Statistiques
en bref

INDUSTRIE, COMMERCE ET SERVICES

THÈME 4 – 24/2002

Contenu

Saturation du marché de la télévision ……..……2

Equipements de télévision: forte progression des téléviseurs au format 16/9…….2

En 2001, le principal mode de réception de la télévision dans l'UE était la voie terrestre……3

La télédiffusion représente la majeure partie du chiffre d'affaires des activités audiovisuelles……4

La saturation du marché de la télévision limite la croissance des revenus provenant du financement public…….5

Tous les pays de l'UE ont au moins un service de programmes de télévision publique à couverture national……..6

Fin de rédaction: 30.05.2002
ISSN 1561-4859
Numéro de catalogue: KS-NP-02-024-FR-N
© Communautés européennes, 2002

Le marché européen de la télédiffusion

Richard Deiss

Chiffres clés du marché de la télévision dans l'UE et aux Etats-Unis en 2000

- En 2000, 96 % des ménages de l'UE possédaient au moins un téléviseur (97% aux Etats-Unis). La répartition entre les principaux modes de réception était la suivante: télévision terrestre: 51 %, télévision par câble: 31 % et télévision par satellite: 19 % (Etats-Unis: 23 %, 68 % et 9 %, respectivement). Le temps moyen passé à regarder la TV s'élevait à 204 minutes.

- Le marché de la télévision (hors câble et satellite) a généré, en 2000, un chiffre d'affaires de 45 milliards d'euros dans l'UE. Entre 1995 et 2000, il a affiché un taux de croissance annuel de 5 % pour les télédiffuseurs publics et de 14 % pour les télédiffuseurs privés. Aux Etats-Unis, le marché de la télévision a atteint un volume d'environ 62 milliards d'euros en 2000, s'inscrivant en progression de 26 % par rapport à 1999.

- Les principaux facteurs à l'origine de la croissance du marché dans le secteur de la télédiffusion ont été l'augmentation des revenus de la publicité et du parrainage télévisés, ainsi que le développement de la télévision payante. La publicité à la télévision a progressé de 13 % dans l'UE au cours de l'année 2000. Aux Etats-Unis, la publicité, qui représentait 61 % du marché de la télédiffusion, a connu une progression de 27 % en 2000 (année des Jeux olympiques).

- En 2000, l'UE comptait quelque 11 500 entreprises de services de radio et de télévision, occupant environ 290 000 personnes (dont 200 000 environ dans le secteur de la télévision).

- Le marché télévisuel des Etats-Unis, qui, en 2000, était desservi par 1 580 stations de télévision, dont 88 % à caractère commercial, est le plus important du monde.

	I'UE-15		Etats-Unis	
	Chiffre d'affaires Mia EUR	par habitant EUR	Chiffre d'affaires Mia EUR	par habitant EUR
Ensemble du marché de l'audiovisuel	**96.1**	**255**	**173.1**	**632**
Télédiffusion	**57.3**	**152**	**100.6**	**367**
Marché de la télévision	45.2	120	61.6	225
Publicité télévisée	26.8	71	60.4	220
Télévision publique	18.4	49	1.2	4
Redevance de télévision	15.2	41	0	0
Câble et satellite	12.1	32	38.9	142

Tableau 1: Principaux indicateurs de la télédiffusion pour l'UE-15 et les Etats-Unis en 2000, Sources: UE-15: estimations d'Eurostat sur la base principalement des données AUVIS
USA : McCann Erickson

Saturation du marché des téléviseurs

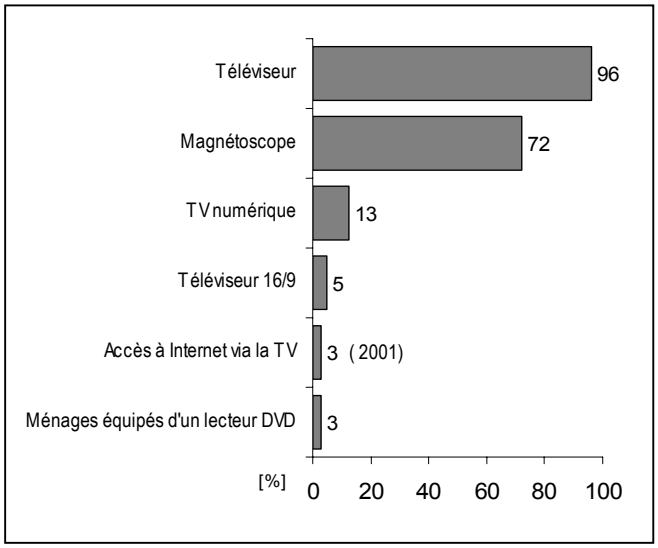
En 2000, 96 % des ménages de l'UE (soit 148 millions de ménages) étaient équipés d'un téléviseur, si bien que le marché des téléviseurs était proche de la saturation. Le taux de pénétration correspondant pour les magnétoscopes était de 72 %. Près de 13 % des ménages captaient la télévision numérique (dont 1% numérique terrestre) et 5 % possédaient un téléviseur à écran large. Environ 3 % des ménages avaient accès à Internet via leur poste de télévision (grâce à un décodeur numérique) en 2001 et un pourcentage identique possédait un lecteur DVD en 2000.

Les marchés du câble et du satellite disposent encore d'un potentiel de croissance. En 2000, 13 millions de ménages de l'UE recevaient la télévision numérique par satellite, 4,6 millions de ménages la télévision numérique par câble et 1,7 millions de ménages recevaient la télévision numérique par la voie terrestre. Avec quelque 5 millions de ménages, le Royaume-Uni constitue le plus grand marché de la télévision numérique par satellite en Europe, suivi de la France (2,8 millions de ménages) et de l'Italie (près de 2 millions de ménages). Le Royaume-Uni et l'Allemagne sont les deux pays de l'UE qui arrivent en tête pour le nombre de ménages équipés de la télévision numérique par câble. (Voir tableau 4).

Equipements de télévision: forte progression des téléviseurs au format 16/9

Le format de téléviseur 16/9 (écran large) rencontre un succès grandissant et a enregistré un taux de croissance annuel moyen de 66 % pendant la deuxième moitié des années 90. Les films vidéo et DVD sont désormais souvent adaptés à ce format. Les téléviseurs traditionnels, au format 4/3, continuent toutefois de prédominer, vu qu'à peine 5 % des ménages européens ont une télévision à écran large.

A l'échelle mondiale, le nombre de postes de télévision a doublé tous les dix ans au cours des années 70 et 80. La plus forte augmentation a été observée pour l'Asie, qui comptait 48 % de l'ensemble des téléviseurs en 1997. Bien que la progression au niveau mondial se soit ralentie dans les années 90 (+27 % sur la période 1990-1997), la croissance reste soutenue dans les régions à faible taux de pénétration de la télévision, telle que l'Afrique (+76 % entre 1990 et 1997).



Graphique 1: Pourcentage de ménages de l'UE possédant des équipements de télévision en 2000
Source: Eurostat, base de données AUVIS et DG INFSO

	1996	1997	1998	1999	2000	Part des ménages en 2000 (%)
I'UE-15	**1 127**	**1 891**	**3 307**	**5 752**	**8 560**	**5**
B/L/NL	213	355	625	965	1 380	12
B/L	:	:	:	:	430	10
NL	:	:	:	:	950	14
D	277	495	755	1 065	1 390	4
EL	2	8	16	31	60	2
E	28	64	129	239	420	3
F	360	525	805	1 285	1 610	7
I	27	54	119	234	420	2
A	15	39	64	94	130	4
P	4	11	19	34	150	4
UK/IRL	30	121	441	1 291	2 570	10
DK/FIN/S	33	63	118	238	430	5
CH	140	157	217	277	310	10

Tableau 2: Nombre de ménages possédant un téléviseur 16/9, 1996-2000 (en milliers d'unités)
Source: Observatoire européen de l'audiovisuel

	1970		1980		1990		1997	
	Total en millions	pour 100 habitants	Total en millions	pour 100 habitants	Total en millions	pour 100 habitants	Total en millions	pour 100 habitants
Afrique	2	0	8	2	25	4	44	6
Amérique du Nord	92	39	167	65	220	79	241	79
Amérique latine et Caraïbes	16	6	35	10	72	16	101	21
Asie	42	2	104	4	487	15	672	19
Europe	144	21	243	32	278	39	325	45
Océanie	4	19	7	30	10	38	12	43
Monde	**299**	**8**	**563**	**13**	**1 092**	**21**	**1 396**	**24**

Tableau 3: Nombre de téléviseurs dans le monde, Source: UNESCO

En 2001, le principal mode de réception de la télévision dans l'UE était la voie terrestre

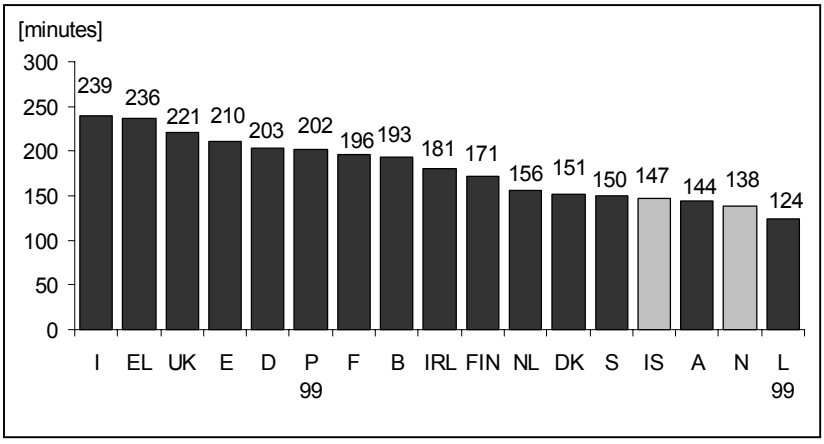
Aux Pays-Bas et en Belgique, plus de 90 % des foyers TV étaient raccordés à des réseaux câblés en 2001. En Suisse et au Luxembourg aussi, la très grande majorité des foyers TV (plus de 70 %) est câblée. Il convient de noter que ces chiffres rendent compte du mode de réception principal de la télévision. Un foyer peut avoir un ou plusieurs modes de réception. Aux Etats-Unis, 68 % des foyers TV ont la télévision par câble. En Allemagne et en Irlande également, plus de la moitié des foyers TV sont desservis par le câble.

L'Autriche et l'Allemagne sont les Etats membres dans lesquels la proportion de foyers TV équipés de la télévision par satellite est la plus importante (45 % et 36 %, respectivement). En Norvège, en Suède, au Danemark, au Royaume-Uni, en France et au Japon, un quart à un cinquième des foyers TV captent la télévision par satellite.

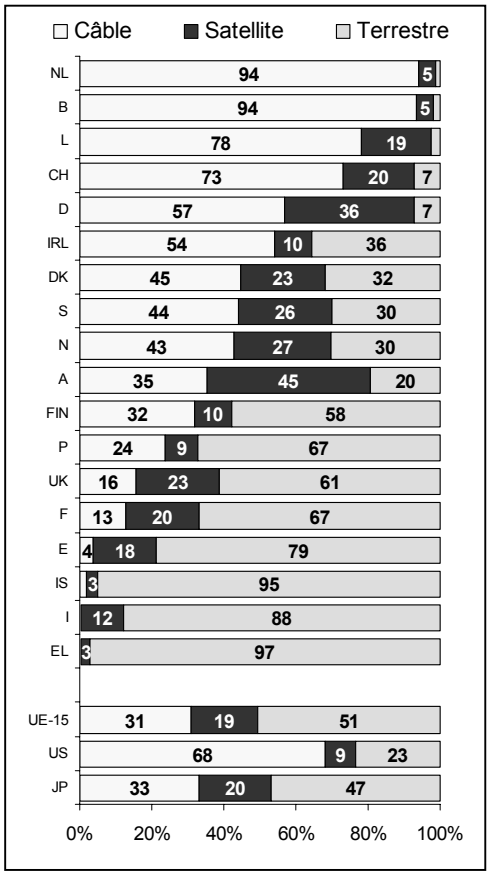
En Grèce, Italie, Islande et Espagne, la plupart des foyers TV (entre 79 % et 97 %) doivent s'en remettre principalement à la télévision terrestre. La part de cette dernière est également supérieure à 50 % au Portugal, en France, au Royaume-Uni et en Finlande.

Le temps moyen passé à regarder la TV aux Etats-Unis dépassait 4 heures et 20 minutes en 2000, ce qui correspondait à une heure de plus que de la valeur relevée dans l'UE, à savoir 3 heures et 24 minutes. Ce temps moyen a augmenté de 10 % aux Etats-Unis durant les deux dernières décennies et de 9 % au sein de l'UE dans la deuxième moitié des années 90.

Malgré l'existence de certains problèmes de comparabilité, il est intéressant de noter que les deux Etats membres de l'UE ayant présenté les temps moyens les plus élevés (Italie et Grèce, près de 4 heures en 2000) conservaient une moyenne inférieure à celle des Etats-Unis. Le Royaume-Uni, avec une durée de 3 heures et 41 minutes, se classait en troisième position dans l'UE. Les téléspectateurs luxembourgeois et autrichiens passaient apparemment le moins de temps devant leur poste de télévision, à savoir 2 heures et 4 minutes et 2 heures et 24 minutes, respectivement.



Graphique 3: Temps moyen journalier passé à regarder la TV en 2000, Sources: Eurostat et Observatoire européen de l'audiovisuel



Graphique 2: Mode de réception principal des foyers TV en 2001, Source: SES-ASTRA

2000	TV numérique par satellite	TV numérique par câble
UE-15	**13.00**	**4.64**
EUR-12	**7.72**	**1.99**
B	0.04	0.00
DK	0.10	0.04
D	1.19	1.55
EL	0.02	0.00
E	1.37	0.00
F	2.83	0.33
IRL	0.06	0.00
I	1.92	0.09
L	0.01	0.00
NL	0.14	0.00
A	0.11	0.02
P	0.00	0.00
FIN	0.03	0.00
S	0.20	0.07
UK	4.98	2.54
IS	:	:
N	0.13	0.04
EEA	**13.13**	**4.68**
CH	0.09	0.00
US	:	:
JP	:	:

Tableau 4: Foyers TV équipés de la télévision numérique par satellite et par câble (en millions), Source: SES-ASTRA

La télédiffusion représente la majeure partie du chiffre d'affaires des activités audiovisuelles

En 1999, les quelque 11 500 entreprises de radio et de télévision de l'UE occupaient environ 290 000 personnes (dont 200 000 environ dans le secteur de la télévision). Chaque entreprise occupait, en moyenne, 25 personnes. Cette même année, le chiffre d'affaires s'élevait approximativement à 52 milliards d'euros ou à 180 000 euros par personne occupée. 42 milliards d'euros de chiffre d'affaires (82 %) provenaient de la télédiffusion et 10 milliards d'euros (18 % du chiffre d'affaires) du marché de la radio. Au moins 115 000 personnes sont occupées par les grands radiodiffuseurs du service public. A titre d'exemple, la "BBC Television" et la "BBC Radio" occupaient, respectivement, plus de 17 300 personnes et 2 200 personnes en 1996. En 2001, 24 129 personnes ont été occupées par "BBC Television and Radio".

La part des activités de radio et de télévision dans le chiffre d'affaires de la division NACE 92 est la plus forte au Royaume-Uni (77 %), en Finlande (75 %) et en Espagne (63 %).

En 2000, le nombre de personnes occupées dans le secteur des services de radio et de télévision était le plus élevé au Royaume-Uni (87 000), suivi de l'Allemagne (83 000).

La télédiffusion est le moyen de communication qui fournit la majeure partie du chiffre d'affaires de l'audiovisuel: 60 % dans l'UE et 58 % aux Etats-Unis.

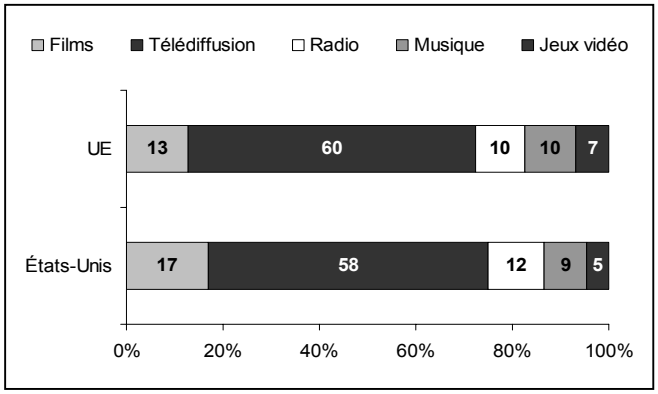
	Nombre d'entreprises	Personnes occupées (en milliers)	Chiffre d'affaires (en millions d'EUR)
UE-15 a)	**11 500**	**290**	**52 000**
EUR-12 a)	**8 000**	**207**	**:**
B	618 c)	9 b)	902 b)
DK c)	257	2	239
D	676 c)	83 b)	7 126 c)
EL f)	604	8.2	:
E e)	1 108	30	3 411
F d)	734	17	6 963
IRL	:	:	:
I d)	2 566	25	5 549
L c)	38	:	:
NL	:	:	:
A e)	:	3	:
P c)	417	6	605
FIN c)	167	6	718
S c)	508	8	1 206
UK	3 055 b)	87 b)	17 669 c)
IS	30 b)	2 e)	99 b)
N	:	:	:
CH f)	86	1	:

a) Estimation Eurostat 1999
b) Données 2000
c) Données 1999
d) Données 1998
e) Données 1997
f) Données 1995

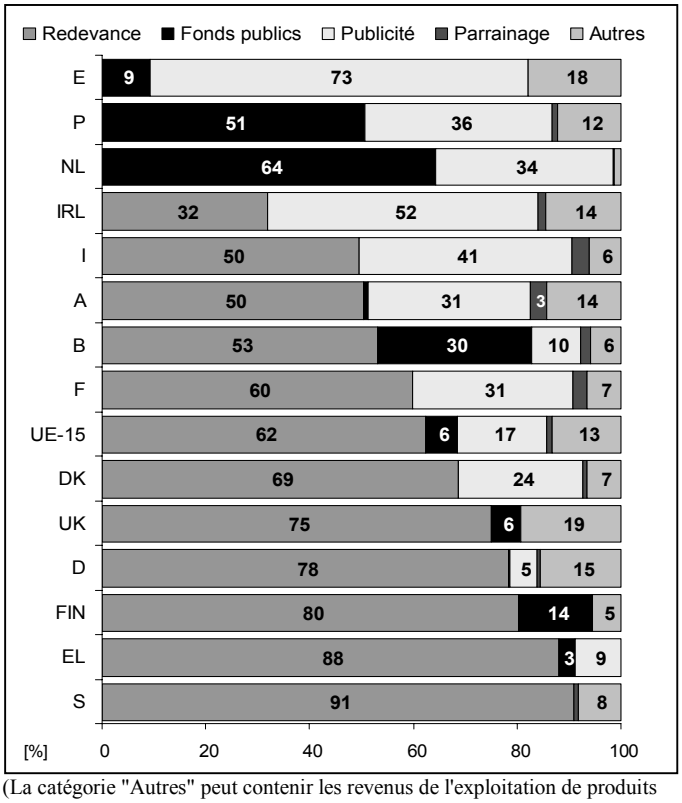
Tableau 5: Entreprises de services de radio et de télévision, personnes occupées et chiffre d'affaires (NACE 92.2), dernière année disponible, Source: Eurostat, base de données AUVIS

La télévision publique est le seul secteur pour lequel le marché de l'UE est plus vaste que celui des Etats-Unis, en raison essentiellement du faible niveau de financement public de la télédiffusion dans ce dernier pays. Tous les autres secteurs audiovisuels sont plus petits dans l'UE.

Dans la majorité des pays de l'UE, la principale source de financement des diffuseurs publics est la redevance (62 %). Au Royaume-Uni, ainsi qu'en Allemagne, Finlande, Grèce et Suède, celle-ci compte pour plus de 70 %. Seules l'Espagne et l'Irlande ont la publicité comme principale source de revenus.



Graphique 4: Répartition du chiffre d'affaires 2000 par grands secteurs audiovisuels, Source: UE-15:estimations d'Eurostat sur la base principalement des données AUVIS



(La catégorie "Autres" peut contenir les revenus de l'exploitation de produits dérivés et de la vente de programmes.)

Graphique 5: Ventilation du financement des diffuseurs du service public en 2000, Source: estimation d'Eurostat sur la base des données de l'UER

	Chiffre d'affaires des télédiffuseurs publics (en millions d'ECU/EUR)				Chiffre d'affaires des télédiffuseurs privés (en millions d'ECU/EUR)				Revenus de la publicité et du parrainage télévisés, diffuseurs publics (en millions d'ECU/EUR)				Revenus de la publicité et du parrainage télévisés, diffuseurs privés (en millions d'ECU/EUR)			
	1997	1998	1999	2000	1997	1998	1999	2000	1997	1998	1999	2000	1997	1998	1999	2000
UE-15 a)	**17 080**	**17 570**	**18 230**	**18 400**	**18 700**	**20 370**	**23 580**	**27 030**	**:**	**:**	**:**	**4 940**	**:**	**:**	**:**	**10 260**
EUR-12 a)	**12 420**	**12 560**	**13 060**	**12 970**	**11 650**	**12 690**	**14 710**	**16 850**	**:**	**:**	**:**	**4 790**	**:**	**:**	**:**	**4 370**
B	218	224	233	245	143	156	180	207	42	:	:	647	:	:	:	60
DK	547	567	575	592	:	:	:	:	:	149	138	147	:	:	:	98
D	4 382	4 523	4 596	4 669	4 285	4 450	5 407	6 363	314	551	:	532	:	3 724	:	4 100
EL	:	:	:	:	:	:	:	:	23	37	:	160	564	585	:	481
E c)	1 592	1 637	1 699	1 945	1 649	1 797	2 080	2 362	:	:	908	950	:	901	1 056	1 197
F	2 026	2 047	2 170	2 283	3 179	3 487	3 984	4 569	654	657	660	750	1 446	1 533	1 751	1 991
IRL	215	218	239	251	:	:	:	:	97	99	:	86	:	:	:	260
I b)	2 156	2 096	2 286	2 484	1 744	2 087	2 286	2 484	809	861	909	1 016	1 413		1 200	1 311
L	:	:	:	:	323	351	407	466	:	:	:	:	:	:	:	255
NL	579	579	560	602	:	:	:	:	126	155	:	182	:	:	:	544
A	722	727	754	:	:	:	:	:	315	307	:	350	:	:	:	:
P	195	173	202	162	134	155	151	179	64	72	75	68	131	154	192	166
FIN d)	339	333	318	332	191	209	213	222	:	:	47	48	184	193	:	200
S	386	392	397	404	213	231	248	297	2	3	:	5	201	217	232	274
UK	3 721	4 051	4 205	4 425	6 837	7 448	8 619	9 884	:	:	:	0	3 877	:	:	5 524
IS	19	20	22	23	25	29	35	:	5	6	6	7	:	:	:	:
N	327	338	:	:	133	153	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
CH	498	595	:	:	:	:	:	:	158	160	:	:	:	:	:	:

a) Estimation Eurostat

b) Source: Autorità per le garanzie nelle telecomunicazioni (AUTCOM) et RAI

c) Source: CMT, Commission du marché des télécommunications espagnole

d) Revenus de la publicité et du parrainage télévisés de la télévision publique: recettes de la diffusion télévisuelle et radiophonique

e) Revenus de la publicité et du parrainage télévisés des diffuseurs publics, données 2000: estimation d'Eurostat sur la base de la publicité télévisée totale, hors E et FIN

f) Revenus de la publicité et du parrainage télévisés des diffuseurs privés, données 2000: estimation d'Eurostat sur la base de la publicité télévisée totale, hors E, I, P et S

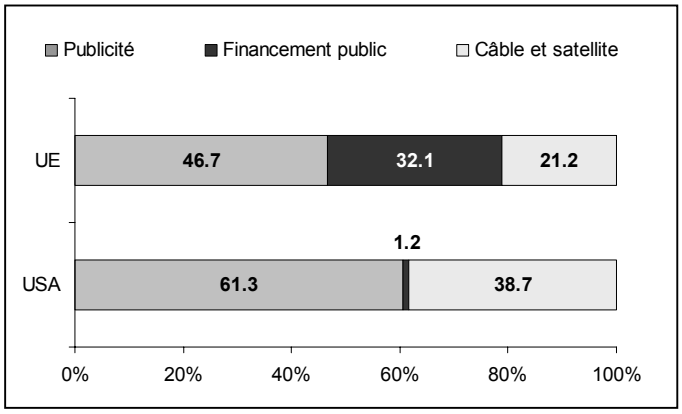
Tableau 6: Principales données économiques relatives aux télédiffuseurs, Source: Eurostat, base de données AUVIS

La saturation du marché de la télévision limite la croissance des revenus provenant du financement public

Les diffuseurs du service public ont connu une évolution relativement lente du financement public, alors que les revenus de la publicité et de la télévision payante se sont accrus plus rapidement. Le marché de la télévision (hors câble et satellite) a généré, en 2000, un chiffre d'affaires d'au moins 45 milliards d'euros dans l'UE. Entre 1995 et 2000, il a affiché un taux de croissance annuel de 5 % pour les télédiffuseurs publics et de 14 % pour les télédiffuseurs privés. En incluant le câble et le satellite, le volume total du marché de la télédiffusion se montait à 58 milliards d'euros.

Le marché de la télévision continue de contribuer pour une part importante au marché total de la télédiffusion (plus de 79 % dans l'UE). En 2000, le chiffre d'affaires des télédiffuseurs publics et privés était estimé à 14,3 milliards d'euros au Royaume-Uni, à 11,0 milliards d'euros en Allemagne et à 6,9 milliards d'euros en France.

Les principaux facteurs à l'origine de la croissance du marché dans le secteur de la télédiffusion sont l'augmentation des revenus de la publicité et du parrainage télévisés, ainsi que le développement de la télévision payante. Les recettes publicitaires, qui constituent la principale source de financement, ont doublé dans les années 90 pour atteindre près de 27 milliards d'euros en 2000, bien que la quantité de publicité admise sur chaque chaîne de télévision soit limitée (directive 89/552/CEE, dite "Télévision sans frontières", modifiée en 1997). Deux tiers environ des dépenses publicitaires consenties dans l'UE sont destinées aux diffuseurs privés.



Graphique 6: Ventilation du chiffre d'affaires 2000 de la télédiffusion dans l'UE et aux Etats-Unis, Sources: UE-15: estimations d'Eurostat sur la base principalement des données AUVIS et des données de l'OCDE pour le câble et le satellite. Etats-Unis: Standard & Poor's et AC Nielsen

Le financement public est la deuxième source de revenus pour le marché de la télédiffusion dans l'UE (32 % de l'ensemble des revenus), derrière la publicité (47 %) et devant les abonnements (21 %). En règle générale, il consiste dans des redevances télévisuelles payées par les ménages ou dans des subventions versées par des organismes publics. Alors que le financement public n'intervient que pour 2 % dans les revenus totaux du marché aux Etats-Unis, sa part se situe entre 20 % et 55 % dans bon nombre de pays européens: elle est ainsi supérieure à 50 % en Suède, en Finlande, au Danemark et en Autriche, mais inférieure à 20 % au Portugal, en Grèce, en Espagne et au Luxembourg. Au Portugal, en Espagne et au Luxembourg, aucune redevance de télévision n'est perçue. Aux Pays-Bas, la redevance télé a été supprimée en 2000.

Tous les pays de l'UE ont au moins une chaîne de télévision publique à couverture nationale

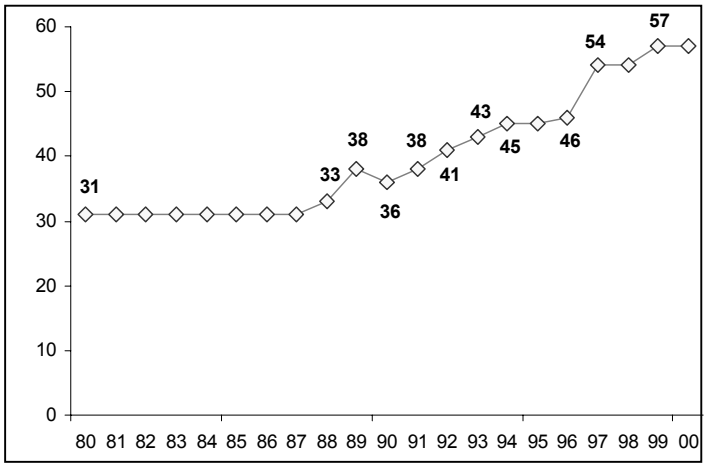
Le nombre de chaînes de télévision publique a augmenté dans l'UE, passant d'une moyenne de 2 chaînes par pays en 1980 à près de 4 chaînes par pays en 2000. Dans l'UE, les chaînes publiques étaient au nombre de 57 en 2000.

Le pays de l'UE qui compte le plus de chaînes de télévision publique à couverture nationale est l'Allemagne, avec 14 chaînes . En deuxième et troisième positions viennent l'Italie et l'Espagne, avec respectivement 6 et 5 chaînes.

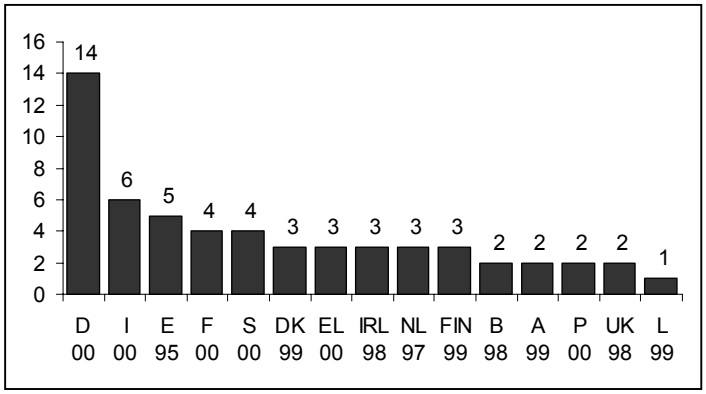
Le marché télévisuel des Etats-Unis, qui, en 2000, était desservi par 1 580 stations de télévision, dont 88 % à caractère commercial, est le plus important du monde.

La part d'audience de la télévision publique dans l'UE a régressé de plus de 50 % en 1990 à 39 % en 2000.

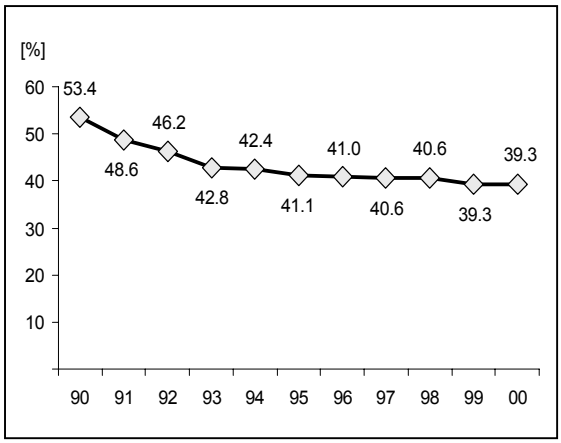
Le temps de diffusion moyen de la télévision publique est de 17 heures par jour dans l'UE. En Autriche, Allemagne, France, Italie et Irlande, il est supérieur à 20 heures et deux fois plus élevé qu'en Belgique ou en Suède.



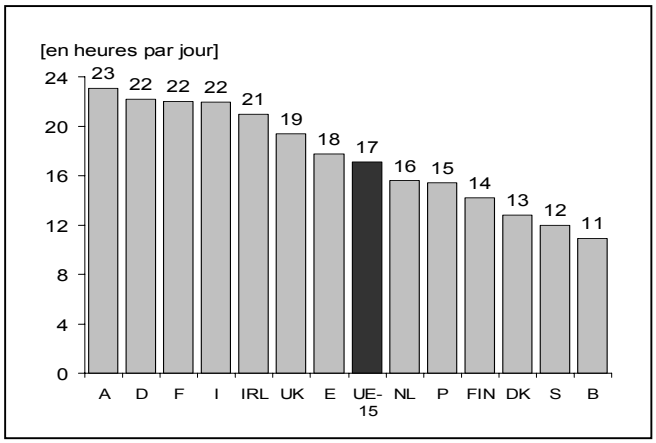
Graphique 7: Nombre de chaînes de télévision publique à couverture nationale dans l'UE, 1980 – 2000, Source: Eurostat, base de données AUVIS



Graphique 8: Nombre de chaînes de télévision publique à couverture nationale dans les Etats membres de l'UE, Source: Eurostat, base de données AUVIS



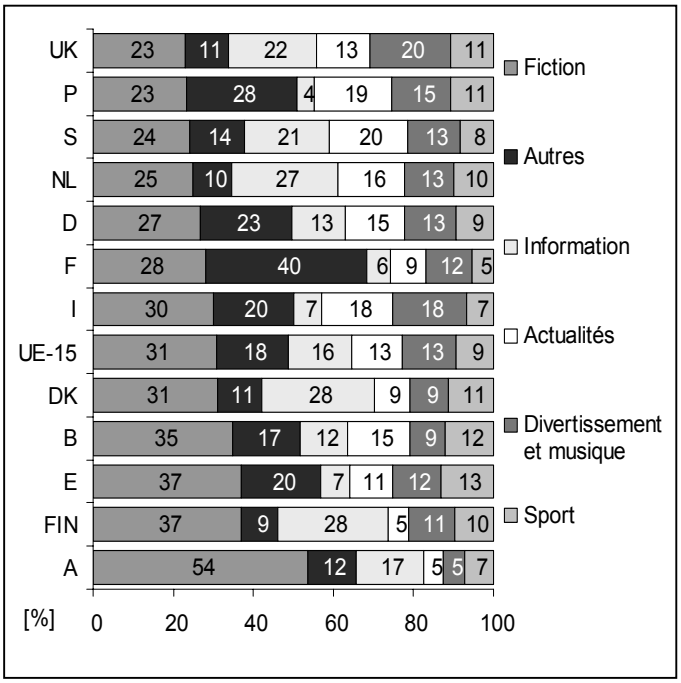
Graphique 9: Part d'audience de la télévision de service public dans l'UE-15, Source: estimation d'Eurostat sur la base des données de l'UER



Graphique 10: Temps de diffusion moyen de la télévision publique, 2000 (en heures par jour), Source: estimation d'Eurostat sur la base des données de l'UER

La fiction représente la majeure partie de la production de la télévision publique dans tous les pays de l'UE, sauf en France et au Portugal, où elle est dépassée par la catégorie "Autres" (culture, éducation, documentaires, programmes pour enfants et programmes d'animation), ainsi qu'aux Pays-Bas, où la production de programmes d'information est légèrement supérieure à celle d'œuvres de fiction.

Remarques:
La fiction englobe les séries télévisées, les feuilletons télévisés, les comédies de situation, les pièces de théâtre, les téléfilms, les films d'animation et les films cinématographiques.
Le divertissement comprend le divertissement léger (émissions de jeux, jeux-concours, etc.), l'infodivertissement (talk-shows, realité-shows, etc.) et la musique.
Par "musique", il faut entendre tous les genres musicaux, y compris les programmes de musique classique.
L'information inclut les magazines et les débats, mais exclut les programmes éducatifs, le sport et les actualités.
La catégorie "Autres" recouvre la culture, l'éducation, les documentaires, les programmes pour enfants et les programmes d'animation.



Graphique 11: Production de la télévision de service public par type de programme (en %), 2000,
Source: estimation d'Eurostat sur la base des données de l'UER

➢ CE QU'IL FAUT SAVOIR – NOTES METHODOLOGIQUES

Le présent numéro de "Statistiques en bref" est fondé sur les statistiques annuelles relatives aux services audiovisuels du domaine AUVIS de New Cronos, la base de données de référence d'Eurostat, thème 4 (industrie, commerce et services). Des données supplémentaires ont été reprises des sources suivantes: Observatoire européen de l'audiovisuel, Union européenne de radiodiffusion (UER), UNESCO, SES-ASTRA et DG INFSO.

AUVIS — Enquête et banque des données Eurostat sur les services audiovisuels. Le questionnaire Auvis est envoyé chaque année afin de collecter auprès des Instituts Nationaux de Statistique les données struturelles et fonctionnelles existantes dans le domaine audiovisuel.

Foyers TV: — nombre de ménages équipés d'au moins un poste récepteur de télévision (téléviseur).

Redevance annuelle de télévision: — montant annuel de la redevance, TVA comprise, à payer (par les ménages) pour avoir le droit de posséder et/ou d'utiliser un poste récepteur de télévision.

Chiffre d'affaires des télédiffuseurs: — revenu total (revenus d'exploitation) provenant de tous les services rendus par les télédiffuseurs. Les revenus d'exploitation peuvent inclure les recettes provenant des redevances de télévision, des subventions publiques, de la publicité et du parrainage télévisés, du téléachat, des abonnements (télévision payante), de l'exploitation de droits sur les programmes télévisés réalisés pour compte propre, ainsi que d'autres revenus, tels que les droits liés aux concessions, brevets, marques, etc.

Chaînes de télévision publique: — services de programmes de télévision qui ont une obligation de service public et qui peuvent être financés totalement ou partiellement par les redevances ou par des subventions publiques.

Chaînes de télévision privée: — services de programmes de télévision qui n'ont pas d'obligation de service public. Généralement, les services de programmes privés sont financés par la publicité, le parrainage, les abonnements, le paiement à la séance, les recettes du télé-achat, etc.

Temps moyen passé à regarder la TV : — temps total qu'un échantillon d'individus de toutes les tranches d'âge passe à regarder des programmes télévisés, exprimé sous la forme d'une durée journalière moyenne en minutes.

Pour en savoir plus:

- **Les publications de référence**
  Titre Statistics on audiovisual services
  Numéro de catalogue KS-BT-02-001-EN-C Prix EUR 17.5
- **Les bases de données**
  New Cronos,
  Domaine Auvis

Pour toute information ou commande de publications, bases de données et extractions de bases de données à la demande, contactez le réseau **Data Shops**:

BELGIQUE/BELGIË

Eurostat Data Shop
Bruxelles/Brussel
Planistat Belgique
Rue du Commerce 124
Handelsstraat 124
B-1000 BRUXELLES / BRUSSEL
Tel. (32-2) 234 67 50
Fax (32-2) 234 67 51
E-mail: datashop@planistat.be
URL: http://www.datashop.org/

DANMARK

DANMARKS STATISTIK
Bibliotek og Information
Eurostat Data Shop
Sejrøgade 11
DK-2100 KØBENHAVN Ø
Tlf. (45) 39 17 30 30
Fax (45) 39 17 30 03
E-mail: bib@dst.dk
Internet:: http://www.dst.dk/bibliotek

DEUTSCHLAND

STATISTISCHES BUNDESAMT
Eurostat Data Shop Berlin
Otto-Braun-Straße 70-72
(Eingang: Karl-Marx-Allee)
D-10178 BERLIN
Tel. (49) 1888 644 94 27/28
Fax (49) 1888-644 94 30
E-Mail: datashop@destatis.de
URL:http://www.eu-datashop.de/

ESPAÑA

INE Eurostat Data Shop
Paseo de la Castellana, 183
Despacho 011B
Entrada por Estébanez Calderón
E-28046 MADRID
Tel. (34) 91 583 91 67/91 583 95 00
Fax (34) 91 583 03 57
E-mail: datashop.eurostat@ine.es
URL: http://www.datashop.org/

FRANCE

INSEE Info Service
Eurostat Data Shop
195, rue de Bercy
Tour Gamma A
F-75582 PARIS CEDEX 12
Tél. (33) 1 53 17 88 44
Fax (33) 1 53 17 88 22
E-mail: datashop@insee.fr

ITALIA – Roma

ISTAT
Centro di Informazione Statistica
Sede di Roma, Eurostat Data Shop
Via Cesare Balbo, 11a
I-00184 ROMA
Tel. (39) 06 46 73 31 02/06
Fax (39) 06 46 73 31 01/07
E-mail: dipdiff@istat.it

ITALIA – Milano

ISTAT
Ufficio Regionale per la Lombardia
Eurostat Data Shop
Via Fieno 3
I-20123 MILANO
Tel. (39) 02 80 61 32 460
Fax (39) 02 80 61 32 304
E-mail: mileuro@tin.it

LUXEMBOURG

Eurostat Data Shop Luxembourg
46A, avenue J.F. Kennedy
BP 1452
L-1014 LUXEMBOURG
Tél. (352) 43 35-2251
Fax (352) 43 35-22221
E-mail: dslux@eurostat.datashop.lu
URL: http://www.datashop.org/

NEDERLAND

STATISTICS NETHERLANDS
Eurostat Data Shop-Voorburg
Postbus 4000
2270 JM VOORBURG
Nederland
Tel. (31-70) 337 49 00
Fax (31-70) 337 59 84
E-mail: datashop@cbs.nl

NORGE

Statistics Norway
Library and Information Centre
Eurostat Data Shop
Kongens gate 6
Boks 8131 Dep.
N-0033 OSLO
Tel. (47) 21 09 46 42/43
Fax (47) 21 09 45 04
E-mail: Datashop@ssb.no

PORTUGAL

Eurostat Data Shop Lisboa
INE/Serviço de Difusão
Av. António José de Almeida, 2
P-1000-043 LISBOA
Tel. (351) 21 842 61 00
Fax (351) 21 842 63 64
E-mail: data.shop@ine.pt

SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA

Statistisches Amt des Kantons
Zürich, Eurostat Data Shop
Bleicherweg 5
CH-8090 Zürich
Tel. (41) 1 225 12 12
Fax (41) 1 225 12 99
E-mail: datashop@statistik.zh.ch
Internet: http://www.statistik.zh.ch

SUOMI/FINLAND

STATISTICS FINLAND
Eurostat Data Shop Helsinki
Tilastokirjasto
PL 2B
FIN-00022 Tilastokeskus
Työpajakatu 13 B, 2.Kerros, Helsinki
P. (358-9) 17 34 22 21
F. (358-9) 17 34 22 79
Sähköposti: datashop@stat.fi
URL: http://www.tilastokeskus.fi/tk/kk/datashop/

SVERIGE

STATISTICS SWEDEN
Information service
Eurostat Data Shop
Karlavägen 100 - Box 24 300
S-104 51 STOCKHOLM
Tfn (46-8) 50 69 48 01
Fax (46-8) 50 69 48 99
E-post: infoservice@scb.se
Internet:http://www.scb.se/info/datashop/eudatashop.asp

UNITED KINGDOM

Eurostat Data Shop
Office for National Statistics
Room 1.015
Cardiff Road
Newport South Wales NP10 8XG
United Kingdom
Tel. (44-1633) 81 33 69
Fax (44-1633) 81 33 33
E-mail: eurostat.datashop@ons.gov.uk

UNITED STATES OF AMERICA

HAVER ANALYTICS
Eurostat Data Shop
60 East 42nd Street
Suite 3310
NEW YORK, NY 10165
USA
Tel. (1-212) 986 93 00
Fax (1-212) 986 69 81
E-mail: eurodata@haver.com

Media Support Eurostat (seulement pour journalistes professionnels):
Bâtiment Bech Bureau A4/017 • L-2920 Luxembourg • Tél. (352) 4301 33408 • Fax (352) 4301 35349 • e-mail: eurostat-mediasupport@cec.eu.int

Pour toute information méthodologique:
Richard Deiss, Eurostat/D5, L-2920 Luxembourg, Tel. (352) 4301 33805, E-mail: richard.deiss@cec.eu.int
Peter Lindmark, Zuzana Fabianova, ORIGINAL: Anglais

N'hésitez pas à nous rencontrer sur Internet à l'adresse suivante: **www.europa.eu.int/comm/eurostat/** si vous désirez de plus amples informations!

Une liste des bureaux de vente dans le monde est disponible à l'**Office des publications officielles des Communautés européennes**.

2 rue Mercier – L-2985 Luxembourg
Tél. (352) 2929 42455 Fax (352) 2929 42758
URL: http://publications.eu.int
courrier électronique: info-info-opoce@cec.eu.int

BELGIQUE/BELGIË – DANMARK – DEUTSCHLAND – GREECE/ELLADA – ESPAÑA – FRANCE – IRELAND – ITALIA – LUXEMBOURG – NEDERLAND – ÖSTERREICH PORTUGAL – SUOMI/FINLAND – SVERIGE – UNITED KINGDOM – ÍSLAND – NORGE – SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA – BALGARIJA – CESKÁ REPUBLIKA – CYPRUS EESTI – HRVATSKA – MAGYARORSZÁG – MALTA – POLSKA – ROMÂNIA – RUSSIA – SLOVAKIA – SLOVENIA – TÜRKIYE – AUSTRALIA – CANADA – EGYPT – INDIA ISRAËL – JAPAN – MALAYSIA – PHILIPPINES – SOUTH KOREA – THAILAND – UNITED STATES OF AMERICA

Bon de commande

Je m'abonne à Statistiques en bref pour 1 an (du 1.1.2002 au 31.12.2002):
(adresses des Data Shops et des bureaux de vente voir plus haut)

- ❒ **Formule 1:** L'ensemble des 9 thèmes (environ 180 numéros)
  - ❒ Papier: 360 EUR
    Langue souhaitée: ❒ DE ❒ EN ❒ FR
- ❒ **Formule 2:** Un ou plusieurs des 9 thèmes suivants:
  - ❒ Thème 1 «Statistiques générales»
  - ❒ Thème 6 «Commerce extérieur»
  - ❒ Thème 7 «Transport»
  - ❒ Thème 9 «Science et technologie»
    - ❒ Papier : 42 EUR
  - ❒ Thème 2 «Économie et finances»
  - ❒ Thème 3 «Population et conditions sociales»
  - ❒ Thème 4 «Industrie, commerce et services»
  - ❒ Thème 5 «Agriculture et pêche»
  - ❒ Thème 8 «Environnement et énergie»
    - ❒ Papier: 84 EUR
      Langue souhaitée: ❒ DE ❒ EN ❒ FR

Les Statistiques en bref (fichier pdf) peuvent être déchargés gratuitement du site internet Eurostat. Vous devez simplement vous enregistrer. Pour d'autres formules, veuillez contacter votre Data Shop.

- ❒ Merci de me faire parvenir un exemplaire gratuit du «mini-guide Eurostat»(sélection de produits et services Eurostat)
  Langue souhaitée: ❒ DE ❒ EN ❒ FR
- ❒ Je souhaite m'abonner gratuitement à «Références statistiques», la note d'information sur les produits et services Eurostat
  Langue souhaitée: ❒ DE ❒ EN ❒ FR

❒ M. ❒ M^me ❒ M^lle
(SVP écrire en majuscules)
Nom: _____ Prénom: _____
Société: _____ Département: _____
Fonction: _____
Adresse: _____
Code postal: _____ Ville: _____
Pays: _____
Tél.: _____ Fax: _____
E-mail: _____

Paiement à réception de la facture de préférence par:
❒ Virement bancaire
❒ Visa ❒ Eurocard
Carte N°: _____ Expiration le: _____/_____

Merci de confirmer votre numéro de TVA intra-communautaire:
A défaut, la TVA sera appliquée automatiquement. Aucune note de crédit ne sera établie a posteriori.

_____