

# LE PAYSAGE MÉDIATIQUE DANS 28 PAYS

## Résultats d'une enquête pilote de l'ISU

---



## UNESCO

L'acte constitutif de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) a été adopté par 20 pays lors de la Conférence de Londres en novembre 1945. Il est entré en vigueur le 4 novembre 1946. L'Organisation compte actuellement 195 États membres et 8 membres associés.

La vocation première de l'UNESCO est de contribuer au maintien de la paix et de la sécurité dans le monde en resserrant la collaboration entre les nations par l'éducation, la science, la culture et la communication afin de promouvoir le respect universel de la justice, du droit, des droits de l'homme et des libertés fondamentales pour tous, sans distinction de race, de sexe, de langue ni de religion, que la Charte des Nations Unies reconnaît à tous les peuples.

L'UNESCO a cinq fonctions principales, inscrites dans son mandat : 1) des études prospectives sur l'éducation, la science, la culture et la communication pour le monde de demain; 2) le progrès, le transfert et le partage des connaissances par des activités de recherche, de formation et d'enseignement; 3) des actions normatives en vue de la présentation et de l'adoption d'instruments internationaux et de recommandations réglementaires; 4) l'expertise par le biais de la coopération technique avec les États membres, en faveur de leurs projets et politiques de développement ; et 5) l'échange d'informations spécialisées.

L'UNESCO est basé à Paris, France.

## Institut de statistique de l'UNESCO

L'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) est le bureau de statistique de l'UNESCO, chargé de rassembler, pour le compte des Nations Unies, des statistiques mondiales dans les domaines de l'éducation, de la science et la technologie, et de la culture et la communication.

L'ISU a été créé en 1999, avec la mission d'améliorer le programme de statistique de l'UNESCO ainsi que d'élaborer et de mettre à la disposition de la communauté internationale des statistiques actualisées, précises et pertinentes permettant d'orienter ses décisions dans un environnement politique, économique et social de plus en plus complexe et changeant.

L'ISU est basé à Montréal, Canada.

Publié en 2012 par :

L'Institut de statistique de l'UNESCO  
C.P. 6128, Succursale Centre-Ville  
Montréal, Québec H3C 3J7  
Canada

Tél : (1 514) 343-6880

Fax : (1 514) 343-5740

Courriel : [uis.publications@unesco.org](mailto:uis.publications@unesco.org)

<http://www.uis.unesco.org>

ISBN 978-92-9189-115-3

Réf : UIS/TD/12-03

©UNESCO-UIS 2012

Les auteurs sont responsables du choix de la présentation des faits figurant dans cet ouvrage ainsi que des opinions qui sont exprimées, lesquelles ne sont pas nécessairement celles de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation

## **Remerciements**

Nous tenons à exprimer notre gratitude aux experts externes qui ont mené le pré-test, et aux points focaux des 28 pays pilotes. Les pays participants ont joué un rôle clé dans l'identification des données et l'élaboration du questionnaire de l'ISU pendant la série de réunions d'experts tenues entre 2009-2011.

Ce document est basé sur les résultats d'analyse produits par Flavia Barca et Natalia Poggio de l'Institut de l'économie des médias, Fondazione Rosselli-Rome en Décembre 2011.

# Table de matières

	<b>Page</b>
<b>Remerciements</b> .....	iii
<b>Introduction</b> .....	7
<b>1. Le cadre légal et réglementaire</b> .....	<b>8</b>
1.1 Responsabilités de l'autorité de réglementation .....	8
1.2 Accès aux informations détenues par l'état et la pratique du journalisme .....	10
1.3 Service public de la diffusion audiovisuelle .....	10
1.4 La diffusion audiovisuelle communautaire .....	11
1.5 Concentration de la propriété des médias .....	12
1.6 Quota du contenu de média diffusé d'origine nationale .....	14
<b>2. L'offre des médias</b> .....	<b>15</b>
2.1 Diffusion Audiovisuelle .....	15
2.1.1 Accès aux équipements radio et télévision .....	15
2.1.2 Typologie des organismes de média .....	15
2.1.3 L'offre de chaînes de radio et de télévision .....	18
Distribution par pénétration technique .....	19
Distribution par type de signal de transmission .....	21
Distribution par plates-formes techniques de transmission .....	23
2.2 La presse écrite .....	25
<b>3. Conclusions</b> .....	<b>29</b>
<b>Annexe I. L'enquête de l'ISU sur les statistiques des médias</b> .....	<b>30</b>
<b>Annexe II. Profils des pays</b> .....	<b>32</b>
<b>Annexe III. Tableaux statistiques</b> .....	<b>60</b>
<b>Annexe II. Glossaire et définitions</b> .....	<b>80</b>
<b>Liste des graphiques</b>	
Graphique 1. Le mandat de l'autorité de régulation pour la diffusion audiovisuelle en huit responsabilités cibles .....	9
Graphique 2. Le mandat de l'autorité de régulation pour la presse en sept responsabilités cibles .....	10
Graphique 3. Pays avec des dispositions légales définissant la radio et la télédiffusion communautaire .....	12
Graphique 4. Entreprises nationales : Pays avec des règles anti-concentration ou anti-trust sur la propriété des médias et la réglementation concernant les limitations de la propriété croisée des médias .....	13
Graphique 5. Entreprises étrangères : Pays avec des règles anti-concentration/anti-monopole sur la propriété des médias et la réglementation concernant les limitations de la propriété croisée des médias .....	13
Graphique 6. Pourcentage des ménages ayant des récepteurs de télévision et de radio .....	15
Graphique 7. Pourcentage d'organismes de diffusion de média par type de chaînes possédés .....	16

Graphique 8.	Chaînes de télévision par Organisme de Diffusion de Média public, privé ou communautaire ..	17
Graphique 9.	Chaînes de radio par Organisme de Diffusion de Média public, privé ou communautaire .....	18
Graphique 10.	Nombre de chaînes de radio et chaînes de télévision.....	19
Graphique 11.	Pourcentage de chaînes de télévision, par classe de pénétration technique .....	20
Graphique 12.	Pourcentage de chaînes de radio, par classe de pénétration technique .....	21
Graphique 13.	Pourcentage de chaînes de télévision, selon le type de signal de transmission.....	22
Graphique 14.	Pourcentage de de chaînes de radio, selon le type de signal de transmission.....	23
Graphique 15.	Pourcentage de chaînes de télévision, par la plate-forme technique de transmission .....	24
Graphique 16.	Pourcentage de chaînes de radio, par plate-forme technique de transmission .....	25
Graphique 17.	Nombre total de titres de journaux quotidiens et non quotidiens.....	26
Graphique 18.	Pourcentage de titres de journaux quotidiens, par couverture géographique.....	27
Graphique 19.	Pourcentage de titres de journaux non quotidiens, par couverture géographique.....	27
Graphique 20.	Le total de titres de journaux (quotidiens et non quotidiens) et le nombre de titres quotidiens par 1 million d'habitants alphabétisés .....	28

## Introduction

Ce document représente les résultats de l'enquête pilote de l'ISU des statistiques sur les médias menée auprès de 28 pays<sup>1</sup> en 2011. Les instruments d'enquête ont été conçus pour fournir une première série d'indicateurs quantitatifs identifiés dans le cadre du projet de l'UNESCO sur les indicateurs<sup>2</sup> de développement des médias (*voir Annexe I*). Étant donné les limites de cette enquête, cet article vise à souligner la portée des items du questionnaire, tout en décrivant les résultats initiaux. Une analyse plus poussée des indicateurs et des tendances sera établie dans l'avenir avec l'élargissement de la collecte de données à un plus grand nombre de pays.

Ce document comprend deux chapitres. Le premier chapitre met l'accent sur les indicateurs liés à l'environnement réglementaire dans lequel opèrent les médias dans les différents pays. Le deuxième chapitre présente des données relatives à l'offre de différents types de médias (radio, télévision, presse écrite) avant de discuter de leur distribution par type de propriété et par couverture géographique, de la disponibilité des équipements pour la radio et la télévision ainsi que des questions connexes concernant la pénétration des chaînes de radio et télédiffusion dans chaque pays. Les profils de pays et de tableaux statistiques sont présentés dans les **Annexes II et III**.

---

<sup>1</sup> Brésil, Cameroun, Cap-Vert, Danemark, Dominique, République Dominicaine, Equateur, Estonie, Finlande, Guinée, Islande, Italie, Jamaïque, Jordanie, Kenya, Lettonie, Lituanie, Malaisie, Mongolie, Mozambique, Niger, Norvège, Sénégal, Afrique du Sud, Suède, Suisse, Ukraine et les Etats-Unis.

<sup>2</sup> Programme international pour le développement de la communication (2008). Indicateurs de développement des médias: Cadre pour l'évaluation du développement des médias. UNESCO: Paris.  
[http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL\\_ID=26032&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=26032&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

# 1. Le cadre légal et réglementaire

## 1.1. Responsabilités de l'autorité de réglementation

L'enquête pilote de l'ISU est conçue pour recueillir des informations concernant l'existence et le mandat des autorités de réglementation pour les industries de la diffusion audiovisuelle et la presse écrite. Cette section présente d'abord les principaux indicateurs, suivis des résultats de l'enquête pilote.

Pour l'industrie de la diffusion audiovisuelle, l'enquête récolte des informations sur l'exercice des huit responsabilités suivantes par une autorité de réglementation ou toute autre entité :

- ✓ Licence/autorisation de diffusion des chaînes ;
- ✓ Gestion du spectre des fréquences ;
- ✓ Surveillance des règles de concurrence et de concentration ;
- ✓ Surveillance du temps alloué aux publicités diffusées à travers les médias audiovisuels ;
- ✓ Surveillance des dispositions légales des contenus ;
- ✓ Évaluation et/ou résolution des doléances des citoyens ;
- ✓ Surveillance du Code de Conduite dans le secteur des médias audiovisuels ; et
- ✓ Propositions des politiques et réglementations.

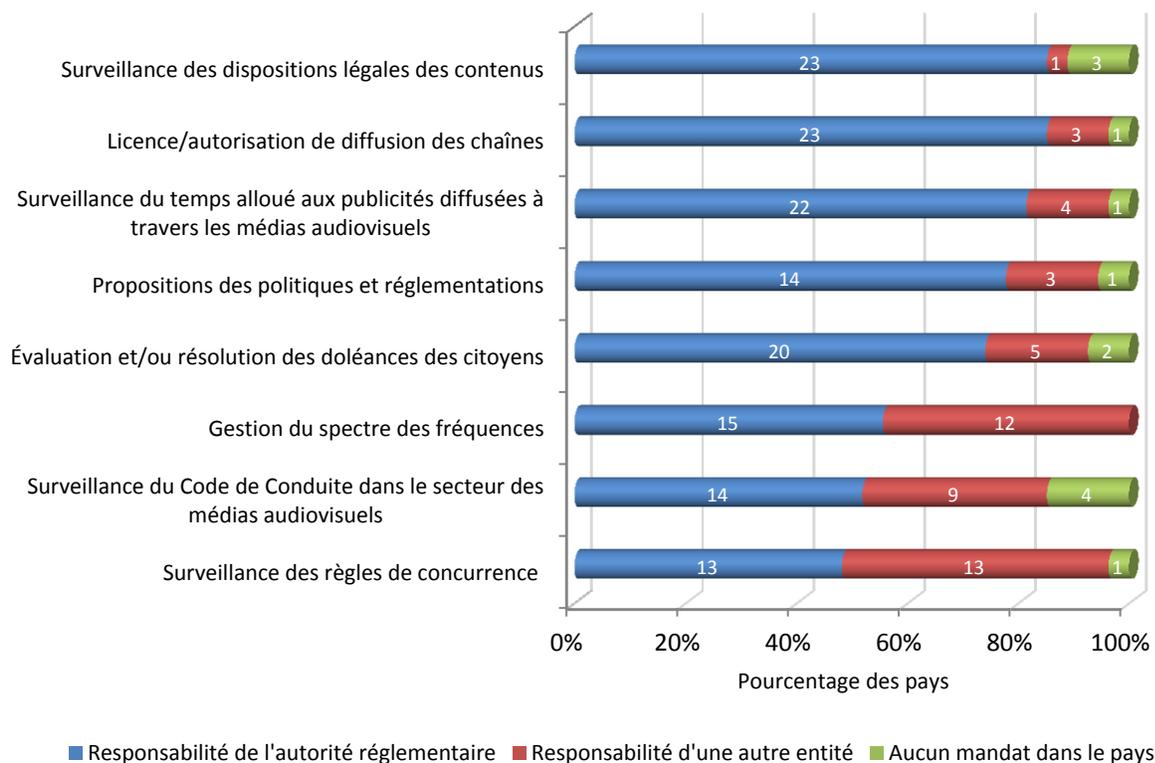
Sommaire des résultats de l'enquête (*voir **Graphique 1** et Tableaux LF1 & LF2 dans l'Annexe III*) :

- i) Tous les pays de l'échantillon disposent d'une autorité réglementaire pour la diffusion audiovisuelle, à l'exception de la Dominique.
- ii) Dans les pays où il existe une autorité de réglementation pour la diffusion audiovisuelle, cette dernière est responsable de :
  - Surveillance des dispositions juridiques dans 85 % des pays ;
  - Octroi de licences et autorisation de chaînes dans 85 % des pays ;
  - Allocation du temps à la publicité dans 81 % des pays ;
  - Proposition des politiques et des réglementations dans 77 % des pays ;
  - Évaluation les plaintes des citoyens dans 70 % des pays ;
  - Gestion du spectre de fréquences dans environ la moitié des pays ;
  - Surveillance du code de conduite dans 13 pays (50 %), alors que cette responsabilité relève du mandat d'une autre entité dans 9 pays ;
  - Questions des règles de concurrence dans 46 % des pays.

Pour l'industrie de la presse écrite, il existe sept responsabilités cibles pour l'autorité de réglementation :

- ✓ Licence/autorisation d'opérer ;
- ✓ Surveillance de la publicité à travers la presse ;
- ✓ Surveillance des dispositions légales des contenus ;
- ✓ Évaluation et/ou résolution des doléances des citoyens ;
- ✓ Surveillance du Code de Conduite dans le secteur de la presse ;
- ✓ Proposition des politiques et réglementations.

## Graphique 1. Le mandat de l'autorité de régulation pour la diffusion audiovisuelle en huit responsabilités cibles



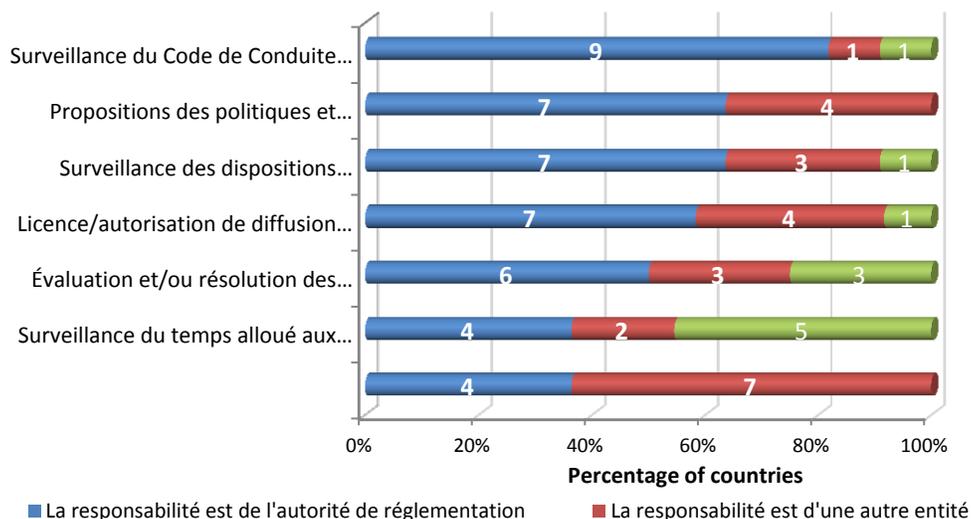
**Note :** les chiffres représentent le nombre de pays.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

Résultats de l'enquête pilote (voir **Graphique 2** et Tableaux LF2 & LF3 dans l'Annexe III) :

- i) 15 sur 28 pays, soit 54 % des pays n'ont pas d'autorité de régulation pour la presse.
- ii) 8 de ces 15 pays possèdent un organisme d'auto-régulation qui peut couvrir une partie des responsabilités décrites ci-dessus.
- iii) Dans les pays où il existe une autorité de régulation pour la presse, cette dernière est responsable de :
  - Contrôle du code de conduite pour la presse dans 9 des 11 pays ;
  - Proposition des politiques et des réglementations dans 7 pays sur 11 ;
  - Surveillance des dispositions légales des contenus dans 7 pays sur 11 ;
  - Octroi de licences et autorisation d'opérer dans 7 pays sur 12, soit 58 % ;
  - Évaluation et/ou résolution des doléances des citoyens dans 6 pays sur 12 ;
  - Surveillance de la publicité à travers la presse dans 4 pays sur 11 ;
  - Surveillance des règles de concurrence dans 4 pays sur 11.

## Graphique 2. Le mandat de l'autorité de régulation pour la presse sur sept responsabilités cibles



**Note :** les chiffres représentent le nombre de pays

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO

### 1.2. Accès aux informations détenues par l'Etat et la pratique du journalisme

Il existe de nombreuses questions juridiques et politiques qui sont considérées comme propices à la liberté d'expression et qui devraient donc être garanties par la loi et respectées dans la pratique. L'enquête pilote de l'ISU comprenait une série d'éléments concernant : l'accès à l'information détenue par l'Etat, les qualifications requises pour devenir journaliste, et le droit des journalistes à protéger leurs sources d'informations. Ces questions sont considérées comme essentielles pour promouvoir le développement de médias libres, indépendants et pluralistes.

Sommaire des résultats de l'enquête pilote (voir Tableau LF1 dans l'Annexe III) :

- i) 85 % des pays ont des dispositions légales en matière d'accès à l'information détenue par l'Etat.
- ii) 43 % des pays ont établi des qualifications légales pour devenir un journaliste.
- iii) 81 % des pays ont des dispositions légales pour assurer la confidentialité des sources d'information des journalistes.

### 1.3. Service public de la diffusion audiovisuelle

La mission du service public de la diffusion audiovisuelle est de promouvoir le pluralisme, l'information transparente et fiable afin que les citoyens puissent développer leurs propres opinions sur les questions sociales. Il y a de bonnes raisons de soutenir le service public de la diffusion audiovisuelle. Celui-ci complète les diffuseurs commerciaux en couvrant des besoins en informations et des intérêts qui ne sont pas satisfaits par le marché. La programmation dans le service public de la diffusion audiovisuelle couvre un large éventail d'intérêts et de besoins de tous les secteurs de la population, assure la diversité dans la programmation, la promotion de l'identité nationale, la démocratie et la culture. Cette diversité complète et façonne le service privé de la diffusion audiovisuelle. Dans l'ensemble, la pluralité des chaînes (publiques, privées et communautaires) offre des voix et des

points de vue différents qui sont considérés comme le meilleur moyen de servir l'intérêt public (UNESCO, 2011)<sup>3</sup>.

Comme indiqué dans le cadre des Indicateurs de développement des médias de l'UNESCO (IDM), "un diffuseur audiovisuel du service public devrait être impartial, sans but lucratif, et servir l'intérêt général". Les diffuseurs publics de l'audiovisuel devraient être "protégés de toute ingérence, notamment de nature commerciale ou politique, en ce qui concerne leur gouvernance, leur budget et le choix de leur ligne éditoriale"<sup>4</sup>. Le modèle de diffuseur public de l'audiovisuel est basé sur un système de gouvernance indépendant et transparent concernant plusieurs domaines, tels que la ligne éditoriale, la nomination des responsables et les finances.

L'enquête pilote de l'ISU visait spécifiquement ces trois domaines en recueillant les données en vue d'établir si ces questions sont sous la responsabilité : du Gouvernement, de l'Autorité chargée de la réglementation, du Corps législatif, de sa propre Gouvernance ou Directoire. En général, les conseils d'administration de ces corps jouent un rôle majeur en conjonction avec d'autres autorités dans la plupart des pays pilotes. En revanche, les organes législatifs et les autorités de réglementation ne semblent pas être activement impliqués sur ces questions.

Sommaire des résultats de l'enquête pilote (*voir Tableau LF4 dans l'Annexe III*) :

- i) Les gouvernements jouent un rôle majeur dans la nomination des responsables de la gestion dans 16 pays (64 %) toutefois que cette responsabilité est partagée avec le conseil d'administration dans 8 de ces pays.
- ii) Le financement du service public de la diffusion audiovisuelle est déterminé par le gouvernement dans 64 % des pays, alors que cette responsabilité est partagée avec le conseil d'administration dans le reste des pays.
- iii) Les questions éditoriales sont traitées par plusieurs autorités, dans la plupart des pays. En particulier, le conseil d'administration (68 % des cas), l'autorité de régulation (32 %) et le gouvernement (24 %) sont les plus fréquents.

#### **1.4. La diffusion audiovisuelle communautaire**

Les médias communautaires jouent un rôle important dans la promotion du pluralisme des médias. L'absence ou l'insuffisance de médias communautaires caractérisés par le manque d'investissement, les barrières d'entrée élevées, la portée marginale et l'absence de mesures publiques de soutien dans certains pays peuvent en avoir un impact sévère sur le pluralisme des médias<sup>5</sup>.

Pour l'enquête pilote de l'ISU, un organisme de diffusion audiovisuelle communautaire est définie comme une "entité nationale en général servant l'intérêt d'une communauté". Cette définition inclut plusieurs types d'organismes tels qu'éducatifs, religieux, etc.

Sommaire des résultats de l'enquête pilote (*voir Graphique 3*) :

- i) 59 % des pays ont des lois qui reconnaissent la diffusion audiovisuelle communautaire, que ce soit la radio ou la télévision ou les deux à la fois.

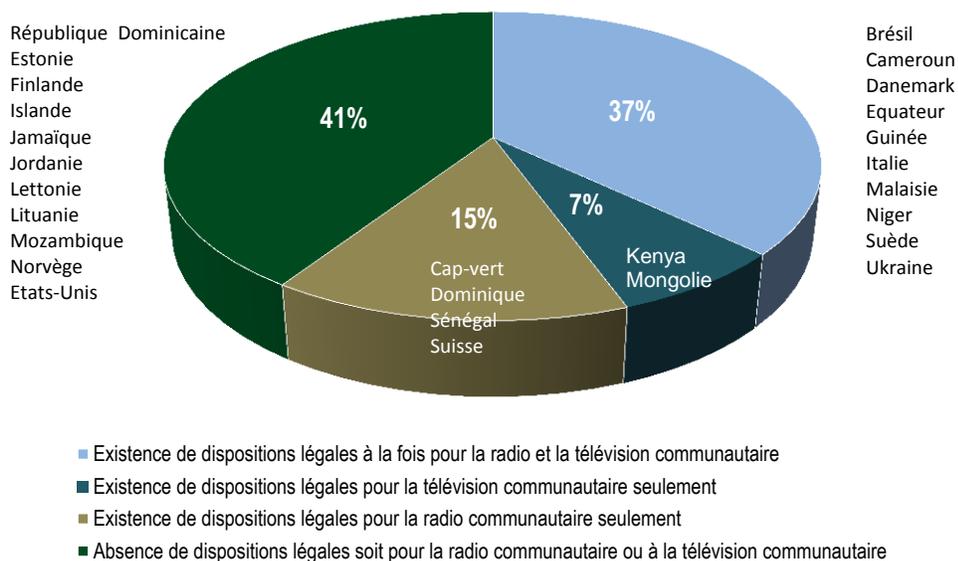
<sup>3</sup> <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001924/192459e.pdf>.

<sup>4</sup> Programme international pour le développement de la communication (2008). Indicateurs de développement des médias: Cadre pour l'évaluation du développement des médias. UNESCO: Paris.  
[http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL\\_ID=26032&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=26032&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).

<sup>5</sup> An Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the European Union Member States, page 85  
[http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism/pfr\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf)

- ii) 37 % des pays ont des dispositions légales spécifiques pour la radio et la télévision communautaire.

**Graphique 3. Pays avec des dispositions légales définissant la radio et la télédiffusion communautaire**



Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

### 1.5. Concentration de la propriété des médias

Les dispositions légales concernant les médias et la propriété croisée des médias ont pour but de favoriser le développement de la diversité des médias publics, privés et communautaires aux niveaux national et régional (local). Une forte concentration de la propriété peut représenter un risque pour le pluralisme des médias en freinant l'indépendance éditoriale à travers une influence indue de la part des propriétaires commerciaux ou politiques; créant des goulets dans la distribution, et d'autres problèmes d'interopérabilité. Il est donc essentiel d'identifier les indicateurs clés dans ce domaine, qui peuvent couvrir un large éventail de questions relatives à la subvention, la distribution et l'accès aux médias.

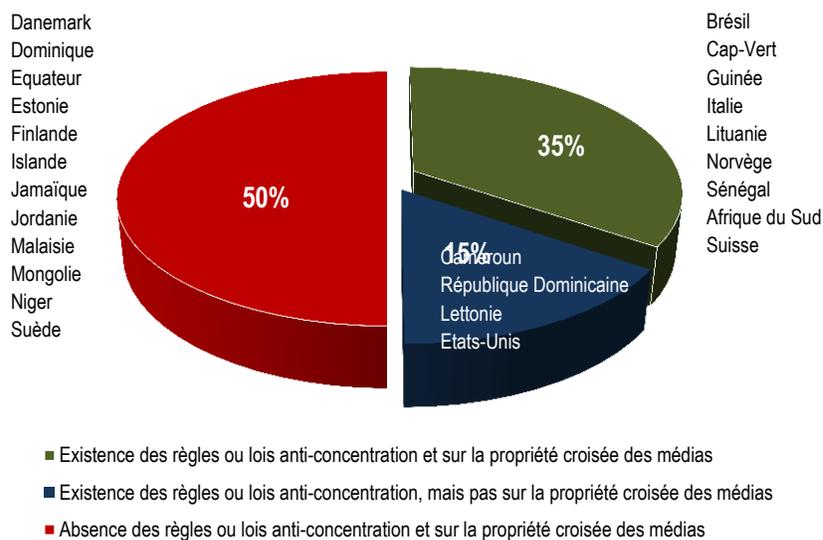
L'enquête pilote de l'ISU est portée principalement sur la concentration et la propriété croisée des médias pour les entreprises nationales et étrangères.

Sommaire des résultats de l'enquête pilote (voir **Graphiques 4 et 5**) :

- i) 13 sur 26 pays ne disposent ni des règles anti-concentration ou anti-trust sur la propriété des médias, ni de règles concernant les limites de la propriété croisée des médias pour les entreprises nationales.
- ii) 9 pays ont certaines réglementations en vigueur concernant les deux questions pour les entreprises nationales.
- iii) 13 sur 23 pays ne disposent ni des règles anti-concentration ou anti-trust sur la propriété des médias, ni de règles concernant les limites de la propriété croisée des médias pour les entreprises étrangères.

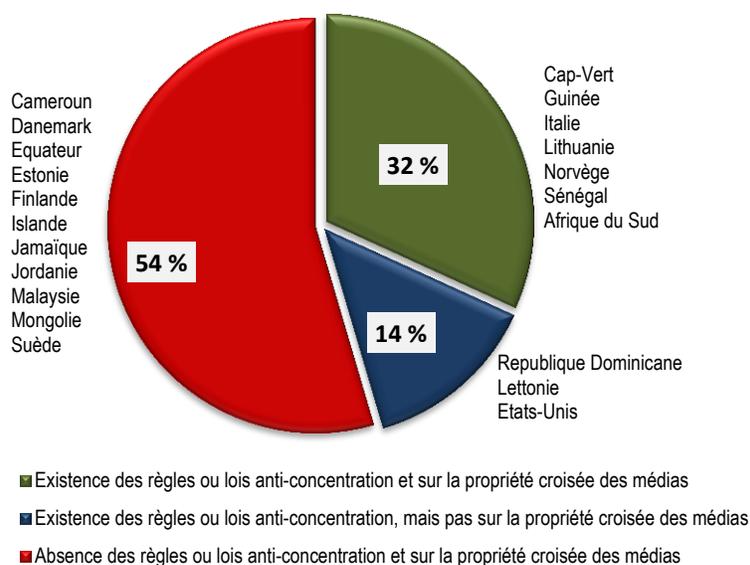
- iv) Seulement 7 pays ont des règles et des lois anti-concentration ou anti-trust concernant les limites de la propriété croisée des médias pour les entreprises étrangères. Dans tous ces pays, la réglementation concernant les sociétés nationales existent également.

**Graphique 4. Entreprises nationales : Pays avec des règles anti-concentration ou anti-trust sur la propriété des médias et la réglementation concernant les limitations de la propriété croisée des médias**



Source : Institut de Statistique de l'UNESCO

**Graphique 5. Entreprises étrangères : Pays avec des règles anti-concentration/anti-monopole sur la propriété des médias et la réglementation concernant les limitations de la propriété croisée des médias**



Source : Institut de Statistique de l'UNESCO

## 1.6. Quota du contenu de média diffusé d'origine nationale

De nombreux pays ont établi des quotas concernant la diffusion de contenus produits dans le pays. Selon les résultats de l'enquête pilote de l'ISU (*voir Tableau LF7 dans l'Annexe III*), les quotas prescrits en termes de proportion de temps d'antenne varient de :

- 40 % en Afrique du Sud à 85 % au Cap-Vert pour les chaînes de radio publiques;
- 10 % en Estonie à 65 % au Cap-Vert et l'Ukraine pour les chaînes de radio privées;
- 18 % en Ukraine à 75 % en Afrique du Sud pour les chaînes de télévision publiques ; et
- 10 % en Estonie et en Italie à 60 % en Guinée, au Kenya, en Malaisie et au Sénégal pour les chaînes de télévision privées.

## 2. L'offre des médias

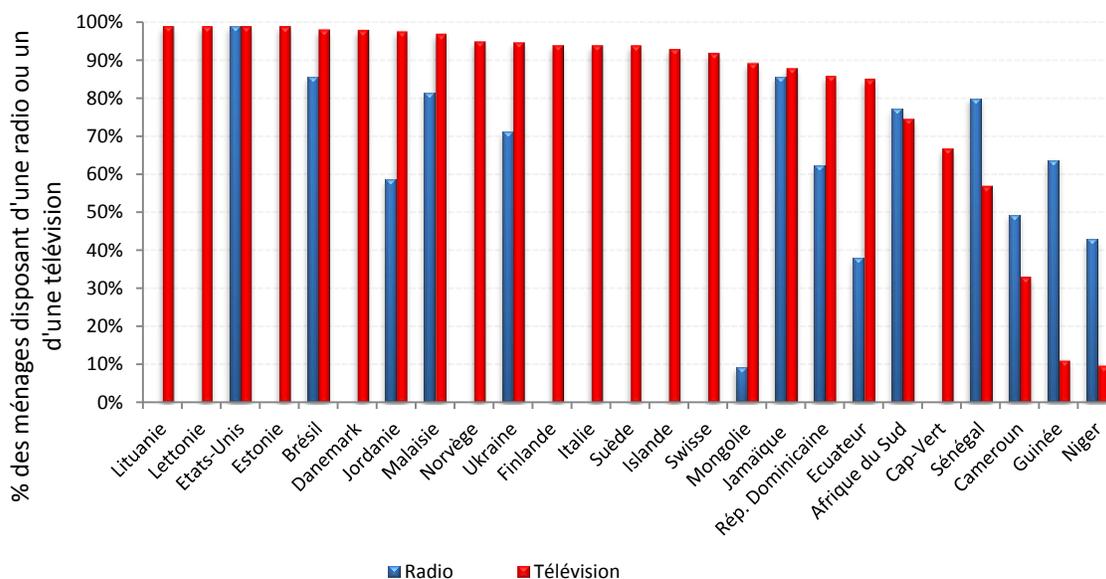
Ce chapitre est concentré sur la disponibilité des médias (chaînes de radio, chaînes de télévision et les titres de journaux) et leur couverture géographique. Le taux de pénétration technique des chaînes de radio et de télévision est utilisé pour déduire la nature de la couverture nationale ou régionale (locale) des chaînes de radio et télédiffusion. Les données sont ventilées par types de propriété (publique, privée, communautaire) afin de fournir une vue plus globale.

### 2.1 Diffusion audiovisuelle

#### 2.1.1 Accès aux équipements de radio et de télévision

Le **Graphique 6** présente le pourcentage de ménages disposant d'un poste de radio ou de télévision. En général, il y a plus d'accès à l'équipement de télévision dans les pays à revenu élevé par rapport aux pays à faible revenu. En outre, les ménages dans ces derniers sont plus susceptibles d'avoir des radios que des téléviseurs. Les faibles niveaux d'accès peuvent influencer sur la demande et l'offre de chaînes de télévision et de radio.

**Graphique 6. Pourcentage des ménages ayant des récepteurs de télévision et de radio**



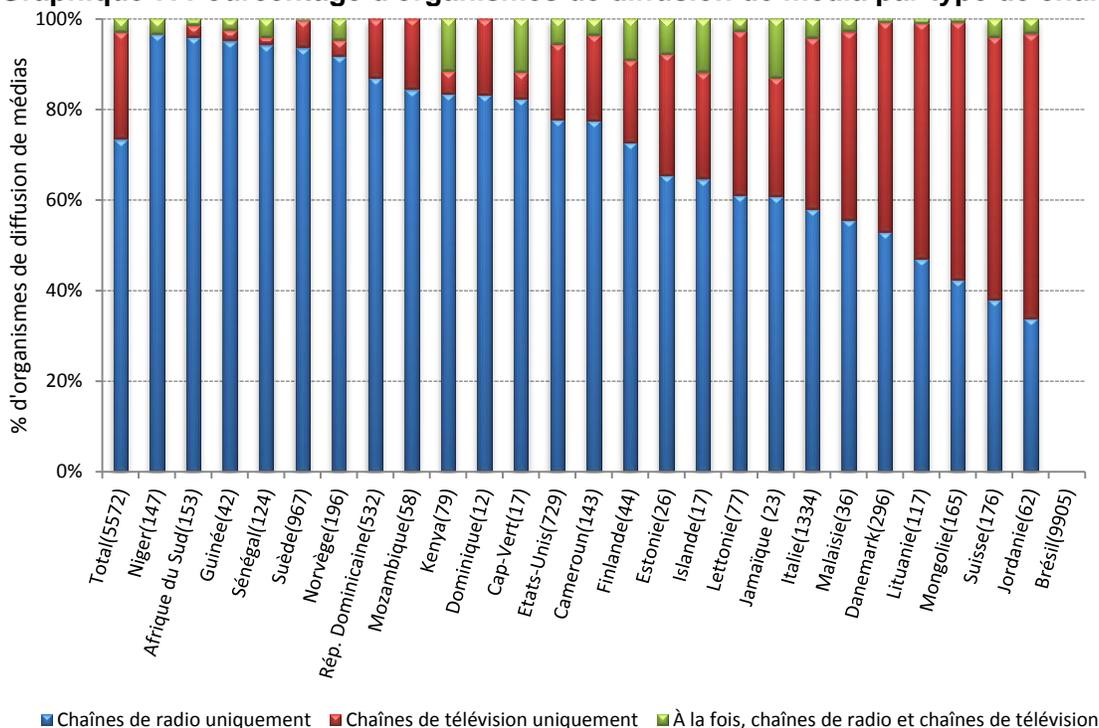
Source : Union internationale des télécommunications (données entre 2005 et 2010).

#### 2.1.2 Typologie des organismes de média

L'enquête pilote de l'ISU définit un organisme de diffusion de média dans un pays comme une entité légalement autorisée à fournir au moins une chaîne de radio ou de télévision spécifiquement éditée pour la population nationale du pays et transmise en mode linéaire (y compris également en mode vidéo à la demande). Cette définition exclut les sociétés de production, les opérateurs de réseaux ou d'autres fournisseurs de services de médias tels que les distributeurs de câbles, agrégateurs de contenus, les annonceurs, les agences de presse, etc, à moins qu'ils exploitent leurs propres chaîne(s) de radio ou télédiffusion.

Comme l'illustre le **Graphique 7**, le nombre d'organismes de diffusion de médias fluctue considérablement d'un pays à un autre, passant de 12 en Dominique à plus de 9 900 au Brésil, où de nombreux opérateurs possèdent un seul type de chaîne. Dans 21 sur 25 pays, près des trois quarts des organismes de diffusion de médias possèdent seulement des chaînes de radio. Cela peut s'expliquer en partie par le coût d'exploitation relativement faible pour la radio par rapport à la télévision, et aussi par les règles de propriété croisée des médias dans certains pays. Quelques organismes de diffusion de média possèdent à la fois des chaînes de radio et de télévision.

**Graphique 7. Pourcentage d'organismes de diffusion de média par type de chaînes possédées**



**Note :** Finlande, Jamaïque et Norvège : données manquantes pour les d'organismes de diffusion de médias propriétaires des chaînes de télévision communautaires. Entre parenthèses le nombre total d'organismes de diffusion de médias.

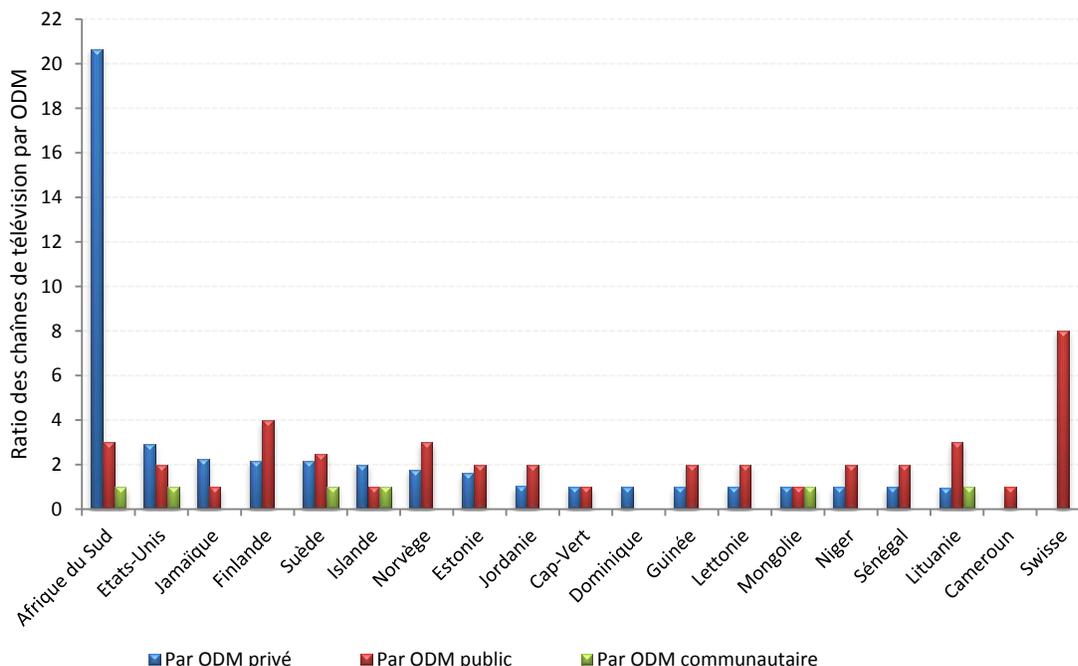
Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

Le nombre moyen de chaînes de radio ou de télévision par Organismes de Diffusion de Média fournit une indication de l'existence et l'application des règles qui empêchent la concentration de propriété des médias par un petit groupe d'organismes de médias, d'individus ou de familles. En Afrique du Sud, il y a des règles anti-concentration/anti-monopole sur la propriété des médias et des règlements concernant les limitations de la propriété croisée des médias pour les entreprises nationales et étrangères mais, un grand nombre de chaînes de télévision possédées par un Organisme de diffusion de médias indique une concentration de la propriété parmi les diffuseurs privés de médias.

Comme l'illustre le **Graphique 8** :

- i) À l'exception de l'Afrique du Sud qui a une forte concentration dans le secteur privé, le ratio des chaînes de télévision par Organismes privés de diffusion de médias privés est de 1 dans l'échantillon des pays d'Afrique Sub-Saharienne, la Mongolie, la Jordanie et la Lituanie, et de 2 en Finlande, Islande, Jamaïque, Suède et États-Unis.
- ii) Dans le secteur public, ce ratio est de 2, mais il atteint 8 en Suisse.

**Graphique 8 : Chaînes de télévision par organisme public, privé ou communautaire de diffusion de média**



Source : Institut de statistique de l'UNESCO.

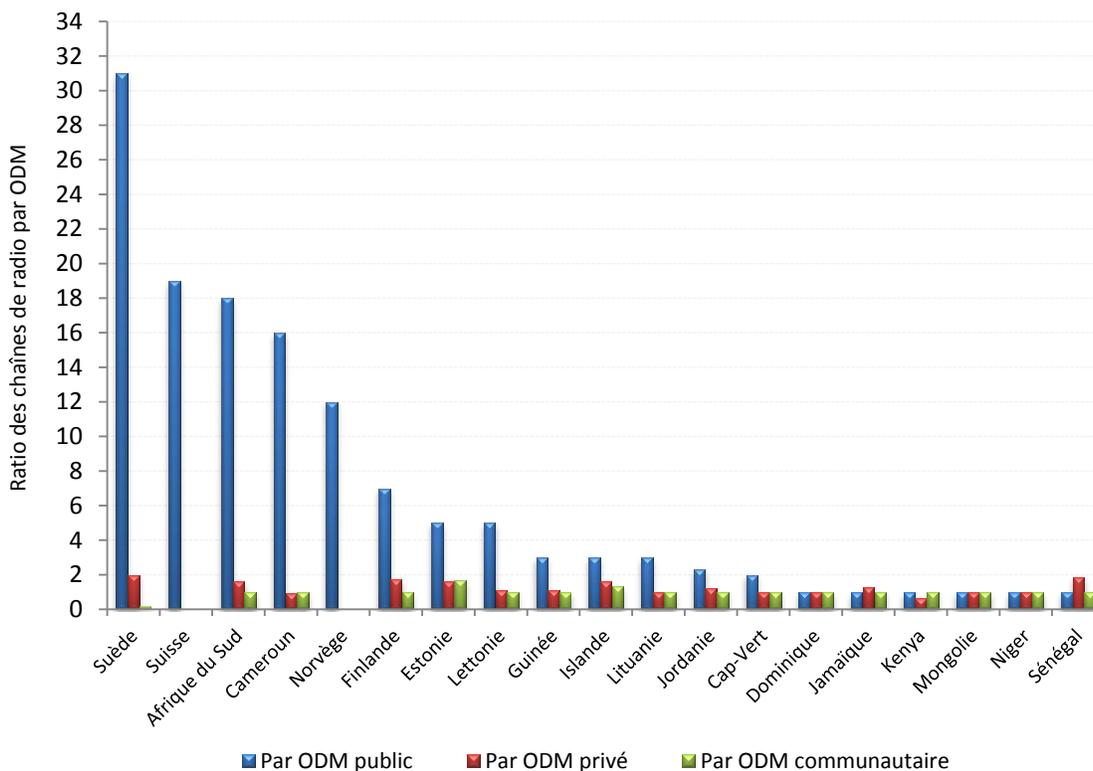
Le **Graphique 9** montre le ratio des chaînes de radio par organisme public, privé et communautaire de diffusion de médias.

Sommaire des résultats :

- i) Le ratio moyen de chaînes de radio communautaires par organisme de diffusion de médias s'établit à 1 dans la plupart des pays, à l'exception du Mozambique (3) et la Suède (moins de 1, puisque de nombreux organismes communautaires de diffusion de médias sont autorisés à opérer une chaîne).
- ii) Dans le secteur privé, le ratio est de 1 en général.
- iii) Dans le secteur public, il atteint 31 en Suède, 19 en Suisse, 18 aux Etats-Unis, 16 au Cameroun et 12 en Norvège, mais seulement 1 au Sénégal, au Niger, en Mongolie, au Kenya, en Jamaïque et en Dominique.

Deux tendances peuvent être observées à partir de cette analyse : les organismes privés de diffusion de médias sont susceptibles de posséder plusieurs chaînes de télévision, tandis que les organismes publics de diffusion de médias détiennent plusieurs chaînes de radio. Dans certains pays, le grand nombre de chaînes de radio par organisme public de diffusion de médias s'explique par l'existence de chaînes régionales ou locales qui sont plus focalisées sur la diffusion de nouvelles locales, mais aussi certains programmes spécifiques de la chaîne publique principale dont la couverture géographique est nationale. Les ODMs communautaires sont davantage focalisés sur les services de chaînes de radio et sont rarement propriétaires de plus d'une chaîne de radio dans les pays de notre échantillon.

**Graphique 9. Chaînes de radio par Organisme public, privé ou communautaire de diffusion de média**



Source : Institut de Statistique de l'UNESCO et Nations Unies pour les données sur la population.

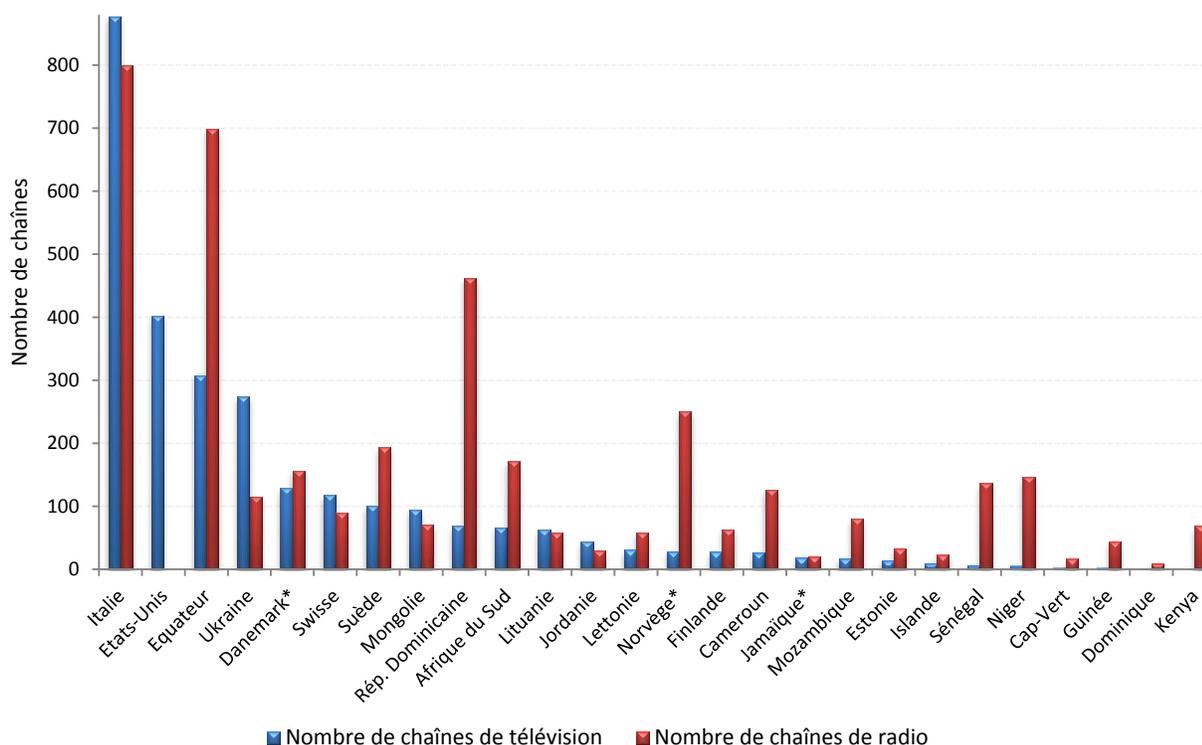
### 2.1.3 L'offre de chaînes de radio et de télévision

La variation de l'offre de chaînes de radio et de télévision entre les pays est due à une combinaison de différents facteurs, notamment : la disponibilité et la qualité des infrastructures de télécommunication; les cadre réglementaires, le niveau de pénétration des TIC, et la taille et la structure de la population. En particulier, l'état des infrastructures de télécommunication peut fortement influencer sur l'offre de chaînes de radio et de télévision, avec la disponibilité croissante de plates-formes de transmission par satellite, par exemple, en offrant de nouvelles possibilités dans les régions pauvres limitées par les infrastructures de radio et télédiffusion terrestres.

Comme illustré à le **Graphique 10** :

- i) Le nombre de chaînes de télévision varie de 2 en Dominique à 878 en Italie. Cette tendance est similaire à celle des chaînes de radio.
- ii) En général, il y a plus de chaînes de radio que de chaînes de télévision dans les pays avec une petite population ou à faible revenu national. C'est le cas dans la plupart des pays d'Afrique subsaharienne et d'autres en Amérique latine et les Caraïbes, ainsi que dans certains pays européens comme l'Islande et l'Estonie, qui ont une population inférieure à 2 millions.
- iii) Le grand nombre de chaînes de radio dans les pays à faible revenu, y compris l'Afrique du Sud, peut s'expliquer par les niveaux relativement faibles d'investissement nécessaires à leurs opérations. Toutefois, comme le montrent les **Graphiques 11** et **12**, la plupart des chaînes couvrent des zones locales avec une pénétration technique limitée.

**Graphique 10. Nombre de chaînes de radio et chaînes de télévision**



**Notes :** Danemark : Les chiffres se réfèrent seulement aux chaînes de radio et chaînes de télévision communautaires.

Jamaïque et Norvège : Les chaînes communautaires ne sont pas incluses.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO, et Nations Unies pour les données sur la population.

### Distribution par pénétration technique

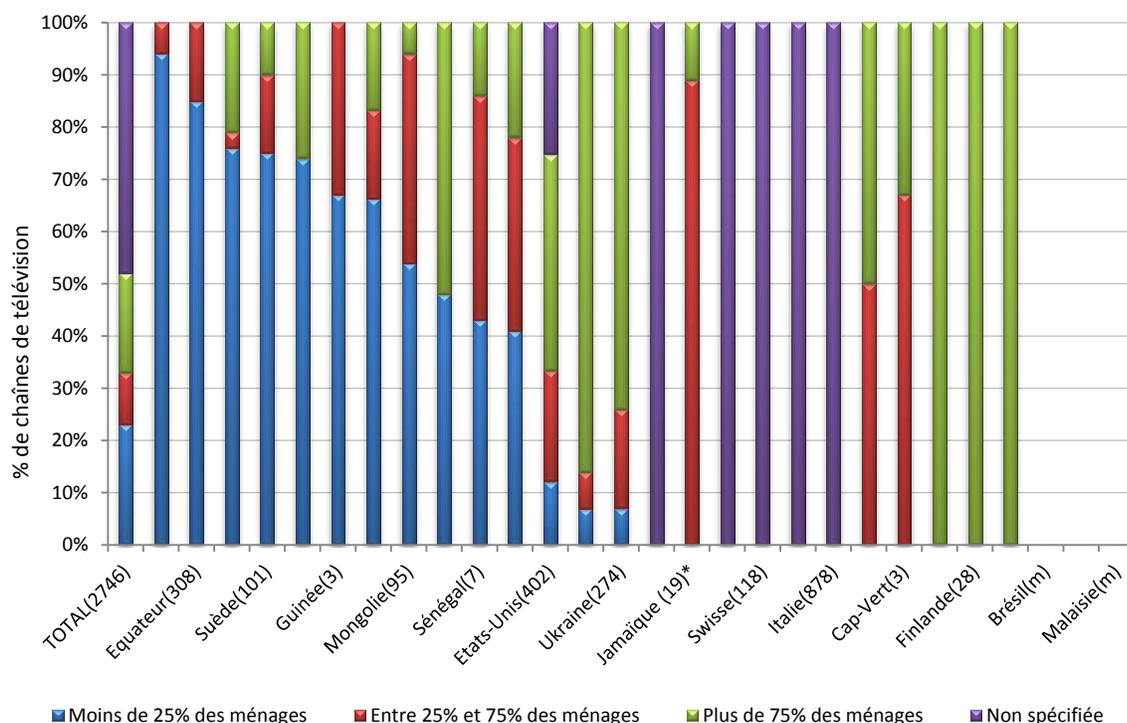
Lors de l'évaluation du pluralisme des médias, il peut être très utile d'évaluer la distribution des chaînes sur la base de la couverture géographique (chaînes nationales et chaînes sous-nationales), en combinaison avec d'autres indicateurs liés à la concentration de la propriété dans les secteurs public, privé ou communautaire, dont la présence est également nécessaire aux niveaux national et sous-national.

Aux fins du présent rapport, la pénétration technique d'une chaîne se réfère au pourcentage de ménages à travers le pays qui peuvent potentiellement recevoir des services de radio et de télédiffusion, tel que rapporté par les répondants de l'enquête de l'ISU. Les chaînes avec un taux de pénétration technique "au-dessus de 75 %" sont considérées comme nationales, tandis que celles ayant un taux de pénétration "entre 25 % et 75 %" sont considérées comme étant régionales et celles "en dessous de 25 %" sont locales. Un pays peut avoir un très grand nombre de chaînes, mais certaines zones géographiques restent toujours non couvertes. Ces chaînes peuvent être concentrées dans les villes, ou dans certaines régions spécifiques.

Comme illustré dans les **Graphiques 11 et 12** :

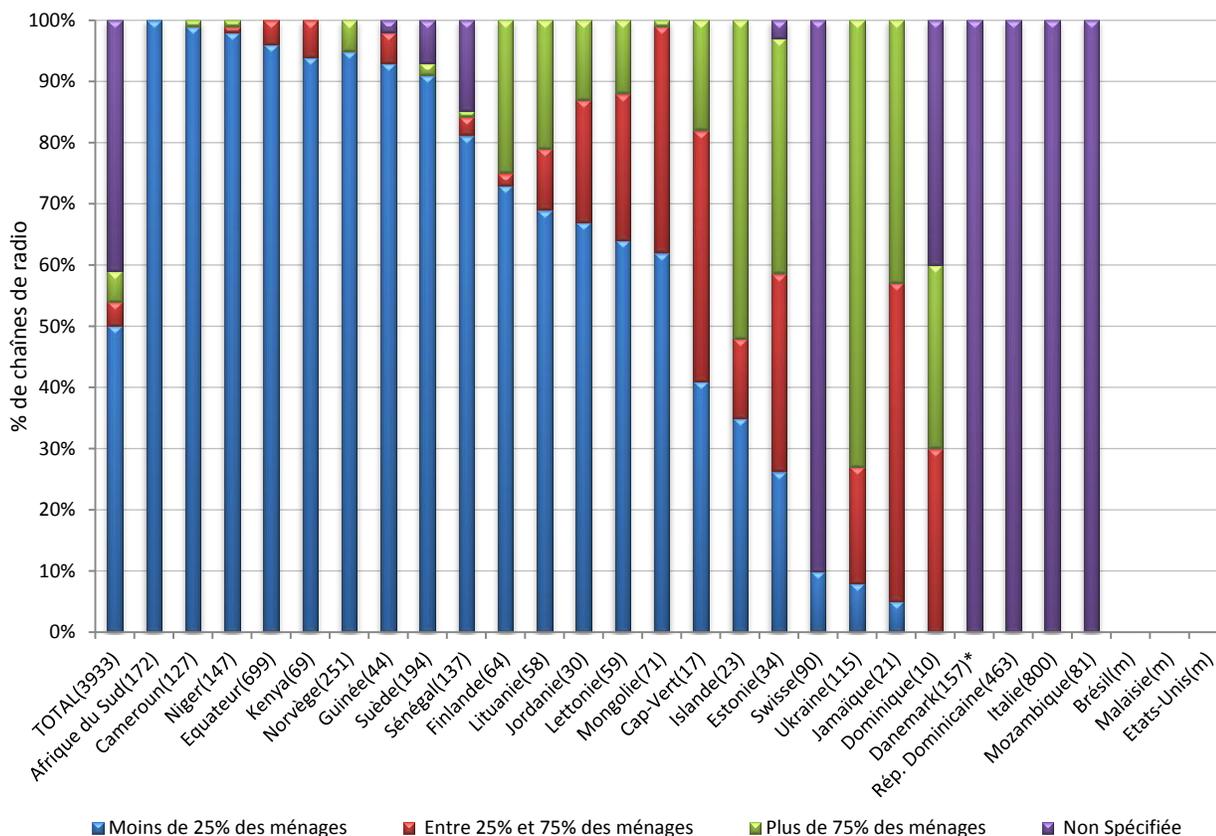
- i) Les chaînes de télévision en mesure de diffuser des services pour moins de 25 % des ménages dominant dans les pays à faible revenu, suivies par ceux qui ont une pénétration technique comprise entre 25 % et 75 % des ménages.
- ii) Les chaînes de télévision en mesure de diffuser des services à plus de 75 % des ménages dominant dans les pays à revenu élevé.
- iii) À l'exception de l'Ukraine et l'Islande, les chaînes de radio en mesure de diffuser à moins de 25 % des ménages dominant dans le reste des pays.
- iv) Dans 15 sur 16 pays, dont les données sont disponibles, les chaînes de télévision sont plus susceptibles que les chaînes de radio à offrir une couverture nationale avec un taux de pénétration technique au-dessus de 75 %.

**Graphique 11. Pourcentage de chaînes de télévision, par tranche de la pénétration technique**



**Note :** Danemark : Nombre total de chaînes de télévision : seulement les chaînes communautaires sont incluses.  
 Jamaïque : Nombre total de chaînes de télévision : les chaînes de télévision communautaires ne sont pas incluses.  
 Norvège : Les données relatives au nombre total de chaînes de télévision avec une pénétration technique en dessous de 25 % des ménages sont partielles.  
 Entre parenthèses le nombre de chaînes de télévision.  
 Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

**Graphique 12. Pourcentage de chaînes de radio, par tranche de la pénétration technique**



**Note :** Danemark : Le chiffre se réfère à des chaînes de radio communautaires seulement.  
Entre parenthèses le nombre de chaînes de radio.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

### Distribution par type de signal de transmission

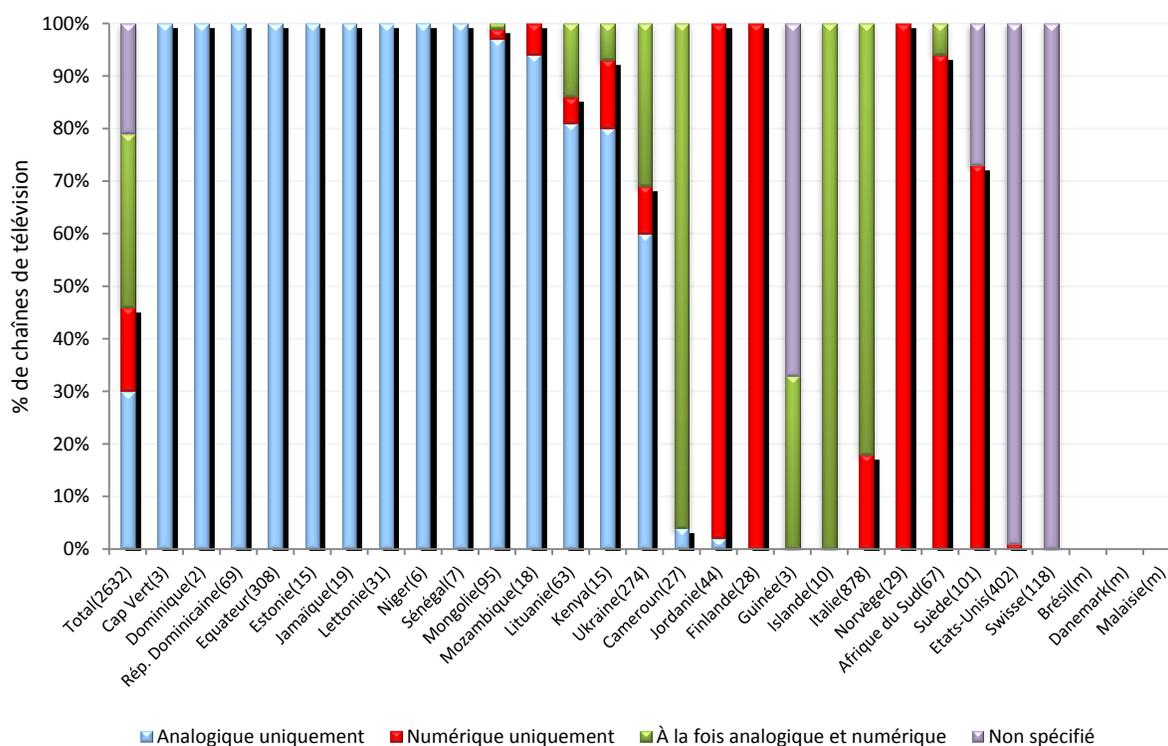
La numérisation en cours et la convergence entre l'audiovisuel d'une part et les télécommunications d'autre part ont un impact croissant sur les services de radio et de télévision. Le développement de nouveaux formats numériques d'assemblage et de transmission des informations a élargi l'offre de services de radio et de télédiffusion. Cela pose également de nouveaux défis aux réglementations sur la radio et la télédiffusion qui ont été initialement conçues pour le système analogique. La technologie numérique permet de mieux exploiter le spectre des fréquences radioélectriques (accroître le nombre de chaînes qui peuvent être transmises et / ou permettre de réaffecter le spectre pour d'autres usages), tout en améliorant le service à l'auditoire en intégrant des textes, images et une bonne qualité du son.

Pour aider au suivi des tendances, l'enquête pilote de l'ISU recueille des données sur le pourcentage de chaînes de radio et de télévision selon le type de signal de transmission. Comme illustré dans les **Graphiques 13 et 14**, la migration vers le numérique est loin d'être établie dans de nombreux pays en raison des coûts d'investissement initiaux. Toutefois, cette tendance devrait changer en raison de l'engagement public, la distribution croissante de nouveaux contenus numériques et l'adoption de nouvelles technologies de réception par les utilisateurs.

Sommaire des résultats de l'enquête pilote (voir Graphiques 13 et 14) :

- i) La plupart des chaînes de télévision sont soit analogiques seulement, soit à la fois analogiques et numériques (Graphique 13). Actuellement, compte tenu de la proportion de chaînes dont le signal de transmission n'est pas spécifié, plus de 30 % des chaînes sont analogiques seulement, tandis que 16 % et plus des chaînes sont strictement numériques.
- ii) Les plus grands nombres et parts de chaînes de télévision numériques se trouvent dans les pays européens à revenu élevé ainsi qu'en l'Afrique du Sud, la Jordanie et le Cameroun.
- iii) Les chaînes de radio analogiques sont toujours prépondérantes (95 %), en partie à cause du manque d'intérêt par les opérateurs publics et/ ou privés et les taux de pénétration faibles des équipements de réception numériques.

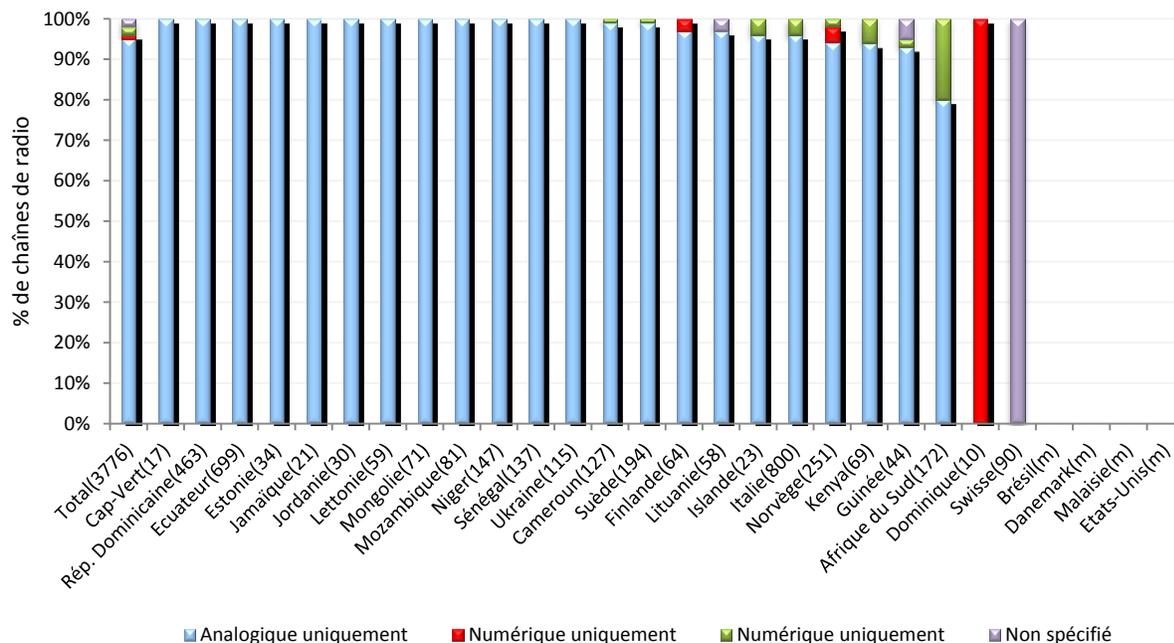
**Graphique 13. Pourcentage de chaînes de télévision, selon le type de signal de transmission**



**Note :** Entre parenthèses le nombre de chaînes de télévision.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

**Graphique 14. Pourcentage de chaînes de radio, selon le type de signal de transmission**



**Note :** Entre parenthèses le nombre de chaînes de radio.

**Source :** Institut de Statistique de l'UNESCO.

### Distribution par plates-formes techniques de transmission

L'offre de plates-formes techniques de transmission (terrestre, câble et/ ou par satellite) est façonnée par une combinaison de facteurs économiques, historiques et politiques. Les investissements réalisés dans le passé peuvent déterminer les paramètres des investissements en cours. Par exemple, dans certains pays les investissements antérieurs dans les câblages-réseaux ont influencé les décisions pour les configurations futures de l'offre des plates-formes.

Le questionnaire de l'ISU recueille des données sur la distribution de chaînes de radio et de télévision nationales selon quatre catégories de plates-formes techniques de transmission :

- Terrestre uniquement.
- Par câble uniquement.
- Par satellite uniquement.
- Une combinaison de plates-formes terrestre, par câble ou satellite.

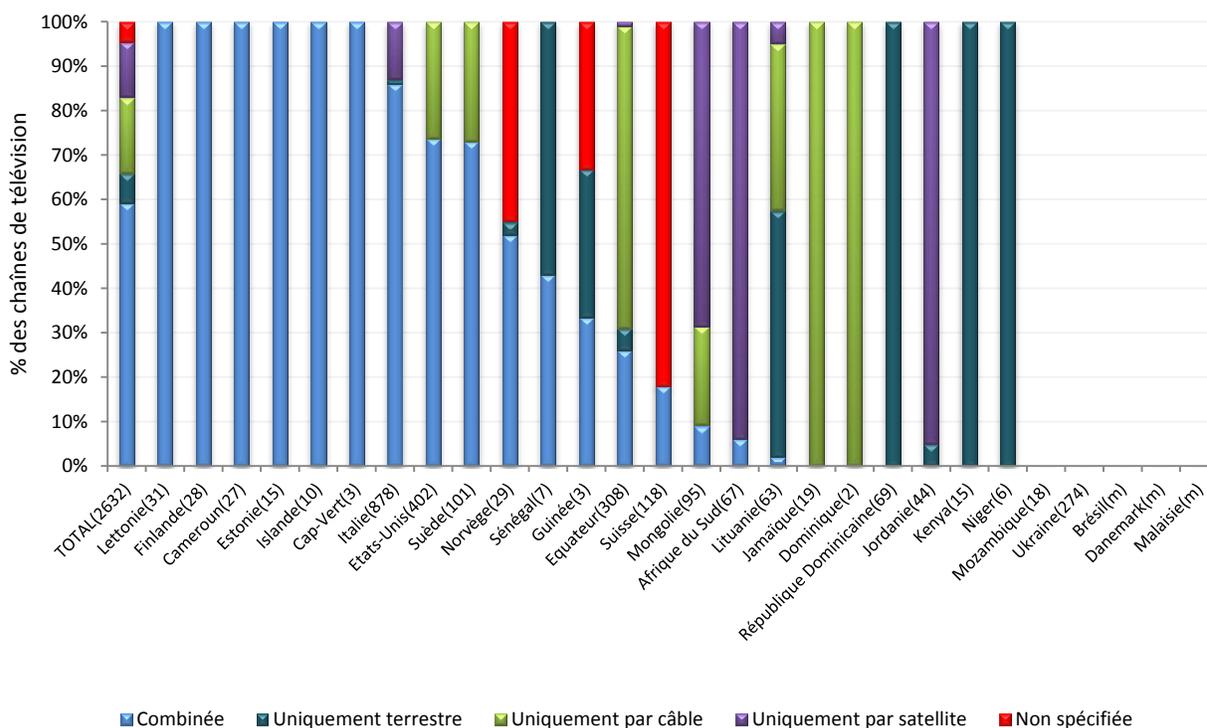
En raison des problèmes opérationnels tels que la double comptabilisation et les capacités techniques des organismes répondants de localiser une chaîne diffusant seulement sur internet, les chaînes de radio et de télévision qui diffusent seulement sur internet ont été exclues de cette enquête.

Comme illustré dans les **Graphiques 15 et 16** :

- i) Plus de 60 % des chaînes de télévision utilisent des combinaisons de plates-formes techniques de transmission.
- ii) Les chaînes de télévision par câble sur satellite représentent respectivement plus de 15 % et 11 % du nombre total de chaînes.
- iii) Des chaînes de télévision terrestres seulement sont concentrées dans certains pays : République Dominicaine, Kenya, Lituanie, Niger et Sénégal.
- iv) Plus de 74 % de l'ensemble de chaînes de radio s'appuient sur la transmission terrestre, tandis que plus de 16 % s'appuient sur une combinaison de plates-formes terrestres, par câble et par satellite.

Les indicateurs des quatre premières chaînes de télévision (voir *Tableau B7 dans l'Annexe II*) montrent que la majorité des chaînes comptent sur une combinaison de plates-formes afin d'élargir leur auditoire. Dans une mesure moindre, une tendance similaire est trouvée parmi les quatre plus grandes chaînes de radio, avec plus de la moitié (56 %) utilisent une combinaison de plates-formes. Par exemple, en Mongolie et la Dominique, toutes les grandes chaînes de radio transmettent leurs programmes par satellite et par câble.

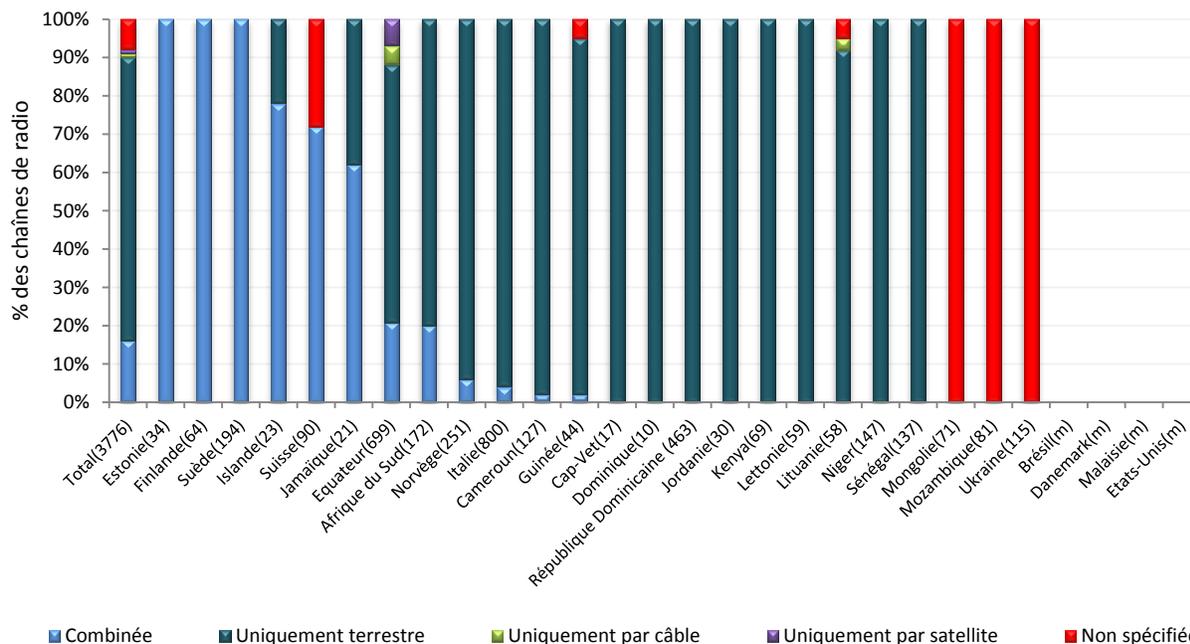
**Graphique 15. Pourcentage de chaînes de télévision, par la plate-forme technique de transmission**



**Note** : Entre parenthèses le nombre de chaînes de télévision.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

**Graphique 16. Pourcentage de chaînes de radio, par plate-forme technique de transmission**



**Note :** Entre parenthèses le nombre de chaînes de radio.

**Source :** Institut de Statistique de l'UNESCO.

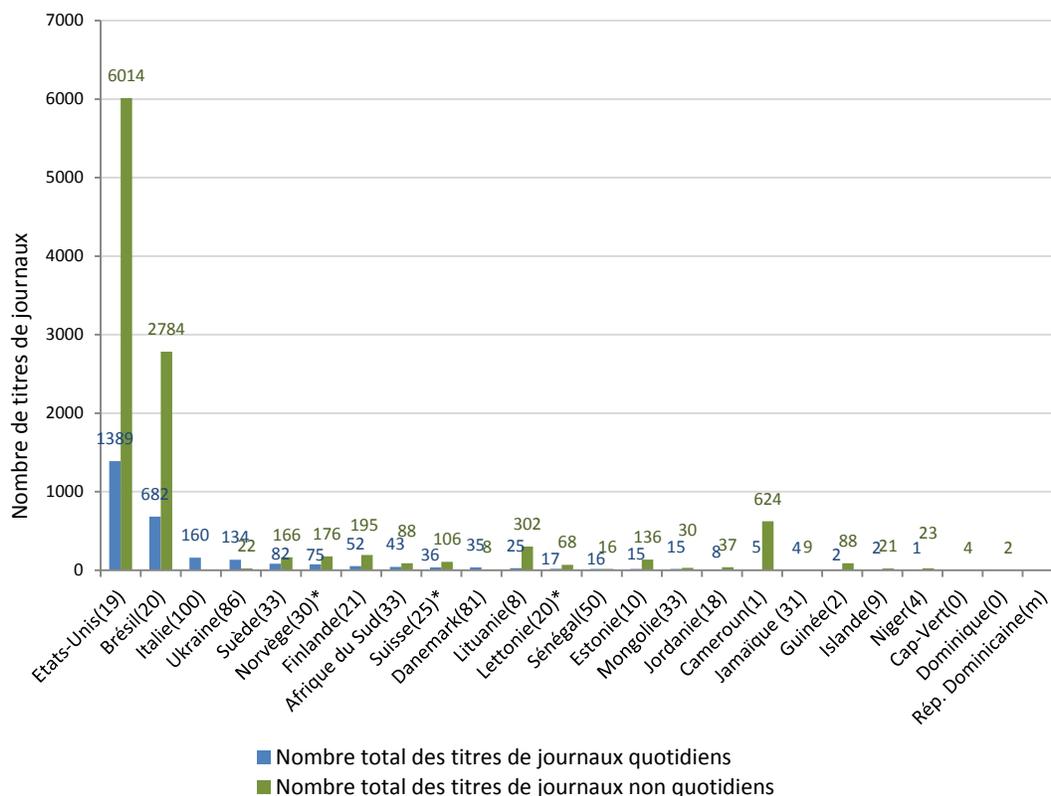
## 2.2 La presse écrite

L'enquête pilote de l'ISU est conçue pour recueillir des données sur les titres de journaux imprimés (quotidiens et non quotidiens) qui peuvent également être disponibles en ligne. L'enquête comprend des indicateurs sur la circulation de ces titres ainsi que leurs couvertures géographiques et modes de distribution.

Comme illustré dans les **Graphiques 17, 18 et 19** :

- i) Le nombre total de titres de journaux varie considérablement, de 2 en Dominique à 7 043 aux États-Unis.
- ii) Parmi le nombre total de titres, la proportion de titres quotidiens varie de 1 % au Cameroun à 100 % en Italie. Le Cap-Vert et la Dominique n'ont pas de titres quotidiens.
- iii) Au total, 90 % des titres non-quotidiens sont régionaux ou locaux, de même que près de 88 % des titres quotidiens.

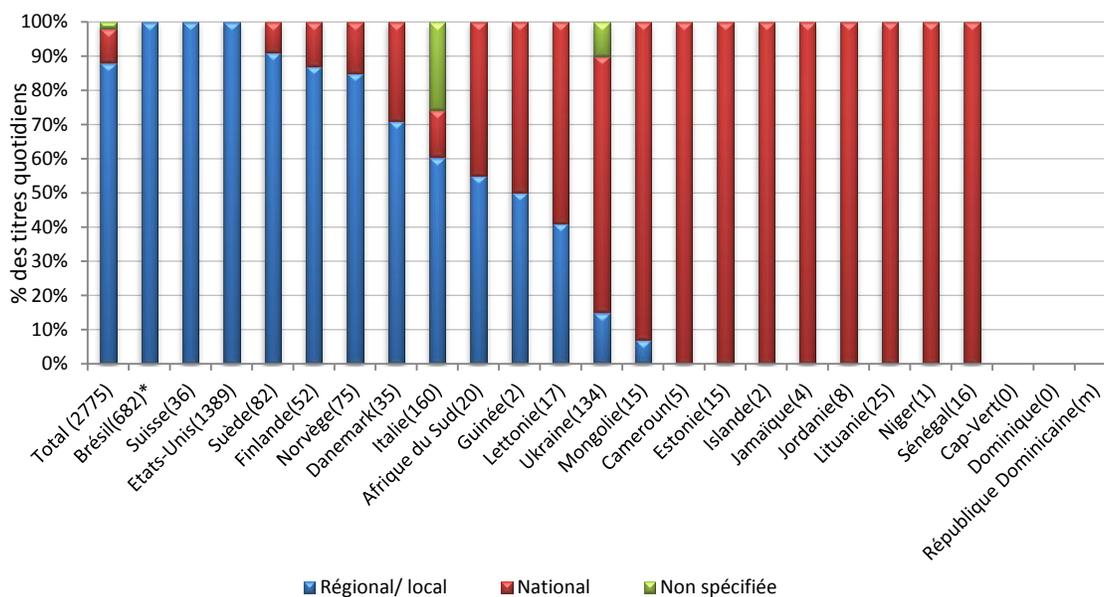
**Graphique 17. Nombre total de titres de journaux quotidiens et non quotidiens**



**Notes :** Lettonie : Les chiffres des titres quotidiens et non quotidiens ne comprennent pas les titres à la fois imprimés et en ligne.  
 Suisse : Les titres gratuits non-quotidiens ne sont pas inclus.  
 Le Cap-Vert et la République Dominicaine n'ont pas de titres quotidiens.  
 Norvège : Les éditions imprimées des titres quotidiens sont payantes, alors que leurs versions en ligne sont gratuites, à l'exception d'un seul.  
 Les pourcentages des titres quotidiens sont entre parenthèses.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

**Graphique 18. Pourcentage de titres de journaux quotidiens, par couverture géographique**



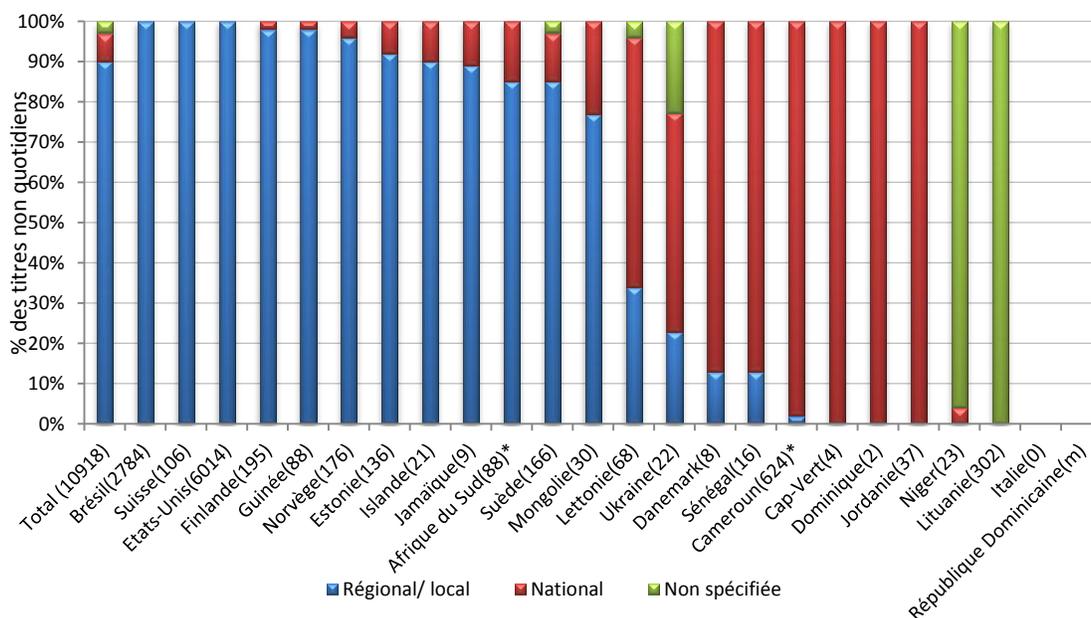
**Note :** Brésil : Les titres de journaux communautaires avec une couverture locale/régionale ne sont pas comptés.

Afrique du Sud : le nombre de titres de journaux avec une couverture nationale est partiel.

Le nombre de titres quotidiens est entre parenthèses.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

**Graphique 19. Pourcentage de titres de journaux non quotidiens, par couverture géographique**



**Note :** Cameroun : Les titres de journaux communautaires avec une couverture locale/régionale ne sont pas comptés.

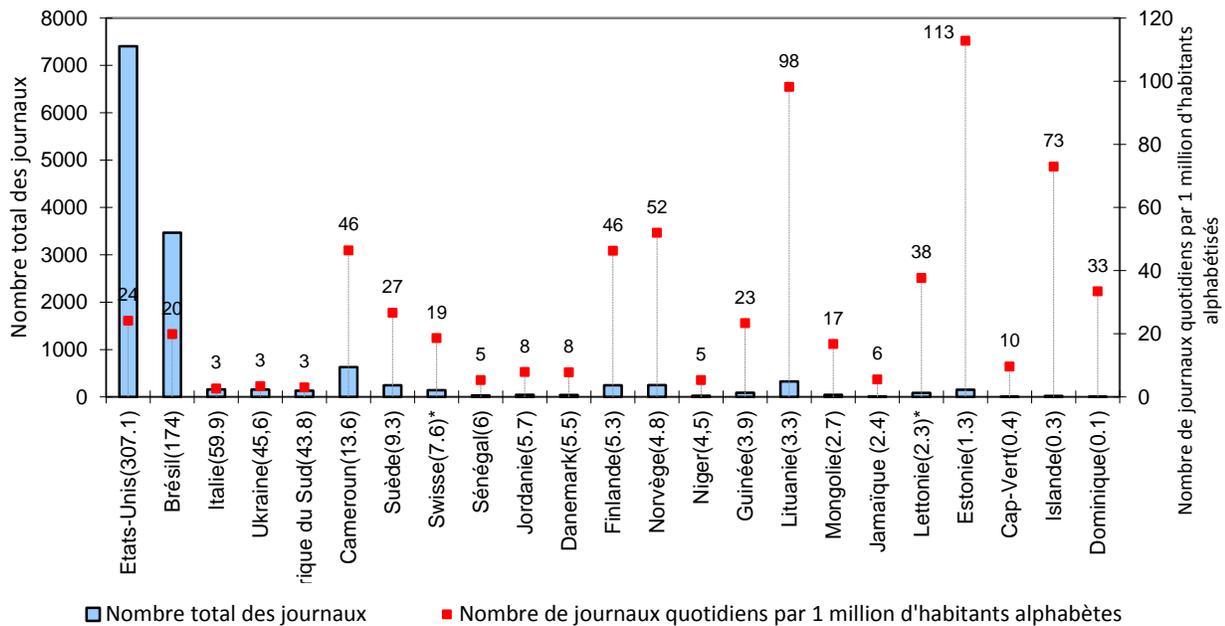
Afrique du Sud : Les titres ayant une couverture locale/ régionale se réfèrent aux titres privés payants seulement.

Le nombre de titres quotidiens est entre parenthèses.

Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

Le **Graphique 20** compare l'offre de titres de journaux à la demande potentielle en présentant le nombre de titres de journaux quotidiens par 1 million d'habitants alphabétisés, où la population alphabétisée se réfère au nombre de personnes (âgées de 15 ans au moins) capables de lire et écrire, et de comprendre une simple déclaration relative à leur vie quotidienne. Cet indicateur varie considérablement, de 19 quotidiens par 1 million d'habitants alphabétisés en Norvège à 0,5 au Niger, où le taux d'alphabétisation des adultes est de 29 %. Les valeurs des indicateurs sont particulièrement faibles dans les pays à faible taux d'alphabétisation et/ ou ayant les taux élevés de populations très jeunes.

**Graphique 20. Nombre total de titres de journaux (quotidiens et non quotidiens) et le nombre de titres quotidiens par 1 million d'habitants alphabétisés**



**Note :** Suisse : Les titres de journaux gratuits non quotidiens ne sont pas inclus.  
 Lettonie : Les données sur les titres non quotidiens imprimés et en ligne sont partielles.  
 Source : Institut de Statistique de l'UNESCO.

## Conclusions

Selon les résultats de l'enquête pilote de l'ISU :

- i) Les organismes de diffusion de média privés sont susceptibles de posséder plus des chaînes de télévision que les organismes publics, tandis que la tendance inverse se trouve dans les chaînes de radio.
- ii) Le grand nombre de chaînes de radio et la forte pénétration des récepteurs de radio dans les pays à faible revenu peut être expliqué par les coûts relativement faibles de fonctionnement et investissements. La plupart des chaînes de radio sont à couverture locale seulement.
- iii) Le basculement vers le numérique est loin d'être établi dans de nombreuses parties du monde en raison des coûts. De ce fait, la plupart des chaînes de radio et de télévision utilisent encore des signaux analogiques terrestres.
- iv) Près d'un tiers des chaînes de télévision sont à la fois analogiques et numériques. Le pourcentage de chaînes de télévision qui sont analogiques (30 %) va probablement diminuer au fil du temps avec la hausse de la part des chaînes qui sont seulement numériques, qui s'élève à 16 %.
- v) Plus de 74 % de chaînes de radio transmettent encore par voie terrestre.
- vi) Le nombre total de journaux ont tendance à être plus élevé dans les pays avec une offre significative de titres sous-nationaux (locaux ou régionaux). Au total, 88 % et 90 % des titres quotidiens et non quotidiens respectivement sont des titres locaux ou régionaux.

## Annexe I

### L'enquête de l'ISU sur les statistiques des médias

#### Évaluation du paysage médiatique

Il existe de nombreuses approches différentes pour évaluer le développement des médias. Les plus largement connues sont : *l'indice sur la liberté de la presse* de Freedom House<sup>6</sup>, *Indice de Reporters sans frontières pour la liberté de la presse*,<sup>7</sup> *Indice de durabilité des médias* (MSI) de l'International Research Exchange (IREX)<sup>8</sup>.

Le projet des indicateurs pour le développement des médias de l'UNESCO (IDM) a examiné les systèmes d'évaluation existants et a généré une nouvelle approche composite qui fonctionne comme un cadre analytique organisé plutôt qu'une liste prescriptive. Étant donné le risque de subjectivité qui existe avec les données qualitatives, ce cadre souligne l'importance d'utiliser des indicateurs quantitatifs lorsqu'ils existent. Le cadre IDM met l'accent sur le rôle des cinq principales catégories de développement des médias :

- 1) Un système de régulation favorable à la liberté d'expression, au pluralisme et la diversité des médias ;
- 2) Pluralisme et diversité des médias, cadre économique dans lequel tous les acteurs sont en situation d'équité concurrentielle, et transparence de la propriété ;
- 3) Les médias comme plateforme pour un débat démocratique ;
- 4) Formation professionnelle et soutien aux institutions de formation pour promouvoir la liberté d'expression, le pluralisme et la diversité ;
- 5) Existence de capacités infrastructurelles suffisantes pour soutenir les médias indépendants et pluralistes.

A ce stade, l'instrument d'enquête de l'ISU permet une évaluation partielle des indicateurs identifiés dans le cadre IDM. Il aurait été extrêmement difficile de mesurer quantitativement certains des indicateurs prescrits (par exemple l'évaluation des pratiques en matière d'emplois ou de la confiance du public dans les médias). D'autres mesures comporteraient des risques en termes de fiabilité (par exemple des indicateurs concernant la disponibilité de la formation des professionnels des médias et des cours universitaires). Enfin, pour certains indicateurs, il aurait fallu un fardeau insoutenable pour les répondants nationaux (par exemple des indicateurs concernant la réactivité des organismes des médias à la perception du public de leur travail).

#### Structure de l'enquête de l'ISU

L'enquête de l'ISU est destinée à recueillir des données sur l'industrie de la radio et la télédiffusion, l'industrie de la presse écrite et le cadre juridique et réglementaire dans lequel fonctionnent les médias. Dans cette enquête, l'accent est mis sur les médias nationaux d'un pays donné. Aux fins de ce questionnaire, les médias qui apparaissent exclusivement sur l'Internet, dénommé comme étant uniquement en ligne, ont été exclus en raison de la difficulté opérationnelle à déterminer tous ces organismes dans un pays donné.

---

<sup>6</sup> <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2008>

<sup>7</sup> <http://www.rsf.org/>

<sup>8</sup> <http://www.irex.org/MSI/index.asp>

Le questionnaire de l'ISU sur la radio et télédiffusion recueille des données sur les sujets suivants :

- Répartition des organismes de diffusion de médias nationaux par types de propriété (publique, privée, communautaire) et type de chaînes possédées (radio, télévision, à la fois radio et télévision) ;
- Distribution de chaînes de radio et de télévision par pénétration technique ;
- Distribution de chaînes de radio et de télévision par signaux de transmission ;
- Distribution de chaînes de radio et de télévision par plates-formes techniques de transmission ;
- Distribution de chaînes de radio et de télévision communautaires en fonction du type d'organismes communautaire (éducation, religion, autre) ;
- Principales sources de revenu des chaînes communautaires ;
- Caractéristiques des quatre principales chaînes de radio ;
- Caractéristiques des quatre principales chaînes de télévision ;
- Caractéristiques (y compris les sources de revenus) des organismes de diffusion de médias possédant au moins une des quatre principales chaînes de radio ;
- Caractéristiques (y compris les sources de revenus) des organismes de diffusion de médias possédant au moins une des quatre principales chaînes de télévision ;
- Chaînes nouvellement créées et fermées.

Le questionnaire de l'ISU sur l'industrie de la presse écrite exclut les magazines. Il met l'accent sur les titres quotidiens et non quotidiens et couvre les domaines suivants :

- Répartition des titres quotidiens et des non-quotidiens par format de publication (imprimés uniquement, à la fois imprimée et en ligne) et les modèles de distribution (gratuit uniquement, payé uniquement, à la fois gratuit et payant). Le tirage moyen est également recueilli ;
- Répartition des titres quotidiens et des non-quotidiens par propriété (publique, privée et communautaire) et la couverture géographique (nationale et sous-nationale) ;
- Répartition des titres de journaux communautaires par principales sources de financement ;
- Caractéristiques des quatre grands titres de journaux quotidiens ;
- Titres nouvellement créées et fermées.

Le questionnaire de l'ISU sur le cadre juridique couvre divers aspects sur la régulation des médias :

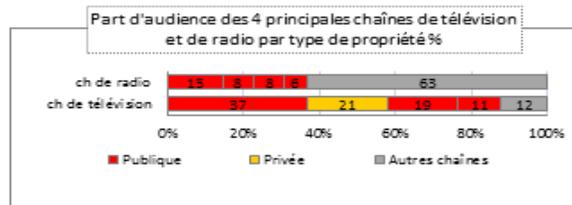
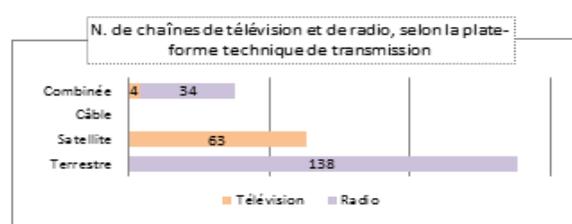
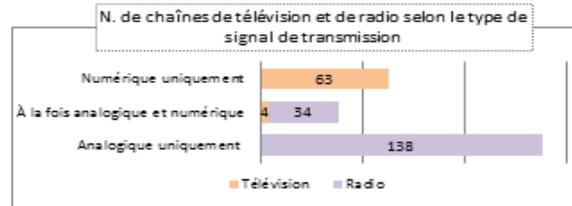
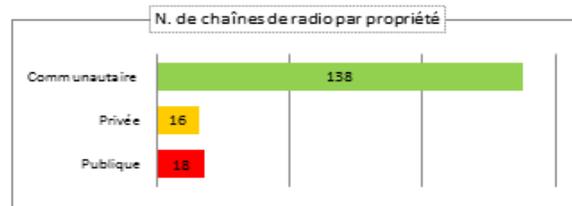
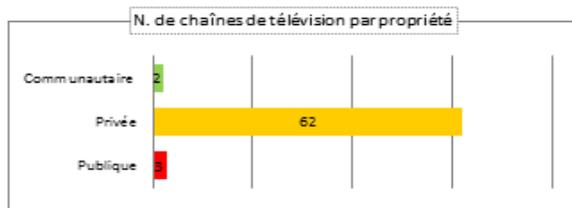
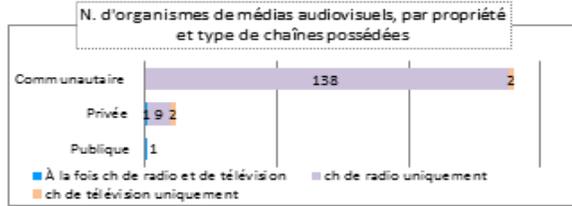
- Existence et le mandat de l'autorité réglementaire pour les médias audiovisuels ou la presse écrite ;
- Existence d'un organisme d'autorégulation pour les médias audiovisuels et la presse écrite ;
- L'octroi des licences d'exploitation des médias ;
- La responsabilité du radio et télédiffuseur public ;
- Les quotas pour le contenu des médias originaires des chaînes publiques et privées du pays ;
- Les dispositions légales pour les médias communautaires ;
- Existence de la réglementation sur la propriété croisée.

# Annexe II

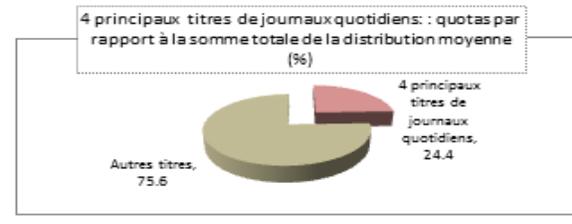
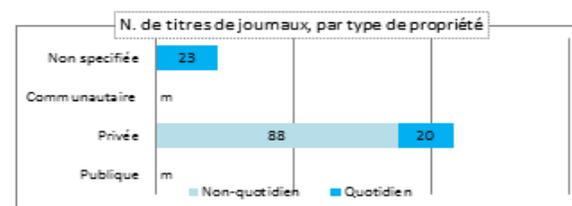
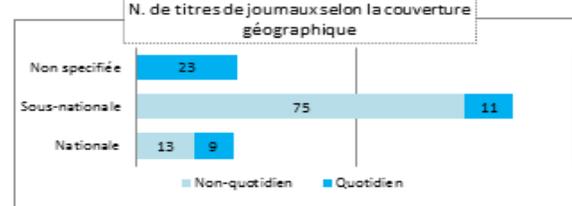
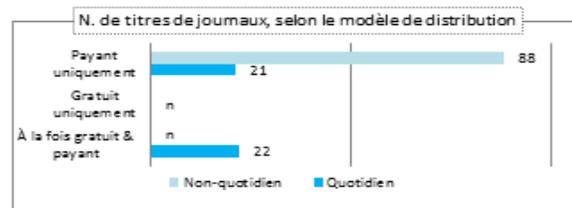
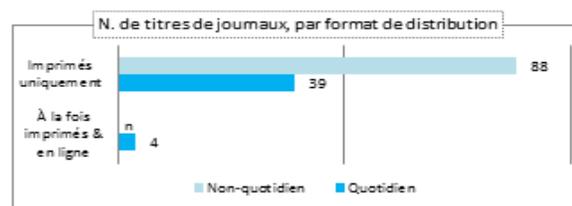
## Profils des pays

### AFRIQUE DU SUD EN BREF

#### AUDIOVISUEL

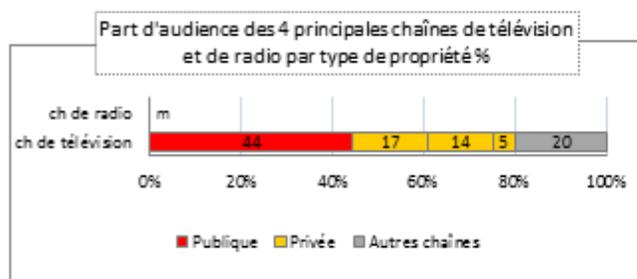
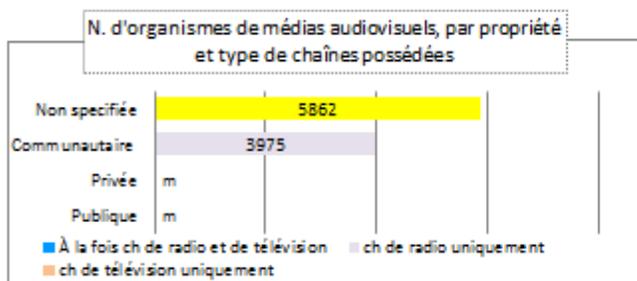


#### PRESSE ÉCRITE

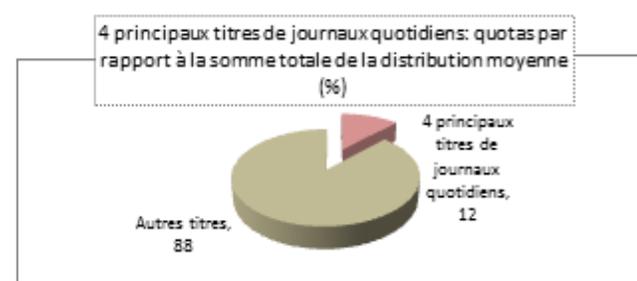
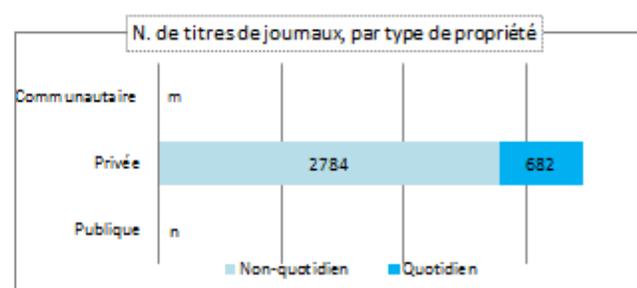
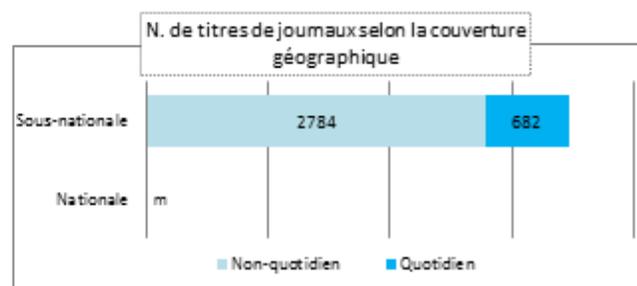
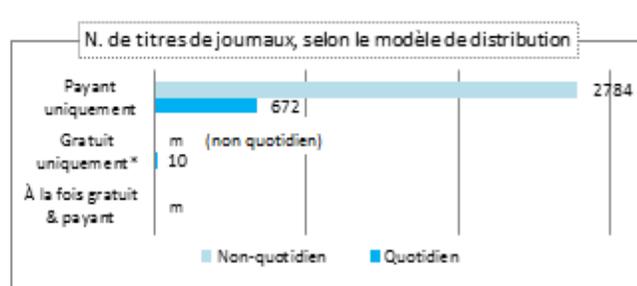
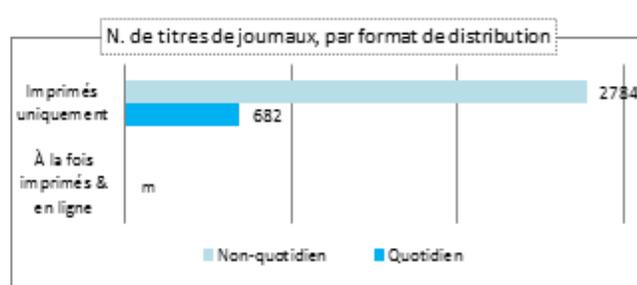


## BRÉSIL EN BREF

### AUDIOVISUEL



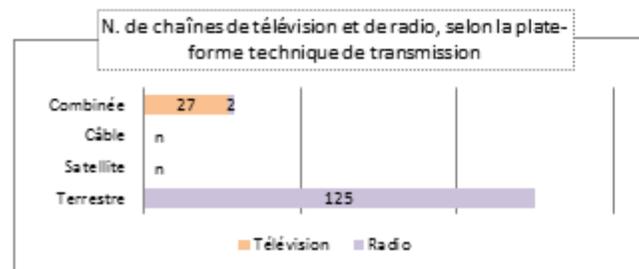
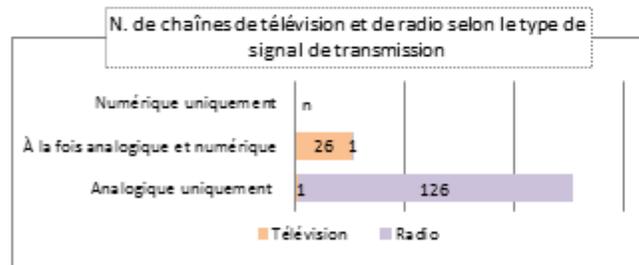
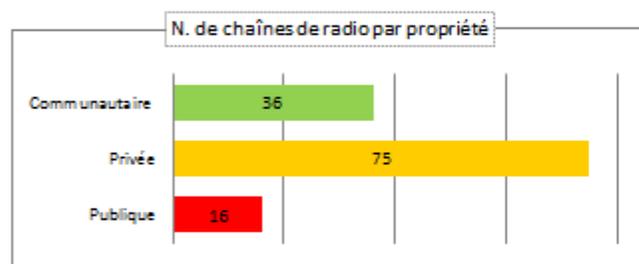
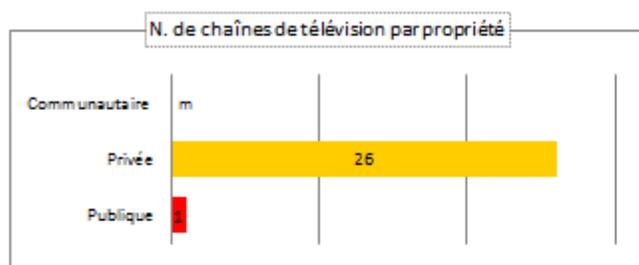
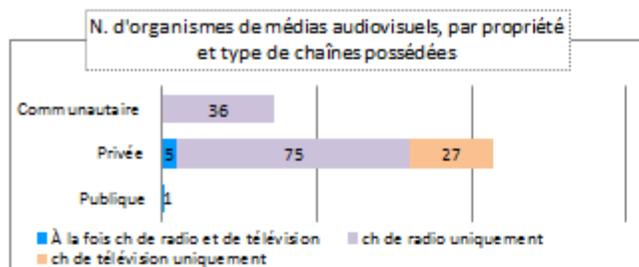
### PRESSE ÉCRITE



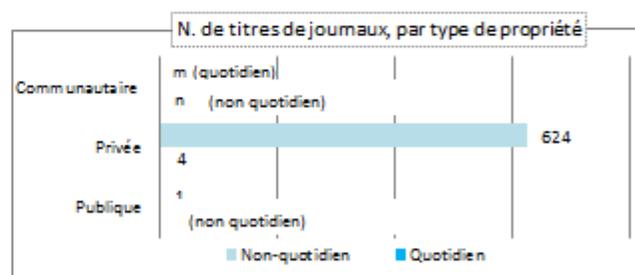
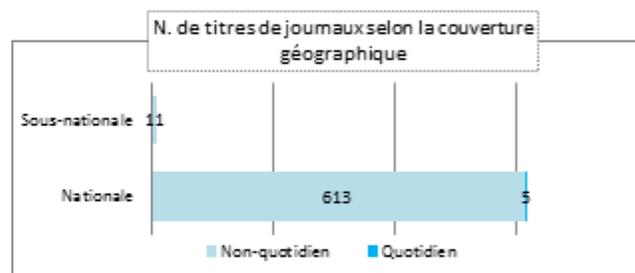
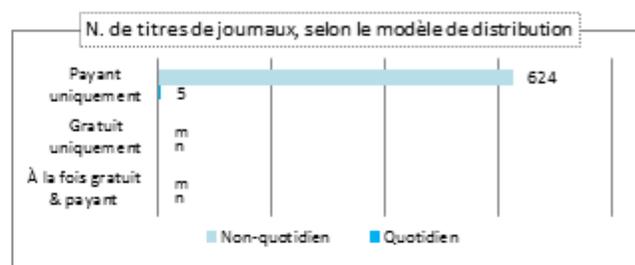
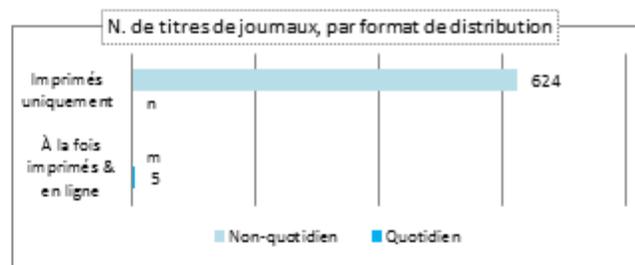
Les titres non quotidiens imprimés seulement comprennent les titres non quotidiens à la fois imprimés et en ligne.

## CAMEROUN EN BREF

### AUDIOVISUEL

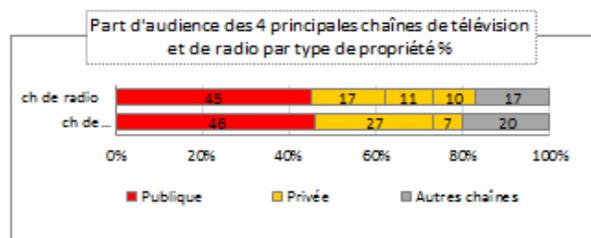
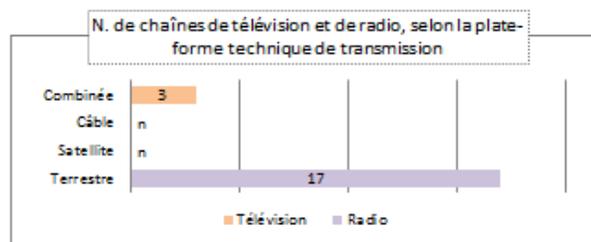
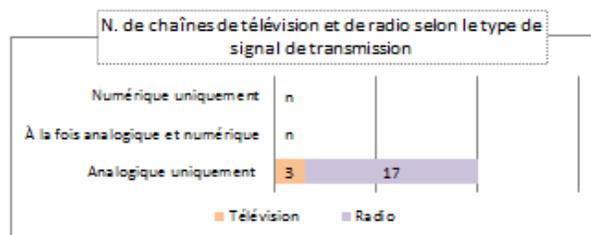
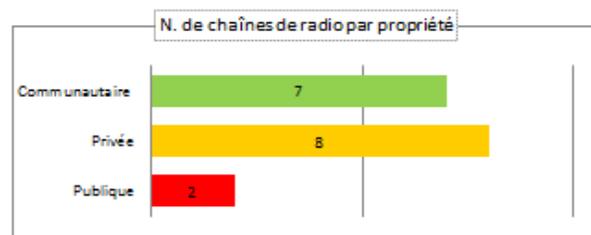
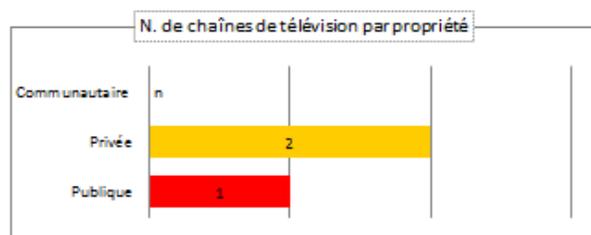
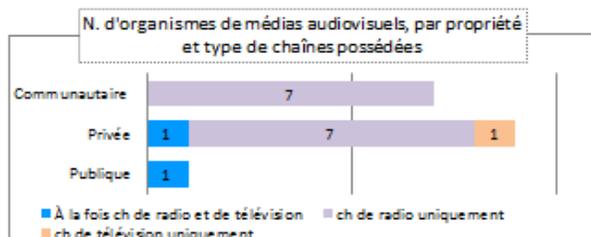


### PRESSE ÉCRITE

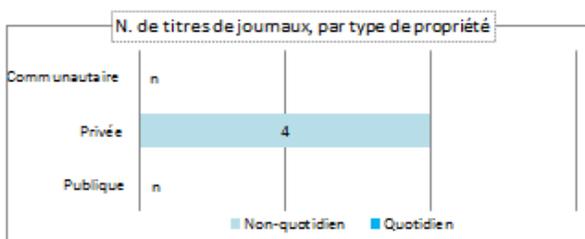
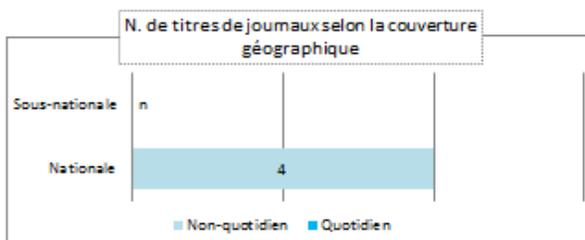
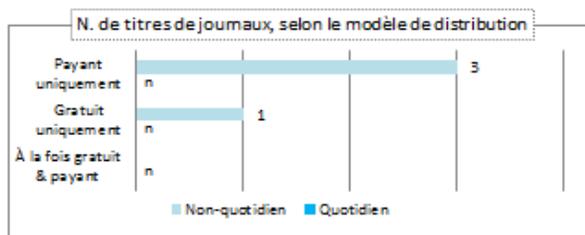
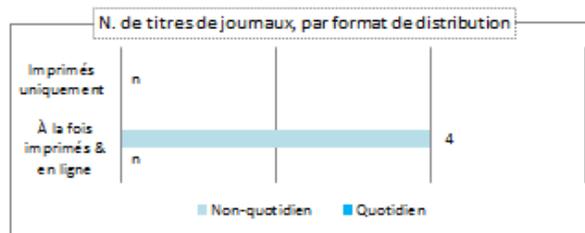


# CAP-VERT EN BREF

## AUDIOVISUEL

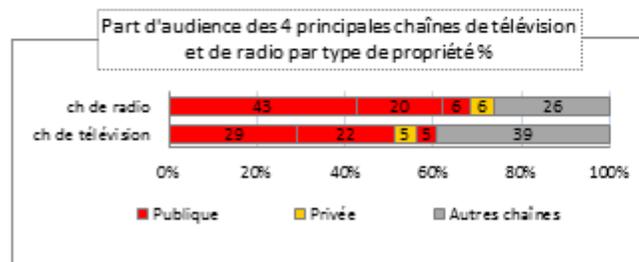
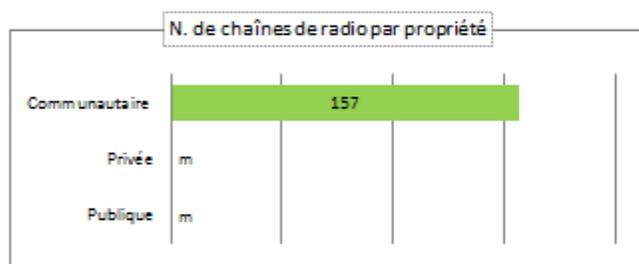
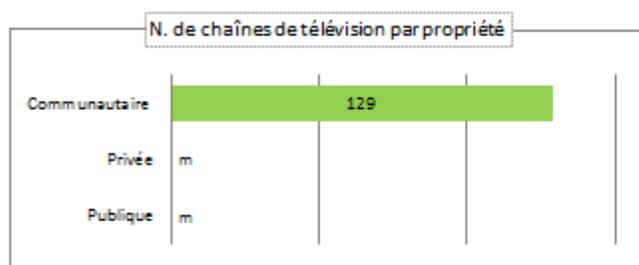
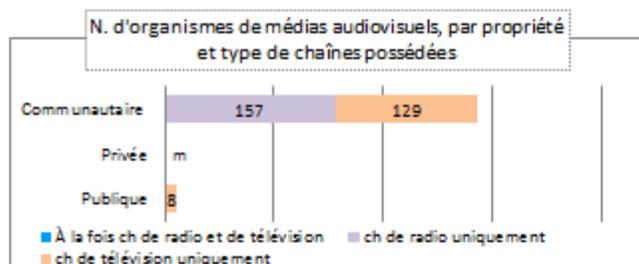


## PRESSE ÉCRITE

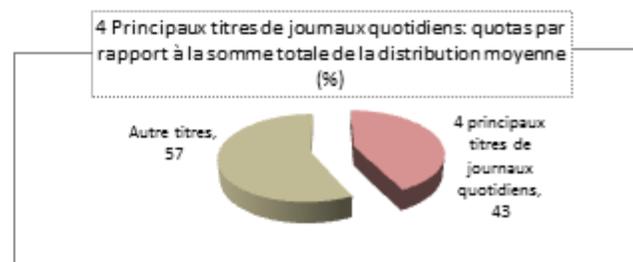
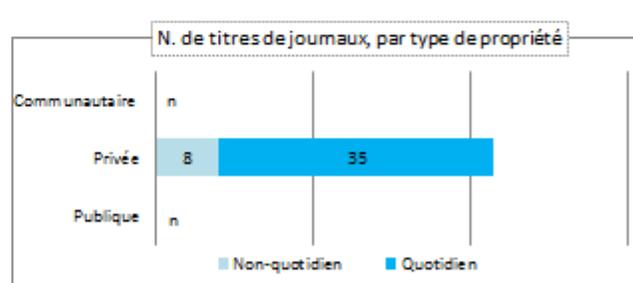
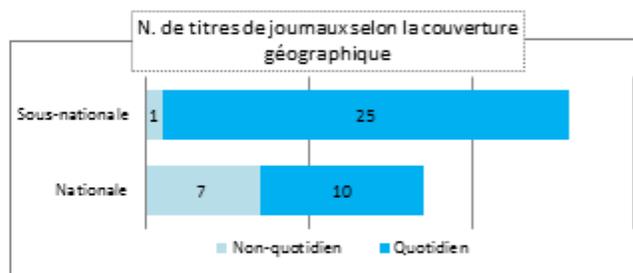
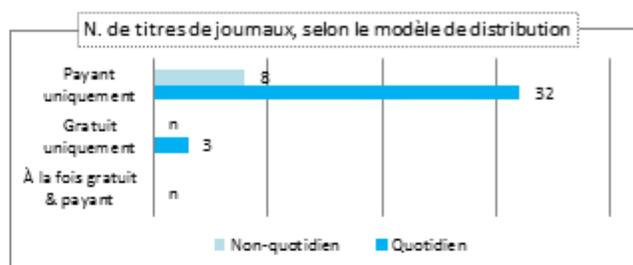
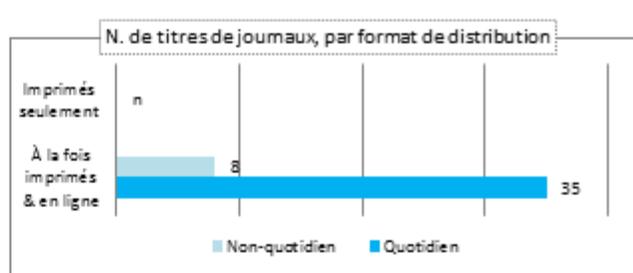


## DANEMARK EN BREF

### AUDIOVISUEL

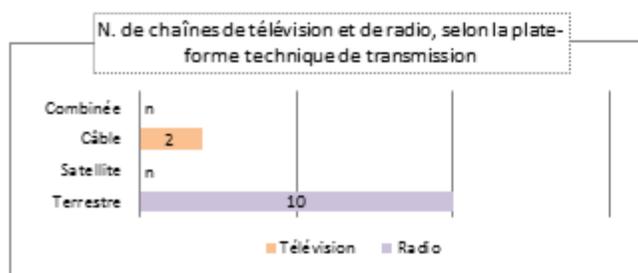
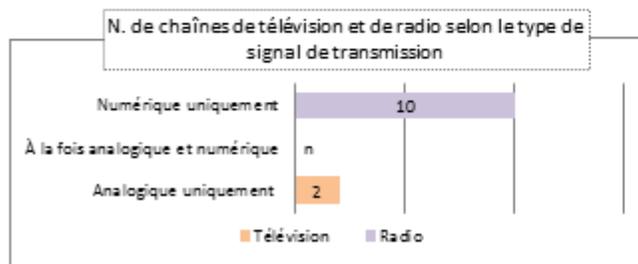
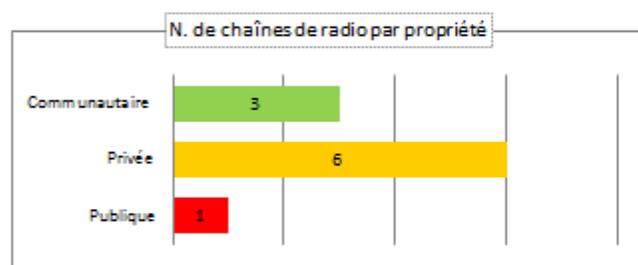
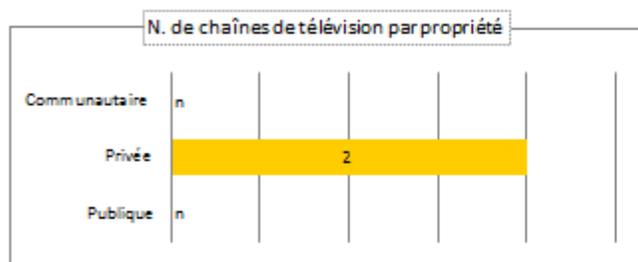
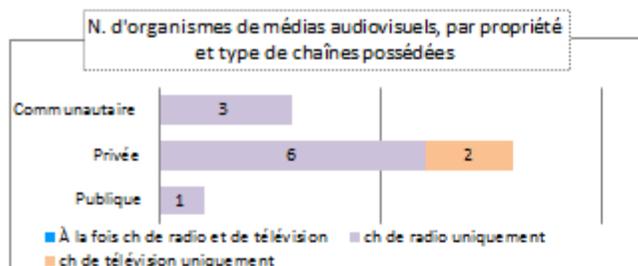


### PRESSE ÉCRITE

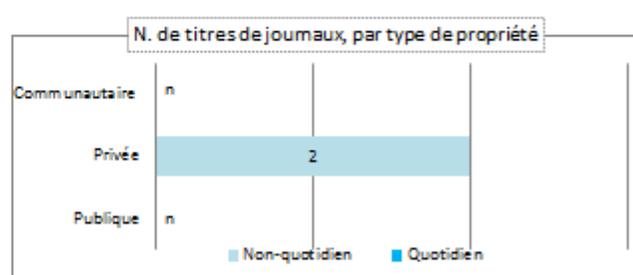
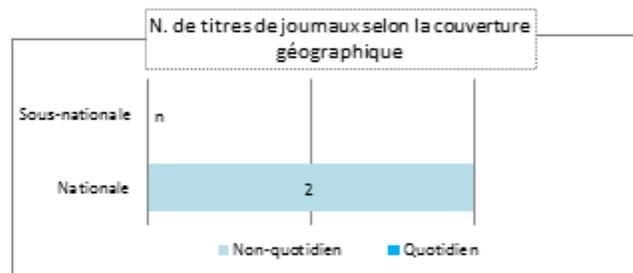
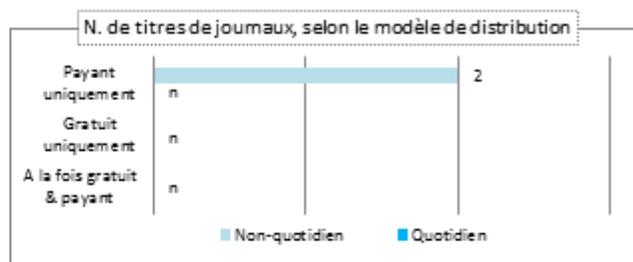
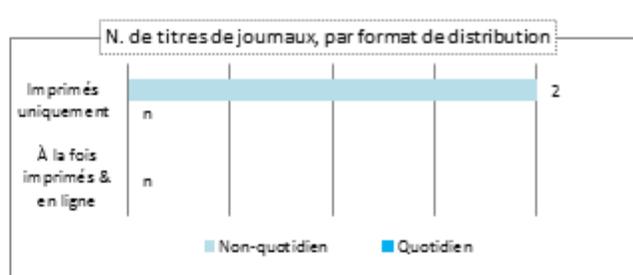


## DOMINIQUE EN BREF

### AUDIOVISUEL

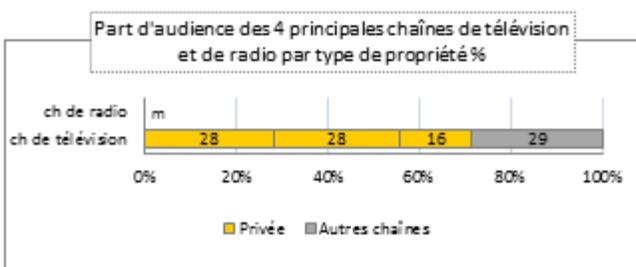
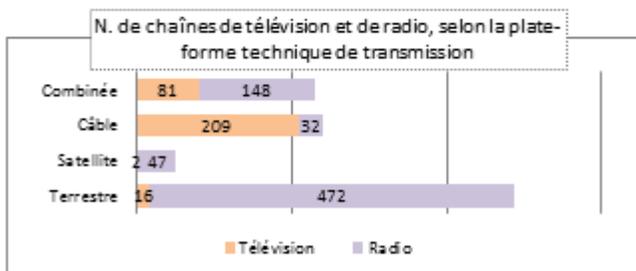
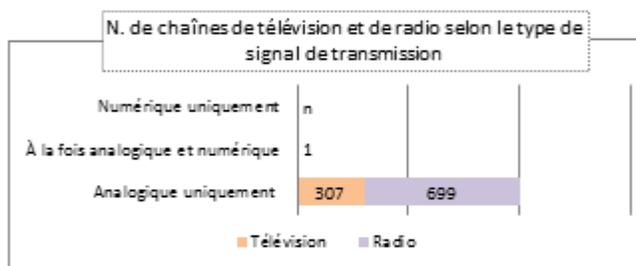
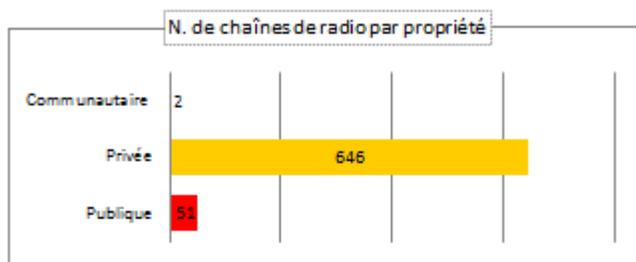
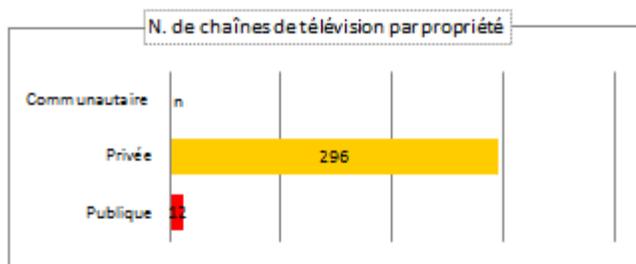


### PRESSE ÉCRITE



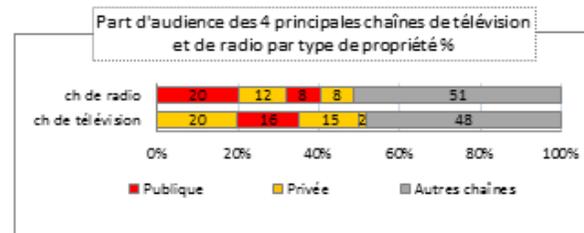
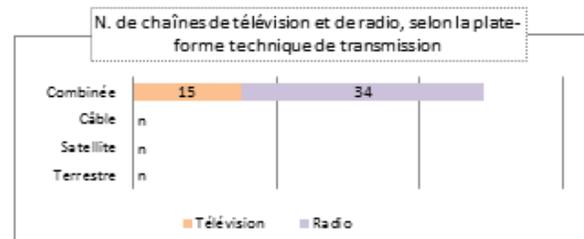
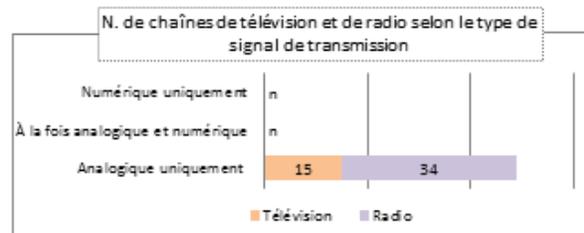
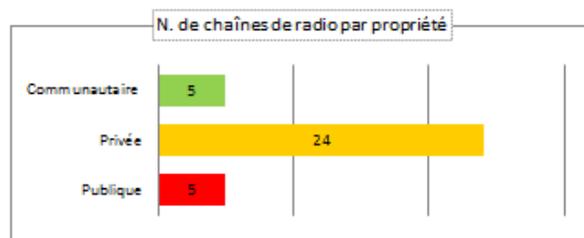
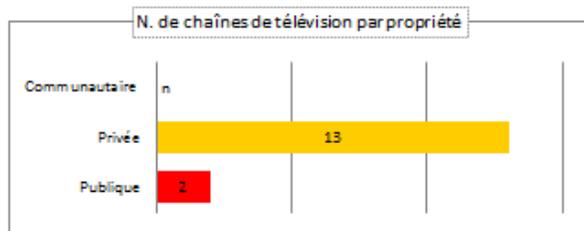
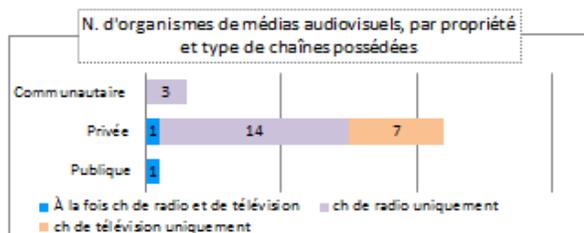
## EQUATEUR EN BREF

### AUDIOVISUEL

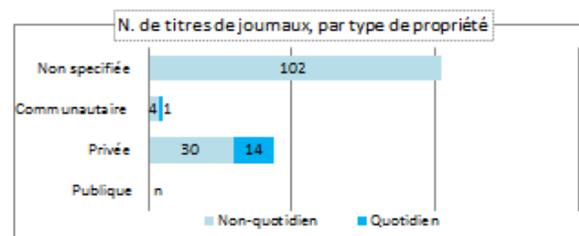
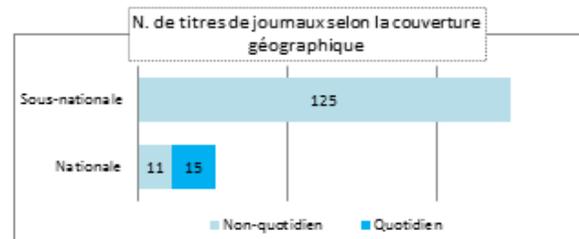
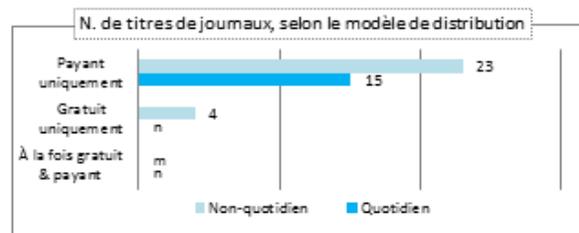
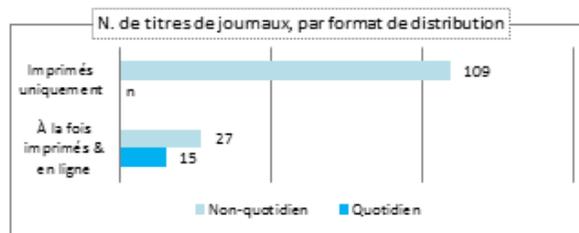


## ESTONIE EN BREF

### AUDIOVISUEL

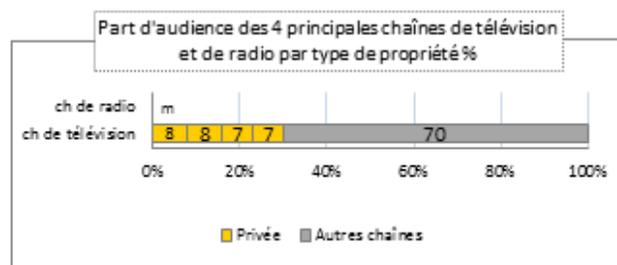
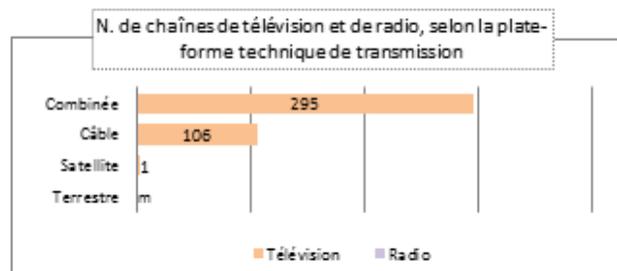
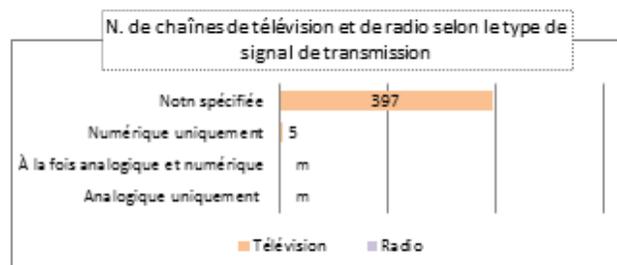
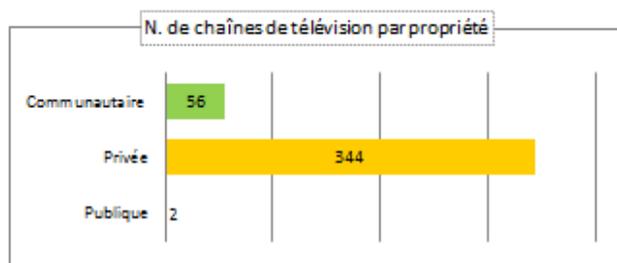
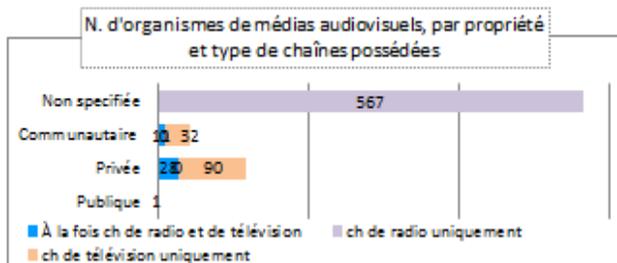


### PRESSE ÉCRITE

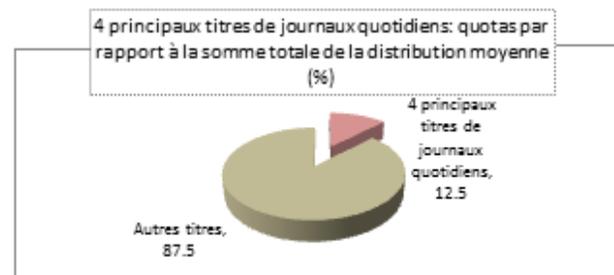
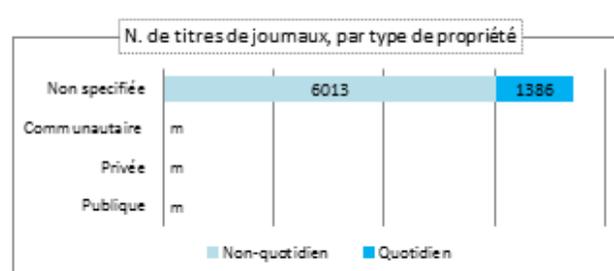
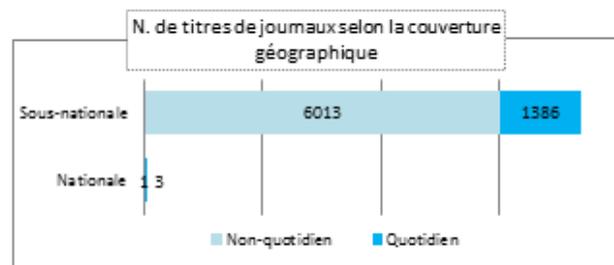
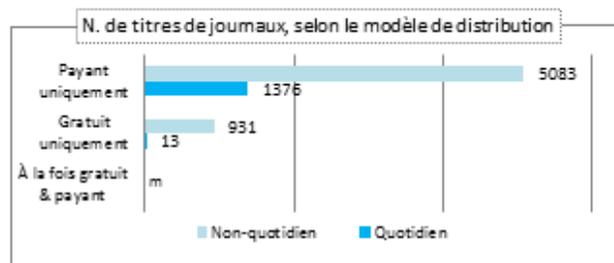
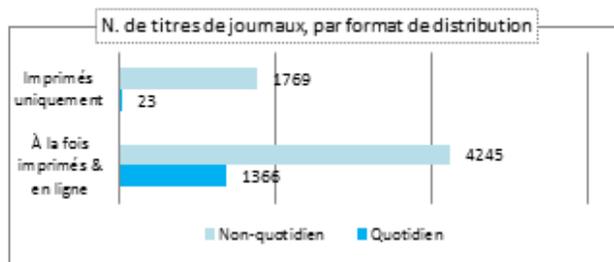


## ETATS-UNIS EN BREF

### AUDIOVISUEL



### PRESSE ÉCRITE

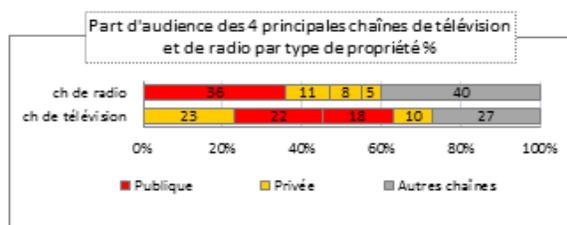
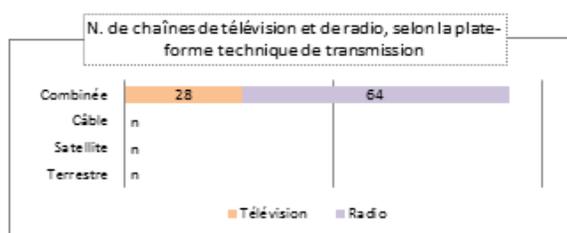
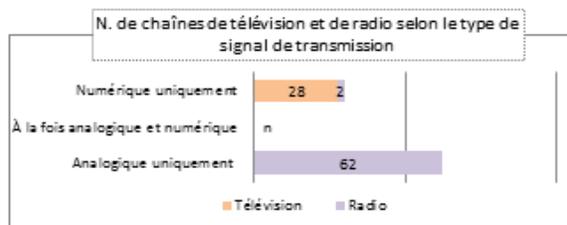
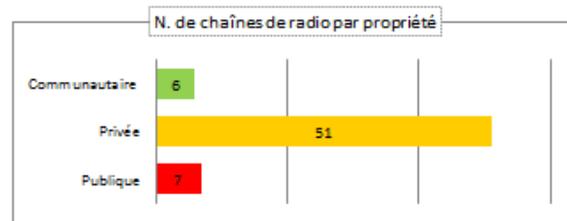
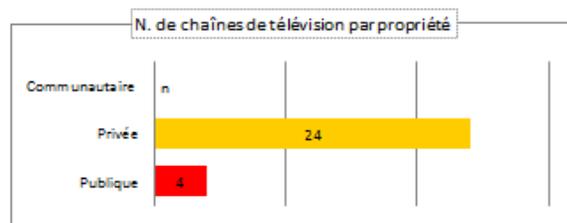
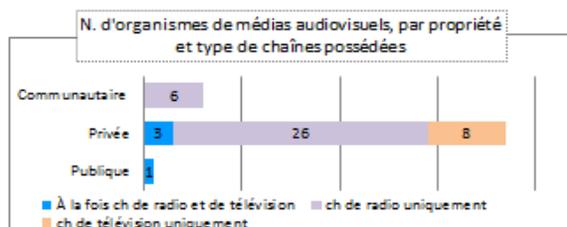


Les titres gratuits et payants à la fois sont inclus dans les titres payants seulement.

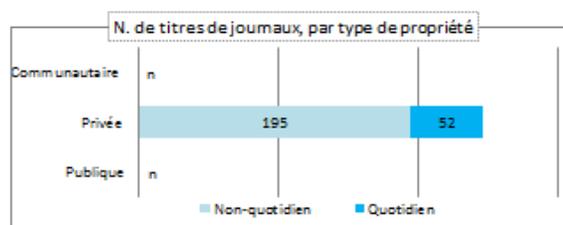
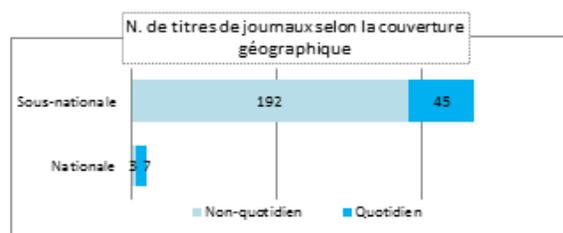
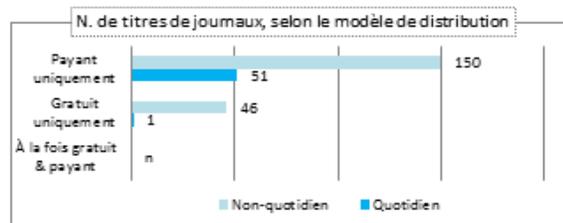
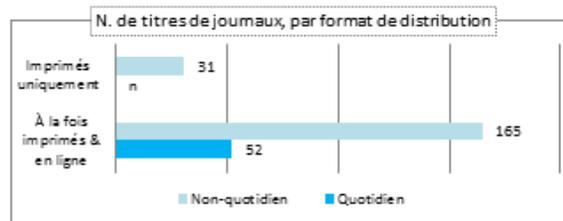
La Part d'audience est basée sur le total du temps dans la journée, que le ménage regarde la programmation offerte par la chaîne entre la période du 22/09/2008 et 20/09/2009.

## FINLANDE EN BREF

### AUDIOVISUEL



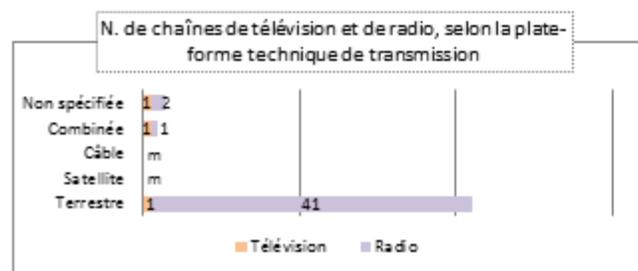
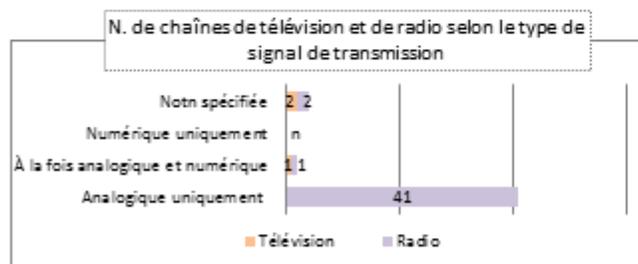
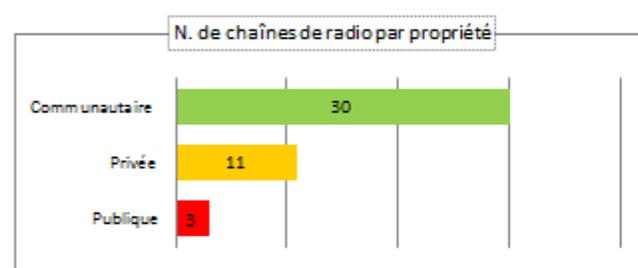
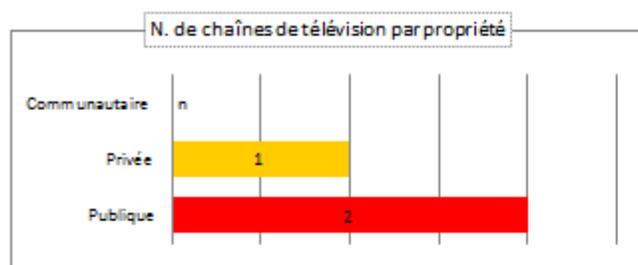
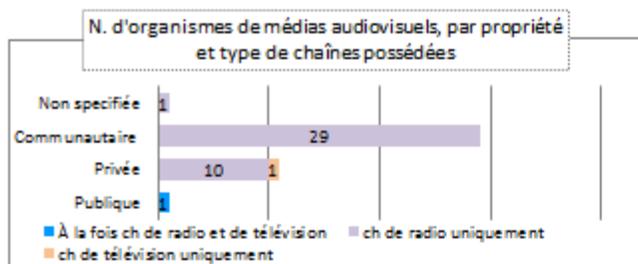
### PRESSE ÉCRITE



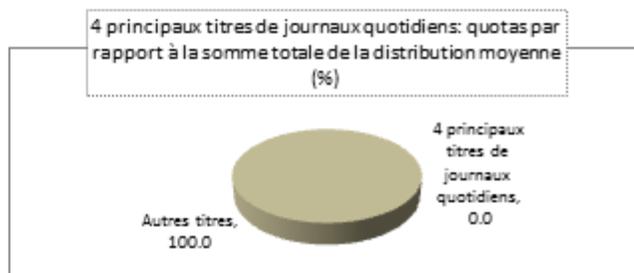
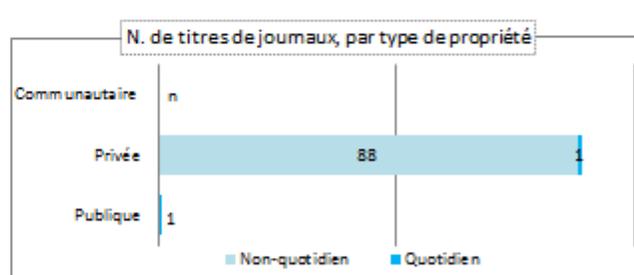
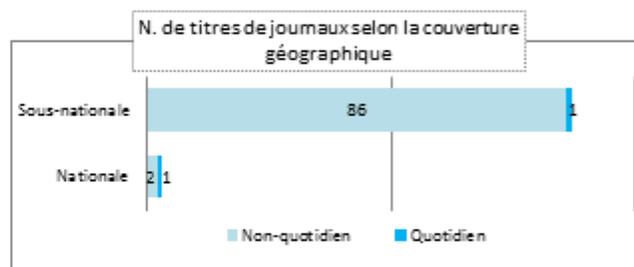
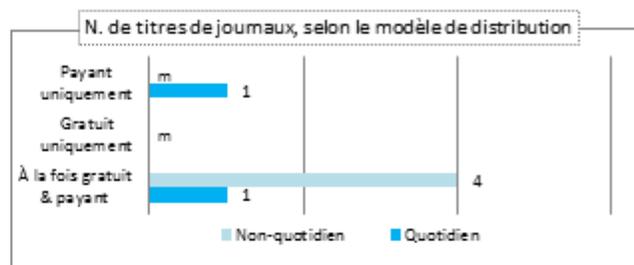
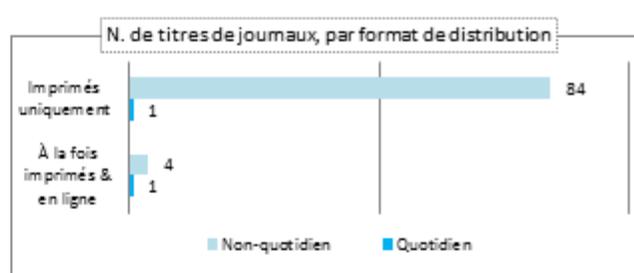
Les chiffres disponibles sur la presse écrite incluent seulement les titres de journaux qui sont exclusivement membres de l'Association finlandaise des journaux. La vérification de la distribution n'est pas faite pour les titres gratuits; le chiffre se rapporte seulement aux titres quotidiens payants.

## GUINÉE EN BREF

### AUDIOVISUEL

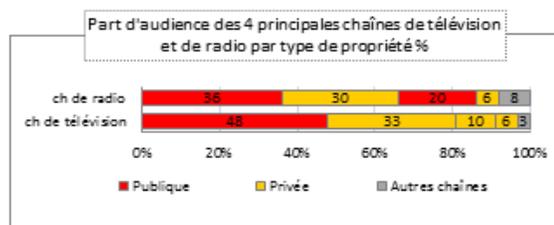
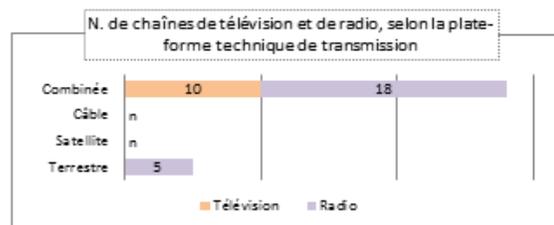
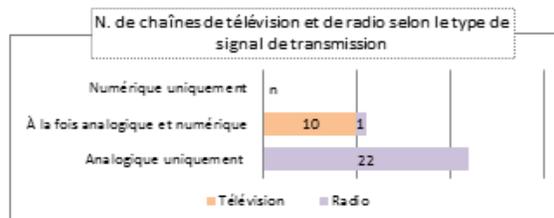
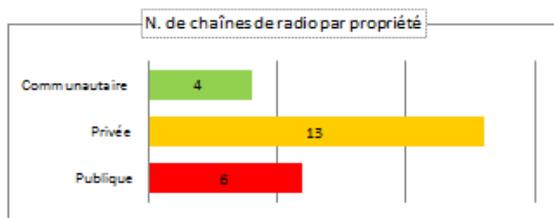
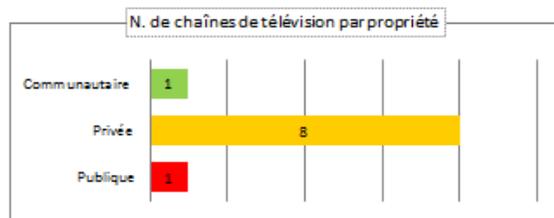
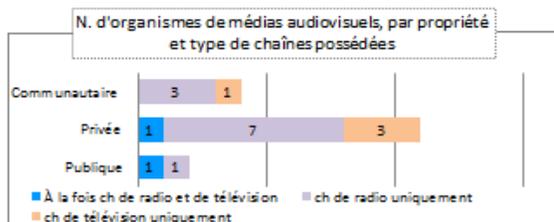


### PRESSE ÉCRITE

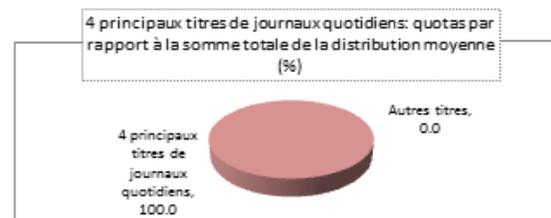
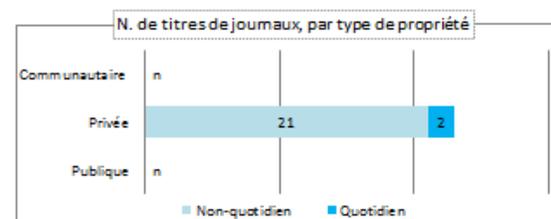
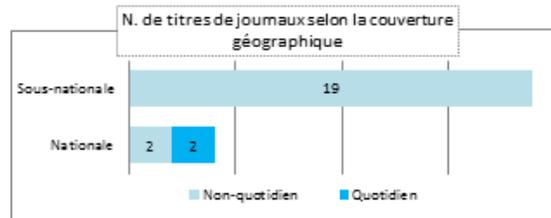
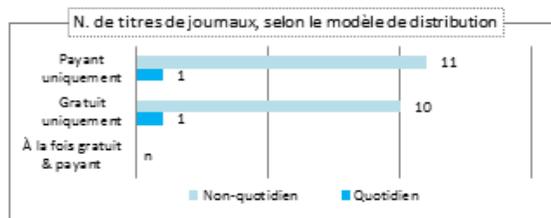
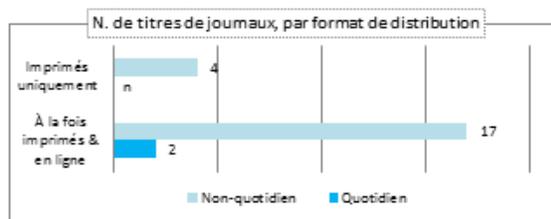


# ISLANDE EN BREF

## AUDIOVISUEL

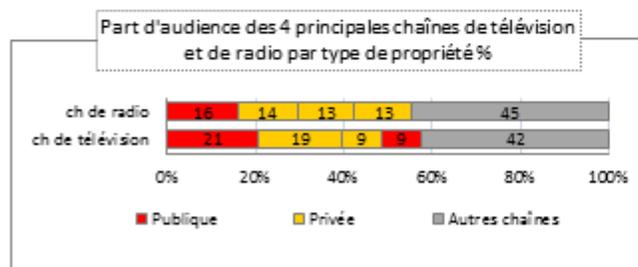
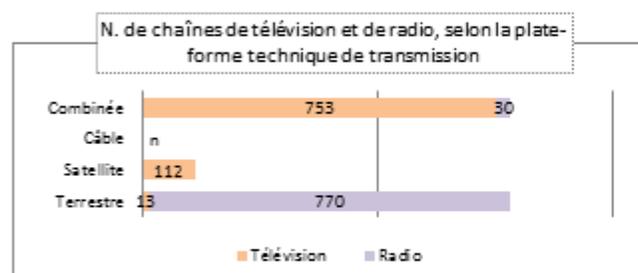
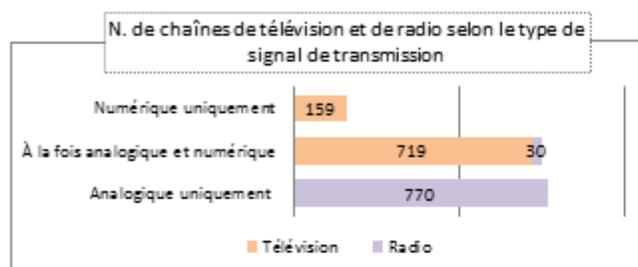
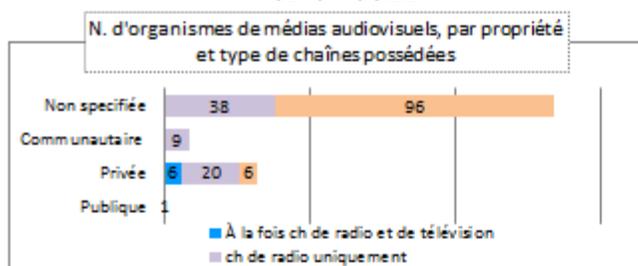


## PRESSE ÉCRITE

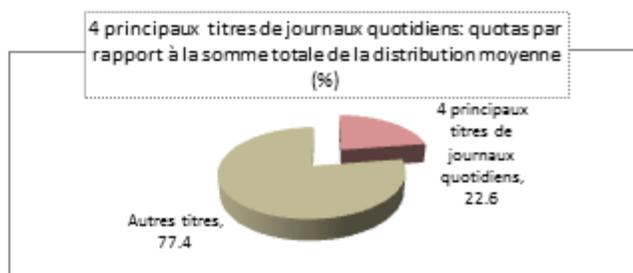
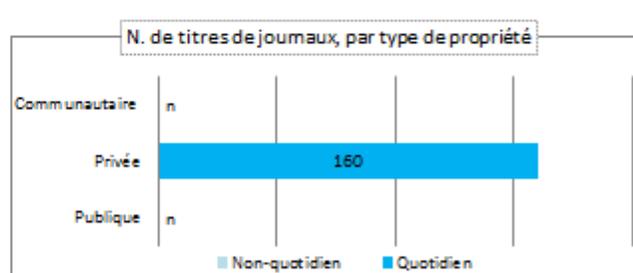
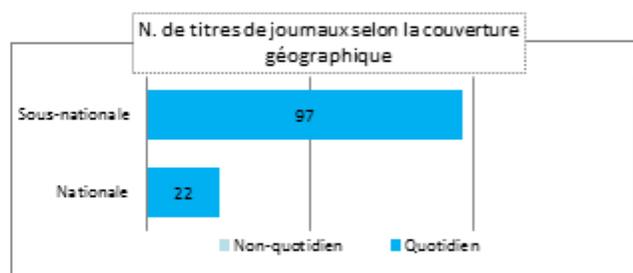
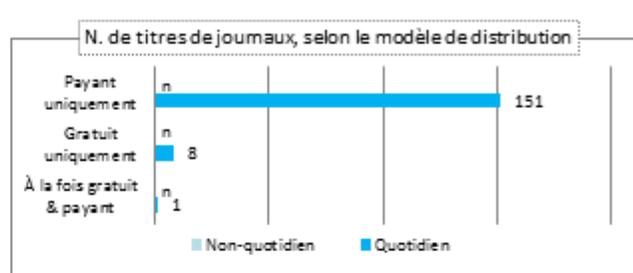
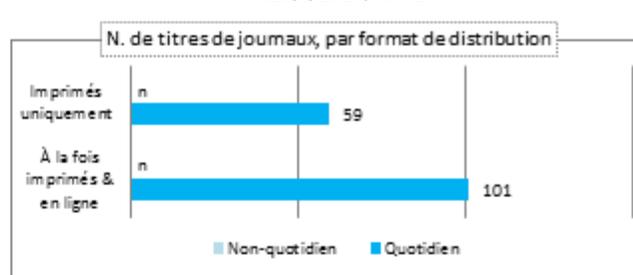


## ITALIE EN BREF

### AUDIOVISUEL



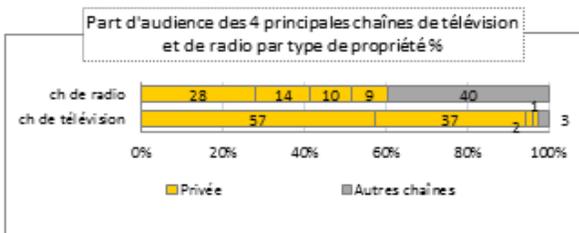
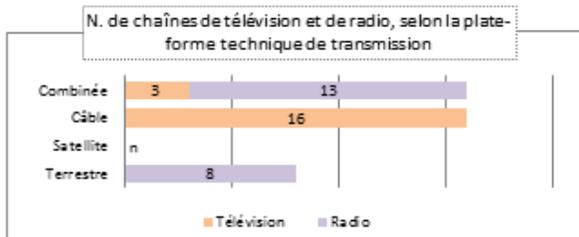
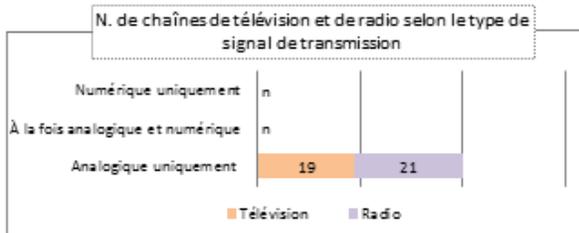
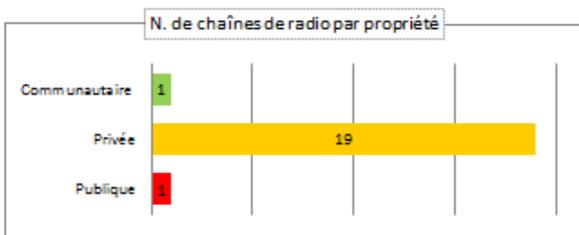
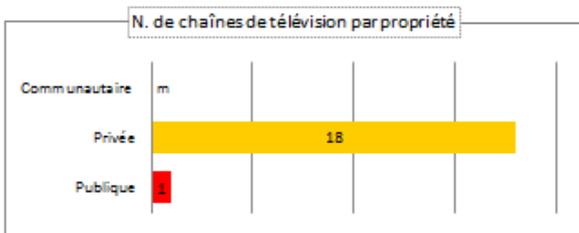
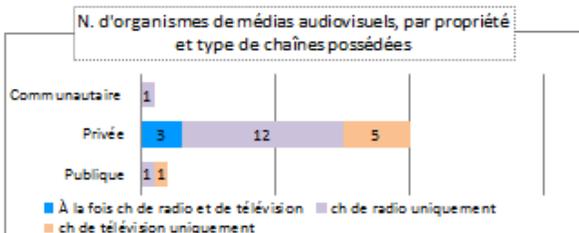
### PRESSE ÉCRITE



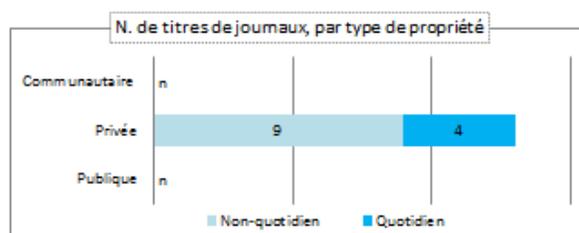
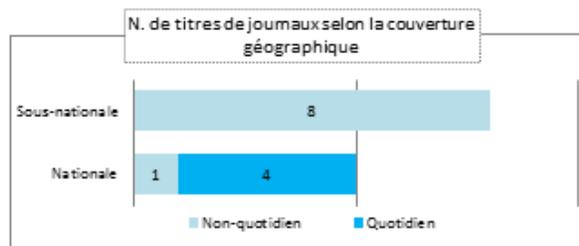
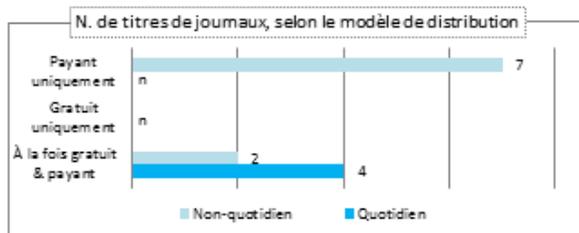
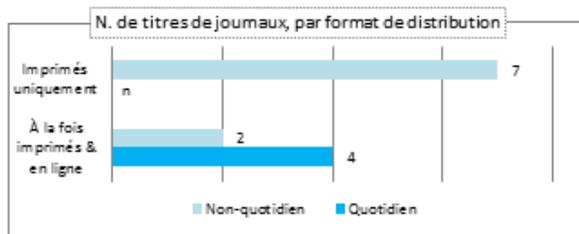
La Circulation moyenne comprend tous les exemplaires imprimés, et non pas seulement le nombre d'exemplaires vendus et distribués gratuitement.

# JAMAÏQUE EN BREF

## AUDIOVISUEL

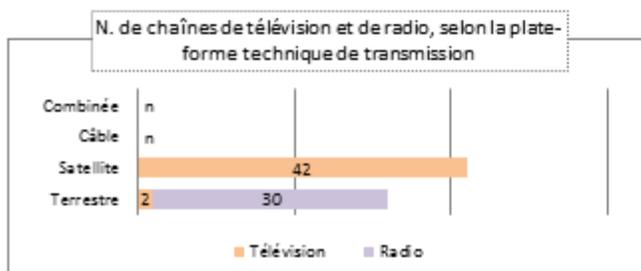
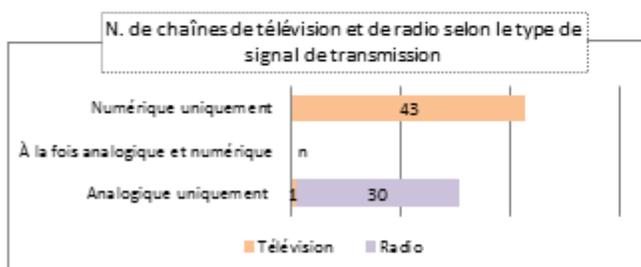
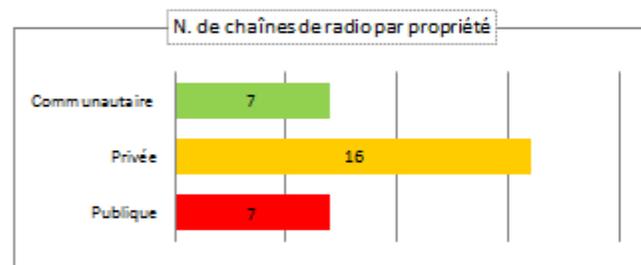
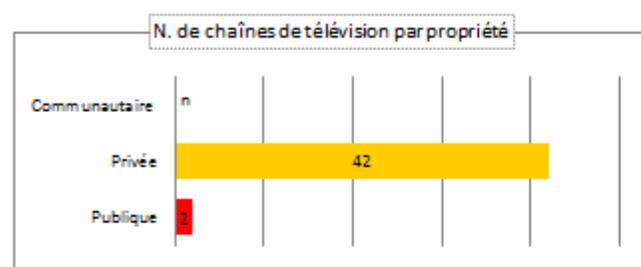
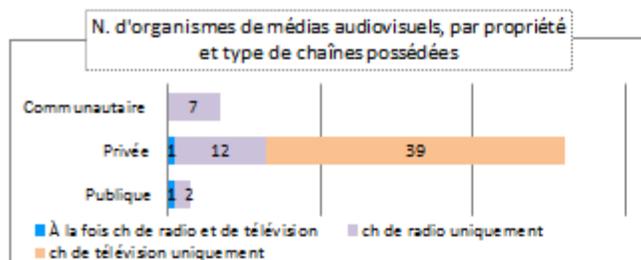


## PRESSE ÉCRITE

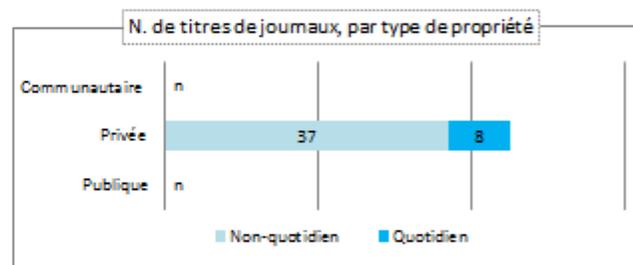
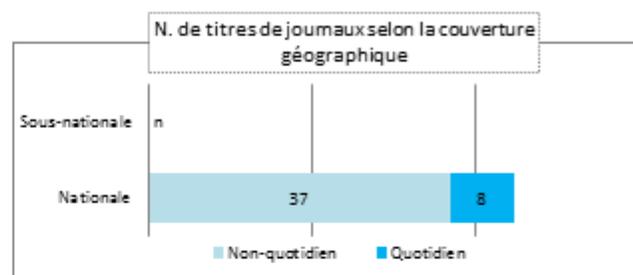
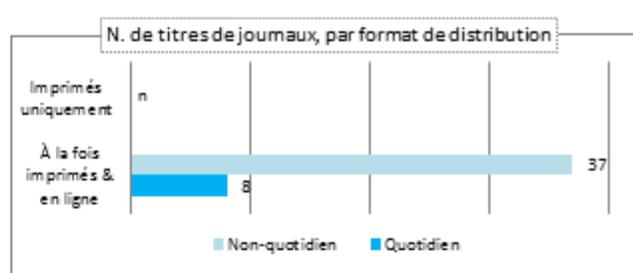


## JORDANIE EN BREF

### AUDIOVISUEL

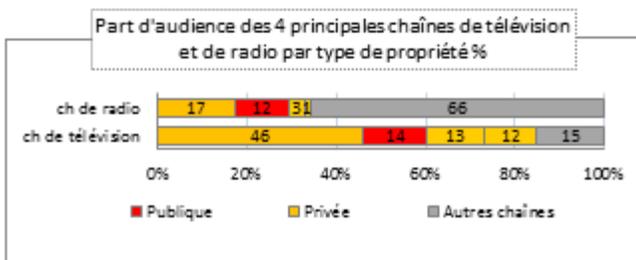
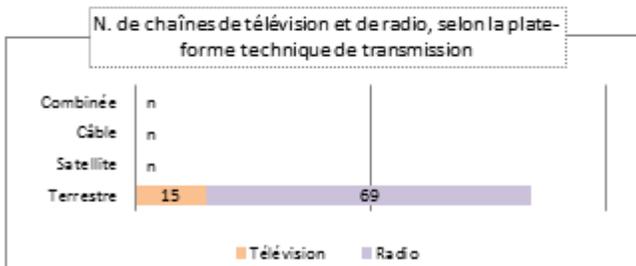
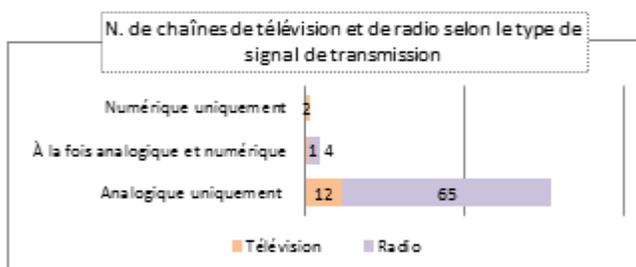
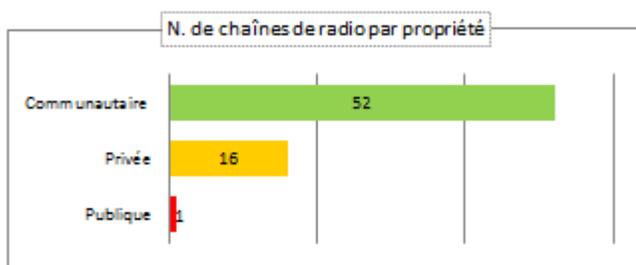
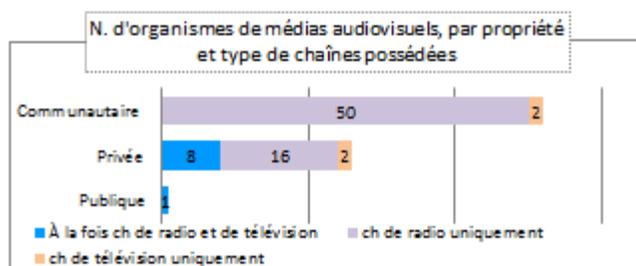


### PRESSE ÉCRITE



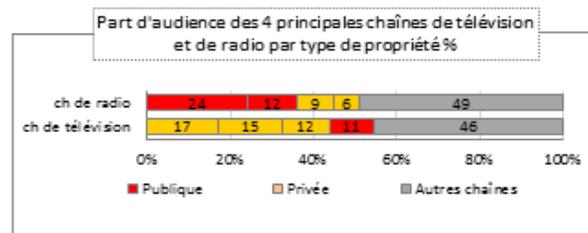
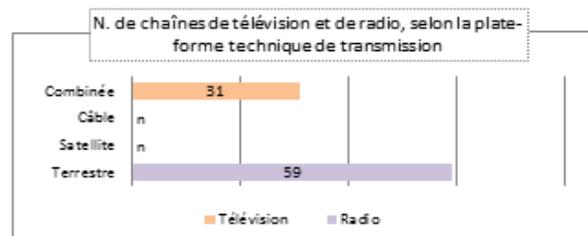
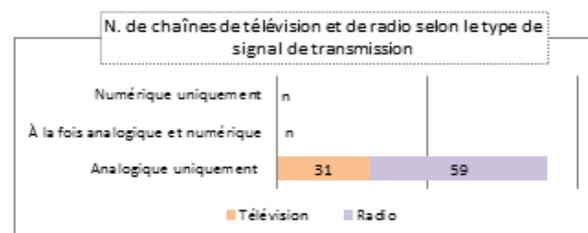
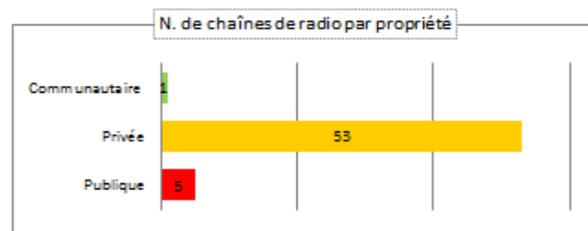
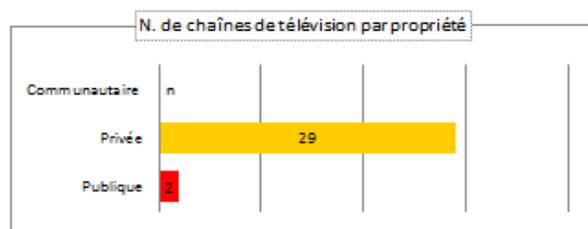
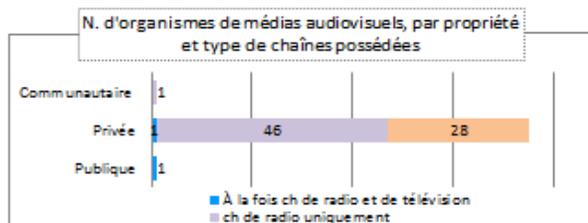
## KENYA EN BREF

### AUDIOVISUEL

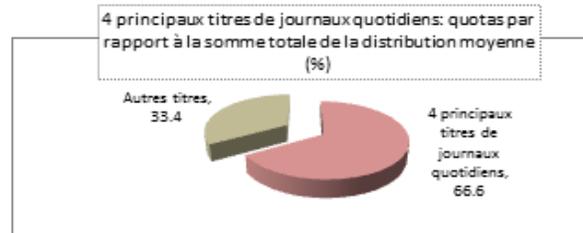
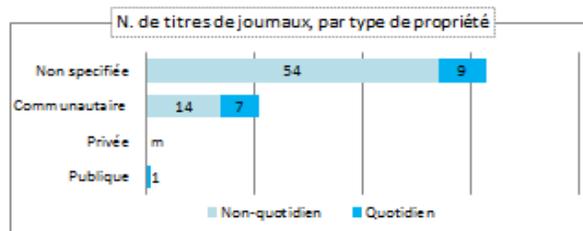
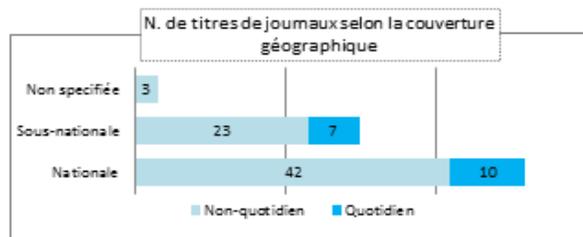
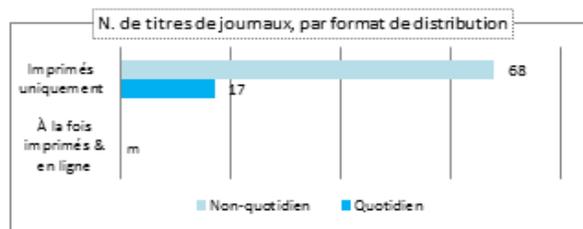


# LETTONIE EN BREF

## AUDIOVISUEL

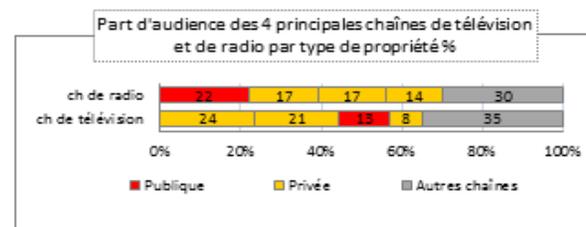
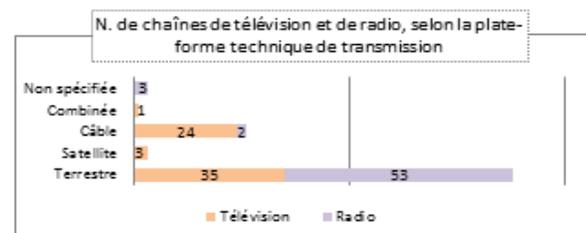
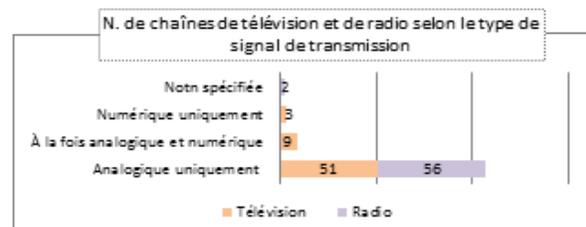
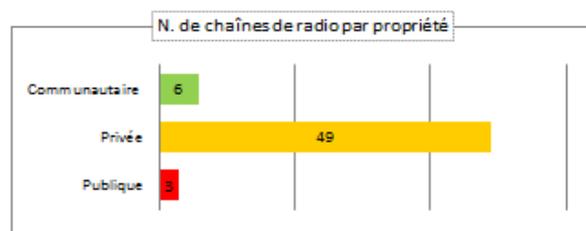
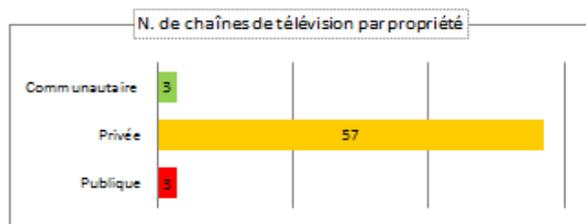
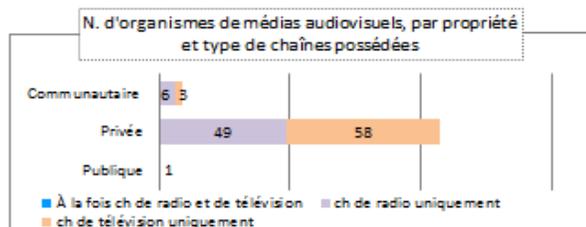


## PRESSE ÉCRITE

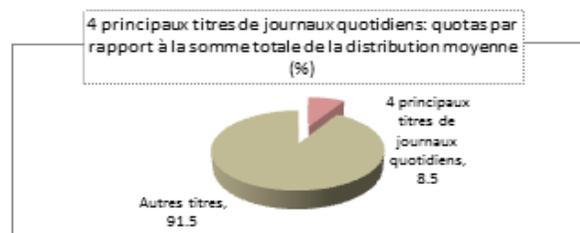
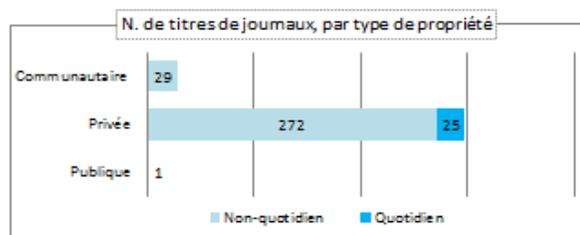
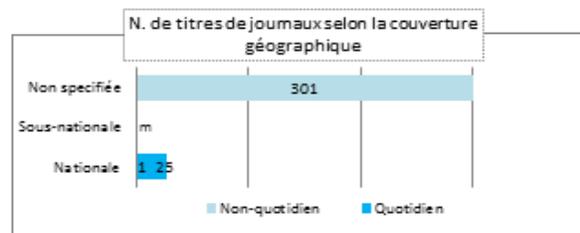
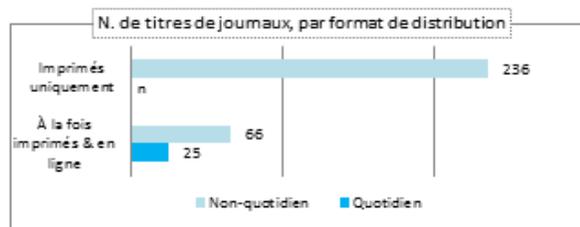


## LITUANIE EN BREF

### AUDIOVISUEL

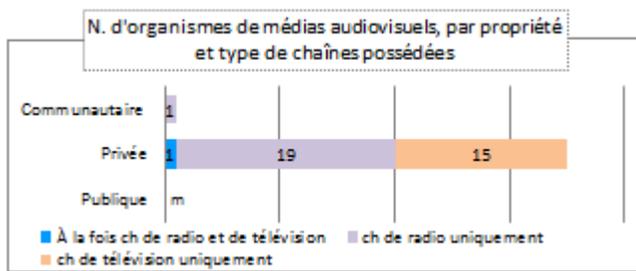


### PRESSE ÉCRITE



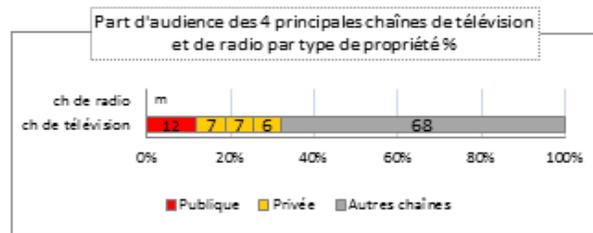
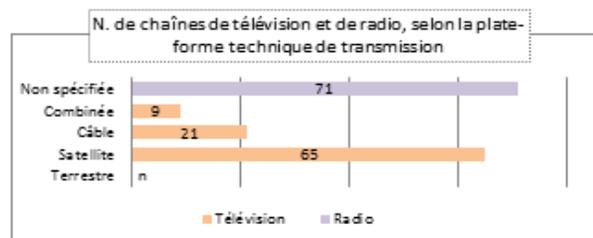
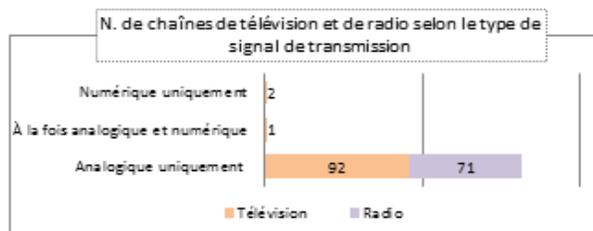
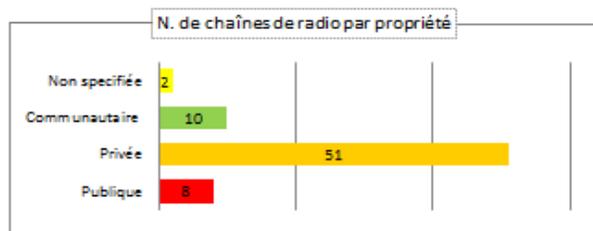
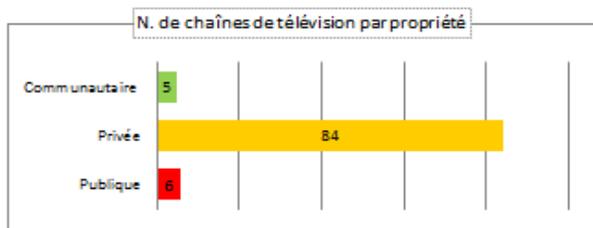
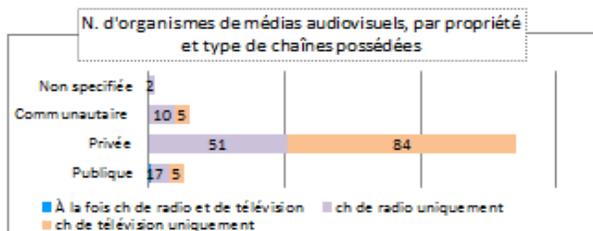
## MALAISIE EN BREF

### AUDIOVISUEL

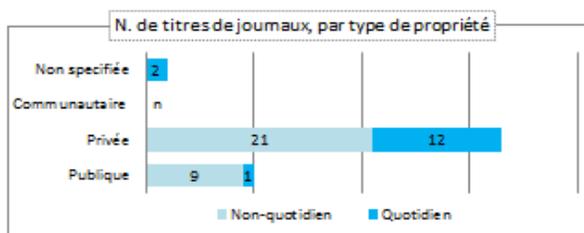
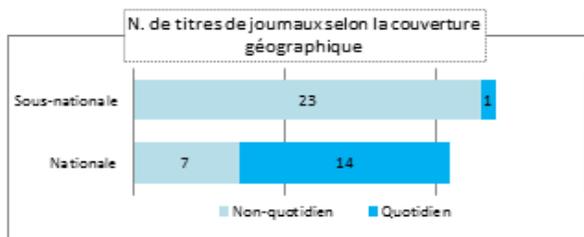
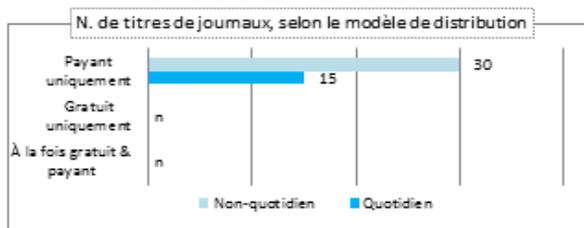
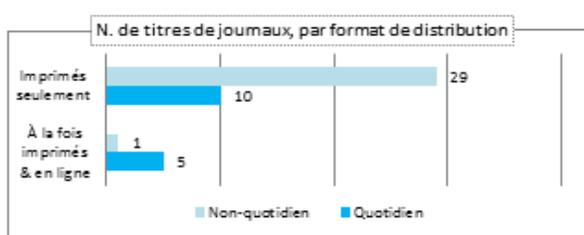


## MONGOLIE EN BREF

### AUDIOVISUEL



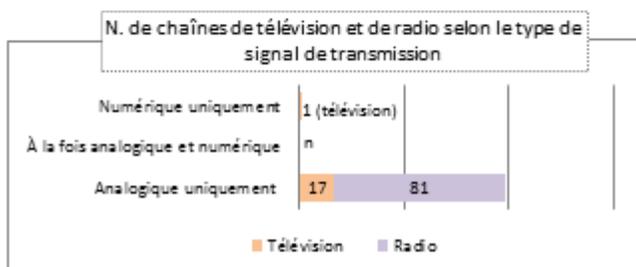
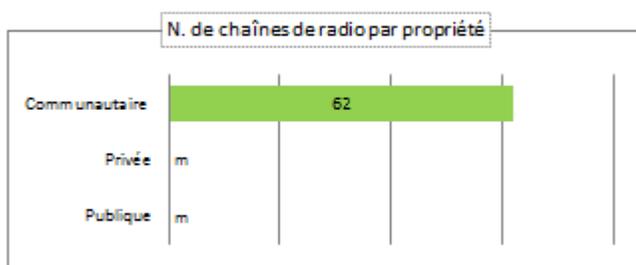
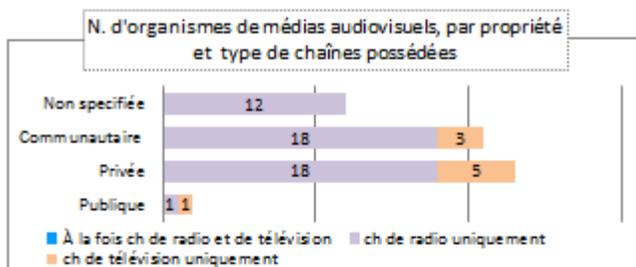
### PRESSE ÉCRITE



Les parts de marché des 4 principales chaînes de télévision, se réfèrent à la ville Ulaanbaatar seulement.

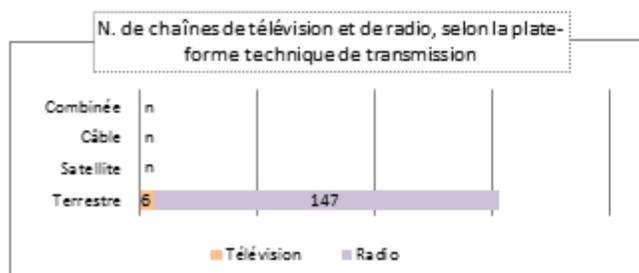
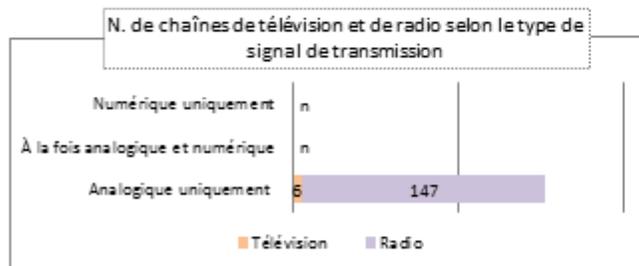
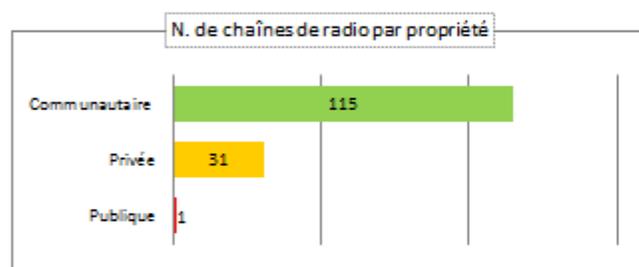
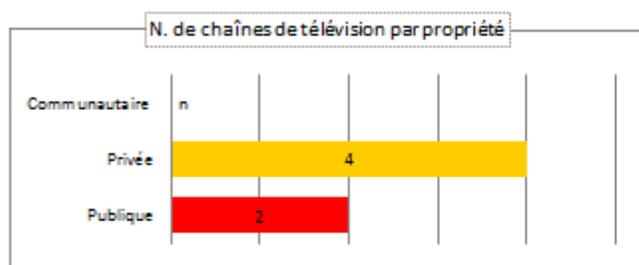
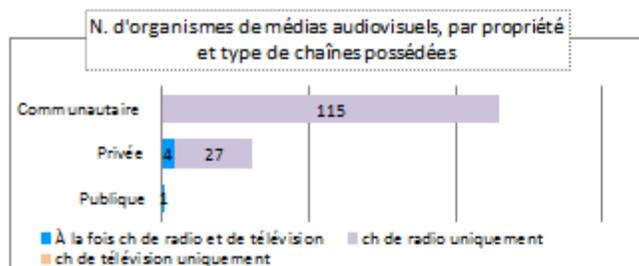
## MOZAMBIQUE EN BREF

### AUDIOVISUEL

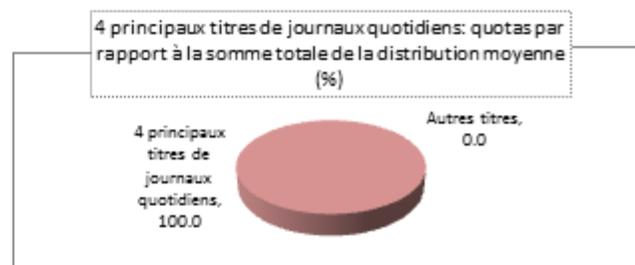
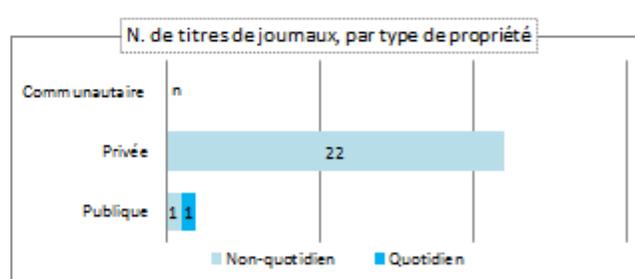
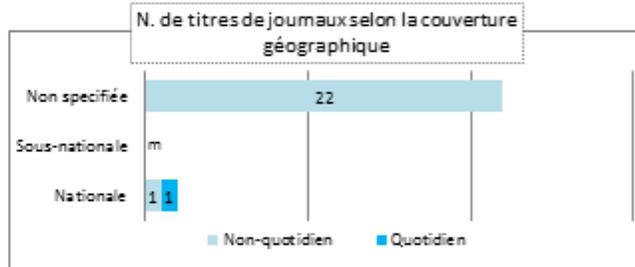
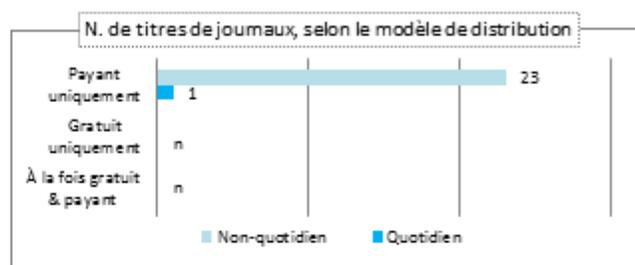
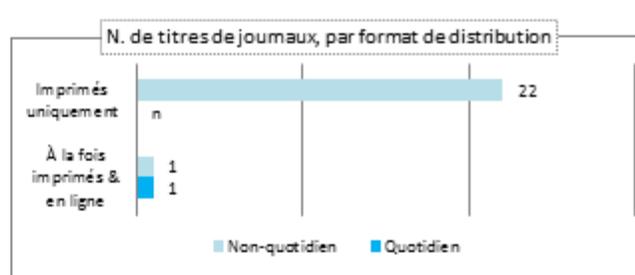


## NIGER EN BREF

### AUDIOVISUEL

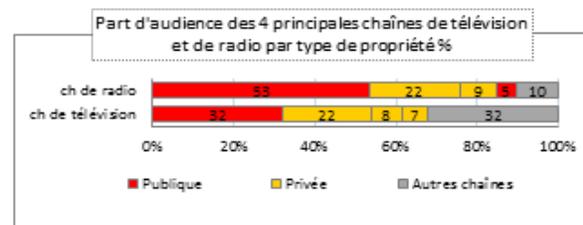
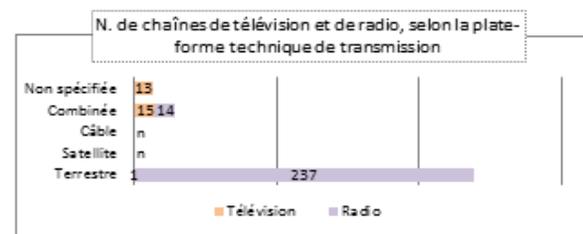
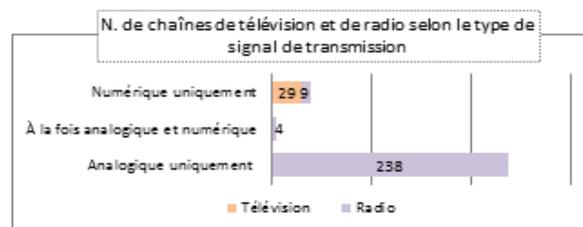
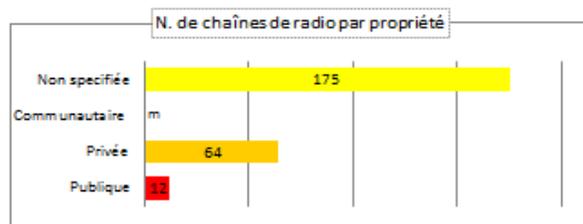
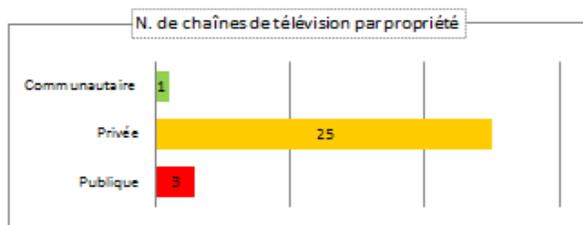
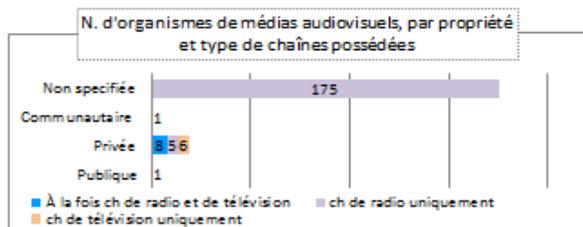


### PRESSE ÉCRITE

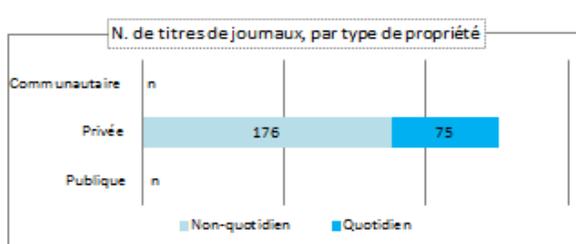
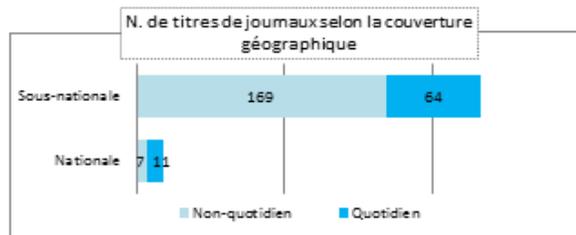
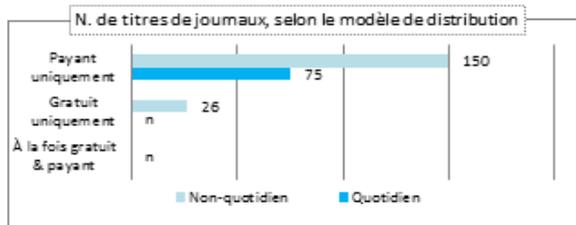
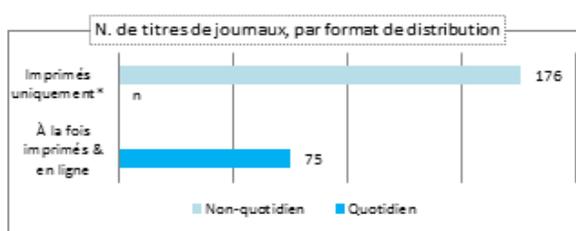


## NORVÈGE EN BREF

### AUDIOVISUEL



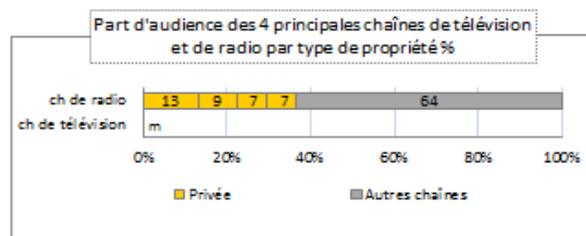
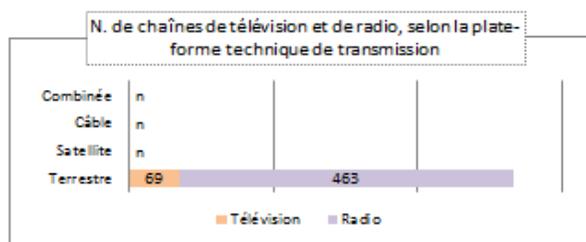
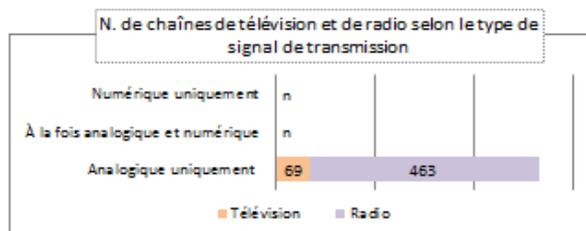
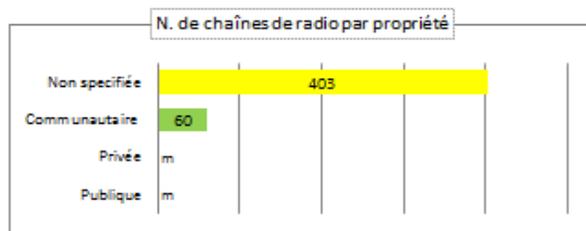
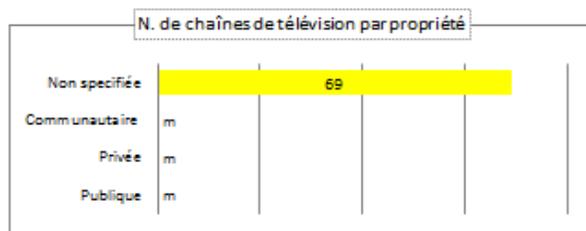
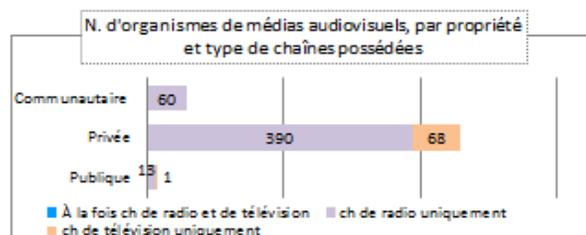
### PRESSE ÉCRITE



Les éditions des titre quotidiens à la fois imprimés et en ligne sont payants, mais les versions en ligne sont gratuites.

# REPUBLIQUE DOMINICAINE EN BREF

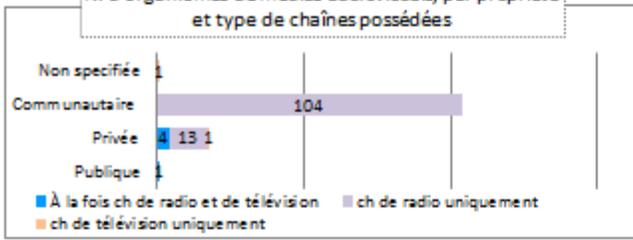
## AUDIOVISUEL



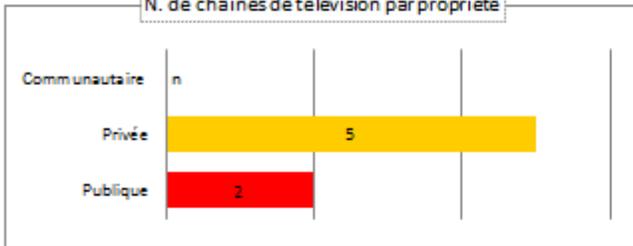
# SÉNÉGAL EN BREF

## AUDIOVISUEL

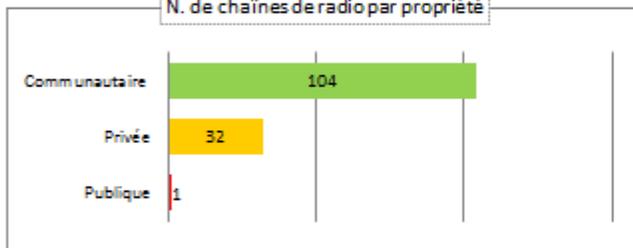
N. d'organismes de médias audiovisuels, par propriété et type de chaînes possédées



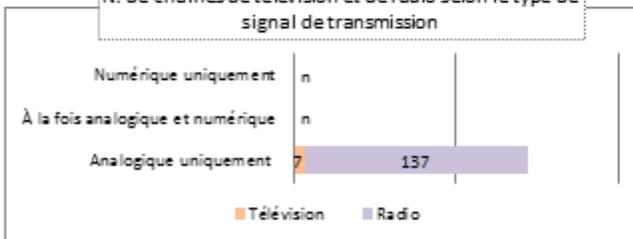
N. de chaînes de télévision par propriété



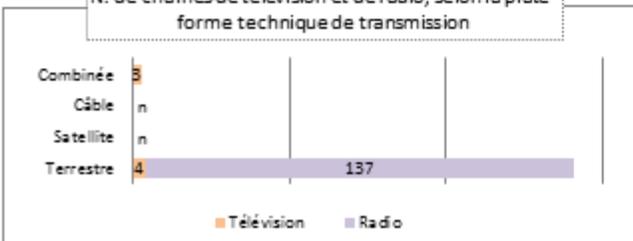
N. de chaînes de radio par propriété



N. de chaînes de télévision et de radio selon le type de signal de transmission

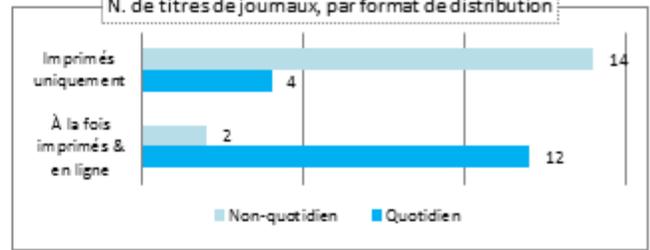


N. de chaînes de télévision et de radio, selon la plateforme technique de transmission

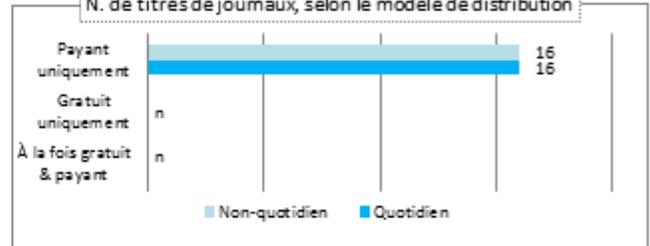


## PRESSE ÉCRITE

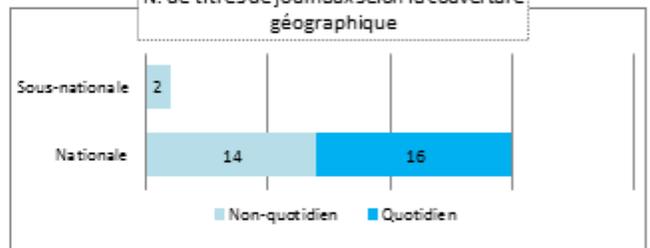
N. de titres de journaux, par format de distribution



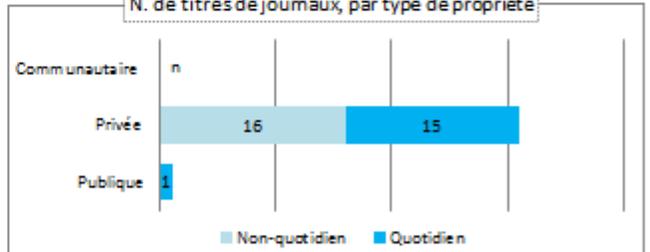
N. de titres de journaux, selon le modèle de distribution



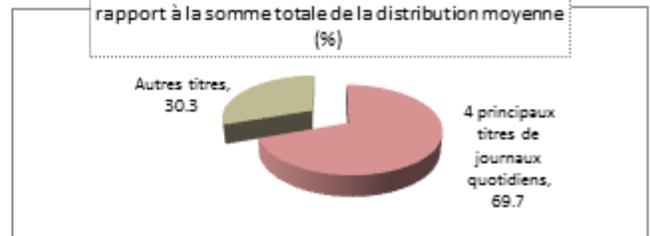
N. de titres de journaux selon la couverture géographique



N. de titres de journaux, par type de propriété

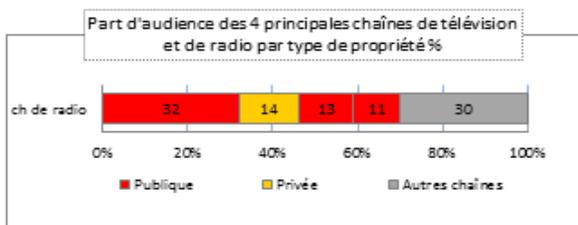
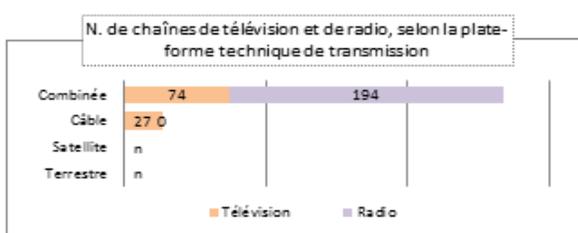
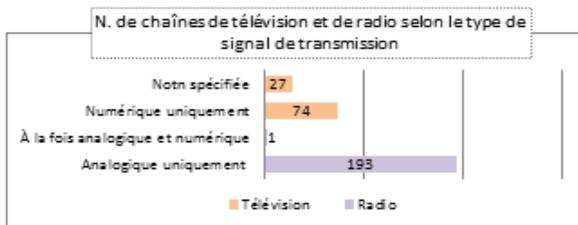
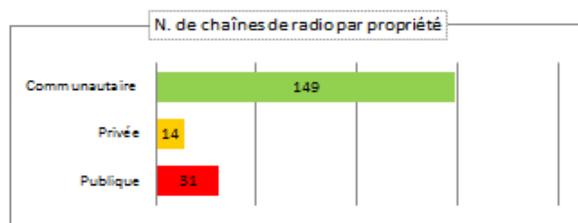
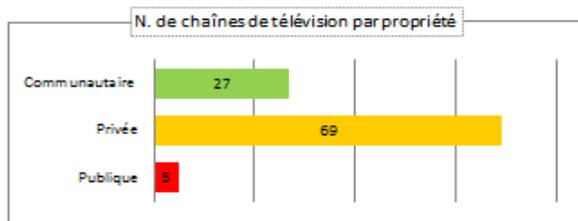
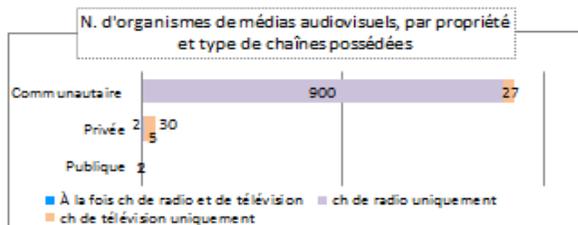


4 principaux titres de journaux quotidiens: quotas par rapport à la somme totale de la distribution moyenne (%)

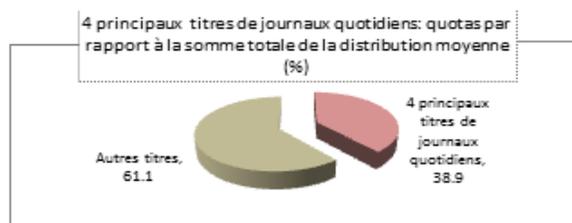
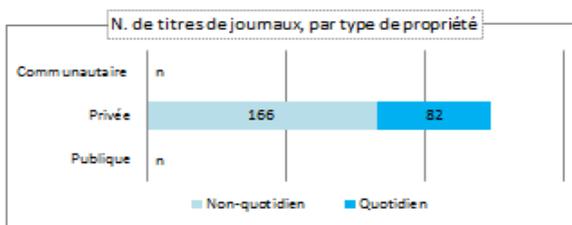
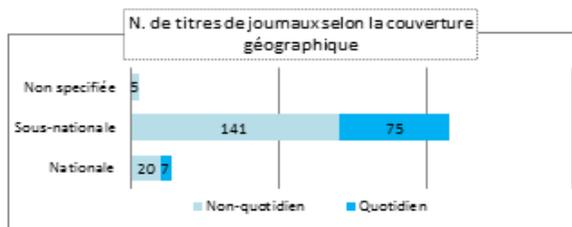
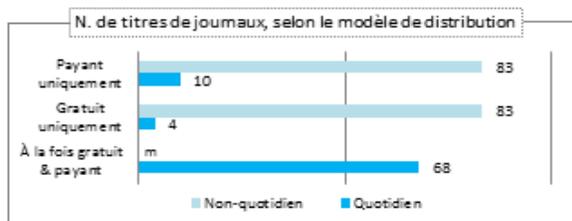
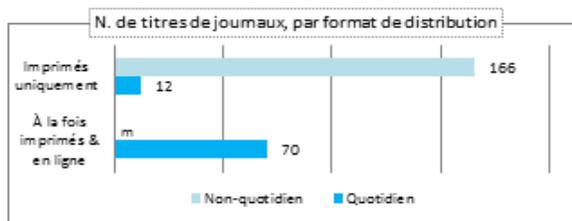


## SUÈDE EN BREF

### AUDIOVISUEL



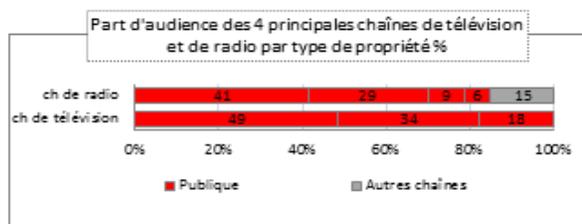
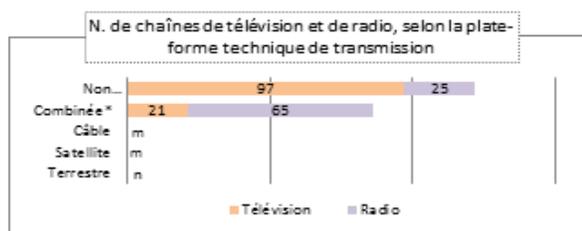
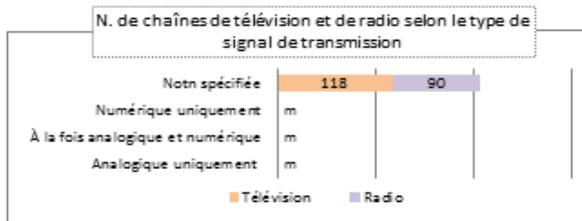
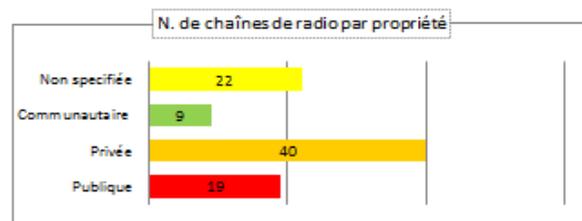
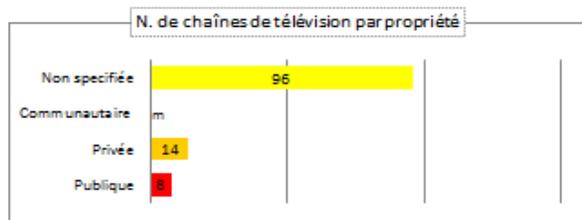
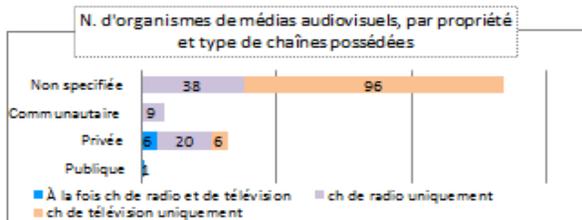
### PRESSE ÉCRITE



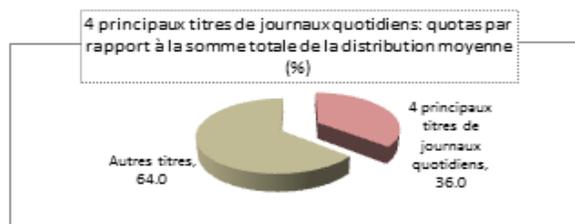
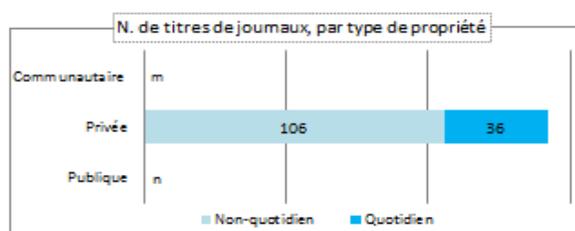
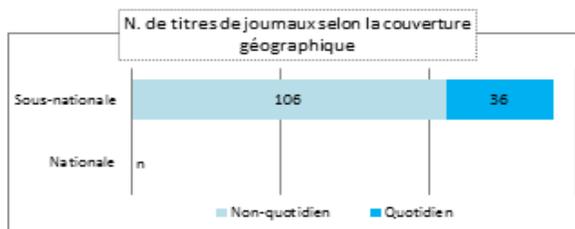
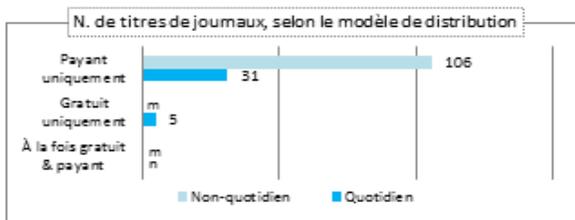
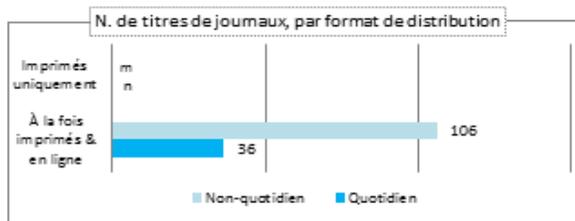
Plusieurs organismes de médias qui fournissent des chaînes de radio communautaires partagent une même chaîne. Ce qui explique que le nombre de chaînes est inférieur au nombre des organismes de médias.

## SUISSE EN BREF

### AUDIOVISUEL



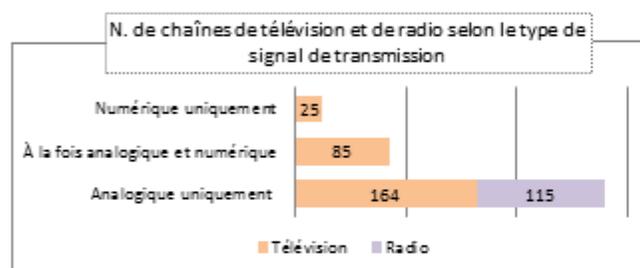
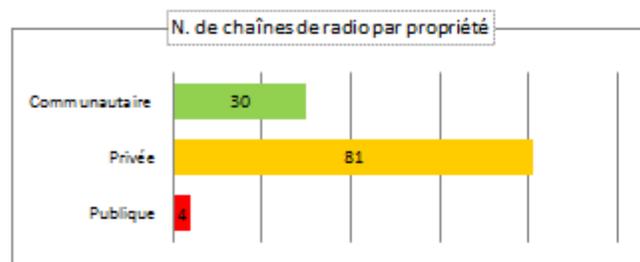
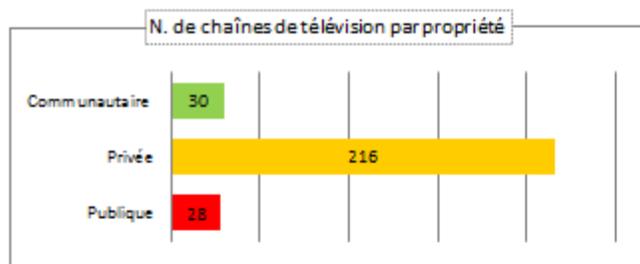
### PRESSE ÉCRITE



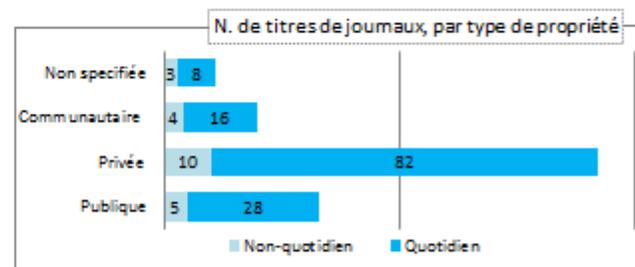
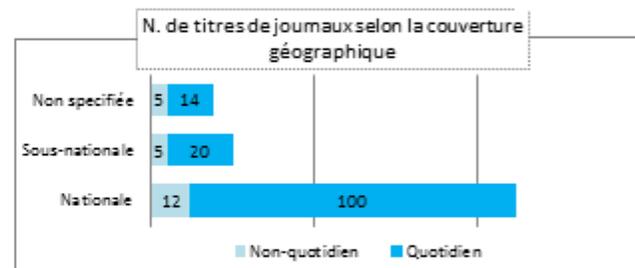
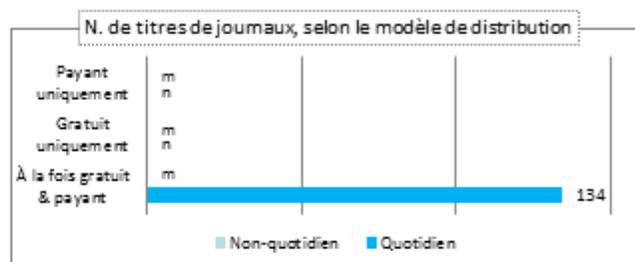
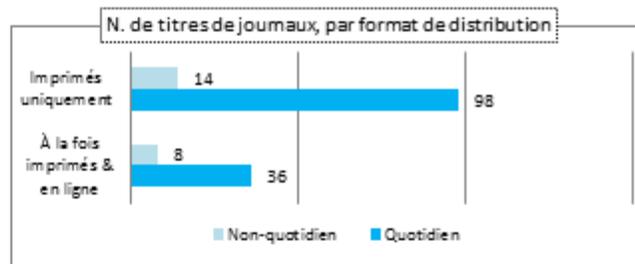
Les données sur les 4 principaux titres quotidiens se réfèrent à la région germanique seulement.

## UKRAINE EN BREF

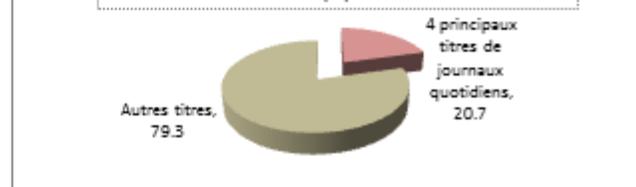
### AUDIOVISUEL



### PRESSE ÉCRITE



4 principaux titres de journaux quotidiens: quotas par rapport à la somme totale de la distribution moyenne (%)



## Annexe III

### Tableaux statistiques

Les symboles suivants ont été utilisés dans le présent rapport et dans les tableaux statistiques :

Symbole	Interprétation
m	données manquantes (ou non disponibles)
*	Données estimées ou provisoires
n	Chiffre nul
a	Catégorie sans objet
+1	Les données se réfèrent à 2010
-1	Les données se réfèrent à 2008
x	Données incluses dans une autre catégorie
y	Les données incluent une autre catégorie
p	Donnée partielle

#### Le cadre legal

Tableau LF1.	Existence des réglementations pour les medias .....	61
Tableau LF2.	Responsabilités de l'autorité de réglementation pour la radio et la télévision .....	62
Tableau LF3.	Responsabilités de l'autorité de réglementation pour la presse écrite .....	63
Tableau LF4.	Les autorités auxquelles les diffuseurs publics de la radio et la télévision doivent rendre des comptes dans une sélection de domaines .....	64
Tableau LF5.	Existence de dispositions juridiques qui définissent la radio et la télédiffusion communautaire.....	65
Tableau LF6.	Lois anti-concentration et anti-trust sur la propriété des medias	
Tableau LF7.	Limites de la propriété croisée des medias .....	65
Tableau LF8.	Quotas du contenu des médias d'origine nationale.....	66
Tableau LF9.	Année d'échéance et de basculement des diffusions analogiques .....	66
Tableau LF10.	Institutions responsables de l'octroi des droits à opérer un média .....	67

#### Statistiques sur l'Audiovisuel

Tableau B1.	Organismes de diffusion de medias .....	68
Tableau B2.	Chaînes de radio et de télévision du pays, selon le signal de transmission.....	69
Tableau B3.	Chaînes de radio du pays selon la pénétration technique.....	70
Tableau B4.	Chaînes de télévision du pays selon la pénétration technique.....	71
Tableau B5.	Caractéristiques des quatre principales chaînes de radio .....	72
Tableau B6.	Caractéristiques des quatre principales chaînes de télévision.....	74
Tableau B7.	Plates-formes techniques de transmission des 4 principales chaînes de radio et de télévision.....	76

#### Statistiques sur la Presse écrite

Tableau N1.	Titres de journaux quotidiens par propriété, par format de publication et modèles de distribution.....	77
Tableau N2.	Titres de journaux non quotidiens par propriété, format de publication et modèles de distribution.....	78
Tableau N3.	Titres de journaux nationaux quotidiens et non quotidiens par propriété .....	79

## LE CADRE LEGAL

**Tableau LF1. Existence des réglementations pour les médias**

Observation : ✓ correspond à *Oui* et ✗ correspond à *Non*

A : Existence d'une autorité de réglementation pour la radio et la télédiffusion

B : Existence d'un organisme d'auto régulation pour la radio et télédiffusion

C : Existence de garanties légales en place pour assurer la confidentialité des sources d'informations des journalistes

D : Existence de qualifications requises définies par la loi ou une réglementation pour la pratique du journalisme

E : Existence d'une disposition légale relative à l'accès de l'information détenue par l'État

F : Existence d'une autorité chargée de la réglementation pour la presse écrite

G : Existence d'un organisme d'auto régulation pour la presse écrite

Pays	A	B	C	D	E	F	G
Brésil	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗
Cameroun	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cap-Vert	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗
Danemark	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗
Dominique	✗	✗	...	✗	✗	✗	✗
Rép. Dominicaine	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
Equateur	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✓
Estonie	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✓
Finlande	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
Guinée	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Islande	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Italie	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗
Jamaïque	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Jordanie	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗
Kenya	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Lettonie	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗
Lituanie	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Malaisie	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
Mongolie	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Mozambique	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✓
Niger	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Norvège	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Sénégal	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Afrique du Sud	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Suède	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
Suisse	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
Ukraine	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Etats-Unis	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗
✓ (%)	96.4	42.9	81.5	42.9	85.7	46.4	53.6
✗ (%)	3.6	57.1	18.5	57.1	14.3	53.6	46.4

## Tableau LF2. Responsabilités de l'autorité de réglementation pour la radio et la télédiffusion

S'il existe une autorité de réglementation pour la radio et la télédiffusion, veuillez cocher les responsabilités

√. Autorité de réglementation

×. Non; pas de mandat dans notre pays

A. Non; le mandat est d'une autre entité

	Responsabilités								N. de Domaines sous la responsabilité de l'A.R
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	
Brésil	√	A	√	√	×	×	×	√	4
Cameroun	√	√	A	A	√	A	A	√	4
Cap-Vert	A	A	√	√	√	√	√	...	5
Danemark	√	A	A	√	√	A	...	A	3
Dominique	.	.	.	.	.	.	.	.	0
Rép. Dominicaine	√	√	√	A	A	√	A	√	5
Equateur	√	√	√	×	√	√	√	...	6
Estonie	√	A	A	√	√	A	A	√	4
Finlande	A	√	A	√	√	√	A	×	4
Guinée	√	√	√	√	√	√	√	√	8
Islande	√	O	A	√	√	√	×	...	4
Italie	√	√	A	√	√	√	√	√	7
Jamaïque	√	A	A	√	√	√	√	...	5
Jordanie	√	√	×	√	√	√	√	...	6
Kenya	√	√	√	√	√	√	√	√	8
Lettonie	√	A	√	√	√	√	√	√	7
Lituanie	√	A	A	√	×	√	√	...	4
Malaisie	√	√	√	√	√	√	A	...	6
Mongolie	√	√	√	√	√	√	√	√	8
Mozambique	√	A	A	A	√	√	√	√	5
Niger	√	√	√	√	√	×	√	√	7
Norvège	√	A	A	√	√	A	A	A	3
Sénégal	A	A	√	√	√	√	A	√	5
Afrique du Sud	√	√	A	√	√	A	A	...	4
Suède	√	A	A	√	√	√	×	A	4
Suisse	√	√	√	A	√	A	A	√	5
Ukraine	√	√	A	√	×	√	√	...	5
Etats-Unis	×	√	√	√	√	√	×	√	6
√(%)	82.1	53.6	46.4	78.6	82.1	67.9	48.1	73.7	
×(%)	3.6	0.0	3.6	3.6	10.7	7.1	14.8	5.3	
Autre entité différente	10.7	42.9	46.4	14.3	3.6	21.4	33.3	15.8	
. (Sans objet)	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.7	5.3	

R1 : Licence/autorisation de diffusion des chaînes

R2 : Gestion du spectre des fréquences

R3 : Surveillance des règles de concurrence et de concentration

R4 : Surveillance du temps alloué aux publicités diffusées à travers les médias audiovisuels

R5 : Surveillance des dispositions légales sur les contenus

R6 : Évaluation et/ou résolution des doléances des citoyens

R7 : Surveillance du Code de Conduite dans le secteur des médias audiovisuels

R8 : Propositions des politiques et réglementations

### Tableau LF3. Responsabilités de l'autorité de réglementation pour la presse écrite

√. Autorité de réglementation

×. pas de mandat dans notre pays

A. Non; le mandat est d'une autre entité

	Responsabilités							N. de Domaines sous la responsabilité de l'A.R
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	
Brésil	.	.	.	.	.	.	.	.
Cameroun	√	A	A	√	A	√	A	3
Cap-Vert	√	A	√	√	√	√	√	6
Danemark	×	A	×	×	√	...	A	1
Dominique	.	.	.	.	.	.	.	.
Rép. Dominicaine	.	.	.	.	.	.	.	.
Equateur	.	.	.	.	.	.	.	.
Estonie	.	.	.	.	.	.	.	.
Finlande	.	.	.	.	.	.	.	.
Guinée	√	√	×	√	√	√	√	6
Islande	.	.	.	.	.	.	.	.
Italie	×	A	×	×	×	×	√	1
Jamaïque	.	.	.	.	.	.	.	.
Jordanie	...	...	×	...	√	√	...	2
Kenya	√	...	...	...	...	...	...	1
Lettonie	.	.	.	.	.	.	.	0
Lituanie	√	A	√	√	√	√	√	5
Malaisie	√	√	√	√	√	√	A	6
Mongolie	.	.	.	.	.	.	.	.
Mozambique	√	√	A	√	A	√	√	5
Niger	×	√	...	√	×	√	√	3
Norvège	×	A	×	×	A	A	A	0
Sénégal	.	.	.	.	.	.	.	.
Afrique du Sud	.	.	.	.	.	.	.	.
Suède	.	.	.	.	.	.	.	.
Suisse	.	.	.	.	.	.	.	.
Ukraine	A	A	√	A	×	√	√	3
Etats-Unis	.	.	.	.	.	.	.	.
√(%)	25.9	15.4	15.4	26.9	22.2	34.6	26.9	
×(%)	14.8	0.0	19.2	11.5	11.1	3.8	0.0	
Autre entité différente	3.7	26.9	7.7	3.8	11.1	3.8	15.4	
. (Sans objet)	55.6	57.7	57.7	57.7	55.6	57.7	57.7	

R1 : Licence/autorisation de diffusion des chaînes

R2 : Surveillance des règles de concurrence et de concentration

R3 : Surveillance du temps alloué aux publicités diffusées à travers les médias audiovisuels

R4 : Surveillance des dispositions légales sur les contenus

R5 : Évaluation et/ou résolution des doléances des citoyens

R6 : Surveillance du Code de Conduite dans le secteur des médias audiovisuels

R7 : Propositions des politiques et réglementations

**Tableau LF4. Les autorités auxquelles les diffuseurs publics de la radio et la télévision doivent rendre des comptes dans une sélection de domaines**

	Domaines														
	Ligne éditoriale					Nomination des membres					Finance				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
Brésil				√		√			√		√		√		√
Cameroun				√					√					√	
Cap-Vert				√		√					√			√	
Danemark				√					√					√	
Dominique				√		√			√					√	
Rép. Dominicaine				√					√					√	
Equateur		√		√			√		√			√		√	
Estonie					√				√			√		√	√
Finlande				√					√		√			√	
Guinée	√					√					√			√	
Islande			√			√					√		√	√	
Italie	√	√	√	√		√		√			√				
Jamaïque				√		√			√		√			√	
Jordanie	√					√					√				
Kenya	√					√					√				
Lettonie		√					√					√			
Lituanie			√					√					√	√	
Malaisie	√	√	√	√		√	√	√	√		√	√	√	√	
Mongolie				√		√			√		√				
Mozambique		√				√					√				
Niger	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Norvège		√							√					√	
Sénégal	√	√		√		√			√		√			√	
Afrique du Sud				√		√		√						√	
Suède		√							√		√				
Suisse				√		√			√		√	√		√	
Ukraine				√		√	√	√	√		√			√	
Etats-Unis				√				√	√				√		
Nombre	6	8	4	17	1	16	4	6	17	0	17	5	5	18	1
(%)	22	30	15	63	4	59	15	22	63	0	63	19	19	67	4

A1 : Gouvernement

A2 : Autorité chargée de la réglementation

A3 : Corps législatif

A4 : Sa propre Gouvernance ou Directoire

A5 : Autre

... Données non disponibles



**Tableau LF8. Quotas du contenu des médias d'origine nationale (%)**

Pays	Radio channels		TV channels	
	Public	Private	Public	Private
Brésil	.	.	.	.
Cameroun	51	51	30	30
Cap-Vert	85	65	45	35
Danemark	-	-	-	-
Dominique	...	...	...	...
Rép. Dominicaine	.	.	.	.
Equateur	.	.	.	.
Estonie	.	10	.	10
Finlande	.	.	.	.
Guinée	70	60	70	60
Islande	.	.	45	.
Italie	.	.	20	10
Jamaïque	-	-	-	-
Jordanie	...	...	...	...
Kenya	60	60	60	60
Lettonie	.	.	.	.
Lituanie	.	.	.	.
Malaisie	...	...	...	60
Mongolie	...	...	...	50
Mozambique	...	...	...	...
Niger	...	...	...	...
Norvège	.	.	.	.
Sénégal	60	60	60	60
Afrique du Sud	40	25	75	35
Suède	.	.	.	.
Suisse	.	.	.	.
Ukraine	85	65	18	16
Etats-Unis	.	.	.	.

... Données non disponibles

- Chiffre nul ou négligeable

. Catégorie sans objet

**Tableau LF9. Année d'échéance et de basculement des diffusions analogiques**

Pays	Année
Brésil	2016
Cameroun	.
Cap-Vert	2015
Danemark	2009
Dominique	.
Rép. Dominicaine	2015
Equateur	.
Estonie	2010
Finlande	2007
Guinée	2015
Islande	2013
Italie	2012
Jamaïque	.
Jordanie	.
Kenya	2015
Lettonie	2010
Lituanie	2012
Malaisie	2015
Mongolie	2015
Mozambique	2013
Niger	2015
Norvège	2009
Sénégal	2015
Afrique du Sud	2014
Suède	2007
Suisse	.
Ukraine	2012
Etats-Unis	2009

**Tableau LF10. Institutions responsables de l'octroi des droits à opérer un média**

	Formes de droit: licence					Formes de droit: Inscription				
	Télévision			Radio	Presse écrite	Télévision			Radio	Presse écrite
	Terrestre	Câble	Satellite			Terrestre	Câble	Satellite		
Brésil	C	A	.	C	F	C	A	A	C	F
Cameroun	C	.	.	C	...	C	.	.	C	...
Cap-Vert	B	C	C	B	A	A	A	A	A	A
Danemark	A	.	.	A	.	A	A	A	A	...
Dominique	C	C	.	C	C	.	.	.	.	.
Rép. Dominicaine	A	...	...	A	...	...	...	...	...	...
Equateur	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Estonie	E	E	...	E	...	E	E	...	E	E
Finlande	E	.	.	E	.	A	A	.	.	.
Guinée	D	D	D	D	...	D	D	D	D	...
Islande	A	A	...	A	...	A	A	A	A	...
Italie	...	...	...	...	...	A	A	A	A	A
Jamaïque	C	C	...	C	...	...	...	...	...	...
Jordanie	...	...	...	A	B	...	...	A	A	C
Kenya	A	A	...	A	A	A	A	.	A	A
Lettonie	A	A	.	A	.	A	A	A	A	F
Lituanie	A	A	.	A	.	A	A	A	A	F
Malaisie	A	A	.	A	...	A	A	A	A	...
Mongolie	A	A	F	A	F	D	D	D	D	D
Mozambique	A	...	...	A	A	A	...	...	...	...
Niger	A	A	A	A	F	A	A	A	A	A
Norvège	A-C	.	D	A-C	.	.	A	A	.	.
Sénégal	B	B	A	B	...	C	C	C	C	...
Afrique du Sud	A	A	F	A	F	A	A	A	A	F
Suède	A	...	...	A	...	...	...	...	...	F
Suisse	A	A	...	A	...	A	A	A	A	...
Ukraine	A	A	.	A	A	A	A	A	A	A
Etats-Unis	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
A	14	11	2	15	4	14	15	14	13	5
B	2	1	0	2	1	0	0	0	0	0
C	5	3	1	5	1	3	1	1	3	1
D	1	1	2	1	0	2	2	2	2	1
E	2	1	0	2	0	1	1	0	1	1
F	0	0	2	0	4	0	0	0	0	5

- A : Autorité chargée de la réglementation
- B : Chef de l'exécutif (Président ou Premier Ministre)
- C : Ministère de tutelle
- D : Corps législatif
- E : Cabinet exécutif
- F : Autre

... Données non disponibles  
 . Catégorie sans objet

# STATISTIQUES SUR L'AUDIOVISUEL

## Tableau B1. Organismes de diffusion de médias

	Nombre d'organismes de diffusion de médias du pays				Nombre d'organismes de diffusion de médias du pays possédant des chaînes de télévision seulement				Nombre d'organismes de diffusion de médias du pays possédant des chaînes de radio seulement			
	Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total
	2009				2009				2009			
Brésil	...	...	4 043 <sup>p,+1</sup>	9 905 <sup>+1</sup>	...	...	68 <sup>+1</sup>	68 <sup>p,+1</sup>	...	...	3 975 <sup>+1</sup>	3 975 <sup>p,+1</sup>
Cameroun	1	107	36	144	-	27	-	27	-	75	36	111
Cap-Vert	1	9	7	17	-	1	-	1	-	7	7	14
Danemark	10	...	286 <sup>p</sup>	296 <sup>p</sup>	8	...	129	137 <sup>p</sup>	-	...	157	157 <sup>p</sup>
Dominique	1	8	3	12	-	2	-	2	1	6	3	10
Rép. Dominicaine	14 <sup>+1</sup>	458 <sup>+1</sup>	60 <sup>+1</sup>	532 <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	68 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	69 <sup>+1</sup>	13 <sup>+1</sup>	390 <sup>+1</sup>	60 <sup>+1</sup>	463 <sup>+1</sup>
Equateur	...	...	...	...	...	...	- <sup>+1</sup>	...	...	...	...	...
Estonie	1	22	3	26	-	7	-	7	-	14	3	17
Finlande	1	37	6	44	-	8	...	8 <sup>p</sup>	-	26	6	32
Guinée	1	11 <sup>p</sup>	29 <sup>p</sup>	42	-	1	-	1	-	10 <sup>p</sup>	29 <sup>p</sup>	40
Islande	2	11	4	17	-	3	1	4	1	7	3	11
Italie	1 <sup>+1</sup>	1083 <sup>+1</sup>	250 <sup>+1</sup>	1334 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	404 <sup>+1</sup>	100 <sup>+1</sup>	504 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	624 <sup>+1</sup>	150 <sup>+1</sup>	774 <sup>+1</sup>
Jamaïque	2	20	1	23	1	5	...	6 <sup>p</sup>	1	12	1	14
Jordanie	3	52	7	62	-	39	-	39	2	12	7	21
Kenya	1 <sup>+1</sup>	26 <sup>+1</sup>	52 <sup>+1</sup>	79 <sup>+1</sup>	.	2 <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	4 <sup>+1</sup>	.	16 <sup>+1</sup>	50 <sup>+1</sup>	66 <sup>+1</sup>
Lettonie	1	75	1	77	-	28	-	28	-	46	1	47
Lituanie	1	107	9	117	-	58	3	61	-	49	6	55
Malaisie	...	35	1	36 <sup>p</sup>	...	15	-	15 <sup>p</sup>	...	19	1	20 <sup>p</sup>
Mongolie	13 <sup>p,+1</sup>	135 <sup>p,+1</sup>	15 <sup>p,+1</sup>	165 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	84 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	94 <sup>+1</sup>	7 <sup>p,+1</sup>	51 <sup>p,+1</sup>	10 <sup>p,+1</sup>	70 <sup>+1</sup>
Mozambique	2 <sup>p</sup>	23 <sup>p</sup>	21 <sup>p</sup>	58	1	5	3	9	1 <sup>p</sup>	18 <sup>p</sup>	18 <sup>p</sup>	49
Niger	1 <sup>+1</sup>	31 <sup>+1</sup>	115 <sup>+1</sup>	147 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	27 <sup>+1</sup>	115 <sup>+1</sup>	142 <sup>+1</sup>
Norvège	1	19 <sup>p</sup>	1 <sup>p</sup>	196	-	6	1	7	-	5	...	180 <sup>p</sup>
Sénégal	1	18	104	124	-	2	-	2	-	13	104	117
Afrique du Sud	1	12	140	153	-	2	2	4	-	9	138	147
Suède	3	37	927	967	2	30	27	59	1	5	900	906
Suisse	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Ukraine	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Etats-Unis	1	118 <sup>p</sup>	43 <sup>p</sup>	729 <sup>p</sup>	-	90	32	122	...	...	...	567*

... Données non disponibles

\* Estimation du pays

- Chiffre nul ou négligeable

. Catégorie sans objet

+1 Les données se réfèrent à 2010

p Donnée partielle

x Données incluses dans une autre catégorie

y Les données incluent une autre catégorie

Tableau 1 (suite)

Tableau B2. Chaînes de radio et de télévision du pays, selon le signal de transmission

Nombre d'organismes de diffusion de médias du pays possédant à la fois des chaînes de radio et des chaînes de télévision				Nombre de chaînes de télévision du pays, par signal de transmission				Nombre de chaînes de radio du pays, par signal de transmission				
Publique	Privée	Communautaire	Total	chaînes analogiques	chaînes numériques	A la fois chaînes analogiques et numériques	Total	chaînes analogiques	chaînes numériques	A la fois chaînes analogiques et numériques	Total	
2009				2009				2009				
...	...	...	...	...	.	...	...	...	.	.	...	Brésil
1	5	-	6	1	-	26	27	126	-	1	127	Cameroun
1	1	-	2	3	-	-	3	17	-	-	17	Cap-Vert
2	...	...	2 <sup>P</sup>	...	...	...	...	...	...	...	...	Danemark
-	-	-	-	2	-	-	2	-	10	-	10	Dominique
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	69 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	69 <sup>+1</sup>	463 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	463 <sup>+1</sup>	Rép. Dominicaine
...	...	- <sup>+1</sup>	...	307 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	308 <sup>+1</sup>	699 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	699 <sup>+1</sup>	Equateur
1	1	-	2	15	-	-	15	34	-	-	34	Estonie
1	3	-	4	-	28	-	28	62	2	-	64	Finlande
1	-	-	1	-	-	3	3	41 <sup>P</sup>	-	1 <sup>P</sup>	44	Guinée
1	1	-	2	-	-	10	10	22	-	1	23	Islande
1 <sup>+1</sup>	55 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	56 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	159 <sup>+1</sup>	719 <sup>+1</sup>	878 <sup>+1</sup>	770 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	30 <sup>+1</sup>	800 <sup>+1</sup>	Italie
-	3	-	3	19	-	-	19	21	-	-	21	Jamaïque
1	1	-	2	1	43	-	44	30	-	-	30	Jordanie
1 <sup>+1</sup>	8 <sup>+1</sup>	.	9 <sup>+1</sup>	12 <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	15 <sup>+1</sup>	65 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	4 <sup>+1</sup>	69 <sup>+1</sup>	Kenya
1	1	-	2	31	-	-	31	59	-	-	59	Lettonie
1	-	-	1	51	3	9	63	58	-	-	58	Lituanie
...	1	-	1 <sup>P</sup>	...	...	...	...	...	...	...	...	Malaisie
1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	92 <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	95 <sup>+1</sup>	71 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	71 <sup>+1</sup>	Mongolie
-	-	-	-	17	1	-	18	81	-	-	81	Mozambique
1 <sup>+1</sup>	4 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	6 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	6 <sup>+1</sup>	147 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	147 <sup>+1</sup>	Niger
1	8	...	9 <sup>P</sup>	-	29	-	29	238	9	4	251	Norvège
1	4	-	5	7	-	-	7	137	-	-	137	Sénégal
1	1	-	2	-	63	4	67	138	-	34	172	Afrique du Sud
-	2	-	2	-	74	-	101	193	-	1	194	Suède
1	6	-	7	...	...	...	118	...	...	...	90	Suisse
...	...	...	...	164	25	85	274	115	-	-	115	Ukraine
1	28	11	40	...	5 <sup>P</sup>	...	402	...	...	...	...	Etats-Unis

... Données non disponibles

\* Estimation du pays

- Chiffre nul ou négligeable

. Catégorie sans objet

+1 Les données se réfèrent à 2010

p Donnée partielle

x Données incluses dans une autre catégorie

y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B3. Chaînes de radio du pays selon la pénétration technique**

	Nombre de chaînes de radio du pays ayant une pénétration technique supérieure à 75 % des ménages				Nombre de chaînes de radio du pays ayant une pénétration technique entre 25 % et 75 % des ménages				Nombre de chaînes de radio du pays ayant une pénétration technique inférieure à 25 % des ménages			
	Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total
	2009				2009				2009			
Brésil	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Cameroun	1	-	-	1	-	-	-	-	15	75	36	126
Cap-Vert	2	1	-	3	-	7	-	7	-	-	7	7
Danemark	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Dominique	1	2	-	3	-	2	1	3	-	-	-	-
Rép. Dominicaine	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Equateur	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	18 <sup>+1</sup>	12 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	30 <sup>+1</sup>	33 <sup>+1</sup>	634 <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	669 <sup>+1</sup>
Estonie	5	7	1	13	-	10	1	11	-	7	2	9
Finlande	7	9	-	16	-	1	-	1	-	41	6	47
Guinée	-	-	-	-	2	-	-	2	-	11	30	41
Islande	3	8	1	12	-	2	1	3	3	3	2	8
Italie	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Jamaïque	1	8	-	9	-	11	-	11	-	-	1	1
Jordanie	4	-	-	4	1	4	1	6	2	12	6	20
Kenya	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	3 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	4 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	13 <sup>+1</sup>	52 <sup>+1</sup>	65 <sup>+1</sup>
Lettonie	4	3	-	7	1	13	-	14	-	37	1	38
Lituanie	3	9	-	12	-	6	-	6	-	34	6	40
Malaisie	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Mongolie	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	3 <sup>+1</sup>	18 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	26 <sup>+1</sup>	4 <sup>p,+1</sup>	33 <sup>p,+1</sup>	5 <sup>p,+1</sup>	44 <sup>+1</sup>
Mozambique	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Niger	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	30 <sup>+1</sup>	115 <sup>+1</sup>	145 <sup>+1</sup>
Norvège	11	2	-	13	1	-	-	1	-	62 <sup>p</sup>	...	237 <sup>p</sup>
Sénégal	1	-	-	1	-	4	-	4	-	8	104	112
Afrique du Sud	-	-	-	-	-	-	-	-	18	16	138	172
Suède	4	-	-	4	-	-	-	-	27	-	149	176
Suisse	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	9	9 <sup>p</sup>
Ukraine	2	56	26	84	1	18	3	22	1	7	1	9
Etats-Unis	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- . Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B4. Chaînes de télévision du pays selon la pénétration technique**

Nombre de chaînes de télévision du pays ayant une pénétration technique supérieure à 75 % des ménages				Nombre de chaînes de télévision du pays ayant une pénétration technique entre 25 % et 75 % des ménages				Nombre de chaînes de télévision du pays ayant une pénétration technique inférieure à 25 % des ménages				
Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total	
2009				2009				2009				
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Brésil
1	5 <sup>y</sup>	x	6	-	10 <sup>y</sup>	x	10	-	11 <sup>y</sup>	x	11	Cameroun
1	-	-	1	-	2	-	2	-	-	-	-	Cap-Vert
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Danemark
-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	Dominique
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Rép. Dominicaine
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	3 <sup>+1</sup>	42 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	45 <sup>+1</sup>	9 <sup>+1</sup>	254 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	263 <sup>+1</sup>	Equateur
2	11	-	13	-	1	-	1	-	1	-	1	Estonie
4	24	-	28	-	-	-	-	-	-	-	-	Finlande
-	-	-	-	1	-	-	1	1	1	-	2	Guinée
1	8	1	10	-	-	-	-	-	-	-	-	Islande
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Italie
-	2	-	2	1	16	-	17	-	-	...	...	Jamaïque
2	42	-	44	-	-	-	-	-	-	-	-	Jordanie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Kenya
2	6	-	8	-	-	-	-	-	23	-	23	Lettonie
3	10	-	13	-	2	-	2	-	45	3	48	Lituanie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Malaisie
1 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	6 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	33 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	38 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	46 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	51 <sup>+1</sup>	Mongolie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Mozambique
1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	3 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	4 <sup>+1</sup>	Niger
3	12	-	15	-	-	-	-	-	13	1 <sup>1</sup>	14 <sup>1</sup>	Norvège
1	-	-	1	-	3	-	3	1	2	-	3	Sénégal
-	-	-	-	3	1	-	4	-	61	2	63	Afrique du Sud
5	5	-	10	-	15	-	15	-	49	27	76	Suède
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Suisse
18	160	26	204	7	42	3	52	3	14	1	18	Ukraine
...	153 <sup>P</sup>	13 <sup>P</sup>	166 <sup>P</sup>	...	83 <sup>P</sup>	3 <sup>P</sup>	86 <sup>P</sup>	...	47 <sup>P</sup>	2 <sup>P</sup>	49 <sup>P</sup>	Etats-Unis

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- . Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B5. Caractéristiques des quatre principales chaînes de radio**

	Part d'audience des 4 principales chaînes de radio (%)				Pénétration technique des 4 principales chaînes de radio (%)				Caractéristiques des 4 principales chaînes de radio (Source de revenu émanant d'une subvention ou d'un don public %)			
	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne
	2009				2009				2009			
Brésil	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Cameroun	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Cap-Vert	45	17	11	10	...	...	...	...	91.3	-	-	-
Danemark	42.6	19.6	6.1	5.5	99	99	99	37	-	-	-	-
Dominique	...	...	...	...	...	...	...	...	-	-	-	-
Rép. Dominicaine	13 <sup>+1</sup>	9.5 <sup>+1</sup>	6.7 <sup>+1</sup>	6.7 <sup>+1</sup>	...	...	...	...	...	...	...	...
Equateur	...	...	...	...	15 <sup>+1</sup>	12 <sup>+1</sup>	18 <sup>+1</sup>	14 <sup>+1</sup>	...	...	100 <sup>+1</sup>	...
Estonie	20	12	8.4	8.4	100	100	100	100	100	-	100	-
Finlande	36	11	8	5	100	99	90	86	-	-	-	-
Guinée	...	...	...	...	50	25	15	10	...	...	...	...
Islande	36	30	20	6	...	...	...	...	66	.	66	.
Italie	16 <sup>*,+1</sup>	13.5 <sup>*,+1</sup>	13 <sup>*,+1</sup>	13 <sup>*,+1</sup>	...	...	...	...	5 <sup>+1</sup>	3 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>
Jamaïque	27.8	13.6	9.9	9.2	75	75	75	75	-	-	...	-
Jordanie	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Kenya	17.4 <sup>+1</sup>	12 <sup>+1</sup>	3.4 <sup>+1</sup>	1.4 <sup>+1</sup>	...	...	...	...	- <sup>+1</sup>	15.8 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>
Lettonie	24	12	9	6	100	100	100	100	80	80	-	-
Lituanie	22.1	17.2	16.7	14.1	...	...	...	...	...	...	...	...
Malaisie	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Mongolie	...	...	...	...	99 <sup>+1</sup>	80 <sup>+1</sup>	80 <sup>+1</sup>	80 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>
Mozambique	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Niger	...	...	...	...	85 <sup>+1</sup>	26.7 <sup>+1</sup>	20.9 <sup>+1</sup>	19.3 <sup>+1</sup>	...	...	...	...
Norvège	53.3	22.4	9.1	5.1	100	80	92	96	...	...	...	...
Sénégal	...	...	...	...	...	...	...	...	10	...	...	...
Afrique du Sud	14.5	8.3	8.1	6	16.5	13.6	11	14.8	2	2	2	2
Suède	32	14	13	11	...	...	...	...	-	-	-	-
Suisse	41.3	28.6	8.8	6.3	...	...	...	...	-	-	-	-
Ukraine	...	...	...	...	86	67	50	32	...	...	...	...
Etats-Unis	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- . Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B5. Caractéristiques des quatre principales chaînes de radio (suite)**

Caractéristiques des 4 principales chaînes de radio (Source de revenu émanant des redevances %)				Caractéristiques des 4 principales chaînes de radio (Source de revenu émanant de la publicité %)				Caractéristiques des 4 principales chaînes de radio (Source de revenu émanant des autres sources de revenus %)				
1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	
2009				2009				2009				
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Brésil
...	...	.	.	...	...	...	...	.	.	.	.	Cameroun
-	-	-	-	8.8	100	50	30	-	-	50	20	Cap-Vert
90.2	90.2	90.2	-	-	-	-	...	9.8	9.8	9.8	...	Danemark
-	-	-	-	...	...	...	...	...	...	...	...	Dominique
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Rép. Dominicaine
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	...	- <sup>+1</sup>	...	...	...	- <sup>+1</sup>	...	Equateur
-	-	-	-	.	99.1	.	99.9	-	-	-	-	Estonie
99	-	-	-	.	95	95	95	1	5	5	5	Finlande
-	-	-	-	...	...	...	...	...	...	...	...	Guinée
.	.	.	.	31	...	31	...	4	...	4	...	Islande
61 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	34 <sup>+1</sup>	97 <sup>+1</sup>	100 <sup>+1</sup>	100 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	Italie
-	-	...	-	...	97	...	...	...	3	...	...	Jamaïque
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Jordanie
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	71.2 <sup>+1</sup>	...	...	...	13.1 <sup>+1</sup>	...	...	Kenya
-	-	-	-	17.2	17.2	99	99	2.8	2.8	1	1	Lettonie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Lituanie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Malaisie
98 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	40 <sup>+1</sup>	40 <sup>+1</sup>	30 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	60 <sup>+1</sup>	60 <sup>+1</sup>	70 <sup>+1</sup>	Mongolie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Mozambique
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Niger
96	-	-	96	-	100	100	-	4	-	-	4	Norvège
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Sénégal
17	17	17	17	81	81	81	81	-	-	-	-	Afrique du Sud
97	-	97	97	-	...	-	-	3	...	3	3	Suède
95	95	95	95	4	4	4	4	1	1	1	1	Suisse
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Ukraine
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Etats-Unis

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- .
- .. Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B6. Caractéristiques des quatre principales chaînes de télévision**

	Part d'audience des 4 principales chaînes de télévision (%)				Pénétration technique des 4 principales chaînes de télévision (%)				Caractéristiques des 4 principales chaînes de télévision (Source de revenu émanant d'une subvention ou d'un don public %)			
	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne
	2009				2009				2009			
Brésil	44.3 <sup>+1</sup>	16.7 <sup>+1</sup>	14.3 <sup>+1</sup>	4.8 <sup>+1</sup>	99.6 <sup>+1</sup>	93.2 <sup>+1</sup>	96.1 <sup>+1</sup>	87.8 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	...	...
Cameroun	...	...	...	...	85	60	25	25	...	...	...	...
Cap-Vert	46	27	7	.	...	...	...	.	91.3	-	-	.
Danemark	29.3	21.9	5	4.5	99	99	70	99	-	-	...	-
Dominique	...	...	.	.	...	...	.	.	-	-	.	.
Rép. Dominicaine	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Equateur	28 <sup>+1</sup>	27.6 <sup>+1</sup>	15.7 <sup>+1</sup>	...	32 <sup>+1</sup>	31.3 <sup>+1</sup>	13.8 <sup>+1</sup>	40 <sup>+1</sup>	...	...	...	100 <sup>+1</sup>
Estonie	19.6	15.7	14.9	1.7	100	100	100	100	1.2	100	-	-
Finlande	23	22	18	10	100	100	100	100	-	-	-	-
Guinée	...	...	...	.	50	25	10	.	...	...	...	.
Islande	48	33	10	6	...	...	...	...	74	.	.	.
Italie	20.7 <sup>+1</sup>	18.8 <sup>+1</sup>	9.1 <sup>+1</sup>	9.1 <sup>+1</sup>	...	...	...	...	2 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>
Jamaïque	57.1	37	1.8	1.3	75	75	...	...	-	-	-	-
Jordanie	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Kenya	46 <sup>+1</sup>	14 <sup>+1</sup>	13 <sup>+1</sup>	12 <sup>+1</sup>	...	41 <sup>+1</sup>	...	...	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>
Lettonie	17	15.4	11.5	10.5	100	100	100	100	-	-	-	68.4
Lituanie	23.5	20.7	12.8	8.1	...	...	...	...	...	...	...	...
Malaisie	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Mongolie	12 <sup>p,+1</sup>	7 <sup>p,+1</sup>	6.6 <sup>p,+1</sup>	6.3 <sup>p,+1</sup>	99 <sup>+1</sup>	80 <sup>+1</sup>	80 <sup>+1</sup>	99 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>
Mozambique	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Niger	...	...	...	...	85 <sup>+1</sup>	26.7 <sup>+1</sup>	20.9 <sup>+1</sup>	6.8 <sup>+1</sup>	...	...	...	...
Norvège	31.9*	22.1*	7.5*	6.5*	98	97	93	87	...	...	...	...
Sénégal	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Afrique du Sud	36.9	21	18.5	11.4	72.1	61.4	63.9	51.6	2	-	2	2
Suède	...	...	...	...	...	...	...	...	-	-	-	-
Suisse	48	34	18	.	...	...	...	.	-	-	-	.
Ukraine	...	...	...	...	97	85	62	47	...	...	...	...
Etats-Unis	8	8	7	7	96.3*	98.2*	98*	98.2*	-	-	-	-

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- . Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B6. Caractéristiques des quatre principales chaînes de télévision (suite)**

Caractéristiques des 4 principales chaînes de télévision (Source de revenu émanant des redevances %)				Caractéristiques des 4 principales chaînes de télévision (Source de revenu émanant de la publicité %)				Caractéristiques des 4 principales chaînes de télévision (Source de revenu émanant des autres sources de revenus %)				
1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	
2009				2009				2009				
- <sup>+1</sup>	...	...	...	73 <sup>+1</sup>	...	...	...	27 <sup>+1</sup>	...	...	...	Brésil
...	.	.	.	...	...	...	...	.	.	.	.	Cameroun
-	-	8.7	.	8.8	50	81.3	.	-	50	10	.	Cap-Vert
-	90.2	...	90.2	59.2	-	...	-	10.8	9.8	...	9.8	Danemark
-	-	.	.	...	...	.	.	...	...	.	.	Dominique
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Rép. Dominicaine
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	...	...	- <sup>+1</sup>	...	...	...	- <sup>+1</sup>	Equateur
-	-	-	-	98.8	.	92.3	100	-	-	7.7	-	Estonie
-	99	99	-	66	.	.	92	2	1	1	1	Finlande
-	-	-	.	...	...	...	.	...	...	...	.	Guinée
.	.	.	.	22	...	...	...	4	...	...	...	Islande
61 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	61 <sup>+1</sup>	37 <sup>+1</sup>	88 <sup>+1</sup>	88 <sup>+1</sup>	37 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	Italie
-	-	-	-	97	96	98	...	3	4	2	...	Jamaïque
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Jordanie
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	...	...	...	...	...	...	...	Kenya
-	-	-	-	99	99	99	24.2	1	1	1	7.4	Lettonie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Lituanie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Malaisie
96 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	90 <sup>+1</sup>	95 <sup>+1</sup>	40 <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	10 <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	60 <sup>+1</sup>	Mongolie
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Mozambique
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Niger
96	-	-	-	-	...	84	...	4	...	...	...	Norvège
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Sénégal
17	-	17	17	81	100	81	81	-	-	-	-	Afrique du Sud
93	-	93	-	-	...	-	...	7	...	7	...	Suède
68	68	68	.	30	30	30	.	2	2	2	.	Suisse
...	...	...	...	25	11	36	54	...	...	...	...	Ukraine
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Etats-Unis

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- .
- Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau B7. Plates-formes techniques de transmission des 4 principales chaînes de radio et de télévision**

	Plates-formes techniques de transmission des 4 principales chaînes de radio				Plates-formes techniques de transmission des 4 principales chaînes de télévision				
	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	1 <sup>ère</sup> chaîne	2 <sup>ème</sup> chaîne	3 <sup>ème</sup> chaîne	4 <sup>ème</sup> chaîne	
	2009				2009				
Brésil	...	...	...	...					
Cameroun									
Cap-Vert								.	
Danemark									
Dominique							.	.	
Rép. Dominicaine					...	...	...	...	
Equateur									
Estonie									
Finlande									
Guinée								.	
Islande									
Italie									
Jamaïque									
Jordanie	...	...	...	...	...	...	...	...	
Kenya									
Lettonie									
Lituanie									
Malaisie	...	...	...	...	...	...	...	...	
Mongolie									
Mozambique	...	...	...	...	...	...	...	...	
Niger									
Norvège									
Sénégal									
Afrique du Sud									
Suède									
Suisse								.	
Ukraine									
Etats-Unis	...	...	...	...					
Terrestre seulement (%)	34.8	47.8	47.8	47.8	8.3	12.5	12.5	8.3	<b>27.9</b>
Câble seulement (%)	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	4.2	0.0	0.0	<b>1.1</b>
Satellite seulement (%)	8.7	8.7	8.7	8.7	4.2	4.2	4.2	4.2	<b>6.6</b>
Combinée (%)	56.5	43.5	43.5	43.5	83.3	79.2	79.2	66.7	<b>63.9</b>
Non spécifiée (%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	<b>0.5</b>

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- . Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- P Donnée partielle
- X Données incluses dans une autre catégorie
- Y Les données incluent une autre catégorie

## STATISTIQUES SUR LA PRESSE ÉCRITE

**Tableau N1. Titres de journaux quotidiens par propriété, par format de publication et modèles de distribution**

	Nombre de titres de journaux quotidiens, par type de propriété				Nombre de titre de journaux quotidiens imprimés seulement				Nombre de titres de journaux quotidiens à la fois imprimés et en ligne			
	Publique	Privée	Communautaire	Total	Gratuit uniquement	Payant uniquement	A la fois gratuit et payant	Total	Gratuit uniquement	Payant uniquement	A la fois gratuit et payant	Total
	2009				2009				2009			
Brésil	-	682 <sup>+1</sup>	...	682 <sup>p,+1</sup>	10 <sup>y,p,+1</sup>	672 <sup>y,+1</sup>	x	682 <sup>p,+1</sup>	...	...	...	...
Cameroun	1	4	-	5	-	-	-	-	-	5	-	5
Cap-Vert	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Danemark	-	35	-	35	-	-	-	-	3	32	-	35
Dominique	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rép. Dominicaine	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Equateur	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Estonie	-	14	1	15	-	-	-	-	-	15	-	15
Finlande	-	52	-	52	-	-	-	-	1	51	-	52
Guinée	1	1	-	2	-	1	-	1	-	-	1	1
Islande	-	2	-	2	-	-	-	-	1	1	-	2
Italie	- <sup>+1</sup>	160 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	160 <sup>+1</sup>	2 <sup>+1</sup>	56 <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	59 <sup>+1</sup>	6 <sup>+1</sup>	95 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	101 <sup>+1</sup>
Jamaïque	-	4	-	4	-	-	-	-	-	-	4	4
Jordanie	-	8	-	8	-	-	-	-	...	...	...	8
Kenya	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Lettonie	1	...	7	17 <sup>p</sup>	...	...	...	17 <sup>p</sup>	...	...	...	...
Lituanie	-	25	-	25	-	-	-	-	...	...	...	25
Malaisie	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Mongolie	1 <sup>p,+1</sup>	12 <sup>p,+1</sup>	- <sup>+1</sup>	15 <sup>p,+1</sup>	- <sup>+1</sup>	10 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	10 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	5 <sup>+1</sup>
Mozambique	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Niger	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	.	.	.	.	.	1 <sup>+1</sup>	.	1 <sup>+1</sup>
Norvège	-	75	-	75	-	-	-	-	-	75	-	75
Sénégal	1	15	-	16	-	4	-	4	-	12	-	12
Afrique du Sud	...	20	...	20 <sup>p</sup>	-	19	20	39	-	2	2	4
Suède	-	82	-	82	2	10	-	12	2	-	68	70
Suisse	-	36	-	36	-	-	-	-	5	31	-	36
Ukraine	28	82	16	134	-	-	98	98	-	-	36	36
Etats-Unis	...	...	...	1 389	-	23 <sup>y</sup>	x	23	13	1 353 <sup>y</sup>	x	1 366

... Données non disponibles

\* Estimation du pays

- Chiffre nul ou négligeable

.

+1 Les données se réfèrent à 2010

p Donnée partielle

x Données incluses dans une autre catégorie

y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau N2. Titres de journaux non quotidiens par propriété, format de publication et modèles de distribution**

Nombre de titres de journaux non-quotidiens, par type de propriété				Nombre de titre de journaux non-quotidiens imprimés seulement				Nombre de titres de journaux non-quotidiens à la fois imprimés et en ligne				
Publique	Privée	Communautaire	Total	Gratuit uniquement	Payant uniquement	A la fois gratuit et payant	Total	Gratuit uniquement	Payant uniquement	A la fois gratuit et payant	Total	
2009				2009				2009				
- <sup>+1</sup>	2 784 <sup>+1</sup>	...	2 784 <sup>+1</sup>	...	2 784 <sup>p,+1</sup>	-	2 784 <sup>p,+1</sup>	...	...	...	...	Brésil
-	624	...	624 <sup>p</sup>	-	624	-	624	...	...	...	...	Cameroun
-	4	-	4	-	-	-	-	1	3	-	4	Cap-Vert
-	8	-	8	-	-	-	-	-	8	-	8	Danemark
-	2	-	2	-	2	-	2	-	-	-	-	Dominique
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	Rép. Dominicaine
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	Equateur
-	30 <sup>p</sup>	4 <sup>p</sup>	136	...	...	...	109	4	23	-	27	Estonie
-	195	-	195	-	31	-	31	46	119	-	165	Finlande
-	88	-	88	-	...	...	84	...	...	4	4	Guinée
-	21	-	21	3	1	-	4	7	10	-	17	Islande
- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	Italie
-	9	-	9	-	7	-	7	-	-	2	2	Jamaïque
-	37	-	37	-	-	-	-	...	...	...	37	Jordanie
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	Kenya
...	...	14 <sup>p</sup>	68 <sup>p</sup>	...	...	...	68 <sup>p</sup>	...	...	...	...	Lettonie
1	272	29	302	...	...	...	236	...	...	...	66	Lituanie
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	Malaisie
9 <sup>+1</sup>	21 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	30 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	29 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	29 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	Mongolie
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	Mozambique
1	22	-	23	.	22 <sup>+1</sup>	.	22 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	Niger
-	176	-	176	26	150	-	176	...	...	...	x	Norvège
-	16	-	16	-	14	-	14	-	2	-	2	Sénégal
...	88 <sup>p</sup>	...	88 <sup>p</sup>	...	88 <sup>p</sup>	...	88 <sup>p</sup>	-	-	-	-	Afrique du Sud
-	166	-	166	83	83	-	166	...	...	...	...	Suède
-	106	...	106	...	...	...	...	...	106	-	106 <sup>p</sup>	Suisse
5 <sup>p</sup>	10 <sup>p</sup>	4 <sup>p</sup>	22	...	...	...	14	...	...	...	8	Ukraine
...	...	...	6 014	133	1 636 <sup>y</sup>	x	1 769	798	3 447 <sup>y</sup>	x	4 245	Etats-Unis

- ... Données non disponibles
- \* Estimation du pays
- Chiffre nul ou négligeable
- . Catégorie sans objet
- +1 Les données se réfèrent à 2010
- p Donnée partielle
- x Données incluses dans une autre catégorie
- y Les données incluent une autre catégorie

**Tableau N3. Titres de journaux nationaux quotidiens et non quotidiens par propriété**

	Nombre de titres de journaux quotidiens ayant une couverture nationale				Nombre de titre de journaux non-quotidiens ayant une couverture nationale			
	Publique	Privée	Communautaire	Total	Publique	Privée	Communautaire	Total
	2009				2009			
Brésil	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	...	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	...	...
Cameroun	1	4	-	5	-	613	...	613 <sup>p</sup>
Cap-Vert	-	-	-	-	-	4	-	4
Danemark	-	10	-	10	-	7	-	7
Dominique	-	-	-	-	-	2	-	2
Rép. Dominicaine	...	...	...	...	...	...	...	...
Equateur	.	.	.	.	.	.	.	.
Estonie	-	14	1	15	-	8	3	11
Finlande	-	7	-	7	-	3	-	3
Guinée	1	-	-	1	-	2	-	2
Islande	-	2	-	2	-	2	-	2
Italie	- <sup>+1</sup>	22 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	22 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>
Jamaïque	-	4	-	4	-	1	-	1
Jordanie	-	8	-	8	-	37	-	37
Kenya	.	.	.	.	.	.	.	.
Lettonie	1 <sup>p</sup>	...	5 <sup>p</sup>	10 <sup>p</sup>	...	...	14 <sup>p</sup>	42 <sup>p</sup>
Lituanie	-	25	-	25	1	x	x	1
Malaisie	.	.	.	.	.	.	.	.
Mongolie	1 <sup>p,+1</sup>	11 <sup>p,+1</sup>	-	14 <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	6 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	7 <sup>+1</sup>
Mozambique	.	.	.	.	.	.	.	.
Niger	1 <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	- <sup>+1</sup>	1 <sup>+1</sup>	1	-	-	1
Norvège	-	11	-	11	-	7	-	7
Sénégal	1	15	-	16	-	14	-	14
Afrique du Sud	...	9	...	9 <sup>p</sup>	...	13	...	13 <sup>p</sup>
Suède	-	7	-	7	-	20	-	20
Suisse	-	-	-	-	-	-	-	-
Ukraine	23 <sup>p</sup>	62 <sup>p</sup>	9 <sup>p</sup>	100	2 <sup>p</sup>	7 <sup>p</sup>	2 <sup>p</sup>	12
Etats-Unis	...	3	...	3 <sup>p</sup>	-	1	-	1

... Données non disponibles

\* Estimation du pays

- Chiffre nul ou négligeable

. Catégorie sans objet

+1 Les données se réfèrent à 2010

p Donnée partielle

x Données incluses dans une autre catégorie

y Les données incluent une autre catégorie

## Annexe IV

### Glossaire et définitions

**À LA DEMANDE (VOD, AVOD)** se réfère à un système de diffusion qui permet aux utilisateurs de sélectionner et visionner/écouter un contenu vidéo ou audio à la demande. Vidéo à la demande (VOD) et Audio et Vidéo à la demande (AVOD) sont les options communément utilisées.

**ASSOCIATION COMMUNAUTAIRE** se réfère à une association qui représente les intérêts d'une communauté. Pour cette enquête, cette association ne s'occupe pas spécifiquement des affaires religieuses ou l'éducation.

**AUTORISATION** est une permission officielle, généralement sous la forme d'une lettre ou d'un document qui confirme qu'un organisme médiatique (diffuseur ou presse) a la permission d'opérer dans une certaine zone du territoire national.

**AUTORITÉ D'AUTO-RÉGULATION** c'est une entité constituée par les organismes de média pour assurer un niveau de supervision et de régulation de l'industrie (ou de profession) des médias.

**AUTORITÉ DE RÉGULATION** est un corps administratif établi par une loi et à qui est donné le pouvoir d'exercer des fonctions de régulation.

**BALLADODIFFUSION PAR L'INTERNET** fait référence à des programmes vidéo ou audio préenregistrés qui sont disponibles à travers l'internet.

**CHAÎNE** se réfère à un service de diffusion de radio ou de télévision fourni par un organisme de diffusion, composé d'un ensemble de contenus, programmés et identifiés sous un nom unique, transmis en mode linéaire (par exemple : direct, simultané), par signal de transmission analogique ou numérique, généralement au travers d'un câble terrestre, d'un satellite et/ou une plateforme internet.

**CHAÎNE GÉNÉRALISTE** se réfère aux programmes ou des chaînes dédiées à différents genres d'émission ayant pour but d'attirer une audience large et diverse, généralement caractérisés par un niveau élevé de substitution aux yeux des consommateurs.

**CHAÎNE THÉMATIQUE (contrairement à la chaîne généraliste)** se réfère à une chaîne dédiée à un genre spécifique ou un sujet donné, et visant une audience précise. Elle offre aux éditeurs/téléspectateurs un contenu qui correspond à leur gout propre.

**CODE DE CONDUITE** se réfère à un ensemble de règles qui régissent la publicité. C'est aussi tout règlement qui restreint et réglemente le genre de publicité qui est diffusée par une radio ou une télévision. Certains pays ont des codes et des lois qui restreignent les publicités de certains produits (tels que l'alcool et les cigarettes), la référence à la religion ou l'utilisation d'enfants.

**COMMUNAUTÉ** se réfère à tout groupe de personnes qui partagent un caractère commun et/ou des intérêts communs. Une communauté peut aussi bien être un groupe de personnes basées sur une aire géographique donnée et qui partagent les mêmes caractéristiques démographiques ou bien un groupe social qui partage les mêmes intérêts sans tenir compte de leur situation géographique à l'intérieur d'un pays.

**CONTENU POUR TÉLÉPHONE MOBILE** se réfère au contenu, sous forme de programmes particuliers ou bien l'ensemble de la programmation, spécialement conditionné par les diffuseurs pour les utilisateurs de téléphone mobile.

### **COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DU JOURNAL**

- **La couverture nationale** se réfère à la disponibilité physique du journal dans toutes les zones majeures urbaines.
- **La couverture régionale/locale** se réfère à tous les journaux qui ont une couverture géographique moindre que les journaux nationaux en matière de contenus journalistiques et de distribution.

**COTE, AUDIMAT** se réfère au pourcentage des individus qui regardent/ écoutent une chaîne de télévision/radio donnée sur le total des individus dans le pays. Veuillez donner ce pourcentage en termes de moyenne annuelle

**DISTRIBUTION MOYENNE PAR ÉDITION** se réfère au nombre moyen de copies soit vendues, soit distribuées gratuitement par numéro, pour les journaux quotidiens et non quotidiens à l'intérieur du pays.

**DIFFUSION LIBRE** fait référence à des contenus (TV) diffusés qui peuvent être reçus avec une antenne râteau par opposition à la TV (câble, satellite, etc.) qu'il faut payer.

**DIFFUSION PAYANTE** (télévision ou radio) se réfère à un contenu de diffusion (télévision ou radio) qui ne peut pas être reçu gratuitement avec une antenne râteau, mais par câble, par satellite, etc. et dont l'accès est payant.

**DIFFUSION EN MODE CONTINU EN DIRECT SUR L'INTERNET** réfère à une transmission linéaire continue par l'internet d'un service de diffusion.

**DIFFUSION EN SIMULTANÉE** se réfère à des programmes ou des événements diffusés au travers de plus d'une plateforme médiatique.

**DIFFUSION EN SIMULTANÉE (EN LIGNE)** se réfère à des programmes ou des événements diffusés en ligne et à travers toute autre plateforme média. Un programme est en diffusion simultanée en ligne, 100 % en diffusion en mode continu, si tous les contenus sont diffusés en ligne et à travers toute autre plateforme média.

**ENFANTS** la Convention Internationale des Droits de l'Enfant (Article 1) définit l'enfant comme « toute personne en dessous de l'âge de 18 ans, à moins que selon la loi applicable à l'enfant la majorité ne soit atteinte plus tôt »

**ENREGISTREMENT DU JOURNAL** est la procédure à travers de laquelle l'autorisation de publication est obtenue après soumission des documents requis auprès d'un corps de régulation compétent ou d'une autorité.

### **FORMAT DE PUBLICATION**

- **Journal uniquement imprimé** est mis sous presse et distribué uniquement en format papier.
- **Journal imprimé et en ligne** est imprimé en format papier et publié aussi en ligne. Le journal en ligne peut être une version gratuite ou payante du journal imprimé.
- **Journal uniquement en ligne** est un journal publié uniquement sur l'internet. Le journal est mis à jour régulièrement selon une périodicité ou autant de fois que cela est requis.

**FUSION** se produit quand deux sociétés s'associent pour former une société unique. Une fusion est très similaire à une acquisition ou à une prise de contrôle, sauf que, dans le cas de la fusion, les actionnaires des deux sociétés en question conservent un intérêt partagé dans la nouvelle société. En comparaison, dans une acquisition une société achète une partie des parts de la seconde société, créant de fait un déséquilibre dans la propriété de la nouvelle société formée.

**INSTITUTIONS ÉDUCATIVES** elles ont une vocation éducative essentiellement. De telles institutions sont normalement accréditées par une autorité publique. Cependant que la majorité des institutions éducatives tombent sous la juridiction de, ou sont opérées par, une autorité d'éducation, d'autres agences publiques qui traitent de sujets tels que la santé, la formation, le travail, la justice, la défense, les services sociaux, etc. peuvent aussi être impliquées. Les institutions éducatives peuvent aussi être gérées par des organismes privés tels que des corps religieux, des groupes d'intérêts spéciaux ou des établissements éducatifs et de formation privés, qu'ils soient ou non à but lucratif.

**INSTITUTIONS RELIGIEUSES** églises, temples, mosquées et autres lieux de culte et institutions qui parfois diffusent leurs services et autres sermons religieux à travers la radio et la télévision.

**JOURNAL COMMUNAUTAIRE** il est publié pour une communauté et appartient ou est enregistré au nom d'un individu, d'un organisme communautaire ou d'une organisation non gouvernementale (ONG). C'est une publication périodique qui fournit des informations, qui paraît au moins une fois par semaine et est distribuée en particulier pour cibler une audience spécifique, que ce soit dans une zone géographique particulière ou un groupe social. Un journal communautaire peut être enregistré/licencié officiellement, subordonné aux règlements nationaux en vigueur. Il peut être distribué gratuitement (dans le cas où la production du journal est financée par les membres de la communauté) ou contre paiement. Habituellement, les journaux communautaires ne sont pas destinés à faire du profit et comprennent des informations et des sujets qui ne sont pas couverts par les médias principaux que ceux-ci soient publics ou privés.

**JOURNAL ÉTRANGER** journal qui est la propriété de, et qui est publié par, une entité publique, privée ou communautaire ayant son siège social en dehors du pays.

**JOURNAL QUOTIDIEN** relate principalement des informations et des événements au moins quatre fois par semaine.

**JOURNAL NON QUOTIDIEN** est publié moins de quatre fois, mais au moins une fois, par semaine.

**JOURNAL GRATUIT** fait référence au journal distribué gratuitement à tout lecteur intéressé.

**JOURNAL PAYANT** se réfère à un journal qui est seulement distribué à un lecteur intéressé moyennant une certaine somme d'argent.

**JOURNAL PRIVÉ** un journal qui appartient, et qui est publié par une société privée nationale ou étrangère, ou par des personnes dans un but principalement lucratif.

**JOURNAL PUBLIC** un journal qui appartient à, ou est publié par une entité publique, ou qui est la propriété de, ou parrainé par l'État.

**JOURNALISTES** sont des professionnels engagés par les organismes de diffusion des médias pour rechercher, investiguer, interpréter, éditer, écrire et produire des informations dans un format médiatique à travers la télévision, la radio, et autres médias. Ces termes comprennent les annonceurs/présentateurs employés par un organisme de diffusion, mais exclut les occupations telles que directeur des relations publiques, photjournaliste et opérateur caméra (adapté à partir du *Standard International de Classification des Occupations 2008*).

**LECTORAT** est un terme général qui réfère au nombre moyen de personnes qui lisent une publication particulière. Le terme comprend à la fois les individus qui ont acheté la publication et d'autres qui ont lu la publication. Note : La distribution est calculée par le nombre de copies vendues ou distribuées gratuitement, mais le lectorat peut être estimé par une enquête. Si les chiffres de l'audience/lectorat sont plus grands que le tirage, c'est dû au fait qu'un seul exemplaire d'un journal peut avoir plusieurs lecteurs.

**LICENCE** est une permission dont l'organisme de média doit faire la demande afin de commencer la publication et qui peut lui être accordée ou non. Dans le cas de l'audiovisuel, la licence est attribuée pour utiliser des ressources publics comme les spectres de fréquences.

**MODE LINÉAIRE** se réfère aux services de télévision analogique et numérique, fournis directement sur internet par un organisme de média, pour une vision simultanée d'une grille de programmes. Ce qui est à l'opposé du mode non-linéaire qui se réfère aux services sur demande (services fournis à un moment choisi par l'utilisateur sur la base d'un catalogue de programmes proposés par l'organisme de média).

**ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES (ONG)** se réfèrent à des entités ne relevant pas de l'État, et qui fournissent des services et travaillent sur une base non lucrative.

**ORGANISMES DE DIFFUSION FONDÉS PAR LA COMMUNAUTÉ** se réfèrent à des entités de diffusion qui servent la communauté et qui appartiennent à son instance représentative, une organisation non gouvernementale ou une organisation sponsorisée par le gouvernement qui travaille dans la communauté. Ces organismes opèrent généralement sur une base non-lucrative. Ils peuvent être soit éducatifs ou bien des organisations non gouvernementales, des organismes religieux, etc.

**ORGANISMES DE DIFFUSION RADIO ET TÉLÉVISION ÉTABLIS DANS VOTRE PAYS** sont des entités légalement autorisées à fournir, sous leur propre responsabilité rédactionnelle, au moins une chaîne de radio et/ou télévision spécifiquement éditée pour la population de votre pays et transmise en mode linéaire (y compris le mode « quasi-à-la-demande »).

La définition d'organisme de diffusion exclut les compagnies de production, les opérateurs purs de réseaux ou autres fournisseurs de services médias tels que les fournisseurs de câble, fournisseurs de bouquets, les agrégateurs de contenus, les publicitaires, les nouvelles agences etc., à moins qu'ils opèrent leur(s) propre(s) chaîne(s) de diffusion.

**ORGANISMES PRIVÉS DE DIFFUSION** sont des entités de diffusion domestiques, qui sont la propriété et sont opérées par des sociétés ou des personnes à des fins lucratives et sont enregistrées dans le pays. Les revenus des diffuseurs privés proviennent largement des publicités.

**PART D'AUDIENCE** correspond au pourcentage moyen annuel d'individus qui regardent une chaîne de télévision donnée ou écoutent une chaîne de radio donnée, parmi le total des individus qui regardent l'ensemble des chaînes de télévision ou écoutent l'ensemble des chaînes radio à un moment spécifique (heure, jour, semaine, mois, année).

**PART DE MARCHÉ** est définie comme étant le pourcentage des revenus totaux attribuables à un organisme de diffusion radio, télévision ou presse séparément, sur le revenu total obtenu par la somme des revenus individuels de chaque organisme médiatique dans l'année de référence.

**PÉNÉTRATION TECHNIQUE** se réfère à l'audience potentielle de la chaîne, par exemple le nombre de ménages qui pourraient potentiellement recevoir la chaîne (MAVISE-EAO).

**PLATEFORME TECHNIQUE DE TRANSMISSION** se réfère aux plateformes et aux opérateurs à partir desquels la chaîne diffusée est disponible (MAVISE-EAO).

**PORTÉE** se réfère au nombre d'individus qui regardent/écoutent une chaîne de télé/radio dans une période de temps donné, exprimé en valeur absolue (généralement par jour ou par semaine), converti en moyenne annuelle.

**PROPRIÉTAIRE** se réfère au secteur auquel un opérateur économique appartient. Aux fins de cette enquête, trois secteurs ont été identifiés pour caractériser les organismes de diffusion des médias.

**Public :** L'organisme de diffusion est la propriété de l'État ou du gouvernement.

**Privé :** L'organisme de diffusion est la propriété d'une personne, d'un groupe de personnes, ou d'une société privée.

**Communautaire :** L'organisme de diffusion est la propriété d'une organisation communautaire ou d'une organisation non gouvernementale (ONG).

**PROPRIÉTÉ CROISÉE DES MÉDIAS** est la situation dans laquelle une société ou individu est propriétaire de plusieurs type de médias (presse, télévision, radio) à la fois.

**PRODUCTION D'ORIGINE LOCALE** renvoie à des programmes qui sont produits par des compagnies basées dans le pays répondant, et qui vise une population précise dudit pays.

**PRODUCTION ÉTRANGÈRE** se réfère à des programmes qui sont produits et financés en dehors du pays répondant et qui ne sont pas spécifiquement édités (c.-à-d, doublés ou sous-titrés) pour la population locale du pays répondant.

**TOTALE DES DISTRIBUTIONS MOYENNES PAR ÉDITION** se réfère à la somme des diffusions moyennes par édition de tous les titres de journaux qui ont été reportés dans une catégorie donnée. Par exemple, s'il y a trois titres de journaux non-quotidiens pour votre pays en 2009, pour lesquels les distributions moyennes par édition sont respectivement 25 000, 50 000 et 35 000, alors le total des distributions moyennes par édition sera 110 000.

**SIGNAL ANALOGIQUE** réfère à la technique de transmission traditionnelle basée sur les ondes électroniques.

**SIGNAL NUMÉRIQUE** un signal électronique transmis comme un encodage binaire qui peut être sous la forme soit de la présence ou l'absence de courant, soit d'un niveau de voltage élevé et bas, soit de courtes pulsations à une fréquence particulière. La transmission basée sur la technologie numérique comparée au signal analogique, fournit du texte, des images et du son de meilleure qualité, aussi bien que des fonctions supplémentaires.

**SERVICE DE DIFFUSION PUBLIC/D'ÉTAT** est fourni par un corps statutaire et financé directement par l'État ou par des redevances imposées par le prestataire et/ou par les publicités ou toutes combinaisons des trois.