



Belgisch Instituut voor
postdiensten en telecommunicatie

**Mededeling van de Raad van het BIPT
van 16 juli 2022
betreffende de evolutie van de breedband- en
televisiemarkten in België sinds Q1 2018**

Niet-vertrouwelijke versie

INHOUDSOPGAVE

1.	Voorafgaande opmerkingen.....	3
2.	Executive summary.....	5
3.	Algemene evolutie van de markt.....	8
3.1.	Inleiding.....	8
3.2.	De hele markt.....	8
3.2.1.	<i>Een markt die blijft groeien.....</i>	<i>8</i>
3.2.2.	<i>Uitholling van DSL, behoud van de kabel, marginaal gewicht van andere toegangstechnologieën</i>	<i>8</i>
3.2.3.	<i>Meer dan twee derde van de breedbandlijnen bieden een snelheid van ten minste 100 Mbps aan</i>	<i>9</i>
3.2.4.	<i>Orange kende een opmerkelijke doorbraak, maar de markt blijft erg geconcentreerd.....</i>	<i>10</i>
3.2.5.	<i>De breedbandactiviteit van Orange is voornamelijk afhankelijk van gereguleerde aanbiedingen</i>	<i>14</i>
3.2.6.	<i>Conclusies.....</i>	<i>15</i>
3.3.	Focus op de particuliere markt.....	17
3.3.1.	<i>Het aandeel van convergent (vast breedband + mobiele dienst) is van 22% naar 47% gegaan</i>	<i>17</i>
3.3.2.	<i>Het aandeel van verkochte diensten met vaste telefonie daalt sterk.....</i>	<i>17</i>
3.3.3.	<i>De bundels 4P en 3P BB TV Mobile zijn gegaan van 22% naar 44% van de markt.....</i>	<i>18</i>
3.3.4.	<i>De churn blijft laag met 3P en erg laag met 4P.....</i>	<i>19</i>
3.3.5.	<i>Meer keuze voor de klant: à-la-carte-aanbiedingen en diversifiëring van verkochte diensten...20</i>	<i>20</i>
3.3.6.	<i>Internet 1P beleeft een voorzichtige revival, maar breekt nog niet door.....</i>	<i>21</i>
3.3.7.	<i>Betalende lineaire "over the top"-televisie (OTT) blijft in een embryonaal stadium.....</i>	<i>22</i>
3.3.8.	<i>Conclusies.....</i>	<i>24</i>
4.	Evolutie van de prijzen en karakteristieken van de telecombundels.....	25
4.1.	Inleiding.....	25
4.2.	Algemene tendensen.....	26
4.3.	Convergente bundels en behoeften.....	29
4.3.1.	<i>3P BB TV Mobiel.....</i>	<i>29</i>
4.3.2.	<i>2P BB Mobiel.....</i>	<i>34</i>
4.3.3.	<i>4P.....</i>	<i>35</i>
4.3.4.	<i>Convergente bundels en behoeften – conclusies.....</i>	<i>40</i>
4.4.	Niet-convergente bundels en behoeften.....	41
4.4.1.	<i>3P BB TV VT.....</i>	<i>41</i>
4.4.2.	<i>2P BB TV.....</i>	<i>44</i>
4.4.3.	<i>Niet-convergente bundels en behoeften – conclusies.....</i>	<i>47</i>
4.5.	Aanbiedingen met enkel internet (1P BB).....	47
4.6.	Internationale vergelijking.....	51
4.7.	Conclusies.....	52
5.	Impact van de regulering.....	53
5.1.	De redenen voor de regulering van 2018.....	53
5.2.	De maatregelen die in 2018 zijn ingesteld.....	54
5.3.	Impact van de regulering van 2018.....	55
5.4.	Andere regelgevende maatregelen die de marktdynamiek begunstigen.....	57
5.5.	Conclusies.....	58

1. Voorafgaande opmerkingen

1. Dit document geeft een stand van zaken van de breedband- en televisiemarkten sinds de regulering die in 2018 is ingevoerd. Deze stand van zaken is vooral retrospectief van aard en loopt geenszins vooruit op het toekomstige heronderzoek van die markten, dat dan weer een prospectief standpunt zal moeten innemen. Het BIPT blijft vanzelfsprekend alle ontwikkelingen op de markten in kwestie van dichtbij volgen en zal alle eventuele opmerkingen die het over dit document ontvangt met aandacht behandelen.
2. Voor de eenvoud zullen de termen "Wallonië" en "zuiden van het land" hier gebruikt worden als synoniem voor "het grondgebied dat gedekt is door het kabelnetwerk van VOO". Hetzelfde geldt voor de termen "Vlaanderen" en "noorden van het land", gebruikt als synoniem voor "het grondgebied dat gedekt is door het kabelnetwerk van Telenet"¹. Die semantische afspraak geldt enkel voor dit verslag en duidt helemaal niet op eventuele geografische segmentaties die het BIPT in het kader van een dossier zou kunnen definiëren.
3. De term "x-P" en aanverwanten (bijvoorbeeld "1P BB", "2P BB Mob", "3P BB TV Mobiel", "3P BB TV VT", enz.) zullen in dit verslag geregeld voorkomen. Ter herinnering, die termen wijzen op het aantal telecomdiensten die samen, gelijktijdig, in een gebundeld aanbod (of "bundel") door een operator verkocht worden. Zo geeft de term "3P BB TV Mob" aan dat de bundel in kwestie drie types telecomdiensten bevat: breedbandinternet ("BB"), televisie ("TV") en mobiel ("Mob"). In het geval dat het vierde type telecomdienst (vaste telefonie) betrokken is, wordt dit vermeld aan de hand van de term "VT". Wanneer alle telecomdiensten in eenzelfde bundel vervat zitten, dan wordt dit eenvoudigweg aangeduid met de term "4P".
4. Hoewel het aanbod "1P BB" strikt gezien geen gebundeld aanbod is (aangezien het uit één dienst bestaat) zal het voor de eenvoud toch onder deze benaming in dit verslag worden opgenomen.
5. Er zal tijdens de analyse geregeld een onderscheid gemaakt worden tussen:
 - 5.1. Enerzijds de "convergente" gebundelde aanbiedingen, dat zijn aanbiedingen die tegelijk vaste (breedbandinternet, televisie en/of vaste telefonie) en mobiele diensten combineren;
 - 5.2. Anderzijds de "niet-convergente" gebundelde aanbiedingen, dat zijn aanbiedingen die uitsluitend uit vaste diensten bestaan.
6. Wanneer er verwezen wordt naar het kwartaal van een jaar, dan zal dit doorgaans aangeduid worden met de term "Qx" gevolgd door het jaar waarop het betrekking heeft. Zo zal het eerste kwartaal van het jaar 2018 meestal aangeduid worden met "Q1 2018".
7. Tenzij anders aangegeven, verschaft het BIPT alle gegevens, grafieken en tabellen in dit verslag.

¹ In de praktijk komt het grondgebied dat gedekt is door het kabelnetwerk van VOO overeen met bijna het volledige Waals Gewest en een deel van het Brusselse Gewest. Het kabelnetwerk van Telenet dekt bijna het volledige Vlaams Gewest, het deel van het Brussels Gewest dat niet door VOO gedekt is en enkele gemeenten in Henegouwen.

8. In de prijsanalyses zijn de prijzen die voor het tweede kwartaal van 2022 in aanmerking genomen zijn die welke gelden op 20 juni 2022. De prijswijzigingen die de operatoren sinds het begin van het jaar tot op die dag hebben doorgevoerd, zijn dus in aanmerking genomen. Alle prijzen in dit document zijn nominale prijzen, d.w.z. niet gecorrigeerd voor inflatie (en dus niet de reële prijzen).
9. De kleurcode die is gebruikt in de tabellen van hoofdstuk 4 "Evolutie van de prijzen en karakteristieken van de telecombundels" om de evolutie te benadrukken van die nominale prijzen (of de bedragen die de consument moet uitgeven) in de loop van de betrokken periode is de volgende:

< 0%	>= 0% en <= 5%	> 5%
------	----------------	------

Lezing: een groengekleurd percentage geeft aan dat de prijs van de beschouwde bundel (of het bedrag dat de consument moet betalen) gedaald is in de loop van de bestudeerde periode; een geelgekleurd percentage geeft aan dat de prijs van de beschouwde bundel (of het bedrag dat de consument moet betalen) stabiel is gebleven of maximaal met 5% is gestegen in de loop van de bestudeerde periode; een roodgekleurd percentage geeft aan dat de prijs van de beschouwde bundel (of het bedrag dat de consument moet betalen) met meer dan 5% is gestegen in de loop van de bestudeerde periode.

10. Wat de prijs betreft zal dit verslag voornamelijk de evolutie van de nominale prijzen van de gebundelde aanbiedingen analyseren die de operatoren op de markt brengen. Het BIPT zal later in een mededeling de evolutie van de telecommuitgaven van consumenten voorstellen en de manier waarop die geëvolueerd zijn ten opzichte van de inflatie.

2. Executive summary

11. Hoe zijn de retailmarkten voor breedband en televisie in België geëvolueerd sedert de aanneming op 29 juni 2018 door de CRC ("Conferentie van Regulators van de elektronische-Communicatiesector"²) van het nieuwe regelgevingskader in verband met die markten? Dit verslag zal het antwoord op die vraag geven via een driedelige analyse:
 - 11.1. Vooreerst een beschrijving van de algemene tendensen op de markt (aantal breedbandlijnen dat op de markt wordt aangeboden; het relatief gewicht van de verschillende toegangstechnologieën; marktaandeel van de operatoren; enz.) en van het particuliere segment ervan in het bijzonder (soorten diensten die de consument koopt; churn rate; enz.). Die verschillende aspecten zullen worden bestudeerd in hoofdstuk 3.
 - 11.2. Vervolgens een onderzoek van de ontwikkeling van de prijzen en karakteristieken van de gebundelde aanbiedingen (of bundels) die door de operatoren worden aangeboden (hoofdstuk 4).
 - 11.3. Ten slotte een analyse van de rol die de regulering heeft gespeeld in de evolutie van de breedband- en televisiemarkten sedert 2018 (hoofdstuk 5).

12. Zoals uit dit rapport zal blijken hebben de retailmarkten voor breedband en televisie in de voorbije vier jaar belangrijke ontwikkelingen doorgemaakt, waarvan de meest opmerkelijke zijn:
 - 12.1. Het overheersende aandeel (van 22% tot 47%) dat de "convergente" bundels (d.w.z. waarin vaste en mobiele diensten gecombineerd worden) inmiddels innemen in de mix van de diensten die particuliere consumenten kopen (cf. deel 3.3.1);
 - 12.2. De sterke diversifiëring van het dienstenaanbod dat aan de consumenten wordt gedaan (zie deel 3.3.5) en de vooraanstaande rol die Orange in die ontwikkeling heeft gespeeld (cf. met name deel 4.3 en deel 5.3 paragraaf 141);
 - 12.3. De groei van Orange dat van 110.000 breedbandlijnen, die gebruik maken van de kabel, begin 2018 geëvolueerd is naar om en bij de 400.000 lijnen eind 2021 en dat zijn totale aandeel in de breedbandmarkt verdrievoudigd heeft (van [0-5%] naar [5-10%]) in de loop van diezelfde periode (cf. deel 3.2.4). Die groei van Orange is ten koste gegaan van de drie dominante operatoren, nl. Proximus, VOO en Telenet, waarvan sommige evenwel hun verlies van marktaandeel hebben kunnen verzachten dankzij hun secundaire merken Scarlet, Zuny en Tadaam, waarvan het gecumuleerde marktaandeel gegaan is van 6% naar 9% van het particuliere segment waarop zij zich uitsluitend richten.
 - 12.4. Het feit dat de Belgische breedbandmarkt uiterst geconcentreerd blijft, omdat de dominante operatoren Telenet en Proximus in het noorden van het land en Proximus en VOO in het zuiden daar een gecumuleerd marktaandeel blijven houden van meer dan 80%, en omdat buiten Orange geen enkele alternatieve operator zich op beduidende wijze heeft kunnen doorzetten op de markt (cf. deel 3.2.4). De overname van VOO door Orange, die in december 2021 aangekondigd is (maar die

² De CRC verenigt de vier regulatoren die bevoegd zijn voor media-aangelegenheden in België: een federale regulator, het BIPT, in het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad, en drie regulatoren van de Gemeenschappen, de VRM, de CSA en de Medienrat, respectievelijk bevoegd in hun eentalig gebied, namelijk het Nederlandse taalgebied, het Franse taalgebied en het Duitse taalgebied. De CRC neemt besluiten betreffende elektronische communicatie wanneer deze, krachtens een samenwerkingsakkoord, gezamenlijk door de Federale Staat en de Gemeenschappen moeten worden genomen.

nog door de bevoegde autoriteiten moet worden goedgekeurd), zal de situatie in Wallonië overigens ingrijpend veranderen, aangezien, behoudens maatregelen die in het kader van de goedkeuringsprocedure van de overname aangenomen worden, dit zal leiden tot het ontstaan van een duopolie Proximus-Orange met ongeveer 98% van de markt (cf. deel 3.2.4.2).

- 12.5. Een matige evolutie voor de consument in termen van prijs en karakteristieken van de telecombundels (zie hoofdstuk 4), met:
- i. Nominale prijzen die zo goed als nooit dalen en meestal zelfs stijgen (zie de delen 4.3, 4.4 en 4.5 en met name de paragrafen 81 tot 86), ook al zien we dat de telecomprijzen nu minder snel stijgen dan de algemene prijsindex, zelfs vóór de versnelling van de inflatie eind 2021-begin 2022.
 - ii. Een algemeen positieve tendens wat de **convergente bundels** betreft, waarvoor de consumenten doorgaans "meer waar voor hun geld" krijgen dan vier jaar geleden, en dat hoofdzakelijk wegens de ontwikkeling van de mobiele component van die bundels (zie deel 4.3).
 - iii. Een algemeen negatieve tendens wat de **niet-convergente bundels** betreft, waarvan de prijzen meestal stijgen terwijl inhoudelijk bijna niets verandert (zie deel 4.4).
 - iv. Het feit dat, ondanks de geboekte vooruitgang, België duur blijft voor telecomdiensten in vergelijking met zijn buurlanden en in het algemeen met alle landen van de Europese Unie (zie deel 4.6).
13. Voor de overige tendensen die op de markt worden waargenomen en die in dit document bestudeerd worden, melden we ook nog het volgende:
- 13.1. De vaste-breedbandmarkt is in de afgelopen vier jaar blijven groeien (+13,5% lijnen verkocht in vergelijking met eind 2017, op een totaal van 4,9 miljoen lijnen (zie deel 3.2.1).
 - 13.2. Wat de toegangstechnologieën betreft (cf. deel 3.2.2), is het aandeel van DSL in de verdeling van breedbandlijnen verkocht door de operatoren merkbaar afgebrokkeld, aangezien het op vier jaar tijd van 48% naar 43% is gegaan, terwijl de kabel (52% van de aansluitingen in 2021), glasvezel en, in mindere mate, "Fixed Wireless Access" (samen 5% van de aansluitingen in 2021) hun belang daarentegen zien stijgen. Terwijl de toekomstige evolutie van de "FWA"-connectiviteit ("Fixed Wireless Access") onzeker is, zal die van glasvezel wellicht nog versnellen gelet op de investeringen die nu lopen om die technologie uit te rollen.
 - 13.3. Op het vlak van bandbreedte is het percentage van verkochte diensten met een snelheid hoger of gelijk aan 100 Mbps sinds 2018 van 52% naar 67% gegaan (cf. deel 3.2.3).
 - 13.4. Het aandeel particuliere diensten die verkocht worden met daarin vaste telefonie is sterk aan het afnemen (het is van 66% naar 50% gezakt, cf. deel 3.3.2).
 - 13.5. De churn rate neemt steeds meer af naarmate het aantal gebundelde diensten stijgt (3% in het geval van 4P, cf. deel 3.3.4)
 - 13.6. 1P-internet vertoont een bescheiden opleving (van 18% naar 22%) maar breekt nog niet echt door (cf. deel 3.3.6).
 - 13.7. Betalende lineaire televisie "over the top" (OTT) blijft embryonaal (vertegenwoordigde minder dan 2% van de televisiediensten eind 2021, cf. deel 3.3.7).

- 13.8. Scarlet blijft de ongeëvenaarde prijzenkoning in het segment van het basisaanbod met een onbeperkt volume waarin ook televisie zit (zie deel 4.4).

14. Zoals in hoofdstuk 5 zal worden aangetoond, stelt het BIPT vast dat de regelgeving uit 2018 positieve gevolgen heeft gehad op de markt. Die regelgeving heeft (kwalitatieve en tarifaire) voorwaarden ingevoerd voor de toegang tot de netwerken van de dominante operatoren waarvan de alternatieve operatoren profijt hebben kunnen trekken, hetgeen bijgedragen heeft tot de positieve trends die hierboven zijn vermeld: diversiteit van de aanbiedingen en, wat de convergente diensten betreft, meer waarde voor de consument (die meer waar voor zijn geld krijgt). Tevens stelt men vast dat dit regelgevingskader geenszins in de weg heeft gestaan van de investeringen in de snelle-breedbandinfrastructuren, getuigen daarvan met name de sedert 2020 versnelde uitrol van een FTTH-toegangsnetwerk door Proximus, de plannen voor een partnerschap van Telenet en Fluvius om in Vlaanderen een glasvezelnetwerk aan te leggen en de geleidelijke uitbreiding van de 1 Gbps dekking door VOO.

15. Het BIPT stelt echter ook vast dat, enerzijds, de waargenomen positieve dynamiek voor de convergente diensten (t.t.z. mobiel en vast) niet geldt voor de niet-convergente diensten (t.t.z. enkel vaste) (zie deel 4.4) en dat, anderzijds, zoals hierboven vermeld, ondanks de regelgeving, het prijsniveau van de breedbanddiensten in België aanzienlijk hoger blijft dan dat in de buurlanden, alsook in bijna de rest van de Europese Unie (zie deel 4.6). Het BIPT stelt eveneens vast dat bijna alle breedbandlijnen (96%) die de alternatieve operatoren te koop aanbieden, momenteel gebaseerd zijn op een gereguleerd aanbod (cf. deel 3.2.5).

16. De conclusie luidt dat open netwerken en goed ingelichte gebruikers (met name via de initiatieven van het BIPT ter zake, zie paragraaf 146) meer dan ooit de aanvullende sleutel vormen voor de ontwikkeling van een concurrerende markt.

3. Algemene evolutie van de markt

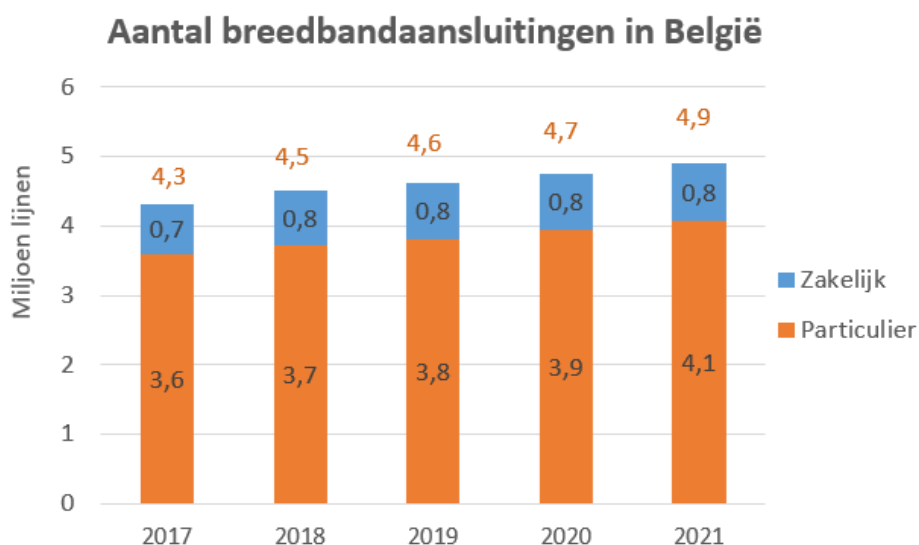
3.1. Inleiding

17. Dit hoofdstuk stelt de voornaamste evoluties van de breedbandmarkt tijdens de afgelopen vier jaar voor. Eerst wordt er gekeken naar de algemene tendensen voor de gehele markt (zakelijke en particuliere klanten), vervolgens wordt een reeks elementen bekeken die specifiek zijn voor het particuliere segment.

3.2. De hele markt

3.2.1. Een markt die blijft groeien

18. Tussen het einde van 2017 en het einde van 2021 is het aantal breedbandaansluitingen in België gestegen met 13,5%, van 4,3 miljoen lijnen naar 4,9 miljoen. In 2021 vertegenwoordigt het zakelijke segment 17% van de markt en het particuliere 83%. Die verhoudingen zijn sinds 2017 nagenoeg stabiel gebleven.

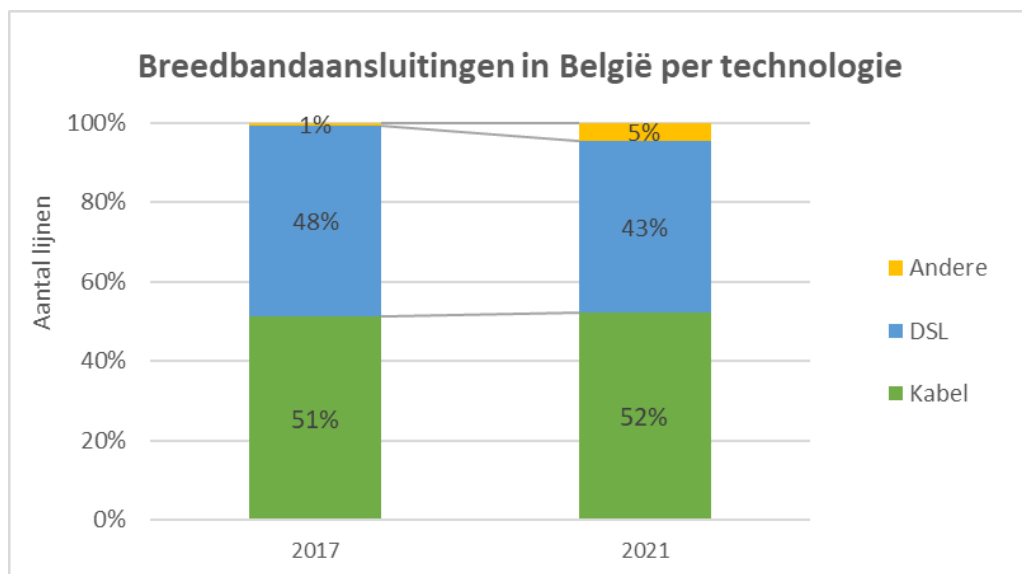


Figuur 1 : Evolutie van het aantal breedbandaansluitingen in België (miljoen lijnen)

3.2.2. Uitholling van DSL, behoud van de kabel, marginaal gewicht van andere toegangstechnologieën

19. Eind 2021 waren de kabel en DSL de technologieën die bijna alle breedbandaansluitingen leverden die in België verkocht werden (95% van de breedbandlijnen vs. 99% eind 2017). Hoewel het aantal DSL-aansluitingen licht aan het stijgen is ten opzichte van 2017, is het belang van die technologie in de verdeling van de verkochte breedbandlijnen echter merkkelijk uitgehold, aangezien ze in de afgelopen vier jaar van 48% naar 43% is gegaan. Die uitholling is voornamelijk te verklaren door:

- 19.1. een sterkere stijging van de kabel, met name dankzij Orange, waarvan een deel van de marktaandeelwinst ten koste van Proximus is gegaan (cf. 3.2.4);
- 19.2. de progressieve uitrol (vooral bij Proximus) van glasvezelinfrastructuren en de verkoop van aanbiedingen met die toegangstechnologie;
- 19.3. de ontwikkeling van niche-FWA-diensten ("Fixed Wireless Access") (Flybox bij Orange, Tadaam bij Telenet).



Figuur 2 : Evolutie van de breedbandaansluitingen in België afhankelijk van de toegangstechnologie

20. Hoewel ze sterk aan het stijgen zijn, vertegenwoordigen de glasvezel- en FWA-toegangstechnologieën eind 2021 slechts een beperkt deel van het aantal breedbandaansluitingen (samen 5%). Wat glasvezel betreft, zal die situatie zeker evolueren, gezien de huidige versnelling bij de uitrol van die technologie³. De evolutie van de FWA-connectiviteit is daarentegen minder duidelijk af te bakenen, want, hoewel de introductie van 5G⁴ in België een ontwikkeling van die toegangstechnologie met zich zou kunnen brengen, is een dergelijk scenario in dit stadium echter onzeker zowel op het vlak van aanbiedingen als van het succes bij consumenten.

3.2.3. Meer dan twee derde van de breedbandlijnen bieden een snelheid van ten minste 100 Mbps aan

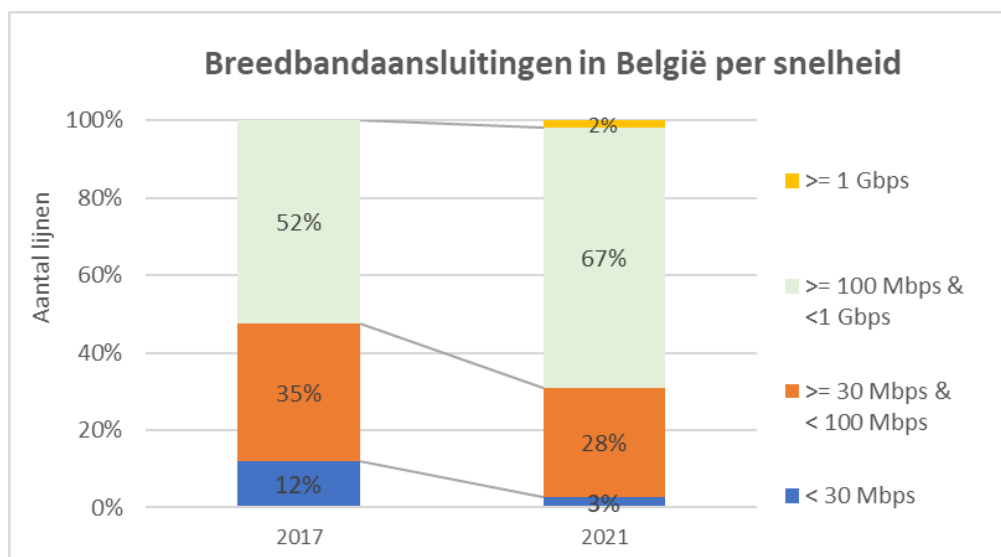
21. Tijdens de afgelopen vier jaar hebben de netwerkooperatoren verder in hun infrastructuur geïnvesteerd en hebben ze de snelheden die deze kunnen bieden verhoogd. Zo:

³ Of het nu gaat via investeringen die rechtstreeks door Proximus zijn gedaan of via investeringen van joint ventures die daarvoor zijn opgericht (Fiberklaar met Delta Fiber in Vlaanderen en Unifiber met Eurofiber in Wallonië), ambieert Proximus tegen 2028 70% van de Belgische huishoudens te voorzien van glasvezel (dit percentage is eind 2021 gestegen naar 14%) Overigens zitten de onderhandelingen tussen Telenet en Fluvius voor de oprichting van een joint venture voor de uitrol van een glasvezelinfrastructuur op grote schaal in Vlaanderen, in een laatste fase.

⁴ De veiling voor de toekenning van 5G-vergunningen heeft in juni 2022 plaatsgevonden.
<https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/radiospectrumveiling-haalt-12-miljard-euro-op>

- 21.1. heeft Telenet op heel zijn grondgebied de DOCSIS 3.1-technologie uitgebouwd die geïnteresseerde kabelgebruikers in staat stelt snelheden tot 1 Gbps te bereiken;
- 21.2. heeft VOO zich tot een soortgelijk proces verbonden en biedt het in sommige zones reeds diensten aan die 1 Gbps kunnen bereiken;
- 21.3. heeft Proximus de uitrol voortgezet van de VDSL-technologie die in staat stelt 100 Mbps via het koperen netwerk te bereiken;
- 21.4. is Proximus gestart met de uitrol van een glasvezelnetwerk dat, eind 2021, 14% van de Belgische huishoudens zou dekken.

22. Voor de consumenten hebben deze netwerkupgrades geleid tot een gemiddelde toename van hun verbindingssnelheid, met name omdat de operatoren uit eigen beweging de snelheid van de meerderheid van hun aangeboden diensten verhoogd hebben. Zo is tussen eind 2017 en eind 2021 het percentage van verkochte aansluitingen met snelheden die ten minste gelijk zijn aan 100 Mbps, geëvolueerd van 52% naar 69% van de markt. In dezelfde periode is het aantal verkochte lijnen met een snelheid lager dan 30 Mbps, van 12% naar 3% van de markt gegaan⁵.



Figuur 3 : Evolutie van de verdeling van verkochte breedbandaansluitingen in functie van hun commerciële snelheid⁶

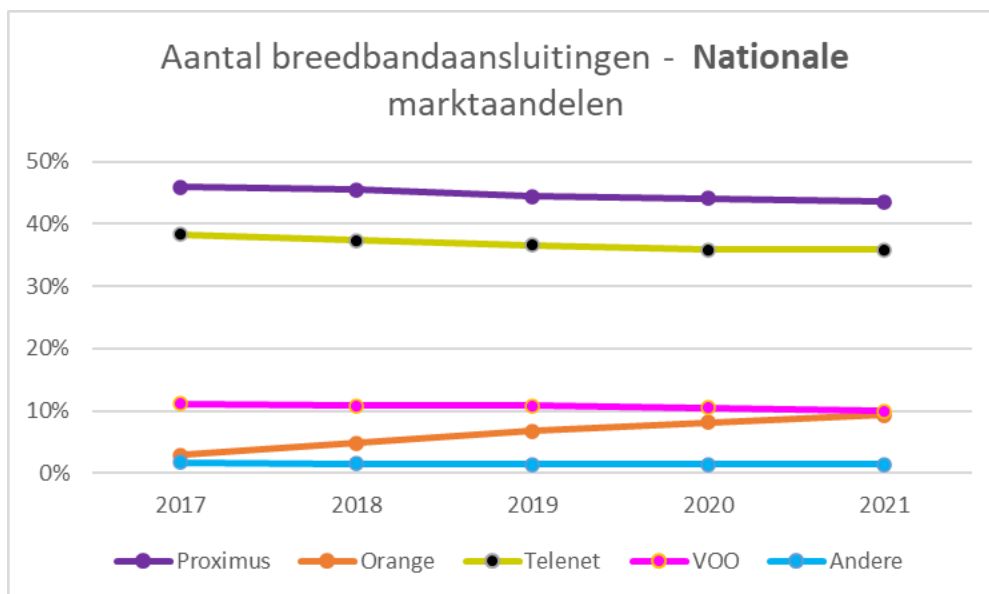
3.2.4. Orange kende een opmerkelijke doorbraak, maar de markt blijft erg geconcentreerd

23. Wat marktaandeelen betreft, zijn de afgelopen vier jaar gekenmerkt door de **doorbraak van Orange** waarvan het aantal breedbandaansluitingen op nationaal niveau verdrievoudigd is en 10% benadert. Die doorbraak van Orange (die gesteund is op het gebruik van het

⁵ Ongeveer 46.000 huishoudens, voornamelijk in Wallonië, hebben nog geen snelheid van 30 Mbps.

⁶ De meerderheid van de koperproducten die door Proximus wordt aangeboden, vermeldt een maximale snelheid van 100 Mbps, zonder evenwel de mogelijkheid te geven om dit te overstijgen. In de praktijk kan de vandaag gemeten snelheid echter lager zijn dan de aangeboden snelheid, omdat die afhangt van de specifieke situatie van de gebruikers.

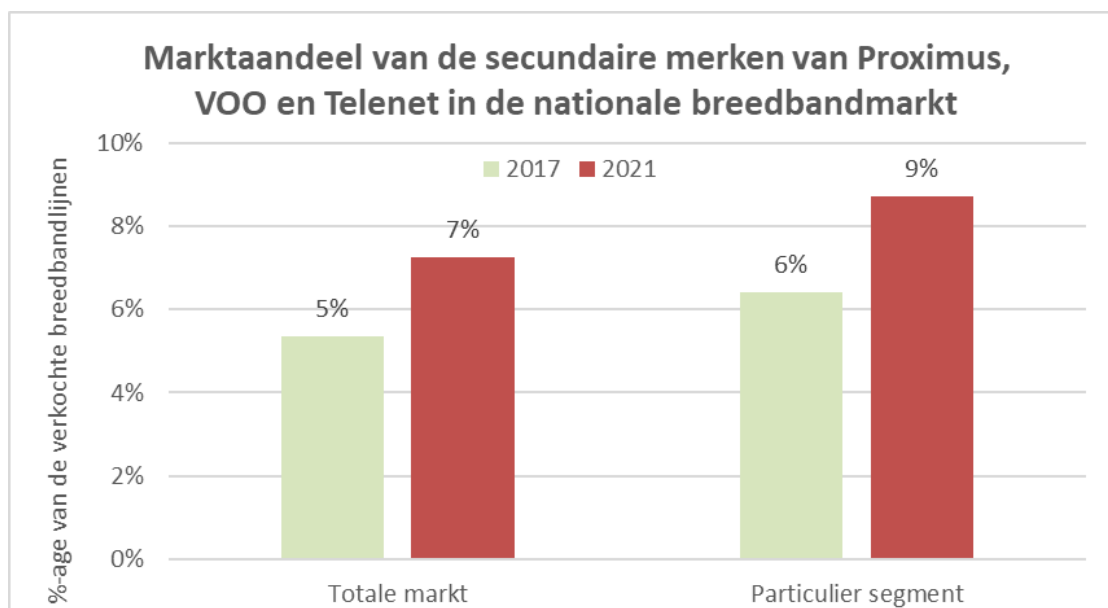
gereguleerde aanbod voor toegang tot de kabelnetwerken van Telenet en VOO) ging ten koste van de drie voornaamste operatoren (Proximus, Telenet en VOO⁷), waarvan de marktaandeelen, afhankelijk van het geval, uitgehold zijn van 1% tot 3%.



Figuur 4 : Evolutie van de nationale marktaandeelen van de breedbandaansluitingen die in België verkocht zijn

24. Met uitzondering van Orange is geen enkele andere alternatieve speler in de laatste jaren er significant op vooruit gegaan. Onder die andere alternatieve operatoren (waarvan het gecumuleerde nationale marktaandeel lager is dan 2%) is edpnet de grootste op het vlak van het aantal aansluitingen. United Telecom en Cybernet kunnen eveneens vernoemd worden, net als operatoren die zich uitsluitend richten op zakelijke klanten zoals Destiny, Win, BT, enz.
25. We merken eveneens de recente verschijning op van kleine spelers (Be Cactus, The Last Mile, multifiber, enz.) die uitsluitend kiezen voor glasvezelaanbiedingen, ofwel in eigen beheer, ofwel steunend op de uitrol van glasvezel door Fluvius in enkele Vlaamse steden. Hun marktaandeel blijft op dit moment echter marginaal.
26. Terwijl de alternatieve operatoren, met uitzondering van Orange, maar een klein deel van de markt vertegenwoordigen, kennen de secundaire merken (Scarlet, Zuny, Tadaam) die door de dominante operatoren aangeboden worden, daarentegen sinds eind 2017 een versnelde groei van het aantal verkochte aansluitingen (+54% in 2021 vs. eind 2017). Die versnelde groei heeft zich zowel in het noorden als in het zuiden van het land voorgedaan en heeft geleid tot een verhoging van het marktaandeel dat in handen is van dat type merken, wat, in vier jaar tijd, van 5% naar 7% gestegen is voor de hele markt (zakelijk en particulier) en van 6% naar 9% voor het particuliere segment waar ze zich bijna uitsluitend op richten.

⁷ De vermelde marktaandeelen voor die drie operatoren betreffen alle merken die zij aanbieden, met andere woorden inclusief de "secundaire" merken (namelijk, voornamelijk, het merk Scarlet bij Proximus, het merk Tadaam bij Telenet en het merk Zuny bij VOO). We merken overigens op dat de MVNO Mobile Vikings (waarvan de overname door Proximus in 2021 is goedgekeurd) in juni 2022 gestart is het met aanbieden van vaste breedbanddiensten.



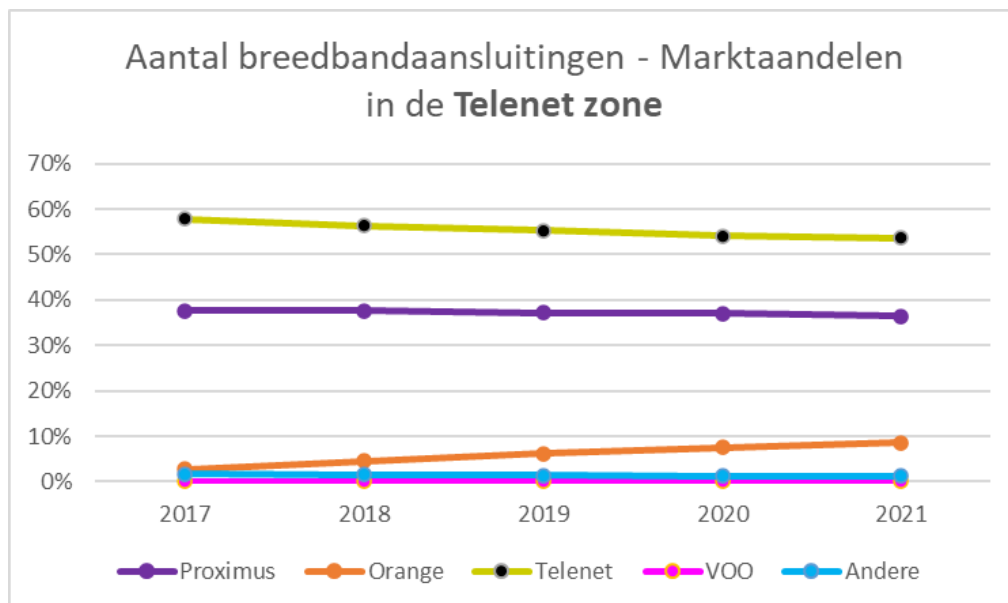
Figuur 5 : Marktaandeel van de breedbandaansluitingen van de "secundaire" merken van Proximus, VOO en Telenet

27. De secundaire merken van de dominante operatoren vertegenwoordigen dus een niet-verwaarloosbaar en groeiend deel van de markt. Hun ontwikkeling of de intensivering van hun activiteit is over het algemeen een antwoord of een voorbereiding op de komst van aanbiedingen van alternatieve operatoren die op basis van de prijs de concurrentie willen aangaan met de voornaamste merken van de dominante operatoren. De groei van de secundaire merken benadrukt overigens de honger van een deel van de consumenten naar eenvoudige en goedkope telecomoplossingen.
28. Als we uiteindelijk naar al die elementen kijken, dan blijkt dat, ondanks de doorbraak van Orange, de Belgische particuliere breedbandmarkt gedomineerd blijft door een beperkt aantal operatoren, namelijk Proximus, Telenet en VOO die met z'n drieën op nationaal niveau bijna 90% van de markt in handen hebben. Die dominantie komt nog duidelijker naar voren wanneer de situatie per dekkingzone van de kabeloperatoren geanalyseerd wordt, zoals blijkt uit de volgende twee delen.

3.2.4.1. Marktaandelen in de dekkingzone van Telenet

29. In de zone die door het kabelnetwerk van Telenet⁸ gedekt wordt, bereikt het gecumuleerde breedbandmarktaandeel van Telenet en Proximus 90%. Telenet is daar de operator met het grootste marktaandeel ([50-60%]), terwijl Proximus zich op [30-40%] bevindt. Hoewel dat marktaandeel sinds eind 2017 door de bovenvermelde doorbraak van Orange uitgehold is (het lag toen op [90-100%]), blijft de marktconcentratie dus nog toch erg hoog.

⁸ Ter herinnering: het Vlaamse Gewest, een deel van het Brusselse Gewest en enkele gemeenten in Henegouwen.



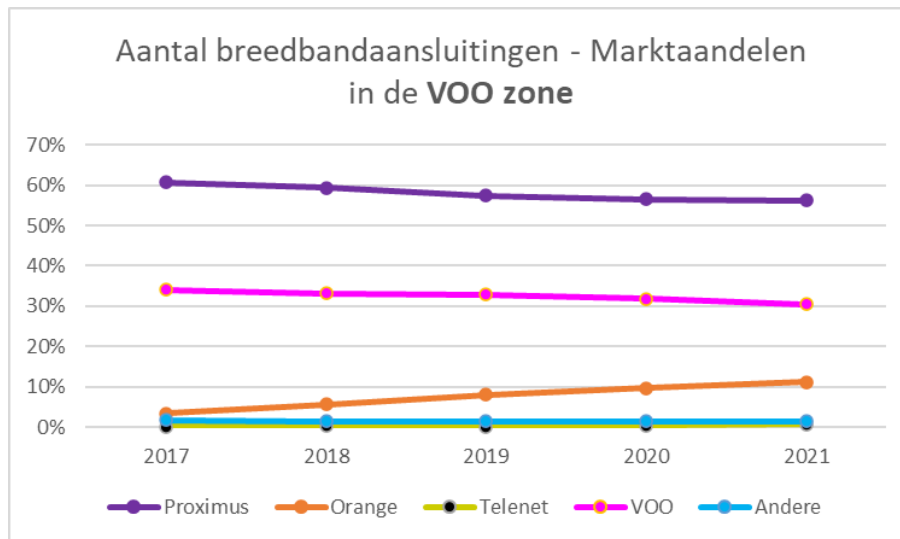
Figuur 6 : Evolutie van de marktaandelen van de breedbandaansluitingen die in de zone van Telenet verkocht worden

30. Wat de marktaandeelwinsten van Orange betreft zijn die voornamelijk ten koste van Telenet gegaan (waarvan de prijs van de diensten merkbaar hoger ligt dan die van Orange) en in mindere mate ten koste van Proximus.

3.2.4.2. Marktaandelen in de dekkingzone van VOO

31. In de zone die door het kabelnetwerk van VOO⁹ gedekt wordt, bereikt het gecumuleerde breedbandmarktaandeel van VOO en van Proximus [80-90%]. Proximus is daar de operator met het grootste marktaandeel ([50-60%]), terwijl VOO zich op [30-40%] bevindt. Dat gecumuleerde marktaandeel is in de laatste jaren echter opvallender gedaald dan dat op het grondgebied van Telenet, aangezien het in de zone van VOO met 8 punten is gedaald ten opzichte van eind 2017 vs. -5 punten in de zone van Telenet gedurende diezelfde periode. Zoals in de zone van Telenet is de daling van het gecumuleerde marktaandeel van de dominante operatoren veroorzaakt door de doorbraak van Orange, wat ten koste van zowel Proximus als van VOO is gegaan.

⁹ Ter herinnering: bijna het volledige Waalse Gewest en een deel van het Brusselse Gewest.

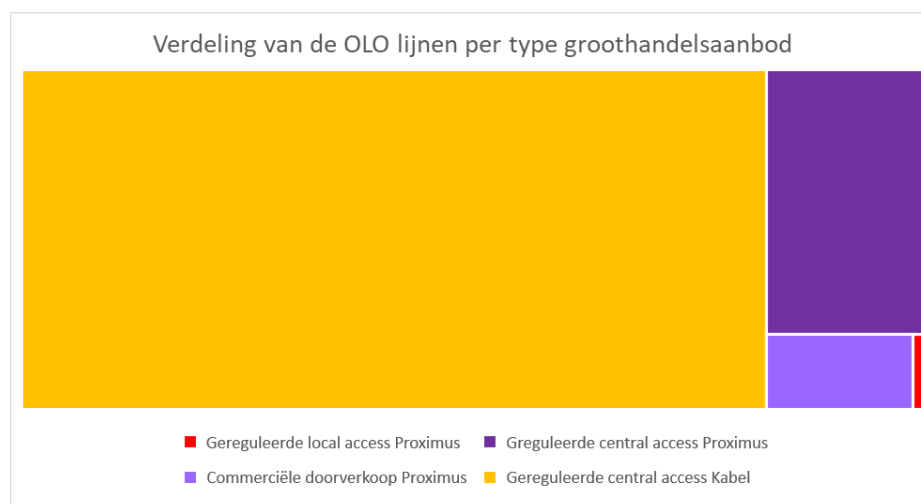


Figuur 7 : Evolutie van de marktaandelen van de breedbandaansluitingen die in de zone van VOO verkocht worden

32. De overname van VOO door Orange die in december 2021 aangekondigd is (maar die nog door de bevoegde autoriteiten moet worden goedgekeurd), zal echter de situatie in Wallonië ingrijpend veranderen, aangezien, behoudens maatregelen die in het kader van de goedkeuringsprocedure van de overname aangenomen worden, dit zal leiden tot het ontstaan van een duopolie Proximus-Orange met ongeveer 98% van de markt.

3.2.5. De breedbandactiviteit van Orange is voornamelijk afhankelijk van gereguleerde aanbiedingen

33. Eind 2021 blijven de wholesaleaanbiedingen, waarvan de diensten van alternatieve operatoren (namelijk hoofdzakelijk Orange) afhankelijk zijn, voornamelijk gereguleerde wholesaleaanbiedingen en in erg grote mate centraletogangsaanbiedingen. Zoals immers uit onderstaande grafiek blijkt, hangt niet minder dan 96% van de breedbandlijnen van alternatieve operatoren af van die gereguleerde aanbiedingen.



Figuur 8 : Verdeling van de breedbandlijnen verkocht door alternatieve operatoren (Orange, edpnet, enz.) afhankelijk van het type gebruikte wholesaleaanbod

34. De doorbraak van Orange op de markt is dus mogelijk gemaakt door de regulering die door de beslissingen van de CRC op 29 juni 2018 is vastgelegd. De alternatieve operatoren blijven enorm afhankelijk van de gereuleerde aanbiedingen en in het bijzonder van de centrale toegang. We herinneren eraan dat bij de kabeloperatoren er immers geen commerciële wholesaleaanbiedingen bestaan (en ook nooit bestaan hebben), terwijl bij Proximus de commerciële aanbiedingen slechts een kleine rol spelen (Carrier DSL-, Carrier FTTH-, WIP-doorverkoopaanbiedingen).
35. Het is echter mogelijk dat de situatie in de toekomst evolueert:
 - 35.1. Proximus prijst sinds enkele jaren het "open" karakter van zijn netwerk aan;
 - 35.2. Volgens hun eigen verklaringen zouden de FTTH-netwerken die door Fiberklaar en Unifiber zijn aangelegd, open moeten zijn voor andere operatoren (zelfs onafhankelijk van de bestaande regulering). Hetzelfde zou moeten gelden voor het glasvezelnetwerk (FTTH) dat Telenet en Fluvius van plan zijn samen aan te leggen in Vlaanderen;
 - 35.3. De FTTH-netwerken van Fiberklaar en Unifiber zijn P2P-netwerken die een passieve toegang op lokaal niveau mogelijk maken. Het BIPT verwacht zich eraan dat dit ook het geval zal zijn voor het netwerk dat wordt beoogd door Telenet en Fluvius.
36. Bij gebrek aan regulering blijft het bestaan en het succes van wholesaleaanbiedingen echter onzeker om de volgende redenen:
 - 36.1. Hun uitrol is nog erg beperkt en de dekking zal gedurende de komende jaren (middellange termijn) onvolledig blijven;
 - 36.2. Het zou enkel om gedeeltelijke P2P-dekking gaan met passieve toegang (P2MP in de dichtbevolkte gebieden met enkel actieve toegang);
 - 36.3. Er bestaan nog grote onzekerheden over de toegangsvoorwaarden, zoals de kwestie van de prijzen en de kwestie van het verschil in behandeling tussen de oorspronkelijke investeerders en hun concurrenten op de stroomafwaartse markt op basis van de toegang.

3.2.6. Conclusies

37. De vaste breedbandmarkt is in de afgelopen vier jaar blijven groeien (+13,5%). Op het vlak van snelheid is het percentage van verkochte diensten met een snelheid hoger of gelijk aan 100 Mbps van 52% naar 67% gegaan. Wat toegangstechnologieën betreft, is het aandeel van DSL in de verdeling van breedbandlijnen verkocht door de operatoren merkbaar uitgehold, aangezien het van 48% naar 43% is gegaan, kabel (52% van de aansluitingen in 2021), glasvezel en, in mindere mate, FWA (5% van de aansluitingen in 2021) zien daarentegen hun belang ten opzichte van eind 2017 stijgen. Terwijl de toekomstige evolutie van de FWA-connectiviteit onzeker is, gaat die van glasvezel in de komende jaren enkel versnellen gezien de huidige investeringen voor de uitrol van die technologie.
38. Het grootste deel van de winsten die alternatieve operatoren qua marktaandeel hebben behaald, is door Orange behaald (van [0-5%] marktaandeel eind 2017 naar [5-10%] in 2021), die daarvoor afhankelijk was van een gereguleerd aanbod. Die doorbraak van Orange is ten koste van de drie dominante operatoren gegaan, namelijk Proximus, VOO en Telenet. Sommigen onder hen hebben echter hun marktaandeelverliezen kunnen verminderen dankzij hun secundaire merken die ontwikkeld zijn om klanten aan te trekken of bij zich te houden

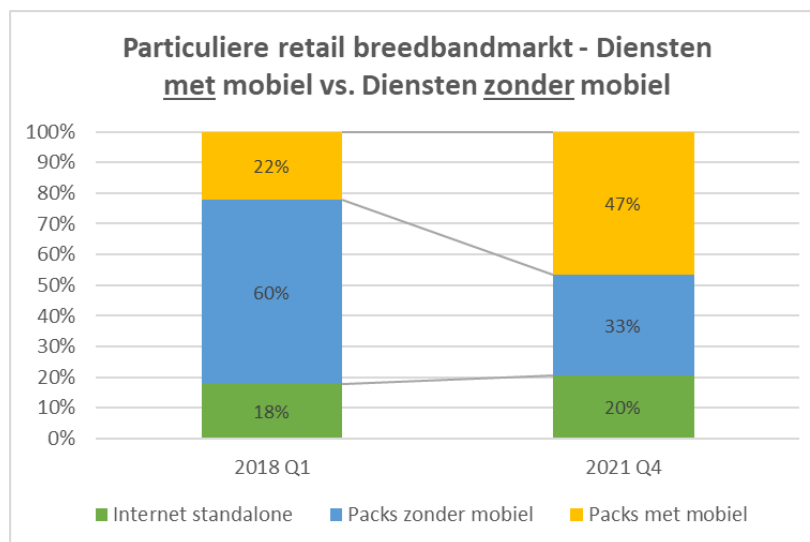
die gevoeliger zijn voor prijzen. Uiteindelijk blijft de Belgische markt in elk van de gewesten enorm geconcentreerd en, behoudens maatregelen aangenomen in het kader van de goedkeuring van de fusie, gaat de overname van VOO door Orange die situatie in Wallonië nog benadrukken. De hernieuwde dynamiek van de markt (dat wil zeggen de nieuwe operatoren en de daaropvolgende reactie van de bestaande operatoren) is immers grotendeels verbonden met de toetreding van Orange op de vaste markt, wat geleid heeft tot nieuwe aanbiedingen (bijv. de bundels 2P BB mobiel of 3P BB TV mobiel) aan concurrerendere prijzen dan die van de voornaamste operatoren op de markt (cf. infra hoofdstuk 4).

3.3. Focus op de particuliere markt

39. Het voorgaande deel heeft de evolutie van de breedbandmarkt in België in zijn geheel geanalyseerd, dat wil zeggen met inbegrip van zakelijke en particuliere klanten. Dit deel zal enkele opmerkelijke tendensen belichten die specifiek het particuliere segment betreffen, wat, zoals hierboven vermeld, 83% van de ganse markt vertegenwoordigt.

3.3.1. Het aandeel van convergent (vast breedband + mobiele dienst) is van 22% naar 47% gegaan

40. Het is de meest spectaculaire verandering die we in vier jaar gezien hebben: het aandeel van gebundelde aanbiedingen met een mobiel element ("convergente" aanbiedingen) is van 22% van de particuliere diensten begin 2018 gegaan naar 47% eind 2021.



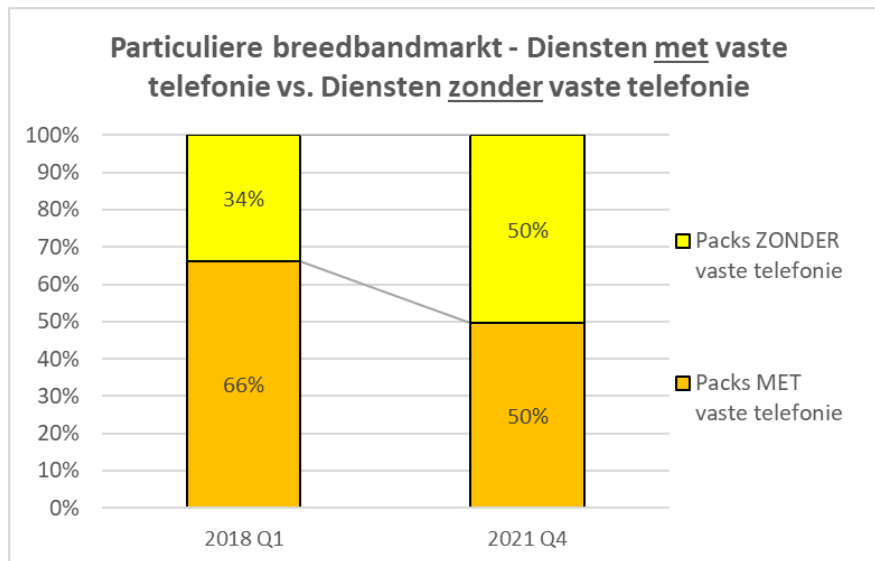
Figuur 9 : Verdeling van de particuliere breedbanddiensten afhankelijk van het type van gebundelde aanbiedingen (of "bundels") waarin ze verkocht zijn

41. Het succes van convergente aanbiedingen bij particuliere klanten versterkt de troeven van de geïntegreerde operatoren op de markt die daarenboven hun klantenbestand nog meer aan zich binden (cf. infra het onderdeel gewijd aan de churn rate). Die verandering is gedeeltelijk toe te schrijven aan het samenvoegen van vaste en mobiele diensten in één enkele bundel die voorheen afzonderlijk bij eenzelfde operator werden afgenomen.

42. Op het vlak van concurrentie bevestigt die evolutie de strategische noodzaak voor de niet-geïntegreerde vaste/mobiele operatoren om toegang te hebben tot wholesaleaanbiedingen.

3.3.2. Het aandeel van verkochte diensten met vaste telefonie daalt sterk

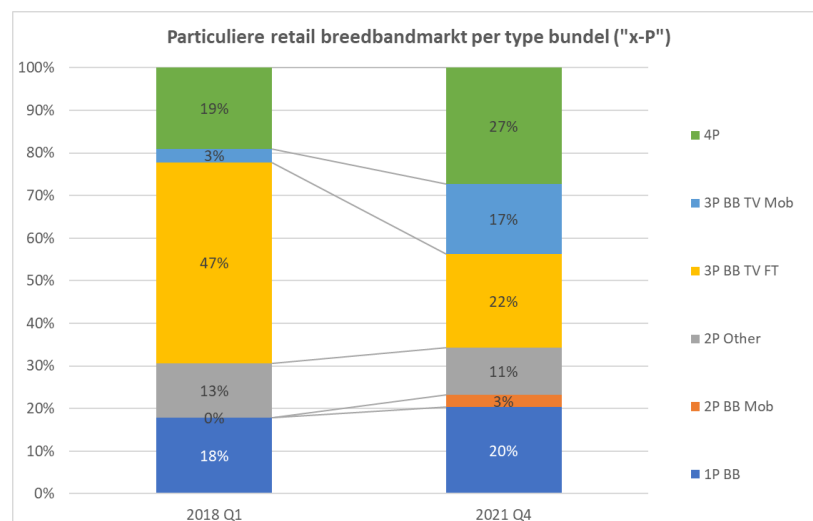
43. Dit is een andere opmerkelijke evolutie van de jongste jaren: de gebundelde verkoop van breedbandaanbiedingen met vaste telefonie is in de laatste vier jaar sterk gedaald, gaande van 66% naar 50% van alle verkopen van bundels met breedband. Die tendens zal zich naar alle waarschijnlijkheid in de komende jaren voortzetten gezien de stijging van convergente aanbiedingen en het steeds meer verspreide gebruik van communicatiesystemen via applicaties (WhatsApp, Messenger, enz.).



Figuur 10 : Verdeling van particuliere breedbanddiensten naargelang of ze met of zonder vaste telefonie verkocht zijn

3.3.3. De bundels 4P en 3P BB TV Mobile zijn gegaan van 22% naar 44% van de markt

44. De combinatie van de hiervoor beschreven sterke tendensen is eveneens vast te stellen in onderstaande grafiek, die, beginnende vanaf dezelfde perimeter als de twee voorgaande, de evolutie van de markt illustreert afhankelijk van het type en het aantal gebundelde diensten ("x-P")¹⁰.



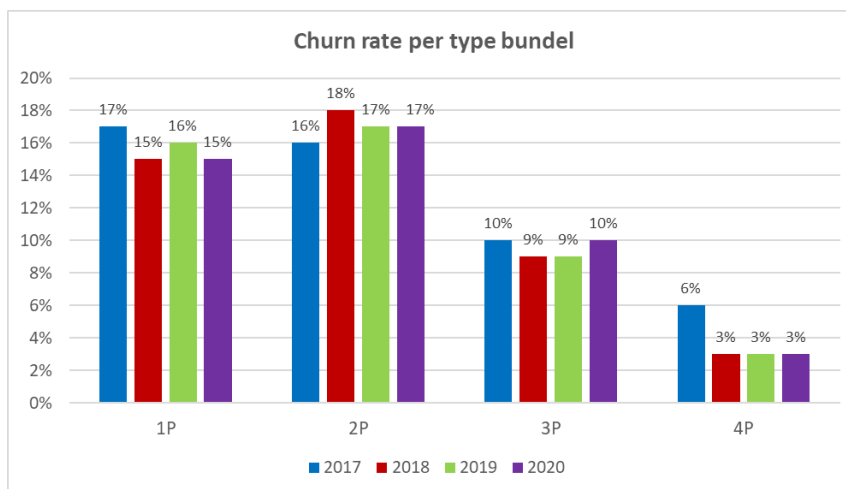
Figuur 11 : Verdeling van de particuliere breedbanddiensten afhankelijk van de verkochte x-P-types

¹⁰ De vier types van telecomdiensten die hier bestudeerd worden, zijn vaste breedband ("BB"), televisie ("TV"), vaste telefonie ("FT") en mobiel ("Mob"). Wanneer een aanbod de kwalificatie "4P" krijgt, betekent dit dat de vier voormelde types van telecomdiensten samengevoegd in één enkele bundel verkocht worden. Een zogenaamde "3P"-dienst zal een combinatie van drie van die types diensten verkopen, terwijl "1P BB" betekent dat een breedbanddienst alleen verkocht wordt zonder met een ander type telecomdienst gebundeld te worden.

45. Zoals blijkt uit die grafiek zijn de laatste vier jaar gekenmerkt door een erg sterke groei van de 4P-diensten (die van 19% van de verkochte particuliere diensten naar 28% gegaan zijn) en de 3P BB TV Mobiele-diensten (gegaan van 3% naar 15%). Het aandeel van de 3P-diensten met vaste telefonie is daarentegen gehalveerd.
46. Zoals zal blijken uit het onderstaande deel, varieert de *churn rate* van het telecomklantenbestand sterk, afhankelijk van het aantal gekochte gebundelde diensten (hoe meer gebundelde diensten klanten kopen, hoe groter de kans dat ze bij de operator blijven die dit aanbieden). De stijging van 4P-abonnementen is dus bijzonder belangrijk voor de operatoren om zeker te zijn van de binding van hun klanten. Die situatie benadrukt opnieuw de troeven van de geïntegreerde operatoren op de markt.

3.3.4. De churn blijft laag met 3P en erg laag met 4P

47. Bovenstaande figuur geeft meer informatie over de evolutie van de *churn rate* voor de telecomdiensten afhankelijk van het aantal "gebundelde" verkochte diensten. Zoals blijkt varieert die rate behoorlijk al naargelang het gaat om ongebundelde diensten of "double play" (tussen 15% en 17%), "triple play"-diensten (10%) of "quadruple play"-diensten (3%). Die situatie is onveranderd gebleven ten opzichte van 2017 en toont het voordeel waarover de operatoren met geïntegreerde oplossingen beschikken op het vlak van klantenbinding en -behoud.



Figuur 12 : Evolutie van de churn rate van de klanten van breedbandoperatoren afhankelijk van het type verkochte bundels

48. De churn rate speelt een centrale rol in de strategie van operatoren. Het is dus niet verbazingwekkend dat ze spreken over een "strategie van convergentie": zoveel mogelijk gebundelde aanbiedingen verkopen om de churn rate te verminderen¹¹. Bovendien lijken de prijsstijgingen geen tijdelijke pieken in de churn rate met zich te brengen. Zo heeft Orange eind 2021, na prijsstijgingen tot 5% doorgevoerd te hebben, het volgende verklaard: "Even on NPS and then on the churn we haven't had any major impact and numbers for December

¹¹ Cf. bijvoorbeeld: Proximus: "Convergence – core to our strategy".

https://www.proximus-cdn.com/dam/jcr:2f2936d4-80c1-4550-8705-3186d7c71f1d/2021-q4-proximus-results-presentation_en_fr_nl.pdf

Orange: "De nationale convergente strategie van Orange Belgium":

https://corporate.orange.be/sites/default/files/2021.12.24_VOO%20acquisition_Investor%20presentation_VFF-1876728580.pdf

were satisfactory”¹². Telenet komt tot een soortgelijke conclusie: “The full customer churn in this market is well into the -- for us, well into the mid-single digits, which is extraordinarily low. [...] When we have stuck reasonably to the Consumer Price Index, we've experienced, although a tick down in net promoter score, we have not really experienced much churn”¹³.

49. De geïntegreerde operatoren die bundels aanbieden met een volledig gamma of een sterk uitgebreid gamma van telecomdiensten, beschikken bijgevolg over een enorm voordeel op het vlak van klantenbinding. De voornaamste operatoren vinden dat het niveau van de churn laag genoeg is om hun prijzen te kunnen doen stijgen zonder het risico te lopen al te veel klanten te verliezen.

3.3.5. Meer keuze voor de klant: à-la-carte-aanbiedingen en diversifiëring van verkochte diensten

50. Een andere sterke tendens die in de laatste jaren waargenomen is, is de ontwikkeling door de operatoren van “à-la-carte”-aanbiedingen, dat zijn aanbiedingen die de consumenten de mogelijkheid geven om erg nauwkeurig de inhoud van de diensten te definiëren waarop ze zich willen inschrijven. ONE (Telenet) en Flex (Proximus) zijn flagrante voorbeelden van die evolutie, net zoals Orange, die de mogelijkheid geeft om tot in de kleinste details de gewenste bundel samen te stellen.

51. Onder de andere factoren die consumenten in staat stellen de dienst waarop ze zich inschrijven te personaliseren, worden ook volgende mogelijkheden genoemd:

- 51.1. kiezen voor veel hogere snelheden (tot 1 Gbps afhankelijk van de operatoren) dan de snelheid die in het standaardabonnement wordt aangeboden;
- 51.2. beschikken over een groot aantal televisiezenders (tussen 70 en 80) via een decoder of, daarentegen, tegen een lagere prijs dat aantal beperken tot (bijvoorbeeld) een twintigtal kanalen via televisieapplicaties;
- 51.3. vaste telefonie al dan niet opnemen in de bundel;
- 51.4. meerdere gedifferentieerde mobiele abonnementen opnemen al naargelang de behoeften en tegen een lagere prijs ten opzichte van het basisaanbod;
- 51.5. enz.

52. Daarenboven willen de operatoren al enkele jaren hun gamma uitbreiden met andere diensten dan uitsluitend telecomdiensten. Er is bijvoorbeeld het gratis opnemen van krantenabonnementen (*Le Soir* en *Het Nieuwsblad* voor Proximus, *Sudinfo* voor VOO) in de meest commercieel gepromote bundels en in het geval van Proximus, de ontwikkeling van bankdiensten met Belfius.

¹² Vrije vertaling: “Wij zagen geen impact noch op de NPS [“Net Promoter Score”], noch op de churn en we waren tevreden over de resultaten van december”. Orange Belgium Q4 2021 Earnings Call (50:00): <https://corporate.orange.be/sites/default/files/141527%20audio%20425018012-20220211111716-1147618011.mp3>

¹³ Vrije vertaling: “De totale churn rate op deze markt bevindt zich wat ons betreft rond 5%, wat uitzonderlijk laag is [...] Wanneer we ons redelijk aan de consumptieprijsindex hielden, hebben we, ondanks een daling van de *Net Promoter Score*, niet echt veel opzeggingen van abonnementen gezien”. Telenet Q4 2021 Earnings Call, blz. 16. <https://investors.telenet.be/static-files/5e181549-d663-4e32-858f-ff5df91119f6>

53. Samengevat proberen de operatoren, met de ontwikkeling van de à-la-carte-aanbiedingen en hun pogingen om te diversifiëren in de niet-telecomdiensten, onontbeerlijk te worden bij hun klanten en hen aan zich te binden om de churn rate nog meer te verlagen.

3.3.6. Internet 1P beleeft een voorzichtige revival, maar breekt nog niet door

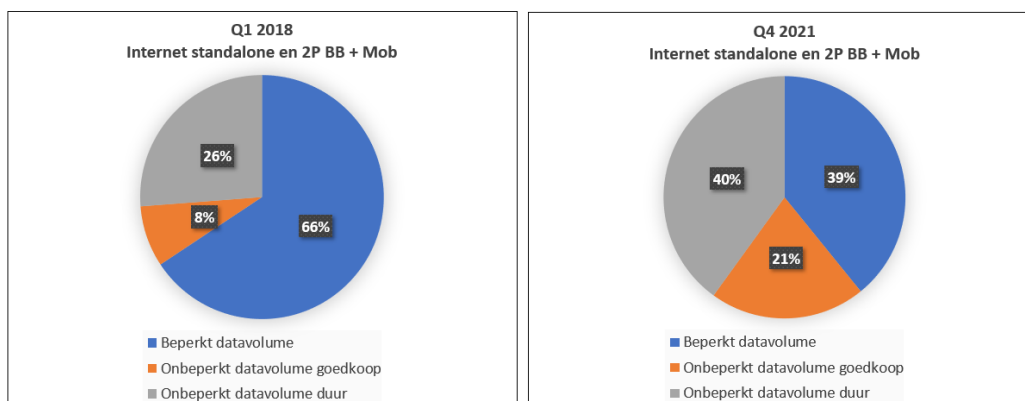
54. Zoals hierboven uitgelegd in onderdeel 3.3.3, Figuur 11, is het aandeel van de 1P-BB-aanbiedingen op de totale markt licht gestegen sinds 2018, van 18% naar 20% in Q4 2021. Door eveneens de bundels 2P BB Mobile toe te voegen (die ook geen andere vaste diensten dan breedband vereisen) stijgt het aandeel van "standalone" breedbandproducten nog en bereikt het 22%.
55. Standalone internet met een onbeperkt volume zoals het door de voornaamste spelers op de markt wordt aangeboden, is echter nog zodanig duur dat, in talrijke gevallen, het niet rationeel is voor een "cord-cutter" (dit is een persoon die geen traditionele televisie meer wil) dit product te kopen in combinatie met één of meer betalende abonnementen op streamingdiensten. Het is maar in combinatie met een goedkoop standalone product voor onbeperkt internet (vanaf € 45 of minder) of een goedkoop forfait 2P BB Mobile (vanaf € 60 of minder), die enkel aangeboden worden door merken met een beperkt marktaandeel¹⁴, dat een klant een volledig aanbod van internet en televisie aan de hand van streamingdiensten kan samenstellen dat niet noodzakelijk duurder is dan een traditioneel gebundeld aanbod 2P BB TV (vanaf ongeveer € 60)¹⁵. Een klant die enkel gratis streamingdiensten gebruikt, moet uiteraard niets betalen boven op het internetabonnement, maar die klant zal niet noodzakelijk over dezelfde inhoud beschikken als bij een traditioneel televisieaanbod.
56. België is het enige land van de Europese Unie, buiten Kroatië, waar 1P-BB-diensten met beperkt volume nog verkocht worden¹⁶. Het gebrek aan betaalbare 1P-BB-producten met een onbeperkt volume is een factor die de groei van standalone internet nog afremt. Onderstaande grafiek toont de verhouding van abonnementen op 1P BB en op gebundelde aanbiedingen 2P BB Mobile met een beperkt en een onbeperkt downloadvolume ten opzichte van het totale aantal abonnees voor die twee types producten. De groep producten met een onbeperkt datavolume is bovendien verdeeld in twee categorieën: "goedkoop" en "duur"¹⁷. In Q4 2021 hebben slechts 21% van de standalone internet- en 2P-BB-Mobile-klanten een product met onbeperkt volume gekocht dat als basis kon dienen voor "cord-cutters".

¹⁴ De standalone internetproducten met een onbeperkt volume tegen € 45 of minder worden uitsluitend door edpnet (VDSL XS 20 Mbps en Fiber XS 100 Mbps), Scarlet (Loco 50 Mbps), Orange (Home Internet 150 Mbps) en Zuny (200 Mbps) aangeboden. Slechts 11 van de 21 standalone internetproducten die door de merken van de voornaamste operatoren worden aangeboden, beschikken over een onbeperkt datavolume en slechts 4 van hen kunnen als "goedkoop" worden bestempeld.

¹⁵ Een klant die bijvoorbeeld kiest voor de APP TV Basic van TV Vlaanderen (56 kanalen) moet € 14,95 boven op het internetabonnement betalen. Een klant die zich op Netflix wil abonneren betaalt tot € 17,99 per maand, terwijl het abonnement op Disney+ € 8,99 kost.

¹⁶ Dat fenomeen is typisch voor de 1P-BB-aanbiedingen, aangezien alle beschikbare 2P-, 3P- en 4P-bundels, met uitzondering van de producten Internet Start van Proximus en Easy Internet van Telenet (die maar een marginaal deel van de markt vertegenwoordigen), beschikken over een onbeperkt downloadvolume.

¹⁷ De standalone internetproducten kunnen dus als "goedkoop" bestempeld worden, als de prijs van het maandabonnement lager is of gelijk aan € 45, een gebundeld aanbod Double Play HD + TM indien de maandelijkse prijs lager is of gelijk aan € 60.



Figuur 13 : Verdeling van het aantal abonnees op particuliere vaste internetdiensten (1P BB en 2P BB Mobile) afhankelijk van het aangeboden datavolume (beperkt of onbeperkt) en van het prijsniveau.

57. Sinds Q1 2018 is het aandeel van abonnees op aanbiedingen met een beperkt volume aanzienlijk gedaald. In het vierde kwartaal van 2021 vertegenwoordigde het echter nog 39% van de abonnees op standalone internet, wat hoog is in de Europese context. Het aandeel van abonnees op goedkope beperkte aanbiedingen, geïllustreerd in Figuur 13, is van 8% naar 21% gegaan¹⁸, maar blijft nog klein. Het is dus moeilijk voor de onafhankelijke leveranciers van lineaire televisie, zoals TV Vlaanderen om zich te doen gelden.
58. Operatoren beantwoorden de opkomende tendens van het “cord-cutting” door niet-traditionele televisieproducten (zoals OTT via een eigen applicatie, cf. hierna de subsectie 3.3.7) in gebundelde 2P- en 3P-aanbiedingen te verkopen. Sinds het derde kwartaal van 2021 biedt Orange eveneens dergelijke gebundelde aanbiedingen aan met Orange TV Lite (20 zenders). Dat laatstgenoemde product wordt aangeboden in combinatie met snel internet (150 Mbps) tegen € 50,5. Voor een gebundeld aanbod 2P BB + OTT kunnen klanten bij Zunny voor € 46 gaan of bij Telenet voor € 64,6. Proximus heeft recent zijn intrede in dit segment gedaan, maar biedt het enkel binnen een 3P-gebundeld aanbod met mobiele diensten aan. Tadaam (FWA) is vanaf € 40 per maand beschikbaar.
59. Samengevat is het aandeel van standalone internet (al dan niet gecombineerd met een mobiel abonnement) sinds Q1 2018 licht gestegen. We kunnen verwachten dat de tendens van de jongste jaren zich voortzet, maar een werkelijke doorbraak is nog onzeker. Het gebrek aan goedkope standalone internetproducten met een onbeperkt volume is immers een factor die de groei van standalone internet momenteel nog afremt.

3.3.7. Betalende lineaire “over the top”-televisie (OTT) blijft in een embryonaal stadium

60. Traditionele televisieaanbiedingen (lineaire tv via decoder) kunnen onderhevig zijn aan een hogere concurrentiedruk. Enerzijds kan lineaire tv via nieuwe middelen (“over the top”) uitgezonden worden. Anderzijds kunnen consumenten toegang hebben tot diezelfde audiovisuele inhoud, maar dan op een niet-lineaire manier.
61. In deze sectie wordt enkel rekening gehouden met betalende lineaire tv die via een applicatie toegankelijk is. Er bestaan echter ook andere vormen van lineaire alternatieve tv-

¹⁸ Als we daarenboven tegelijkertijd kijken naar standalone internet en 2P BB Mob, is het percentage van goedkope onbeperkte aanbiedingen veel hoger, aangezien alle gebundelde 2P-BB-Mob-aanbiedingen die op de markt beschikbaar zijn, onbeperkt internet aanbieden. Voor het standalone internet is het percentage van verkochte goedkope onbeperkte aanbiedingen maar 12%.

aanbiedingen, die vaak gratis ter beschikking worden gesteld, zoals Auvio (RTBF), VTM GO of VRT NU.

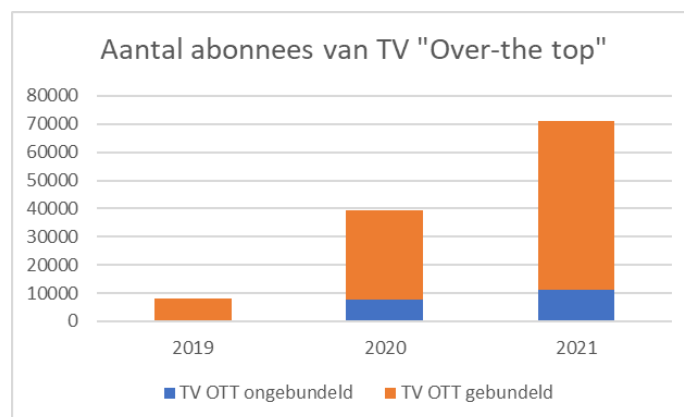
62. Verschillende aanbiedingen waarbij betalende lineaire televisie via een applicatie kan worden geconsumeerd en niet langer via een decoder, zijn de jongste jaren op de markt verschenen:



Figuur 14 : Introductie op de markt van lineaire-televisieaanbiedingen via een applicatie¹⁹

63. Hoewel het belang van dit type diensten sinds twee jaar sterk gestegen is, bevindt het zich echter nog in een embryonaal stadium. Het aantal abonnementen hiervan bedroeg 71.000 op het einde van 2021 ten opzichte van een totale markt van 4,5 miljoen televisieabbonementen, wat overeenkomst met een aandeel van minder dan 2%. De impact van andere – al dan niet betalende - tv-alternatieven zal door het BIPT grondig onderzocht worden in het kader van de aankomende analyse van de breedband- en omroepmarkten.

64. Zoals blijkt uit onderstaande figuur koopt de meerderheid van de 71.000 abonnees die momenteel ingeschreven zijn op een betalende lineaire OTT-televisiedienst, die dienst gebundeld met andere producten die door telecomoperatoren worden verkocht ("TV OTT gebundeld"). Een minderheid van de gebruikers koopt dit daarentegen ontbundeld ("TV OTT ongebundeld") bij de verkopers TV Vlaanderen/Télesat.



Figuur 15 : Aantal "OTT"-televisieabonnees – "TV OTT unbundled" stemt overeen met de diensten van TV Vlaanderen/Télesat; "TV OTT bundled" stemt overeen met de diensten van de telecomoperatoren.

¹⁹ Ter verduidelijking, het "Fixed Wireless Access"-aanbod van Tadaam omvat een "over-the-top"-tv-toegang (dus van "best effort"-kwaliteit (net zoals de aanbiedingen van Telenet, TV Vlaanderen, Zuny, Orange), maar Tadaam werkt ook met een "multimediaspeler"/TV-box waarop vooraf een applicatie geïnstalleerd werd. Tadaam vertoont dus kenmerken die gedeeltelijk overeenkomen met de tv-aanbiedingen via een decoder en gedeeltelijk met de tv-aanbiedingen via een applicatie.

65. Kortom, de ontwikkeling van het gebruik van betalende lineaire televisiediensten via een applicatie in plaats van via een decoder bevindt zich nog in een vroege ontwikkelingsfase. De ontwikkeling ervan wordt aandachtig gevolgd om te kunnen schatten op welke manier die tendens zich al dan niet kan uitbreiden.

3.3.8. Conclusies

66. In de afgelopen vier jaar is de ontwikkeling van de particuliere breedbandmarkt gekenmerkt door een sterke stijging van convergente gebundelde aanbiedingen (aanbiedingen die vaste en mobiele diensten combineren), waaronder met name 4P-diensten. Die evolutie, gecombineerd met de ontwikkeling van "à-la-carte"-aanbiedingen en met de diversifiëring van diensten verkocht door de voornaamste operatoren, stelt de operatoren in staat hun klanten nog meer aan zich te binden en de churn rate te verminderen.
67. Wat de andere bestudeerde tendensen betreft in dit segment van de markt, stellen we het volgende vast:
- 67.1. Internet 1P beleeft een voorzichtige revival, maar breekt nog niet door;
 - 67.2. Betalende lineaire "over the top"-televisie (OTT) bevindt zich nog in een embryonaal stadium;
 - 67.3. Het aandeel van de verkochte diensten met vaste telefonie daalt sterk.

4. Evolutie van de prijzen en karakteristieken van de telecombundels

4.1. Inleiding

68. Hoe zijn de prijzen en karakteristieken van de telecombundels de voorbije vier jaar geëvolueerd? Een eenvoudig ogende vraag, waarachter echter een diepgaande complexiteit schuilgaat die vanuit verschillende invalshoeken moet worden benaderd om in haar geheel te kunnen worden beschouwd. In dit hoofdstuk zullen verschillende perspectieven de revue passeren, waaruit zal blijken dat:

68.1. De evolutie **globaal gezien positief** was voor de consument voor de **convergente bundels** (nl. bundels die vaste en mobiele diensten combineren). De consument kan immers kiezen uit een breder gamma dan vier jaar geleden en krijgt bovendien over het algemeen "meer waar voor zijn geld". Deze evolutie houdt hoofdzakelijk verband met enerzijds de ontwikkeling van de producten van Orange en anderzijds met de toename van de mobiele inhoud van de bundels. De karakteristieken van de vaste component van deze bundels zijn daarentegen weinig veranderd ten opzichte van 2018.

68.2. De **niet-convergente bundels** (nl. de gebundelde aanbiedingen die enkel uit vaste diensten bestaan: breedband, televisie, vaste telefonie) over het algemeen een **negatieve** evolutie hebben gekend voor de consument, met een doorgaans gestegen nominale bundelprijs ten opzichte van 2018 voor een nagenoeg ongewijzigde telecominhoud²⁰. In tegenstelling tot bij de convergente bundels onderscheidt Orange zich voor deze aanbiedingen niet op een agressieve manier vanuit tarifair standpunt. Op het vlak van de basisbundels blijft Scarlet de ongeëvenaarde prijzenkoning.

68.3. Voor **1P BB** (enkel internet) de evolutie **gematigd** is: eerder positief voor de basisdiensten (< 100 Mbps), met nog onbekende gevolgen voor de andere diensten.

68.4. Ongeacht of het gaat om convergente diensten (ondanks de voormelde positieve evolutie) of niet-convergente diensten, **blijft België duur ten opzichte van zijn buurlanden** op het vlak van prijzen voor telecomdiensten.

69. De soorten van analyses die gebruikt worden in het kader van deze studie worden samengevat in de tabel hieronder. De gebruikte methode voor elk van hen zal kort besproken worden in dit hoofdstuk en meer in detail in de bijlagen die eraan gewijd zijn.

Perspectief	Naam van de analyse	Indicator	Details
Vraag	Consumentenprofielen	Minimaal te betalen bedrag afhankelijk van de te vervullen behoeften	Bijlage 1
Aanbod	Commerciële bundels	Prijzen en karakteristieken van de bundels verkocht door de operatoren	Bijlage 2

70. De studie wordt ingeleid met een overzicht van de grote tendensen aan de hand van de analyse van de consumentenprofielen (deel 4.2). Vervolgens zal dieper worden ingegaan op

²⁰ Ook al stellen we vast dat de telecomprijzen voortaan minder snel stijgen dan de algemene prijsindex en dat zelfs vóór de versnelling van de inflatie eind 2021-begin 2022.

de verschillende soorten van behoeften en beschouwde bundels (delen 4.3, 4.4 en 4.5) en ten slotte wordt de situatie in België vergeleken met deze in de buurlanden (deel 4.6).

71. Voorafgaande opmerkingen:

- 71.1. Zoals eerder vermeld zijn "Vlaanderen" en "het noorden van het land" synoniem met "het door Telenet gedekte grondgebied". Hetzelfde geldt voor de termen "Wallonië" en "het zuiden van het land" ten aanzien van "het door VOO gedekte grondgebied".
- 71.2. De operatoren die in aanmerking werden genomen voor de analyse zijn deze die ten minste 5% marktaandeel hadden eind 2021: Proximus (merken Proximus, Scarlet en Mobile Vikings), Telenet (Telenet en Tadaam), VOO (VOO en Zuny) en Orange.
- 71.3. Deze studie omvat noch de bundels op basis van FWA- en glasvezeltoegangs-technologieën (die samen minder dan 5% vertegenwoordigen van de eind 2021 op de markt aangeboden breedbandlijnen) noch deze waarvoor de tv-dienst enkel via applicaties toegankelijk is en niet via een decoder (1% van de markt). Deze aannames gelden enkel in het kader van deze retrospectieve analyse en lopen geenszins vooruit op toekomstige ontwikkelingen die deze diensten zouden kunnen ondergaan bij de consument.
- 71.4. De prijzen gebruikt voor Q2 2022 zijn deze die van kracht waren op 20 juni 2022.

4.2. Algemene tendensen

72. Moet de consument meer of minder betalen dan vier jaar geleden om een telecombundel te vinden die identiek dezelfde behoeften vervult? Het is deze vraag die beantwoord wordt door de **analyse van de consumentenprofielen**, waarin dus de kwestie van de prijzen vanuit de vraagzijde aan bod komt. De aanpak bestaat erin de goedkoopste bundel te identificeren die beantwoordt aan de minimumbehoefte die een consument wenst te vervullen. De tabel hieronder geeft een samenvatting, voor 100 profielen, van de evolutie tussen Q1 2018 en Q2 2022²¹ van het laagste bedrag dat een klant **in Vlaanderen** moet betalen voor een bundel die aan zijn behoeften beantwoordt.

Minimale behoeften 2022 Q2		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
Convergente behoeften	2P BB Mobiel	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-26%
	3P BB TV Mobiel	50 TV kanalen	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
		30 TV kanalen	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
	4P	50 TV kanalen	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%
30 TV kanalen		-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%	
Niet-convergente behoeften	1P BB	0%	13%	-9%	-9%	13%	-9%	-37%	-37%	-24%	-22%
	2P BB TV	50 TV kanalen	10%	10%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	-7%
		30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	0%	-7%
	3P BB TV VT	50 TV kanalen	5%	5%	6%	5%	5%	6%	6%	6%	11%
		30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	6%	6%	11%

Figuur 16: Evolutie in Vlaanderen van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult. Voor de mobiele behoeften werd gekozen voor 90 belminuten en 5 GB data.²²

²¹ Zo geeft de tabel bijvoorbeeld aan dat voor een consument die op zoek is naar een breedbandverbinding van 100 Mbps met een onbeperkt volume en een mobiele dienst met 5 GB aan data de goedkoopste bundel in Q2 2022 30% minder kost dan de goedkoopste bundel die hij in Q1 2018 kon vinden.

²² De volledige werkwijze gehanteerd voor deze analyse, wordt beschreven in Bijlage 1.

73. Zoals blijkt uit die tabel zien we een duidelijk verschil naargelang de behoeften in kwestie al dan niet een mobiele component omvatten. De te betalen bedragen om de identieke convergente behoeften te vervullen zijn daarbij systematisch lager in Q2 2022 ten opzichte van Q1 2018 (tot bijna -30%), terwijl de te betalen bedragen om te beantwoorden aan de identieke niet-convergente behoeften bijna altijd hoger zijn dan vier jaar geleden. Zoals verder zal aangetoond worden, heeft deze situatie te maken met het feit dat de inhoud van de mobiele component van de bundels enorm verbeterd is terwijl hun vaste component in dezelfde tijdsperiode over het algemeen weinig geëvolueerd is.

74. De tabel hieronder toont, voor Vlaanderen, welke operator van de beschouwde operatoren in deze analyse de goedkoopste bundel biedt voor elke bestudeerde behoefte. Het bovenste gedeelte van de tabel geeft de situatie in Q2 2022 weer, het onderste die in Q1 2018. Zoals we kunnen zien, biedt Orange in Q2 2022 de goedkoopste bundel aan voor 75 van de 100 bestudeerde profielen, tegenover 30 in Q1 2018. Dat is enerzijds het resultaat van de uitbreiding sinds vier jaar van het portfolio aan bundels die deze operator aanbiedt²³ en anderzijds van de prijszetting die hij heeft gekozen om zich te onderscheiden van zijn concurrenten en aan de hand waarvan hij van [0-5%] marktaandeel in 2018 naar [5-10%] is gegaan in 2021.

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Convergente behoeften	2P BB Mobiel	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	3P BB TV Mobiel	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	Niet-convergente behoeften	1P BB	Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Telenet	Telenet	M. Vikings	Orange
2P BB TV	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange	
3P BB TV VT	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange	

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Convergente behoeften	2P BB Mobiel	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
	3P BB TV Mobiel	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
		30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	
	4P	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
		30 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	Niet-convergente behoeften	1P BB	Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
2P BB TV	50 TV kanalen	Telenet	Telenet	Proximus	Telenet	Telenet	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	
3P BB TV VT	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet	

Figuur 17 : Operatoren die in Vlaanderen de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet.

75. Terwijl in Vlaanderen Proximus en Telenet zo goed als volledig verdwenen zijn uit het overzicht van de goedkoopste bundels die beantwoorden aan de behoeften van de beschouwde

²³ In Q1 2018 bood Orange nog geen diensten van vaste telefonie of niet-convergente diensten aan op de markt.

profielen, is dat niet het geval voor Scarlet, dat net als in 2018 de goedkoopste oplossing blijft bieden voor 15 profielen. Zoals hieronder zal aangetoond worden, blijft dit secundaire merk van Proximus de ongeëvenaarde prijzenkoning voor een reeks van beperkte telecombehoeften, met name in termen van televisiezenders en/of snelheid.

76. In de twee volgende tabellen wordt dezelfde analyse gemaakt voor **Wallonië**.

Minimale behoeften 2022 Q2		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Convergente behoeften	2P BB Mobiel		-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-37%
	3P BB TV Mobiel	50 TV kanalen	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
		30 TV kanalen	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
	4P	50 TV kanalen	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-7%
		30 TV kanalen	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-7%
	Niet-convergente behoeften	1P BB		0%	-9%	-9%	-7%	-9%	-9%	-19%	-19%	-19%
2P BB TV		50 TV kanalen	20%	20%	5%	20%	20%	5%	5%	5%	5%	-4%
		30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	-4%
3P BB TV VT		50 TV kanalen	11%	11%	8%	11%	11%	8%	8%	8%	8%	1%
		30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	1%

Figuur 18 : Evolutie in Wallonië van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult. Voor de mobiele behoeften van de convergente bundels werd gekozen voor 90 belminuten en 5 GB.

Minimale behoeften 2022 Q2		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Convergente behoeften	2P BB Mobiel		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Zunzy
	3P BB TV Mobiel	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	Niet-convergente behoeften	1P BB		Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Scarlet	Scarlet	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings
2P BB TV		50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange
3P BB TV VT		50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften 2018 Q1		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
Convergente behoeften	2P BB Mobiel		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	3P BB TV Mobiel	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
		30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	4P	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	VOO
		30 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	VOO
	Niet-convergente behoeften	1P BB		Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO
2P BB TV		50 TV kanalen	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
		30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO
3P BB TV VT		50 TV kanalen	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
		30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figuur 19 : Operatoren die in Wallonië de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet.

77. Zoals kan worden vastgesteld, zijn de tendensen in Wallonië, *mutatis mutandis*, dezelfde als deze die we in Vlaanderen zien, op twee uitzonderingen na:
- 77.1. Het hoofdmerk van VOO is volledig verdwenen uit de lijst met de goedkoopste aanbiedingen en zijn secundaire merk, Zuny, steekt tot twee keer toe de kop op.
- 77.2. De veel sterkere stijging van het bedrag dat moet worden neergeteld voor bepaalde niet-convergente behoeften (in het blauw omkaderd in Figuur 18), die valt te verklaren door het verdwijnen van de goedkope aanbiedingen die VOO nog aanbood begin 2018 en die wel degelijk beantwoordden aan de behoeften in kwestie (snelheid beperkt tot 50 Mbps en minstens 50 televisiezenders).
78. **Tot slot** blijkt uit de analyse van de profielen (zowel voor Vlaanderen als voor Wallonië) dat de te betalen bedragen anders evolueren naargelang een consument een convergente bundel of een niet-convergente bundel nodig heeft. De analyse toont ook aan dat Orange voortaan de leiderspositie inneemt wat betreft het aanbod van de goedkoopste bundels. In het volgende deel worden, bundel per bundel, de redenen achter deze dynamieken toegelicht.

4.3. Convergente bundels en behoeften²⁴

4.3.1. 3P BB TV Mobiel

(a) Analyse van de consumentenprofielen

79. Uit de analyse van de consumentenprofielen blijkt dat het bedrag dat aan een bundel moet worden besteed die beantwoordt aan de 3P-behoeften BB TV Mobiel van alle beschouwde profielen met 7% is gedaald ten opzichte van Q1 2018. Deze analyse toont ook aan dat Orange in Q2 2022 voor deze behoeften de goedkoopste oplossing blijft verstrekken.

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:											
		10			50			100			200		
2022 Q2	Snelheid (Mbps) Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl
3P BB TV	50 TV kanalen	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%
Mobiel	30 TV kanalen	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%	-7%

Figuur 20: Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult

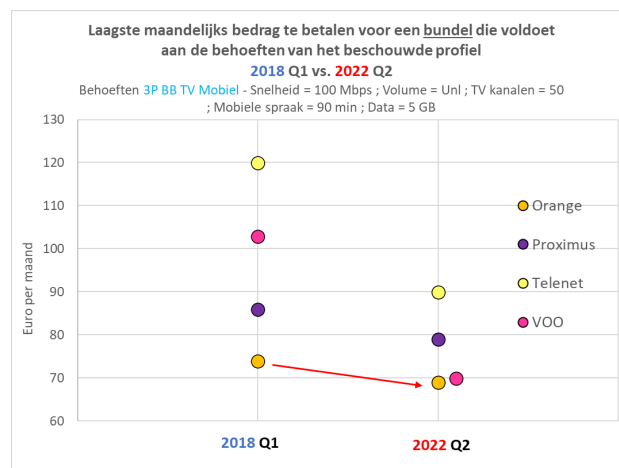
Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022											
		10			50			100			200		
2022 Q2	Snelheid (Mbps) Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl
3P BB TV	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Mobiel	30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018											
		10			50			100			200		
2018 Q1	Snelheid (Mbps) Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl
3P BB TV	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Mobiel	30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Figuur 21: Operatoren die de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet

²⁴ Tenzij anders vermeld, houden de minimaal te vervullen mobiele behoeften in het geval van convergente diensten nog steeds 90 belminuten en 5 GB aan mobiele data in.

80. Ter illustratie van deze tendensen geeft de volgende grafiek het profiel weer dat minstens een snelheid van 100 Mbps, een onbeperkt volume voor vast internet, 50 televisiezenders, 90 belminuten en 5G aan mobiele data vereist. Zoals blijkt, terwijl het minimaal te betalen bedrag in Q1 2018 sterk schommelde naargelang van de beschouwde operator, zijn die bedragen de voorbije vier jaar meer in de richting van het laagst mogelijke bedrag geëvolueerd, namelijk datgene dat gehanteerd wordt door Orange. Die tendens vloeit voort uit de druk die deze operator heeft uitgeoefend op dat segment²⁵. Diens succes heeft zijn concurrenten geïnspireerd om hun aanbiedingen te herzien en hun volume aan mobiele data te verhogen (cf. het volgende sub-deel).



Figuur 22: Evolutie per operator van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de behoeften van het beschouwde profiel vervult

(b) Analyse van de op de markt aangeboden bundels

81. Het is verleidelijk om op basis van de voorgaande paragrafen en grafieken te concluderen dat de "prijs van de 3P-bundels BB TV Mobiel gedaald is". Een dergelijke formulering zou echter misplaatst zijn: de prijs van de door de operatoren op de markt aangeboden bundels daalt immers zelden en is, integendeel, eerder geneigd om te stijgen. De dalingen van de te betalen minimumbedragen vloeien in werkelijkheid voort uit wijzigingen van de inhoud van de bundels, en hoofdzakelijk van hun mobiele component. Dat is wat naar voren zal komen uit het tweede type van prijzenanalyse dat in dit verslag wordt gebruikt, met name de analyse van de op de markt aangeboden bundels.
82. Zoals blijkt uit de tabel hierna boden enkel Orange en Proximus in Q1 2018 specifieke 3P-bundels BB TV Mobiel aan op de markt. In Q2 2022 bieden ook VOO, Zuny en Scarlet er elk minstens een aan. Van zijn kant heeft Telenet een dergelijke bundel ("Yugo") aangeboden van 2019 tot 2021 maar die is verdwenen bij de herziening van het portfolio van diensten die deze operator in 2021 heeft doorgevoerd (cf. infra)²⁶.

²⁵ De verkoop van breedbandkabellijnen van Orange is tussen eind 2017 en eind 2021 gestegen van 110.000 naar 400.000, waarbij de meerderheid deel uitmaakte van 3P-bundels BB TV Mobiel (cf. [de financiële verslagen gepubliceerd door Orange](#)).

²⁶ Een consument die klant wil zijn bij Telenet en een 3P-combinatie BB TV Mobiel wenst, moet in Q2 2022 de 4P-bundel "One" nemen, waarin standaard vaste telefonie vervat zit, ongeacht of hij daar gebruik van maakt of niet. Dat is de bundel die in beschouwing wordt genomen voor Q2 2022 voor Telenet in Figuur 22, aangezien het de

3P BB TV Mobiel	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	2017	Neen	Neen	2016	Neen	Neen	Neen	Neen
2022 Q2	2017	Neen	2019	2016	2020*	2022*	Neen	Neen

* Het aanbod van Zuny is beperkt tot 16 kanalen (en wordt aangeboden d.m.v. een applicatie), dat van Scarlet tot 33

Figuur 23 : Operatoren die een specifieke 3P-bundel BB TV Mobiel aanbieden (de jaren vermeld in de tabel geven het moment aan vanaf wanneer een dergelijke bundel bij de betrokken operator beschikbaar werd)

83. **Orange** en **Proximus** zijn dus de enige operatoren voor wie een overzicht van de evolutie van de 3P-bundels BB TV Mobiel sinds Q1 2018 kan worden gemaakt. De tabel hieronder beschrijft die evolutie op het vlak van de prijzen van basisbundels²⁷ en de mobiele kenmerken ervan.

3P BB TV Mob	2018 Q2	2020 Q2	2022 Q2	Delta Prijs 2022 vs. 2018
Orange 1	Kolibri	Light	Light	
Maandelijkse prijs	57	59	63	10,5%
# mobiele min	90	90	150	
# mobiele GB	0,2	0,5	2	
Orange 2a	Dolfijn			
Maandelijkse prijs	64			7,8%
# mobiele min	150			
# mobiele GB	3			
		Plus	Plus	
		69	69	
Orange 2b	Koala	Unl	Unl	
Maandelijkse prijs	74	5	11	-6,8%
# mobiele min	300			
# mobiele GB	6			
Orange 3	Panther	Intense	Intense	
Maandelijkse prijs	75,4	70	75	-0,5%
# mobiele min	Unl	Unl	Unl	
# mobiele GB	10	15	17	
Orange 4	Arend	Unlimited	Extreme	
Maandelijkse prijs	78	80	85	9,0%
# mobiele min	Unl	Unl	Unl	
# mobiele GB	20	30	70	
Proximus 1	Minimus S	Minimus S	Flex 1	
Maandelijkse prijs	75	76	79	5,3%
# mobiele min	120	120	Unl	
# mobiele GB	1,5	5	5	
Proximus 2	Minimus M	Minimus M	Flex 2	
Maandelijkse prijs	86	87	90	4,7%
# mobiele min	Unl	Unl	Unl	
# mobiele GB	5	15	20	
Proximus 3	Minimus L	Minimus L	Flex 3	
Maandelijkse prijs	100	97	97	-3,0%
# mobiele min	Unl	Unl	Unl	
# mobiele GB	10	30	50	

Figuur 24 : Evolutie van de mobiele kenmerken van de 3P-bundels BB TV Mobiel van Orange en Proximus. Het volume mobiele GB stemt overeen met het beschikbare volume vóór de FUP wanneer dat volume als onbeperkt wordt geadverteerd.²⁸

goedkoopste beschikbare bundel is voor deze operator, die beantwoordt aan de behoeften van het bestudeerde profiel (cf. Bijlage 1).

²⁷ "Basisbundel" = de voornaamste door de operatoren aangeboden en naar voren geschoven aanbiedingen, nog voor de toevoeging van enige bijkomende opties (bijkomende simkaarten tegen verlaagde prijzen, "gebooste" internetsnelheden, enz.).

²⁸ FUP = *Fair Use Policy* = het niveau van het dataverbruik dat de drempel vormt vanaf wanneer de operator de snelheid van de dienst beperkt.

84. Zoals blijkt uit deze tabel is de prijs voor 5 van de 8 basisbundels van Orange en Proximus voor 3P BB TV Mobiel gestegen met 5% à 10% op vier jaar tijd. Deze prijsstijging gaat gepaard met een opmerkelijke stijging (minstens een verdrievoudiging) van de datavolumes die zijn inbegrepen in de betreffende bundels. In de gevallen waarin de prijs van een bundel is gedaald ten opzichte van 2018 is het inbegrepen datavolume veel minder uitdrukkelijk geëvolueerd (minder dan verdubbeld). De enige uitzondering op die vaststelling is de meer genereuze bundel van Proximus op het vlak van data, voor een bedrag dat 3% lager is dan in 2018 en inclusief 50 GB in plaats van 10.
85. Hoe zit het met de vaste component van deze bundels? Zoals blijkt uit de tabel hieronder is er op dat vlak niet veel veranderd wat betreft het toegestane maximale internetvolume (dat was toen in alle gevallen al onbeperkt) en het aantal televisiezenders (tussen 70 en 80). Op het vlak van de downloadsnelheid is deze van Orange geëvolueerd (van 100 naar 150 Mbps) maar bij Proximus is die hetzelfde gebleven (100 Mbps)²⁹.

<u>Vaste downloadsnelheid Mbps (geldig voor alle bundels)</u>			
Orange	100	100	150
Proximus	100	100	100
<u>Vast internetvolume GB (geldig voor alle bundels)</u>			
Orange	Unl	Unl	Unl
Proximus	Unl	Unl	Unl
<u>Aantal tv-kanalen (geldig voor alle bundels)</u>			
Orange	+/- 70	+/- 70	+/- 70
Proximus	+/- 80	+/- 80	+/- 80

Figuur 25 : Evolutie van de vaste kenmerken van de 3P-bundels BB TV Mobiel van Orange en Proximus.

86. Van zijn kant heeft **VOO** eind 2019 de reeksen "Relax" en "Max" gelanceerd, waaronder de 3P-bundels BB TV Mobiel. Die bundels werden herzien in Q2 2022 en bieden voortaan ofwel dalende prijzen maar met minder mobiele data, ofwel stijgende prijzen maar met meer mobiele data. De (onbeperkte) belminuten en de vaste kenmerken blijven dan weer ongewijzigd. De figuur hieronder illustreert deze evoluties voor de Relax-reeks (waarvan de snelheid 125 Mbps bedraagt). De Max-reeks kent een gelijkaardige trend (waarvan de snelheid 400 Mbps bedraagt).

2019 Q4		2022 Q2		Delta 2022 vs. 2019
VOO	Relax	Relax 1	Relax 2	
	Maandelijkse prijs	73	81	11,0%
	# mobiele GB	10	20	
		Relax 3		
		85	30	16,4%

Figuur 26 : Evolutie van de kenmerken van de mobiele data van de 3P-bundels BB TV Mobiel uit de Relax-reeks van VOO

²⁹ Met de VDSL-technologie die Proximus gebruikt, is het doorgaans niet mogelijk om boven de 100 Mbps te gaan.

87. **Zuny**, het secundaire merk van VOO dat werd gelanceerd in Q4 2020, biedt een 3P-oplossing BB TV Mobiel aan voor 64 euro, met 16 GB aan data, 300 belminuten en onbeperkt vast internet. De snelheid, die aanvankelijk 100 Mbps bedraagt, werd snel opgetrokken naar 200 Mbps. Dat is de enige wijziging die deze bundel heeft ondergaan sinds zijn lancering. Op het vlak van de televisie-kenmerken verschilt deze bundel van deze die de merken Orange, Proximus en VOO aanbieden aangezien, zoals hierboven vermeld, de bundel zich richt tot een nichesegment, met name dat van minder dan 20 televisiezoekers die enkel via een applicatie kunnen bekeken worden (niet via een decoder).
88. **Scarlet**, het secundaire merk van Proximus, heeft onlangs (Q2 2022) een 3P-bundel BB TV Mobiel gelanceerd. De prijs ervan bedraagt 50 euro voor 3 GB aan data, 200 belminuten, 33 televisiezoekers en een downloadsnelheid van 50 Mbps. Net zoals de andere bundels van Scarlet, is dit dus in de eerste plaats gericht op de marktsegmenten met beperkte behoeften.
89. Het geval van **Telenet** werd reeds aangehaald in paragraaf 82. Voor de volledigheid, melden we dat zijn dochterondernemingen **Tadaam** en **BASE** een korting bieden aan consumenten die de diensten 2P BB TV (via Fixed Wireless Access) van Tadaam combineren met deze van een 1P Mobiel van BASE.

(c) Conclusies

90. Zijn de ontwikkelingen beschreven in de voorgaande paragrafen positief voor de consument? Uit de analyse van de profielen blijkt dat, voor de gebruiker van wie de 3P-behoeften BB TV Mobiel 5 GB aan mobiele data inhouden, dit een gunstige evolutie is aangezien het laagste bedrag dat de consument in Q2 2022 moet neertellen om te voldoen aan zijn behoeften, 7% lager ligt dan in Q1 2018. Uit een **gevoeligheidsanalyse** op basis van diezelfde parameter blijkt dat de grote meerderheid van de gevallen een dergelijke tendens kent³⁰.

Laagste bedrag dat moet betaald worden voor een 3P BB TV Mob bundel als:			
Databehoeften	Q1 2018	Q2 2022	Delta
<i>Behoeften < deze die gebruikt zijn voor de analyse van de profielen</i>			
1 GB	64 €	63 €	-2%
2 GB	64 €	63 €	-2%
3 GB	64 €	69 €	8%
4 GB	74 €	69 €	-7%
<i>Behoeften = deze die gebruikt zijn voor de analyse van de profielen</i>			
5 GB	74 €	69 €	-7%
<i>Behoeften > deze die gebruikt zijn voor de analyse van de profielen</i>			
10 GB	75 €	69 €	-8%
20 GB	78 €	85 €	9%
30 GB	195 €	85 €	-56%
50 GB	n/a	85 €	n/a

Figuur 27 : Evolutie van het laagste bedrag dat dient te worden betaald voor een 3P-bundel BB TV Mobiel afhankelijk van het vereiste datavolume (andere minimumbehoeften: snelheid = 100 Mbps; onbeperkt internetvolume; televisiezoekers = 50)

91. **Tot slot** kunnen de 3P-behoeften BB TV Mobiel in Q2 2022, ondanks de algemene stijging van het prijsniveau van de bundels, vaak vervuld worden voor een lager bedrag dan in Q1 2018. Deze situatie valt in de eerste plaats te verklaren door de beduidende verhoging van de volumes aan mobiele data vervat in de bundels zodat, *in fine* (en voor zover deze gebruik maakt van die bijkomende data), de consument meer waar voor zijn geld krijgt dan vier jaar

³⁰ In 2021 bedroeg het gemiddeld maandelijks verbruik van mobiele data van de particuliere consument 5,1 GB (cf. het [statistisch jaarverslag 2021 van het BIPT](#)). Dat cijfer is een gemiddelde. Het gedragspatroon varieert van gebruikers die hoge datavolumes verbruiken tot anderen die er bijna geen verbruiken.

geleden. Deze ontwikkeling houdt daarentegen geen verband met de evolutie van de vaste kenmerken van de bundels, die nagenoeg onveranderd zijn gebleven.

4.3.2. 2P BB Mobiel

(a) Analyse van de consumentenprofielen

92. Uit de analyse van de consumentenprofielen blijkt, zowel in Vlaanderen als in Wallonië, dat het bedrag dat aan een bundel moet worden besteed die beantwoordt aan de 2P-behoefte BB Mobiel van alle beschouwde profielen met 30% is gedaald ten opzichte van Q1 2018. Deze analyse toont ook aan dat Orange in Q2 2022 voor deze behoeften de goedkoopste oplossing blijft verstrekken.

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB Mobiel		-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-30%	-26%

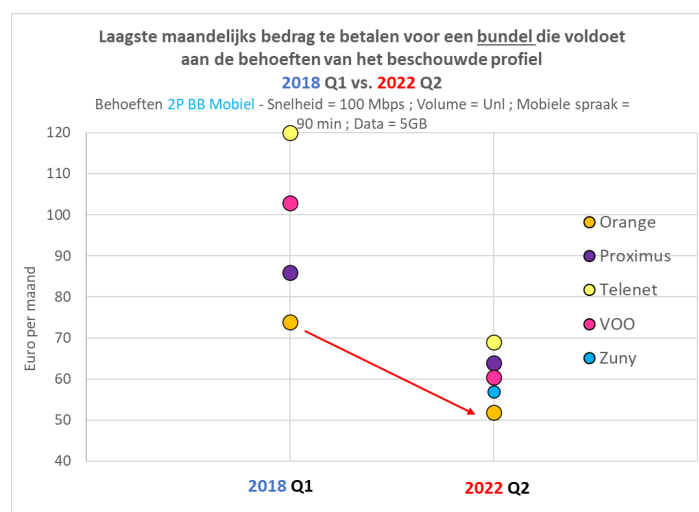
Figuur 28 : Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB Mobiel		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
2018 Q1	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB Mobiel		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Figuur 29 : Operatoren die de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet

93. De grafiek hieronder illustreert deze ontwikkelingen in het geval van het profiel dat minstens een verbinding van 100 Mbps met een onbeperkt volume, 90 mobiele belminuten en 5 GB aan mobiele data vereist.



Figuur 30 : Evolutie per operator van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de beschouwde behoeften vervult

94. Zoals blijkt uit deze grafiek is dit profiel spectaculair geëvolueerd sinds Q1 2018. De voornaamste reden houdt verband met het feit dat er toen geen bundel bestond die helemaal aan de behoefte "vaste breedband + mobiel" beantwoordde. De consumenten die daar gebruik van maakten, dienden hun toevlucht te nemen tot 3P-bundels.³¹ Orange was de eerste operator die een specifieke 2P-bundel BB Mobiel aanbood (2019) nadat het mogelijk werd om van een "Broadband-only"-wholesaleaanbod te genieten bij de kabeloperatoren. Het succes van dat aanbod heeft de andere operatoren er vervolgens toe genoopt om ook dat soort van oplossing aan te bieden: Telenet en Zuny (2020), VOO (2021) en Proximus (2022). De consumenten van wie de behoeften overeenstemmen met deze die hier worden bestudeerd, kunnen voortaan minder betalen dan in 2018 en beschikken bovendien over een bredere keuze.

(b) Analyse van de op de markt aangeboden bundels

2P BB Mobiel	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen
2022 Q2	2022	2020	2021	2019	2020	Neen	Neen	Neen

Figuur 31 : Operatoren die een specifieke 2P-bundel BB Mobiel verkopen (de jaren vermeld in de tabel geven het moment aan vanaf wanneer een dergelijke bundel bij de betrokken operator beschikbaar werd).

95. Sinds de lancering van de 2P-bundels BB Mobiel in 2019 hebben de kenmerken ervan bij **Orange** een gelijkaardige weg afgelegd als voor de 3P-bundels BB TV Mobiel van deze operator, met name een prijsstijging in combinatie met een verhoging van de mobiele data. Het enige dat veranderd is voor de vaste component, is dat de snelheid is gestegen van 100 naar 150 Mbps. Op dat laatste punt na, is de trend die we zien bij **Orange** dezelfde als bij **Telenet** en **VOO** terwijl de bundel in kwestie bij **Proximus** nog niet voldoende lang beschikbaar is om reeds veranderingen te hebben ondergaan.

(c) Conclusies

96. **De conclusie** luidt dat aan de 2P-behoeften BB Mobiel kan worden beantwoord via specifieke bundels voor lagere bedragen dan voor deze die een consument diende te betalen in 2018. De inhoud van deze bundels is sinds hun lancering op een gelijkaardige manier geëvolueerd als deze beschreven voor de 3P-bundels BB TV Mobiel, met name meer mobiele data in de bundel en gelijk gebleven vaste kenmerken.

4.3.3. 4P

(a) Analyse van de consumentenprofielen

97. Uit de analyse van de consumentenprofielen blijkt dat het bedrag dat aan een bundel moet worden besteed die beantwoordt aan de 4P-behoeften van nagenoeg alle beschouwde profielen met 14% is gedaald ten opzichte van Q1 2018. Ze toont ook aan dat Orange (dat nog geen 4P-bundel aanbood op de markt in Q1 2018) Proximus en Telenet (in Vlaanderen) en VOO (in Wallonië) heeft verdrongen als provider van de goedkoopste bundel die de beschouwde behoeften vervult.

³¹ Of anders de afzonderlijk verkochte diensten 1P BB en 1P Mobiel combineren.

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
4P	50 TV kanalen	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%
	30 TV kanalen	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-14%	-20%

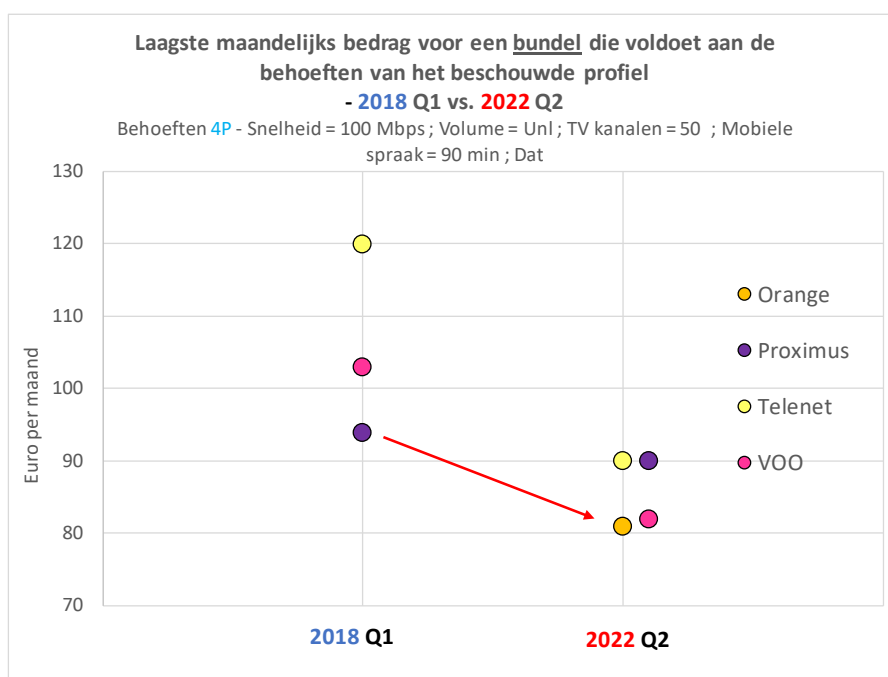
Figuur 32 : Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
4P	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
2018 Q1	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB Mobiel		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
4P	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

Figuur 33 : Operatoren die in Vlaanderen de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet (Q2 2022 tgv. Q1 2018)

98. De grafiek hieronder illustreert deze ontwikkelingen per operator in het geval van het profiel voor 4P-behoeften dat minstens een verbinding van 100 Mbps met een onbeperkt volume, 50 televisiezenders, 90 mobiele belminuten en 5 GB aan mobiele data vereist. Zoals te zien is, is de vastgestelde tendens gelijkaardig aan deze die reeds werd toegelicht in het geval van 3P-behoeften BB TV Mobiel.



Figuur 34 : Evolutie per operator van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de beschouwde behoeften vervult

(b) Analyse van de op de markt aangeboden bundels

99. Proximus, Telenet en VOO boden al 4P-bundels aan op de markt in Q1 2018. Orange heeft de zijne daaraan toegevoegd in mei 2018. Geen enkel ander merk heeft sindsdien 4P-bundels ontwikkeld.

4P	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	2016	2016	2017	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen
2022 Q2	2016	2016	2017	2018	Neen	Neen	Neen	Neen

Figuur 35 : Operatoren die een specifieke 4P-bundel aanbieden op de markt (de jaren vermeld in de tabel geven het moment aan vanaf wanneer een dergelijke bundel bij de betrokken operator beschikbaar werd).

100. Wat **Orange** en **Proximus** betreft, lopen de tendensen in termen van prijzen en inhoud van de 4P-bundels gelijk (ook al is de manier waarop meer uitgesproken op het vlak van de prijsstijging) met deze beschreven voor hun 3P-bundels BB TV Mobiel (met name: prijsstijging; toename van de volumes aan mobiele data; bijna onveranderde vaste inhoud). De tabel hieronder geeft een samenvatting van de evolutie van de prijzen voor de betreffende bundels.

4P	2018 Q2	2020 Q2	2022 Q2	Delta Prijs 2022 vs. 2018
Orange 1	Kolibri	Light	Light	
Maandelijkse prijs	67	69	75	11,9%
Orange 2a	Dolfijn	Plus	Plus	9,5%
Maandelijkse prijs	74			
Orange 2b	Koala			2,5%
Maandelijkse prijs	79			
Orange 3	Luipaard	Intense	Intense	
Maandelijkse prijs	89	80	87	-2,2%
Orange 4	Arend	Unlimited	Extreme	
Maandelijkse prijs	78	80	85	9,0%
Proximus 1	Tuttimus S	Tuttimus S	Flex 1	
Maandelijkse prijs	83	86,5	90	8,4%
Proximus 2	Tuttimus M	Tuttimus M	Flex 2	
Maandelijkse prijs	94	97,5	101	7,4%
Proximus 3	Tuttimus L	Tuttimus L	Flex 3	
Maandelijkse prijs	108	107,5	108	0,0%

Figuur 36 : Evolutie van de prijzen van de 4P-bundels van Orange en Proximus.

101. Bij **VOO** heeft de bundel ONE die in Q1 2018 werd aangeboden met 200 Mbps eind 2019 plaats geruimd voor de Relax- en Max-reeksen. Tegenover vier jaar geleden bieden Relax en Max in Q2 2022 voor de meerderheid van hun formules meer mobiele data voor hogere of lagere prijzen afhankelijk van het geval (cf. de tabel hieronder) maar ook met verschillende vaste snelheden (200 Mbps voor de bundels ONE tgv. 125 Mbps voor Relax en 400 Mbps voor Max). Door deze veelvuldige wijzigingen mag deze evolutie "prijs/inhoud" van de 4P-bundels van VOO dan wel moeilijker te beoordelen lijken dan voor Orange en Proximus, maar dat neemt niet weg dat het aanbod van deze operator voor dat soort van bundels doorgaans veelzijdiger blijkt te zijn dan in Q1 2018. Deze evolutie kan verklaard worden door het feit dat

de 4P-bundels van VOO in Q1 2018 duurder waren dan hun equivalenten bij Proximus en (toen deze operator in mei 2018 zijn 4P-bundel beschikbaar maakte) Orange.³²

Q1 2018		ONE (200 Mbps)		
		Prijs	GB data	
		95	103	
		2	10	

Q2 2022		Relax (125 Mbps)			Max (400 Mbps)		
		Prijs	GB data		GB data		
		82	87	97	96	101	111
		5	15	30	5	15	30

Figuur 37 : Evolutie van de prijzen en van de volumes aan mobiele data van de 4P-bundels van VOO.

102. Het in Q1 2018 beschikbare 4P-aanbod van **Telenet** (Wigo) onderscheidde zich van deze van de andere operatoren door zijn "datapot"-systeem. De gebruikers hadden namelijk een volume aan mobiele data ter beschikking om (indien gewenst) te delen over verscheidene simkaarten. Dat concept is verdwenen in 2021 bij de herziening van het portfolio van diensten van de kabeloperator, dat voortaan uitgaat van een klassieker concept genaamd "One". In de volgende tabel worden de mobiele kenmerken van de reeksen Wigo en One met elkaar vergeleken:

		Q1 2018	One pack equivalent in Q2 2022 als het aantal vereiste SIM kaarten gelijk is aan :				
			1	2	3	4	5
Wigo 3GB	Maandelijkse prijs	100 €	90 €	110 €			
	# verkochte SIM kaarten	2	1	2			
	Totale data (GB)	3	40	80			
Wigo 10GB	Maandelijkse prijs	120 €	90 €	110 €	130 €	150 €	170 €
	# verkochte SIM kaarten	5	1	2	3	4	5
	Totale data (GB)	10	40	80	120	160	200
Wigo 15GB	Maandelijkse prijs	140 €	90 €	110 €	130 €	150 €	170 €
	# verkochte SIM kaarten	5	1	2	3	4	5
	Totale data (GB)	15	40	80	120	160	200
Wigo 40GB	Maandelijkse prijs	195 €	90 €	110 €	130 €	150 €	170 €
	# verkochte SIM kaarten	5	1	2	3	4	5
	Totale data (GB)	40	40	80	120	160	200

Figuur 38 : Vergelijking van de mobiele kenmerken van de 4P-bundels van Telenet.

103. Zoals blijkt uit deze tabel bieden de 4P-bundels van Telenet voortaan veel grotere datavolumes voor vaak (maar niet systematisch) lagere prijzen dan in 2018. Zoals in het geval van VOO kan deze evolutie verklaard worden door het feit dat de 4P-bundels van Telenet in Q1 2018 veel duurder waren dan hun equivalenten bij Proximus en (toen deze operator in mei 2018 zijn 4P-bundel beschikbaar maakte) Orange.³³

104. Hoe zit het met de vaste component van deze 4P-basisbundels? Het internetvolume en het aantal televisiezoekers zijn onveranderd gebleven ten opzichte van 2018: het internetvolume dat vervat zit in de betreffende aanbiedingen was reeds onbeperkt en het aantal

³² De consumenten die genoeg namen met een snelheid van 100 Mbps konden over een 4P-bundel beschikken met minstens 2 GB aan data voor € 74 bij Orange en voor € 83 bij Proximus terwijl de bundel ONE van VOO € 95 kostte.

³³ De consumenten die genoeg namen met een snelheid van 100 Mbps konden over een 4P-bundel beschikken met minstens 2 GB aan data voor € 74 bij Orange en voor € 83 bij Proximus terwijl de bundel Wigo van Telenet € 100 kostte.

televisiezenders is stabiel gebleven tussen 70 en 80. De officieel beschikbare downloadsnelheid kent dan weer sterk verschillende evoluties: ze neemt toe bij Orange (van 100 Mbps naar 150 Mbps), blijft stabiel bij Proximus (100 Mbps) en daalt bij Telenet (van 200 Mbps naar 150 Mbps). VOO vormt een geval apart aangezien het oude aanbod One werd vervangen door twee nieuwe aanbiedingen.

	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2
Proximus	Tuttimus	Tuttimus	Flex
Snelheid (Mbps)	100	100	100
Telenet	Wigo	Wigo	One
Snelheid (Mbps)	200	300	150
Orange	Trio (Q2 2018)	Trio	Trio
Snelheid (Mbps)	100	100	150
VOO	One	Relax	Relax
Snelheid (Mbps)	200	125	125
		Max	Relax
		400	400

Figuur 39 : *Evolutie van de downloadsnelheid van de 4P-bundels.*

105. De vaste component van de "gebooste" 4P-bundels (nl. met een downloadsnelheid die aanmerkelijk hoger ligt dan deze vervat in het basisaanbod) evolueert op uiteenlopende wijze:
- 105.1. Positief in het geval van Orange dat, voor een identiek bedrag (15 euro) dat vier jaar geleden gevraagd werd, het mogelijk maakt om van 150 Mbps (basiswaanbod) naar 400 Mbps (geboost aanbod) te gaan in plaats van 100 Mbps naar 200 Mbps in 2018.
 - 105.2. Het is een gematigde evolutie in het geval van Telenet want ook al is het mogelijk om bij deze operator een erg hoge snelheid te krijgen die veel hoger ligt dan vier jaar geleden (1 Gbps in plaats van 400 Mbps), is het bedrag dat daarvoor moet worden neergeteld ook hoger (21 euro extra in plaats van 15 euro extra) en, zoals hierboven vermeld, is de snelheid van de 4P-basisbundel gedaald (150 Mbps in plaats van 200 Mbps).
 - 105.3. Bij de operator VOO kan de snelheid van een Max-abonnement van 400 Mbps opgetrokken worden naar 1 Gbps voor een supplement van 5 euro. Deze dienst (die "Gigaboost" heet) werd in Luik beschikbaar gemaakt in april 2021 en wordt momenteel uitgebreid naar het ganse door VOO gedekte grondgebied³⁴.
 - 105.4. Proximus biedt geen "boost"-optie aan voor downloadsnelheden in zijn huidige DSL-aanbiedingen. Enkel de consumenten die reeds zijn aangesloten op glasvezel van deze operator (14% van de gebouwen in België eind 2021) kunnen vandaag intekenen op aanbiedingen van deze operator met snelheden van meer dan 100 Mbps.
 - 105.5. Het geheel van de "gebooste" bundels (4P en andere) vertegenwoordigt eind 2021 een beperkt deel van het breedbandclientèle (minder dan 5% van de totale breedbandmarkt).

³⁴ In juni 2022 was de optie Gigaboost van VOO beschikbaar in een dertigtal steden en gemeenten waaronder de Brusselse gemeenten die deze operator bedient, Luik, Charleroi, Waver, enz.

(c) Conclusies

106. Zijn al deze evoluties positief voor de consument? Uit de analyse van de profielen blijkt dat, voor de gebruiker van wie de 4P-behoefte 5 GB aan mobiele data inhouden, dit een gunstige evolutie is aangezien het laagste bedrag dat de consument in 2022 moet neertellen om te voldoen aan zijn behoeften, 14% lager ligt dan in Q1 2018. Uit een **gevoeligheidsanalyse** (die erin bestaat het mobiele datavolume te laten variëren) blijkt dat alle gevallen een dergelijke tendens kennen.

Maandelijkse prijs van het goedkoopste 4P pack als:			
Databehoefte	Q1 2018	Q2 2022	Delta
<i>Behoeften < deze die gebruikt zijn voor de analyse van de profielen</i>			
1 GB	83 €	75 €	-10%
2 GB	83 €	75 €	-10%
3 GB	83 €	81 €	-2%
4 GB	94 €	81 €	-14%
<i>Behoeften = deze die gebruikt zijn voor de analyse van de profielen</i>			
5 GB	94 €	81 €	-14%
<i>Behoeften > deze die gebruikt zijn voor de analyse van de profielen</i>			
10 GB	94 €	81 €	-14%
20 GB	108 €	90 €	-17%
50 GB	n/a	97 €	n/a

Figuur 40 : Evolutie van het laagste bedrag dat dient te worden betaald voor een 4P-bundel afhankelijk van het vereiste datavolume (andere te vervullen behoeften: snelheid = 100 Mbps; onbeperkt internetvolume; aantal televisiezoekers = 50).

107. **Tot slot** sluiten de vaststellingen betreffende de evolutie van de 4P-basisbundels in hoofdzaak aan op deze betreffende de evolutie van de 3P-bundels BB TV Mobiel, met name:
- 107.1. De consument heeft doorgaans meer waar voor zijn geld dan in Q1 2018
 - 107.2. Deze waardeverhoging van de 4P-bundels is bijna uitsluitend te wijten aan de evolutie van hun mobiele component. De vaste component blijft meestal onveranderd, en is zelfs, wat de downloadsnelheid betreft, in sommige gevallen gedaald tegenover vier jaar geleden.
108. Wat de prijs betreft van de 4P-basisbundels die door de operatoren op de markt aangeboden worden, zijn die ten opzichte van 2018:
- 108.1. over het algemeen gestegen van 8% tot 12% bij Orange en Proximus;
 - 108.2. over het algemeen sterk gedaald (de mate ervan is moeilijk te kwantificeren door de grondige veranderingen in die aanbiedingen) bij VOO en Telenet om de vaak goedkopere prijzen van Orange en Proximus te benaderen.

4.3.4. Convergente bundels en behoeften – conclusies

109. Uit alle waarnemingen in verband met convergente bundels blijkt dat hun evolutie **globaal gezien positief** is geweest voor de consument. Die kan kiezen uit een breder gamma dan vier jaar geleden en krijgt over het algemeen "meer waar voor zijn geld". Die evolutie is voornamelijk gelinkt aan enerzijds de ontwikkeling van het aanbod van Orange, en anderzijds de toename van de mobiele inhoud van de bundels. De karakteristieken van de vaste component van die bundels, met uitzondering van de downloadsnelheden van diensten met zeer hoge snelheid (die voortaan tot 1 Gbps kunnen halen, maar die minder dan 5% van de breedbandmarkt innemen), zijn daarentegen bijna onveranderd gebleven ten opzichte van 2018.

4.4. Niet-convergente bundels en behoeften

4.4.1. 3P BB TV VT

(a) Analyse van de consumentenprofielen

110. Uit de analyse van de algemene tendensen blijkt dat, zowel in Wallonië als in Vlaanderen, het bedrag dat aan een bundel moet worden besteed die beantwoordt aan de 3P-behoeften BB TV VT van alle beschouwde profielen van 3% naar 11% gestegen is ten opzichte van Q1 2018. Die ontwikkelingen zijn niet uniform in Vlaanderen en Wallonië. In Wallonië zijn er sterkere verhogingen van sommige types van beperkte behoeften qua verbindingssnelheid en internetvolume. Zoals hierboven vermeld wordt deze situatie in het zuiden van het land verklaard door het verdwijnen van de goedkope aanbiedingen die VOO begin 2018 nog aanbod en die bijzonder goed beantwoordden aan de vermelde behoeften.

Minimale behoeften 2022 Q2		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV VT	50 TV kanalen	5%	5%	6%	5%	5%	6%	6%	6%	6%	11%
	30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	6%	6%	6%	11%
3P BB TV VT	50 TV kanalen	11%	11%	8%	11%	11%	8%	8%	8%	8%	1%
	30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	8%	8%	8%	1%

Figuur 41: Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult.

111. Wat de operator betreft die de goedkoopste bundel levert die de 3P-behoeften BB TV VT vervult, kent Orange een opmerkelijke doorbraak, weliswaar minder absoluut dan voor de convergente behoeften, waarbij Proximus en Scarlet over het algemeen goedkoper zijn voor de beperktere behoeften (< 100 Mbps en/of ten minste 30 televisiezenders).

Minimale behoeften 2022 Q2		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV VT	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften 2018 Q1		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV VT	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

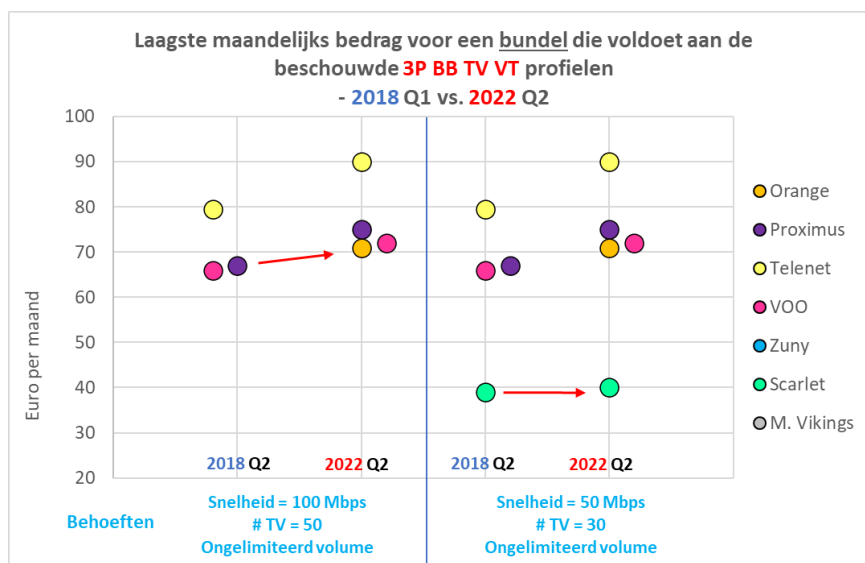
Figuur 42: Operatoren die in Vlaanderen de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet

Minimale behoeften 2022 Q2		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV VT	50 TV kanalen	Proximus	Proximus	Orange	Proximus	Proximus	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften 2018 Q1		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
3P BB TV VT	50 TV kanalen	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figuur 43: Operatoren die in Wallonië de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet

112. Onderstaande grafiek illustreert die ontwikkelingen per operator door een onderscheid te maken tussen enerzijds een profiel met grote behoeften (100 Mbps en ten minste 50 televisiezenders) en anderzijds een profiel met beperktere behoeften (ten minste 50 Mbps en 30 televisiezenders). Zoals blijkt uit onderstaande grafiek, in tegenstelling tot de waarnemingen over de convergente bundels, onderscheidt Orange zich niet op een agressieve manier ten opzichte van zijn concurrenten en voor de twee beschouwde profielen ligt de prijs van de goedkoopste bundels van elke operator die aan de bestudeerde behoeften beantwoorden, op een hoger niveau dan vier jaar geleden, weliswaar gematigder in het geval van Scarlet (+ 1 euro). Er wordt overigens vastgesteld dat voor het profiel met beperkte behoeften Scarlet veruit de voordeligste oplossing blijft die die behoeften vervult. Geen enkele andere speler bevindt zich op hetzelfde prijsniveau als dat merk.



Figuur 44 : Evolutie per operator van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de behoeften van het beschouwde profiel vervult

(b) Analyse van de op de markt aangeboden bundels

113. Al van voor 2016 bieden Proximus, VOO en Scarlet specifieke 3P-bundels BB TV VT op de markt aan. In 2021 is Telenet hiermee gestopt (einde van dat type WIGO-aanbiedingen, de nieuwe ONE-bundels bevatten standaard een mobiele component). Orange biedt er daarentegen sinds 2020 één aan op de markt.

3P BB TV VT	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zunny	Scarlet	M. Vikings
2018 Q1	< 2016	< 2016	< 2016	Neen	Neen	< 2016	Neen
2022 Q2	< 2016	Neen	< 2016	2020	Neen	< 2016	Neen

Figuur 45 : Operatoren die een specifieke 3P-bundel BB TV VT op de markt aanbieden (de jaren vermeld in de tabel geven het moment aan van wanneer een dergelijke bundel bij de betrokken operator beschikbaar werd).

114. In de onderstaande tabel wordt de evolutie van de karakteristieken van 3P-basisbundels BB TV VT sinds 2018 beschreven.

3P BB TV VT	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
Proximus 1	Start	Start	Start	
Maandelijke prijs	60	62	63	5,0%
Downloadsnelheid (Mbps)	60	60	60	
Volume (GB)	150	150	150	
Proximus 2	Familus	Familus	Flex	
Maandelijke prijs	67	70,5	75	11,9%
Downloadsnelheid (Mbps)	100	100	100	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
Scarlet	Trio	Trio	Trio	
Maandelijke prijs	39	40	40	2,6%
Downloadsnelheid (Mbps)	50	50	50	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
Telenet 1	Whop	Whop		
Maandelijke prijs	69	71,8		30,4%
Downloadsnelheid (Mbps)	100	150	! Pack 4P !	
Volume (GB)	200	200	"One"	
			90	
Telenet 2	Whoppa	Whoppa		
Maandelijke prijs	80	84,5	150	12,5%
Downloadsnelheid (Mbps)	200	300	Unl	
Volume (GB)	Unl	Unl		
VOO 1	Toudoo	-	-	n/a
Maandelijke prijs	57	-	-	
Downloadsnelheid (Mbps)	75	-	-	
Volume (GB)	200	-	-	
VOO 2	Wahoo	Relax	Relax	
Maandelijke prijs	66	68,5	72	9,1%
Downloadsnelheid (Mbps)	125	125	125	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
VOO 3	Tatoo	Max	Max	
Maandelijke prijs	87	90	92	5,7%
Downloadsnelheid (Mbps)	200	400	400	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
Orange	-	-	Home	
Maandelijke prijs	-	-	71	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	-	-	150	
Volume (GB)	-	-	Unl	

Figuur 46 : Evolutie van de karakteristieken van vast internet van de 3P-basisbundels BB TV VT sinds 2018.

115. Die tabel bevat verscheidene waarnemingen, waaronder:
- 115.1. De prijs van alle 3P-basisbundels BB TV VT is hoger dan in Q1 2018. Die stijgingen bevinden zich over het algemeen tussen 5% en 12%;
 - 115.2. Telenet biedt geen specifieke 3P-bundels BB TV VT meer aan op de markt. De enige mogelijkheid voor een consument die (om welke reden dan ook) bij die operator over een dergelijke combinatie wil beschikken, is een 4P-bundel te kopen;
 - 115.3. VOO biedt geen equivalenten meer aan op de markt van zijn goedkoopste aanbod van 2018;
 - 115.4. De vaste karakteristieken van bundels (downloadsnelheid; internetvolume; aantal televisiezenders) zijn weinig of niet geëvolueerd ten opzichte van 2018: ze zijn onveranderd gebleven bij Proximus en Scarlet, terwijl bij VOO de snelheid van het Max-aanbod verdubbeld is (van 200 naar 400 Mbps), maar die van het Relax-aanbod (125 Mbps) is niet veranderd.

(c) Conclusies

116. De vaststelling inzake convergente bundels waarbij de consument van Q2 2022 "meer waar heeft voor zijn geld" dan in Q1 2018 geldt niet voor de niet-convergente 3P-bundels BB TV VT. Met uitzondering van de basisoplossing van Scarlet, is de prijs van die bundels systematisch gestegen met 5% tot 12% ten opzichte van vier jaar geleden, terwijl hun telecomkarakteristieken over het algemeen weinig geëvolueerd zijn.

4.4.2. 2P BB TV

(a) Analyse van de consumentenprofielen

117. Uit de analyse van de consumentenprofielen blijkt dat het bedrag voor een bundel die beantwoordt aan de 2P-behoefte BB TV gestegen is voor bijna alle beschouwde profielen. Die evolutie is sterker in Wallonië, met name voor bepaalde types van beperkte behoeften qua verbindingssnelheid en internetvolume. Die situatie kan ook hier verklaard worden door het verdwijnen van de goedkope aanbiedingen die VOO begin 2018 nog aanbood en die bijzonder goed beantwoordden aan de vermelde behoeften.

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 TV kanalen	10%	10%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	-7%
	30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	-7%

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 TV kanalen	20%	20%	5%	20%	20%	5%	5%	5%	5%	-4%
	30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	5%	5%	5%	-4%

Figuur 47 : Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde behoeften vervult

118. Wat de operator betreft die de goedkoopste bundel levert die de 2P-behoefte BB TV vervult, kent Orange, zowel in Vlaanderen als in Wallonië, een opmerkelijke doorbraak, weliswaar minder absoluut dan voor de convergente behoeften, waarbij Scarlet goedkoper is voor de beperktere behoeften (minimaal 50 Mbps en 30 televisiezenders).

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
2018 Q1	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 TV kanalen	Telenet	Telenet	Proximus	Telenet	Telenet	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

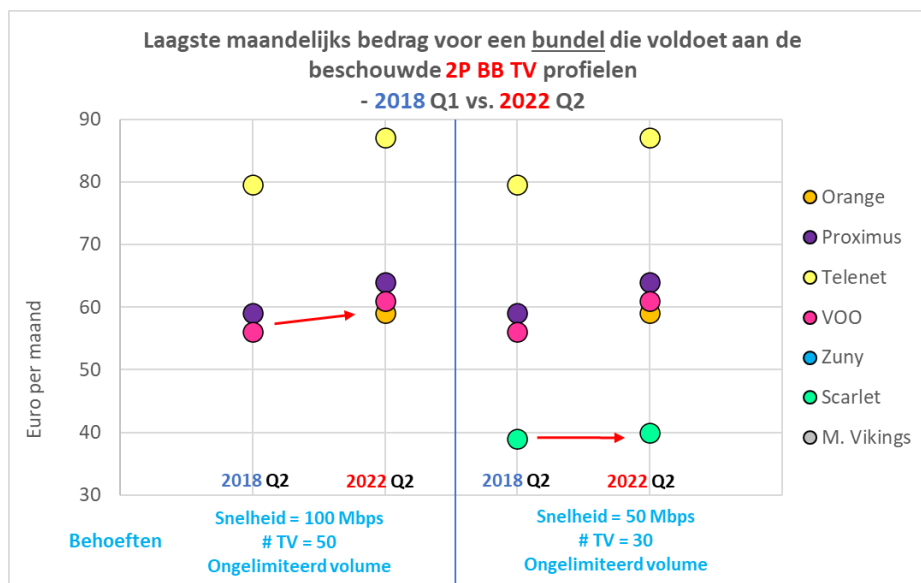
Figuur 48 : Operatoren die in Vlaanderen de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet.

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
2P BB TV	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018										
		10			50			100			200	
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl	
2P BB Mobiel		Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
2P BB TV	50 TV kanalen	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO	VOO

Figuur 49 : Operatoren die in Wallonië de goedkoopste bundel aanbieden die aan de behoeften van de beschouwde profielen voldoet.

119. Onderstaande grafiek illustreert die ontwikkelingen per operator door een onderscheid te maken tussen enerzijds een profiel met grote behoeften (100 Mbps en ten minste 50 televisiezenders) en anderzijds een profiel met beperkte behoeften (ten minste 50 Mbps en 30 televisiezenders). De vastgestelde waarnemingen zijn bijna identiek aan die die voor de 3P-behoeften BB TV VT gelden: de te betalen bedragen stijgen bij alle operatoren; Orange dat zich qua tariefplannen niet onderscheidt van zijn rechtstreekse concurrenten; Scarlet dat de ongeëvenaarde prijzenkoning is in het segment van de beperkte behoeften.



Figuur 50 : Evolutie per operator van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de beschouwde behoeften vervult.

(b) Analyse van de op de markt aangeboden bundels

120. In Q1 2018 brachten Proximus, VOO en Telenet al 2P-bundels BB TV op de markt. Orange lanceerde zijn bundel in 2020. De nieuwe secundaire merken van VOO en Telenet, Zuny (2020) en Tadaam (2019), richten zich dan weer op een niche van de markt: die van de klanten die ofwel minder dan 20 televisiezenders willen (Zuny) ofwel FWA gebruiken (Tadaam).

2P BB TV	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	< 2016	< 2016	< 2016	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen
2022 Q2	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	Neen	Neen	2019

Figuur 51 : Operatoren die een specifieke 2P-bundel BB TV op de markt aanbieden (de jaren vermeld in de tabel geven het moment aan vanaf wanneer een dergelijke bundel bij de betrokken operator beschikbaar werd).

121. De evolutie van de prijzen en telecomkarakteristieken van de 2P-basisbundels BB TV van Proximus, Telenet, VOO en Orange wordt beschreven in onderstaande figuur. De vastgestelde waarnemingen zijn bijna identiek aan die uit de studie van de 3P-bundels BB TV VT, namelijk:

- 121.1. De prijs van alle 2P-basisbundels BB TV is hoger dan in Q1 2018;
- 121.2. VOO biedt geen equivalenten meer op de markt aan van zijn goedkoopste aanbod van 2018;
- 121.3. De karakteristieken van bundels hebben zich per operator sterk verschillend ontwikkeld: onveranderd bij Proximus, gestegen bij Telenet en variabel bij VOO.

2P BB TV	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
Proximus 1	BB + TV	BB + TV	Flex	
Maandelijkse prijs	59	60	64	8,5%
Downloadsnelheid (Mbps)	100	100	100	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
Telenet 1	Basic	Basic	Easy	
Maandelijkse prijs	53,7	55,9	60,9	13,4%
Downloadsnelheid (Mbps)	50	100	100	
Volume (GB)	150	150	150	
Telenet 2	Fibernet 100	All	All	
Maandelijkse prijs	76,9	81,6	87,1	13,3%
Downloadsnelheid (Mbps)	100	300	300	
Volume (GB)	200	Unl	Unl	
VOO 1	Toudoo	-	-	
Maandelijkse prijs	49	-	-	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	75	-	-	
Volume (GB)	200	-	-	
VOO 2	Wahoo	Relax	Relax	
Maandelijkse prijs	56	58	61	8,9%
Downloadsnelheid (Mbps)	125	125	125	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
VOO 3	Tatoo	Max	Max	
Maandelijkse prijs	77	80	82	6,5%
Downloadsnelheid (Mbps)	200	400	400	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
Orange	-	-	Home + TV	
Maandelijkse prijs	-	-	59	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	-	-	150	
Volume (GB)	-	-	Unl	

Figuur 52 : Evolutie van de karakteristieken van vast internet van 2P-basisbundels BB TV sinds 2018.

4.4.3. Niet-convergente bundels en behoeften – conclusies

122. De hier voorgestelde analyse toont dat de prijs voor niet-convergente bundels sinds 2018 globaal gezien negatief geëvolueerd is voor de consument. Over het algemeen stellen we zo het volgende vast:

- 122.1. De prijs van op de markt aangeboden bundels voor convergente diensten is gestegen ten opzichte van 2018, terwijl hun telecominhoud weinig geëvolueerd is;
- 122.2. Orange heeft geen agressief tariefbeleid gevoerd voor die diensten in tegenstelling tot wat kon vastgesteld worden bij de niet-convergente aanbiedingen;
- 122.3. Scarlet blijft de ongeëvenaarde prijzenkoning in het basissegment met een onbeperkt volume;
- 122.4. In Wallonië zijn de goedkope aanbiedingen die bijzonder goed aangepast waren aan de consumenten met beperkte behoeften verdwenen.

4.5. Aanbiedingen met enkel internet (1P BB)

(a) Analyse van de consumentenprofielen

123. Uit de analyse van de profielen blijkt dat het bedrag dat uitgegeven moet worden voor een 1P-oplossing BB, op een enkele uitzondering na, op een positieve manier geëvolueerd is voor de consumenten.

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
1P BB		0%	13%	-9%	-9%	13%	-9%	-37%	-37%	-24%	-22%

Minimale behoeften		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
1P BB		0%	-9%	-9%	-7%	-9%	-9%	-19%	-19%	-19%	-49%

Figuur 53 : Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de beschouwde behoeften vervult.

124. In tegenstelling tot de andere behoeften die in dit verslag bestudeerd zijn, verschijnt Orange maar één keer in Vlaanderen als aanbieder met de goedkoopste oplossing en helemaal niet in Wallonië. Zuny en Mobile Vikings maken daarentegen hun opwachting in deze tabellen.

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
1P BB		Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Telenet	Telenet	M. Vikings	Orange

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
2018 Q1	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
1P BB		Scarlet	Telenet	Scarlet	Proximus	Telenet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

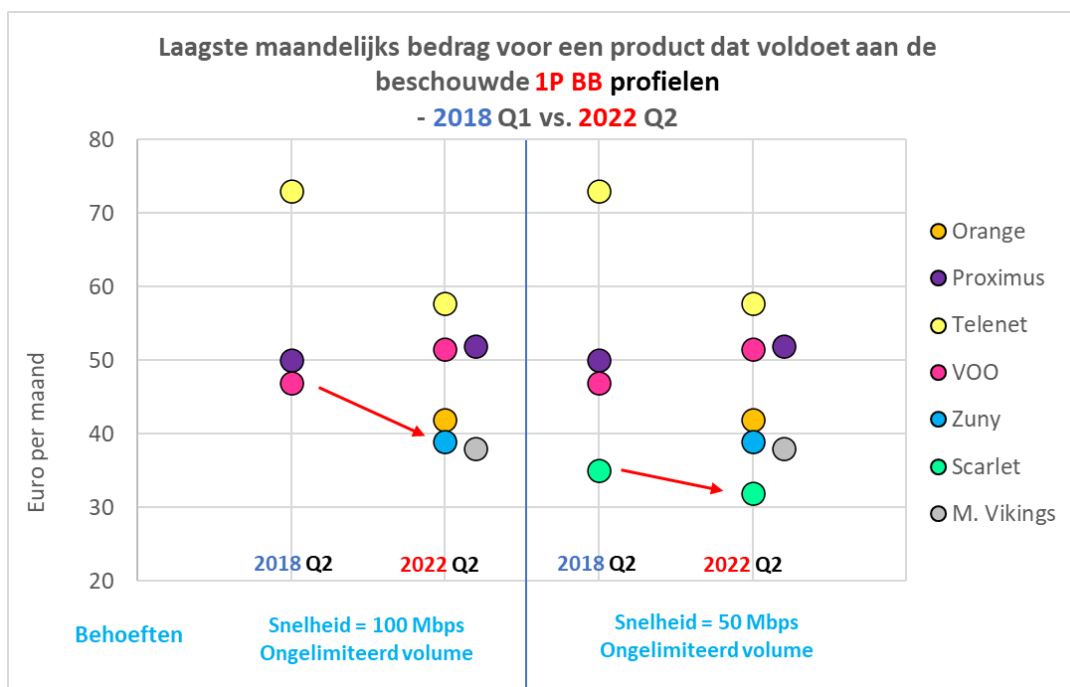
Figuur 54 : Operatoren die in Vlaanderen de goedkoopste bundel aanbieden voor de beschouwde profielen.

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
2022 Q2	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
1P BB		Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Scarlet	Scarlet	M. Vikings	M. Vikings	M. Vikings	Zuny

Minimale behoeften		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q1 2018									
2018 Q1	Snelheid (Mbps)	10			50			100			200
	Volume (GB)	50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
1P BB		Scarlet	Scarlet	Scarlet	VOO	Scarlet	Scarlet	VOO	VOO	VOO	VOO

Figuur 55 : Operatoren die in Wallonië de goedkoopste bundel aanbieden voor de beschouwde profielen.

125. Onderstaande grafiek illustreert die ontwikkelingen per operator door onderscheid te maken tussen enerzijds een profiel met grote behoeften (100 Mbps en onbeperkt volume) en anderzijds één met beperktere behoeften (ten minste 50 Mbps en onbeperkt volume). Zoals vastgesteld kan worden hebben Proximus en VOO, voor het profiel met grotere behoeften, niet via hun voornaamste merken gereageerd op de komst van Orange, maar aan de hand van hun secundaire merken (Zuny sinds 2020 voor VOO en Mobile Vikings in 2022 voor Proximus). De prijzen voor de oplossingen van die voornaamste merken zijn zelfs gestegen. Wat het profiel met de beperkte behoeften betreft, blijft Scarlet de voordeligste oplossing met een bedrag dat lager is dan in 2018³⁵.



Figuur 56 : Evolutie per operator van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de behoeften van het beschouwde profiel vervult.

³⁵ Er moet verduidelijkt worden dat in tegenstelling tot wat zou kunnen afgeleid worden uit de grafiek, de vastgestelde daling bij Scarlet niet gelinkt is aan de komst van de 1P-aanbiedingen BB van Orange en Zuny, want die daling vond plaats twee jaar ervoor.

(b) Analyse van de op de markt gebrachte aanbiedingen

126. Proximus, Telenet, VOO en Scarlet boden al in Q1 2018 1P-aanbiedingen BB op de markt aan. Orange, Zuny en Mobile Vikings hebben sindsdien een soortgelijke oplossing ontwikkeld.

1P BB	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2018 Q1	< 2016	< 2016	< 2016	Neen*	Neen	< 2016	Neen	Neen
2022 Q2	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	< 2016	2022	Neen

* Bij Orange bestaat sinds 2015 een 1P BB oplossing via FWA : "Flybox"

Figuur 57 : Operatoren met een 1P-aanbod BB (de jaren vermeld in de tabel geven het moment aan vanaf wanneer een dergelijk aanbod bij de betrokken operator beschikbaar werd).

127. De prijs van de **basisaanbiedingen** (snelheid < 100 Mbps en/of beperkt volume) is per operator sterk verschillend geëvolueerd: sterk dalend (bijna 10%) bij Proximus en Scarlet, licht stijgend bij VOO en sterk stijgend bij Telenet. Het basisproduct van die operator is geëvolueerd naar een product uit de middenklasse (zijn snelheid is van 50 Mbps naar 100 Mbps gegaan, hoewel nog steeds met eenzelfde volume dat tot 150 GB beperkt is). De karakteristieken van die aanbiedingen zijn bijna onveranderd gebleven ten opzichte van 2018. We stellen overigens vast dat geen enkele van de nieuwkomers Orange, Zuny en Mobile Vikings zich in dit segment gepositioneerd heeft.

1P BB - Basisdienst	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
Proximus 1	Start	Start	Essential	
Maandelijkse prijs	27,5	27,5	25	-9,1%
Snelheid (Mbps)	50	50	50	
Volume (GB)	100	100	100	
Scarlet 1	Poco	Poco	Poco	
Maandelijkse prijs	23	23	23	0,0%
Snelheid (Mbps)	30	30	30	
Volume (GB)	50	50	50	
Scarlet 2	Loco	Loco	Loco	
Maandelijkse prijs	35	32	32	-8,6%
Snelheid (Mbps)	50	50	50	
Volume (GB)	Illimité	Illimité	Illimité	
Telenet 1	Basic	Basic	Easy	
Maandelijkse prijs	27,8	27,8	31,4	12,9%
Snelheid (Mbps)	50	100	100	
Volume (GB)	150	150	150	
VOO 1	Toudoo	Light	Light	
Maandelijkse prijs	27	28	28	3,7%
Snelheid (Mbps)	75	75	75	
Volume (GB)	200	200	200	

Figuur 58 : Evolutie van de karakteristieken van de 1P-basisaanbiedingen BB sinds 2018.

128. Wat aanbiedingen **uit de midden- en topklasse** (snelheid ≥ 100 Mbps) betreft, is de markt gekenmerkt door de komst van concurrerende aanbiedingen van Orange, Zuny en Mobile Vikings. Hoewel deze tendens voor de consument positief is moet er opgemerkt worden dat, in het geval van de twee laatstgenoemden, die komst een reactie (of een anticipatie in het geval van Zuny) is van VOO en Proximus via secundaire merken op de ontwikkeling van Orange in dat segment. De voornaamste merken van die operatoren (en die van Telenet ook)

hebben hun tarieven *daarentegen* doen stijgen. De komst van die nieuwe aanbiedingen is daarenboven nog recent (oktober 2020 voor Zuny, november 2020 voor Orange en juni 2022 voor Mobile Vikings), zodat hun impact nog niet volledig beoordeeld kan worden. Met opmerkelijke uitzondering van het All-aanbod van Telenet, zijn de karakteristieken snelheid en volume van de 1P-producten BB uit de middenklasse sinds 2018 over het algemeen weinig geëvolueerd.

1P BB - Midden gamma	2018 Q1	2020 Q2	2022 Q2	Delta 2022 vs. 2018
Proximus 2	Maxi	Maxi	Maxi	
Maandelijkse prijs	50	50	52	4,0%
Downloadsnelheid (Mbps)	100	100	100	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
Telenet 2a	Fiber 100			
Maandelijkse prijs	51			13,1%
Downloadsnelheid (Mbps)	100			
Volume (GB)	200			
		All	All	
		54	57,7	
Telenet 2b	Fiber 200	300	300	
Maandelijkse prijs	73	Unl	Unl	-21,0%
Downloadsnelheid (Mbps)	200			
Volume (GB)	Unl			
VOO 2	Wahoo	Relax	Relax	
Maandelijkse prijs	47	50	51,5	9,6%
Downloadsnelheid (Mbps)	125	125	125	
Volume (GB)	Unl	Unl	Unl	
VOO 3	-	Max	Max	
Maandelijkse prijs	-	58	61	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	-	400	400	
Volume (GB)	-	Unl	Unl	
Orange	-	-	Home	
Maandelijkse prijs	-	-	42	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	-	-	150	
Volume (GB)	-	-	Unl	
Zuny	-	-	Zuny	
Maandelijkse prijs	-	-	39	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	-	-	100	
Volume (GB)	-	-	Unl	
Mobile Vikings	-	-	MVK	
Maandelijkse prijs	-	-	38	n/a
Downloadsnelheid (Mbps)	-	-	100	
Volume (GB)	-	-	Unl	

Figuur 59 : Evolutie van de karakteristieken van de 1P-aanbiedingen BB uit de midden- en topklasse sinds 2018

(c) Conclusies

129. De evolutie sinds Q1 2018 van de 1P-BB-aanbiedingen is globaal gezien gunstig voor de consument wat de basisproducten betreft, waarbij de prijzen met bijna 10% gedaald zijn zonder compensatie (Proximus en Scarlet) ofwel met 13% gestegen zijn in ruil voor een verdubbelde snelheid (Telenet). Die evolutie is gematigder voor het midden gamma, waarbij, in tegenstelling tot de convergente bundels, de komst van Orange geen reactie van de voornaamste merken van Proximus, VOO en Telenet heeft teweeggebracht. De komst van

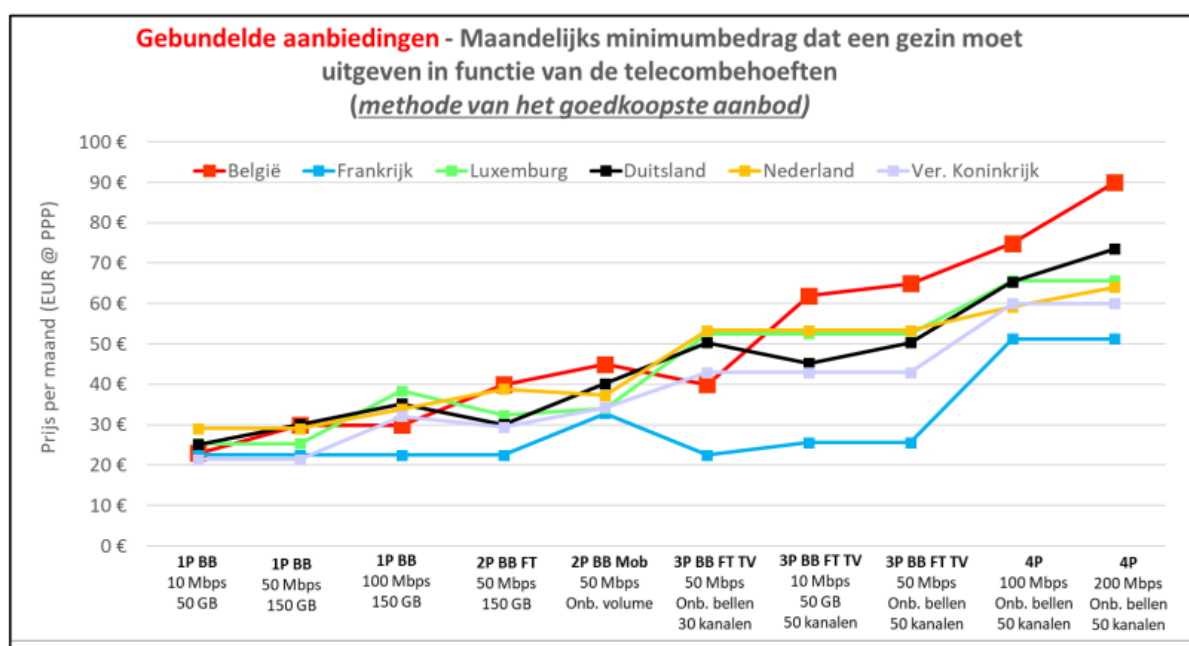
Orange en de secundaire merken van VOO (Zuny) en Proximus (Mobile Vikings) in dat segment is echter nog maar een recent fenomeen, waarvan de werkelijke impact over een langere periode zal moeten worden beoordeeld.

4.6. Internationale vergelijking

130. Hoewel de beschreven evoluties in de voorgaande delen relatief positief zijn inzake de evolutie van de prijzen voor de convergente diensten (maar duidelijk minder voor de niet-convergente diensten), blijven de telecomdiensten in België toch duur in vergelijking met zijn buurlanden en alle andere landen van de Europese Unie. Zo:

130.1. In vergelijking met de volledige Europese Unie rangschikt de Commissie België op de 26e en 25e (op 27) plaats wat betreft de prijs van vaste en convergente telecomdiensten³⁶.

130.2. In vergelijking met de buurlanden (Frankrijk, Duitsland, Luxemburg, Nederland, Verenigd Koninkrijk), toont het BIPT aan dat, hoewel België, voor bepaalde specifieke profielen, vrij goedkoop kan zijn of het niveau van de buurlanden kan benaderen, dat het over het algemeen aanzienlijk veel duurder uitvalt dan de buurlanden wanneer de behoeften van de gebruiker stijgen. Zoals uit onderstaande grafiek blijkt, lijken de minimumprijzen die in België moeten worden betaald voor een aanbod met alleen internet (1P BB), niet significant te verschillen met die in de buurlanden, maar wordt België snel veel duurder naarmate meer diensten vereist zijn³⁷.



Figuur 60 : Vergelijking per land van de prijs van het goedkoopst mogelijke aanbod dat beantwoordt aan de minimumbehoeften van gebundelde aanbiedingen zoals vermeld onderaan de grafiek.

³⁶ Zie: ["Mobile and Fixed Broadband Prices in Europe 2020"](#), in het bijzonder de bladzijden 13 en 16.

³⁷ Op de grafiek is het niveau van de laagste beschikbare prijzen per land te zien voor een reeks aanbiedingen met alleen internet ("1P BB") en gebundelde aanbiedingen ("2P BB VT" = internet en vaste telefonie; "2P BB Mobiel" = internet en mobiel; "3P BB VT TV" = internet, vaste telefonie en televisie; "4P" = internet, vaste telefonie, televisie en mobiel). Deze vergelijking wordt uitgevoerd aan de hand van de methode gebruikt voor de analyse van de consumentenprofielen in deel 4.2 van dit hoofdstuk.

131. Samengevat hebben de vastgestelde prijsverbeteringen sinds 2018 de situatie ten opzichte van onze buurlanden niet fundamenteel gewijzigd: België blijft een zeer duur land voor telecomdiensten en des te meer naarmate de behoeften stijgen. We verwijzen naar de [mededeling van het BIPT van 20 december 2021 betreffende de vergelijkende prijzenstudie van de telecommunicatiediensten in België en in de buurlanden in 2021](#) voor een diepgaande studie van de prijzenvergelijking tussen België en zijn burens.

4.7. Conclusies

132. Uit de analyses die in dit hoofdstuk zijn voorgesteld, blijkt dat de evolutie voor de consument **globaal gezien positief** was inzake de **convergente bundels** (de gebundelde aanbiedingen die vaste en mobiele diensten combineren). De consument heeft immers een grotere keuze dan in 2018 en heeft, meestal, "meer waar voor zijn geld dan vier jaar geleden". Die evolutie is voornamelijk gelinkt aan enerzijds de ontwikkeling van Orange, en anderzijds de toename van de mobiele inhoud van de bundels. De karakteristieken van de vaste component van die bundels, met uitzondering van de uploadsnelheden van diensten met zeer hoge snelheid (die voortaan tot 1 Gbps kunnen bereiken, maar die minder dan 5% van de breedbandmarkt innemen), zijn daarentegen relatief stabiel gebleven ten opzichte van 2018.
133. De **niet-convergente bundels** (namelijk de gebundelde aanbiedingen die enkel uit vaste diensten bestaan: breedband, televisie, vaste telefonie) hebben over het algemeen een **negatieve** evolutie gekend voor de consument met een doorgaans gestegen bundelprijs ten opzichte van 2018 voor een nagenoeg ongewijzigde telecominhoud. In tegenstelling tot de convergente bundels heeft Orange geen agressief prijsbeleid gevoerd voor deze aanbiedingen. Op het vlak van de basisbundels blijft Scarlet de ongeëvenaarde prijzenkoning.
134. Voor **1P BB** (enkel internet) **verschilt** de evolutie **sterk**: positief voor de basisdiensten (< 100 Mbps), maar met nog onbekende gevolgen voor de andere diensten.
135. Ongeacht of het gaat om convergente diensten (ondanks de voormelde positieve evolutie) of niet-convergente diensten, **blijft België duur ten opzichte van zijn buurlanden** wat de prijzen voor telecomdiensten betreft.

5. Impact van de regulering

136. In de voorgaande hoofdstukken zijn de grote tendensen van de breedband- en omroepmarkten in België sedert 2018 beschreven. In dit hoofdstuk wordt de rol geanalyseerd die de regelgeving heeft gespeeld in de ontwikkeling van die tendensen, in het bijzonder de rol van de vier beslissingen die de Conferentie van Regulators voor de elektronische-communicatiesector ("CRC") heeft aangenomen op 29 juni 2018³⁸ en waarin zij heeft geconcludeerd dat Proximus en de kabeloperatoren Telenet, Brutélé en VOO op verschillende wholesalemarkten een sterke machtspositie hadden.

5.1. De redenen voor de regulering van 2018

137. De besluiten die de CRC heeft aangenomen op 29 juni 2018 over de breedbandinternet- en omroepmarkten³⁹ zijn met name uitgewerkt op basis van de volgende bevindingen:

137.1. Het bestaan van **hoge toegangsdrempels**, met name door de noodzaak over dure en moeilijk te repliceren infrastructuren te beschikken, het beleid inzake bundels dat resulteert in klantenbinding of de moeilijkheid om rechten voor tv-inhoud te verwerven.

137.2. Een **sterke en blijvende concentratie** van de marktaandeelen. Ongeacht de beschouwde productenmarkt en de kabelzone had de voornaamste operator nooit minder dan 50% marktaandeel en hadden de twee voornaamste operatoren samen nooit minder dan 80% marktaandeel.

137.3. **Bijzonder lage churn rates**, in het bijzonder voor de bundels. De sterke uptake van de bundels gaat gepaard met een daling van de churn. Hoe meer diensten in een commercieel aanbod zitten, hoe sterker de churn daalt, wat een belemmering vormt voor markttoetreding en de ontwikkeling van concurrenten.

137.4. De **prijzen** van de vaste-communicatiediensten stegen geregeld en waren doorgaans hoger dan in het buitenland. In het algemeen werden de grote operatoren niet aangespoord om elkaar te beconcurreren op gebied van de prijzen.

137.5. Het feit dat **het bestaan van commerciële wholesaleaanbiedingen niet gegarandeerd was** als er geen regelgeving was en dat, zelfs indien dergelijke commerciële wholesaleaanbiedingen bestonden, het twijfelachtig was of ze de alternatieve operatoren in staat konden stellen om binnen het tijdsbestek van de analyse een doeltreffende concurrentiedruk uit te oefenen.

138. Op basis van die bevindingen heeft de CRC ("Conferentie van Regulators voor de elektronische-communicatiesector"⁴⁰) beslist om de verplichting inzake toegang tot de netwerken van Proximus, Telenet, Brutélé en VOO ten voordele van de operatoren die niet over een vast netwerk beschikten, te behouden. Op die manier wilde de CRC de ontwikkeling

³⁸ Een van deze beslissingen slaat op breedband in geheel België, terwijl wat televisie betreft voor een welbepaald gebied van het Koninkrijk, namelijk het Nederlands taalgebied, het Frans taalgebied, het Duits taalgebied en het gebied Brussel-Hoofdstad een specifieke beslissing geldt. In de praktijk zijn die beslissingen betreffende televisie wel bijna identiek.

³⁹ <https://bipt.be/operators/dossier/besluit-van-29-juni-2018-analyse-van-de-markten-voor-breedband-en-televisieomroep-2018>

⁴⁰ Die, zoals hierboven vermeld, het BIPT en de bevoegde mediaregulators (CSA, VRM, Medienrat).

van een daadwerkelijke mededinging voor breedbandinternet, televisie en de bundels stimuleren en een positieve dynamiek tot stand brengen: dat de gebruikers tussen meer aanbieders konden kiezen en dat de operatoren werden aangespoord om elkaar te beconcurreren door de prijzen te verlagen, de kwaliteit van hun diensten te verhogen en/of nieuwe diensten te lanceren⁴¹.

5.2. De maatregelen die in 2018 zijn ingesteld

139. De volgende elementen maakten deel uit van de maatregelen die opgenomen waren in de besluiten van 29 juni 2018:

139.1. Het behoud, voor het grootste deel, van de verplichtingen die voortvloeiden uit de vorige marktanalyse (2011)⁴².

139.2. Een verlaging van de wholesaletarieven (d.w.z. de prijzen die de alternatieve operatoren betalen aan Proximus of aan de kabeloperatoren). Vanaf augustus 2018 werden de wholesaletarieven van Telenet verlaagd tot het niveau van die van VOO, hetgeen in sommige gevallen een vermindering tot 20% kon betekenen⁴³. In 2020 heeft een algemene herziening van de wholesaletarieven van de kabeloperatoren⁴⁴ geleid tot een vermindering van de prijzen voor een reeks bandbreedtes, zowel bij Telenet als bij VOO.

139.3. De wholesaletarieven voor kabel en glasvezel zijn bovendien gedefinieerd uitgaande van een benadering van "billijke" tarieven die erop gericht zijn een evenwicht te vinden tussen een aanzwengeling van de concurrentie en een aansporing om te investeren.

139.4. De verbetering voor de alternatieve operatoren van de voorwaarden voor toegang tot de netwerken:

- De kabeloperatoren Telenet, Brutélé en VOO moesten vanaf dan toegang verlenen tot een "standalone" breedbanddienst, en dat los van hun televisiedienst. Tot dan toe kon een alternatieve operator bij de kabeloperatoren geen breedbandinternet aankopen zonder tegelijkertijd ook televisie af te nemen;
- Het nieuwe glasvezelnetwerk van Proximus (dat geleidelijk aan het koperen netwerk vervangt) werd ook opengesteld voor concurrerende operatoren;
- Op de wholesalemarkten moesten Proximus en de kabeloperatoren kwaliteitsgaranties (SLA's) bieden die de alternatieve operatoren in staat stellen om diensten aan te bieden die specifiek op de behoeften van de kmo's zijn gericht;
- De invoering van een "Single Installer"-procedure bij de kabeloperatoren waardoor een alternatieve operator zelf het volledige proces van installatie en herstelling bij een eindklant kan uitvoeren.

⁴¹https://www.bipt.be/index.php/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c5561967322ed72a5316c305947a94aafd4a7705/PB_broadband_NL_COM_%20290618.pdf

⁴² Dat wil zeggen hoofdzakelijk verplichtingen inzake toegang, transparantie, niet-discriminatie, prijscontrole en opleggen van een analytische boekhouding, zowel voor Proximus als voor de kabeloperatoren.

⁴³https://www.bipt.be/index.php/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/c5561967322ed72a5316c305947a94aafd4a7705/PB_broadband_NL_COM_%20290618.pdf

⁴⁴ <https://www.bipt.be/operators/publicatie/besluit-van-de-crc-van-26-mei-2020-betreffende-de-maandelijkse-tarieven-voor-wholesaletoegang-tot-de-netwerken-van-de-kabeloperatoren-voor-televisieomroep-in-het-tweetalig-gebied-brussel-hoofdstad-en-voor-breedband>

5.3. Impact van de regulering van 2018

140. De maatregelen die door de regulering van 2018 ingesteld werden, openden dus nieuwe ontwikkelingsmogelijkheden voor de markt en voor de alternatieve operatoren, waarvan de voornaamste waren:

140.1. **De diversificatie van het aanbod:** via de wholesaleaanbiedingen voor standalone internet hebben de alternatieve operatoren de mogelijkheid gekregen om specifieke nieuwe aanbiedingen te ontwikkelen die rond die dienst draaien en die nog niet voorkwamen op de markt.

140.2. **De tariefdruk:** via de verlaging van de wholesaleprijzen hebben de alternatieve operatoren de mogelijkheid gekregen om over meer marge te beschikken om een agressievere concurrentie te voeren op de retailprijzen.

140.3. **Onafhankelijke verrichtingen:** via het "Single Installer"-proces hebben de alternatieve operatoren de mogelijkheid gekregen om de relatie met hun klanten volledig te beheren, terwijl ze minder kosten hebben ten opzichte van de operatoren met een machtspositie.

141. Deze mogelijkheden die via de regelgeving van 2018 geboden worden, zijn in ruime mate benut, in het bijzonder door Orange, waarvan de groei⁴⁵ tot stand is gekomen door zo goed als al zijn breedbanddiensten te ontwikkelen op basis van het gereguleerde aanbod dat de kabeloperatoren hebben moeten invoeren (zie hieronder paragraaf 143). Uit de vorige hoofdstukken is immers het volgende gebleken:

141.1. Het dienstenportfolio van Orange is sinds begin 2018 aanzienlijk aangedikt: van slechts één soort aangeboden bundel (de 3P BB TV Mobiel⁴⁶) naar minstens zeven, waarvan sommige (zoals de 2P BB Mobiel) innovaties op de markt zijn geweest.

Oplossing x-P	Beschikbaarheid in :	
	2018 Q1	2022 Q2
1P BB	-*	2020
2P BB TV	-	2020
2P BB VT	-	2020
2P BB Mobiel	-	2019
3P BB TV Mobiel	2016	2016
3P BB TV Fixed	-	2020
4P	-	2018

* Beschikbaarheid van FWA product "Flybox"

Figuur 61 : Evolutie van de portfolio van producten aangeboden door Orange (de in de tabel vermelde jaren geven het jaar aan vanaf wanneer de bundel in kwestie beschikbaar is geworden).

141.2. De ontwikkeling van het dienstenportfolio van Orange heeft de andere marktspelers ertoe aangezet om te reageren en ook hun eigen portfolio van bundels te ontwikkelen,

⁴⁵ Cf. deel 3.2.4 van dit verslag.

⁴⁶ Deze bundel was zelf al ontwikkeld op grond van de regelgeving die voordien van kracht was sedert 2011.

eventueel via secundaire merken, waardoor ze de consument een ruimer en inhoudelijk meer gediversifieerd gamma aanbieden om aan hun behoeften te voldoen.

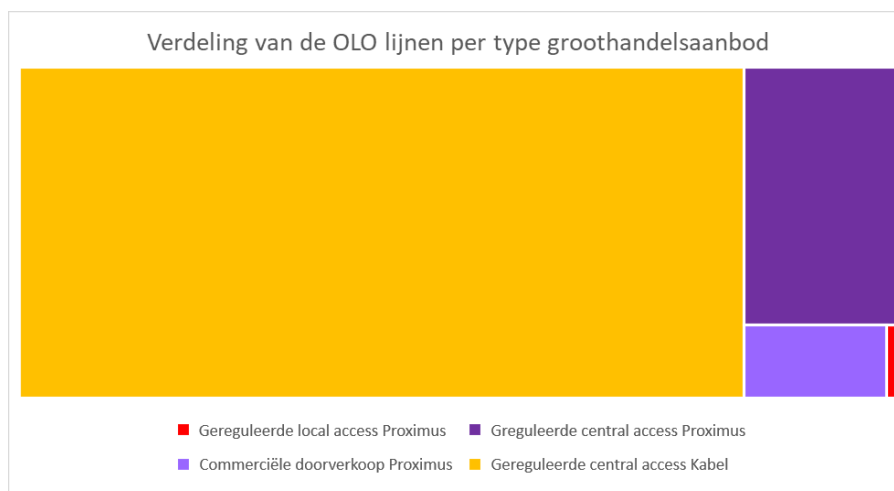
2018 Q1	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2P BB Mobiel	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen
3P BB TV Mobiel	2017	Neen	Neen	2016	Neen	Neen	Neen	Neen
4P	2016	2016	2017	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen
1P BB	< 2016	< 2016	< 2016	Neen*	Neen	< 2016	Neen	Neen
2P BB TV	< 2016	< 2016	< 2016	Neen	Neen	Neen	Neen	Neen
3P BB TV VT	< 2016	< 2016	< 2016	Neen	Neen	< 2016	Neen	Neen

2022 Q2	Proximus	Telenet	VOO	Orange	Zuny	Scarlet	M. Vikings	Tadaam
2P BB Mobiel	2022	2020	2021	2019	2020	Neen	Neen	Neen
3P BB TV Mobiel	2017	Neen	2019	2016	2020	2022	Neen	Neen
4P	2016	2016	2017	2018	Neen	Neen	Neen	Neen
1P BB	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	< 2016	2022	Neen
2P BB TV	< 2016	< 2016	< 2016	2020	2020	Neen	Neen	2019
3P BB TV VT	< 2016	Neen	< 2016	2020	Neen	< 2016	Neen	Neen

Figuur 62 : Evolutie van de beschikbare telecombundels van de voornaamste operatoren in België (de in de tabel vermelde jaren geven het jaar aan vanaf wanneer de bundel in kwestie beschikbaar is geworden).

- 141.3. Zoals gebleken is in hoofdstuk 4 van dit document, wat de convergente bundels betreft, heeft Orange zich vanuit tarifair oogpunt van zijn concurrenten onderscheiden, hetgeen bijgedragen heeft tot zijn groei op de markt en de overige operatoren aangezet heeft om de inhoud van hun aanbiedingen te herzien, hoofdzakelijk via de verhoging van de mobiele data die in zo'n bundel inbegrepen zijn.
142. De overige alternatieve operatoren zijn voornamelijk actief op basis van de gereguleerde aanbiedingen inzake centrale toegang via koper (hoofdzakelijk) en glasvezel (nog in beperkte mate) van Proximus. Het totale gewicht van deze overige alternatieve operatoren blijft marginaal (2% marktaandeel eind 2021)⁴⁷, hoewel zij wel degelijk gegroeid zijn, met een bijna verdubbeling van het aantal verkochte lijnen voor de meest dynamische onder hen en de opkomst van nieuwe spelers (tot nu toe van bescheiden omvang) die een beroep doen op de gereguleerde aanbiedingen van Proximus om zich te positioneren op het marktsegment waarop ze mikken.
143. Zoals aangetoond is in Figuur 8 van hoofdstuk 3, hieronder pro memorie herhaald, zijn uiteindelijk niet minder dan 96% van de breedbandlijnen die door de alternatieve operatoren te koop worden aangeboden, gebaseerd op gereguleerde aanbiedingen.

⁴⁷ Cf. deel 3.2.4.



Figuur 63 : Verdeling van de breedbandlijnen verkocht door alternatieve operatoren (Orange, edpnet, enz.) afhankelijk van het type gebruikte wholesaleaanbod.

144. De conclusie is dat de besluiten van de CRC van 2018 bijgedragen hebben tot de sedert vier jaar waargenomen ontwikkelingen op de markt via de totstandkoming van een regelgevingskader dat de alternatieve operatoren (vooral Orange) hebben benut om hun dienstenportfolio uit te breiden en ervoor te zorgen dat de consument over een ruimere keuze beschikt bij meer aanbieders. Deze situatie heeft er ook toe bijgedragen dat (zoals aangetoond in hoofdstuk 4) de consument "meer waar krijgt voor zijn geld" wat de convergente diensten betreft, ook al staat België nog ongunstig gerangschikt in internationale vergelijkingen. Ten slotte stelt men vast dat dit regelgevingskader geenszins in de weg heeft gestaan van de investeringen in de snelle-breedbandinfrastructuur, getuigen daarvan met name de sedert 2020 versnelde uitrol van een FTTH-toegangsnetwerk door Proximus⁴⁸ en de plannen voor een partnerschap van Telenet en Fluvius om in Vlaanderen een glasvezelnetwerk aan te leggen⁴⁹. In 2021 werd 24,3% van de inkomsten uit elektronische communicatie geherinvesteerd in activa, hetgeen een sterke stijging inhoudt van 3,8 procentpunten vergeleken met 20,5% in 2020⁵⁰. De gemiddelde CAPEX/omzet ratio in België is dus hoger dan die van de Europese historische operatoren (18%)⁵¹.

5.4. Andere regelgevende maatregelen die de marktdynamiek begunstigen

145. Terwijl de besluiten van 29 juni 2018 van de CRC een belangrijke stap zijn geweest in de ontwikkeling van de breedband- en omroepmarkten in de afgelopen vier jaar, hebben ook

⁴⁸ Hetzij direct hetzij via de joint ventures met Eurofiber (Unifiber) en Delta Fiber (Fiberklaar).

⁴⁹ Cf. met name: <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/investeringen-in-de-telecommarkt-op-een-historisch-hoog-niveau>, alsook de kwalitatieve studie betreffende de Belgische netwerken gepubliceerd door het BIPT in december 2021, waaruit blijkt "dat het goed tot zeer goed gesteld is met zowel de vaste als mobiele netwerkdekking in België, alleen voor 5G hinkt ons land nog achterop": <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/kwalitatieve-studie-van-het-bipt-van-23-december-2021-betreffende-de-vaste-en-mobiele-breedbandnetwerken-in-belgie>

⁵⁰ [Communicatie van de Raad van het BIPT van 3 juni 2022 betreffende de Situatie van de elektronische communicatiesector en TV markt \(2021\)](#).

⁵¹ HSBC 13/01/2022 : Belgian telco's.

andere maatregelen die het BIPT heeft aangenomen of voorgesteld, bijgedragen tot het aanzwengelen van de concurrentie tussen operatoren, tot het aansporen van die operatoren om hun dienstenaanbod nog meer te ontwikkelen of de consumenten nog beter in te lichten en te beschermen.

146. Onder de maatregelen en acties die meegeholpen hebben om het marktkader te ontwikkelen, om de werking ervan te verbeteren en om de consumenten beter te informeren over de mogelijkheden, vermelden we met name:
- 146.1. De [ontwikkeling van Easy Switch](#), een procedure die het aantal stappen vermindert die een consument moet ondernemen wanneer hij van operator wil veranderen.
 - 146.2. De tariefvergelijker www.bestetarief.be, die het voortaan mogelijk maakt de werkelijke verbruiksgegevens van een gebruiker te verwerken.
 - 146.3. De jaarlijkse publicatie van studies (zie hier [die van 2021](#) en [het bijbehorende persbericht](#)) die de mogelijkheden op de markt (met name in termen van prijs) uiteenzetten, zodat consumenten hierover geïnformeerd zijn en, in voorkomend geval, kennis kunnen hebben van de oplossingen die het best aan hun behoeften voldoen. Die studies tonen dat een consument tot 215 euro per jaar kan besparen door te kiezen voor het beste beschikbare aanbod.
 - 146.4. De terbeschikkingstelling van instrumenten zoals de [kwaliteitsbarometer](#) en de [vaste- en mobiele-dekkingskaarten](#). Ter aanvulling van de tariefvergelijker helpen deze instrumenten de consument om de operatoren te vergelijken en moedigen ze de operatoren aan om hun prestaties te verbeteren.
147. Een andere structurerende maatregel bestond uit de aanneming van de koninklijke besluiten, in de herfst van 2021, die in de mogelijkheid hebben voorzien voor een vierde mobiel-netwerkoperator om tot de Belgische markt toe te treden. Dankzij de veiling waarin door die koninklijke besluiten was voorzien en die door het BIPT in juni 2022 georganiseerd werd, heeft de operator Citymesh Mobile het spectrum kunnen verwerven dat noodzakelijk is voor de uitrol van een vierde nationaal mobiel netwerk in België⁵². Deze operator zou ook concurrentie kunnen brengen in het segment van de convergente aanbiedingen. Op dit moment is zijn strategie echter onbekend.

5.5. Conclusies

148. Samengevat stelt het BIPT vast dat de regelgeving van 2018 positieve effecten heeft gehad op de markt, voornamelijk in termen van diversiteit van voorgestelde aanbiedingen en, wat de convergente diensten betreft, wat betreft de waarde die de consument voor zijn geld krijgt. Het BIPT stelt echter ook vast dat, enerzijds, de waargenomen positieve dynamiek voor de convergente diensten niet merkbaar is bij de niet-convergente diensten (zie deel 4.4 van dit verslag) en dat, anderzijds, het prijsniveau van de breedbanddiensten in België (of ze nu convergent zijn of niet) aanzienlijk hoger blijft dan dat in de buurlanden en over het algemeen in zo goed als de rest van de Europese Unie (zie deel 4.6 van dit verslag). Open netwerken en goed geïnformeerde gebruikers blijven dus meer dan ooit de aanvullende sleutels voor de ontwikkeling van een concurrerende markt.

⁵² <https://www.bipt.be/consumenten/publicatie/radiospectrumveiling-haalt-12-miljard-euro-op>

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Bernardo Herman
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Voorzitter van de Raad

Bijlage 1. Analyse van de consumentenprofielen – methodologie

149. De analyse van de consumentenprofielen die in dit document gebruikt is, neemt de methodologie over die reeds is toegepast en uitgewerkt door het BIPT in [de internationale prijsvergelijking](#) die in december 2021 gepubliceerd is, en [de nationale prijsvergelijking](#) die in februari 2022 voorgesteld is.
150. De analyse van de consumentenprofielen vertrekt vanuit de vraag van de consumenten en de telecombehoeften waaraan zij willen voldoen. Deze behoeften worden telkens beschouwd als een minimum waaraan moet worden voldaan, wat wil zeggen dat elk aanbod dat aan deze behoeften voldoet (ook wanneer het meer diensten of volume inhoudt dan nodig) als aanvaardbaar voor de consument wordt geacht. De consument zal in deze studie vervolgens uit alle mogelijkheden kiezen voor het aanbod met de laagste prijs.
151. We nemen bijvoorbeeld het geval van een consument die behoefte heeft aan een breedbandaansluiting van ten minste 50 Mbps met onbeperkt volume en aan een televisiedienst met ten minste 30 zenders die via een decoder toegankelijk zijn. In Q2 2022 zijn de goedkoopste bundels die aan die behoeften voldoen per operator opgenomen in deze analyse:

Operator	Maandelijkse prijs voor de goedkoopste beschikbare bundel	Karakteristieken van de goedkoopste beschikbare bundel
Proximus	€ 64	2P-bundel BB TV Flex, 100 Mbps, 80 zenders
Scarlet	€ 40	3P-bundel BB TV FT Trio, 50 Mbps, 33 zenders
M. Vikings	Geen tv-dienst beschikbaar	
Telenet	€ 87,1	2P-bundel BB TV All + TV Iconic, 300 Mbps, 80 zenders
Tadaam	Geen oplossing met decoder (enkel tv via een app)	
VOO	€ 61	2P-bundel BB TV Duo Relax, 125 Mbps, 80 zenders
Zuny	Geen oplossing met decoder (enkel tv via een app)	
Orange	€ 59	2P-bundel BB TV, 150 Mbps BB + TV, 70 zenders

Zoals blijkt uit de tabel is de minst dure bundel voor het consumentenprofiel in dit voorbeeld dat van 3P BB TV VT Trio van Scarlet tegen 40 euro per maand.

152. Dezelfde aanpak wordt herhaald voor honderd profielen afhankelijk van 4 essentiële parameters:
 - 152.1. Het aantal gewenste telecomdiensten ("x-P"): vast breedbandinternet ("BB"), televisie ("TV"), vaste telefonie ("FT") en/of mobiele telefonie ("Mob");
 - 152.2. De vereiste minimumsnelheid van vast internet (10 Mbps, 50 Mbps, 100 Mbps of 200 Mbps);
 - 152.3. Het vereiste minimale internetvolume (50 GB, 150 GB, onbeperkt);
 - 152.4. Het vereiste minimumaantal televisiezenders (30 of 50).
 - 152.5. De spilwaarden die voor elke parameter weerhouden zijn, zijn vastgesteld op basis van waarnemingen op de markt die in hoofdstuk 3 van deze mededeling voorgesteld zijn.

153. Voor de convergente behoeften (dus die inclusief een mobiel element) is de databehoeftes systematisch vastgelegd op 5 GB per maand. Dat volume komt overeen met het gemiddelde verbruik van Belgische gebruikers in 2021 (zie [statistisch jaarverslag van het BIPT 2021](#)). In gevoeligheidsanalyses waarbij die parameter varieert, werd die parameter bovendien zodanig gevarieerd om te zien welke resultaten verkregen zouden worden indien het vereiste mobiele datavolume hoger of lager zou zijn dan deze waarde (zie paragrafen 90 en 106). De behoefte aan een bepaald aantal belminuten (hier vastgelegd op 90 minuten) is ook opgenomen zodat deze parameter niet vergeten zou worden.

154. Er is rekening gehouden met een reeks van andere voorwaarden, zodat de verkregen resultaten de markt zouden vertegenwoordigen en niet beïnvloed zouden worden door niche-aanbiedingen die in de loop van de bestudeerde periode slechts een kleine fractie van alle consumenten hebben vertegenwoordigd. Die voorwaarden zijn in paragraaf 71 voorgesteld en worden hier herhaald:
 - 154.1. De operatoren die in aanmerking werden genomen voor deze analyse zijn die welke eind 2021 ten minste 5% marktaandeel hebben: Proximus (merken Proximus, Scarlet en Mobile Vikings), Telenet (merken Telenet en Tadaam), VOO (merken VOO en Zuny) en Orange (merk Orange).
 - 154.2. Deze studie omvat noch de bundels op basis van de FWA- en glasvezeltoegangstechnologieën (die samen minder dan 5% vertegenwoordigen van de eind 2021 op de markt aangeboden breedbandlijnen), noch deze waarvoor de tv-dienst enkel via applicaties toegankelijk is en niet via decoder (1% van de markt). Die bepalingen gelden enkel in het kader van deze retrospectieve analyse en lopen geenszins vooruit op de toekomstige ontwikkelingen van deze diensten voor de consumenten.

155. Vertrekkende vanuit die parameters en voorwaarden is een analyse van alle beschouwde profielen uitgevoerd die identiek is aan die welke in paragraaf 151 is voorgesteld. In het geval van de 2P-behoeften BB TV is het resultaat van deze analyse voor Vlaanderen in onderstaande tabel samengevat. Die tabel toont de evolutie tussen Q1 2018 en Q2 2022 van het laagste bedrag dat een consument moet betalen voor een bundel die aan zijn behoeften voldoet. Ter illustratie stellen we zo het volgende vast:

- 155.1. Een consument met behoefte aan 50-Mbps-internet, een onbeperkt volume en 30 televisiezenders (profiel voorgesteld in paragraaf 151 en in een blauw kader in de tabel) moet in Q2 2022 3% meer uitgeven dan in Q1 2018 voor de goedkoopst beschikbare bundel op de markt die voldoet aan zijn behoeften;
- 155.2. Een consument met behoefte aan 200-Mbps-internet, een onbeperkt volume en 50 televisiezenders (profiel in een rood kader in de tabel) kan in Q2 2022 een bedrag uitgeven dat 7% lager is dan de goedkoopste bundel die in Q1 2018 beschikbaar was om te voldoen aan diezelfde behoeften.

Minimale behoeften Vlaanderen		Evolutie sinds Q1 2018 van het laagste bedrag te betalen voor een bundel die de vermelde minimale behoeften vervult:									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 TV kanalen	10%	10%	0%	10%	10%	0%	0%	0%	0%	-7%
	30 TV kanalen	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	-7%

156. In termen van operatoren die de goedkoopste bundel aanbieden die aan de beschouwde behoeften voldoet, zien we dat, in het eerste voorbeeld waarmee rekening wordt gehouden (in het blauwe kader), Scarlet de goedkoopste beschikbare aanbieder is gebleven op de markt, terwijl, in het tweede geval waarmee rekening wordt gehouden (in het rode kader), Orange de goedkoopste aanbieder is geworden, terwijl Telenet dat in Q1 2018 was.

Minimale behoeften 2022 Q2		Operator die de goedkoopste bundel aanbiedt die voldoet aan de minimale behoeften in Q2 2022									
		10			50			100			200
		50	150	Unl	50	150	Unl	50	150	Unl	Unl
2P BB TV	50 TV kanalen	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Orange	Orange	Orange	Orange
2P BB TV	50 TV kanalen	Telenet	Telenet	Proximus	Telenet	Telenet	Proximus	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet
	30 TV kanalen	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Scarlet	Proximus	Proximus	Proximus	Telenet

157. We verduidelijken het volgende om te concluderen:

- 157.1. Zoals in de studies over de internationale vergelijking en de nationale vergelijking, is de prijs van de telecomaanbiedingen waarmee rekening wordt gehouden de recurrente prijs, dus de prijs zonder promotie.
- 157.2. In tegenstelling tot de studies over de internationale vergelijking en de nationale vergelijking die in hun analyse de mogelijkheid opnemen om telecomdiensten te combineren die afzonderlijk worden verkocht (bijvoorbeeld een 2P BB TV met 1P Mobile om te voldoen aan 3P-behoeften BB TV Mobile), houdt de analyse in deze mededeling enkel rekening met de gebundelde aanbiedingen die specifiek door de operatoren op de markt worden aangeboden. De reden voor dat verschil in aanpak wordt veroorzaakt doordat de internationale en nationale vergelijkingen vooral tot doel hebben alle oplossingen aan de consument te tonen die op de hele markt beschikbaar zijn (vaste en mobiele diensten), terwijl deze analyse de evolutie van de prijzen en de karakteristieken van telecombundels wil illustreren in het kader van de specifieke breedband- en televisiemarkten.

Bijlage 2. Analyse van de op de markt aangeboden bundels

158. Terwijl de analyse van de consumentenprofielen uitgaat van de vraag naar telecomdiensten, start de analyse van de aangeboden bundels vanuit de aanbodzijde en beschrijft die de manier waarop de operatoren hun productengamma hebben laten evolueren, zowel qua prijs, als qua technische karakteristieken.
159. Om zo'n analyse te maken volgt het BIPT elk kwartaal de portfolio's van de diensten die door de operatoren worden aangeboden en verzamelt het een reeks inlichtingen daarover, met name wat betreft:
- 159.1. De maandelijkse prijs ervan, zonder promotie
 - 159.2. Het aantal en het type van "x-P" inbegrepen in de dienst
 - 159.3. De downloadsnelheid voor internet
 - 159.4. Het toegestane internetvolume
 - 159.5. De gebruikte toegangstechnologie
 - 159.6. Het aantal televisiezenders inbegrepen in de bundels in kwestie
 - 159.7. De manier waarop de tv-dienst toegankelijk is (via decoder of applicatie)
 - 159.8. Het aantal in de bundel inbegrepen mobiele belminuten
 - 159.9. Het mobiele-datavolume dat inbegrepen is in de bundel
 - 159.10. Enz.
160. De analyse van de te koop aangeboden bundels heeft voornamelijk betrekking op de "basis"-bundels die de operatoren verkopen, d.w.z. de aanbiedingen die zij hoofdzakelijk naar voren schuiven, voordat rekening wordt gehouden met extra opties, zoals een ultrasnelle internetverbinding⁵³, vaak bestempeld als "geboost".
161. Zoals in de analyses in hoofdstuk 4 van dit document verduidelijk wordt, kunnen de portfolio's van diensten die door de operatoren worden aangeboden op een erg verschillende manier evolueren, met enerzijds heel stabiele portfolio's van diensten waarbij ondanks eventuele marketingwijzigingen, in de loop van de tijd een sterke continuïteit kan worden vastgesteld voor het merendeel van de producten, en anderzijds portfolio's die in de afgelopen periode grondig dooreengeschud zijn. In beide gevallen zullen de in hoofdstuk 4 verrichte analyses duidelijk aangeven hoe de beschouwde producten geëvolueerd zijn en hoe de verkregen resultaten moeten worden geïnterpreteerd.

⁵³ Deze diensten voor ultrasnel internet, vaak "geboost" genoemd, slaan op snelheden die in Q2 2022 tot 1 Gbps kunnen oplopen. De evolutie daarvan sedert Q1 2018 wordt bestudeerd in paragraaf 105, in het kader van de studie van de 4P-bundels, maar geldt voor alle xP-bundels. Eind 2021 vertegenwoordigden deze "gebooste" bundels minder dan 5% van de markt.