitet. Dazu zählen unter anderem der erst unlängst gegründete Nachrichtensender (TVR Info) des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters sowie der Kanal Antena 2 des rumänischen Unternehmens Intact Media (seit 2007). Drei weitere Satelliten-Pay-TV-Kanäle wurden 2009 von Realitatea TV gestartet (CinesStar, ActionStar und ComedyStar). Ausländische Investoren spielen weiterhin eine wichtige Rolle auf dem Markt, darunter beispielsweise Central European Media Enterprises (siehe oben), ProSiebenSat.1 Media AG (Prima TV und Kiss TV), die News Corporation (B1TV) und die Dogan Media Group (Kanal D).

Kabelfernsehen ist die in Rumänien am häufigsten genutzte Plattform (über 45 % der Haushalte). Das Kabelnetz teilen sich im Wesentlichen zwei Betreiber: RCS-RDS und UPC Romania. RCS-RDS hat im August 2009 mit 1,4 Mio. Abonnenten die Position des Marktführers übernommen. Im Dezember 2008 hatte UPC Romania 1,1 Mio. Abonnenten (gegenüber 1,37 Mio. im Jahr 2006). Der Kabelmarkt unterliegt zudem infolge eines Skandals von Anfang 2008 einer strengeren Regulierung. Damals wurde

being penalised by the CNA until they had concluded contracts with the relevant television provider.

The satellite broadcasting market is developing rapidly with more than 30% of households subscribing to services at the end of 2008. There are currently five satellite platforms competing in the Romanian market. DigiTV (RCS-RDS) had 1.1 million subscribers in 2009 in Romania (the service also operates in Croatia, the Czech Republic, Hungary, Serbia and Slovakia). Dolce (Romtelecom) had 750 000 subscribers in September 2009. The other three packages are: Akta TV (formerly Max TV) owned by DCS; Boom TV (DTH Television Group); and FocusSat (UPC), which had more than 155 000 subscribers at the end of 2008.

Since 2005, digital terrestrial television trials have taken place in Bucharest and Paltinis. Romania has set 2012 as the date for the digital switchover. In July 2009, the Romanian government published its plan for the digital switchover. There will be 6 national DTT multiplexes and 1 regional. The first two multiplexes should cover 60% of the population by the end of 2010, and 90% by the end of 2011. In addition the Romanian government expressed its wish to launch DTT services by the end of 2009. In August 2009, the two main channels of the public service broadcaster – TVR1 and TVR2 – were granted DTT licenses. By September 2009 a multiplex tender had still not been launched.

In 2006, the first IPTV platform, Ines, was launched by the Ines group. In 2009, there were at least six other platforms available with all the telecommunications operators offering triple play services. The satellite packager Romtelecom also plans to introduce an IPTV package by the end of 2009.

Național al Audiovizualului – Conseil national de l'audiovisuel) a sanctionné les opérateurs fautifs et les a contraints à cesser leurs transmissions jusqu'à ce qu'ils aient conclu les contrats appropriés avec les chaînes concernées.

Le marché de la diffusion par satellite se développe rapidement, avec plus de 30 % des foyers abonnés fin 2008. Le marché roumain compte actuellement cinq plates-formes satellitaires. DigiTV (RCS-RDS), avec 1,1 million d'abonnés en 2009 en Roumanie (le service est également disponible en Croatie, République tchèque, Hongrie, Serbie et Slovaquie). Dolce (Romtelecom) avec 750 000 abonnés en septembre 2009. Les trois autres bouquets sont : Akta TV (anciennement Max TV) appartenant à DCS ; Boom TV (DTH Television Group) ; et FocusSat (UPC), avec plus de 155 000 abonnés fin 2008.

Depuis 2005, des tests de télévision numérique terrestre ont eu lieu à Bucarest et à Paltinis. La Roumanie a fixé la date de son basculement au numérique à 2012. En juillet 2009, le Gouvernement roumain a publié son plan pour le passage au numérique. Il y aura 6 multiplex nationaux et 1 régional. Les deux premiers multiplex devraient couvrir 60 % de la population d'ici la fin 2010 et 90 % d'ici la fin 2011. De plus, le Gouvernement roumain a fait part de son désir de lancer des services TNT d'ici la fin 2009. En août 2009, les deux principales chaînes du radiodiffuseur de service public (TVR1 et TVR2) se sont vues accorder des licences de TNT. En septembre 2009, aucun appel d'offres pour un multiplex n'avait encore été lancé.

En 2006, la première plate-forme IPTV baptisée Ines a été lancée par le groupe Ines. En 2009, au moins six autres plates-formes sont disponibles, tous les opérateurs de télécommunications proposant des services *triple play*. Le fournisseur de services par satellite Romtelecom prévoit également de lancer une offre IPTV d'ici la fin 2009.

bekannt, dass viele Kabelnetzbetreiber Programme ausstrahlten, ohne mit den jeweiligen Anbietern eine entsprechende Vereinbarung getroffen zu haben. So wurden diverse Betreiber vom CNA (*Consiliul Național al Audiovizualului* – nationaler audiovisueller Rat) zu einer Geldstrafe verurteilt und gezwungen, bis zum Abschluss entsprechender Verträge mit den betroffenen Programmanbietern ihren Betrieb einzustellen.

Der Satelliten-TV-Markt in Rumänien wächst sehr schnell. So nutzten Ende 2008 bereits über 30 % der Haushalte entsprechende Dienste. Derzeit gibt es auf dem rumänischen Markt fünf konkurrierende Satellitendienste. DigiTV (RCS-RDS) hatte 2009 1,1 Mio. Abonnenten in Rumänien (der Dienst ist auch in Kroatien, der Tschechischen Republik, Ungarn, Serbien und der Slowakei vertreten). Dolce (Romtelecom) hatte im September 2009 750 000 Abonnenten. Die drei übrigen Pakete sind: Akta TV (ehemals Max TV) von DCS, Boom TV (DTH Television Group) und FocusSat (UPC). Zusammen hatten sie Ende 2008 über 155 000 Abonnenten.

Seit 2005 wurden drei DVB-T-Versuche in Bukarest und Paltinis durchgeführt. Die Umstellung auf Digitalbetrieb soll 2012 erfolgen. Im Juli 2009 hat die rumänische Regierung ihre Planung für die Umstellung bekannt gegeben. Demnach wird es sechs nationale und einen regionalen DVB-T-Multiplex geben. Mit den beiden ersten Multiplexen sollten bis Ende 2010 60 % und bis Ende 2011 90 % der Bevölkerung erreicht werden. Darüber hinaus hat die rumänische Regierung den Wunsch geäußert, bis Ende 2009 die ersten DVB-T-Dienste zu starten. Im August 2009 haben die beiden Hauptsender des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters (TVR1 und TVR2) DVB-T-Lizenzen erhalten. Eine DVB-T-Multiplex-Ausschreibung war bis September 2009 noch nicht eingeleitet worden.

2006 wurde von der Ines Group der erste IPTV-Dienst (Ines) gestartet. 2009 gab es mindestens sechs weitere Plattformen, wobei alle Telekom-Betreiber Triple-Play-Pakete im Angebot haben. Der Satelliten-TV-Anbieter Romtelecom plant ebenfalls die Einführung eines IPTV-Pakets bis Ende 2009.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	21 499	Eurostat
Households		–	7 384	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		96,0%	7 089	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		47,3%	3 490	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		2,7%	200	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		33,1%	2 443	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		30,4%	2 243	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0,0%	0	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,1%	10	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		33,2%	2 453	European Audiovisual Observatory
Households with PC		42,8%	3 164	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		27,3%	2 014	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	>600	RCS & RDS, Soti Cable, UPC Romania,...
Satellite packagers	5	Digital Cable (Akta TV), DTH Television (Boom), Focus Sat, RCS & RDS (Digi TV), Romtelecom (Dolce)
IPTV packagers	4	Air Bites, Ines Group, Gemenii Network, Sky Internet
DTT packagers	2	Radiocomunicatii, Romkatel
Mobile phone TV packagers	2	Orange Romania, Vodafone Romania

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		2	2	4
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		4	103	107
Regional/Local			14	14
Regional/local windows		5		5
Channels targeting foreign markets		1	11	12
Total		12	130	142
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	40	42

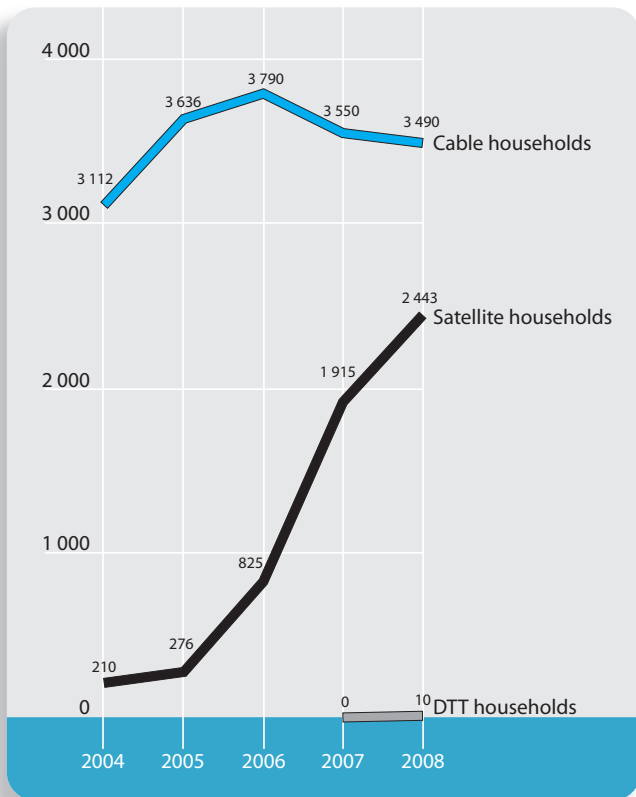
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	Terrestrial	Cable RCS RDS	Cable UPC Romania	Satellite Dolce	Satellite Digi TV	IPTV Ines
Generalist - national	4	8	8	8	8	5	6
Generalist - foreign			4	9	3	23	14
Adult			2	3	6	2	9
Children			4	6	9	5	8
Culture/ education/ documentary			10	12	11	21	11
Minority interest groups					7		
Entertainment/ TV fiction/ games			12	10	10	32	12
Film			11	8	9	14	8
Home shopping			1	1			1
International linguistic and cultural			3	1	2	2	5
Lifestyle/ specific leisure/ travel			6	7	8	8	7
Music			9	15	12	15	11
News/ business			7	15	8	12	16
Parliament/ government/ administration							
Regional/ local			5	1		7	2
Religion			3	1	1	2	3
Sports			7	10	8	20	9
Various			3	1	1	3	3
Total	4	95	108	108	104	171	125

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

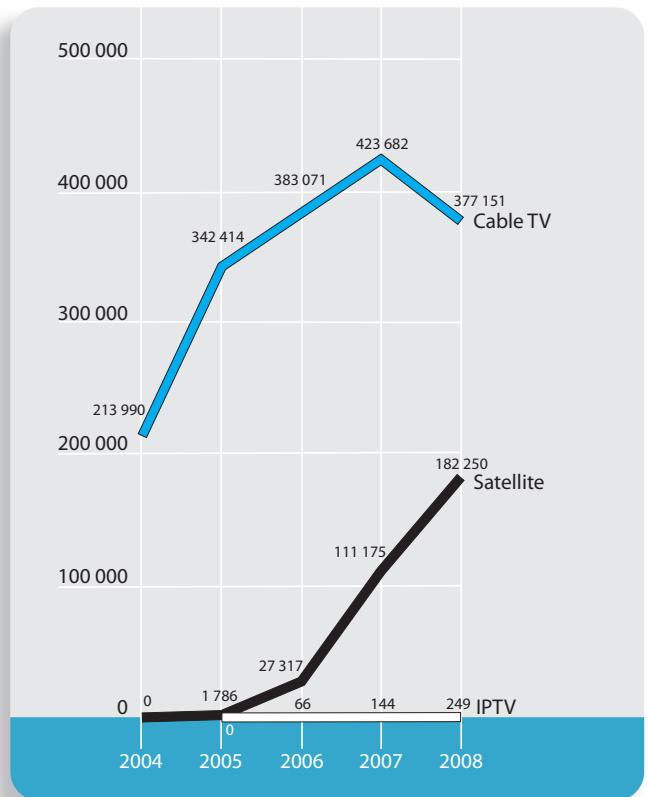
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

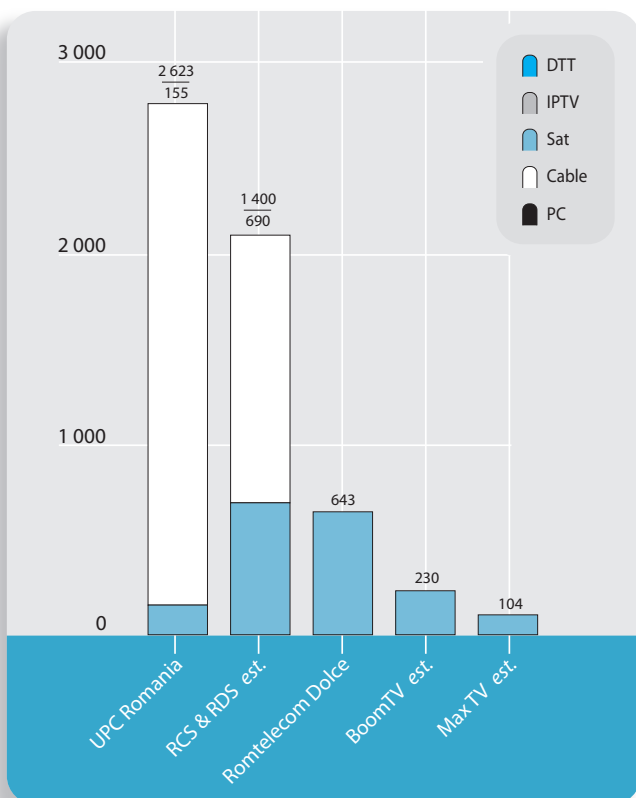
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

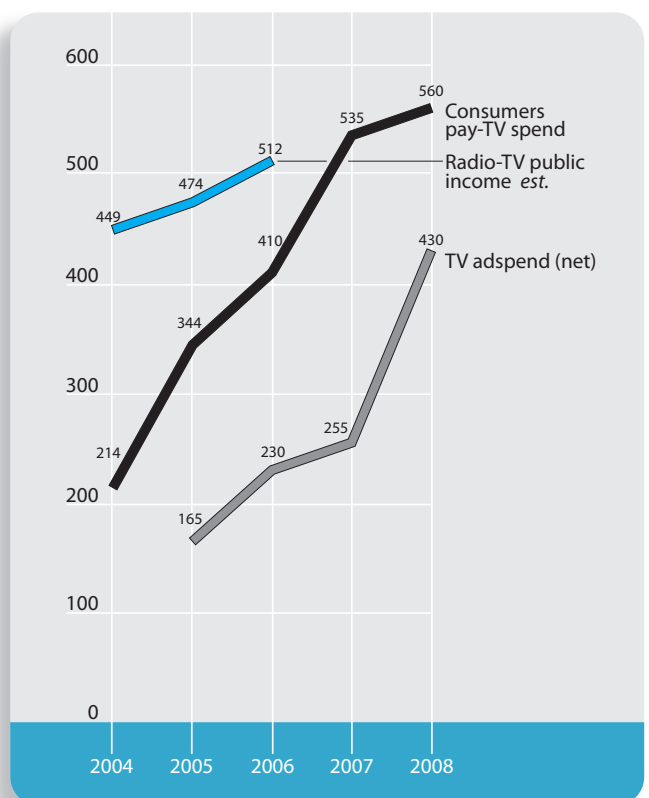
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, TVR, RR and IP Key Facts

T.1.RO.1
G.1.RO.1

Operating revenues of main television companies in Romania

2005-2008 EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
TVR	sptv	TVR1, TVR2, TVR Cultural, TVRi	119 880	148 441	~	~	~
Pro TV S.A. ^①	adtv	Pro TV, Acasa, Pro Cinema	27 909	123 260	145 297	~	~
<i>p.m.</i> Music Television System ^②	thtv	MTV Romania	1 707	2 001	2 737	~	~
<i>p.m.</i> Media Pro International SA ^①	adtv	ProTV, Acasa	55 930	15 213	2 733	2 396	-12,3%
<i>p.m.</i> Sport Radio TV Media Srl ^③	thtv	Sport.ro	3 295	4 650	1 509	~	~
TV Antena 1 S.A.	adtv	Antena1	40 127	55 179	67 479	~	~
SBS Broadcasting Media SRL	adtv	Prima TV	14 011	34 631	~	~	~
Realitatea Media SRL	thtv	Realitatea TV	13 748	23 979	29 222	~	~
<i>p.m.</i> Telesport Intermedia srl	thtv	Telesport	5 593	8 327	~	~	~
ABC Plus Media	thtv	National TV	19 872	~	~	~	~
Antena 3 S.A.	adtv	Antena 3	3 414	8 972	11 503	~	~
Global Video Media S.A.	rtv	Alpha TV	6 554	6 200	7 333	~	~
Dogan Media International SA	thtv	Kanal D	-	~	5 208	~	~
Antena 4 SA	thtv	Eufora Lifestyle TV	-	1 628	3 278	4 374	33,4%
HBO Romania Srl	thtv	HBO	1 778	1 983	2 977	3 293	10,6%
Iko Romania Srl	thtv	Cool TV, Film+, Sport Klub	458	1 834	3 189	~	~
Minimax Romania Srl	thtv	Minimax Romania	1 328	2 399	2 558	3 121	22,0%
Antena 2 SA	thtv	Antena 2	-	525	3055	~	~
News Television Romania S.A.	thtv	B1 TV	3 324	3 706	2 755	3 039	10,3%
Ocrum Televizijne	thtv	OTV	529	973	2 187	2 196	0,4%
Etno Folclor Media Srl	thtv	Etno TV	1 072	1 272	1 476	1 793	21,5%
Senso TV SRL	thtv	Senso	1 497	230	1 085	1 783	64,3%
Terra Vision Srl	thtv	Credo Television Network	8	104	1 183	~	~
Mass Media Romania de Maine	thtv	TV Romania de Maine	3 015	1 338	879	~	~
Dacia RTV Bucuresti	rtv	Dacia RTV	706	2 796	874	~	~

Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Orange Romania SA ^④	3G TV	Orange TV Live	623 411	853 381	1 116 763	1 122 941	0,6%
Vodafone Romania SA ^④	3G TV	Vodafone TV Mobil	588 145	741 928	1 076 603	1 077 909	0,1%
Romtelecom SA ^④	ISP, sat-TV	Dolce	915 677	932 339	805 161	812 219	0,9%
RCS & RDS SA ^④	3play, sat-tv	Digi TV, Digi TV cable	44 729	121 424	248 860	356 932	43,4%
UPC Romania SRL	CATV, sat-tv	UPC Romania	33 972	80 307	182 808	~	~
Digital Cable System SA ^④	3play, sat-tv	Akta TV	-	2 646 773	6 994	18 604	166,0%
Focus Sat Romania S.A.	sat-tv	Focus-Sat	33 972	80 307	182 808	~	~
INES Group ^④	3play	INES IPTV	3 787	5 125	5 643	5 395	-4,4%
DTH Television Grup SA ^⑤	sat-tv	Boom TV	-	-	250	5 321	2 028,4%
Air Bites SRL ^④	3play	Airbites	-	0	433	2 721	528,4%

^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 December 2007, Pro TV acquired MTS. In connection with this acquisition, Pro TV entered into a trademark and programming agreement with MTV Networks Europe («MTVNE») to operate the MTV ROMANIA channel.

^③ In March 2007 Pro TV acquired full control of Sport Radio TV Media

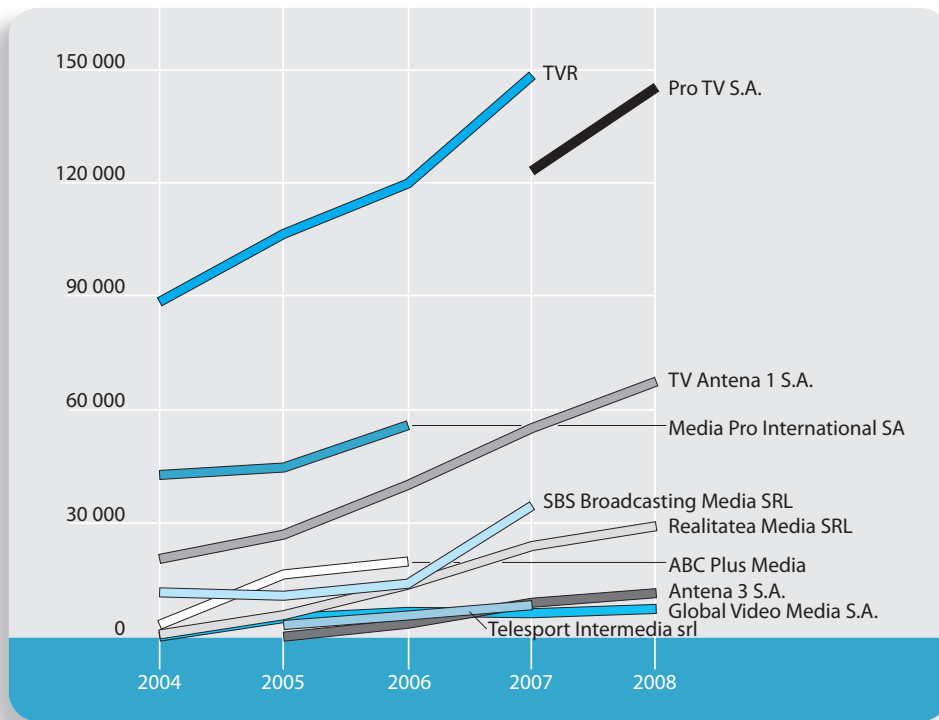
^④ Includes telecommunication activities.

^⑤ Includes broadcasting activities.

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.RO.1
G.1.RO.1

Operating revenues of main television companies in Romania (Continued)
2005-2008 EUR thousand.



Source: European Audiovisual Observatory

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

T.1.RO.2 TV audience market share in Romania
G.1.RO.2 2004-2008 In %, 4 years +.

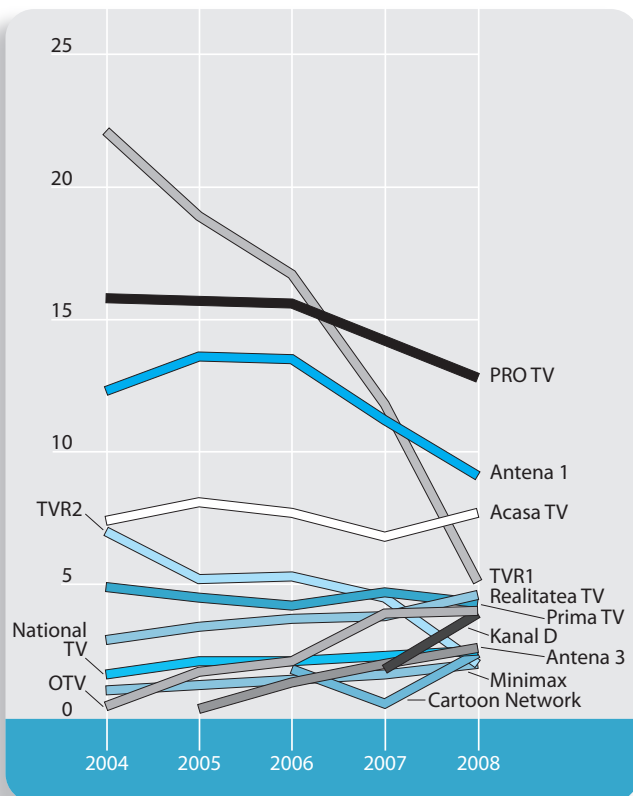
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TVR1	22,1	18,9	16,7	11,8	5,1	24,1	22,1	19,4	13,5	6,0
TVR2	7,0	5,2	5,3	4,5	2,0	6,9	4,0	4,3	4,2	1,8
Total Romanian public channels	29,1	24,1	22,0	16,3	7,1	31,0	26,1	23,7	17,7	7,8
PRO TV	15,8	15,7	15,6	14,2	12,8	17,3	16,7	17,1	16,4	14,9
Antena 1	12,3	13,6	13,5	11,2	9,1	16,1	16,6	16,7	14,2	11,7
Acasa TV	7,4	8,1	7,7	6,8	7,7	7,7	9,2	8,0	6,1	9,2
Prima TV	4,9	4,5	4,2	4,7	4,3	4,6	5,1	5,2	5,9	5,0
Realitatea TV	2,9	3,4	3,7	3,8	4,6	2,1	2,4	2,7	2,9	3,3
National TV	1,6	2,1	2,1	2,3	2,5	1,4	1,8	1,9	2,2	2,6
OTV	0,4	1,7	2,1	3,9	4,0	0,3	1,5	1,9	3,9	4,0
ETNO	~	~	1,6	1,7	1,8	~	~	1,2	1,4	1,4
B1TV	1,4	1,2	1,4	1,4	1,3	1,2	1,1	1,4	1,4	1,4
Sport.ro (ex TV Sport)	0,8	1,4	1,4	1,8	1,5	0,8	1,2	1,2	1,4	1,2
Antena 3 ①	-	0,3	1,3	2,0	2,6	-	0,2	1,1	1,6	2,1
Favorit TV	-	0,6	1,0	1,2	1,4	-	0,5	0,9	1,4	1,6
Pro Cinema	0,4	0,8	1,0	1,3	1,2	0,4	0,7	0,9	1,1	1,1
Kanal D				1,8	3,9				2,0	4,5
Total Romanian private channels	47,9	53,4	56,6	58,1	58,7	51,9	57,0	60,2	61,9	64,0
Cartoon Network	~	~	1,8	0,5	2,4	~	~	1,1	0,3	1,5
Minimax	1,0	1,2	1,4	1,6	2,0	0,4	0,4	0,6	0,6	0,7
JETIX	0,9	1,0	1,1	1,2	1,8	0,4	0,5	0,7	0,7	1,2
Discovery	0,8	0,8	0,7	0,9	0,7	0,5	0,5	0,5	0,7	0,6
Eurosport	~	~	0,7	0,7	0,7	~	~	0,6	0,5	0,6
Total foreign channels	2,7	3,0	5,7	4,9	7,6	1,3	1,4	3,5	2,8	4,6
Others	20,3	19,5	15,7	20,7	26,6	15,8	15,5	12,6	17,6	23,6

① Broadcast since 1st July 2005.

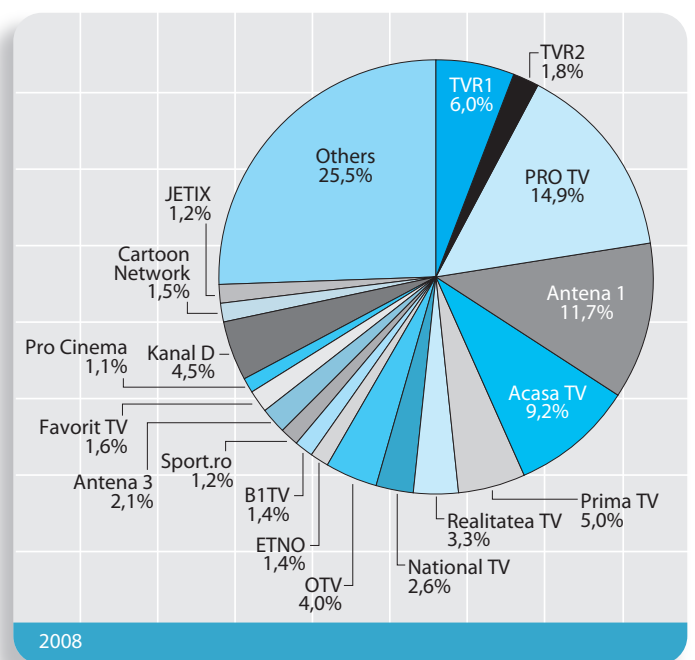
② Before 2008: Eurodata TV Worldwide / TNS / AGB INTERNATIONAL; ARMADATA SRL.

Source: Eurodata TV Worldwide / GfK Romania / Copyright: Armadata SRL ②

Daily share. In %, 4 years +.



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



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. Finally, the crisis severely hit the advertising markets, especially television, in the first half of 2009.

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, whose daily audience market share stabilised at 20% in 2008, is still the market leader, followed by Rossiya (16.6%), NTV (12.7%) and CTC (8.5%).

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 other public Russian channels include: Vesti (a news channel launched in 2006), Russia Today (the international Russian channel in English, launched in 2005), Russia Al-Yaum (the Arabic equivalent of Russia Today, launched in 2007) and the special-interest channels Kultura and Sport.

The company NTV, part of Media-Most (a holding company controlled by Gazprombank) operates the top commercial channel and also one of the Russian 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. The channel belongs to the CTC Media group, which is controlled by Sweden's Modern Times Group (MTG) and Russia's Alfa Bank.

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 was awarded the licence for 29 frequencies in November 2006, allowing the company to become one of the largest federal networks, broadcasting in 75 cities.

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

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. Enfin, la crise a frappé durement les marchés publicitaires, en particulier télévisés, lors du premier semestre 2009.

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 audience stabilisée à 20 % de part de marché d'audience quotidienne en 2008, suivi par Rossiya (16,6 %), NTV (12,7 %) et CTC (8,5 %).

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. Parmi les autres chaînes publiques russes, on compte : Vesti (chaîne d'information lancée en 2006), Russia Today (la chaîne internationale russe en anglais lancée en 2005), Russia Al-Yaum (l'équivalent en arabe de Russia Today, lancée en 2007) ou encore les chaînes thématiques Kultura et Sport.

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. La chaîne appartient au groupe CTC Media, contrôlé par le groupe suédois MTG et par la banque russe Alfa Bank.

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.

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

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. Von der Finanzkrise schwer getroffen wurden im ersten Halbjahr 2009 die Werbemärkte, darunter insbesondere der Markt für Fernsehwerbung.

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 war 2008 erneut Pervyi Kanal mit einem inzwischen stabilen durchschnittlichen Zuschaueranteil von 20 %, gefolgt von Rossiya (16,6 %), NTV (12,7 %) und CTC (8,5 %).

Pervyi Kanal erzielte auch bei der Fernsehwerbung den größten Marktanteil. Rossiya ist der wichtigste landesweite Sender unter staatlicher Kontrolle. Er wird in ganz Russland verbreitet und erreicht 99 % der Bevölkerung. Zu den übrigen staatlichen Sendern gehören: Vesti (Informationskanal, seit 2006), Russia Today (der internationale russische Sender in englischer Sprache, seit 2005), Russia Al-Yaum (die arabische Version von Russia Today, seit 2007) oder auch die Spartenkanäle Kultura und Sport.

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. Der Sender gehört dem Konzern CTC Media, der von der schwedischen MTG-Gruppe und der russischen Alfa Bank kontrolliert wird.

70 % von REN-TV gehören 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.

8.195 million subscribers (60.7% of the total): Nafta holding, System Mac-Media, Renova-Media, Sviazinvest, ERTelecom Holding (Perm) and Multiregion. ERTelecom announced that it had 1.67 million subscribers in June 2009, which indicates the cable operator is enjoying considerable growth as it only had 900 000 subscribers at the end of 2008. The regional cable market includes two major participants, UCN and NKS. The former covers 16 regions and the latter covers 7 regions.

There are now five satellite packagers in the Russian market with more than 6 million households (estimate) using this mode of reception (2009). NTV-Plus (Gazprom), Russia's first platform (launched in 1996), was for a long time the only Russian satellite package. Since 2006, it has offered channels in HD and on-demand services with films and sport. Several competitors have gradually entered the market: Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD (launched in 2008) and Raduga TV (launched in 2009). Orion Express, which claimed to have 250 000 subscribers to its package in 2009, has announced that it will be launching a new pay-TV package, Continent TV, in early 2010. Platforma HD has announced the imminent introduction of a Platforma SD package.

Tricolor, with more than 5 million subscribers (compared with 2.6 million in 2008) was the most popular satellite package in 2009 and offers around thirty channels. In September 2009, Gazprom took over National Satellite, the company that produces the Tricolor TV package. The group now controls NTV-Plus and Tricolor TV, with a total of over 6 million subscribers.

IPTV services continue to be developed. 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 in 2005); Webstream-TV (from Sibir Telecom, launched in 2006); Disel-TV (UTK, launched in 2006); and Qwerty.tv (Central Telegraph, launched in 2006). Stream-TV is the market leader. A number of projects are being considered or in the course of being launched. For example, in the Moscow region, Center-Telecom launched a service in the spring of 2009 and Comstar-UTS expects to do the same in 2010. Similarly, VimpelCom expects to launch one in St Petersburg in 2010, where Vestkoli and Interzet became established in 2009.

VimpelCom will also be carrying out new personal mobile television tests in Moscow in December 2009, using the DVB-H standard. Several tests of this type have already been conducted but no service has yet been officially launched.

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). ERTelecom a annoncé 1,67 million d'abonnés en juin 2009, un nombre en forte croissance puisque le câblo-opérateur ne comptait que 900 000 abonnés à la fin de l'année 2008. Le marché régional du câble comprend deux acteurs principaux, UCN et NKS, qui couvrent respectivement 16 et 7 régions.

Il existe aujourd'hui cinq opérateurs satellite sur le marché russe, le nombre de foyers utilisant ce mode de réception étant estimé à plus de 6 millions (2009). Première plate-forme à avoir été lancée en Russie en 1996, NTV-Plus (Gazprom) est longtemps demeuré l'unique bouquet satellite russe. La plate-forme propose depuis 2006 des chaînes HD ainsi que des services de cinéma et de sport à la demande. Plusieurs concurrents sont progressivement entrés sur le marché : Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD (lancé en 2008) et Raduga TV (lancé en 2009). Orion Express qui revendique 250 000 abonnés à son bouquet en 2009 a annoncé le lancement d'un nouveau bouquet payant, Continent TV, au début de l'année 2010. Platforma HD a aussi annoncé l'inauguration prochaine d'un bouquet Platforma SD.

C'est Tricolor qui est le bouquet satellite le plus populaire en 2009, avec plus de 5 millions d'abonnés (contre 2,6 millions en 2008). Son offre est composée d'une trentaine de chaînes. En septembre 2009, Gazprom a pris le contrôle de National Satellite, l'entreprise éditant le bouquet Tricolor TV. Le groupe contrôle désormais NTV-Plus et Tricolor TV, soient plus de 6 millions d'abonnés.

Les services IPTV continuent de se développer, 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. De multiples projets sont à l'étude ou en cours de lancement. Ainsi, dans la région de Moscou, CenterTelecom a lancé une offre au printemps 2009 et Comstar-UTS compte inaugurer un service en 2010. De même, VimpelCom compte inaugurer un service à Saint-Petersbourg en 2010, où Vestkoli et Interzet se sont implantés en 2009.

VimpelCom va aussi effectuer à Moscou en décembre 2009 de nouveaux tests de transmissions de télévision mobile personnelle, via la norme DVB-H.

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 sechs größten Kabelunternehmen haben zusammen 8 195 Mio. Abonnenten (60,7 % aller Kabelempfänger): Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Sviazinvest, ERTelecom Holding (Perm) und Multi-region. Der Kabelbetreiber ERTelecom hatte im Juni 2009 nach eigenen Angaben 1,67 Mio. Abonnenten und verzeichnet somit ein deutliches Wachstum gegenüber den 900 000 Abonnenten zum Jahresende 2008. Auf dem regionalen Kabelmarkt gibt es zwei Hauptakteure, UCN und NKS, die je 16 bzw. 7 Regionen abdecken.

Es gibt inzwischen fünf Satellitenbetreiber auf dem russischen Markt. Die Zahl der Haushalte mit Satellitenempfang wurde 2009 auf mehr als 6 Millionen geschätzt. Als erste (1996) in Russland gestartete Plattform war NTV-plus (Gazprom) lange Zeit das einzige russische Satellitenbouquet. Die Plattform bietet seit 2006 auch HD-Kanäle sowie Kino und Sport auf Abruf an. Mit der Zeit sind weitere Wettbewerber in den Markt eingestiegen: Tricolor TV, Orion Express, Platforma HD (seit 2008) und Raduga TV (seit 2009). Orion Express, mit nach eigenen Angaben 250 000 Abonnenten 2009, hat für Anfang 2010 den Start eines weiteren Pay-TV-Pakets (Continent TV) angekündigt. Platforma HD hat ebenfalls den bevorstehenden Start des Pakets Platforma SD angekündigt.

Erfolgreichstes Satellitenbouquet war 2009 Tricolor mit über 5 Mio. Abonnenten (gegenüber 2,6 Mio. im Jahr 2008). Das Angebot umfasst rund 30 Sender. Im September 2009 hat Gazprom die Anteilmehrheit bei National Satellite übernommen, dem Betreiber des Pay-TV-Pakets Tricolor TV. Der Konzern kontrolliert inzwischen NTV-Plus und Tricolor TV, d. h. über 6 Mio. Abonnenten.

Die Zahl der IPTV-Anbieter steigt weiter, insbesondere in den großen Städten, 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. Zahlreiche Vorhaben werden derzeit noch geprüft oder befinden sich in der Startphase. So ist CenterTelecom im Frühling 2009 mit einem Dienst in der Region Moskau an den Markt gegangen, und Comstar-UTS plant den Start eines Dienstes für 2010. In St. Petersburg plant VimpelCom ebenfalls den Start eines Dienstes für 2010, während Vestkoli und

On 24 June 2009, the President of the Russian Federation signed a decree on the obligation to broadcast eight free-to-air channels throughout the country and on all platforms. These channels are Pervyi Kanal, Rossiya, Kultura, Sport, Vesti, Channel 5, NTV and a yet to be created children's channel. No invitation to tender was organised on that occasion.

These eight channels will make up the offer of Russia's first digital terrestrial television multiplex. As terrestrial television is still the main means of reception (more than 60% of TV households), the DTT switchover is a government priority.

In November 2007, the then First Deputy Prime Minister Dmitry Medvedev, approved a plan for the transition to digital terrestrial television in the DVB-T standard from 2008 to 2015. In September 2009, Prime Minister Putin signed a resolution on the DTT switchover. DTT is gradually being rolled out in several Russian regions but has not yet been launched at the national level. Ultimately, more than twenty channels will be available. The date for the terrestrial analogue switch-off is still fixed for 2015.

The end of 2008 saw the creation of the "Russian digital alliance" by the association of broadcasters, cable operators and the Ministry of Telecommunications and Media. The aim is the resolution of technical, economic and legal problems associated with the digital switchover.

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.

Plusieurs opérations de ce type ont déjà été menées, mais aucun service n'est encore officiellement lancé.

Le 24 juin 2009, le Président de la Fédération de Russie a signé un décret portant sur l'obligation de diffuser gratuitement 8 chaînes sur l'intégralité du territoire et sur l'ensemble des plates-formes. Il s'agit de Pervyi Kanal, Rossiya, Kultura, Sport, Vesti, Channel 5, NTV et une chaîne pour enfant devant être créée. Aucun appel d'offre n'a été organisé à cette occasion.

Ces 8 chaînes constitueront l'offre du premier multiplex de la télévision numérique terrestre restant le principal type de réception TV (plus de 60% de foyers TV), la transition vers le numérique terrestre est une priorité pour le gouvernement.

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. En septembre 2009, le Premier ministre a signé une résolution concernant la mise en œuvre du passage au numérique terrestre. La TNT est graduellement déployée dans plusieurs régions russes, mais pas encore lancée à l'échelon national. A terme, plus d'une vingtaine de chaînes seront accessibles. La date de l'extinction des transmissions analogiques terrestres demeure fixée en 2015.

Fin 2008 a été créée « l'alliance numérique de Russie » par l'association des radiodiffuseurs, les câblo-opérateurs et le ministère des télécommunications et des médias. L'objectif est la résolution de problèmes techniques, économiques et juridiques liés à la transition numérique.

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.

Interzet dort schon 2009 an den Start gegangen sind.

VimpelCom will des Weiteren im Dezember 2009 in Moskau neue Tests für personalisiertes Mobilfernsehen im DVB-H-Standard durchführen. Es wurden bereits mehrere Versuche in dieser Richtung unternommen, aber Dienste wurden offiziell noch keine gestartet.

Der Präsident der Russischen Föderation hat am 24. Juni 2009 einen Erlass unterzeichnet, wonach landesweit und auf allen Plattformen acht Sender kostenlos ausgestrahlt werden müssen. Dabei handelt es sich um Pervyi Kanal, Rossiya, Kultura, Sport, Vesti, Channel 5, NTV und ein noch nicht existierender Kinderkanal. Eine Ausschreibung wurde zu diesem Anlass nicht durchgeführt.

Diese acht Sender sollen das Angebot des ersten DVB-T-Multiplex in Russland bilden. Da das Antennenfernsehen nach wie vor die am weitesten verbreitete Empfangsart ist (über 60 % der Fernsehhaushalte), ist die Umstellung auf Digitalbetrieb für die Regierung von vorrangiger Bedeutung.

Im November 2007 stimmte Minister Dimitri Medwedew einem Plan zur Umstellung auf das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T) für 2008-2015 zu. Im September 2009 hat der Premierminister einen Beschluss zur Umsetzung der Umstellung auf DVB-T unterzeichnet. Das digitale Antennenfernsehen soll schrittweise in mehreren russischen Regionen, aber noch nicht auf nationaler Ebene eingeführt werden. Am Ende sollen über zwanzig Sender empfangen werden können. Die Abschaltung des analogen Antennenfernsehens ist nach wie vor für 2015 vorgesehen.

Ende 2008 wurde vom Verband der Rundfunkveranstalter, den Kabelbetreibern und dem Ministerium für Kommunikation und Medien die „digitale Allianz Russlands“ gegründet. Ziel der Allianz ist die Lösung der technischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Probleme in Verbindung mit Umstellung.

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.

Basic figures

Population and equipment	31.12.07	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	142 200	GKS
Households		–	50 604	European Audiovisual Observatory estimates
TV households		98,0%	49 592	TNS / European Audiovisual Observatory
Cable TV households		28,0%	14 169	Groteck / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		3,95%	2 000	Groteck / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		4,9%	2 500	Groteck / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		4,9%	2 500	Groteck / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		0,2%	100	Groteck / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,2%	100	Groteck / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		9,3%	4 700	Groteck / European Audiovisual Observatory
Households with PC		22,0%	11 133	Groteck / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		7,2%	3 643	Groteck / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.07	Companies
Cable operators	600	Nafta-Holding, Sistema Mass Media, Renova-Media, Sviazinvest, ERTelecom Holding, Multiregion,...
Satellite packagers	5 ¹	NTV-Plus, Tricolor TV, Orion Express, Plafforma HD, Raduga TV
IPTV packagers	21	Comstar-Direct, Sibirtekecom, UTK, Central Telegraph,...
DTT packagers	4	~
Mobile phone TV packagers	3	~

¹ Data as at 1st November 2009.

Number of TV channels by kind of licence	09.06	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)		6	9	15
Cable/Satellite/DTT/IPTV channels		3	61	64
Regional/Local		~	~	1 500
Regional/local windows		0	12	12
Channels targeting foreign markets		4	2	6
Total				1 597
<i>Foreign channels targeting the country</i>		0	14	14

Source: European Audiovisual Observatory

T.1.RU.1
G.1.RU.1

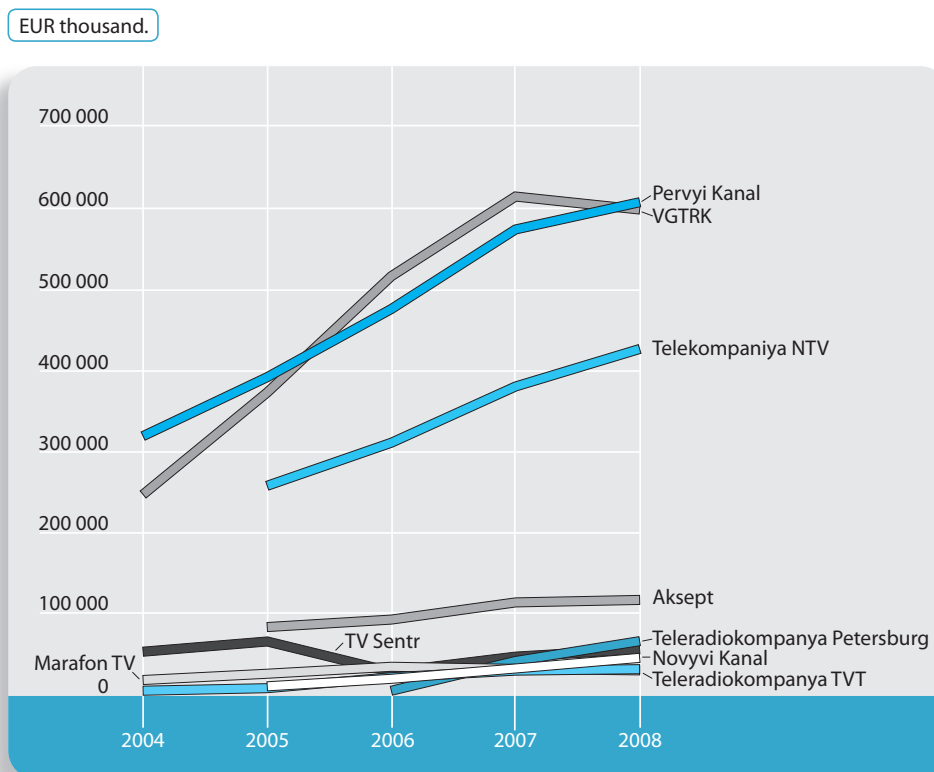
Operating revenues of main television companies in the Russian Federation 2005-2008 EUR thousand.

			EUR thousand				
Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Pervyi Kanal	sptv	Pervyi Kanal	392 248	476 419	574 592	608 223	5,9%
VGTRK	sptv		373 342	516 906	615 257	599 195	-2,6%
- Telekanal Rossiya	sptv	Rossiia	82 010	94 699	35 881	37 270	3,9%
- Kompaniya Kulytura	sptv	Kulytura	11 965	~	~	~	~
Telekompaniya NTV	adtv	NTV	258 157	311 323	380 702	427 039	12,2%
Aksept	adtv	Ren TV	83 712	92 948	114 143	117 211	2,7%
Teleradiokompanya Petersburg	rtv	TV Petersburg	~	5 097	41 787	66 315	58,7%
TV Sentr	adtv	TV Sentr (Center TV)	65 909	28 497	47 209	56 225	19,1%
Novyi Kanal	adtv	Domashny	10 536	19 800	32 564	45 701	40,3%
Teleradiokompanya TVT	adtv	TBT	8 240	21 773	29 903	31 728	6,1%
Marafon TV	adtv	CTC (STS)	26 080	34 677	32 077	30 234	-5,7%

			EUR thousand				
Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Mobilnye Telesystemy (MTS) ①	3GTV	MTS TV	2 334 106	3 331 602	4 076 521	4 612 039	13,1%
Vimpel Communications ①	3play	Beeline TV	2 147 055	3 360 439	4 305 207	4 394 212	2,1%
Tsentrlnaya Telekommunikatsionnaya Kompaniya ①	3play	CenterTelecom TV	812 727	818 826	896 904	824 560	-8,1%
Severo-Zapadnyi Telekom ①	3play	Avangard TV	600 316	591 864	654 816	599 185	-8,5%
Yuzhnaya Telekommunikatsionnaya Kompaniya ①	3play	Disel-TV (UTK)	534 082	509 384	547 189	510 747	-6,7%
Komstar-Obyedinnye Telesistemy ①	3play	Stream TV	92 535	101 082	171 725	219 493	27,8%
NTV Plyus	packtv	NTV+	108 696	143 052	180 710	183 478	1,5%
Tsentrlnyi Telegraf ①	3play	Qwerty.tv	65 463	73 140	94 068	83 660	-11,1%
Orion Ekspres	packtv	Orion Ekspres	-	1 409	2 717	5 843	115,1%

① Includes telecommunication activities.

Source: Creditreform / BVDEP (Amadeus) / European Audiovisual Observatory



T.1.RU.2
G.1.RU.2

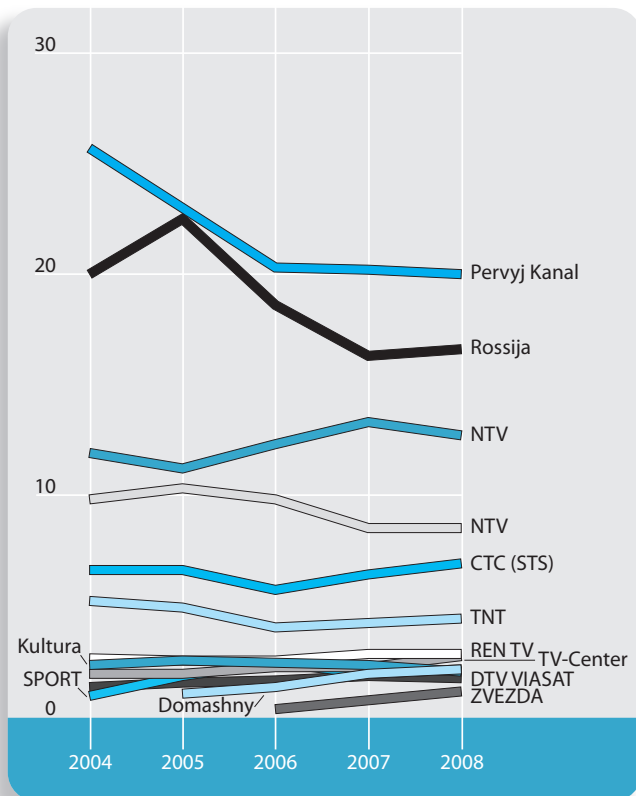
TV audience market shares in urban population of the Russian Federation 2004-2008 In %, 4 years +.

Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Pervyj Kanal	25,7	23,0	20,3	20,2	20,0	29,4	23,9	20,7	22,4	21,1
Rossija	20,0	22,5	18,6	16,3	16,6	21,4	25,2	20,3	17,6	18,2
Kultura	2,3	2,5	2,4	2,3	2,0	1,9	2,2	2,2	2,2	2,1
NTV	11,9	11,2	12,3	13,3	12,7	12,1	11,5	12,5	14,9	13,8
CTC (STS)	9,8	10,3	9,8	8,5	8,5	9,7	10,4	11,3	8,7	8,7
TNT	6,6	6,6	5,7	6,4	6,9	6,1	6,3	5,9	6,5	7,2
REN TV	5,2	4,9	4,0	4,2	4,4	4,2	4,5	3,6	3,7	3,9
TV-Center	2,6	2,5	2,5	2,8	2,8	2,4	2,3	2,2	2,3	2,4
TV3	1,9	1,9	2,2	2,2	2,7	1,7	1,7	2,0	1,9	2,3
SPORT	0,9	1,8	2,4	1,9	2,1	0,7	1,5	2,0	1,5	1,8
Domashny		1,0	1,3	1,9	2,1		0,9	1,2	1,6	1,9
DTV VIASAT	1,3	1,5	1,6	1,8	1,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,4
ZVEZDA			0,3	0,7	1,1			0,3	0,6	0,9
Muz TV	1,2	1,0	1,3	1,3	1,0	0,9	0,7	0,9	1,0	0,7
MTV Russia	1,4	1,1	1,1	0,9	1,0	0,9	0,7	0,8	0,7	0,7
Petersburg-5 Channel			0,1	0,7	1,0			0,1	0,6	0,9
Vesti				0,3	0,8				0,2	0,5
7TV	0,5	0,3	0,3	0,2	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Euronews	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Rambler	0,1	0,3	0,3	0,1	-	0,1	0,3	0,2	0,1	-
Others	8,8	7,6	13,8	13,9	12,1	7,5	6,7	12,5	12,0	11,2

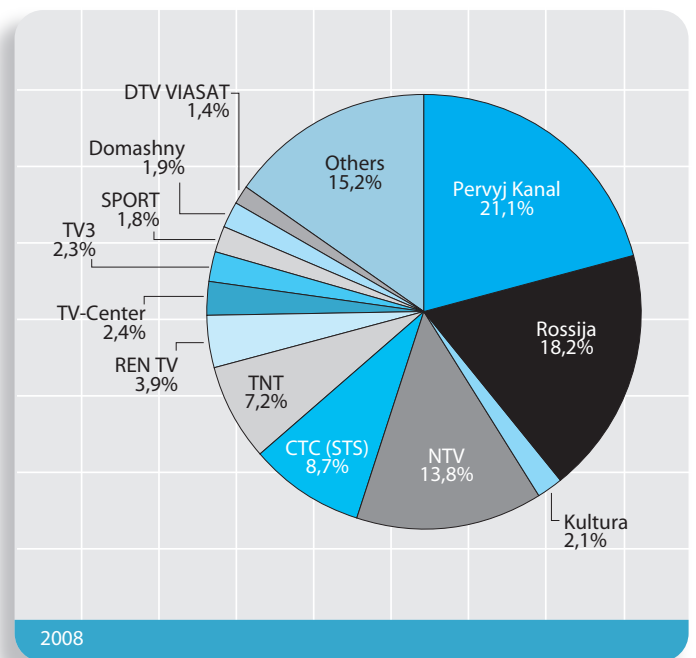
From 2006, market shares are normalised (not taking into account external devices such as DVD, VCR ...)

Source: Eurodata TV Worldwide / TNS Gallup Media

Daily share. In %, 4 years +.



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



TV4 (Bonnier group) has established itself as the leader in terms of daily audience for the third year in a row. However, with only a 20.1% market share the gap has narrowed with the first public channel SVT1 (which recorded a daily audience of 19.5% in 2008). This channel is still the prime time market leader but its progress has been eroded here, too. In other words, the market positions of TV4 and SVT1 have moved closer together. In third place is the second public channel SVT2, which is also losing part of its audience and has a market share of just over 10%.

Following on behind these three incumbent channels are three channels established in the United Kingdom: TV3 (Modern Times Group), Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) and TV6 (Modern Times Group), all of which have maintained stable results compared with 2007, with TV6, the newest channel (launched in 2006) even slightly increasing its daily audience to 4.3%.

However, these six dominant channels only had a combined daily audience share of 71.3% in 2008 compared with 80% two years earlier, the reason being that ten or so channels have gradually become established (TV4 Plus, SVT24, SVTB, Kanal 9, TV4 Sport, etc), each with a market share of between 1 and 4% and doubling their combined audience in two years.

The spread of the small channels is clearly bound up with the importance of the digital terrestrial platform and the growth of the other multi-channel distribution networks in Sweden. Since its launch in 1997, the DTT platform has been operated by the company Boxer. Long a symbol of the dynamism of the digital transition in Sweden (the analogue switchoff began in 2007), Boxer was, however, faced in 2009 with a drop in its number of subscribers. Adding together the Swedish and Danish markets, the company had 673 000 subscribers in June 2009 compared with 709 000 in March 2008 on the Swedish market alone. This phenomenon can no doubt be explained by the increased competition from other means of distribution.

The cable television market is highly concentrated and dominated by the operator Com Hem, which claimed to have 1.76 million subscribers at 31 March 2009 (around half a million of which have access to digital television) and is continuing to increase its subscriber base and posting very positive results.

Satellite television is shared between the two Nordic market operators Canal Digital and Viasat.

TeliaSonera has established itself as the leader on the IPTV market, with 350 000 subscribers at 30 June 2009.

TV4 (groupe Bonnier) s'affirme pour la troisième année consécutive leader en termes d'audience quotidienne. Mais avec seulement 20,1 % de part de marché, l'écart s'est réduit par rapport à la première chaîne publique SVT1 (qui affiche 19,5 % d'audience quotidienne en 2008). Cette dernière demeure leader sur le marché en prime time, mais elle subit là aussi une érosion de son avance. En d'autres termes, les positions sur le marché de TV4 et SVT1 se sont resserrées. En troisième position se trouve la seconde chaîne publique, SVT2, elle aussi en perte d'audience, légèrement au-dessus des 10 % de part de marché.

Derrière ces trois chaînes historiques, se trouvent les trois chaînes établies au Royaume-Uni : TV3 (Modern Times Group), Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) et TV6 (Modern Times Group). Celles-ci maintiennent des résultats stables par rapport à 2007 ; TV6, la plus récente (lancée en 2006) progresse même sensiblement pour s'établir à 4,3 % d'audience quotidienne.

Ceci dit, ces six chaînes dominantes ne représentent plus qu'une part d'audience quotidienne cumulée de 71,3 % en 2008 contre presque 80 % deux ans plus tôt. De fait, une dizaine de chaînes se sont progressivement imposées (TV4 Plus, SVT24, SVTB, Kanal 9, TV4 Sport, etc.), rassemblant chacune entre 1 et 4 % de part de marché, et doublant leur audience cumulée en deux ans.

La montée des petites chaînes est évidemment liée à l'importance de la plate-forme numérique terrestre et à la multiplication des autres réseaux de distribution multi-chaînes en Suède. La plate-forme TNT est opérée depuis son lancement en 1997 par la société Boxer. Longtemps symbole du dynamisme de la transition vers le numérique en Suède (l'extinction des transmissions analogiques terrestres a été opérée dès 2007), Boxer est toutefois confronté en 2009 à une décline de son nombre d'abonnés. L'entreprise décompte en juin 2009 673 000 abonnés en additionnant les marchés suédois et danois contre 709 000 en mars 2008 sur le seul marché suédois. Ce phénomène s'explique sans doute par la concurrence accrue des autres modes de distribution.

Le marché de la télévision par câble est largement concentré et dominé par l'opérateur Com Hem. Celui-ci revendique 1,76 million d'abonnés au 31 mars 2009 (dont un demi million environ disposent d'un accès à la télévision numérique), il continue d'accroître sa base d'abonnés et affiche des résultats largement positifs.

L'offre de télévision par satellite se partage entre les deux opérateurs actifs sur les marchés nordiques, Canal Digital et Viasat.

C'est TeliaSonera qui s'affirme comme le leader sur le marché de l'IPTV, avec

TV4 (Bonnier-Gruppe) behauptet sich im dritten Jahr in Folge auf seinem Spitzenplatz bei der täglichen Einschaltquote. Mit einem Marktanteil von nur 20,1 % verringerte sich allerdings der Abstand zum ersten öffentlich-rechtlichen Programm SVT1 (das 2008 auf eine tägliche Einschaltquote von 19,5 % kam). SVT1 bleibt im Primetime-Markt zwar weiterhin führend, jedoch ebenfalls bei schwindendem Vorsprung. Mit anderen Worten, die Marktpositionen von TV4 und SVT1 nähern sich an. An dritter Position findet sich das zweite öffentlich-rechtliche Programm, SVT2, das ebenfalls sinkende Einschaltquoten verzeichnet und auf einen Marktanteil von knapp über 10 % kam.

Auf die drei klassischen Dienste folgen die drei Sender aus dem Vereinigten Königreich: TV3 (Modern Times Group), Kanal 5 (ProSiebenSat.1 Media AG) und TV6 (Modern Times Group). Ihre Ergebnisse blieben gegenüber 2007 stabil. Die tägliche Einschaltquote von TV6, dem jüngsten unter ihnen (2006 gestartet), legte sogar deutlich zu und kletterte auf 4,3 %.

Allerdings kamen diese sechs marktbeherrschenden Sender 2008 nur noch auf einen kumulierten Marktanteil von 71,3 % gegenüber fast 80 % zwei Jahre zuvor. Tatsächlich haben sich nach und nach etwa zehn Sender durchgesetzt (TV4 Plus, SVT24, SVTB, Kanal 9, TV4 Sport u. a.), von denen jeder einen Marktanteil von 1 bis 4 % erzielte und innerhalb von zwei Jahren seine kumulierte Einschaltquote verdoppeln konnte.

Das Aufkommen der kleinen Sender hängt natürlich mit der Bedeutung der digitalen terrestrischen Plattform und der Vervielfachung der anderen Multi-Kanal-Verbreitungsnetze in Schweden zusammen. Die DVB-T-Plattform wird seit dem Start 1997 von Boxer betrieben. Dieses Unternehmen stand lange Zeit stellvertretend für die Dynamik der Umstellung auf Digitaltechnik in Schweden (die Abschaltung der analogen terrestrischen Signale erfolgte bereits 2007), verzeichnete aber 2009 sinkende Abonentenzahlen. Im Juni 2009 hatte das Unternehmen in den Märkten Schweden und Dänemark zusammen 673 000 Abonenten, gegenüber 709 000 im März 2008 allein in Schweden. Dieses Phänomen ist sicherlich auf den stärkeren Wettbewerb aufgrund der anderen Verbreitungsarten zurückzuführen.

Der Markt für Kabelfernsehen wird stark vom Betreiber Com Hem dominiert. Das Unternehmen hatte am 31. März 2009 nach eigenen Angaben 1,76 Mio. Abonenten (davon etwa eine halbe Million mit Zugang zum digitalen Fernsehen), eine Basis, die weiter ausgebaut werden soll, und weist deutlich positive Ergebnisse aus.

However, there are many other operators in the market, like Boxer, Canal Digital, Fast TV or, indeed, B2 Bredband (Telenor). TeliaSonera is also present in the mobile television (3G) market, with two other operators: Hi3G and Tele 2. They provide access to a few dozen channels, most of them offering news or entertainment and sometimes in specific versions for mobile telephones (MTV shorts, TV3 to go, Kanal 5 – Highlights, etc).

Finally, the new non-linear services are enjoying increasing success in Sweden. In particular, the public broadcaster's catch-up television service of "SVT play" registered 204 million views in 2008.

Two major events in business terms took place in 2008/2009. First of all, in December 2008 TV4 took over C More Entertainment Group (ProSiebenSat1. Media AG), which is the broadcaster of the Canal+ pay-TV channels in the Nordic countries and had 950 000 subscribers in 2009. Then, in June 2009, Boxer took over Digi TV Plus Oy, the operator of the Finnish pay-DTT operator service Plus TV, which had more than 280 000 subscribers at the end of 2008.

Concerning legal issues, the Swedish licensing authority RTVV published a report on must-carry rules in December 2008. Its conclusions underline the desirability of maintaining these rules but emphasise a number of possible modifications.

In addition, the Post and Telecommunications Agency has analysed the terrestrial television markets and proposed in March 2009 that the regulations be maintained on the free terrestrial television market but be relaxed on the pay terrestrial television market. These proposals led to consultations in the spring and summer of 2009.

350 000 abonnés au 30 juin 2009. Mais de nombreux autres opérateurs sont présents sur ce marché, à l'image de Boxer, Canal Digital, Fast TV ou encore B2 bredband (Telenor).

TeliaSonera est aussi présent sur le marché de la télévision sur téléphone mobile (3G), avec deux autres opérateurs : Hi3G et Tele 2. Ils proposent des accès à quelques dizaines de chaînes, essentiellement d'information ou de divertissement, parfois dans des versions spécifiques pour téléphones mobiles (MTV shorts, TV3 to go, Kanal 5 highlights etc...).

Les nouveaux services non linéaires rencontrent enfin un succès grandissant en Suède. En particulier, le service de télévision de rattrapage du radio-diffuseur public « SVT play » a enregistré 204 millions de visionnages en 2008.

Deux opérations majeures en termes capitalistiques se sont déroulées en 2008/2009. D'abord, en décembre 2008, TV4 (groupe Bonnier) a racheté C More Entertainment Group (ProSiebenSat1. Media AG), diffuseur des chaînes payantes Canal+ dans les pays nordiques. C More Entertainment affiche en 2009 950 000 abonnés. Puis en juin 2009, Boxer a pris le contrôle de Digi TV Plus Oy, l'opérateur du service de TNT payante Plus TV en Finlande, qui compte plus de 280 000 abonnés à la fin 2008.

En matière juridique, la RTVV (Conseil Suédois de l'Audiovisuel) a publié un rapport en décembre 2008 relatif aux règles de *must-carry*. Les conclusions soulignent l'opportunité de maintenir ces règles, mais pointent quelques aménagements possibles.

Par ailleurs, l'Office des postes et télécommunications a analysé les marchés de la télévision terrestre et proposé en mars 2009 que les réglementations soient maintenues sur le marché de la télévision terrestre gratuite mais allégées sur celui de la télévision terrestre payante. Ces propositions ont donné lieu à des consultations au printemps et pendant l'été 2009.

Das Satellitenfernsehangebot ist auf die beiden aktiven Betreiber der nordischen Märkte aufgeteilt: Canal Digital und Viasat.

Unter den IPTV-Anbietern behauptet sich TeliaSonera mit 350 000 Abonnenten am 30. Juni 2009 als Marktführer. Allerdings sind zahlreiche weitere Betreiber in diesem Markt präsent, wie etwa Boxer, Canal Digital, Fast TV oder auch B2 bredband (Telenor).

TeliaSonera ist auch im Markt für Handy-Fernsehen (3G) aktiv, wo es noch zwei weitere Betreiber gibt: Hi3G und Tele 2. Sie bieten Zugang zu einigen Dutzend hauptsächlich Informations- und Unterhaltungssendern, manchmal in speziellen Handyversionen (MTV shorts, TV3 to go, Kanal 5 highlights usw.).

Die neuen nicht-linearen Dienste haben in Schweden steigenden Zulauf. So verzeichnete insbesondere der Catch-up-Dienst „SVT play“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalters 204 Mio. abgerufene Videos für das Jahr 2008.

2008/2009 ist es zu zwei kapitalintensiven Vorgängen gekommen. Zunächst hat im Dezember 2008 TV4 (Bonnier-Gruppe) die C More Entertainment Group (ProSiebenSat1. Media AG) übernommen, den Veranstalter der Bezahldienste von Canal+ in den nordischen Ländern. Für 2009 gibt C More Entertainment 950 000 Abonnenten an. Dann hat im Juni 2009 Boxer die Kontrolle über Digi TV Plus Oy übernommen, den Betreiber des DVB-T-Bezahldienstes Plus TV in Finnland, der Ende 2008 über 280 000 Abonnenten hatte.

Auf rechtlicher Ebene hat die schwedische Rundfunk- und Fernsehbehörde RTVV im Dezember 2008 einen Bericht über die Must-carry-Regelungen veröffentlicht. Die Schlussfolgerungen betonen die Zweckmäßigkeit, diese Regelungen beizubehalten, weisen aber auf einige mögliche Anpassungen hin.

Nach einer Analyse der Märkte für terrestrisches Fernsehen hat die Behörde für Post und Telekommunikation im März 2009 vorgeschlagen, die Regelungen für den Markt des frei empfangbaren terrestrischen Fernsehens beizubehalten, die für das terrestrische Bezahlfernsehen allerdings zu lockern. Diese Vorschläge waren im Frühjahr und Sommer 2009 Gegenstand von Beratungen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	9 256	Eurostat
Households		–	4 200	European Audiovisual Observatory estimates
TV households		97,5%	4 095	European Audiovisual Observatory estimates
Cable TV households		56,5%	2 375	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		20,8%	872	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		20,4%	858	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		16,2%	681	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		9,1%	383	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T Receivers		47,6%	2 000	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		93,7%	3 936	European Audiovisual Observatory
Households with PC		87,0%	3 653	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		64,5%	2 710	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	34	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	112	Com Hem, Canal Digital (Telenor), Tele 2 Syd etc...
Satellite packagers	2	Canal Digital (Telenor), Viasat (MTG)
IPTV packagers	6	B2 Brendband, Canal Digital (Telenor), Fast TV Net, TeliaSonera, TV-Net I Löddeköping, Viasat (MTG)
DTT multiplex operators and packagers	2	Multiplex operator : Teracom, Pay-TV packager : Boxer TV-Access (owned by Teracom)
Mobile phone TV packagers	3	Hi3G Access, Tele 2, TeliaSonera

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		4	20	24
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		3	39	42
Regional/Local		0	79	79
Regional/Local windows		11	16	27
Channels targeting foreign markets		1	91	92
Total		19	245	264
Foreign channels targeting the country		2	39	41

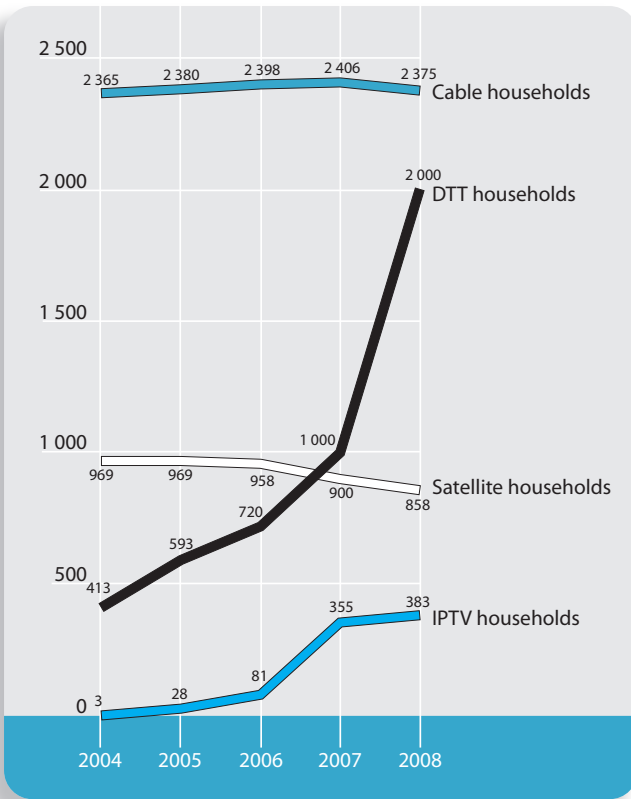
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Terrestrial Digital Boxer	Cable Comhem	Satellite Canal Digital (Full Nordic offer)	Satellite Viasat (Full Nordic offer)	IPTV TeliaSonera
Generalist - national		3	4	4	4	3
Generalist - foreign		2	18	12	19	7
Adult			1	3	3	2
Children		3	7	19	20	7
Culture/ education/ documentary		5	17	16	31	11
Minority interest groups		1	1			
Entertainment/ TV fiction/ games		5	12	27	32	10
Film		5	16	28	45	15
Home shopping						
International linguistic and cultural		1	10		1	4
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	6	1	1
Music		3	5	8	8	3
News/ business		3	10	11	8	5
Parliament/ government/ administration						
Regional/ local						
Religion			2	2	2	
Sports		3	16	26	20	12
Various			1		4	1
Total		34	124	162	198	81

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

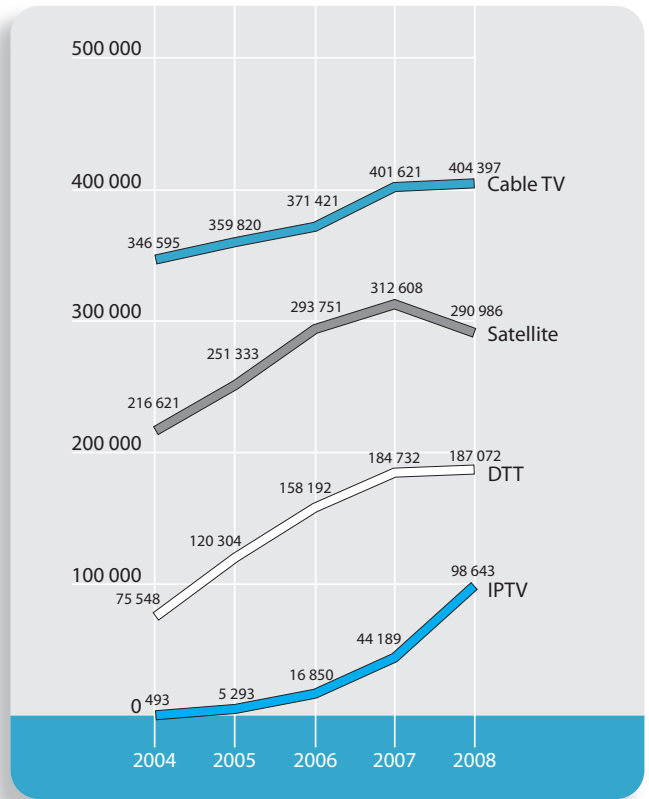
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

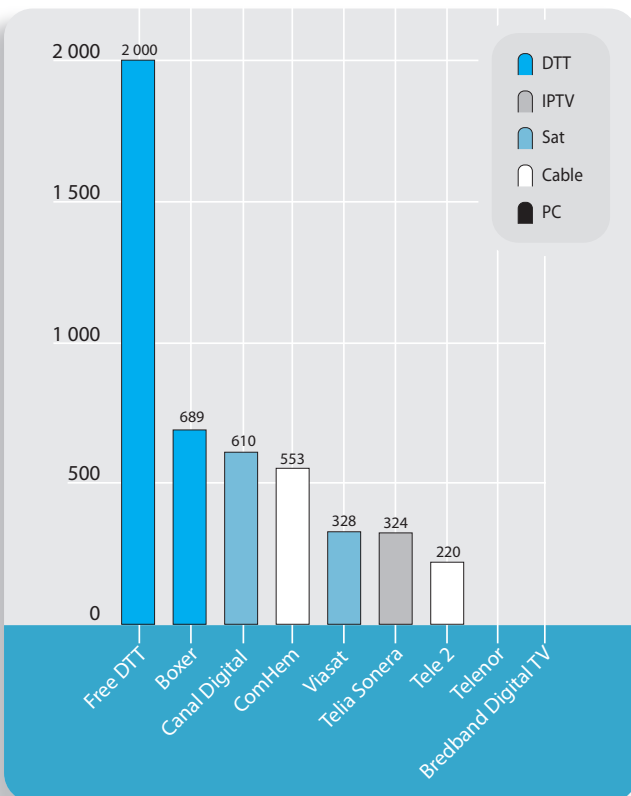
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

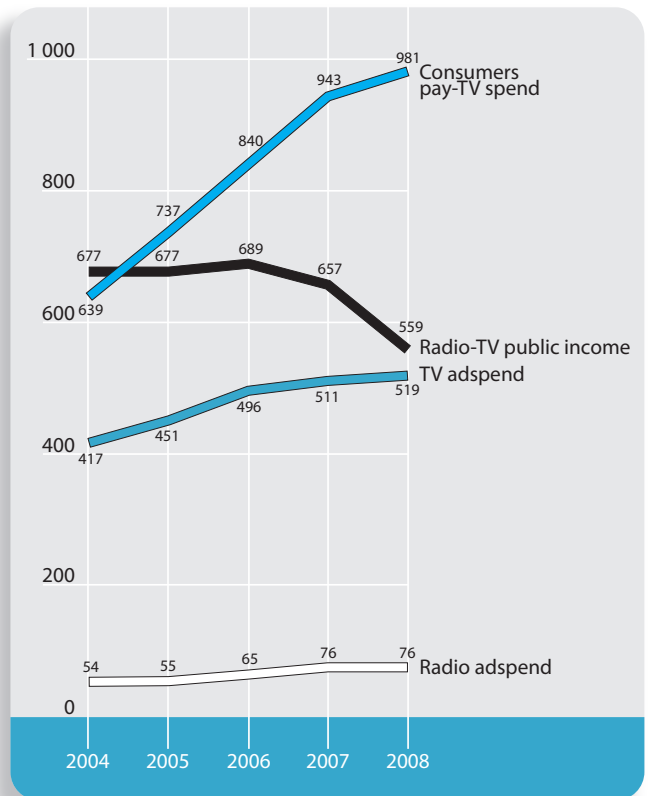
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



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

T.1.SE.1
G.1.SE.1

Operating revenues of main television companies in Sweden 2005-2008

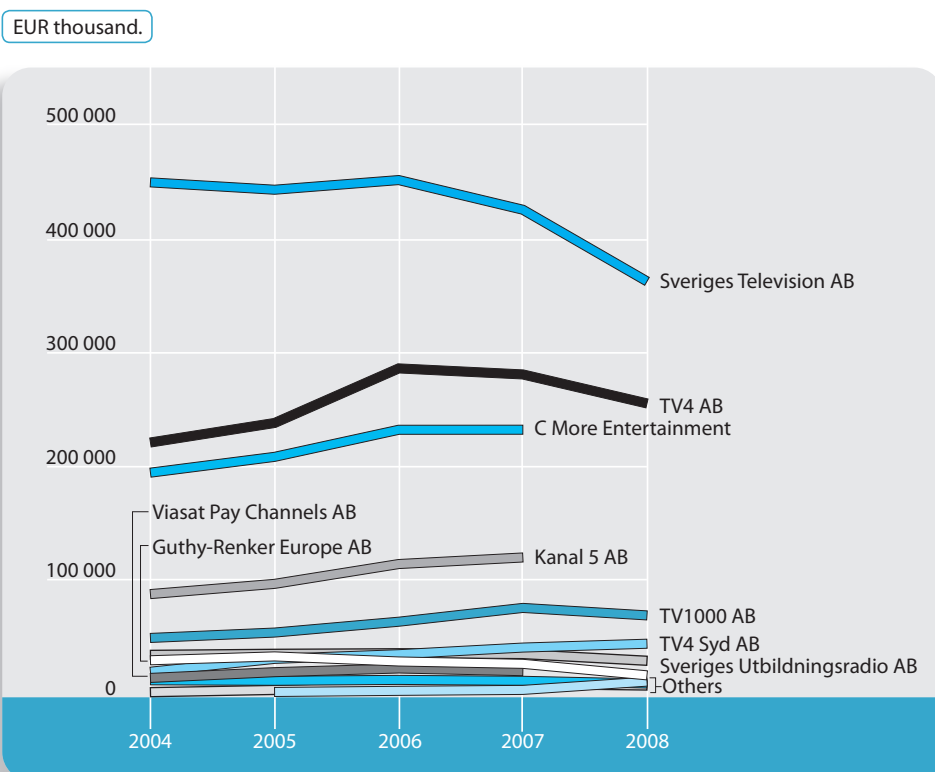
EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Sveriges Television AB	sptv	STV1, SVT-2, 24, ...	444 317	452 837	426 682	363 523	-14,8%
TV4 AB	adtv	TV4, TV4 Film, ...	238 619	286 746	281 422	255 859	-9,1%
C More Entertainment	paytv	Cmore, Canal+, ...	208 746	232 621	232 677	~	~
Kanal 5 AB	adtv	Kanal 5	96 729	114 216	120 007	~	~
TV1000 AB	paytv	TV 1000	53 790	63 350	75 517	68 912	-8,7%
TV4 Syd AB	rtv	TV4 Syd	30 587	34 680	40 554	43 943	8,4%
Sveriges Utbildningsradio AB	sptv	UR, Kunskapskanalen	35 036	35 517	34 778	28 907	-16,9%
Viasat Pay Channels AB	thtv	Viasat Nature/Action	18 857	22 120	19 749	~	~
Guthy-Renker Europe AB	hstv	TV-Shop	32 762	28 289	26 209	16 056	-38,7%
TV4 Sport AB	thtv	Sportexpressen	1 400	2 398	3 224	10 537	226,8%
TV4 Sydost AB	rtv	TV4 Sydost	11 277	12 050	11 236	8 852	-21,2%
NonStop Television 1.0 AB ¹	thtv	NonStop Entertainment TV	3 201	6 332	8 539	7 094	-
NonStop Television AB 2.0 ¹	paytv	Showtime	1 123	4 460	5 060	3 850	-

Main distributors		Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
TeliaSonera Sverige AB ²	3play	Telia TV	3 528 982	3 473 223	3 580 476	2 661 351	-25,7%
TeliaSonera Mobile Networks AB ²	3G TV	Start	1 562 406	1 917 678	1 140 761	~	~
Tele2 Sverige AB ²	3play	Tele2 TV	1 105 710	1 168 244	1 228 042	1 116 767	-9,1%
Telenor Sverige AB	4play, 3G TV	Telenor TV, Mobil TV	633 282	570 304	843 316	769 146	-8,8%
Com Hem AB ²	3play	Com Hem TV	203 163	256 242	289 247	331 815	14,7%
HI3G Access AB ²	3G TV	3Mobil-TV	257 265	343 587	376 611	333 154	-11,5%
B2 Bredband AB ²	3play	Bredband Digital TV	160 805	198 212	251 615	229 826	-8,7%
Boxer TV-Access AB	DTT, 3play	Boxer	122 421	171 731	193 285	180 944	-6,4%
Canal Digital Sverige AB	CATV, IPTV, sat-tv	Canal Digital, Kiosk	173 875	179 190	172 728	163 433	-5,4%
Viasat AB	sat-tv	Viasat	106 046	134 209	136 308	131 653	-3,4%
Telge Nät AC ²	3play	Kabel-TV Telge	76 241	82 059	85 322	79 445	-6,9%

¹ 2008 on 8 months.² Includes telecommunication activities.

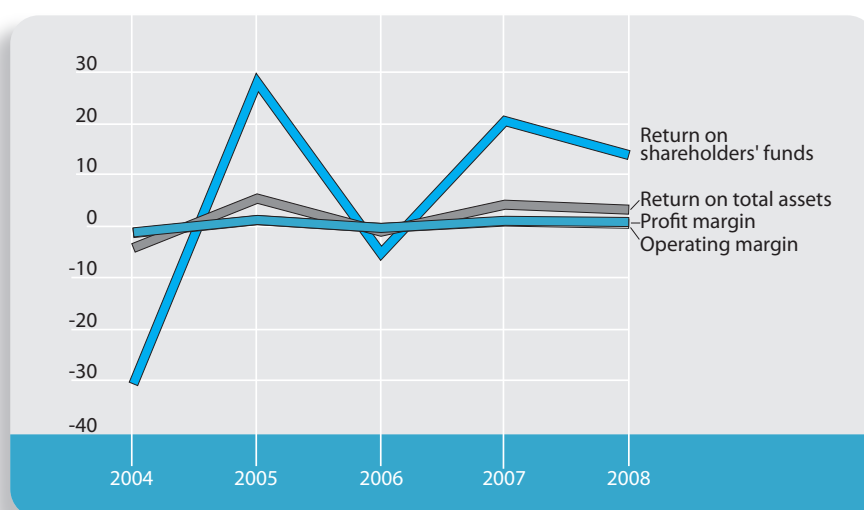
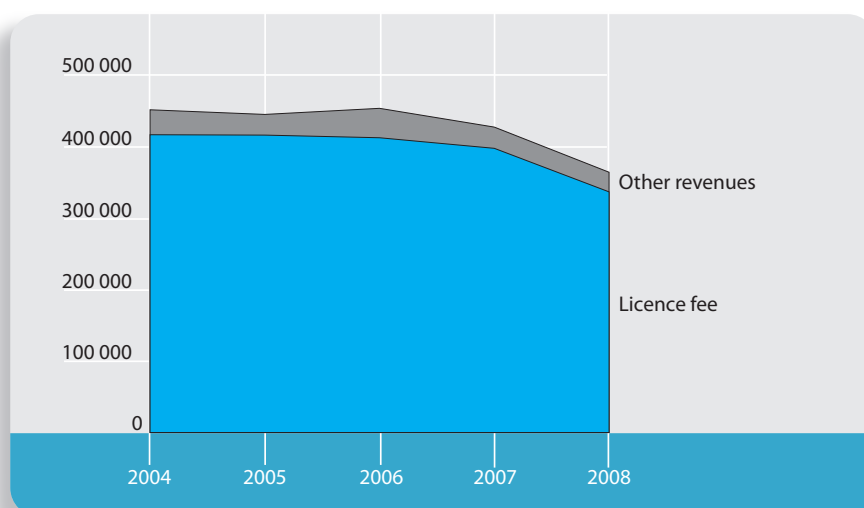
Source: European Audiovisual Observatory



T.1.SE.2
G.1.SE.2SVT financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	415 442	411 741	396 973	336 154	93,5%	90,9%	93,0%	92,5%	-15,3%
- Licence fee	415 442	411 741	396 973	336 154	93,5%	90,9%	93,0%	92,5%	-15,3%
Other income	28 875	41 096	29 656	27 415	6,5%	9,1%	7,0%	7,5%	-7,6%
TOTAL	444 317	452 837	426 682	363 569	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-14,8%
Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	310 506	321 875	~	~	70,8%	70,9%	~	~	~
Cost of personnel	119 507	123 805	~	~	27,2%	27,3%	~	~	~
Depreciation	8 606	8 241	9 311	8 335	2,0%	1,8%	2,2%	2,3%	-10,5%
Operating expenditure	438 619	453 921	422 361	361 407	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-14,4%
Net result	351	708	4 724	3 220					-31,8%
Operating margin (%)	1,28	-0,24	1,01	0,58					

Source: SVT / European Audiovisual Observatory



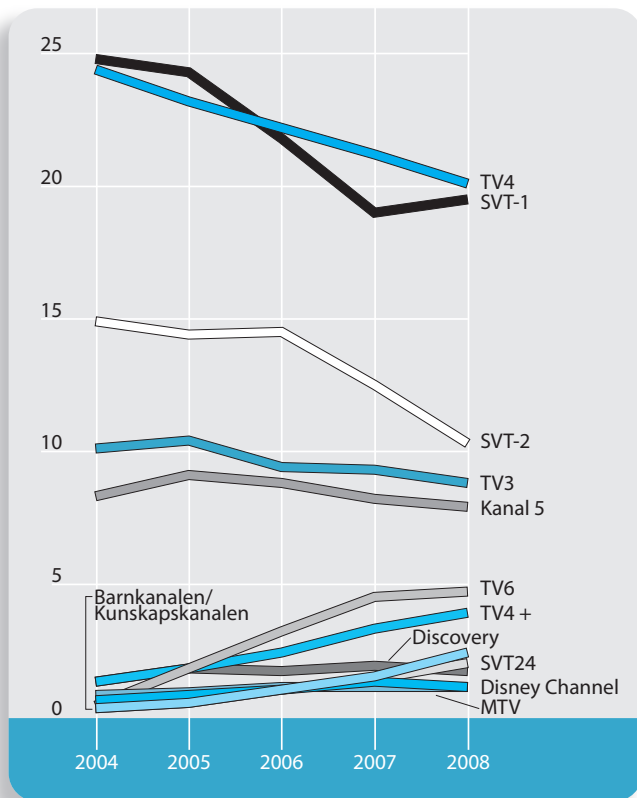
T.1.SE.3
G.1.SE.3

TV audience market share in Sweden
2004-2008 In %, 3 years +.

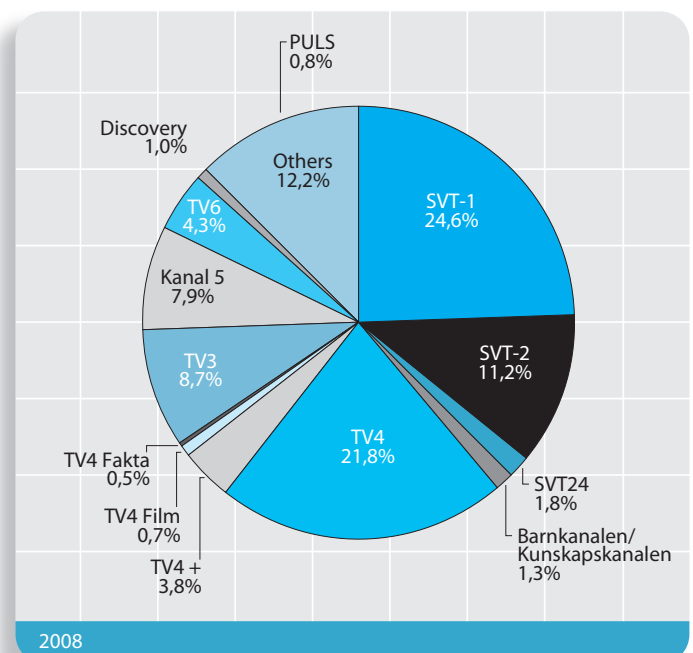
Channels	Daily share					Prime time (19:00 - 22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
SVT-1	24,8	24,3	21,8	19,0	19,5	30,7	28,9	28,5	28,2	24,6
SVT-2	14,9	14,4	14,5	12,5	10,3	16,4	15,2	14,2	11,2	11,2
SVT24	0,3	0,5	1,0	1,4	2,0	0,2	0,3	0,8	1,2	1,8
Barnkanalen/Kunskapskanalen	0,3	0,5	1,0	1,5	2,4	0,1	0,1	0,4	0,6	1,3
Total Swedish public channels	40,3	39,7	38,2	34,5	34,2	47,4	44,5	43,9	41,2	38,9
TV4	24,4	23,2	22,2	21,2	20,1	23,5	22,8	23,3	23,6	21,8
TV4 +	1,3	1,8	2,4	3,3	3,9	0,1	1,9	2,4	3,4	3,8
TV4 Film	0,1	0,3	0,6	0,8	0,9	0,0	0,3	0,4	0,6	0,7
TV4 Fakta	-	0,1	0,4	0,6	0,7	-	0,0	0,4	0,4	0,5
Total Swedish private channels	25,9	25,4	25,6	25,8	25,6	23,7	25,0	26,5	28,0	26,9
TV3	10,1	10,4	9,4	9,3	8,8	9,2	10,0	8,8	8,7	8,7
Kanal 5	8,3	9,1	8,8	8,2	7,9	7,6	9,0	8,5	7,0	7,9
TV6	0,4	-	3,2	4,5	4,7	0,4	-	2,8	3,7	4,3
Discovery	1,3	1,8	1,7	1,9	1,7	0,6	1,5	1,1	1,0	1,0
Eurosport	1,8	1,6	1,6	1,4	0,9	1,1	1,0	1,0	0,7	0,5
MTV	0,8	0,9	1,1	1,1	1,1	0,5	0,6	0,7	0,6	0,7
Disney Channel	0,6	0,8	1,0	1,3	1,1	0,4	0,3	0,5	0,9	0,7
Nickelodeon	0,3	0,4	0,8	0,6	0,9	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
Total foreign channels	23,7	25,0	27,6	28,2	27,1	19,8	22,5	23,5	22,9	24,1
Others	10,2	9,9	8,6	11,5	13,1	9,1	8,0	6,0	7,9	10,1

Source: Eurodata TV Worldwide / MMS MEDIAMÄTNING I SKANDINAVIEN AB

Daily share. In %, 3 years +.



Prime time (19:00-22:00). In %, 3 years +.



The most important channels in the Slovenian television market are those of the public broadcaster RTV Slovenija, and the two private channels of the Central European Media Enterprises (CME) group, Pop TV and Kanal A. The audience market share of the main private channel Pop TV was 24.6% in 2008 (down almost 4% in the last two years). The public channel TVS1 has maintained a steady audience share for the past three years with a market share of 22.6% in 2008. The second CME channel continues to increase its audience with 11.9% in 2008 (up 3% from two years earlier). The third important private channel TV3 (owned by the Modern Times Group) is increasing its audience share, which in 2008 was 5.2%.

About 40% of households use cable with approximately 80 cable operators. The main player is UPC Telemach, which had 157,200 subscribers in December 2008 (of which 10 000 had digital services). Liberty Global sold UPC Telemach to Mid Europa Partners in July 2009.

The use of IPTV services has reached a similar level of penetration to that of France. The first IPTV platform was launched by the internet access provider SiOL (Telecom Slovenije) in 2003. In August 2009 SiOL had 101 621 IPTV subscriber households, and according to research of the regulator APEK, had 63% of the IPTV market by June 2009. The second main operator is T-2 with almost 33% of the IPTV market. These figures imply that IPTV was used in over 160 000 households (around 20%) by June 2009. The two other IPTV operators Tus Telekom and Amis have marginal market shares. There is just one satellite package, Total TV, launched in 2007.

In 2007, Slovenia adopted a law on digital broadcasting. Analogue switch-off is scheduled for 2010. The country will have six multiplexes in all. In 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. In April 2009, the three commercial channels Pop TV, Kanal A and TV Pika were dropped from the multiplex A after refusing to pay their fees. They argued that their transmission fees were much higher than those of the public service channels. TV3 had also been dropped for the same reason. The license for the multiplex B was awarded at the end of 2008 to Norwegian company Norkring and the platform was launched in September 2009.

Les chaînes les plus importantes du marché de la télévision slovène sont, d'une part, celles 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. La part de marché d'audience de la principale chaîne privée Pop TV est de 24,6 % en 2008 (en recul de presque 4 % sur les deux dernières années). La part d'audience de la chaîne publique TVS1, 22,6 % en 2008, reste stable depuis trois ans. L'audience de la seconde chaîne du groupe CME continue d'augmenter avec 11,9 % en 2008 (plus 3 % par rapport à il y a deux ans). La troisième chaîne privée, TV3, qui appartient au groupe Modern Times, voit sa part d'audience progresser (5,2 % en 2008).

Environ 40 % des foyers sont câblés. Le pays compte quelque 80 câblo-opérateurs. Le principal est UPC Telemach, avec 157 200 abonnés en décembre 2008 (dont 10 000 à une offre numérique). Liberty Global a vendu UPC Telemach à Mid Europa Partners en juillet 2009.

L'utilisation des services IPTV est au même niveau qu'en France. La première plate-forme IPTV a été lancée par le fournisseur d'accès Internet SiOL (Telecom Slovenije) en 2003. En août 2009, SiOL compte 101 621 abonnés IPTV et représente, selon une étude du régulateur APEK, 63 % du marché IPTV en juin 2009. Le second opérateur est T-2 avec presque 33 % du marché IPTV. Ces chiffres indiquent que l'IPTV est utilisé dans plus de 160 000 foyers (soit environ 20 %) en juin 2009. La part de marché des deux autres opérateurs IPTV, Tus Telekom et Amis, reste marginale. Le pays compte une seule plate-forme satellite, Total TV, lancée en 2007.

En 2007, la Slovénie a adopté une loi sur la radiodiffusion numérique. L'extinction de l'analogique est prévue pour 2010. Le pays comptera six multiplex au total. En 2007, les sept licences du premier multiplex de télévision numérique terrestre ont été réparties entre le radiodiffuseur public (quatre licences) et les chaînes privées Pop TV, Kanal A et TV3. En avril 2009, le multiplex A a perdu les trois chaînes commerciales Pop TV, Kanal A et TV Pika qui ont refusé de payer leur redevance. Elles ont estimé que leurs droits de transmission étaient bien plus élevés que ceux des chaînes du service public. TV3 a suivi leur exemple. La licence pour le multiplex B a été attribuée fin 2008 à la société norvégienne Norkring et le lancement de la plate-forme a eu lieu en septembre 2009.

Die wichtigsten Sender auf dem slowenischen Fernsehmarkt sind die der öffentlich-rechtlichen Anstalt RTV Slovenija sowie die beiden Privatsender der Central European Media Enterprises (CME), Pop TV und Kanal A. Der Marktanteil des größten Privatsenders Pop TV lag 2008 bei 24,6 % (knapp minus 4 % in zwei Jahren). Der öffentlich-rechtliche Sender TVS1 erreichte 2008 mit 22,6 % einen seit drei Jahren stabilen Marktanteil. Der zweite CME-Sender verzeichnet 2008 mit 11,9 % Marktanteil erneut einen Zuwachs (plus 3 % in zwei Jahren). Der dritte große Privatsender (TV3, im Besitz der Modern Times Group) erzielt 2008 mit 5,2 % ebenfalls einen Anstieg seines Marktanteils.

Rund 40 % der Haushalte haben einen Kabelanschluss und es gibt um die 80 Kabelnetzbetreiber. Der größte von ihnen ist UPC Telemach mit 157 200 Abonnenten im Dezember 2008 (darunter 10 000 Abonnenten von digitalen Diensten). UPC Telemach wurde im Juli 2009 von Liberty Global an Mid Europa Partners verkauft.

Die Nutzung von IPTV-Diensten hat in etwa die Durchdringungsrate von Frankreich erreicht. Die erste IPTV-Plattform wurde 2003 vom Internetprovider SiOL (Telecom Slovenije) gestartet. Im August 2009 hatte SiOL 101 621 IPTV-Abonnenten und nach einer Erhebung der Regulierungsbehörde APEK lag der IPTV-Marktanteil des Unternehmens im Juni 2009 bei 63 %. Zweitgrößter Anbieter ist T-2 mit einem IPTV-Marktanteil von knapp 33 %. Aus diesen Zahlen ergibt sich, dass IPTV im Juni 2009 in über 160 000 Haushalten (rund 20 %) genutzt wurde. Die beiden anderen IPTV-Anbieter, Tus Telekom und Amis, haben minimale Marktanteile. Es gibt nur ein Satellitenpaket, Total TV, das 2007 gestartet wurde.

In Slowenien wurde 2007 ein Gesetz über den digitalen Rundfunk verabschiedet. Demnach ist die Abschaltung des Analogfernsehens für 2010 vorgesehen. Das Land wird insgesamt über sechs Multiplexe verfügen. Im Jahr 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. Im April 2009 wurden die drei Privatsender Pop TV, Kanal A und TV Pika aus dem Multiplex A herausgenommen, nachdem sie die Zahlung ihrer Gebühren verweigert hatten. Sie hatten argumentiert, dass die Übertragungsgebühren sehr viel höher als die der öffentlich-rechtlichen Sender sind. Aus dem gleichen Grund war auch TV3 herausgenommen worden. Die Lizenz für den Multiplex B wurde Ende 2008 an das norwegische Unternehmen Norkring vergeben, die Inbetriebnahme der Plattform erfolgt im September 2009 erfolgen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	2 032	Eurostat
Households		–	774	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		98,2%	760	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		37,1%	287	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		5,7%	44	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		12,0%	93	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		2,1%	16	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		20,8%	161	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		4,1%	32	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		32,7%	253	European Audiovisual Observatory
Households with PC		71,6%	554	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		46,4%	359	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Mobile phone TV subscriptions		–	5	Screen Digest

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	73	Elektro Turnsek, Skyline, Telemach...
Satellite packagers	1	Total TV
IPTV packagers	4	Amis, Siol, T-2, TUS Telekom
DTT multiplex operator	2	RTVSLO, Norkring
Mobile phone TV packagers	1	Mobitel

Number of TV channels by kind of licence	11.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	5	8
Cable/Satellite/IPTV/Mobile			25	25
Regional/Local		3	36	39
Regional/local windows				
Channels targeting foreign markets				
Total		6	66	72
<i>Foreign channels targeting the country</i>			17	17

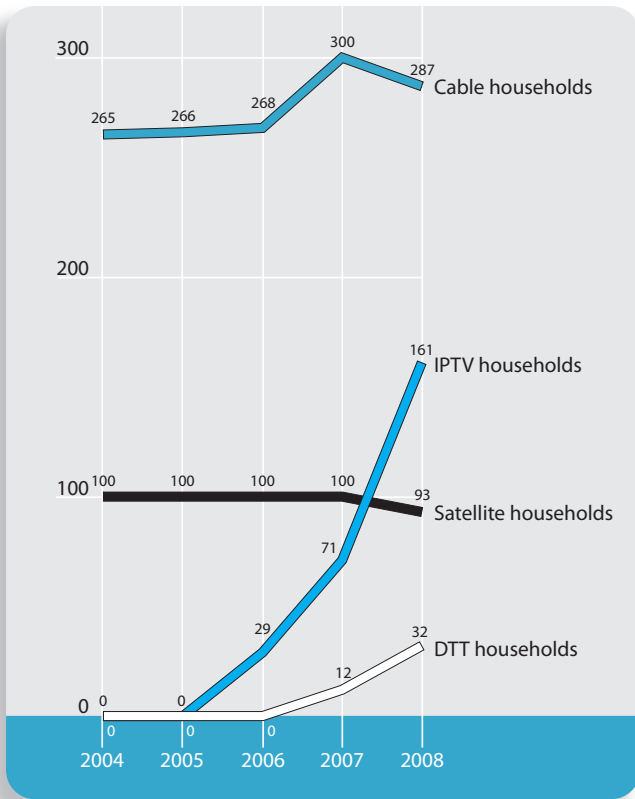
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	DTT RTV SLO	Cable Telemach	IPTV SIOL	Satellite Total TV
Generalist - national		2	6	8	6
Generalist - foreign			22	25	8
Adult			2	7	3
Children			6	7	3
Culture/ education/ documentary			12	12	9
Minority interest groups			1	1	
Entertainment/ TV fiction/ games			12	18	2
Film			2	1	3
Home shopping					1
International linguistic and cultural			5	2	
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	5	2
Music			8	12	7
News/ business			6	10	1
Parliament/ government/ administration		1	1	1	
Regional/ local			6	6	
Religion				1	
Sports			11	8	9
Various					
Total		3	104	122	54

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

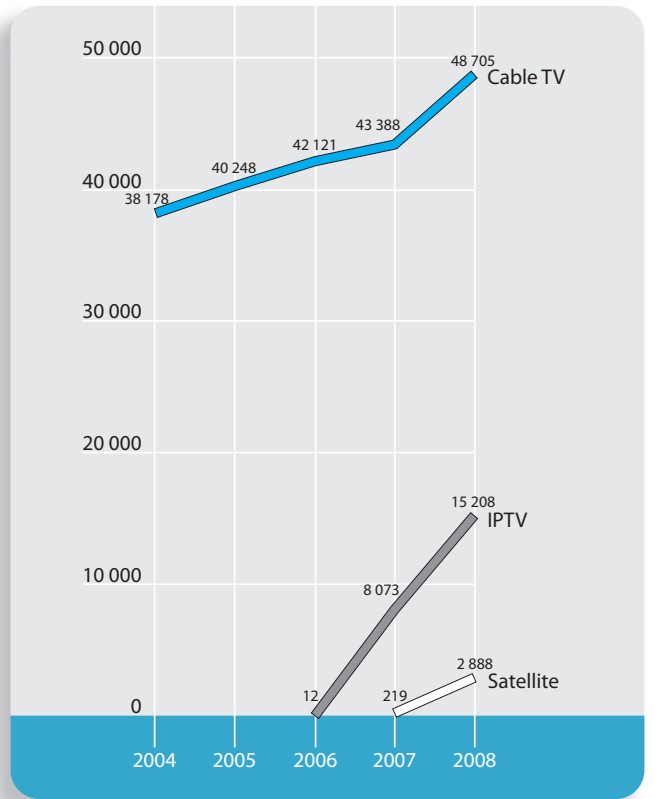
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

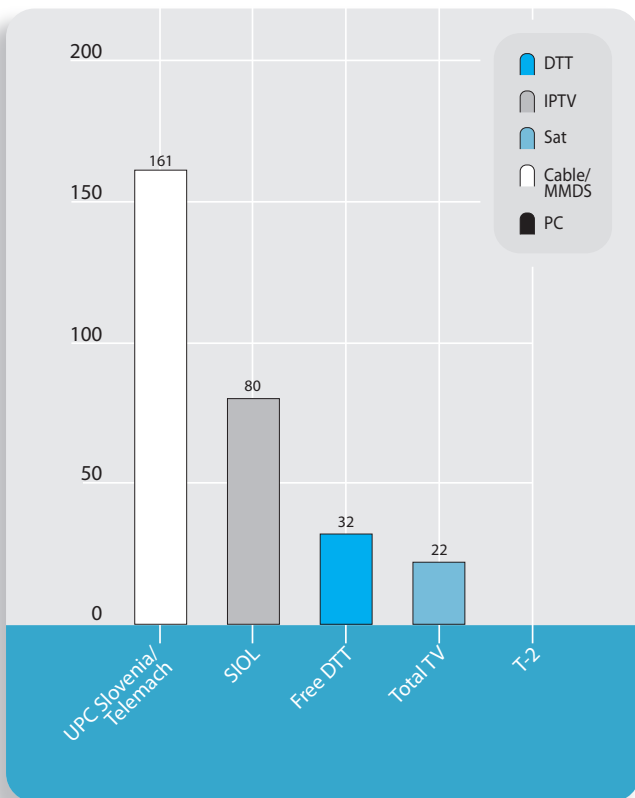
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

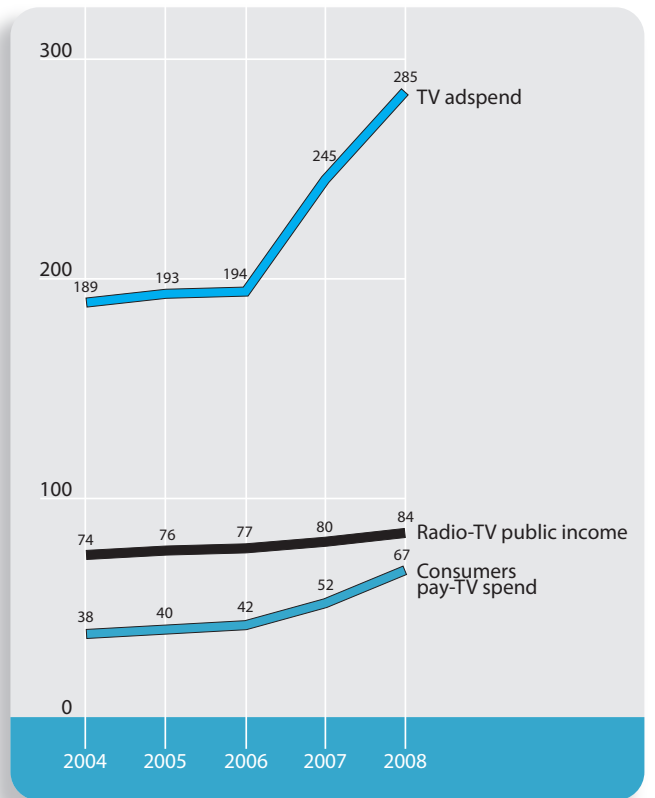
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, IP Key Fracts and RTVSLO

T.1.SI.1
G.1.SI.1

Operating revenues of main television companies in Slovenia

2005-2008 EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
RTVSLO	sptv	TVS-1, TVS-2, Televizija Koper, Televizija Maribor	109 833	116 877	114 524	114 171	-0,3%
Central European Media Enterprises Ltd est. ¹	adtv	Pop TV, Kanal A	41 344	41 323	47 311	58 179	23,0%

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Mobitel ²	3GTV	Mobilna TV		368 349	395 523	434 470	450 485	3,7%
Telekom Slovenije D.D. ²	3play	Siol TV		383 898	406 667	402 905	413 830	2,7%
UPC Telemach ³	3play	Telemach Televizija		10 933	22 987	26 807	27 155	1,3%
AMIS D.O.O. ²	3play	Amis TV		12 627	14 063	16 657	25 290	51,8%
T-2 D.O.O. ²	4play	T2 Televizija		40	3 806	12 379	23 120	86,8%
TUS Telekom ²	3play	TUS TV		7 831	10 058	20 131	~	~
EVJ Elektroprom Trgovina ²	3play	Kabelska TV		9 390	10 617	11 725	11 792	0,6%
Skyline Telekomunikacije D.O.O. ²	3play	Skyline Televizija		1 414	1 660	~	~	~

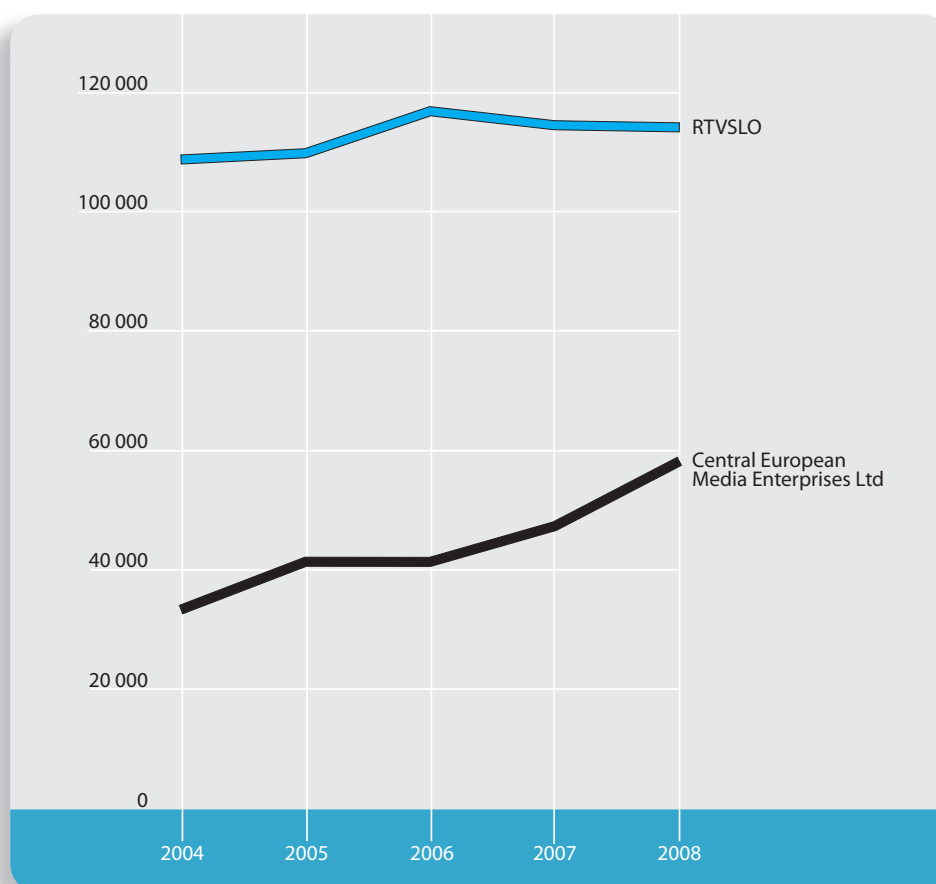
¹ Converted from data in USD. Turnover in thousand USD: 2004: 45 388; 2005: 48 770; 2006: 54 534, 2007 : 69 647, 2008 : 80 967.

Source: European Audiovisual Observatory

² Includes telecommunications activities.

³ Sold in July 2009 by Liberty Corp. to Mid Europa Partners LLP.

EUR thousand.



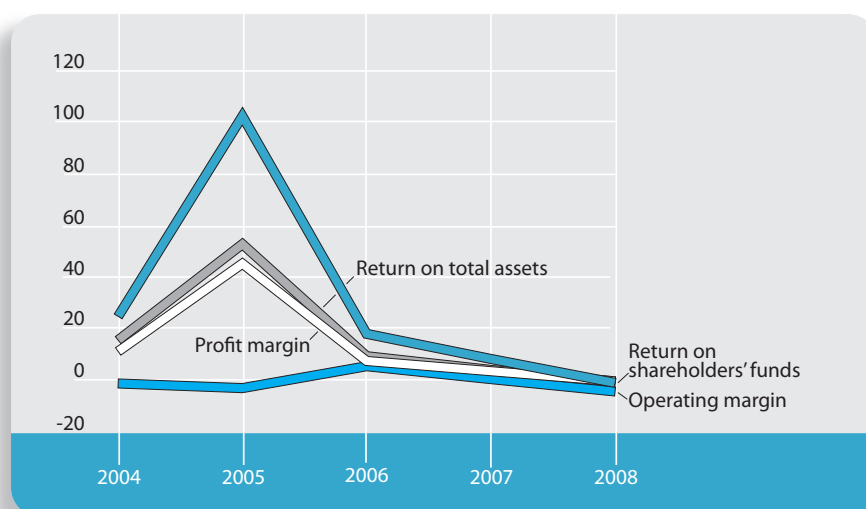
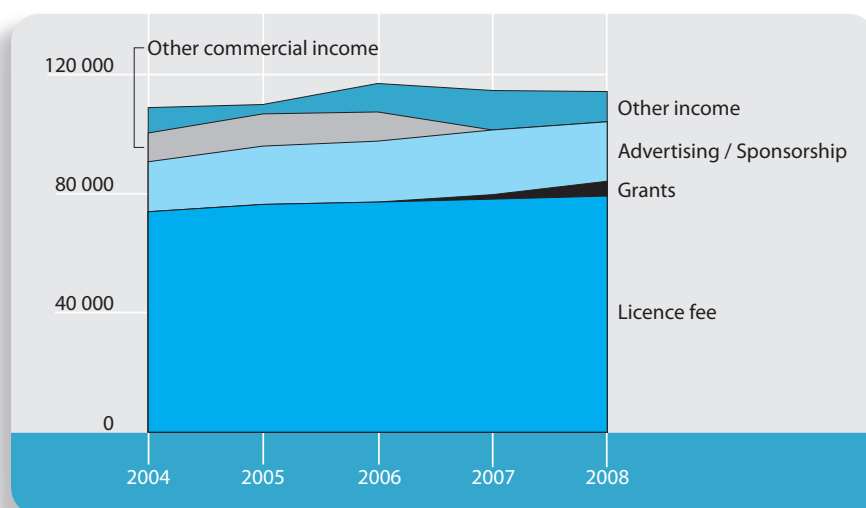
T.1.SI.2
G.1.SI.2RTVSLO financial situation
2005-2008 EUR thousand.

Income	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Total public income	76 338	77 132	79 611	84 107	69,5%	66,0%	69,5%	73,7%	5,6%
- Licence fee	76 338	77 132	78 111	79 143	69,5%	66,0%	68,2%	69,3%	1,3%
- Grants	-	-	1 500	4 964	-	-	1,3%	4,3%	230,9%
Total commercial income	30 348	30 198	21 685	19 946	27,6%	25,8%	18,9%	17,5%	-8,0%
- Advertising / Sponsorship	19 551	20 425	21 685	19 946	17,8%	17,5%	18,9%	17,5%	-8,0%
- Other commercial income	10 797	9 773	~	~	9,8%	~	~	~	~
Other income	3 147	9 547	13 228	10 117	2,9%	8,2%	11,6%	8,9%	-23,5%
TOTAL	109 833	116 877	114 524	114 170	100%	100%	100%	100%	-0,3%

Expenditure	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008	2008/07
Purchase of goods and services	49 015	45 856	48 696	51 242	43,3%	41,5%	42,7%	43,2%	5,2%
Costs of personnel	53 520	54 966	54 605	56 326	47,3%	49,7%	47,9%	47,5%	3,2%
Depreciation	10 679	9 794	10 799	11 011	9,4%	8,9%	9,5%	9,3%	2,0%
Operating expenditure	113 214	110 616	114 100	118 579	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	3,9%

Net result	39 773	6 436	3 487	82					-97,6%
Operating margin (%)	-3,1	5,4	0,4	-4,4					-12,9

Source: RTVSLO / European Audiovisual Observatory

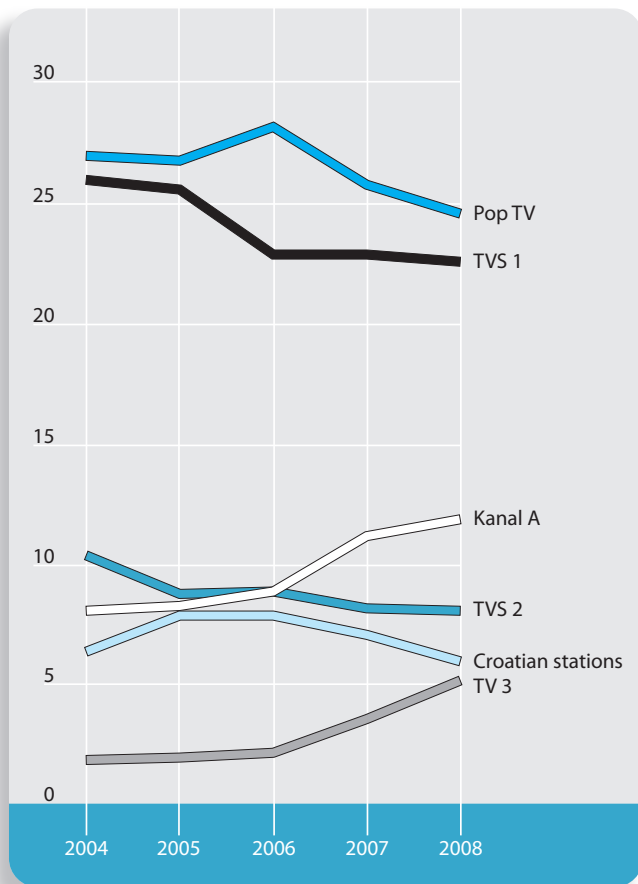


T.1.SI.3
G.1.SI.3TV audience market share in Slovenia
2004-2008 In %, 4 years +.

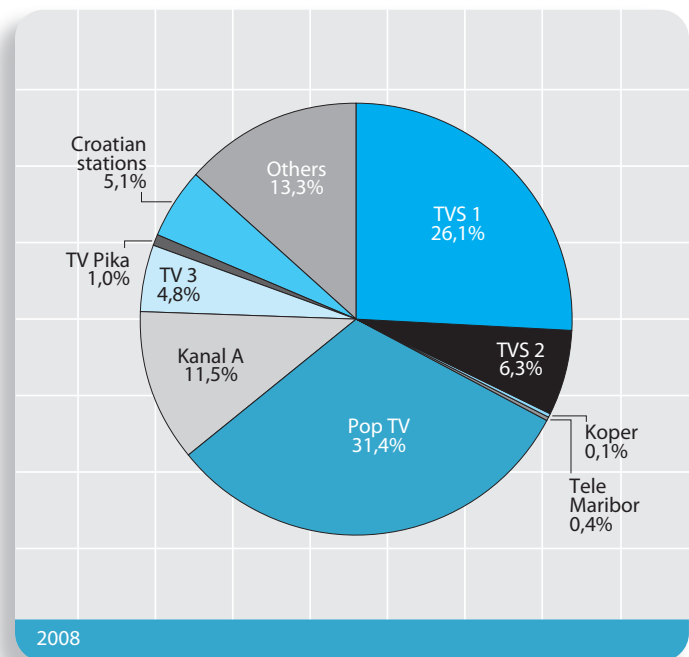
Channels	Daily share					Prime time (19:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TVS 1	26,0	25,6	22,9	22,9	22,6	28,3	28,0	25,1	26,5	26,1
TVS 2	10,4	8,8	8,9	8,2	8,1	9,7	7,4	7,5	6,9	6,3
Koper	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
Tele Maribor	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,3	0,3	0,4	0,4
Total Slovenian public channels	37,2	35,0	32,4	31,8	31,3	38,7	35,8	33,0	34,0	32,9
Pop TV	27,0	26,8	28,2	25,8	24,6	31,8	32,1	34,3	31,9	31,4
Kanal A	8,1	8,3	8,9	11,2	11,9	9,5	9,8	9,9	11,2	11,5
TV 3	1,9	2,0	2,2	3,6	5,2	1,6	1,7	1,9	3,0	4,8
TV Pika				0,2	0,9				0,2	1,0
Total Slovenian private channels	37,0	37,1	39,3	40,8	42,6	42,9	43,6	46,1	46,3	48,7
Croatian channels	6,4	7,9	7,9	7,1	6,0	5,0	6,2	6,2	5,9	5,1
Others	19,4	20,0	20,4	20,3	20,1	13,4	14,4	14,7	13,8	13,3

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NMR Slovenia

Daily share. In %, 4 years +.



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



The main television channels with national terrestrial coverage are those of the public service broadcaster STV and the private channels TV Markiza (Central European Media Enterprises) and TV Joj. In 2008, STV launched a sports channel, STV3 (Trojka). The commercial channels dominate the market, especially TV Markiza, which has more than a third of the average national audience (a 35.1% market share in 2008, down slightly from 2007). TV Joj and the leading public channel STV1 both have an audience share of approximately 16%.

There are more than 20 cable operators in the Slovak Republic and while cable is still the dominant platform for Pay TV, satellite TV is catching up. At the end of December 2008, the main cable operator, UPC, had approximately 255 000 subscribers (one third of the market), of which about 10% had digital services. There are three satellite operators in the Slovak Republic. The market leader DIGI TV (controlled by the Romanian operator RCS/RDS) has approximately 300 000 subscribers. At the end of 2008, the Czech company Trade Tec, in cooperation with the Slovak company Towercom launched the Slovak DTH service "Skylink" in the Czech Republic and Slovakia. In November 2009, Skylink was reported to have 200 000 subscribers in Slovakia. UPC Direct had approximately 31 500 subscribers at the end of 2008. Also the T-Com IPTV service Magio is being offered over Satellite on a trial basis, and this may lead to a fourth DTH platform being launched in 2010.

In 2007, Slovak Telecom (T-Com AS, 51% controlled by Deutsche Telekom) launched the IPTV service Magio, which includes a video on demand service. The company claimed more than 50 000 subscribers in September 2009. The service now faces competition from three other companies: Orange, Slovanet, and Swan.

A tender for two DTT multiplexes (one free-to-air and one Pay-TV) was launched in May 2009 with both licenses going to the company Towercom (DTT operator in Bulgaria). It is expected that the first services will launch at the end of 2009, with switch-off scheduled for 2012.

Les principales chaînes de télévision ayant une couverture nationale terrestre sont celles du radiodiffuseur de service public, STV, et les chaînes privées TV Markiza (Central European Media Enterprises) et TV Joj. En 2008, STV a lancé une chaîne consacrée au sport, STV3 (Trojka). Les chaînes commerciales dominent le marché, en particulier TV Markiza, qui totalise plus d'un tiers de l'audience moyenne nationale (35,1 % de parts de marché en 2008, en léger recul par rapport à 2007). TV Joj et la principale chaîne publique STV1 ont toutes les deux une part d'audience d'environ 16 %.

La République slovaque compte plus de 20 câblo-opérateurs et, bien que le câble demeure la plate-forme dominante pour la télévision à péage, la télévision par satellite progresse fortement. Fin décembre 2008, le principal câblo-opérateur, UPC, comptait quelque 255 000 abonnés (un tiers du marché), dont 10 % à des offres numériques. La République slovaque dénombre trois opérateurs de télévision par satellite. Le leader du marché, DIGI TV (contrôlé par l'opérateur roumain RCS/RDS) totalise environ 300 000 abonnés. Fin 2008, la société tchèque Trade Tec, en coopération avec la société slovaque Towercom, a lancé le service de DTH slovaque "Skylink" en République tchèque et en Slovaquie. En novembre 2009, Skylink annonçait 200 000 abonnés en Slovaquie. UPC Direct comptait environ 31 500 abonnés fin 2008. Le service IPTV Magio de T-Com est également proposé par satellite à l'essai, ce qui pourrait déboucher sur le lancement d'une quatrième plate-forme DTH en 2010.

En 2007, Slovak Telecom (T-Com AS, contrôlée à 51 % par Deutsche Telekom) a lancé le service IPTV Magio, incluant la vidéo à la demande. La société a annoncé plus de 50 000 abonnés en septembre 2009. Ce service est désormais concurrencé par trois autres sociétés : Orange, Slovanet et Swan.

Un appel d'offres pour deux multiplex TNT (un gratuit et un payant) a été lancé en mai 2009, les deux licences ayant été attribuées à la société Towercom (opérateur de TNT en Bulgarie). Les premiers services devraient être disponibles fin 2009, l'abandon de l'analogique étant prévu pour 2012.

Die wichtigsten landesweiten Sender sind die der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt STV sowie die Privatsender TV Markiza (Central European Media Enterprises) und TV Joj. 2008 hat STV den Sportkanal STV3 (Trojka) gestartet. Den Markt beherrschen vor allem die privaten Sender, darunter insbesondere TV Markiza mit einem durchschnittlichen Zuschaueranteil von über einem Drittel (35,1% Marktanteil 2008, geringfügig weniger als 2007). TV Joj und der führende öffentlich-rechtliche Sender STV1 erreichen jeweils einen Zuschaueranteil von rund 16 %.

In der Slowakischen Republik gibt es über 20 Kabelnetzbetreiber. Das Kabel ist nach wie vor der dominierende Übertragungsweg für das Bezahlfernsehen, aber das Satellitenfernsehen holt beständig auf. Zum Jahresende 2008 hatte der größte Kabelnetzbetreiber (UPC) rund 255 000 Abonnenten (ein Drittel des Marktes), von denen ca. 10 % digitale Angebote nutzen. In der Slowakischen Republik gibt es drei Satelliten-TV-Betreiber. Marktführer ist DIGI TV (kontrolliert vom rumänischen Betreiber RCS/RDS) mit rund 300 000 Abonnenten. Ende 2008 hat die tschechische Firma Trade Tec gemeinsam mit der slowakischen Firma Towercom den slowakischen DVB-T-Dienst „Skylink“ gestartet, der in der Slowakei und der Tschechischen Republik angeboten wird. Im November 2009 hatte Skylink angeblich 200 000 Abonnenten in der Slowakei. UPC Direct hatte Ende 2008 rund 31 500 Abonnenten. Hinzu kommt der IPTV-Dienst Magio von T-Com, der zunächst nur versuchsweise über Satellit angeboten wird und dazu führen könnte, dass 2010 eine vierte DTH-Plattform entsteht.

Der IPTV-Dienst Magio wurde 2007 von der Slovak Telecom (T-Com AS, zu 51 Prozent im Besitz der Deutschen Telekom) gestartet und umfasst auch ein Video-on-Demand-Angebot. Das Unternehmen hatte im September 2009 nach eigenen Angaben über 50 000 Abonnenten. Inzwischen hat der Dienst drei Wettbewerber: Orange, Slovanet und Swan.

Im Mai wurde eine Ausschreibung für den Betrieb von zwei DVB-T-Multiplexen (einer für Free-TV, einer für Pay-TV) gestartet, an deren Ende beide Lizenzen der Firma Towercom (DVB-T-Betreiber in Bulgarien) zugesprochen wurden. Es wird damit gerechnet, dass die ersten Dienste Ende 2009 an den Start gehen werden. Die Abschaltung des Analogbetriebs ist für 2012 vorgesehen.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	5 412	Eurostat
Households		–	1 714	Eurostat as at 1.1.2007
TV households		99,3%	1 702	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		44,2%	758	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		2,6%	44	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
DTH/SMATV households		40,7%	697	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Pay DTH/SMATV households		24,0%	412	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
IPTV subscriptions		2,9%	50	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Installed DVB-T receivers		0,7%	12	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Total digital TV households		30,2%	518	European Audiovisual Observatory
Households with PC		86,3%	1 479	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		27,2%	467	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	22	Slovcable, Trnavatel, UPC Broadband Slovakia,...
Satellite packagers	3	Digislovakia, Towercom, UPC Broadband Slovakia
IPTV packagers	4	Orange Slovensko, Slovanet, Swan, T-Com A.S.
DTT multiplex operators		(Towercom awarded licence)
Mobile phone TV packagers	0	

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial (national)		3	3	6
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		0	18	18
Regional/Local		0	80	80
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		0	2	2
Total		3	103	106
<i>Foreign channels targeting the country</i>		2	2	4

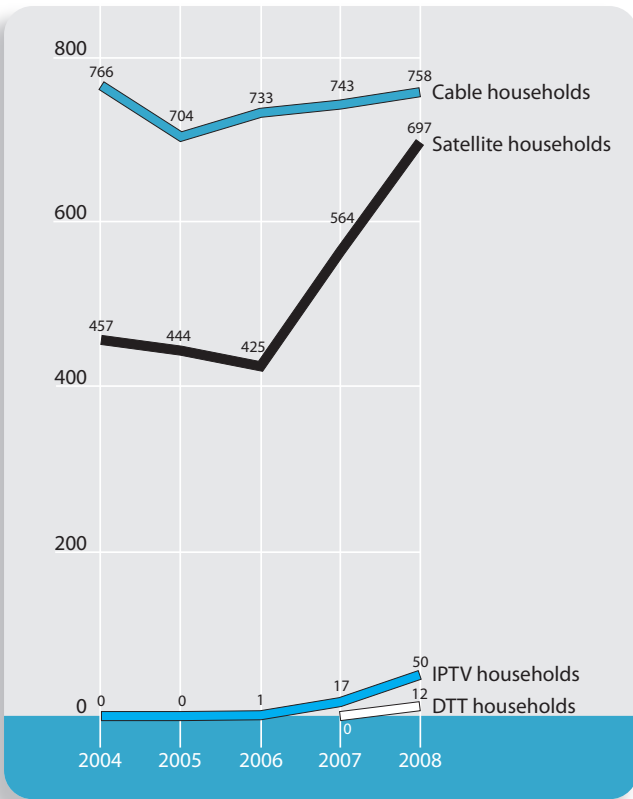
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	11.09	Satellite RCS Digi TV (full offer)	Cable UPC Slovakia	IPTV MAGIO	Satellite Skylink
Generalist - national		5	4	5	4
Generalist - foreign		23	10	10	6
Adult		2	3	2	3
Children		5	4	4	4
Culture/ education/ documentary		21	8	7	15
Minority interest groups					
Entertainment/ TV fiction/ games		32	6	8	5
Film		14	7	10	7
Home shopping					
International linguistic and cultural		2	4	2	
Lifestyle/ specific leisure/ travel		8	3	2	
Music		15	7	4	2
News/ business		12	13	4	3
Parliament/ government/ administration					
Regional/ local		7	2		
Religion		2	1		1
Sports		20	6	7	9
Various		3			1
Total		171	77	65	60

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

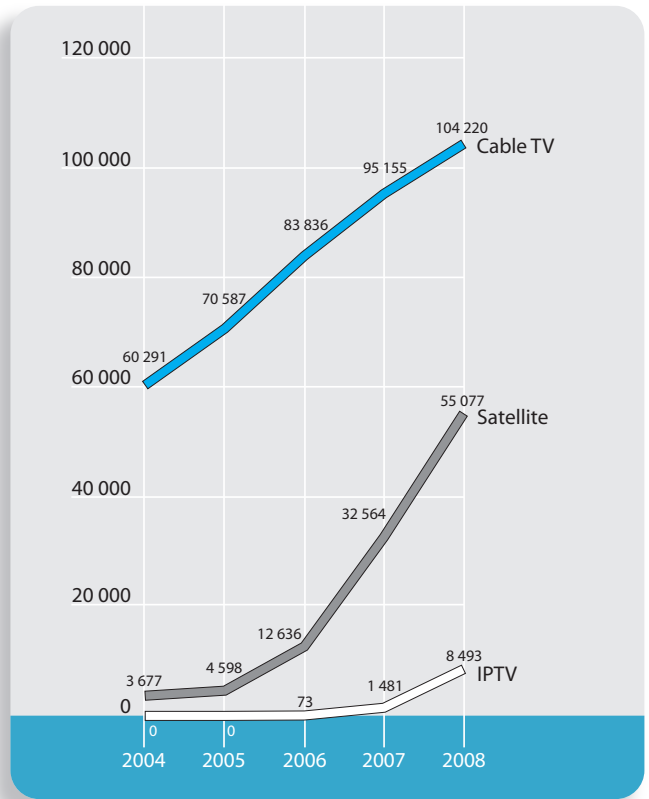
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

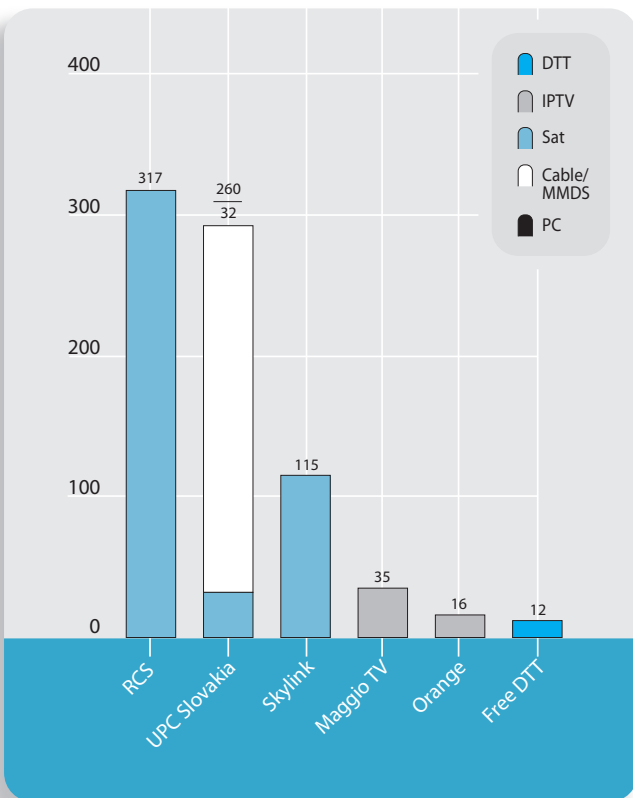
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

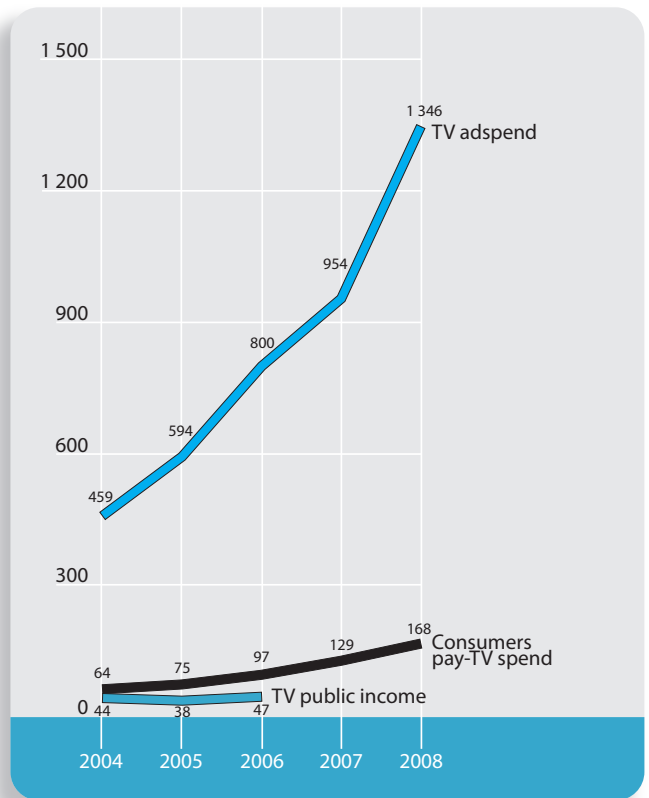
In thousands.



Source: European Audiovisual Observatory

Gross revenues of radio-television 2004-2008

EUR million.



Source: European Audiovisual Observatory on the basis of data from Screen Digest, IP Key Fracts and SVT

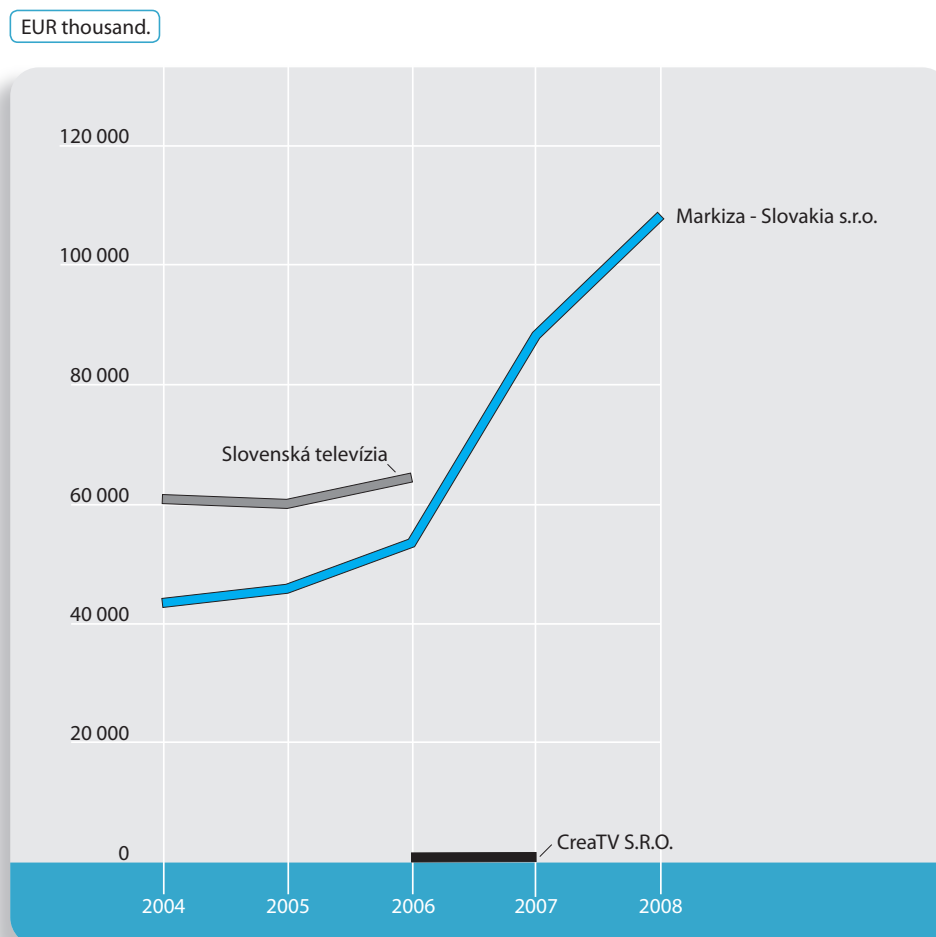
T.1.SK.1
G.1.SK.1Operating revenues of main television companies in Slovakia
2005-2008 EUR thousand.

Main broadcasters		Channels	2005	2006	2007	2008	2008/07
Markiza - Slovakia s.r.o.	adtv	Markiza TV	45 713	53 392	88 206	108 280	22,8%
Slovenská televízia	sptv	Jednotka, Dvojčka	59 943	64 361	~	~	~
MACTV	adtv	J@j TV	~	~	~	~	~
CreaTV S.R.O.	thtv	Music Box	~	669	737	~	~

Main distributors		Services	Packages	2005	2006	2007	2008	2008/07
Orange Slovensko A.S. ^①	3play	Fiber TV		583 117	~	~	~	~
T-Com A.S. ^①	3play	Magio TV		471 936	~	~	~	~
UPC Broadband ^①	3play, sat-tv	UPC Televizia		-	29 274	47 942	~	~
Digi Slovakia ^①	sat-tv, catv, ISP	Digi TV		2 542	17 184	43 048	~	~
Slovanet A.S. ^①	3play	Slovanet Televizia		12 379	16 029	20 610	~	~
Swan A.S. ^①	3play	Max TV		8 163	17 055	~	~	~

^① Includes telecommunication activities.

Source: European Audiovisual Observatory



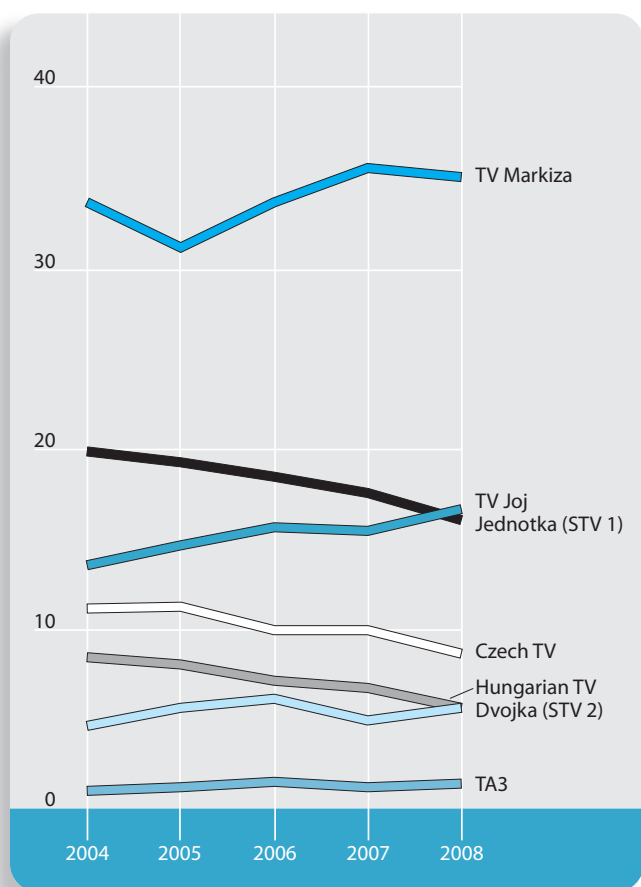
T.1.SK.2
G.1.SK.2 TV audience market share in Slovakia
2004-2008 In %, 4 years +. ①

Channels	Daily share					Prime time (19:00-22:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Jednotka (STV 1)	19,9	19,3	18,5	17,6	16,1	23,3	21,3	20,0	18,8	17,5
Dvojka (STV 2)	4,7	5,7	6,2	5,0	5,7	3,4	4,8	5,6	4,4	4,9
Trojka (STV 3)					0,2					0,2
Total Slovak public channels	24,6	25,0	24,7	22,6	22,0	26,7	26,1	25,6	23,2	22,6
TV Markiza	33,7	31,2	33,7	35,6	35,1	35,4	32,9	35,9	39,6	37,7
TV Joj	13,6	14,7	15,7	15,5	16,7	14,8	16,1	17,0	16,9	19,5
TA3	1,1	1,3	1,6	1,3	1,5	0,7	0,8	1,0	0,9	1,0
TV Joj Plus					0,3					0,2
Total Slovak private channels	48,4	47,2	51,0	52,4	53,6	50,9	49,8	53,9	57,4	58,4
Czech TV	11,2	11,3	10,0	10,0	8,7	10,3	10,7	9,1	8,4	7,2
Hungarian TV	8,5	8,1	7,2	6,8	5,7	7,9	7,7	6,9	6,4	5,7
Total main foreign channels	19,7	19,4	17,2	16,8	14,4	18,2	18,4	16,0	14,8	12,9
Others	7,3	8,4	7,1	8,2	10,0	4,2	5,7	4,5	4,6	6,1

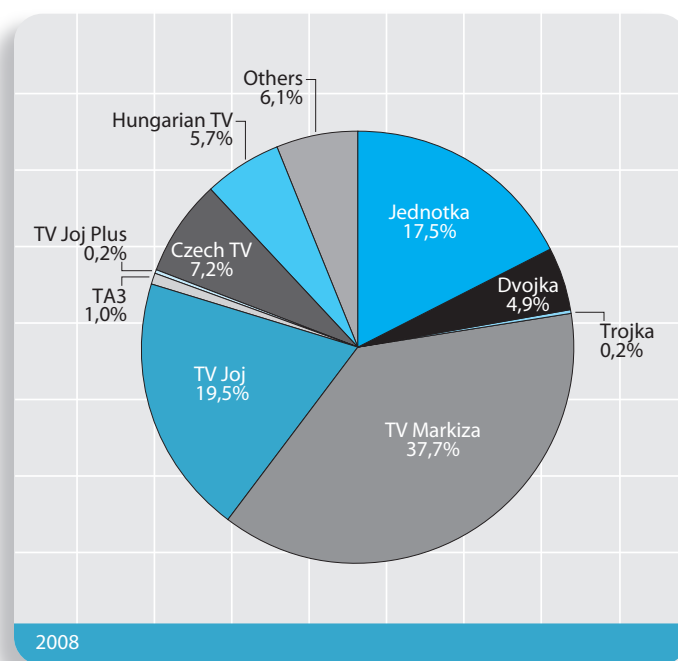
① Before 2005: 12 years and +.

Source: Eurodata TV Worldwide / PMT / TNS SK

Daily share. In %, 4 years +. ①



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



With nearly 18 million television households and a significant increase in the average weekly viewing time, which rose to 226 minutes a day in 2008, Turkey is one of Europe's major markets.

As there are a large number of channels competing with one another in the Turkish market, the audience is particularly fragmented. Kanal D (Doğan Group) had the largest audience share in 2008 but only achieved a 14% daily audience market share, ahead of Show TV (Çukurova group, with 11.4%), ATV (Çalık Group, 8.9%), Fox Türk (News Corp group, 8%) and Star (Doğan Group, 8%). The public channels of the broadcaster TRT are a long way behind their private competitors, with the first public channel TRT 1 only recording a 3.2% daily audience market share in 2008.

Apart from its four traditional national channels, TRT has launched a series of new channels since 2008: at the national level, the children's channel TRT Çocuk in November 2008, followed in January 2009 by the regional channel TRT 5 Anadolu and TRT 6, which broadcasts exclusively in Kurdish. It was possible to launch the latter following the modification of Law No. 2954 of 11 June 2008, which authorised TRT to broadcast in languages and dialects other than Turkish.

Other plans for national public channels are under discussion: a channel in Armenian and another in Arabic (TRT 7), a music channel and a sports channel.

Reorganisation has also taken place at the international level. TRT Avaz, the Turkish channel broadcast to Asia, was relaunched in March 2009. In particular, TRT INT changed its name to TRT Türk in May 2009 and the tourism channel TRT Turizm, which broadcasts programmes in Turkish, English, German and Russian, went on air in October 2009. Finally, TRT acquired a 15.7% stake in Euronews SA in February 2009, thus becoming the fourth largest shareholder after France Télévisions, RAI and RTR. A Turkish version of Euronews is due to be launched in January 2010.

The multi-channel television market is developing rapidly in Turkey. While 60% of the population only received terrestrial transmissions in 2005 and, consequently, only 40% subscribed to a multi-channel platform, the proportion was the other way round at the end of 2008. Three services dominate the multi-channel market: the satellite platforms Digitürk (Çukurova group) and D-Smart (Doğan Group) and the cable TV service Türksat (national operator). Digitürk claimed to have 2.3 million subscribers in September 2009, while D-Smart had 972,000 in March 2009. Three mobile TV services, operated by Avea, Türkcell and Türk Telekom,

Avec près de 18 millions de foyers télévisés et un durée moyenne hebdomadaire d'écoute en nette progression, à 226 minutes par jour en 2008, la Turquie représente l'un des marchés les plus importants d'Europe.

Du fait du nombre important de chaînes en compétition sur le marché turc, l'audience est particulièrement fragmentée. Kanal D (groupe Dogan) arrive en tête des audiences pour l'année 2008, mais ne réunit que 14 % de part de marché d'audience quotidienne, devant Show TV (groupe Çukurova, 11,4 %), ATV (groupe Calik, 8,9 %), Fox Türk (groupe Newscorp, 8 %) et Star (groupe Dogan, 8 %). Les chaînes publiques du radiodiffuseur TRT se trouvent loin derrière leurs concurrentes privées, TRT 1, la première chaîne publique, ne rassemblant que 3,2 % de part de marché d'audience quotidienne en 2008.

Outre ses quatre chaînes nationales traditionnelles, la TRT a lancé une série de nouvelles chaînes depuis 2008. Au niveau national ont été inaugurées TRT Cocuk, une chaîne pour enfants en novembre 2008, suivie en janvier 2009 par les chaînes TRT 5 Anadolu, une chaîne régionale et TRT 6, diffusant intégralement en kurde. Cette dernière chaîne a pu être lancée grâce à la modification de la loi n° 2954 du 11 juin 2008. L'autorisation a alors été donnée à la TRT de diffuser des émissions dans des langues et dialectes autres que le turc.

D'autres projets de chaînes publiques nationales sont à l'étude : une chaîne en arménien, une autre en arabe (TRT 7), une chaîne musicale ou encore une chaîne sportive.

A l'échelon international, une refonte a aussi été menée. TRT Avaz, la chaîne en turc à destination de l'Asie, a été relancée en mars 2009. Surtout, TRT Int s'est transformée en TRT Türk en mai 2009 et la chaîne touristique TRT Turizm, diffusant des programmes en turc, anglais, français, allemand et russe a été inaugurée en octobre 2009. Enfin, la TRT est devenue actionnaire de Euronews SA en février 2009, à hauteur de 15,7 %, devenant ainsi le quatrième actionnaire le plus important derrière France Télévisions, la RAI et RTR. Une version turque d'Euronews devrait alors voir le jour en janvier 2010.

Le marché de la télévision multi-chaînes prend son essor en Turquie. Alors que 60 % de la population reposait exclusivement sur les transmissions terrestres en 2005 et que par conséquent 40 % était abonnée à une plate-forme multi-chaînes, la proportion s'est inversée à la fin de l'année 2008. Parmi les services multi-chaînes, trois offres dominent : les plates-formes satellitaires Digitürk (groupe Çukurova) et D-Smart (groupe Dogan) et l'offre

Mit knapp 18 Millionen Fernsehhaushalten und einem deutlich zunehmenden Fernsehkonsum auf durchschnittlich 226 Minuten pro Tag im Jahr 2008 gehört die Türkei zu den wichtigsten Märkten in Europa.

Auf Grund der hohen Anzahl an konkurrierenden Sendern auf dem türkischen Markt ist auch eine sehr hohe Fragmentierung des Publikums festzustellen. Platz eins der Zuschauerzahlen erreicht 2008 der Sender Kanal D (Dogan) mit einem Marktanteil von gerade mal 14 %. Dahinter folgen Show TV (Çukurova, 11,4 %), ATV (Calik, 8,9 %), Fox Türk (Newscorp, 8 %) und Star (Dogan, 8 %). Die Sender der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt TRT liegen weit hinter ihren privaten Konkurrenten. So erreicht der stärkste öffentlich-rechtliche Sender TRT 1 2008 nur einen durchschnittlichen Zuschaueranteil von 3,2 %.

Neben seinen vier traditionellen landesweiten Sendern hat TRT seit 2008 eine ganze Reihe neuer Kanäle auf den Markt gebracht, darunter auf nationaler Ebene den Kinderkanal TRT Cocuk im November 2008 sowie den Regionalsender TRT 5 Anadolu und den rein kurdischen Sender TRT 6 im Januar 2009. Letzterer konnte erst auf Grund der Änderung des Gesetzes Nr. 2954 vom 11. Juni 2008 auf Sendung gehen. Zuvor war es TRT nicht erlaubt, Sendungen in einer anderen Sprache als türkisch oder in einem Dialekt auszustrahlen.

Derzeit geprüft werden Möglichkeiten für weitere landesweite öffentlich-rechtliche Sender, darunter ein Sender in armenischer und einer in arabischer Sprache (TRT 7), ein Musikkanal oder auch ein Sportkanal.

Auch auf internationaler Ebene hat es deutliche Veränderungen gegeben. So ist beispielsweise im März 2009 TRT Avaz, ein auf Asien ausgerichteter Sender in türkischer Sprache, neu gestartet worden. Des Weiteren wurde im Mai 2009 der Sender TRT Int in TRT Türk umbenannt und im Oktober 2009 ist der Touristiksender TRT Turizm mit einem Programm in türkischer, englischer, französischer und deutscher Sprache an den Start gegangen. Ferner ist TRT im Februar 2009 mit 15,7 %, bei Euronews SA eingestiegen und so hinter France Télévisions, RAI und RTR zum viertgrößten Anteilseigner avanciert. Mit einer türkischen Version von Euronews dürfte ab Januar 2010 zu rechnen sein.

Einen deutlichen Aufschwung erlebt das Multikanal-Fernsehen in der Türkei. Waren 2005 noch 60 % der Bevölkerung ausschließlich auf das Antennenfernsehen angewiesen (d.h. 40 % hatten ein Multikanal-Angebot abonniert), so hat sich dieses Verhältnis bis Ende 2008 umgekehrt. Dieser Markt wird von drei Angeboten beherrscht: die Sat-TV-Plattformen

are competing with one another in Turkey. Finally, the internet access providers Türk Telekom and TTNET are planning two IPTV services.

In 2009, the discussions continued in Turkey concerning the Doğan audiovisual group (which owns the channels Kanal D, Star TV, CNN Türk and the D-Smart satellite platform). After being forced to close down eleven channels transmitted by the D-Smart platform in October 2008 because it did not possess any licences, the group, which was accused of tax evasion, was ordered to pay a fine of EUR 332 million in February 2009 and a further fine of EUR 1.75 billion in September 2009. The amounts involved are higher than the total value of the group, which is reputedly hostile to the present government, and are jeopardising its future. This has led to international disquiet with regard to media plurality and freedom of expression in the country.

In January 2008, ATV-Sabah, one of the main Turkish communications groups, was taken over for USD 1.1 billion by the Çalık Group.

On 16 July 2008, the channel Hayat TV was suspended *sine die* at the request of the Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (Turkish Radio and Television Supreme Council - RTÜK). The channel had 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.

A "Broadcasting Code of Conduct" consisting of 12 Articles, prepared by the RTÜK and the Turkish Television Broadcasters Association, was signed on 3 July 2007 by a large 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.

de télévision par câble Türksat (opérateur national). Digitürk revendique 2,3 millions d'abonnés en septembre 2009, D-Smart compte quant à lui 972 000 activations en mars 2009. Trois services de télévision sur téléphones portables sont en concurrence dans le pays, par les opérateurs Avea, Türkcell et Türk Telekom. Enfin, deux projets de services IPTV sont à l'étude, par les fournisseurs d'accès à Internet Türk Telekom et TTNET.

L'année 2009 en Turquie a vu se poursuivre les polémiques autour du groupe audiovisuel Dogan (possédant les chaînes Kanal D, Star TV, CNN Türk et la plate-forme satellitaire D-Smart). Après avoir dû fermer 11 chaînes transmises par la plate-forme D-Smart en octobre 2008 pour défaut de licences, le groupe, accusé de fraudes fiscales, s'est vu condamné en février 2009 à une amende de 332 millions d'euros, puis à une seconde amende de 1,75 milliard d'euros en septembre 2009. Le montant des amendes, supérieur à la valeur totale du groupe réputé hostile au gouvernement en place, met donc en péril son avenir, ce qui suscite des réactions internationales inquiètes par rapport à la pluralité des médias et à la liberté d'expression dans le pays.

En janvier 2008, un des principaux groupes de communication turc, ATV-Sabah, a été racheté pour 1,1 milliard USD par le groupe Calik.

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.

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.

Digitürk (Çukurova) und D-Smart (Dogan) sowie das Kabel-TV-Paket Türksat (nationaler Betreiber). Digitürk hatte nach eigenen Angaben im September 2009 2,3 Mio. Abonnenten, während D-Smart im März 2009 972 000 Freischaltungen verzeichnete. Auf dem Handy-TV-Markt konkurrieren drei Anbieter: Avea, Türkcell und Türk Telekom. Im Bereich Internetfernsehen sind derzeit zwei IPTV-Dienste der Internetprovider Türk Telekom und TTNET in Planung.

Auch das Jahr 2009 war durch polemische Debatten um den Medienkonzern Dogan (dem die Sender Kanal D, Star TV, CNN Türk sowie die Sat-TV-Plattform D-Smart gehören) gekennzeichnet. Nach der zwangsweisen Einstellung von elf über D-Smart ausgestrahlten Kanälen im Oktober 2009 wegen fehlender Lizenzen ist der Konzern wegen Steuerhinterziehung im Februar 2009 zu einer ersten Geldstrafe in Höhe von 332 Mio. EUR und im September 2009 zu einer weiteren Geldstrafe über 1,75 Mrd. EUR verurteilt worden. Die Höhe der Geldstrafen übersteigt den Gesamtwert des Unternehmens, das der aktuellen Regierung bekanntermaßen nicht positiv gegenübersteht, und dürfte somit seine Existenz gefährden. Dies hat international Besorgnis hinsichtlich der Medienvielfalt und der Meinungsfreiheit in der Türkei ausgelöst.

Im Januar 2008 wurde einer der wichtigsten türkischen Kommunikationskonzerne, ATV-Sabah, für 1,1 Mrd. USD von der Calik-Gruppe übernommen.

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.

Am 3. Juli 2007 wurde von türkischen Rundfunkunternehmen ein zwölf Artikel umfassender „Rundfunk-Verhaltenskodex“ unterzeichnet, der vom *Radyo ve Televizyon Üst 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.

Basic figures

Population and equipment	31.12.08	Penetration (in % HH)	In thousand	Sources
Population (inhabitants)		–	71 517	Eurostat
Households		–	18 321	Eurostat (as at 1.1.2008)
TV households		98%	17 955	European Audiovisual Observatory
Cable TV households		7%	1 285	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Digital cable TV households		~	~	
DTH/SMATV households		50%	9 147	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Dig. DTH/SMATV households		~	~	
IPTV subscriptions		~	~	
Installed DVB-T receivers		~	~	
Total digital TV households		~	~	
Households with PC		27%	4 970	Screen Digest / European Audiovisual Observatory
Households with broadband connections		24%	4 324	Screen Digest / European Audiovisual Observatory

TV channels distributors	11.09	Companies
Cable operators	6	Turksat A.S.
Satellite packagers	2	Digitürk, D-Smart
IPTV packagers	0	Türk Telekom (in project)
DTT multiplex operators	~	
Mobile phone TV packagers	3	Avea, Turkcell, Türk Telekom (announced)

Number of TV channels by kind of licence	10.09	Public	Private	Total
Terrestrial analogue (national)		6	20	26
Cable/Satellite/IPTV/Mobile		1	81	82
Regional/Local		3	217	220
Regional/Local windows		0	0	0
Channels targeting foreign markets		2	4	6
Total		12	322	334
Foreign channels targeting the country		0	~	~

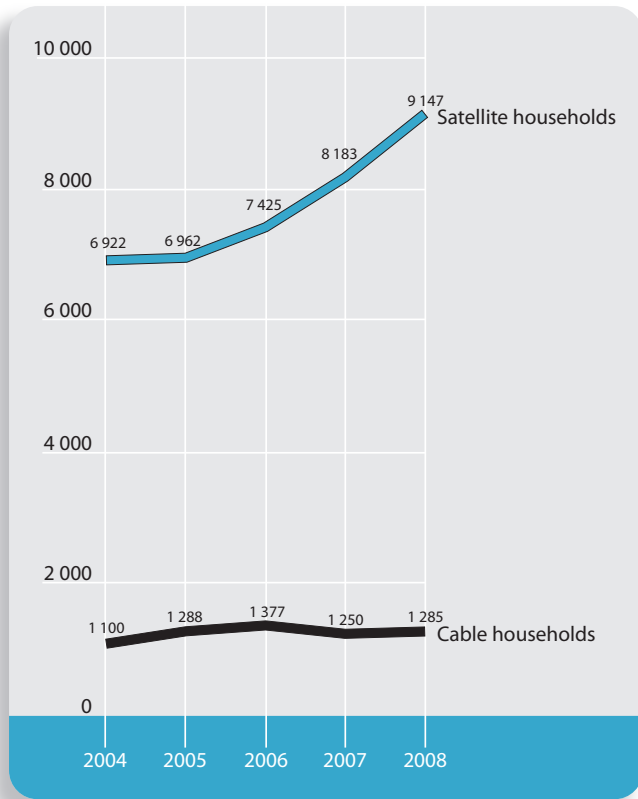
Supply of TV channels by genre and by platform (including foreign channels)	10.09	Analogue terrestrial	Satellite DigiTürk	Satellite D-Smart
Generalist - national		21	22	2
Generalist - foreign			3	
Adult			2	5
Children			10	5
Culture/ education/ documentary		1	8	8
Minority interest groups			1	
Entertainment/ TV fiction/ games			11	8
Film			12	8
Home shopping			1	1
International linguistic and cultural			4	3
Lifestyle/ specific leisure/ travel			4	3
Music		1	8	7
News/ business		4	19	3
Parliament/ government/ administration				
Regional/ local				
Religion				
Sports		1	16	7
Various			4	7
Total		28	125	67

Source: European Audiovisual Observatory

Market trends

Households TV equipment 2004-2008

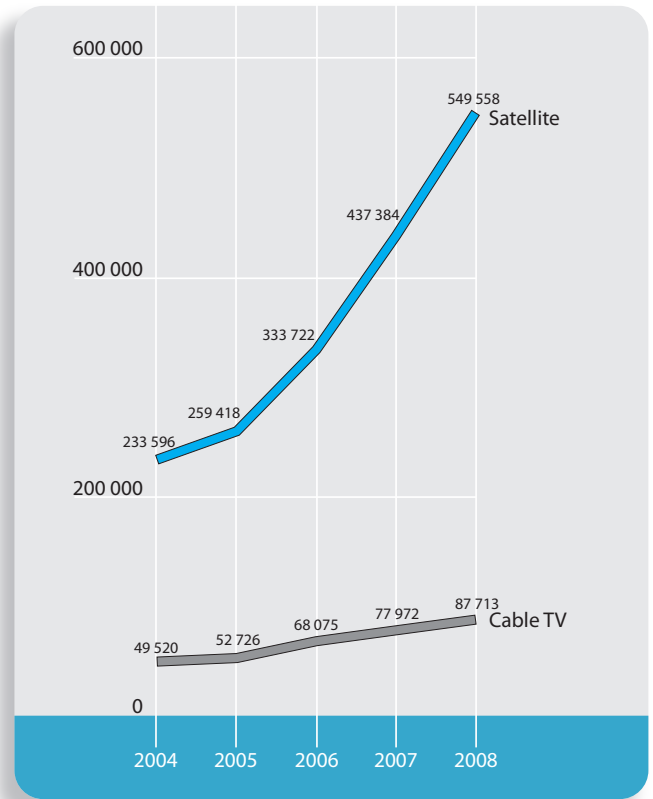
In thousands.



Source: Screen Digest

Consumers pay-TV gross spend 2004-2008

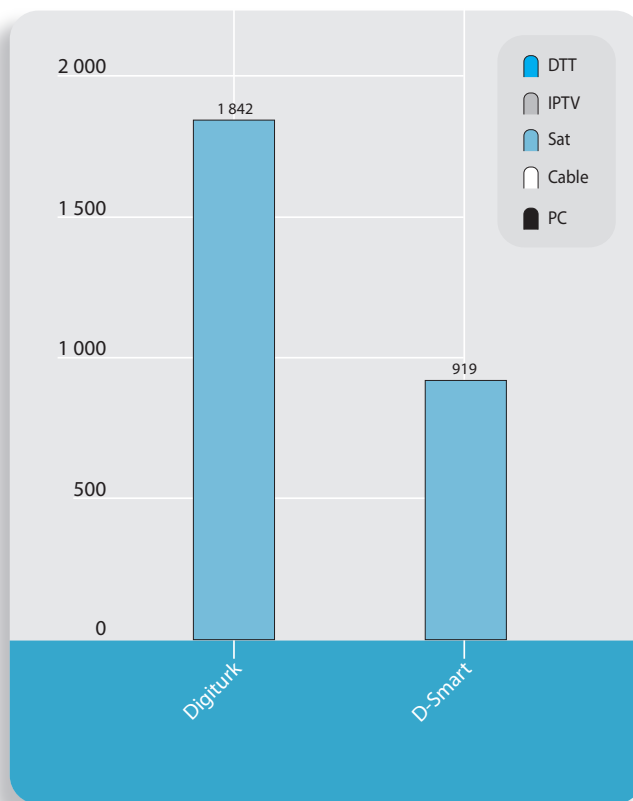
EUR thousand.



Source: Screen Digest

Number of households accessing multichannel platforms as at 31.12.2008

In thousands.



Source: TV International

T.1.TR.1
G.1.TR.1

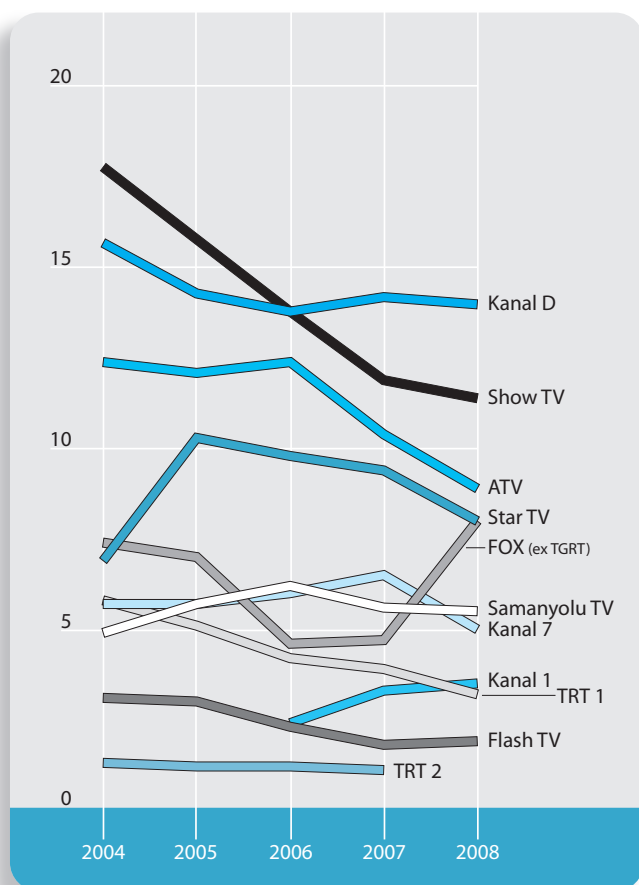
TV audience market share in Turkey

2004-2008 In main urban areas. In %, 5 years +.

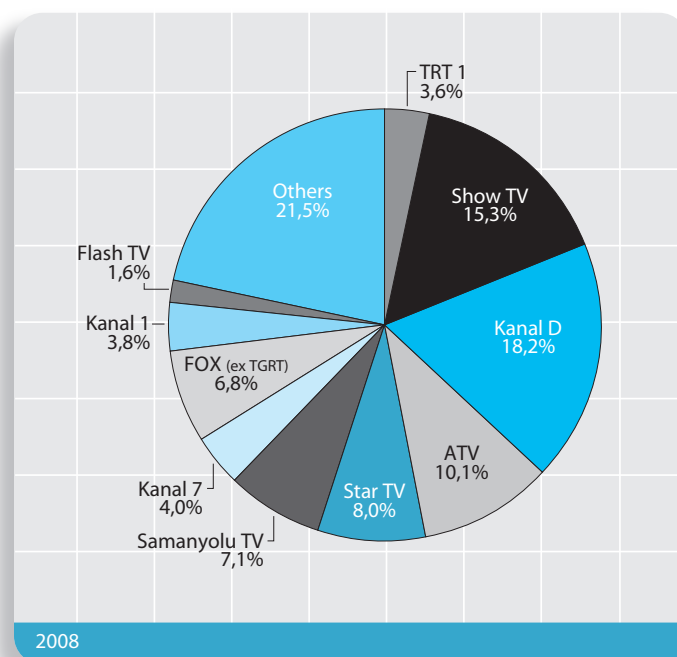
Channels	Daily share					Prime time (20:00-23:00)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
TRT 1	5,8	5,1	4,2	3,9	3,2	4,7	4,1	3,8	3,5	3,6
TRT 2	1,3	1,2	1,2	1,1	-	0,9	0,8	0,7	0,6	-
Main Turkish public channels	7,2	6,3	5,4	5,0	3,2	5,6	4,9	4,5	4,1	3,6
Show TV	17,8	15,8	13,8	11,9	11,4	17,9	16,5	15,2	14,8	15,3
Kanal D	15,7	14,3	13,8	14,2	14,0	16,3	15,2	14,9	17,3	18,2
ATV	12,4	12,1	12,4	10,4	8,9	14,2	14,4	14,5	12,4	10,1
Star TV	6,9	10,3	9,8	9,4	8,0	7,9	10,6	11,1	10,7	8,0
Samanyolu TV	4,9	5,7	6,2	5,6	5,5	6,8	7,1	7,6	7,0	7,1
Kanal 7	5,7	5,7	6,0	6,5	5,0	6,2	6,1	6,1	5,9	4,0
FOX (ex TGRT)	7,4	7,0	4,6	4,7	8,0	7,9	7,8	4,8	4,6	6,8
Kanal 1	~	~	2,4	3,3	3,5	~	~	1,9	2,0	3,8
Flash TV	3,1	3,0	2,3	1,8	1,9	2,9	2,6	1,7	1,6	1,6
Main private Turkish channels	73,8	73,9	71,2	67,9	66,3	80,1	80,3	77,9	76,2	74,9
Others	19,0	19,8	23,4	27,1	30,6	14,4	14,8	17,6	19,7	21,5

Source: Eurodata TV Worldwide / AGB NMR TURKEY / TIAK

Daily share. In main urban areas. In %, 5 years +.



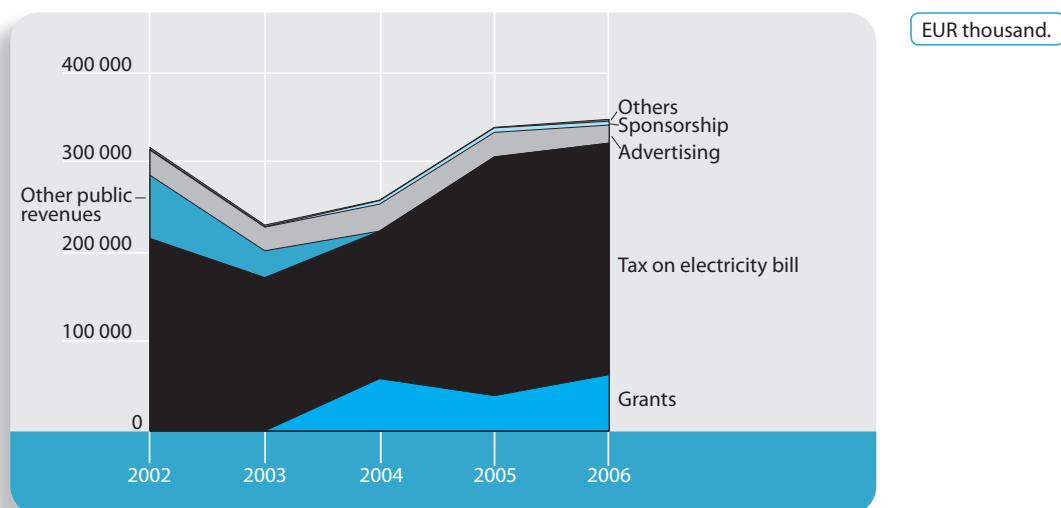
Prime time (20:00-23:00). In main urban areas. In %, 5 years +.



T.1.TR.2
G.1.TR.2Revenues and expenditure of TRT
2003-2006 EUR thousand.

Income	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006	2006/05
Public funds	201 200	223 200	306 100	321 500	86,9%	87,7%	91,5%	92,4%	5,0%
- Grants		58 300	39 300	62 700	-	22,9%	11,7%	18,0%	59,5%
- Tax on electricity bill	171 300	164 900	266 800	258 800	74,0%	64,8%	79,7%	74,3%	-3,0%
- Others	29 900	0	0	0	12,9%	0,0%	0,0%	0,0%	-
Commercial revenues	28 300	30 700	28 000	24 500	12,2%	12,1%	8,4%	7,0%	-12,5%
- Advertising	26 400	30 100	27 400	20 200	11,4%	11,8%	8,2%	5,8%	-26,3%
- Sponsorship	400	3 900	5 000	4 300	0,2%	1,5%	1,5%	1,2%	-14,0%
Others	1 900	600	600	2 100	0,8%	0,2%	0,2%	0,6%	250,0%
TOTAL	231 400	254 500	334 700	348 100	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	4,0%

Source: RTL Group / European Audiovisual Observatory



EUR thousand.

Sources

Sources

Quellen

Contents	Sommaire	Inhalt	
Sources	Sources	Quellen	264
Glossary and methodology	Glossaire et méthodologie	Glossar und Methodik	266
Abbreviations	Abréviations	Abkürzungen	271

Organisations which provided pan-European data for this volume

EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU) <http://www.ebu.ch>

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 Shulzkycki

Organismes ayant fourni des données paneuropéennes pour ce volume

Service d'information stratégique (SIS)

Le SIS constitue l'unité de recherche de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) pour l'analyse économique et l'étude des marchés.

Le SIS œuvre en collaboration avec les divers départements de l'UER afin de recueillir l'information, mener à bien études, recherche primaire et enquêtes, compiler et analyser les données et mettre à disposition les résultats sous forme de publications, présentations et toute autre forme de communication. De plus, le SIS facilite l'accès aux études et aux connaissances spécialisées existant par ailleurs, et maintient un référentiel de publications média parmi les plus complets et les plus à jour en Europe.

Le SIS poursuit actuellement une étude au long cours portant sur les différents marchés médiatiques à travers l'Europe, recueillant des données relatives aux activités de tous les membres de l'UER, suivant de près l'évolution des marchés ainsi que les tendances des secteurs télévision, radio et nouveaux médias, analysant les structures du paysage audiovisuel et étudiant la situation en matière de concurrence.

Responsable du SIS: Alexander Shulzkycki

Organisationen, die mit gesamteuropäischen Angaben zu diesem Band beigetragen haben

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 Shulzkycki

SCREEN DIGEST <http://www.screendigest.com>



Publisher of European audiovisual information and statistics for the past thirty years. The main activity of Screen Digest is

the publication of a monthly magazine, Screen Digest, which contains the latest news and references on European and global audiovisual developments, as well as statistics.

Thematic information areas: market and economic information from the whole of Europe, especially relating to video, new technologies and multimedia.

Screen Digest édite des informations et des statistiques sur l'audiovisuel depuis 30 ans. Son activité principale est la publication mensuelle du magazine Screen Digest, contenant des informations récentes sur l'audiovisuel, des références bibliographiques sur les développements dans le secteur de l'audiovisuel en général et en Europe en particulier, ainsi que des statistiques.

Domaine thématique : informations sur les marchés d'Europe, plus particulièrement sur les industries du cinéma, de la vidéo, des nouvelles technologies et du multimédia.

Verlag für europäische audiovisuelle Informationen und Statistiken aus den letzten 30 Jahren. Die Haupttätigkeit von Screen Digest ist die Veröffentlichung der Monatsschrift Screen Digest, die die neuesten Nachrichten und Hinweise auf weitere Informationen über europäische und internationale audiovisuelle Entwicklungen sowie Statistiken enthält.

Themenbereich: Markt- und Wirtschaftsinformationen aus ganz Europa, besonders für die Bereiche Film, Video, neue Technologien und Multimedia.

Organisations which provided pan-European data for this volume

Organismes ayant fourni des données paneuropéennes pour ce volume

Organisationen, die mit gesamt-europäischen Angaben zu diesem Band beigetragen haben

(Continued)
(Suite)
(Fortsetzung)

EURODATA-TV WORLDWIDE <http://www.eurodatatv.com>



Eurodata TV is the international data bank for TV programme logs and ratings, based on a partnership with national institutes operating people meter systems throughout the world. Eurodata TV was created in the early 90's by Médiamétrie, which is the operating company of the people meter in France.

Currently, the Eurodata TV data bank includes more than 1200 channels in 73 territories. In each country, Eurodata TV collects the information directly from the official local TV Research Companies that work with the television industry.

The people meter system is the reference tool studying television programming and viewing. The Eurodata TV data bank provides you with all the official information about the broadcast and audience ratings of any TV programme on all the channels measured: title, genre, date, channel, starting time, duration, average audience rating and average market share by target group. All this information is readily available via modem, fax, email in a standardised computer file format.

Eurodata TV clients are broadcasters, TV programme sales and acquisition executives, marketing and strategic planners, sport sponsorship companies, sport federations, legal departments, copyright organisations, etc. The information is used in the areas of production, programming, acquisition and distribution as well as for the control of copyrights on TV. It allows the analysis of TV markets from a strategic, legal or marketing point of view, in order to back up sales argumentation or buying decisions, to identify the success or failure of programmes, etc.

Eurodata TV est la banque de données internationales des diffusions et des audiences des programmes de télévision, fondée sur un accord de partenariat avec les instituts d'études audimétriques à travers le monde. Eurodata TV a été créé au début des années 90 par Médiamétrie, l'opérateur du système audimétrique en France.

Aujourd'hui, Eurodata TV couvre plus de 1 200 chaînes de télévision dans 73 territoires et s'étend régulièrement à tous les pays qui viennent de s'équiper d'un système audimétrique. Dans chaque pays, l'information provient directement de l'institut d'études national mesurant l'audience de la télévision pour les grands acteurs de son marché.

L'audimétrie individuelle est l'outil de référence pour suivre la programmation et mesurer l'audience de la télévision. Eurodata TV vous permet d'obtenir rapidement toute l'information officielle concernant la diffusion et les audiences de tout programme sur les chaînes mesurées : titre de diffusion, date, chaîne, heure de début, durée, genre, taux d'audience et part d'audience moyenne en % pour chaque cible standard disponible pays par pays. Ces informations sont disponibles dans un format standardisé par modem, fax ou e-mail.

Les clients d'Eurodata-TV sont les diffuseurs, les producteurs, les vendeurs et acheteurs de programmes télévisés, les directions de la stratégie et des développements, les sponsors d'événements sportifs, les fédérations sportives, les départements juridiques d'entreprises audiovisuelles, les organisations de gestion de droits, les agences, les centrales d'achat d'espaces, ... Les informations sont utilisées dans le domaine de la production, de la programmation, des acquisitions et de la distribution. Elles permettent d'étudier les marchés télévisuels d'un point de vue stratégique, légal ou marketing afin de disposer d'arguments d'aide à la décision mais aussi de détecter des programmes ayant connu le succès ou au contraire un échec.

Eurodata TV ist die internationale Datenbank mit sendungsbezogenen Daten und Einschaltquoten von Fernsehprogrammen, die auf der Grundlage einer weltweiten Partnerschaft mit den nationalen Fernsehforschungsinstituten ermittelt werden. Eurodata TV wurde Anfang der 90er-Jahre von Médiamétrie, dem französischen Fernsehforschungsinstitut, gegründet.

Heute wertet Eurodata TV über 1 200 Fernsehsender in 73 Ländern aus und erweitert sein Erfassungsgebiet regelmäßig auf diejenigen Länder, die ein Fernsehforschungssystem einrichten. Die Informationen stammen in jedem Land direkt vom nationalen Fernsehforschungsinstitut, das für die wichtigen Akteure auf dem Heimatmarkt die TV-Einschaltquoten ermittelt.

Die Messung der individuellen 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, Wertungsgesellschaften, Agenturen, Zentralen zum Einkauf von Werbeflächen usw. Die Informationen finden Verwendung in den Bereichen Produktion, Programmplanung sowie Einkauf und Vertrieb. Sie bilden die Grundlage zur Analyse der Fernsehmärkte aus Sicht der Strategen, Juristen oder Marketingexperten, liefern Argumente für Entscheidungsträger und zeigen auf, welche Programme erfolgreich waren und welche nicht.

Basic figures

Chiffres clés

Schlüsselzahlen

Population and equipment	Population et équipement	Bevölkerung und Ausstattung	
Population (inhabitants)	Population (habitants)	Bevölkerung (Einwohner)	1
Households	Ménages	Haushalte	1
TV households	Foyers TV	Fernsehhaushalte	2
Cable TV households	Foyers abonnés au câble	Angeschlossene Kabelhaushalte	3
Digital cable TV households	Foyers abonnés au câble numérique	Haushalte mit Digital-Kabelabonnement	3
DTH/SMATV households	Foyers avec réception directe par satellite	Satellitendirektempfang	4
Dig. DTH/SMATV households	Foyers avec réception directe par satellite numérique	Haushalte mit digital Satellitendirektempfang	5
Pay DTH/SMATV households	Foyers avec réception payante par satellite	Haushalte mit gebührenpfl. Sat.-Empfang	3
IPTV subscriptions	Abonnements IPTV	Haushalte mit IPTV	3
Installed DVB-T receivers	Récepteurs DVB-T	DVB-T-Haushalte	6
Total digital TV households	Total foyers TV numériques	Haushalte mit digitalem Fernsehempfang	7
Households with PC	Foyers avec PC	Haushalte mit PC	8
Households with broadband connections	Foyers avec connection large bande	Haushalte mit Breitband	3
Mobile phone TV subscriptions	Abonnements aux services TV pour téléphone mobile	Abonnenten Mobil-TV Unicast	3
Mobile broadcast TV subscriptions/receivers	Abonnements/récepteurs de télévision mobile personnelle (TMP)	Abonnenten Handy-TV	

Penetration (in % HH)	Pénétration (en % des foyers)	Penetration (in % der Haushalte)
In thousand	En milliers	In Tausend
Sources	Sources	Abonnenten Mobil-TV Unicast

1 In general we have used data provided by Eurostat rather than by national sources, as in principal they have a higher level of harmonisation.

2 Estimates by the Observatory. The figures are calculated from the number of households and the latest available rate of penetration.

3 Absolute figures are in general provided by Screen Digest on the basis of data collected directly from national professional organisations, national public sources and individual companies. Rate of penetration calculated by the Observatory on the basis of number of households and data provided by Screen Digest.

4 Absolute figures provided by Screen Digest on the basis of data published by Eutelsat and SES Astra.

5 Absolute figures elaborated by Screen Digest or the Observatory on the basis of declaration by the satellite packagers.

6 Absolute figures established by Screen Digest on the basis of data provided by national sources. In general the data are obtained by modelisation on the basis of sales of syntonisers.

7 The total of households with digital equipment is not always easy to calculate, as some households may have double equipment (for example subscribing to a satellite pay-TV package and to an IPTV triple play offer). In countries where no data are available from a specific monitoring, the estimates by the Observatory may be relatively inflated.

8 Data calculated by Screen Digest from national sources.

1 Le plus souvent, nous avons eu recours aux données communiquées par Eurostat plutôt que par les sources nationales, dans la mesure où, en principe, elles ont un plus grand degré d'harmonisation.

2 Estimations par l'Observatoire. Les chiffres sont calculés à partir du nombre de foyers et du dernier taux de pénétration disponible.

3 Les chiffres absolus sont fournis par Screen Digest, sur la base de données collectées directement auprès d'organisations professionnelles nationales, d'organismes publics et des entreprises elles-mêmes. Taux de pénétration calculé par l'Observatoire sur base du nombre de foyers et des données fournies par Screen Digest.

4 Chiffres absolus fournis par Screen Digest sur base des données publiées par Eutelsat et SES Astra.

5 Chiffres absolus élaborés par Screen Digest ou l'Observatoire sur base des déclarations des opérateurs de bouquets satellitaires.

6 Chiffres absolus établis par Screen Digest sur la base de données fournies par les sources nationales. Le plus souvent, les données sont élaborées par modélisation sur base des ventes de syntoniseurs.

7 Le nombre total de foyers dotés d'un équipement numérique n'est pas toujours aisé à calculer, dans la mesure où certains foyers peuvent être dotés d'un double équipement (par exemple être à la fois abonné à une offre satellitaire et à une offre «triple play» en IPTV). Dans les pays où des données spécifiques ne sont pas publiées, les estimations de l'Observatoire peuvent être surévaluées.

8 Données calculées par Screen Digest à partir de sources nationales.

1 Üblicherweise haben wir aufgrund der größeren Einheitlichkeit eher auf die von Eurostat übermittelten Daten zurückgegriffen als auf die Angaben nationaler Quellen.

2 Schätzungen der Informationsstelle. Die Berechnung beruht auf der Zahl der Haushalte und der letzten verfügbaren Penetrationsrate.

3 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten, die direkt bei nationalen Berufsverbänden, öffentlichen Einrichtungen und den Unternehmen selbst ermittelt wurden. Die Penetrationsrate wurde von der Informationsstelle auf der Grundlage der Zahl der Haushalte und der von Screen Digest übermittelten Daten berechnet.

4 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten, die von Eutelsat und SES Astra veröffentlicht wurden.

5 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest oder der Informationsstelle, auf der Grundlage von Angaben der Anbieter von Satellitenbouquets.

6 Die absoluten Zahlen stammen von Screen Digest, auf der Grundlage von Daten aus nationalen Quellen. Meist wurden die Daten über Modellbildung anhand des Tuner-Verkaufs ermittelt.

7 Die Gesamtzahl der digital ausgestatteten Haushalte lässt sich nicht immer leicht berechnen, da einige Haushalte über eine doppelte Ausstattung verfügen (etwa über ein Abonnement für ein Satellitenangebot und eines für ein Triple-Play-Angebot per IPTV). In Ländern, in denen spezifische Daten nicht veröffentlicht werden, können die Schätzungen der Informationsstelle auch leicht überbewertet sein.

8 Die Daten wurden von Screen Digest aus Angaben nationaler Quellen berechnet.

Basic figures (Continued)

Chiffres clés (Suite)

Schlüsselzahlen (Fortsetzung)

TV channels distributors	Distributeurs de chaînes de TV	Anbieter	
Cable operators	Opérateurs réseaux câblés	Kabelnetzbetreiber	1
Satellite packagers	Ensembleurs bouquets satellitaires	Anbieter von Satelliten-Bouquets	2
IPTV packagers	Opérateurs IPTV	IPTV-Anbieter	2
DTT multiplex operators / packagers	Opérateurs de multiplex TNT / Fournisseurs de bouquet payant pour la TNT	Betreiber DVB-T-Multiplex / Anbieter DVB-T-Bezahlbouquet	2
Mobile phone TV packagers	Ensembleurs TV pour téléphone mobile	Handy-TV-Anbieter	2
Mobile broadcast TV packagers	Ensembleurs de télévision mobile personnelle (TMP)	Mobil-TV-Anbieter	

Number of TV channels by type of licence	Nombre de chaînes par genre de licence	Zahl der Dienste nach Art der Lizenz	
Terrestrial (national)	Numérique terrestre (national)	Terrestrisch (national)	2
Cable/Satellite/IPTV/Mobile	Câble/satellite/IPTV/Mobile	Kabel/Satellit/IPTV/Mobile	2
Regional/Local	Régionale/Locale	Regional/Lokal	2
Regional/local windows	Fenêtres régionales/locales	Lokale/nationale Fenster	2
Channels targeting foreign markets	Chaînes ciblant les marchés étrangers	Dienste mit Zielmarkt im Ausland	2
Total	Total	Gesamt	2
Foreign channels targeting the country	Chaînes étrangères ciblant le pays	Ausländ. Dienste mit Inlands-Zielmarkt	2 3

Public	Public	Öffentl.-rechtl.
Private	Privé	Privat
Total	Total	Summe

Supply of TV channels by genre and by platform 4	Offre de chaînes TV par genre et par plate-forme 4	Angebot an TV-Diensten nach Genre und Plattform 4	
Generalist - national (incl. dedicated)	Généraliste - national (y compris les chaînes dédiées)	Vollprogramme (mit ausländischen Sendern für das Inland)	5
Generalist - foreign	Généralistes étrangères	Vollprogramme aus dem Ausland	
Adults	Chaînes pour adultes	Erwachsene	
Children	Chaînes pour enfants	Kinder	
Film	Chaînes de films	Spielfilme	
Culture/Documentary/Education	Culture/Documentaires/Education	Kultur/Dokumentation/Bildung	
Entertainment/TV Fiction/Games	Divertissement/Fiction télévisuelle/Jeux	Unterhaltung/Fernsehfilme/Spielen	
Cultural minorities	Chaînes pour les minorités culturelles	Kulturelle Minderheiten	
Home shopping	Téléachat	Homeshopping	
News/Business	Chaînes d'information (y compris information économique)	Nachrichten/Wirtschaft	
International channels	Chaînes internationales	Internationale Sender	
Lifestyle/Specific leisure/Travel	Styles de vie/Loisirs/Voyage	Lifestyle/Freizeit/Reise	
Music	Musique	Musik	
Parliamentary	Chaînes parlementaires	Parlamentskanäle	
Regional/Local	Régionales / locales	Regionale/lokale Sender	
Religion	Religion	Religion	
Sports	Sports	Sport	
Various	Divers	Verschiedenes	

Terrestrial	Terrestre	Terrestrisch
Cable	Câble	Kabel

- 1 Data from national associations or national regulatory authority.
- 2 Data from the MAVISE database.
- 3 Channels originating from one other country in the language of the country of destination, when different from the country of origin.
- 4 Data are elaborated from the MAVISE database. The harmonised indexation by genre is elaborated by the Observatory and does not necessarily correspond to the indexation by the providers.
- 5 Dedicated channels are channels established in another country but obviously targeting the considered country.

- 1 Données communiquées par les associations nationales ou les instances de régulation.
- 2 Données élaborées à partir de la base de données MAVISE.
- 3 Chaînes provenant d'un autre pays, dans la langue du pays de destination, lorsqu'elle est différente de celle du pays d'origine.
- 4 Les données sont élaborées à partir de la base de données MAVISE. L'indexation harmonisée par genre est réalisée par l'Observatoire et ne correspond pas nécessairement à celle proposée par les opérateurs.
- 5 Les chaînes dédiées sont établies dans un autre pays mais visent de toute évidence le pays considéré.

- 1 Daten der nationalen Vereinigungen oder der Regulierungseinrichtungen.
- 2 Angaben aus der Datenbank MAVISE.
- 3 Dienste aus dem Ausland in der Sprache des Ziellandes, wenn sich diese vom Ursprungsland unterscheidet.
- 4 Die Daten wurden auf der Grundlage der Datenbank MAVISE ermittelt. Die harmonisierte Indexierung nach Genre erfolgte durch die Informationsstelle und entspricht nicht notwendigerweise der Sicht der Anbieter.
- 5 Die ausländischen Sender für das Inland haben ihren Sitz im Ausland, strahlen ihr Programm aber offensichtlich gezielt für das jeweilige untersuchte Land aus.

Market trends

Tendances du marché

Markttrends

Households TV equipments	Équipement des foyers TV	Ausstattung der Fernsehhaushalte
DTT households	Foyers TNT	DVB-T
Satellite households	Foyers avec réception satellite directe	Satellitendirektempfang
Cable households	Foyers abonnés au câble	Kabel
IPTV households	Foyers abonnés IPTV	IPTV

Consumers pay-TV spend	Dépenses des ménages en télévision à péage	Ausgaben der Haushalte für Bezahlfernsehen
Satellite consumers spend	Dépenses abonnement satellite	Ausgaben für Satellitenabonnement
Cable TV consumers spend	Dépenses abonnement câble	Ausgaben für Kabelabonnement
DTT consumers spend	Dépenses abonnement TNT	Ausgaben für DVB-T-Abonnement
IPTV consumer spend	Dépenses abonnement IPTV	Ausgaben für IPTV-Abonnement

For most of the countries, data are elaborated by Screen Digest from pay-TV operators revenues. Data are for subscription pay TV revenue only, include taxes but do not include income from technology sale or rental or advertising.

Pour la plupart des pays, les données sont élaborées par Screen Digest. Les données concernent les dépenses d'abonnement. Les taxes sont incluses, mais non les recettes liées à la vente ou location de matériel ou à la publicité.

Für die meisten Länder stammen die Daten von Screen Digest. Die Angaben betreffen die Abonnementkosten. Steuern sind enthalten, aber nicht die Einnahmen aus Verkauf bzw. Vermietung von Filmtechnik oder aus der Werbung.

Number of households accessing multichannel platforms	Nombre de foyers accédant aux plates-formes numériques	Anzahl der Haushalte mit Zugang zu digitalen Plattformen
Data were collected by the Observatory from operators or trade press.	Les données ont été collectées par l'Observatoire auprès des opérateurs ou dans la presse professionnelle.	Die Daten wurden von der Informationsstelle über die Betreiber oder die Fachpresse ermittelt.

Gross revenues of radio and television	Revenus bruts de la radio et de la télévision	Bruttoeinnahmen in Hörfunk und Fernsehen
Consumers pay-TV spend	Dépenses des consommateurs en télévision à péage	Verbraucherausgaben für Bezahlfernsehen ¹
TV adspend	Investissements publicitaires TV bruts	Bruttoinvestitionen in die Fernsehwerbung ²
Radio-TV licence fee	Redevance radio-télévision	Rundfunkgebühren ³
Radio adspend	Investissements publicitaires radio bruts	Bruttoinvestitionen in die Hörfunkwerbung ⁴
State grants	Subvention publique	Öffentliche Fördermittel ⁵

- ¹ Screen Digest data.
- ² Gross advertising expenses as analysed by WARC or IP Keyfact.
- ³ When possible gross expenses as paid by consumers. In other cases, broadcasters net licence fee revenues.
- ⁴ Gross advertising expenses as analysed by WARC.
- ⁵ As communicated in broadcasters net revenues.

- ¹ Données Screen Digest.
- ² Données élaborées par WARC ou IP Keyfacts.
- ³ Lorsque disponibles, données brutes relatives aux montants payés par les consommateurs ; dans les autres cas, recettes nettes des diffuseurs.
- ⁴ Données élaborées par WARC.
- ⁵ Montant communiqué dans les recettes nettes des diffuseurs.

- ¹ Daten von Screen Digest.
- ² Daten von WARC oder IP Keyfacts ermittelt.
- ³ Wenn verfügbar, Bruttoausgaben der Verbraucher, ansonsten Nettogebühreneinnahmen der Rundfunkveranstalter.
- ⁴ Daten von WARC ermittelt.
- ⁵ Nach Angaben der Rundfunkveranstalter über ihre Nettoeinnahmen.

TV company financial situation (consolidated)

Situation financière d'une entreprise de télévision (consolidé)

Wirtschaftliche Lage von Fernsehunternehmern (konsolidiert)

Income	Recettes	Erträge
Total public income	Total recettes publiques	Öffentliche Erträge
Aid/Grants	Subventions	Subventionen
Licence fee	Redevance	Gebühr
Other public revenues	Autres revenus publics	Sonstige öffentliche Erträge
Total commercial income	Total recettes commerciales	Kommerzielle Erträge
Advertising and sponsorship	Publicité et parrainage	Werbung und Sponsoring
Facilities	Services techniques	Technische Dienstleistungen
Merchandising	Ventes de produits	Merchandising
Programme sales	Ventes de programmes	Programmverkauf
Other commercial income	Autres recettes commerciales	Sonstige kommerzielle Erträge
Other income	Autres recettes	Andere Erträge
Total	Total des recettes	Summe
Operating revenues	Produit d'exploitation	Betriebserträge

Expenditure	Dépenses	Aufwendungen
Purchase of goods and services	Achats de biens et services	Waren- und Dienstleistungskäufe
Costs of personnel	Dépenses de personnel	Personalaufwendungen
Depreciation	Amortissements	Abschreibung
Operating expenditure	Dépenses opérationnelles	Betriebsaufwendungen
Net result	Résultat net	Nettoergebnis

Ratios	Ratios	Kennzahlen
Return on shareholders' funds	Retour sur fonds propres	Eigenkapitalrendite
Profit margin	Marge bénéficiaire	Gewinnspanne
Return on total assets	Retour sur actifs	Gesamtkapitalrendite

- 1 Data are collected from companies' annual reports or provided by EBU-SIS
- 2 Discrepancies between total income (as communicated by EBU-SIS) and operational revenues (as collected in AMADEUS database) may arise from inclusion by EBU-SIS of non-operation revenues (in particular financial revenues) in the calculation of total incomes.
- 3 Data collected by the Observatory from the AMADEUS database.
- 4 Approximate data, calculated as the Operating expenses less the Cost of personnel and Depreciation.

- 1 Les données sont collectées dans les rapports d'activités des entreprises ou communiquées par l'UER-SIS
- 2 Les divergences entre «Total des recettes» (tel que communiqué par l'UER-SIS) et le «Produit opérationnel» (tel qu'élaboré dans la base AMADEUS) s'expliquent généralement par le fait que l'UER-SIS inclut des recettes non opérationnelles (notamment recettes financières) dans «Autres recettes».
- 3 Données collectées par l'Observatoire à partir de la base de données AMADEUS.
- 4 Données estimées, calculées comme Dépenses opérationnelles moins les dépenses de personnel et les amortissements.

- 1 Die Daten stammen aus den Jahresberichten der Unternehmen oder von EBU-SIS.
- 2 Unterschiede zwischen der «Summe» der Erträge (wie von EBU-SIS übermittelt) und dem «Betriebsertrag» (wie in der Datenbank AMADEUS dargestellt) sind üblicherweise darauf zurückzuführen, dass EBU-SIS nicht-operative Einnahmen unter «Sonstiges» erfasst.
- 3 Die Angaben wurden von der Informationsstelle aus der Datenbank AMADEUS zusammengestellt.
- 4 Schätzung, berechnet aus Betriebsausgaben minus Personalkosten und Abschreibungen.

Other tables and graphs

Autres tableaux et graphiques

Sonstige Tabellen und Grafiken

TV audience market share	Parts de marché d'audience des chaînes de télévision	Marktanteile der Fernsehdienste
In %, 4 years +.	En %, 4 ans et +.	In %, ab 4 Jahre.
Daily share	Ensemble de la journée	Ganztägig
Prime-time	Heures de grande écoute	Primetime

For most of the countries the data are provided by Médiamétrie / Eurodata TV Worldwide on the basis of data communicated by the national audience reference company.

Pour la plupart des pays, les données sont fournies par Médiamétrie / Eurodata TV Worldwide sur la base des données fournies par les entreprises nationales de référence en matière de données d'audience.

Für die meisten Länder stammen die Daten von Médiamétrie/Eurodata TV Worldwide auf Basis der von den nationalen Referenzunternehmen übermittelten Zuschauerergebnissen.

Leading TV production companies	Principales sociétés de production de programmes de télévision	Die führenden Fernsehproduktionsunternehmen
---------------------------------	--	---

Rankings are elaborated by the Observatory from data available in the AMADEUS database.

Les classements sont établis par l'Observatoire à partir des données disponibles dans la base de données AMADEUS.

Die Ranglisten werden von der Informationsstelle auf der Grundlage von Angaben in der Datenbank AMADEUS erstellt.

Video on demand and catch-up television in Europe

Almost 700 on demand services operational in early 2009

- The various distribution networks (Internet, cable, DSL Networks, FTTH, satellite, TNT, mobile telephones)
- The challenge of VoD on the TV
- The strategies of the industry players involved
- The business models
- The impact of piracy and video sharing sites
- Census of existing services in Europe
- The challenge of audience measurement
- The context of European audiovisual policy

Audiovisual on-demand services have mushroomed in Europe. The landscape of the services has become very fragmented and evolves rapidly. This report offers a complete and up-to-date overview of the different types of on-demand audiovisual services. It also shows the place of those different services within the overall strategy of the various market players.

Targeted yet detailed at the same time, this report is your indispensable tool to understand the complexity of those expanding activities.



397 pages
Strasbourg, October 2009

Print edition: € 329
ISBN 978-92-871-6736-1

**Electronic edition
(PDF file):** € 445
ISBN 978-92-871-6737-8

CONTENT

THE TECHNICAL AND ECONOMIC PARAMETERS OF ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES

- The technical conditions for the provision of on-demand audiovisual services (via internet/on DSL networks/ on digital cable networks/ on fiber optic cable to the home/ via digital terrestrial television and satellite/ hybrid services/ to mobile telephones)
- What networks for the future development of on-demand audiovisual services? – current situation and forecast
- The technical costs of video on demand
- Piracy

ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN AUDIOVISUAL POLICY

- Development of a regulatory framework for on-demand audiovisual services
- A renewed European support policy to take account of the new media

ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES OFFERED IN EUROPE

- Determining the number of existing services
- 696 services operational in early 2009

THE PLAYERS' STRATEGIES

- The international strategies of the equipment manufacturers and IT service companies (Apple and its iTunes Stores/ Microsoft / Sony / Nintendo / Vudu / Archos / Nokia/ Motorola / Samsung / LG Electronics / Netgem and others)
- The strategies of the telecommunications and cable operators
- The strategies of the operators of satellite packages

- VOD in the context of digital terrestrial broadcasting – the unique case of Top Up TV Anytime
- The strategies of the film producers and distributors (The Hollywood majors / The European film industry / The independent producers / The independent distributors / The video publishers / Retail businesses)

THE STRATEGIES OF THE TELEVISION CHANNEL PROVIDERS

- Pay-VOD services offered by television channel providers
- Catch-up TV with Focus on the British, French, German, Italian and Swedish market

THE RAPID DEVELOPMENT OF VIDEO SHARING SITES AND THEIR IMPACT ON THE STRATEGY OF THE TRADITIONAL PLAYERS

(YouTube/The development of the European video sharing sites/ Dailymotion / Free models by the traditional players / Free VOD on the pay platforms)

AUDIENCE MEASUREMENT IN THE CONTEXT OF ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES

- Changes in consumption patterns
- New specific tools
- Measuring of Internet on-demand services audiences, Internet video audience and mobile services

THE ECONOMIC IMPORTANCE OF ON-DEMAND AUDIOVISUAL SERVICES

(USA, France, United Kingdom, Spain, Italy)

SUMMARY

List of abbreviations
used in this volumeListe des abréviations utilisées
dans le présent volumeIn diesem Band
verwendete Abkürzungen

-	not applicable	ne s'applique pas	trifft nicht zu
~	not available	non communiqué	keine Angabe
adtv	private television company financed by advertising	entreprise privée de télévision financée par la publicité	werbefinanzierte private Fernsehunternehmen
CATV	Cable Television	Télévision par câble	Kabelfernsehen
DTH	direct-to-home	réception directe par satellite	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
est.	estimate	estimation	Schätzung
hs	home shopping	téléachat	Homeshopping
IPTV	Internet Protocol Television (television through broadband)	Internet Protocol Television (télévision par réseaux large bande)	Internet Protocol Television (Fernsehen über Breitband)
ISP	Internet Service Provider	Fournisseurs d'accès à Internet (FAI)	Internet-Anbieter
p.m.	pro memoria	pour mémoire	pro memoria
MMDS	Microwave Multipoint Distribution System	Microwave Multipoint Distribution System	Microwave Multipoint Distribution System
packtv	packager/aggregator of TV services	ensemblier/agrégateur de services TV	Anbieter von Programmpaketen
paytv	pay-TV (film premium)	télévision à péage (films premium)	Pay-TV (Premium-Filme)
PPV	pay-per-view	péage à la consommation	Pay-per-View
PR	private	privé	privat
PS	public service	service public	öffentlich-rechtlich
rtv	regional or local television company	entreprise de télévision régionale ou locale	regionale oder lokale Fernsehunternehmen
Sat-TV	Television by satellite	Télévision par satellite	Satellitfernsehen
SMATV	Satellite Master Antenna Television	Satellite Master Antenna Television	Satellite Master Antenna Television
sptv	public television company	entreprise publique de télévision	Öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt
thtv	publisher of private thematic channel(s)	éditeur de chaîne(s) thématique(s)	Betreiber von privaten Spartenkanälen
TNT	(=DTT)	télévision numérique terrestre	(=DVB-T)
VoD	Video on Demand	vidéo à la demande	Video-on-Demand

Data in italics are estimated or provisional.

Les données en italiques sont estimées
ou provisoires.Kursiv gedruckte Daten sind geschätzt
oder vorläufig.

MAVISE

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

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

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

The European Television Database



European Commission

Directorate-General Communication



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

Company Listings

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

TV Market Profiles

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

TV Channel Profiles

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

TV Company Profiles

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

Members of the
European Audiovisual
Observatory

Membres de
l'Observatoire européen
de l'audiovisuel

Mitglieder der
Europäischen Audiovisuellen
Informationsstelle

AL	Albania	Albanie	Albanien
AT	Austria	Autriche	Österreich
BE	Belgium	Belgique	Belgien
BG	Bulgaria	Bulgarie	Bulgarien
CH	Switzerland	Suisse	Schweiz
CY	Cyprus	Chypre	Zypern
CZ	Czech Republic	République tchèque	Tschechische Republik
DE	Germany	Allemagne	Deutschland
DK	Denmark	Danemark	Dänemark
EE	Estonia	Estonie	Estland
ES	Spain	Espagne	Spanien
FI	Finland	Finlande	Finnland
FR	France	France	Frankreich
GB	United Kingdom	Royaume-Uni	Vereinigtes Königreich
GR	Greece	Grèce	Griechenland
HR	Croatia	Croatie	Kroatien
HU	Hungary	Hongrie	Ungarn
IE	Ireland	Irlande	Irland
IS	Iceland	Islande	Island
IT	Italy	Italie	Italien
LI	Liechtenstein	Principauté du Liechtenstein	Fürstentum Liechtenstein
LT	Lithuania	Lituanie	Litauen
LU	Luxembourg	Luxembourg	Luxemburg
LV	Latvia	Lettonie	Lettland
MK	"The former Yugoslav Republic of Macedonia"	"Ex-République yougoslave de Macédoine"	"Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien"
MT	Malta	Malte	Malta
NL	Netherlands	Pays-Bas	Niederlande
NO	Norway	Norvège	Norwegen
PL	Poland	Pologne	Polen
PT	Portugal	Portugal	Portugal
RO	Romania	Roumanie	Rumänien
RU	Russian Federation	Fédération de Russie	Russische Föderation
SE	Sweden	Suède	Schweden
SI	Slovenia	Slovénie	Slowenien
SK	Slovak Republic	République slovaque	Slowakische Republik
TR	Turkey	Turquie	Türkei
EUR 15	European Community prior to 1 May 2004	Communauté européenne avant le 1 ^{er} mai 2004	Europäische Gemeinschaft vor dem 1. Mai 2004

European States non-members of the European Audiovisual Observatory

Etats européens non-membres de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

Europäische Staaten, die nicht Mitglied der Informationsstelle sind

BA	Bosnia and Herzegovina	Bosnie-Herzégovine	Bosnien-Herzegowina
BY	Belarus	Bielorussie	Weißrussland
MD	Moldova	Moldavie	Moldawien
UA	Ukraine	Ukraine	Ukraine

Non-European States

Etats non-européens

Außereuropäische Staaten

DZ	Algeria	Algérie	Algerien
EG	Egypt	Egypte	Ägypten
IL	Israel	Israël	Israel
JO	Jordan	Jordanie	Jordanien
JP	Japan	Japon	Japan
LB	Lebanon	Liban	Libanon
MA	Morocco	Maroc	Marokko
SA	Saudi Arabia	Arabie Saoudite	Saudi-Arabien
SY	Syrian Arabic Republic	République arabe de Syrie	Arabische Republik Syrien
TN	Tunisia	Tunisie	Tunesien
US	United States of America	Etats-Unis d'Amérique	Vereinigte Staaten von Amerika

Film, television and video in Europe

YEARBOOK 2009

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 2009

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 2009

Das Jahrbuch der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle gibt für ihre 36 Mitgliedstaaten in drei Bänden einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des audiovisuellen Sektors in den Bereichen Film, Fernsehen und Video.

Die Aufbereitung und Auswertung von mehr als 1000 Einzelquellen und die Darstellung der Ergebnisse in über 500 Graphiken und Tabellen verschaffen in Europa einen einmaligen Marktüberblick.

Die Neutralität der Darstellung wird durch den öffentlich-rechtlichen Status der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle garantiert.

Damit bietet das vorliegende Jahrbuch mit seinen drei Bänden eine hervorragende Informationsquelle für alle Zielgruppen in der Politik, in der Industrie und in der Wissenschaft.

VOLUME
BAND

1

Television in 36 European States

La télévision dans
36 Etats européens

Fernsehen in
36 europäischen Staaten

195€

272 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6812-2
PDF VERSION

VOLUME
BAND

2

Trends in European television

Les tendances de la
télévision européenne

Trends im
europäischen Fernsehen

195 €

224 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6813-9
PDF VERSION

VOLUME
BAND

3

Film and home video

Cinéma
et vidéo

Film und
Video

142,50 €

128 pages | Seiten
ISBN 978-92-871-6814-6
PDF VERSION

The content of the Yearbook is also available online:

Le contenu de cet annuaire est également disponible en ligne :
Die Inhalte des Jahrbuchs stehen auch online zur Verfügung:

http://www.obs.coe.int/yb_premium/