

Situatie markt elektronische communicatie

Jaar 2015

Statistisch verslag



Dit rapport presenteert de indicatoren aan de hand waarvan het BIPT de elektronische communicatiemarkt monitort. Naast de digitale prestatie van België binnen de EU beschrijft het rapport de trends in telecommunivesteringen en de evolutie in omzet en volume van de spraak- en breedbanddiensten op de vaste en mobiele markt alsook van de televisiediensten.

Inhoud

1. SAMENVATTING	4
2. EUROPESE CONTEXT	6
Acht van de dertien doelstellingen van de digitale agenda bereikt	6
België hoog in de index voor de digitale economie en maatschappij van de EC.....	7
3. MARKTCONTEXT	9
3.1 Omzet	9
Terugkeer naar groei : +2,4%	9
Retailinkomsten mobiele markt stijgen sterker dan vaste markt.....	10
Zakelijke retailmarkt genereert 2,37 miljard euro omzet in 2015.....	11
Uitbreiding aandeel Proximus en Telenet tot een gecombineerde 71% van de omzet.....	11
3.2 Investerings.....	12
Lagere investeringen (excl. licenties).....	12
3.3. Tewerkstelling.....	13
Grotere werkgelegenheid.....	13
4. VASTE SPRAAKTELEFONIE	14
4.1. Vaste telefoonlijnen.....	14
Min 43.764 directe toegangskanalen voor vaste spraak	14
Min 57.000 actieve carrier preselect	15
Toename marktaandeel alternatieve operatoren op zakelijke markt	15
4.2 Volume en inkomsten	16
Versnelling in afname vast spraakverkeer	16
Vertraging in afnamepercentage omzet.....	16
Aandeel Proximus boven 50% op residentiële en zakelijke markt	17
4.3. Gemiddelde prijs en ARPU.....	18
Stop prijsdaling op residentiële markt	18
Lichte groei residentiële vaste spraak ARPU.....	18
4.4. Switching.....	19
5% van de vaste nummers werden geporteerd in 2015.....	19
Churn residentiële vaste telefonie rond de 12,8%	19
5. VAST BREEDBAND	20
5.1. Retailvolume.....	20
Lager groeipercentage : 2,7%	20
Hoogste vaste breedbandpenetratie in Brussels gewest : 38,4%	20
Versteving positie van Proximus (inclusief Scarlet)	21
Churn residentieel vast breedband rond de 14,3%.....	21
5.2. Snelheid	22
Upgrade van klanten naar snelle breedbanddiensten	22
5.3. Inkomsten uit vast breedband	24

1880 miljoen euro omzet uit vast breedband, +3,4% jaar-op-jaar	24
Lichte groei ARPU uit residentieel vast breedband.....	25
5.4. Wholesale vast breedband.....	26
Dalende vraag naar wholesale breedbanddiensten -57.551 lijnen.....	26
6. MOBIELE TELEFONIE EN DATA	27
6.1. Actieve simkaarten	27
13,9 miljoen actieve mobiele simkaarten.....	27
Het aandeel van postpaid stijgt van 60,4% naar 62,4%.....	27
Marktaandeel van 14% voor full MVNO's	28
Minder actieve simkaarten voor mobiele spraak alleen.....	29
Mobiel breedband bereikt penetratie van 66,1%.....	29
Verschuiving naar 4G zet zich door	30
6.2. Mobiel volume	31
+1,4% mobiel spraakverkeer	31
Residentieel vertegenwoordigt 61,4% van mobiel spraakverkeer MNO's	32
Bestendinging groei postpaid mobiel spraakverkeer	33
2de opeenvolgende daling van het sms-verkeer	33
Grootste jaargroei mobiele data : +85%	35
6.3. Mobiele inkomsten	36
Hogere mobiele omzet na 2 jaren van omzetsdaling	36
Grootste groei in retailgerelateerde omzet: +57 miljoen euro	36
Kentering in retail mobiele ARPU : +3,1%	37
7. BUNDELS	38
7.1. Residentieel volume	38
Bundeltrend vertraagt.....	38
Bundels blijven de meest voorkomende contractvorm voor vaste diensten	38
7.2. Bundelsamenstelling.....	39
Groei in 3-play en 4-play, 3-play blijft het populairst	39
Sterkste groei bij bundels met een mobiele dienst (telefonie en/of breedband)	39
Verlies 2-play het grootst voor vast BB + TV (-63.822 bundels)	40
7.3. Marktaandelen.....	41
Proximus en Telenet bedienen elk tussen de 30 en 40% van de residentiële bundelmarkt.....	41
7.4. Churn	42
Churnratio verkleint naarmate er meer diensten worden afgenomen in een bundel.....	42
8. TV	43
8.1. Volume	43
Digitale TV wordt gebruikt door 84% van de huishoudens	43
Kabel verliest licht marktaandeel op digitale TV-markt.....	43
Proximus groeit naar [30-40%] van de TV-markt in volume	44
TV-inkomsten + 4,4%	44
Digitale TV ARPU ligt 9 procentpunten hoger op 19,19 euro/maand	45
9. ZAKELIJKE MARKT	46
9.1. Omzet.....	46
Stabiele retailomzet	46
Alternatieve operatoren behalen [20-30%] van de vaste zakelijke markt.....	46
Marktaandeel Proximus is het hoogst voor vaste spraak	47

Zakelijke mobiele markt : Mobistar blijft 2 ^{de} bij fusie Base-Telenet	48
9.2.Volume	49
Minder concurrentie op zakelijke retailmarkt dan op residentiële markt.....	49
10.LIJST FIGUREN	50
11. AFKORTINGEN	52

1. SAMENVATTING

5de plaats qua digitale samenleving in EU-28

In de index voor digitale economie en maatschappij 2015, ontwikkeld door de Europese Commissie, komt België uit op de vijfde plaats van de 28 EU-landen. Op alle vijf de overkoepelende onderdelen (connectiviteit, digitale vaardigheden, online activiteiten, integratie van digitale technologie en digitale overheidsdiensten) scoort België boven het EU-gemiddelde.

Omzet op de markt van de elektronische communicatiediensten en televisie laat opnieuw groei zien (+2,4%) terwijl de investeringen in activa afnemen met 5%.

Na 3 jaren van omzetsdaling laten de aanbieders van elektronische communicatiediensten en van televisie in 2015 terug een groei optekenen: +2,4 % tot 8,295 miljard euro. De positieve ontwikkeling van de inkomsten werd het sterkst gevoeld op de televisiemarkt waar de inkomsten stegen met 4,9%. De mobiele markt groeide met 2,9% vooral door de hogere inkomsten uit retailactiviteiten. Op de vaste markt beperkte de omzetgroei zich tot 1%.

De investeringen in activa ten belope van 19,6% van de jaarlijkse telecomomzet handhaven zich op een hoog niveau (1,409 miljard euro).

Jaarlijkse groei in vaste breedband vertraagt terwijl het groeiritme van mobiel breedband in vergelijking met 2014 toeneemt. De snelheid van vast breedband verhoogt.

Het aantal vaste breedbandlijnen blijft toenemen, maar het groeiritme is lager: 2,7% versus 4,8% in 2014. De concurrentiële situatie op de vaste breedbandmarkt leidt tot een groei van het marktaandeel van de historische operator Proximus (van 45,6% naar 46%).

De uptake van vast snel breedband (≥ 30 MB/s) vertoont een dubbelcijferige groei: +10% tot 3,279 miljoen lijnen. De aansluitingen tussen 30 en 100 MB/s vormen nog steeds de grootste groep (50,6% van het totaal aantal lijnen), maar vanaf 2015 is er voor het eerst een daling waar te nemen ten voordeel van de snellere aansluitingen ≥ 100 MB/s waarvan het aandeel groeit van 14% naar 29%. Na 3 jaren van afvlakking vergroot opnieuw de groei van mobiel breedband: +16% tot 7,45 miljoen actieve breedbandsimkaarten versus +13% in 2014.

MNO's en licht MVNO weten opnieuw nieuwe klanten aan zich te binden. Mobiele spraak en mobiele data zorgen voor volumegroei terwijl het aantal verstuurde sms'en voor het tweede jaar op rij afneemt.

Na een daling in 2013 en 2014 slagen de MNO's en de licht MVNO's er in om hun klantenaantallen te vergroten met respectievelijk 106.550 en 40.870 actieve simkaarten. De full MVNO's laten een continue

groei zien die in 2015 uitkomt op +56.032 actieve simkaarten.

Met 40,5% van het totaal aantal actieve simkaarten versterkt de grootste mobiele speler Proximus zijn positie op de mobiele markt (39,7% eind 2014). De trend dat het mobiele datagebruik toeneemt (+85%) en het sms volume afneemt (-1,6%) zet zich verder door.

De interesse voor multiplay blijft bestaan. 63,3% van de huishoudens neemt een combinatie van diensten af bij eenzelfde aanbieder. 23% heeft een bundel met een mobiele component (telefonie en/of breedband).

Het aantal “stand alone” diensten neemt af : televisie komt voor 70% uit bundels terwijl bij vast vaste telefonie 79% van alle aansluitingen onderdeel zijn van een multiplay pakket. Voor vast breedband stijgt dit percentage naar 83%. De meest populaire bundel blijft een combinatie vast breedband, vaste telefonie en TV (45% van het totaal aantal bundels) ondanks de opmars van de bundels die vaste en mobiele diensten groeperen (van 32 naar 36% van het totaal aantal bundels).

Een toename van bundels gaat gepaard met een verlaging van de churn. Daar waar het gemiddeld churnpercentage van de huishoudens met ongebundelde diensten 19% bedraagt, zakt dit naar 16% voor 2-play, 14% voor 3-play en 3% voor 4-play.

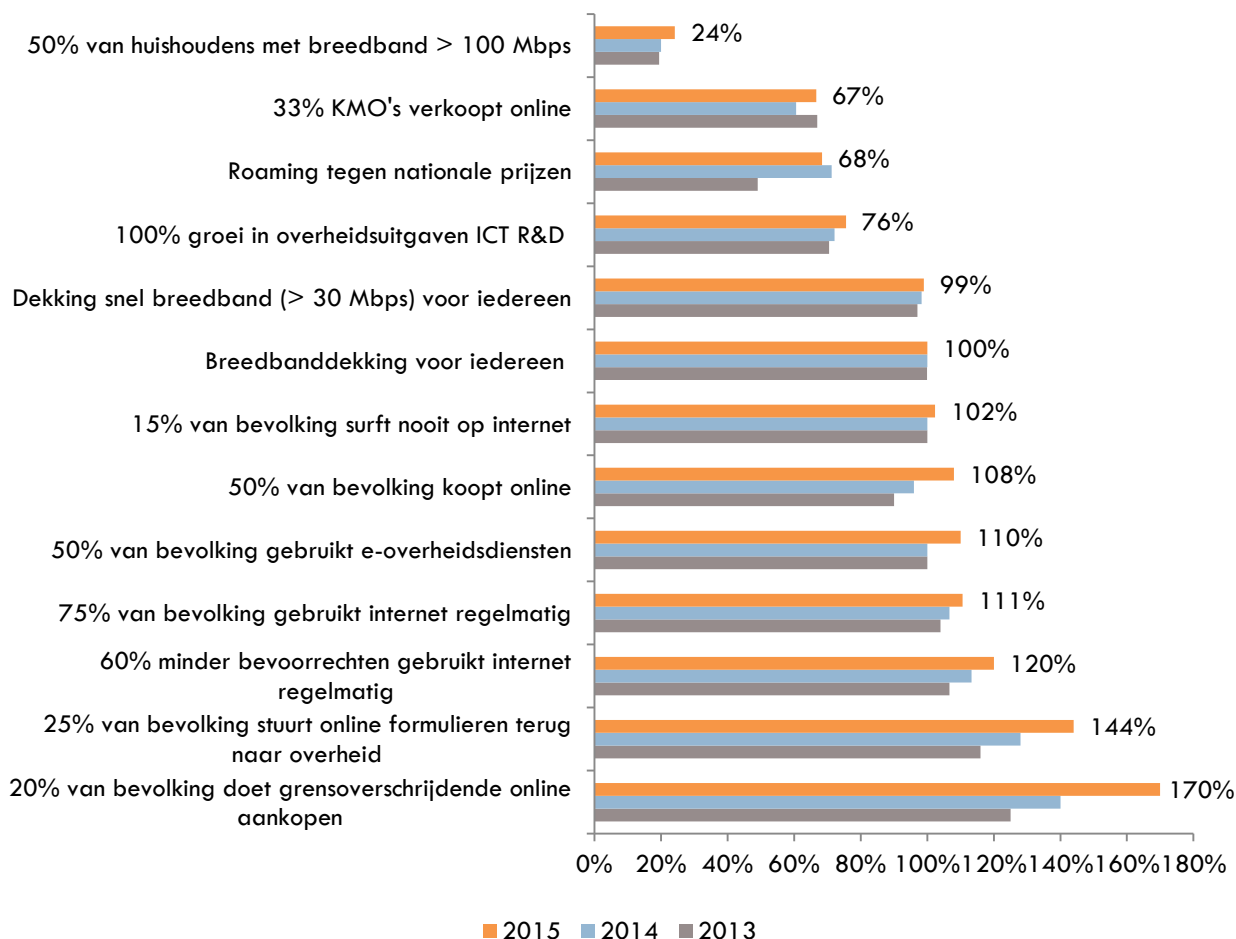
Digitale TV groeit naar 3.899.382 aansluitingen.

In 2015 is de Belgische televisiemarkt gestegen met 1,6% ofwel 72.493 aansluitingen. Digitale TV groeide met 4,8% tot 3,9 miljoen aansluitingen, voldoende om een daling van 15% van het aantal analoge TV-aansluitingen te compenseren.

2. EUROPESE CONTEXT

Acht van de dertien doelstellingen van de digitale agenda bereikt

Het digitaal agenda scorebord 2015¹ toont dat in België acht van de dertien prestatiedoelstellingen op het vlak van ICT zijn gerealiseerd, één doelstelling meer dan in 2014. Voor het eerst overschrijdt het percentage van de bevolking dat online aankopen verricht de drempel van 50% (van 48% naar 54%).



FIGUUR 1: MATE WAARIN DE DOELSTELLINGEN VAN DE DIGITALE AGENDA ZIJN GEREALISEERD, 2015 (BRON : EC)

Van de nog niet bereikte doelstellingen is de doelstelling in verband met de NGA dekking het verst gevorderd (99%).

Supersnelle vaste breedbandaansluitingen (≥ 100 MB/s) vertonen een positieve trend : 12% van de Belgische huishoudens maakt gebruik van supersnel breedband (jan2015) tegenover 10% een jaar eerder, maar dit blijft nog ver verwijderd van het streefdoel van 50% tegen 2020. Ook de overheidsinvesteringen in R&D op het gebied van ICT groeien : +5% (2013) zodat de beoogde verdubbeling tussen 2007 en 2020 al voor 76% is bereikt. Verdere inspanningen blijven niettemin noodzakelijk voor de volledige realisatie van de doelstelling tegen 2020.

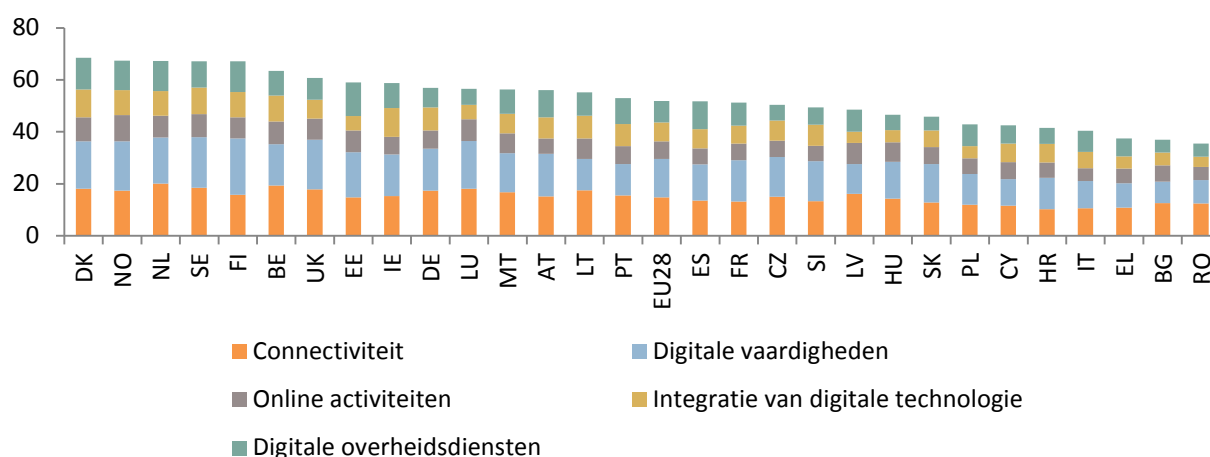
¹ Het digitale agenda scorebord meet de vooruitgang van 13 prestatiedoelstellingen op het vlak van ICT die werden bepaald in de digitale agenda, één van de zeven pilaren van de Europa2020 strategie.

Twee doelstellingen vertonen weinig vooruitgang:

- 1) het percentage van de KMO's (10-49 personen exclusief financiële sector) die online verkopen stijgt, na een daling in 2013, naar het niveau van 2012 (22%).
- 2) roaming tegen nationale tarieven: het verschil tussen de roaming en de nationale tarieven neemt in 2014 licht toe².

België hoog in de index voor de digitale economie en maatschappij van de EC

In de door de EC ontwikkelde index voor digitale economie en maatschappij³ 2016 bezet België de vijfde plaats binnen de EU-28.



FIGUUR 2: TOTAALSCORE INDEX VOOR DIGITALE ECONOMIE EN MAATSCHAPPIJ 2015 (BRON : EC)

Voor de dimensie connectiviteit laat België de tweede beste score optekenen in Europa, na Nederland. Dit wordt ondersteund door een volledige dekkingsgraad van breedband bij de huishoudens en een NGA dekking van 99% (juni 2015). Bovendien is de take up van vast breedband hoog (78% van de huishoudens in 2015) en drie vierde hiervan heeft een snelheid van minstens 30 MB/s (78% in 2014).

Op het vlak van de digitalisering van ondernemingen en het benutten van het online verkoopkanaal behaalt België de 4^{de} beste score, één plaats beter dan in 2014. Het percentage ondernemingen dat e-facturen verstuurd vertoont een lichte groei (van 11% in 2014 naar 12%) in 2015 en het percentage van de KMO's die online verkopen neemt toe van 22 naar 24%. In vergelijking met de EU presteert België sterk in de elektronische informatie-uitwisseling tussen bedrijven (50% versus 36% in de EU) en in het aantal KMO's die online grensoverschrijdend verkopen (13% versus 7,5% in de EU).

In termen van internetgebruik stijgt België van de 7^{de} naar de 3^{de} plaats. Er wordt in toenemende mate gebruik gemaakt van het internet in de context van sociale netwerken (2014 : 78% van de personen tussen 16-74 jaar), voor het bankieren (73% in 2015) en voor online shopping (64% in 2015). De overige online activiteiten blijven stabiel : 72% van de TV huishoudens (2014) gebruikt video op aanvraag, 65% (2014) van de bevolking gebruikt het internet voor de consumptie van online inhoud zoals

² De mate waarin de doelstelling is bereikt wordt gemeten door de afname in het prijsverschil tussen de roaming en de nationale tarieven ten opzichte van het basisjaar 2007.

³ De index is een combinatie van meer dan 30 indicatoren en maakt gebruik van een wegingssysteem om de EU-landen op basis van de digitale prestaties te rangschikken. Het geeft een overzicht per land van de connectiviteit (in hoeverre en met welke snelheid is internet beschikbaar en betaalbaar), internetvaardigheden, het gebruik van onlineactiviteiten (variërend van nieuws tot producten kopen op internet) en het ontwikkelingsniveau van digitale sleuteltechnologieën (elektronische facturen, clouddiensten, e-commerce enz.) en digitale overheidsdiensten, zoals e-overheid en e-gezondheid.

video, muziek en spelen, 62% (2014) van de bevolking leest het nieuws via internet en 42% (2015) van de bevolking gebruikt het internet voor communicatie via video-oproepen.

De digitale vaardigheden situeren zich in België boven het Europees gemiddelde : 83% van de Belgen gebruikt het internet tegenover 76% (2015) in de EU. België ligt ook boven het EU-gemiddelde voor het aandeel van ICT specialisten in het totaal aantal tewerkgestelde personen : 4,4% versus 3,7% (2014) in de EU. In combinatie met een lager percentage gegradueerden in wetenschap, technologie en wiskunde dan in de EU (13% van de bevolking tussen 20 en 29 jaar versus 18%) leidt dit tot een elfde plaats in de EU-rangschikking.

Op het gebied van het online aanbod van overheidsdiensten treedt er vooruitgang op : België wint drie plaatsten in de EU-rangschikking (van de 13^{de} naar de 10 de plaats). Drie van de vier gemonitorde categorieën groeien : de hoeveelheid data dat vooraf is ingevuld in online formulieren van publieke diensten groeit van 62% (2014) naar 65% (2015), de online beschikbaarheid van elektronische kanalen voor publieke diensten stijgt van 81% (2013) naar 85% (2015) en de score voor open data uit de index voor publieke sector-informatie⁴ gaat van 320 (2014) naar 360 (2015).

Enkel het aantal e-government gebruikers vertoont een negatieve trend : 39% (2015) van de internetgebruikers zenden ingevulde formulieren online terug naar de overheid tegenover 42% in 2014.

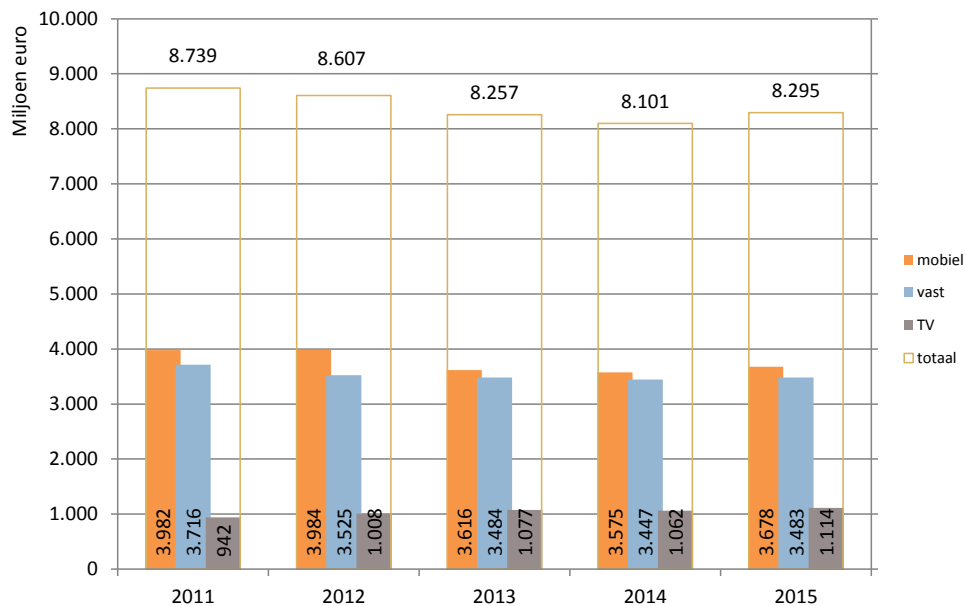
⁴ <http://www.epsiplatform.eu/content/european-psi-scoreboard>

3. MARKTCONTEXT

3.1 Omzet

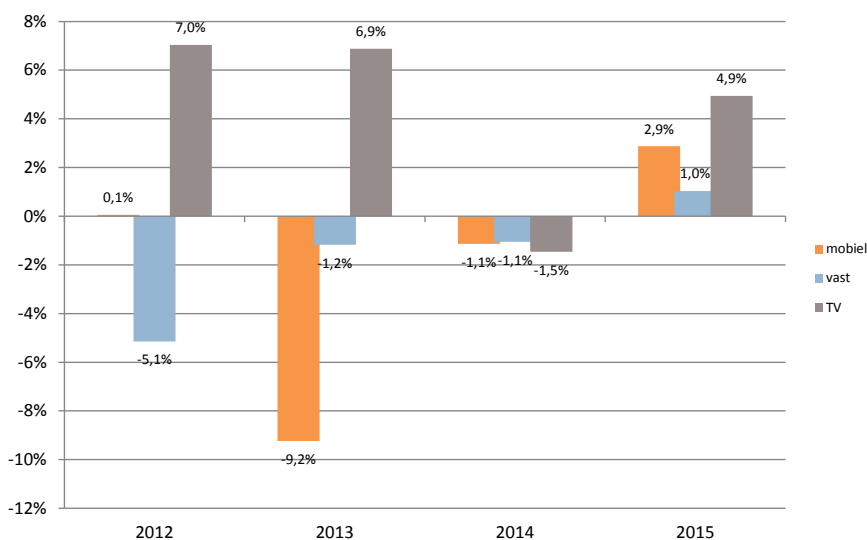
Terugkeer naar groei : +2,4%

Na 3 jaar van omzetsdaling knoopt de telecomsector opnieuw aan met groei : de totale omzet uit elektronische communicatie en TV van 11 operatoren⁵ bereikt in 2015 8,295 miljard euro, 2,4 procentpunten boven het niveau van 2014.



FIGUUR 3: OMZET ELEKTRONISCHE COMMUNICATIE EN TV, RETAIL EN WHOLESALE (BRON : BIPT)

De toename van de omzet kan worden toegeschreven aan alle sub segmenten : vast, mobiel en TV.

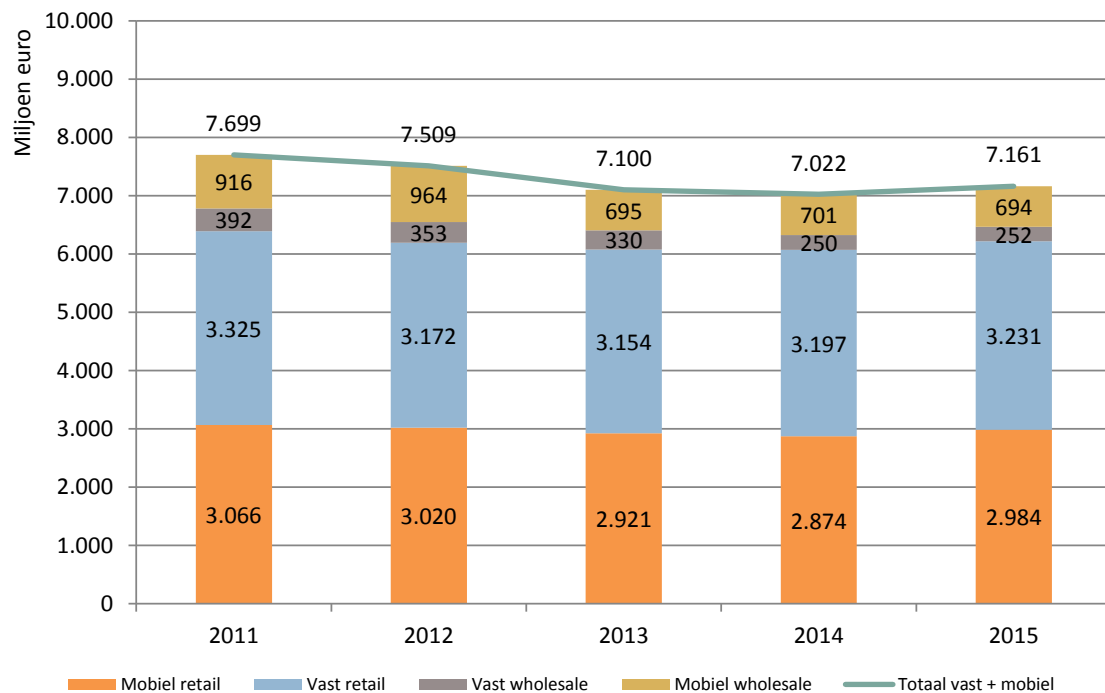


FIGUUR 4: JAARLIJKSE OMZETGROEI, RETAIL EN WHOLESALE, IN PERCENTAGE (BRON : BIPT)

⁵ Base Company, BT, Brut   , Colt Telecom, Mobistar, Nethys, Proximus, Scarlet, SFR, Telenet, Verizon.

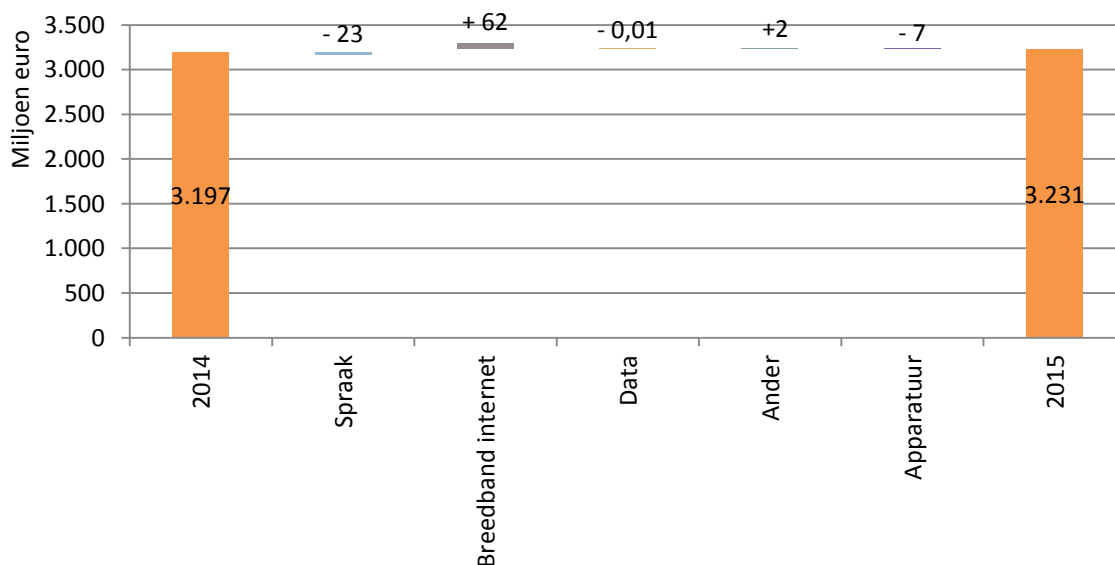
Retailinkomsten mobiele markt stijgen sterker dan vaste markt

Met een groei van 110 miljoen euro vertonen de retailinkomsten op de mobiele markt een grotere absolute stijging dan op de vaste markt, waar de omzet groeit met 34 miljoen euro tot 3231 miljoen euro.



FIGUUR 5: OMZET OP DE VASTE EN MOBIELE MARKT (BRON : BIPT)

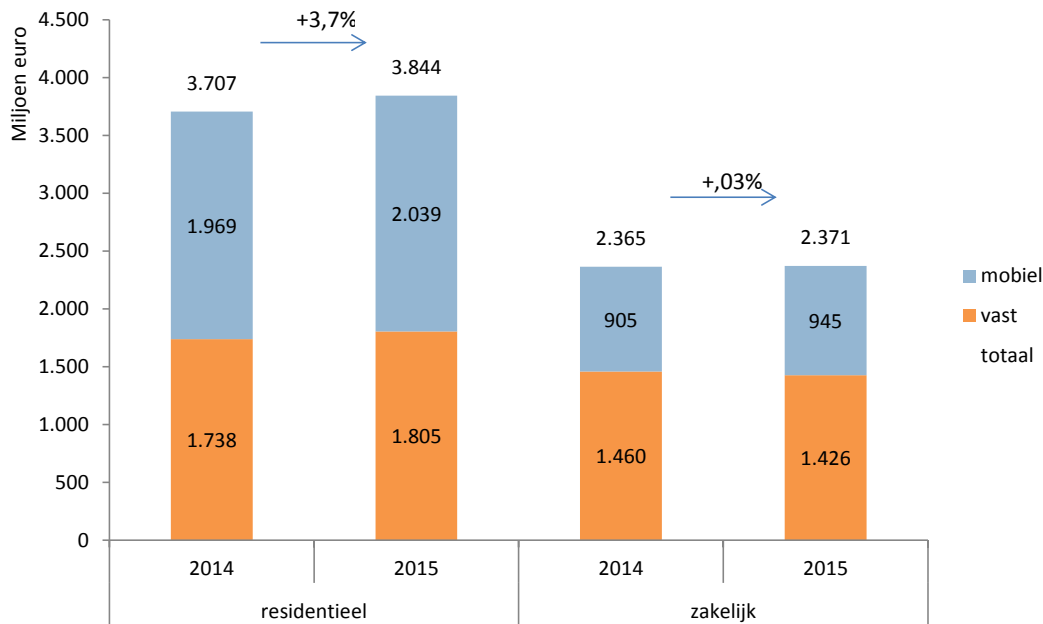
Breedband internet vormt de driver voor de toename van de retailomzet op de vaste markt. Uit vaste telefonie wordt er minder omzet behaald terwijl de omzet uit de datadiensten quasi onveranderd blijft.



FIGUUR 6: OMZETWIJZIGING VASTE MARKT 2014-2015 (BRON : BIPT)

Zakelijke retailmarkt genereert 2,37 miljard euro omzet in 2015

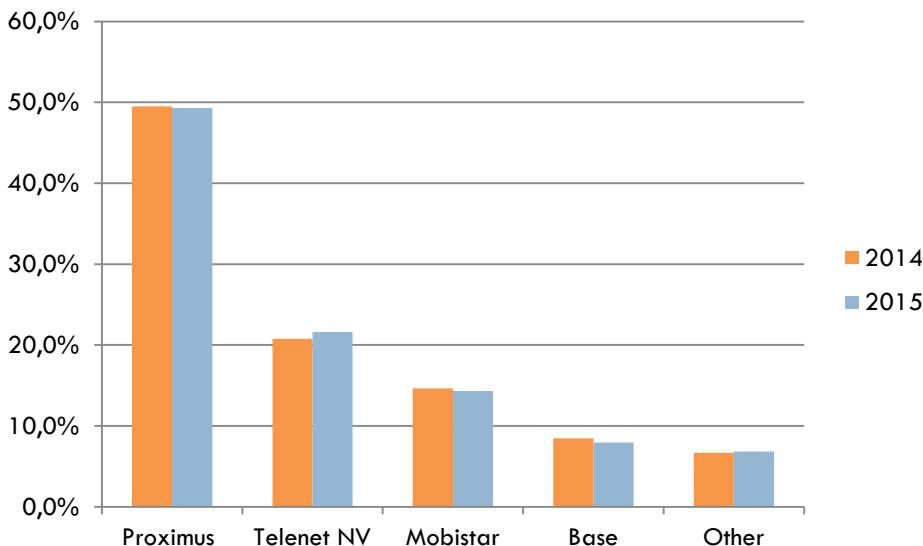
Terwijl de residentiële retailmarkt groeit met 3,7 % neemt de retailomzet op de zakelijke markt toe met 0,3 % tot 2,37 miljard euro. Op deze laatste markt wordt de omzetgroei uit mobiele activiteiten afgeremd door een omzetsdaling uit de vaste diensten.



FIGUUR 7: OMZET RETAILMARKT RESIDENTIEEL-ZAKELIJK (BRON : BIPT)

Uitbreiding aandeel Proximus en Telenet tot een gecombineerde 71% van de omzet

Proximus blijft de leider op de markt van de elektronische communicatie en TV met een marktaandeel in omzet dat rond de 49% schommelt. Mobistar weet zijn aandeel redelijk stabiel te houden terwijl Base lichtjes marktaandeel inlevert (-0,5 procentpunten tot 7,9%). De enige speler die een groei realiseert is Telenet met een toename van 0,8 procentpunten tot 21,6%.



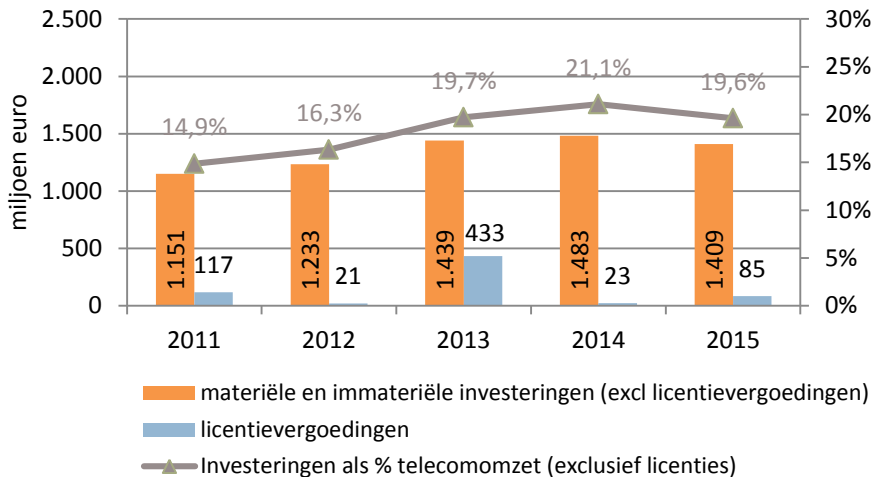
FIGUUR 8: AANDEEL IN TOTALE BELGISCHE OMZET UIT ELEKTRONISCHE COMMUNICATIE EN TV (BRON : BIPT)

3.2 Investerings

Lagere investeringen (excl. licenties)

De investeringen in materiële en immateriële activa zijn in 2014 over hun hoogtepunt : na de piek in 2014 (1,483 miljard euro) daalt het investeringsbedrag met 74 miljoen euro tot 1,409 miljard euro in 2015.

Het percentage van de telecomomzet dat aan investeringen wordt uitgegeven blijft niettemin hoog : 19,6%, 0,5 procentpunten lager dan de 21,1% in 2014.

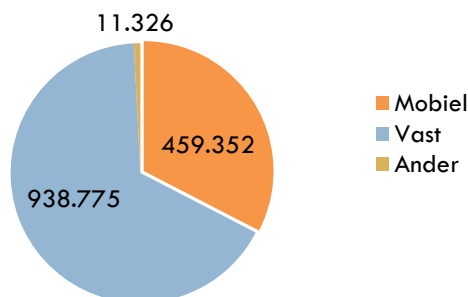


FIGUUR 9: INVESTERINGEN (BRON : BIPT)

De investeringen kaderen in de ambitie van de mobiele netwerkoperatoren om het hele land te dekken met 4G. Maar ook de vaste netwerken ondergaan continu upgrades om in te spelen op de stijgende vraag naar meer capaciteit :

- kabeloperator Telenet investeerde verder in het HFC-netwerk in het kader van de Grote Netwerf, het in 2014 gestarte netwerk investeringsprogramma met een looptijd van vijf jaar en een budget van 500 miljoen euro.
- de nationale dekking van vectoring in het Proximus netwerk breidde op 1 jaar tijd uit van 22% naar 43% eind 2015.

Investerings in vaste netwerken vertegenwoordigen het grootste aandeel in het totaal geïnvesteerde bedrag in activa : ruim 67% tegenover slechts 30% voor de mobiele sector.

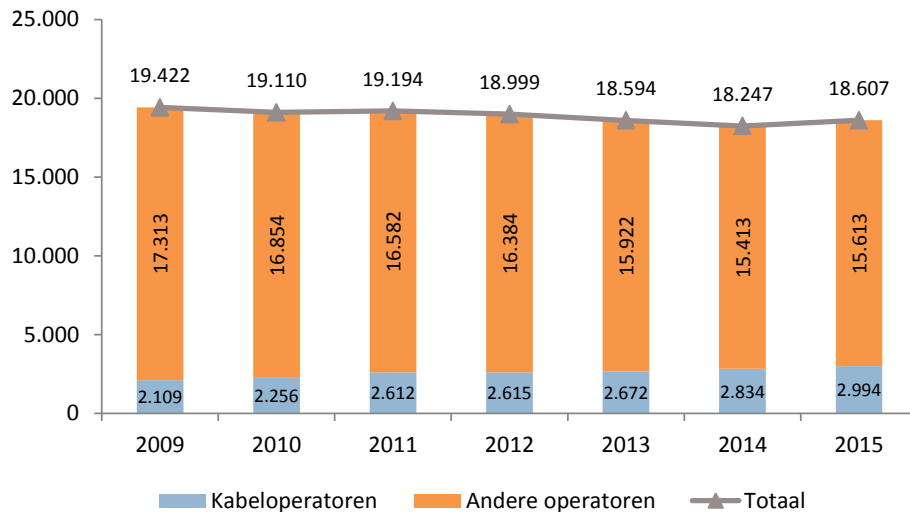


FIGUUR 10: SPLIT INVESTERINGEN 2015 IN ACTIVA MOBIEL-VAST, IN DUIZEND EURO (BRON : BIPT)

3.3. Tewerkstelling

Grotere werkgelegenheid

Elf⁶ telecomoperatoren hebben eind 2015 18.607 voltijds equivalenten in dienst voor de levering van elektronische communicatiediensten. De 4 kabeloperatoren stellen 160 voltijds equivalenten meer tewerk dan in 2014. Bij de overige operatoren stijgt het aantal voltijds equivalenten met 200, quasi volledig toe te schrijven aan de uitbreiding van het personeelsbestand van Base Company met Allo Telecom⁷.



FIGUUR 11: EVOLUTIE VTE (BRON : BIPT)

⁶ Base Company, BT, Brutélé, Colt Telecom, Mobistar, Nethys, Proximus, Scarlet, SFR, Telenet Verizon.

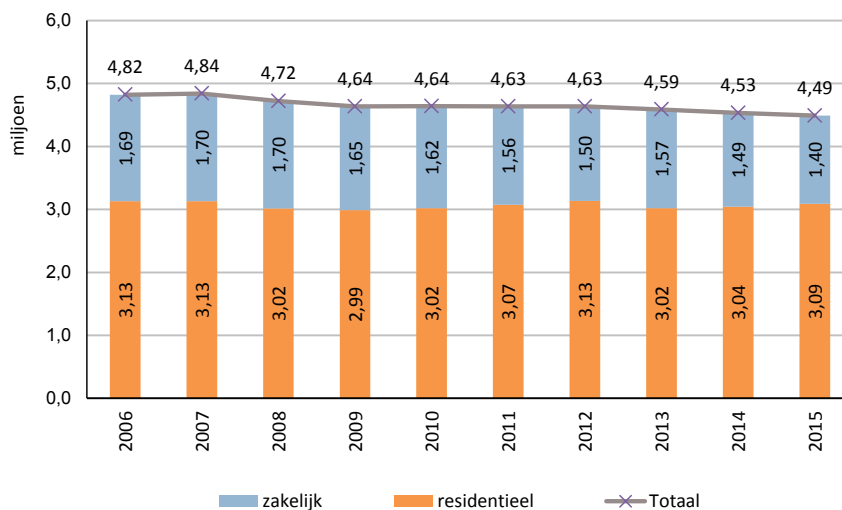
⁷ Vanaf januari 2015 nam Base Company alle bestaande Allo-telecomwinkels over.

4. VASTE SPRAAKTELEFONIE

4.1. Vaste telefoonlijnen

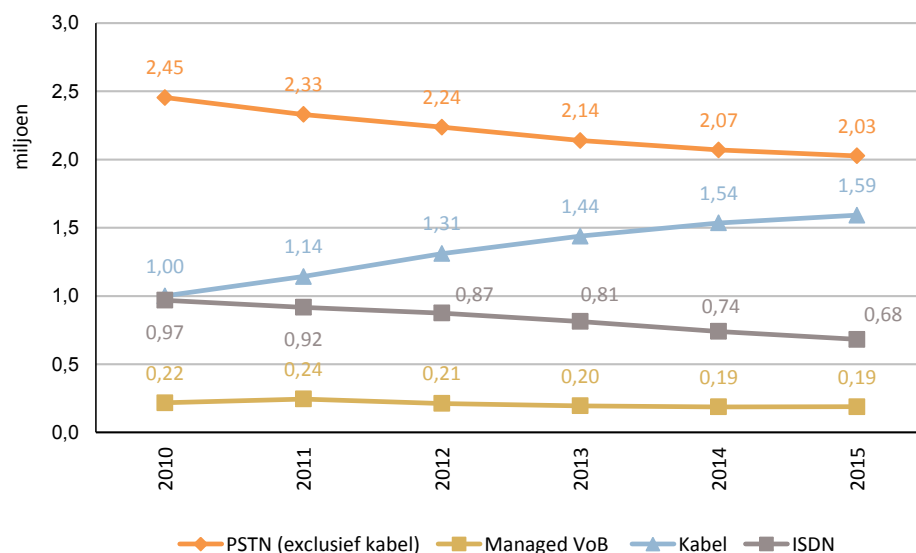
Min 43.764 directe toegangskanalen voor vaste spraak

In lijn met de ontwikkelingen van de voorbije jaren daalt het aantal toegangen tot het vaste telefoonnetwerk⁸ licht met 1%. De groei op de residentiële markt (+1,6%) wordt teniet gedaan door de afname op de zakelijke markt (-6,2%).



FIGUUR 12: EVOLUTIE AANTAL TOEGANGSKANALEN TOT HET VASTE TELEFOONNETWERK (BRON : BIPT)

Zowel het aantal PSTN-kanalen als het aantal ISDN-kanalen daalde in 2015. De groei in kabel was niet groot genoeg om dit te compenseren.

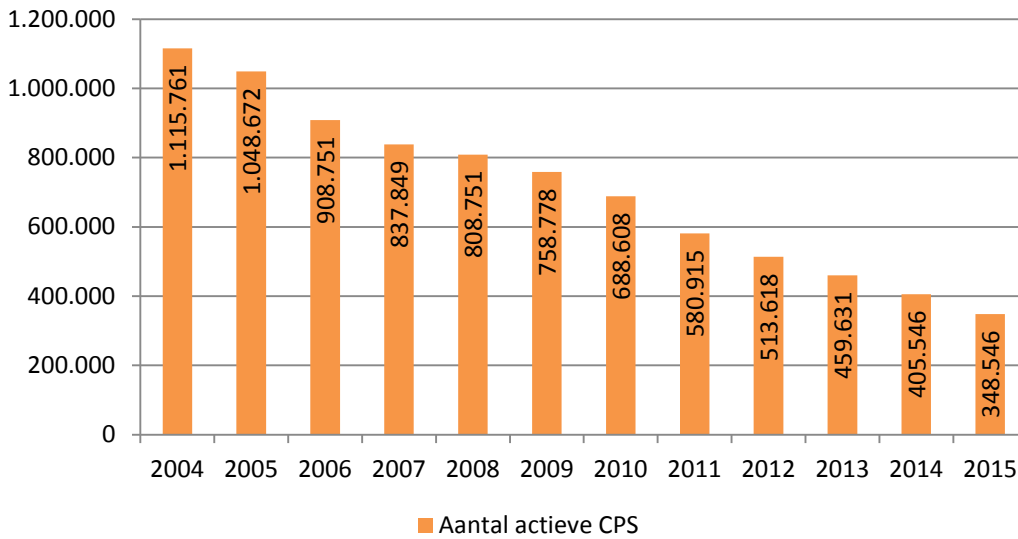


FIGUUR 13: AANTAL TOEGANGSKANALEN TOT HET VASTE TELEFOONNETWERK (BRON : BIPT)

⁸ Toegangskanalen zijn niet synoniem met lijnen/abbonementen aangezien er meer dan 1 toegangskanaal wordt geleverd via een ISDN-lijn

Min 57.000 actieve carrier preselect

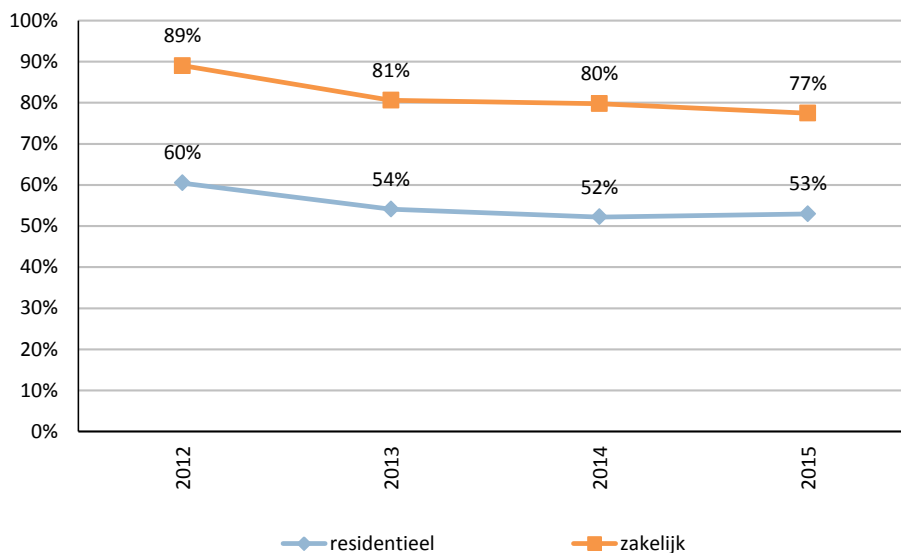
Het gebruik van CPS, een methode om te bellen via een andere provider dan de provider van de telefoonlijn, gaat in 2015 14% achteruit.



FIGUUR 14: AANTAL ACTIEVE CPS (BRON : BIPT)

Toename marktaandeel alternatieve operatoren op zakelijke markt

Proximus levert marktaandeel in op de zakelijke markt voor toegangen tot het vaste telefoonnetwerk : het verlies bedraagt 2,3 procentpunten (van 79,8% naar 77,5%). In het residentiële segment echter steeg het marktaandeel van Proximus (inclusief Scarlet) van 52% eind 2014 naar 53% eind 2015.

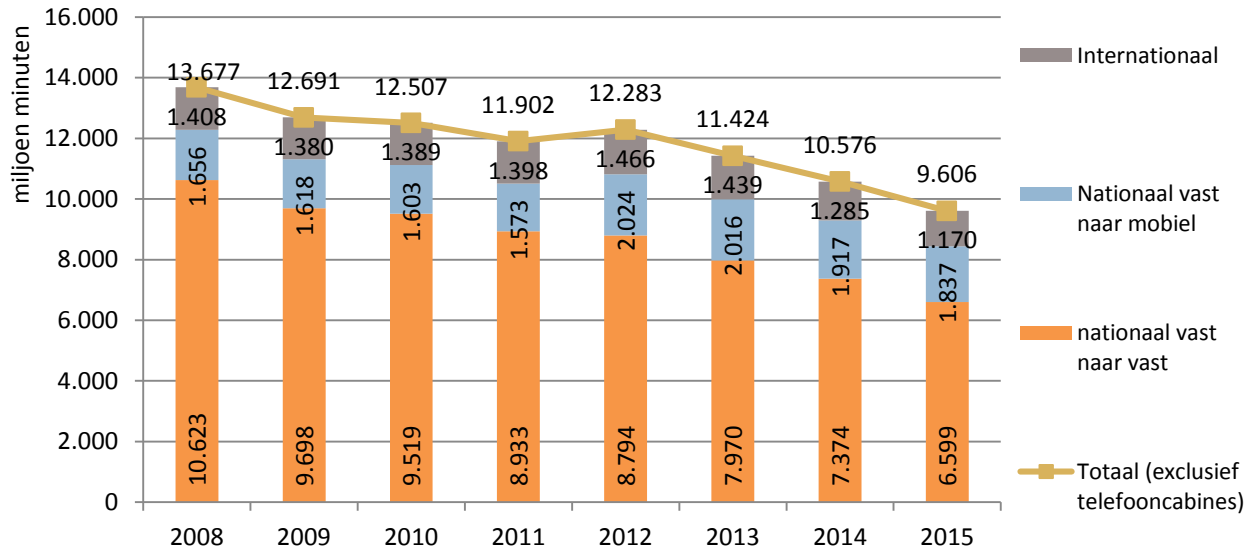


FIGUUR 15: MARKTAANDEEL PROXIMUS OP DE MARKT VOOR TOEGANG TOT HET VASTE TELEFOONNETWERK, RESIDENTIEEL/ZAKELIJK (BRON : BIPT)

4.2 Volume en inkomsten

Versnelling in afname vast spraakverkeer

Ondanks het afremmend effect van de bundels blijft het gebruik van de vaste lijn voor spraaktelefonie⁹ sterk achteruit gaan door de concurrentie van mobiel en OTT diensten. De afname van het vast spraakverkeer met 9,2% is sterker dan in 2014 (-7,4%) en in 2013 (-7%).

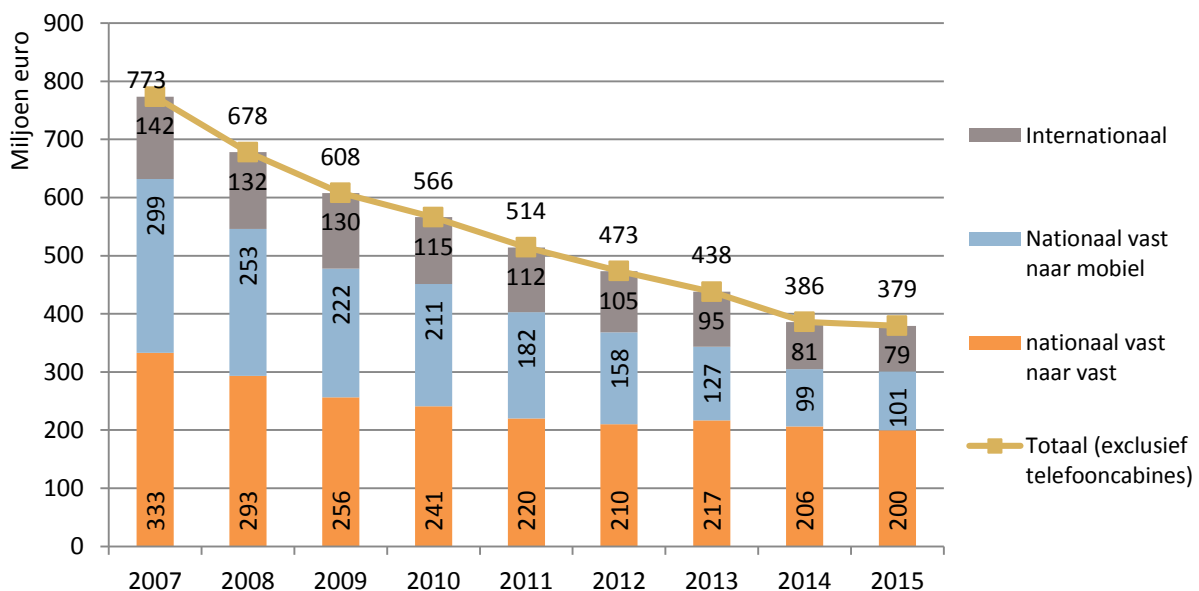


FIGUUR 16: EVOLUTIE VAST SPRAAKTELEFOONVERKEER IN MILJOEN MINUTEN (BRON : BIPT)

Vertraging in afnamepercentage omzet

De inkomsten uit vaste telefoongesprekken dalen minder sterk dan het volume. De jaaromzet viel terug met 6,4 miljoen euro (-1,7 %) tot 379,38 miljoen euro, wat een kleinere daling vertegenwoordigt dan in 2014 (-11,9%).

Oproepen naar vaste netwerken dragen het meeste bij aan de jaaromzet (53%).

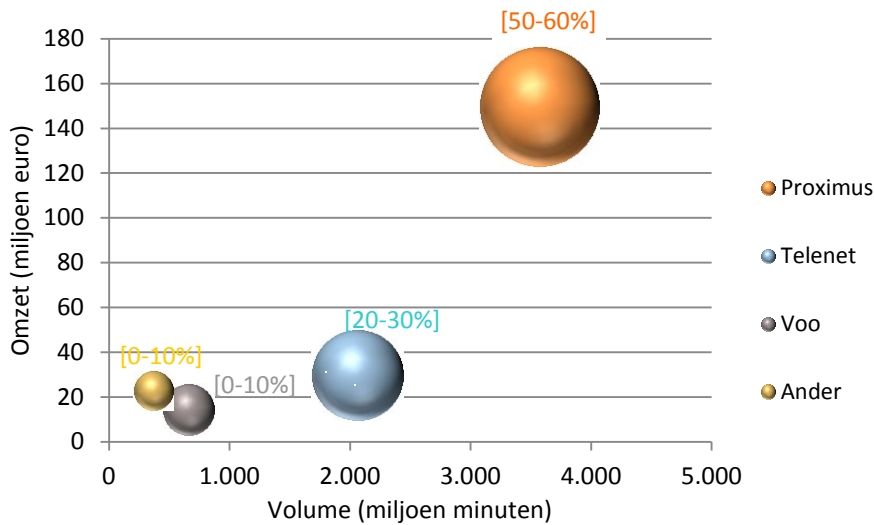


FIGUUR 17: EVOLUTIE OMZET UIT VAST SPRAAKTELEFOONVERKEER IN MILJOEN EURO (BRON : BIPT)

⁹ Spraakminuten via conventionele telefoonnetwerken (analoog/ISDN) en via managed IP gebaseerde netwerken (afgewikkeld via breedbandtoegangslijnen).

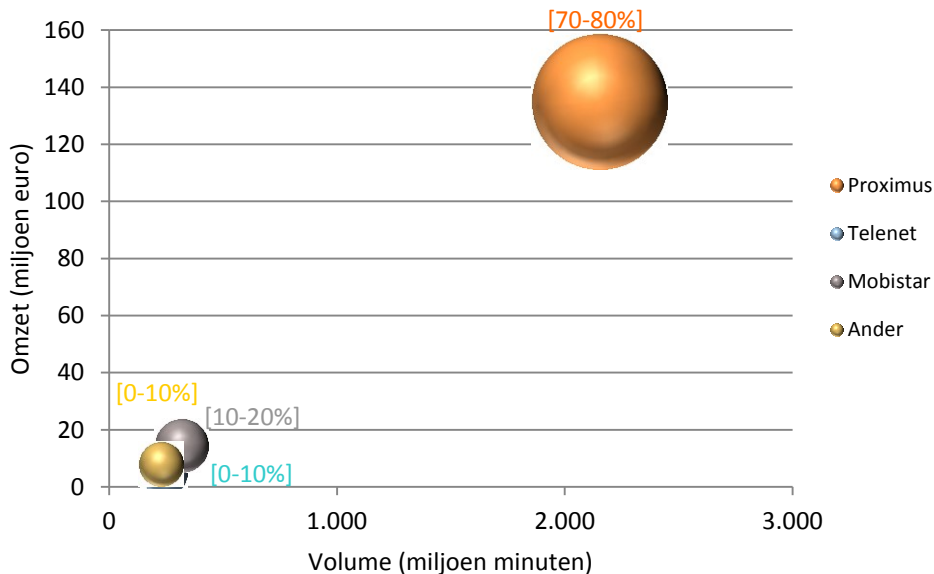
Aandeel Proximus boven 50% op residentiële en zakelijke markt

Op de residentiële markt blijft Proximus met een marktaandeel in volume van 54% de grootste. De alternatieve operatoren handhaven hun aandeel van 46%.



FIGUUR 18: VOLUME / OMZET VAST SPRAAKTELEFOONVERKEER EN MARKTAANDEEL IN VOLUME (BELGROOTTE) , 2015 (BRON : BIPT)

Op de zakelijke markt is het marktaandeel van de alternatieve operatoren met 27% kleiner dan op de residentiële markt (46%). Ten opzichte van 2014 doen er zich geen verschuivingen voor.



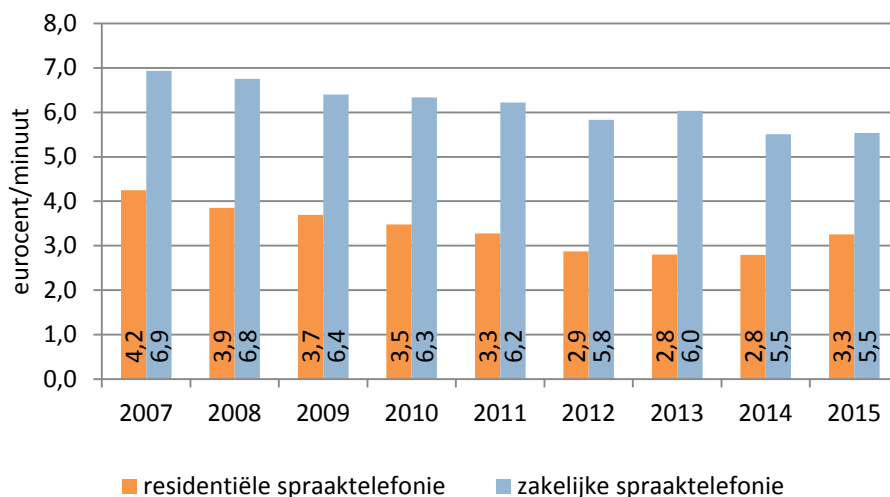
FIGUUR 19: VOLUME/OMZET VAST SPRAAKTELEFOONVERKEER EN MARKTAANDEEL IN VOLUME (BELGROOTTE), 2015 (BRON : BIPT)

4.3. Gemiddelde prijs en ARPU

Stop prijsdaling op residentiële markt

Over de periode 2007-2013 vertonen de prijzen op de residentiële markt een gemiddelde prijsdaling van 6,7% per jaar. In 2014 kwam er een einde aan de prijsdaling en in 2015 werd een vaste residentiële spraakminuut 16% duurder.

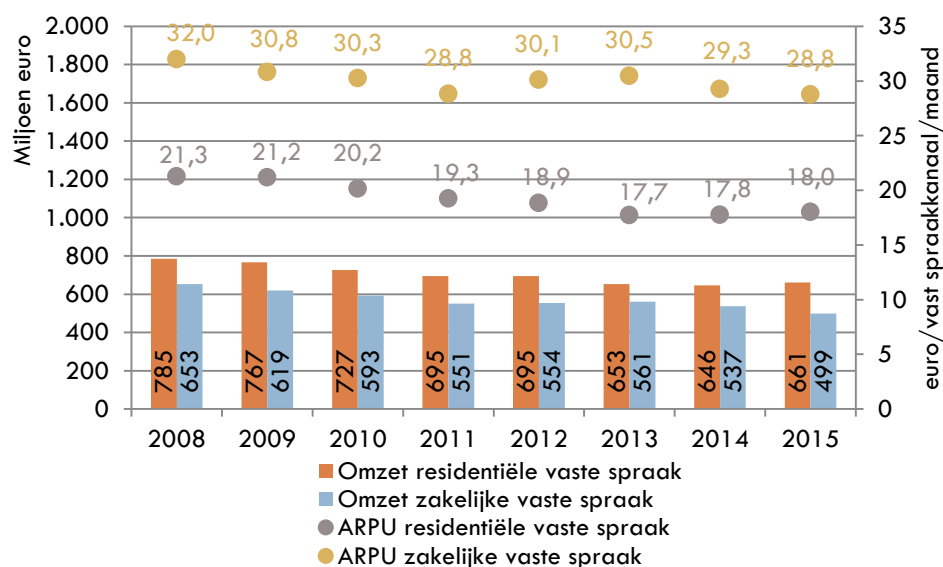
Op de zakelijke markt bedraagt de gemiddelde prijsdaling over de periode 2007-2013 gemiddeld 2,3% per jaar. In 2014 en 2015 bleef de gemiddelde prijs ongewijzigd.



FIGUUR 20 : GEMIDDELDE PRIJS/MINUUT VAN VASTE SPRAAKTELEFONIE (BRON : BIPT)

Lichte groei residentiële vaste spraak ARPU

Per vast spraakkanaal spendeert een residentiële gebruiker in 2015 gemiddeld 18 euro per maand voor zijn spraakabonnement en verkeer, iets meer dan in 2014. Voor een zakelijke gebruiker schommelt de ARPU rond de 29 euro per maand per vast spraakkanaal.

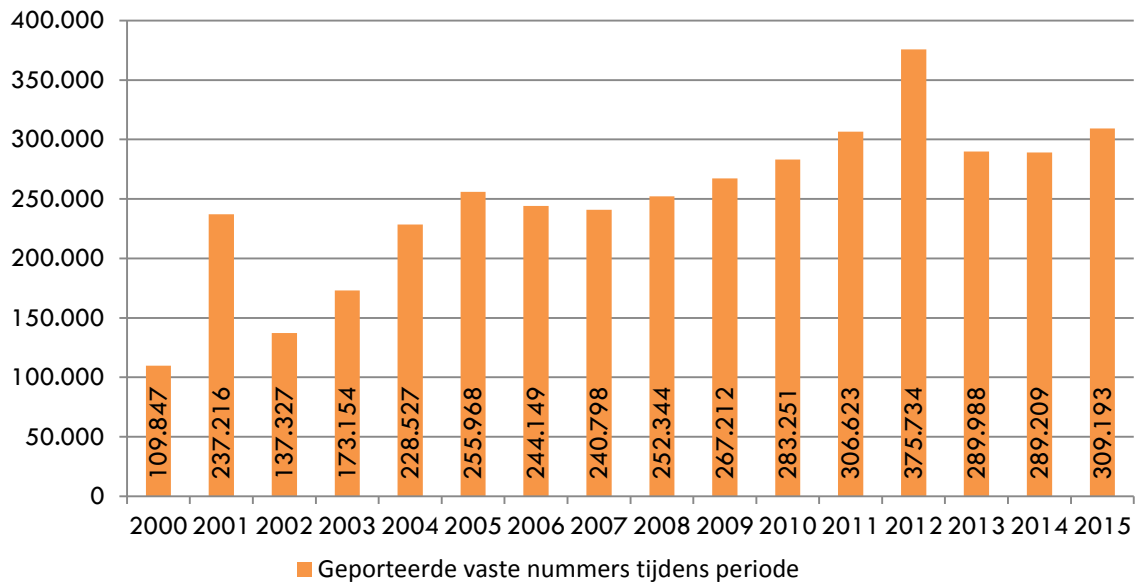


FIGUUR 21: OMZET EN ARPU VASTE SPRAAK PER SPLIT RESIDENTIEEL – ZAKELIJK (BRON : BIPT)

4.4. Switching

5% van de vaste nummers werden geporteerd in 2015

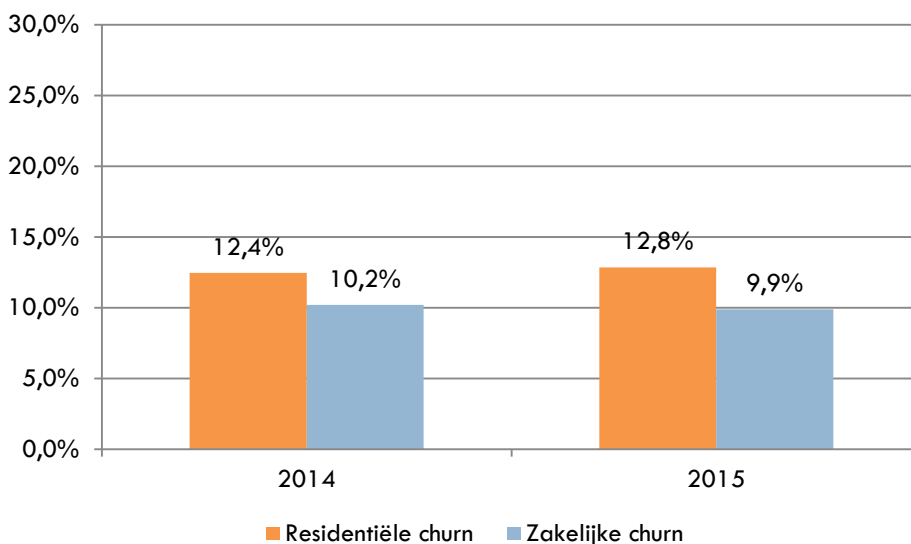
Sinds 2013 blijft het gebruik van de vaste nummeroverdraagbaarheid stabiel rond 5% op een totaal van +/- 6 miljoen vaste geografische nummers.



FIGUUR 22: AANTAL GEPORTEERDE NUMMERS TIJDENS PERIODE (BRON : BIPT)

Churn residentiële vaste telefonie rond de 12,8%

Een gemiddelde churnrate¹⁰ voor vaste telefonie van 12,8% op de residentiële markt en 9,9% op de zakelijke markt suggereert een grote klantloyaliteit, die in vergelijking met 2014 wat afneemt op de residentiële markt en wat toeneemt op de zakelijke markt.



FIGUUR 23: CHURN VASTE TELEFONIE (BRON : BIPT)

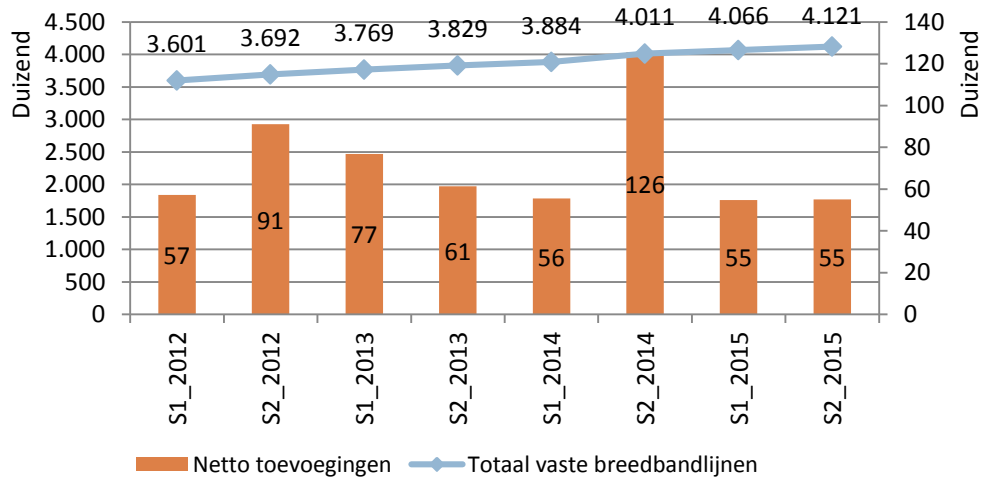
¹⁰ Data van Base Company, BT Limited, Brutélé, Colt Telecom, EDPnet, Mobistar, Nethys, Proximus, Scarlet, SFR, Telenet

5. VAST BREEDBAND

5.1. Retailvolume

Lager groeipercentage : 2,7%

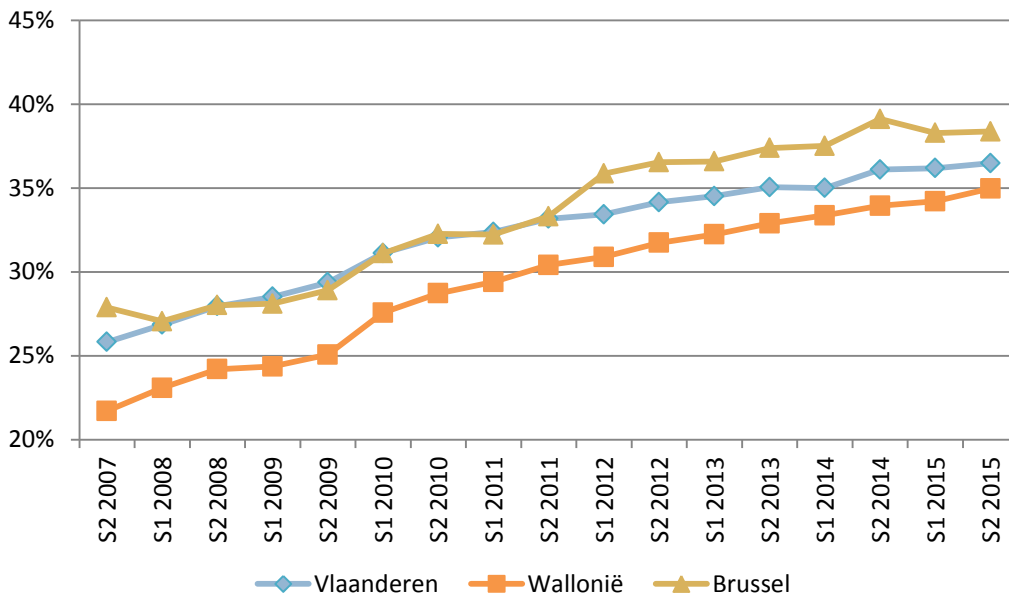
De vaste breedbandmarkt bereikt zijn verzadigingsniveau met een penetratie van 36,6% (bevolking) en lagere groei (2,7 % in 2015 versus 4,8% in 2014)



FIGUUR 24: TOTAAL VASTE BREEDBANDLIJNEN EN NETTO TOEVOEGINGEN 2012-2015 (BRON : BIPT)

Hoogste vaste breedbandpenetratie in Brussels gewest : 38,4%

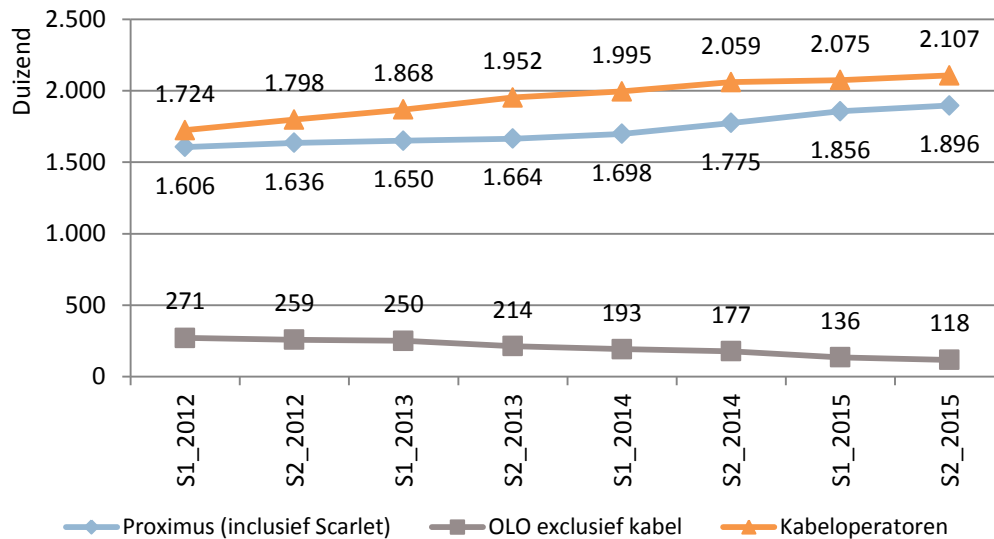
Met 38,4% komt de vaste breedbandpenetratie in Brussel hoger uit dan het nationaal gemiddelde van 36,6%. In het Vlaamse en het Waalse gewest evolueert de breedbandpenetratie naar respectievelijk 36,5% en 35%.



FIGUUR 25: VASTE BREEDBANDPENETRATIE PER GEWEST (BRON : BIPT)

Verstevinging positie van Proximus (inclusief Scarlet)

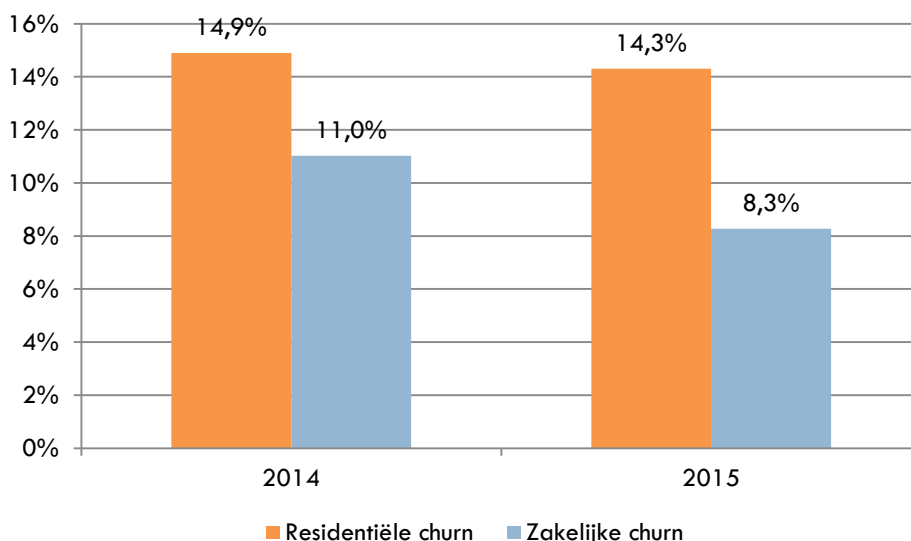
46% van de vaste breedbandlijnen wordt verkocht door Proximus (inclusief Scarlet), een toename met 1,8 procentpunten in vergelijking met 2014. Dit is mede het gevolg van de aantrekking van vroegere Base klanten na stopzetting van het SNOW triple play aanbod van Base Company op 30 juni 2015. Het aandeel van de kabeloperatoren blijft ongewijzigd (51,1%).



FIGUUR 26: TOTAAL VASTE BREEDBANDLIJNEN PER TYPE OPERATOR (BRON : BIPT)

Churn residentiële vast breedband rond de 14,3%

14,3% van de residentiële vaste breedbandlijnen werden in de loop van 2015 opgezegd. Op de zakelijke markt is het klantenverloop lager met een churnpercentage van 8,3%.



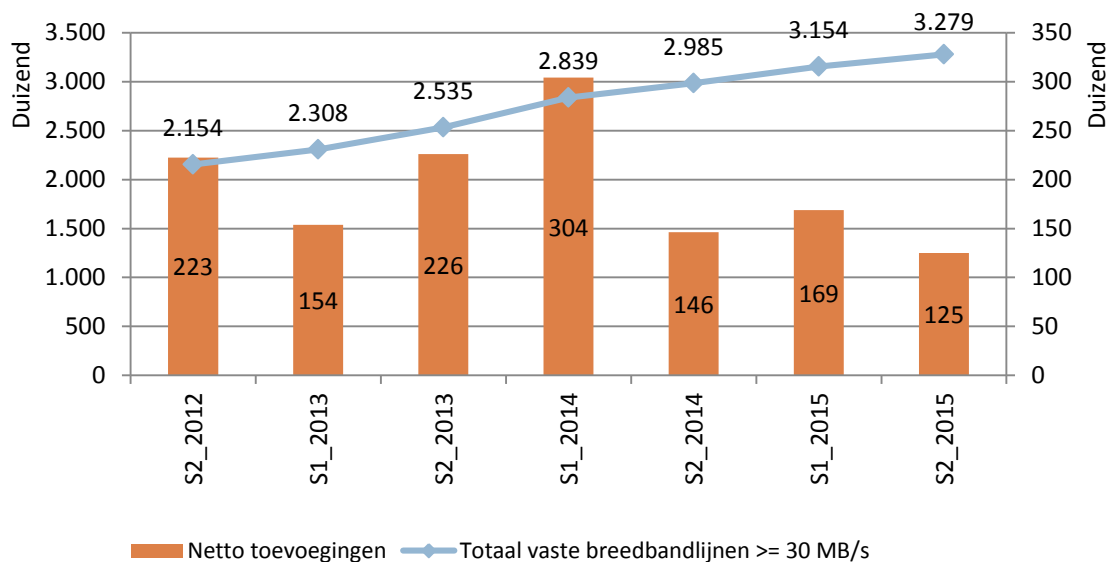
FIGUUR 27: CHURN VAST BREEDBAND (BRON : BIPT)

5.2. Snelheid

Upgrade van klanten naar snelle breedbanddiensten

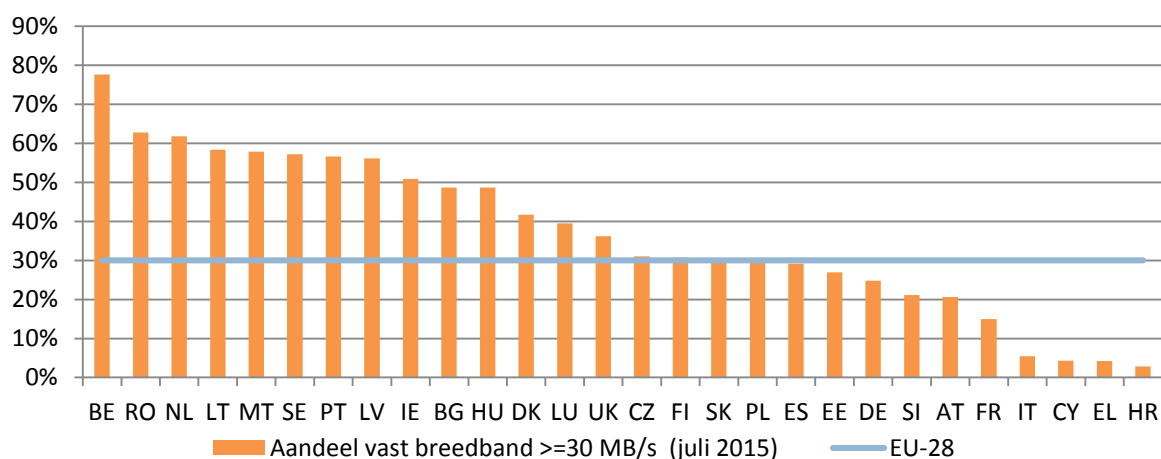
De ontwikkeling van breedbandtoegang via NGA¹¹ heeft een positief effect op de snelheid van de aangeboden breedbanddiensten.

Van de 4,121 miljoen vaste breedbandlijnen leveren eind 2015 80% een snelheid van ≥ 30 MB/s. Dit is 5,2 procentpunten meer dan in 2014 maar de jaarlijkse groei vermindert lichtjes (10% t.o.v. 18% in 2014).



FIGUUR 28: TOTAAL VASTE BREEDBANDLIJNEN ≥ 30 MBIT/S EN NETTO TOEVOEGINGEN (BRON : BIPT)

Binnen de EU-28 neemt België een leidende positie in : het aandeel van snel breedband is in België (77,6% in juni 2015) 2,6 keer zo groot als het EU-gemiddelde (30% in juni 2015).

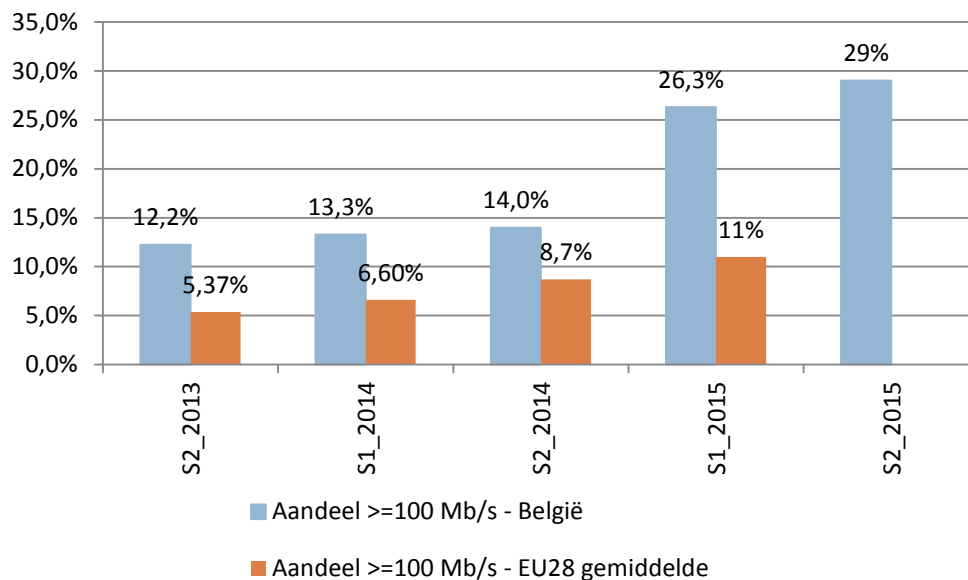


FIGUUR 29: % AANDEEL VAN SNEL BREEDBAND IN DE EU-28, JULI 2015 (BRON : EC)

¹¹ NGA netwerken zijn netwerken die volledig of gedeeltelijk uit optische elementen bestaan en die breedband-toegangsdiensten kunnen leveren met betere kenmerken dan de diensten die via bestaande netwerken met koperen telefoonlijnen worden geleverd. Volgens de EC studie "broadband coverage in the EU 2014" is 98,8% van het Belgisch grondgebied gedekt met NGA breedband, 90% door VDSL en 96,2% door Docsis 3.0 (kabel).

Supersnel breedband (≥ 100 MB/s) kent in 2015 een spectaculaire groei. De vaste breedband-abonnementen voor produkten die een snelheid bieden van minstens 100 MB/s nemen namelijk met 113% toe. Dit is voornamelijk het gevolg van de eind maart 2015 aangekondigde verhoging van de internetsnelheid bij Telenet. Naast een verhoging van het Internet60 pakket van 60 MB/s naar 100 MB/s (InternetFiber100) worden er ook verdere snelheidsverhogingen doorgevoerd in de internetaanbiedingen die al een downloadsnelheid van meer dan 100 MB/s boden¹².

Het aandeel van supersnel breedband in het totaal aantal vaste breedbandlijnen stijgt van 14 naar 29%, beduidend boven het EU-28 gemiddelde (11% juni 2015).



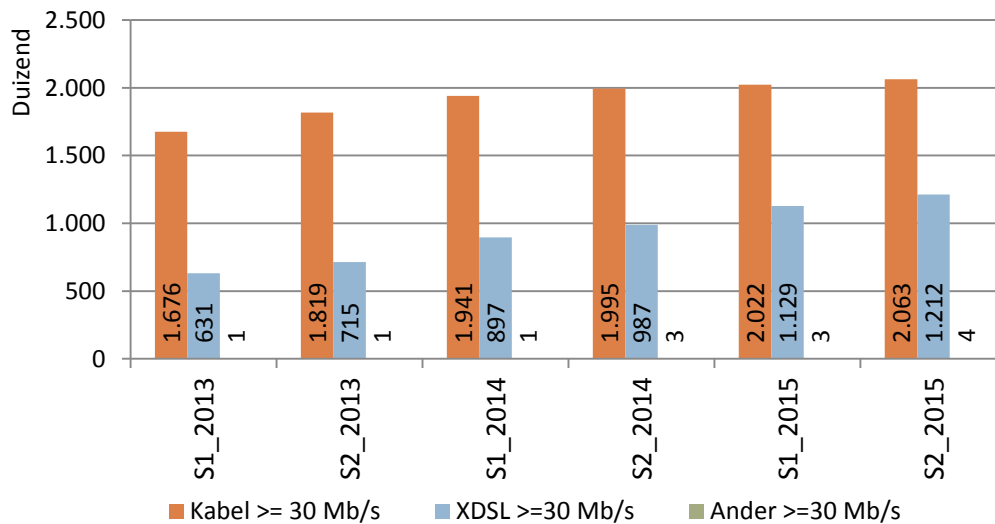
FIGUUR 30: AANDEEL VAN VAST BREEDBAND MET EEN SNELHEID ≥ 100 MB/S IN BELGIË EN IN DE EU-28, IN % VAN HET TOTAAL VOLUME (BRON : BIPT)

De meeste snelle breedbandlijnen (≥ 30 MB/s) zijn gebaseerd op de kabel (62,9%) gevolgd door xDSL (37%). De andere technologieën (FWA, FTTH/FTTB, ander) vertegenwoordigen 0,1%. Over de periode 2013-2015 groeit het aandeel van xDSL van 27,3% naar 37%. Deze groei wordt gestimuleerd door de ontplooiing van VDSL vectoring¹³. Proximus, die met vectoring startte in februari 2014, rapporteert dat eind 2015 de dekking van vectoring 43% bereikt met ongeveer 1/3 van de bevolking dat snelheden ontvangt van 100 MB/s¹⁴.

¹² Telecompaper 31 maart 2015 : Telenet verhoogt internetsnelheden, past pakketnamen aan.

¹³ Bij vectoring worden de stoorzenders in de buurt van het koperpaar door het injecteren van anti-ruis geneutraliseerd zodat het ruisniveau in het koperpaar afneemt en er meer bandbreedte over één koperpaar kan gestuurd worden.

¹⁴ Kwartaalverslag Proximus Q4 2015 p 4.

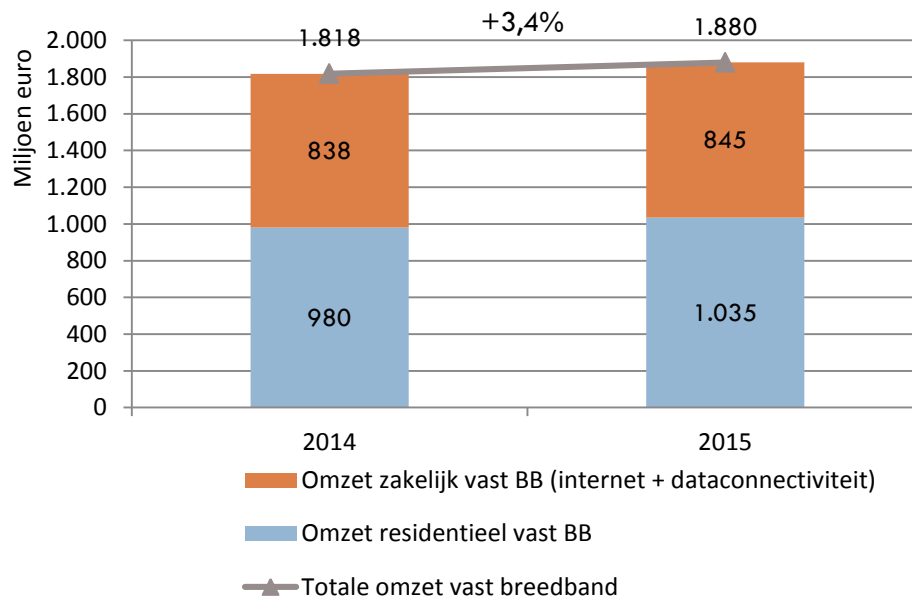


FIGUUR 31: AANTAL SNELLE BREEDBANDLIJNEN (>=30 MB/S) PER TECHNOLOGIE (BRON : BIPT)

5.3. Inkomsten uit vast breedband

1880 miljoen euro omzet uit vast breedband, +3,4% jaar-op-jaar

De residentiële markt levert in 2015 1035 miljoen euro op aan inkomsten uit vast breedband, wat 5,6% meer is dan in 2014. Op de zakelijke markt nemen de inkomsten uit vast breedband (internet en dataconnectiviteit) toe met 0,8% tot 845 miljoen euro.

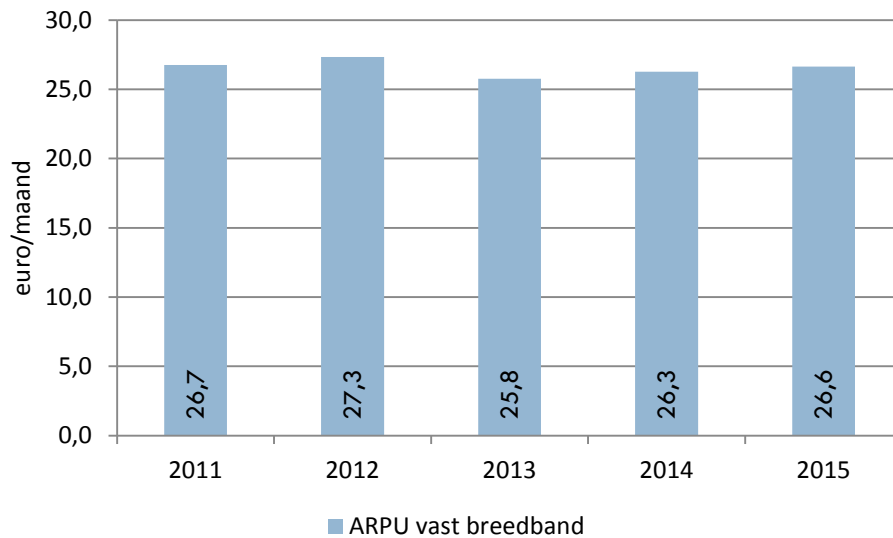


FIGUUR 32: OMZET UIT VAST BREEDBAND RESIDENTIEEL – ZAKELIJK (BRON : BIPT)

Lichte groei ARPU uit residentieel vast breedband

De maandelijkse omzet per vaste residentiële breedbandlijn is gestegen en bedraagt in 2015 gemiddeld 26,6 euro, iets meer dan de 26,3 euro in 2014.

De verhoging van de ARPU is toe te schrijven aan prijsstijgingen : Telenet voerde een prijsverhoging door op 1 januari 2015¹⁵ en bij Proximus ging een prijsverhoging in op 1 juli 2015.¹⁶



FIGUUR 33: ARPU VAST BREEDBAND RESIDENTIEEL EN JAARLIJKE % WIJZIGING (BRON : BIPT)

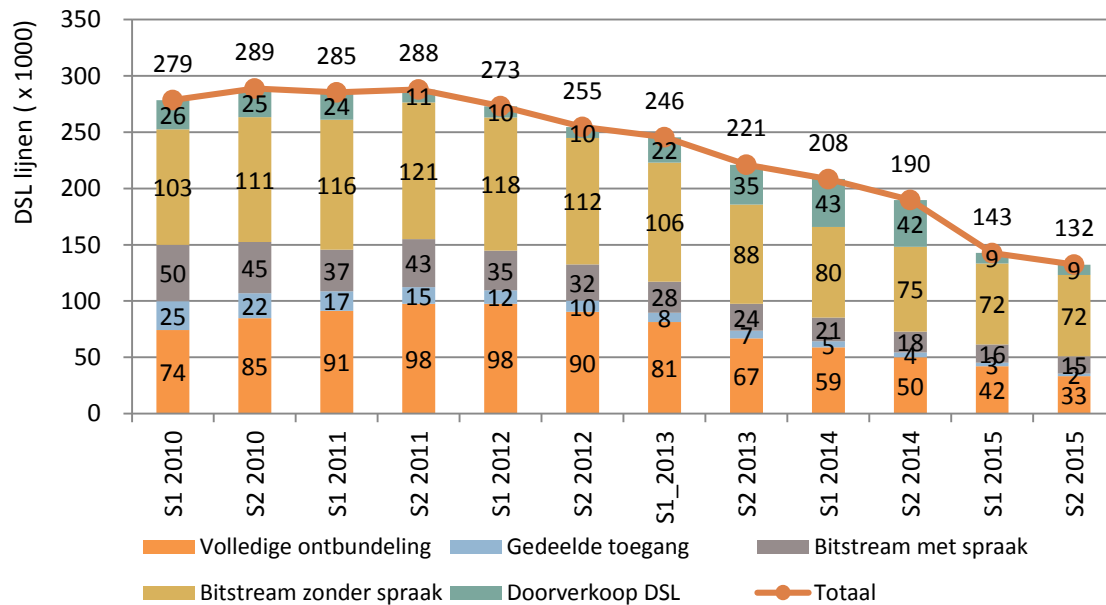
¹⁵ Persbericht van 24/11/2014 : Telenet past een aantal tarieven aan op 25 januari 2015. De tariefaanpassing betreft bepaalde vaste diensten : Whop en Whoppa stijgen met 2,99 euro/maand. Basic internet en digitale Tv stijgen met 1,99 euro/maand.

¹⁶ Persbericht van 7/05/2015 : Proximus Packs, TV replay voor iedereen. De 'oude' Packs voor residentiële klanten worden vanaf 1 juli 2015 per maand 2 euro duurder, alsook de afzonderlijke internetabonnementen: Start, Comfort en Maxi, Intense, Pro en oude professionele internetabonnementen. (Oude packs zijn deze voor april 2012 toen de packs met internet overal werden geïntroduceerd).

5.4. Wholesale vast breedband

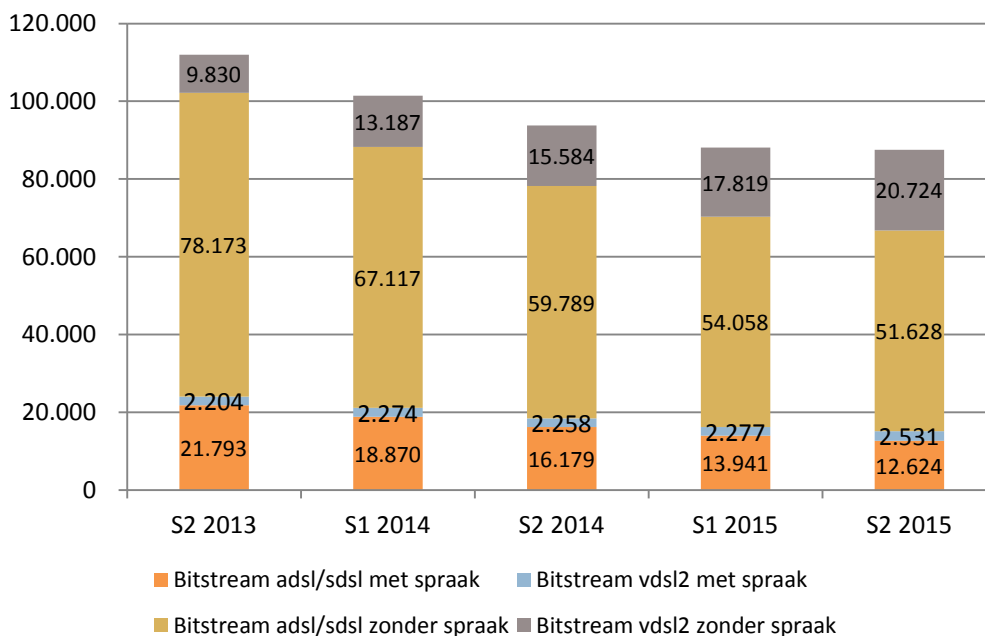
Dalende vraag naar wholesale breedbanddiensten -57.551 lijnen

De concurrentie in de retail DSL markt gaat achteruit vermits alternatieve operatoren 57.551 minder wholesale DSL lijnen afnemen bij Proximus dan in 2014.



FIGUUR 34: EVOLUTIE WHOLESAL BREEDBAND VAN PROXIMUS (BRON : BIPT)

66,2% van de retail DSL lijnen van alternatieve operatoren zijn gebaseerd op bitstream, waarvan een steeds groter wordend aandeel betrekking heeft op vdsl connectiviteit (26,2% versus 19% eind 2014)



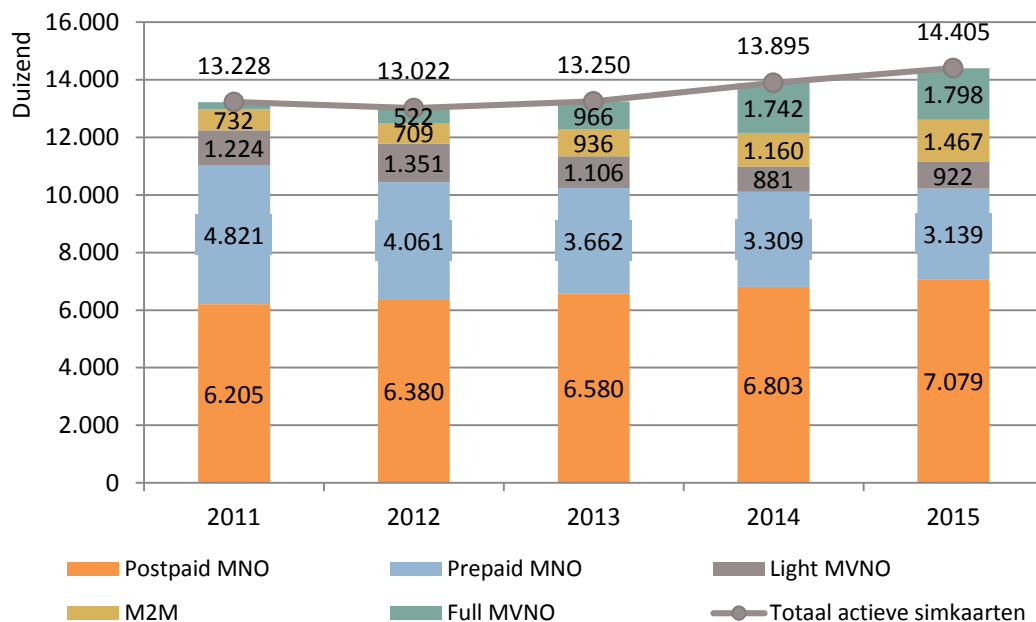
FIGUUR 35: RETAIL BITSTREAMLIJNEN PER TYPE (BRON : BIPT)

6. MOBIELE TELEFONIE EN DATA

6.1. Actieve simkaarten

13,9 miljoen actieve mobiele simkaarten

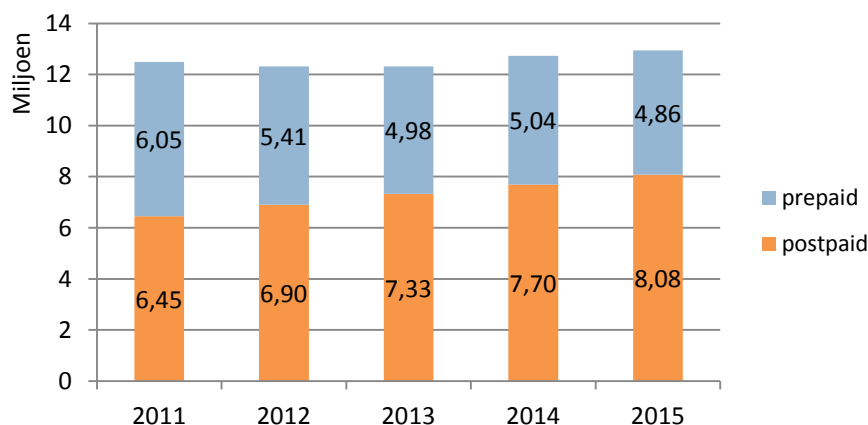
Het aantal actieve simkaarten komt eind 2015 uit op 14,4 miljoen, een toename van 3,7% op 1 jaar tijd. De groei komt uit een stijging van het aantal m2m simkaarten (+26,4%), van de simkaarten bij de light MVNO's¹⁷ (+4,6%), van de postpaidklanten bij de drie mobiele netwerkkoperatoren (+4,1%) en van de simkaarten bij de full MVNO's (+3,2%).



FIGUUR 36: AANTAL ACTIEVE SIMKAARTEN PER TYPE (BRON : BIPT)

Het aandeel van postpaid stijgt van 60,4% naar 62,4%

Op het eind van 2015 waren 62,4% van de 12,94 miljoen actieve simkaarten (exclusief m2m) postpaid, een toename met 2 procentpunten.

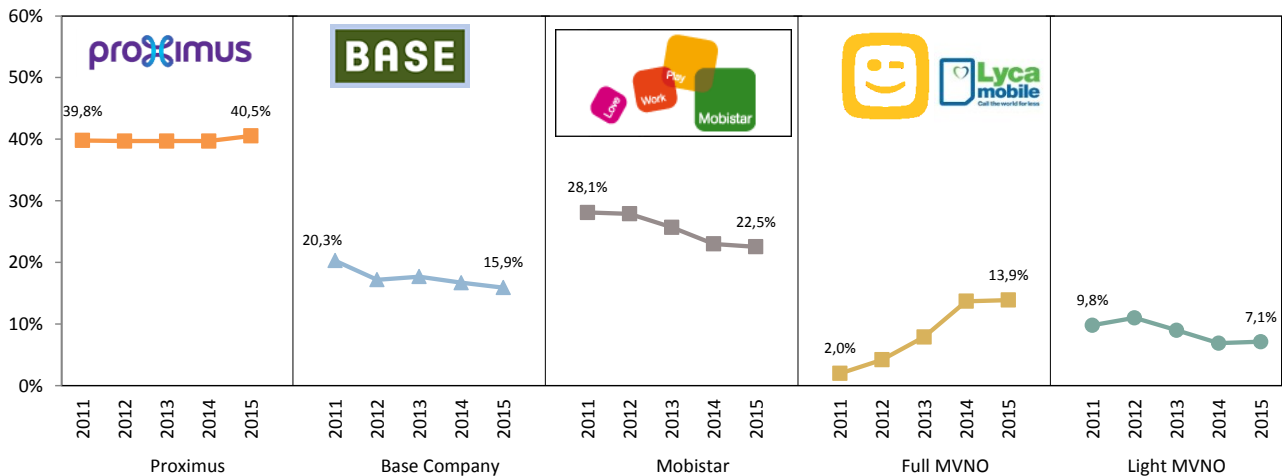


FIGUUR 37: AANTAL ACTIEVE SIMKAARTEN PER SPLIT PREPAID-POSTPAID (BRON : BIPT)

¹⁷ Full MVNO's zijn mobiele virtuele netwerkkoperatoren met eigen simkaarten en een eigen netwerkcode.

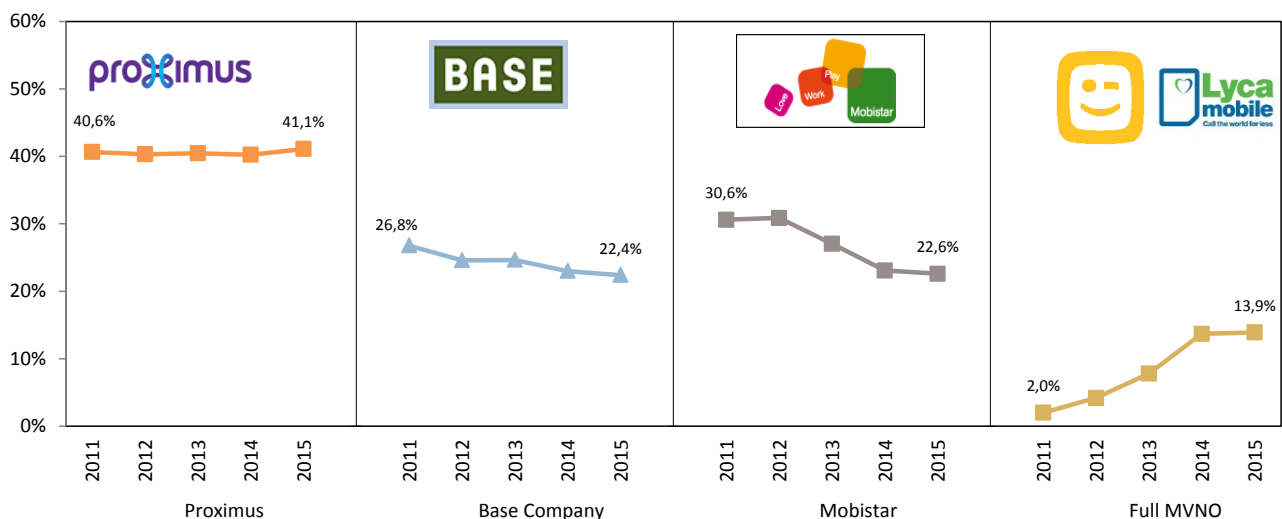
Marktaandeel van 14% voor full MVNO's

Het aantal actieve simkaarten van full MVNO's Telenet en Lycamobile groeide in 2015 met 0,2 procentpunten naar een totaal van 1,798 miljoen. Dit is 13,9% van de totale markt (exclusief m2m). De mobiele operatoren met een netwerk (Proximus, Base Company en Mobistar) verliezen licht marktaandeel : van 79,4% naar 79%.



FIGUUR 38: MARKTAANDELEN IN TERMEN VAN ACTIEVE SIMKAARTEN PER TYPE OPERATOR (BRON : BIPT)

Na twee jaren met negatieve groei stijgt het aantal klanten van de light MVNO in 2015 met 4,6% tot 922.166, goed voor een aandeel van 7,1% van de totale markt. De meeste light MVNO's opereren op het netwerk van Base. Wanneer de light MVNO klanten worden meegerekend in de klantenbasis van Base groeit het marktaandeel van Base van 15,9% (exclusief light MVNO) naar 22,4%.

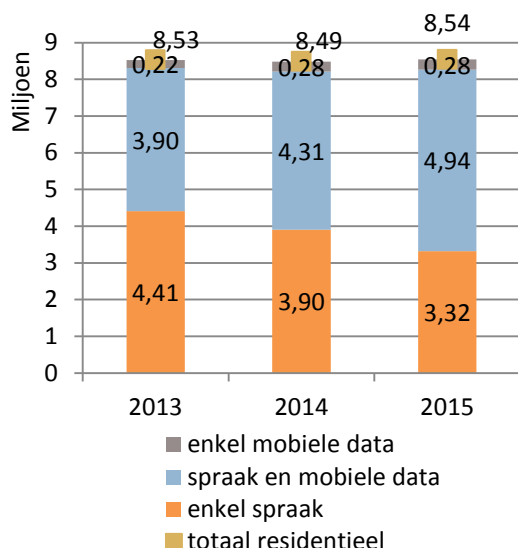


FIGUUR 39: MARKTAANDEL IN TERMEN VAN ACTIEVE SIMKAARTEN – LIGHT MVNO'S WORDEN MEEGEREKEND IN DE KLANTENBASIS VAN DE MOEBIELE OPERATOR OVER WIENS NETWERK ZE HUN DIENSTEN AANBIEDEN (BRON : BIPT)

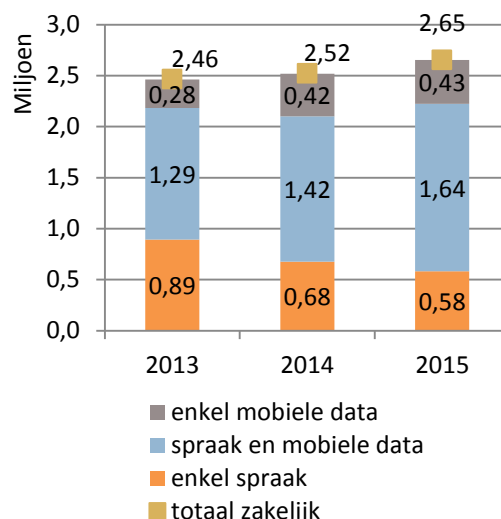
Minder actieve simkaarten voor mobiele spraak alleen

Het aantal actieve simkaarten van de drie mobiele netwerkkoperatoren en Telenet die enkel gebruikt worden voor mobiele spraak bedraagt eind 2015 3,94 miljoen opgedeeld in 3,32 miljoen op de residentiële markt en 0,58 miljoen simkaarten op de zakelijke markt. Globaal is er een daling waar te nemen met 15% in vergelijking met 2014.

De actieve simkaarten die mobiele data bieden groeien wel : in 2015 neemt hun aantal toe met 14% tot 7.312.677. Op de zakelijke markt is hun aandeel in het totaal aantal simkaarten (78%) groter dan op de residentiële markt (61%).



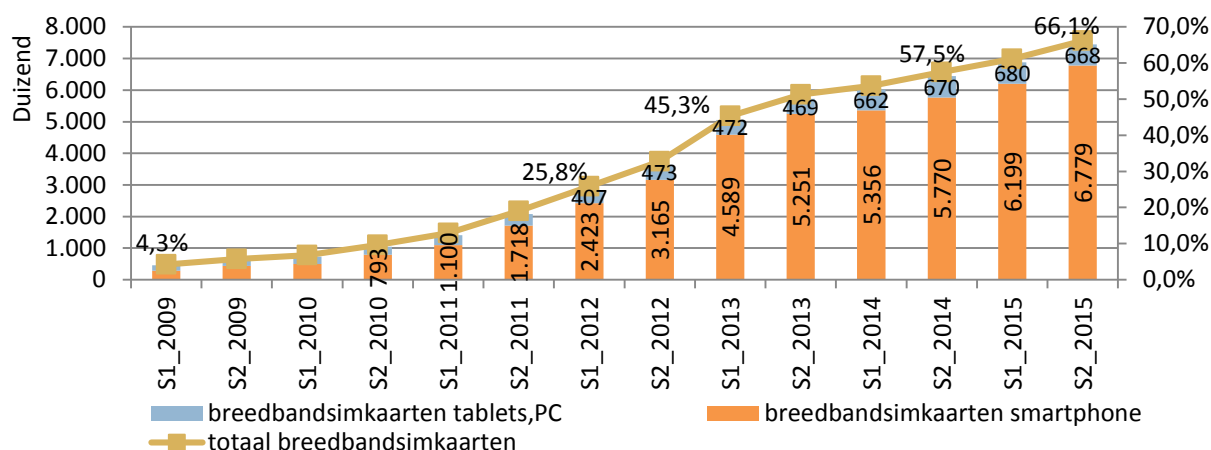
FIGUUR 40: ACTIEVE SIMKAARTEN OP RESIDENTIELE MARKT
(BRON : BIPT)



FIGUUR 41: ACTIEVE SIMKAARTEN OP ZAKELIJKE MARKT
(BRON : BIPT)

Mobiel breedband bereikt penetratie van 66,1%

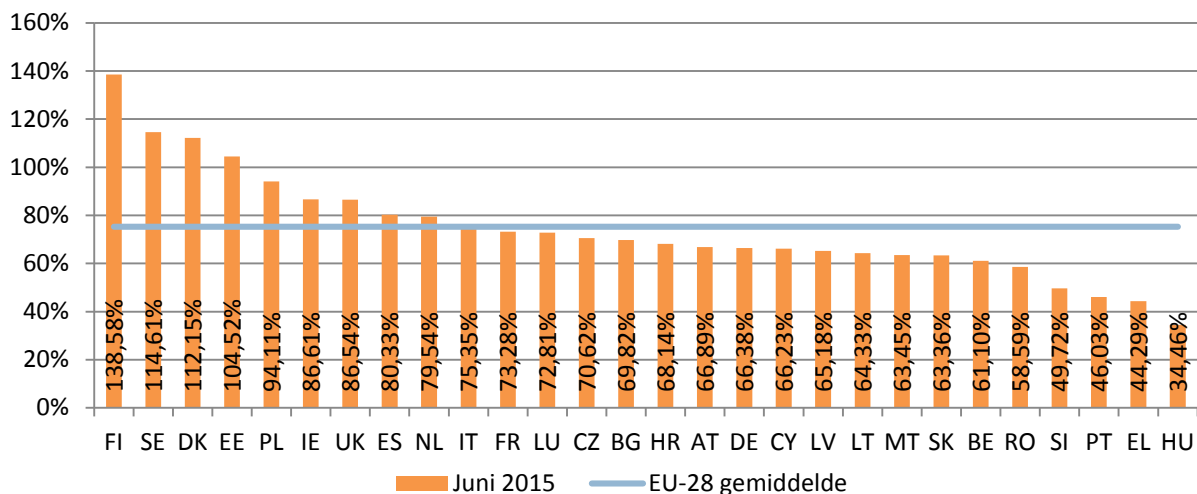
België heeft 66 breedbandsimkaarten¹⁸ per 100 inwoners, bijna 9 meer dan eind 2014. Over de periode 2013 – 2015 bedraagt de semestriële groei gemiddeld 6,6% terwijl dit in de periode 2011-2013 nog gemiddeld 28,1% per semester bedroeg.



FIGUUR 42: AANTAL BREEDBANDSIMKAARTEN VAN 3 MNO, TELENET, NUMERICABLE EN NETHYS (BRON : BIPT)

¹⁸ Data van Base Company, Mobistar, Nethys, Proximus, SFR, Telenet. Een breedbandsimkaart maakt een verbinding met een mobiel netwerk voor dataverkeer.

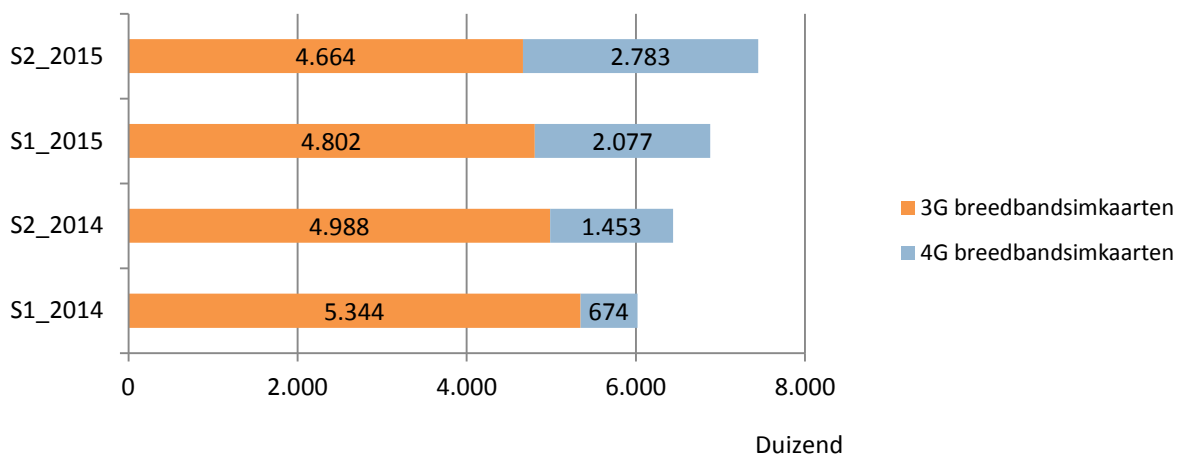
Met een mobiele penetratiegraad van 66,1% in juni 2015 situeert België zich onder het gemiddelde in de EU-28 van 75,3%.



FIGUUR 43: MOBILE BB PENETRATIE PER EU-LIDSTAAT EN EU-28 GEMIDDELDE, JUNI 2015 (BRON : EC)

Verschuiving naar 4G zet zich door

De breedbandsimkaarten die trafiek genereren op een binnenlands 4G netwerk stegen in 2015 van 23% naar 37% van het totaal aantal breedbandsimkaarten. In absolute termen vertegenwoordigt dit een groei met 1.330.485 breedbandsimkaarten.

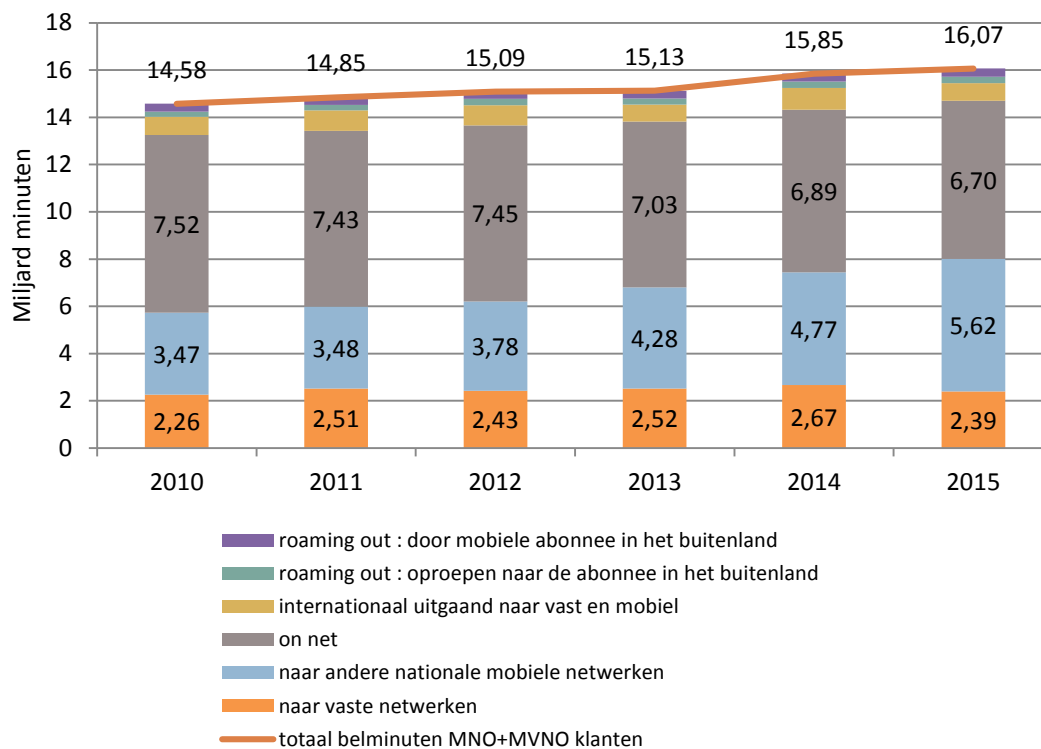


FIGUUR 44: AANDEEL VAN BREEDBANDSIMKAARTEN DIE 4G TRAFIEK GENEREREN (BRON : BIPT)

6.2. Mobiel volume

+1,4% mobiel spraakverkeer

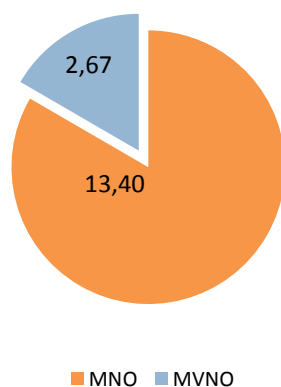
Het aantal mobiele belminuten gebruikt door abonnees van operatoren met een mobiel netwerk en van de virtuele mobiele operatoren blijft verder stijgen tot 16,07 miljard minuten. 76,7% van het totaal belvolume betreft oproepen naar nationale mobiele netwerken (on net en off net) en 14,9% is verkeer naar vaste netwerken. De resterende 8,4% vertegenwoordigt het roaming verkeer en het internationaal uitgaand verkeer.



FIGUUR 45: RETAIL MOBIEL SPRAAKVERKEER IN MINUTEN (MNO + MVNO), EXCLUSIEF ROAMING IN EN OPROEPEN NAAR VOICE MAIL (BRON : BIPT)

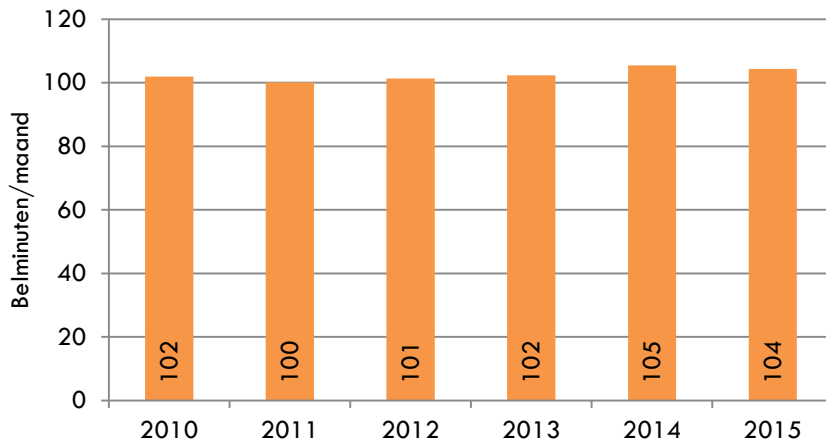
De virtuele mobiele operatoren (light en full) genereren 16,3% van het mobiel spraakverkeer.

Gebruikte minuten (miljard)



FIGUUR 46: UITGAANDE BELMINUTEN VOLGENS SPLIT MNO-MVNO (BRON : BIPT)

Per actieve simkaart wordt er gemiddeld 104 spraakminuten per maand gebruikt¹⁹.

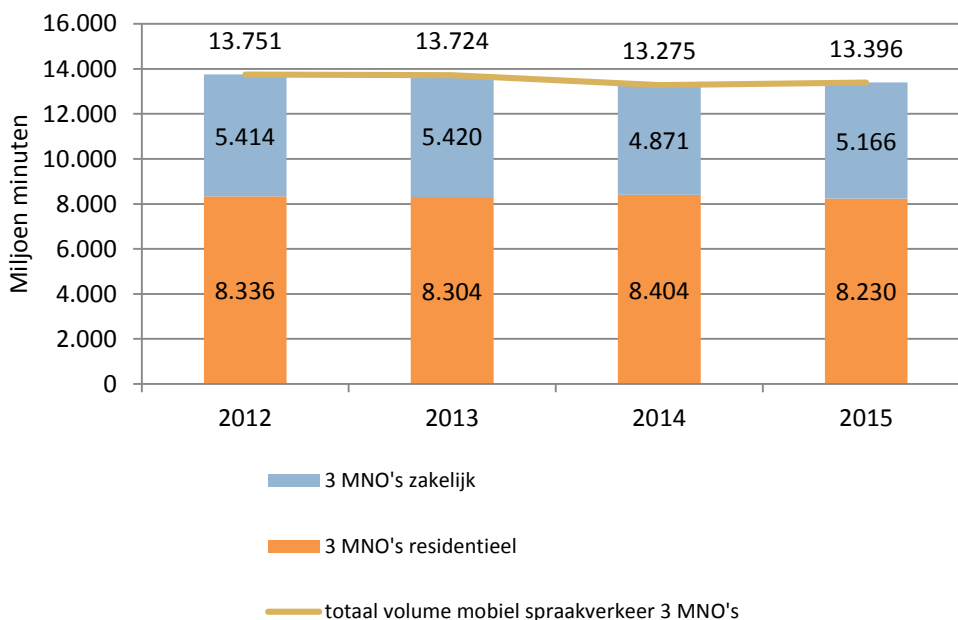


FIGUUR 47: GEMIDDELD AANTAL GEBRUIKTE MINUTEN PER MAAND (BRON : BIPT)

Residentieel vertegenwoordigt 61,4% van mobiel spraakverkeer MNO's

De zakelijke markt vertegenwoordigt een groeiend aandeel van het totale mobiel spraakverkeer van de drie mobiele netwerkkoperatoren : 38,6% versus 36,7% in 2014. Het aandeel van het residentieel mobiel spraakverkeer is in 1 jaar tijd gedaald met 1,9 procentpunten.

Na 2 jaar van volumeverlies zien de mobiele netwerkkoperatoren hun mobiel spraakverkeer opnieuw toenemen (+ 1%).



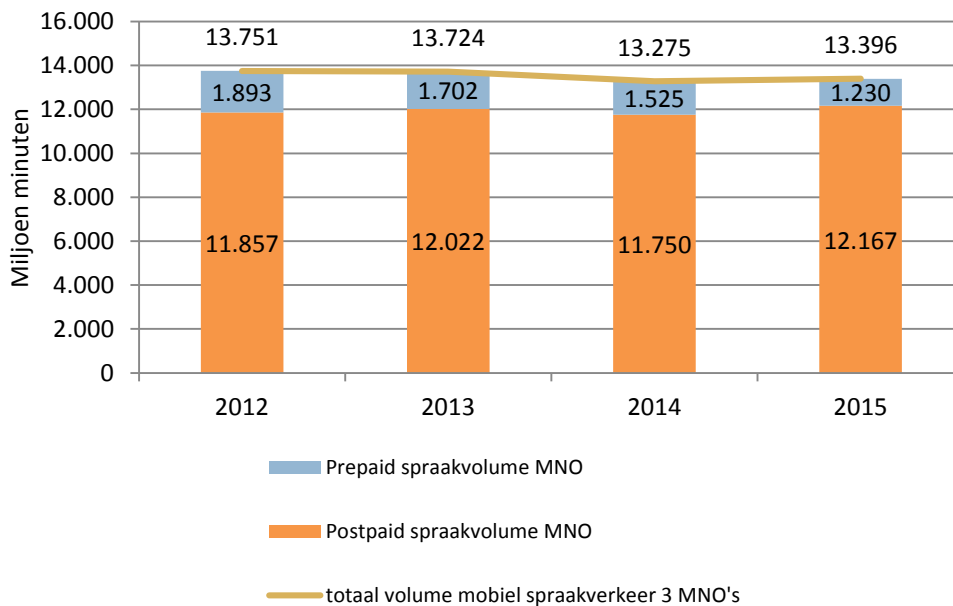
FIGUUR 48: MOBIEL SPRAAKVERKEER MNO'S PER SPLIT RESIDENTIEEL-ZAKELIJK (BRON : BIPT)

¹⁹ Het gemiddeld aantal gebruikte minuten per maand wordt berekend door het mobiel spraakverkeer van de MNO's en de MVNO's (figuur 35) te delen door het gemiddeld aantal actieve simkaarten van de MNO's en de MVNO's exclusief m2m (figuur 30).

Bestendiging groei postpaid mobiel spraakverkeer

In lijn met de groei van het aandeel van de actieve postpaid simkaarten stijgt het aandeel van het postpaid mobiel spraakverkeer van 88,5% naar 90,8%.

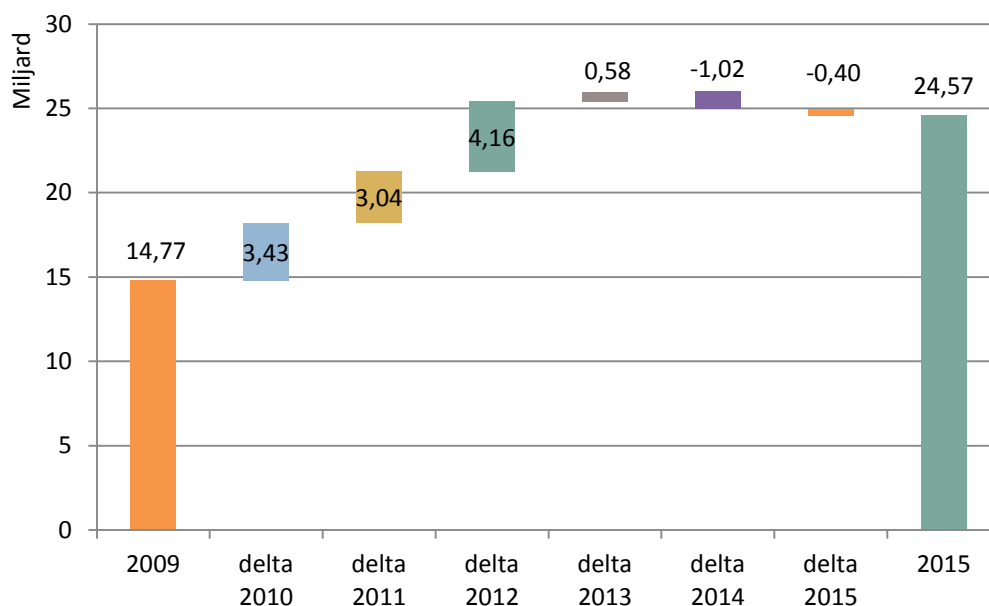
Over de periode 2012-2015 wint het postpaid mobiel spraakverkeer 4,6 procentpunten marktaandeel.



FIGUUR 49: MOBIEL SPRAAKVERKEER MNO'S PER SPLIT PREPAID-POSTPAID (BRON : BIPT)

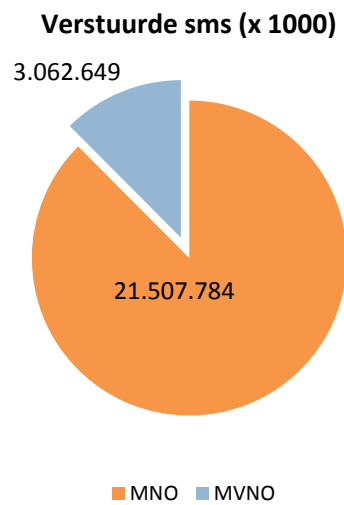
2de opeenvolgende daling van het sms-verkeer

In 2015 werden voor 24,57 miljard sms-berichten verzonden. Het jaar daarvoor waren er dat nog 24,97 miljard, wat betekent dat het gebruik is gedaald met 1,6%.



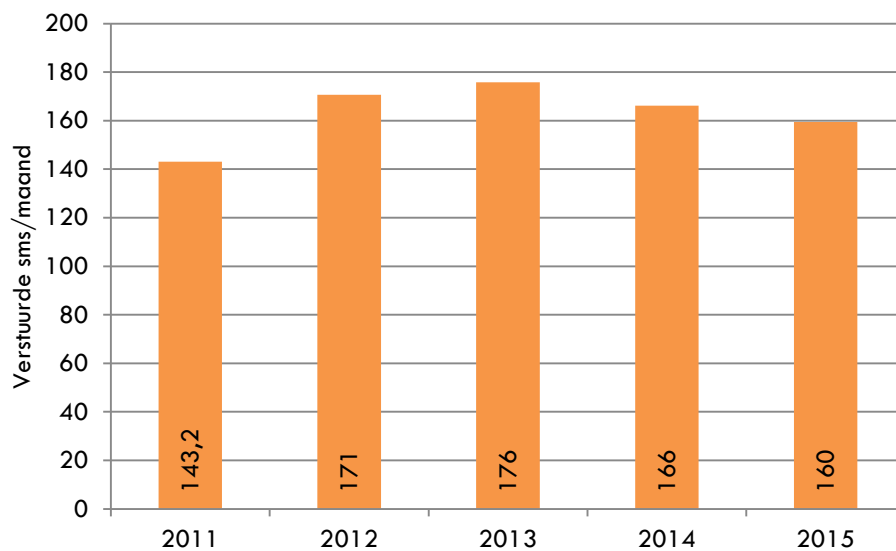
FIGUUR 50: EVOLUTIE SMS-VERKEER (BRON : BIPT)

De mobiele virtuele operatoren genereren 12,5% van het sms-verkeer.



FIGUUR 51: AANTAL VERSTUURDE SMS-BERICHTEN VOLGENS SPLIT MNO-MVNO (BRON : BIPT)

Per actieve simkaart wordt er gemiddeld 160 sms-berichten verzonden.

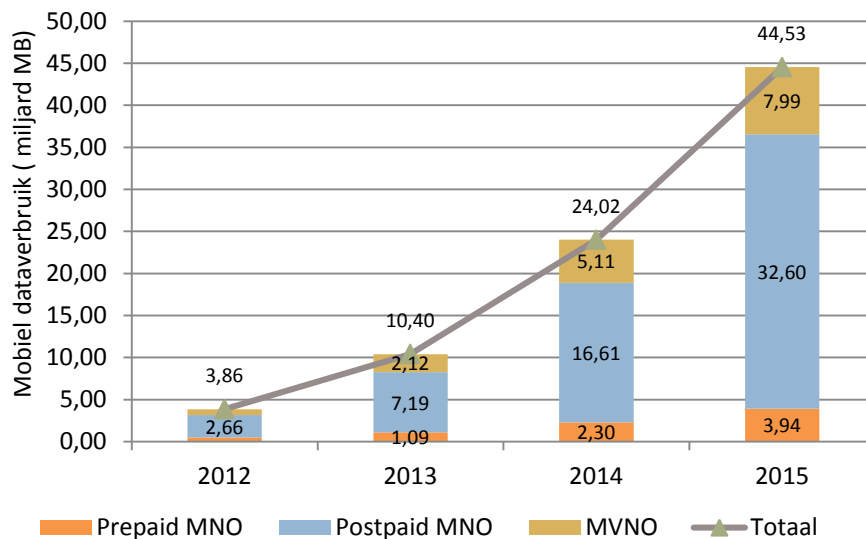


FIGUUR 52: VERSTUURDE SMS-BERICHTEN PER ACTIEVE SIMKAART (BRON : BIPT)

Grootste jaargroei mobiele data : +85%

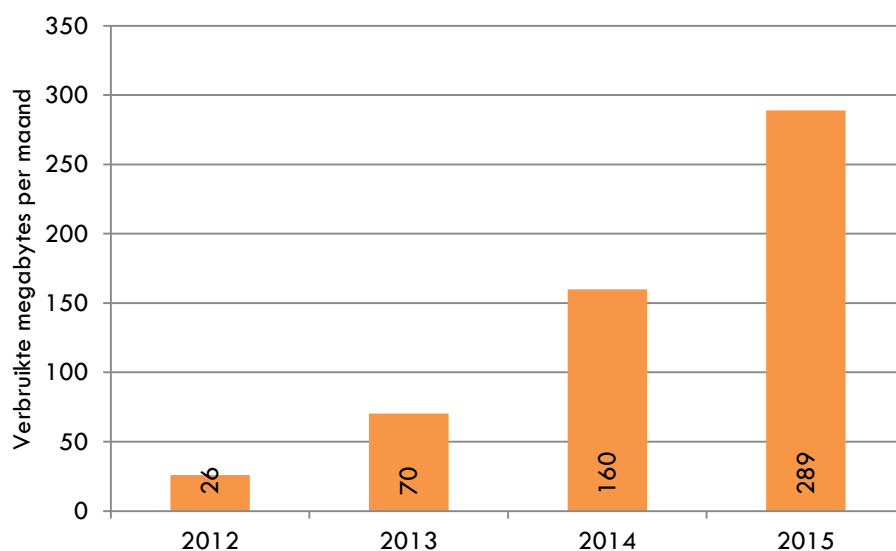
Een verschuiving richting “over the top” voice over IP en berichtendiensten leidt tot een groei in het gebruik van mobiele data. In 2015 was er een toename van 85% tot 44,53 miljard megabytes. De virtuele mobiele operatoren genereren hiervan 18%.

De jaargroei wordt ondersteund door de Surf mobile campagne die op initiatief van de minister van digitale agenda De Croo werd georganiseerd. De 14 telecomoperatoren die eraan deelnamen boden vanaf 1 oktober 2015 diverse voordelige acties aan, waaronder het tijdelijk gratis gebruik van mobiel internet. Consumenten kregen ook toelichting over het gemakkelijke en veilige gebruik van mobiel internet.



FIGUUR 53: MOBIEL DATAVERBUIK ,IN MILJARD MEGABYTE (BRON : BIPT)

Per actieve simkaart wordt er gemiddeld 289 MB data verbruikt per maand.

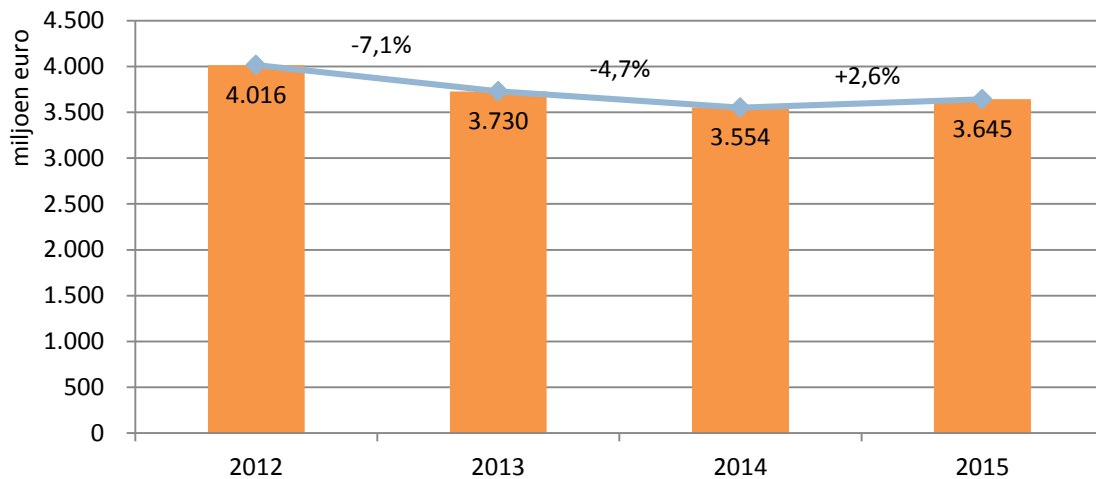


FIGUUR 54: GEMIDDELD MB VERBRUIKTE MOBIELE DATA PER ACTIEVE SIMKAART (BRON : BIPT)

6.3. Mobiele inkomsten

Hogere mobiele omzet na 2 jaren van omzetsdaling

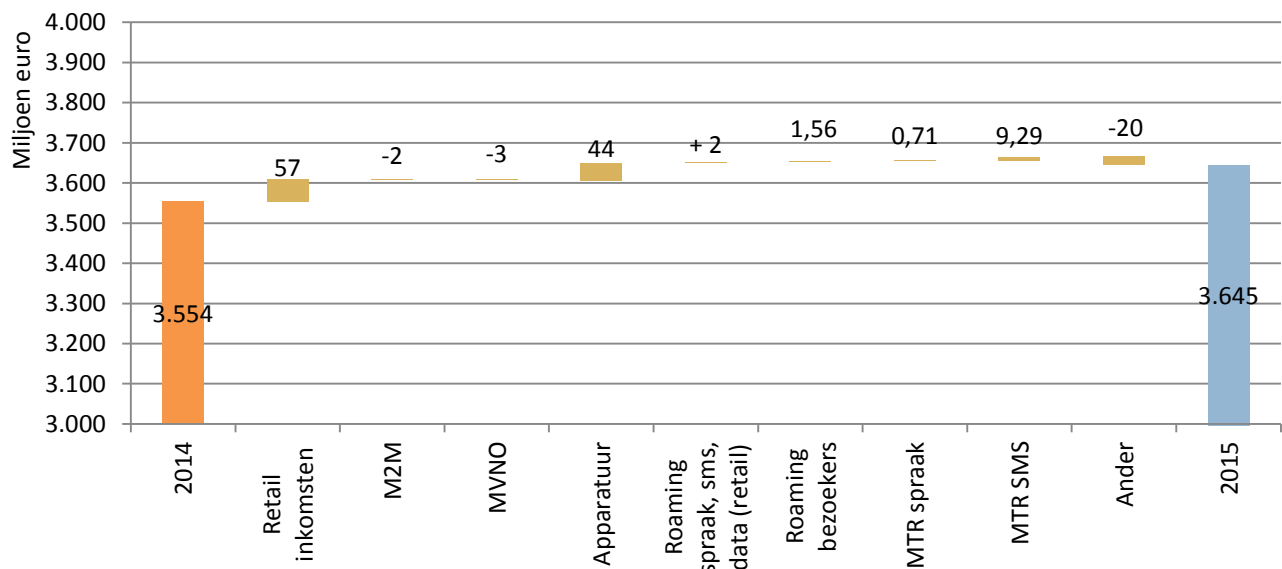
In 2015 bereikten de drie mobiele netwerkkoperatoren en full MVNO Telenet een totale mobiele omzet van 3.645 miljoen euro, ruim 2,6% beter dan in 2014. Hiermee komt een einde aan de omzetsdaling die in 2012 werd ingezet.



FIGUUR 55: EVOLUTIE MOBILE INKOMSTEN ,RETAIL + WHOLESALE (BRON : BIPT)

Grootste groei in retailgerelateerde omzet: +57 miljoen euro

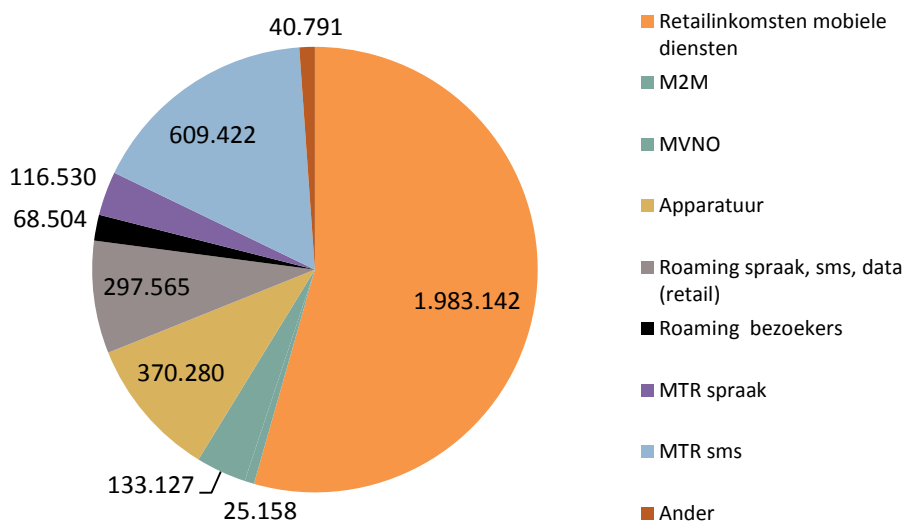
De mobiele spelers²⁰ verdienden in 2015 meer uit retaildiensten (spraak, sms, data), uit apparatuur, roaming en uit het termineren van spraak en sms. Machine to machine diensten en wholesale inkomsten van MVNO's brachten minder op dan in 2014.



FIGUUR 56: OMZETWIJZIGING TUSSEN 2014-2015 (BRON : BIPT)

²⁰ Base Company, Proximus, Mobistar, Telenet

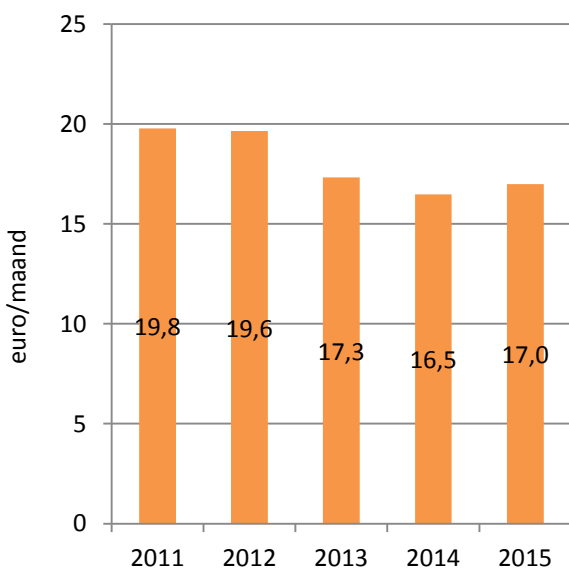
Meer dan de helft van de omzet wordt gegenereerd uit de verkoop van retaildiensten (54,4%). Daarna volgt het termineren van sms-berichten met 16,7%, gevolgd door de verkoop van apparatuur.



FIGUUR 57: MOBIELE OMZETSAMENSTELLING 2015, IN DUIZEND EURO (BRON : BIPT)

Kentering in retail mobiele ARPU : +3,1%

De ARPU uit mobiele retailactiviteiten (spraak, sms en data) van de drie mobiele netwerkoperatoren nam in 2015 toe met 3,1% tot 17 euro. De trend van de voorbije jaren wordt daarmee omgebogen.



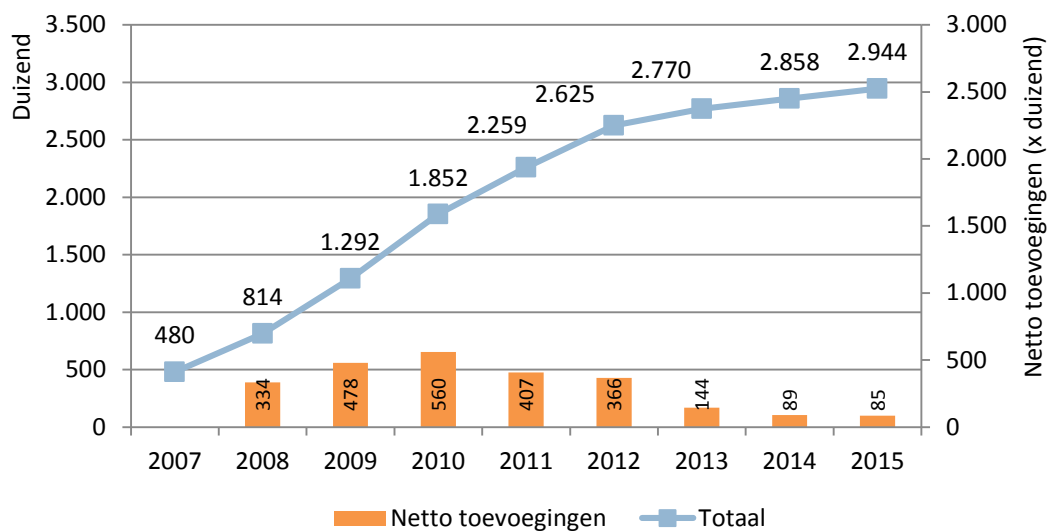
FIGUUR 58: RETAIL ARPU MOBIELE/MAAND, EXCLUSIEF INTERCONNECTIE (BRON : BIPT)

7. BUNDELS

7.1. Residentieel volume

Bundeltrend vertraagt

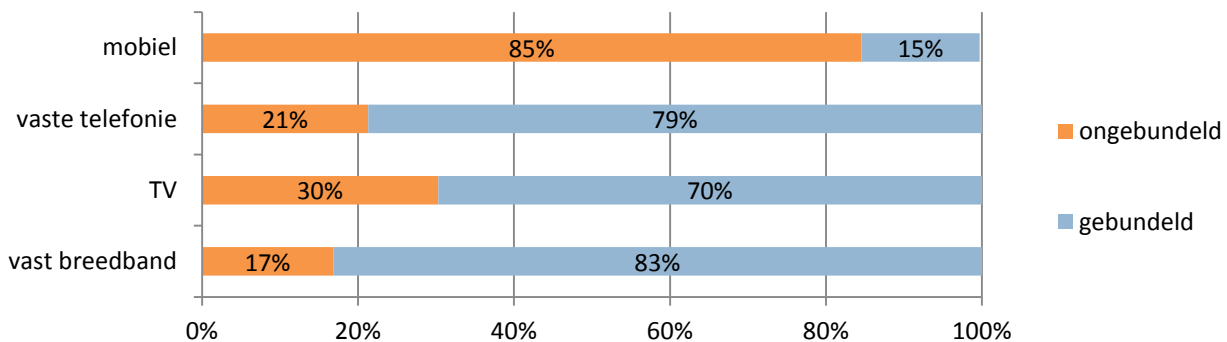
De verkoop van verschillende diensten in één commerciële aanbieding (bundels) tegen voorwaarden die niet kunnen worden bekomen buiten de bundel groeit in 2015 met 3,2 procentpunten naar ruim 2.943.553 huishoudens. Sinds 2013 wordt de groei wel kleiner : de netto-toevoegingen dalen van +143.386 naar 88.697 in 2014 en verder naar 85.277 in 2015.



FIGUUR 59: AANTAL HUISHOUDENS MET EEN BUNDEL EN NETTO TOEVOEGINGEN (BRON : BIPT)

Bundels blijven de meest voorkomende contractvorm voor vaste diensten

De vaste diensten worden het vaakst verkocht als onderdeel van een bundel. Eind 2015 beschikt 70 % van de Belgische huishoudens over televisie als onderdeel van een bundel. Vaste telefonie wordt voor 79% verkocht via een gebundeld contract en vast breedband voor 83%. Mobiele diensten (telefonie en/of breedband) worden veel minder geleverd als onderdeel van een bundel : slechts 15% van de Belgische huishoudens die beschikken over een mobiele dienst nemen deze dienst af in een bundel met vaste diensten.



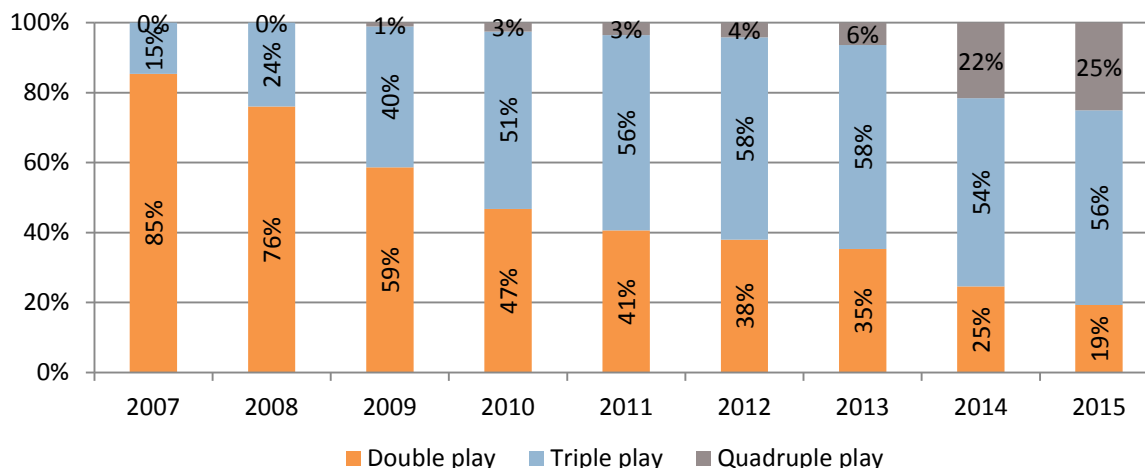
FIGUUR 60: AANDEEL VAN DE GEBUNDELDE EN ONGEBUNDELDE CONTRACTVORMEN PER TELECOMDIENST (BRON : BIPT)

7.2. Bundelsamenstelling

Groei in 3-play en 4-play, 3-play blijft het populairst

Eind 2015 hebben ruim 737.074 huishoudens een bundel met daarin de drie vaste diensten (telefonie, breedband en TV) en een mobiele dienst. Met een groei van 19,5 % op jaarbasis bereikt 4-play een aandeel van 25% in het totaal aantal bundels. Een jaar eerder situeerde dit aandeel zich nog rond de 22%.

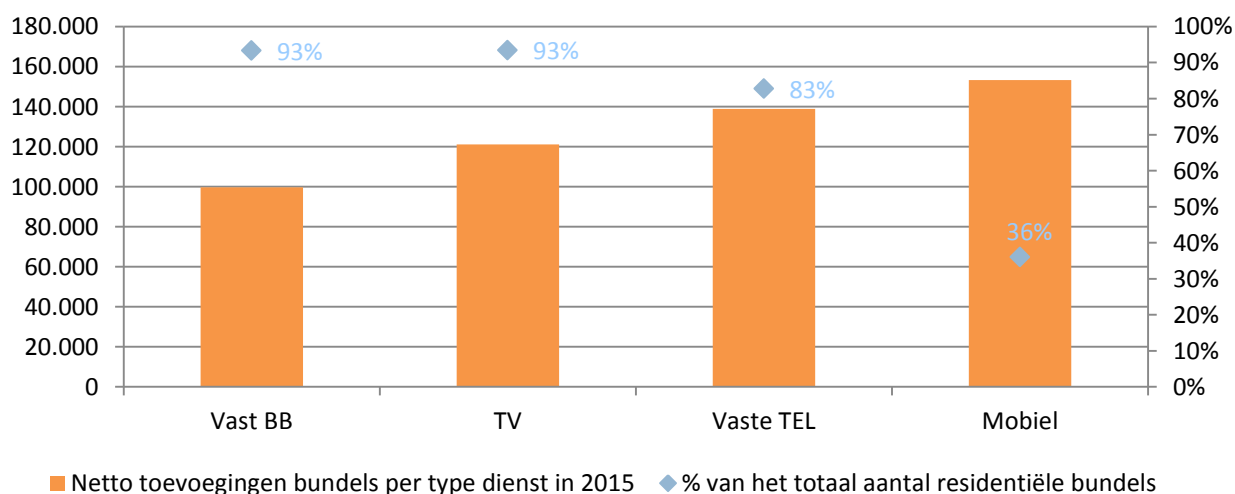
Ondanks de toename van 4-play blijft het merendeel van de huishoudens evenwel drie diensten combineren bij een aanbieder: ruim 1,64 miljoen huishoudens kopen eind 2015 een triple play bundel, goed voor 56% van het totaal aantal bundels op de residentiële markt.



FIGUUR 61: AANDEEL BUNDELS PER X-PLAY (BRON : BIPT)

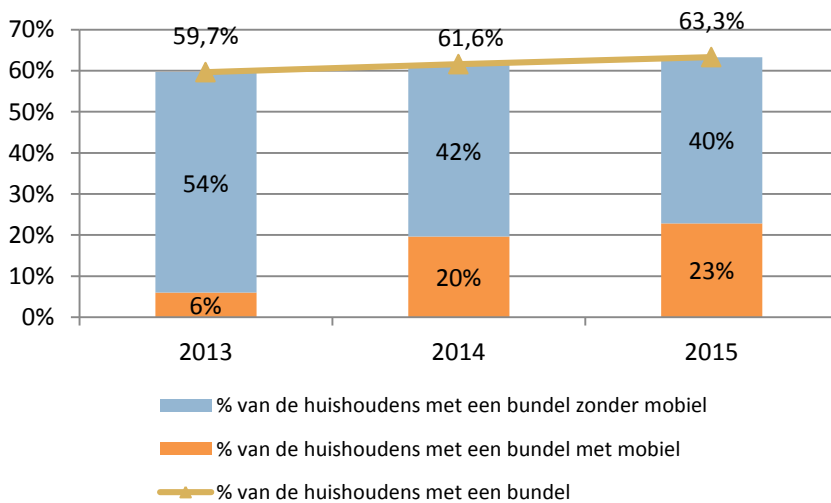
Sterkste groei bij bundels met een mobiele dienst (telefonie en/of breedband)

De dienst die het meest wordt verkocht in een bundel is vast breedband (93% van het totaal aantal residentiële bundels), maar de bundels met een mobiele dienst zijn het sterkst in opmars. De netto-toevoeging van deze bundels komt in 2015 op 153.266 bundels, boven de netto-toevoegingen van de andere diensten die worden aangeboden in een bundel: vaste telefonie +138.921 bundels, digitale televisie +121.194 bundels, vast breedband +99.765 bundels.



FIGUUR 62: AANTAL BUNDELS PER GEBUNDELDE DIENST EN NETTO-TOEVOEGINGEN IN 2015 (BRON : BIPT)

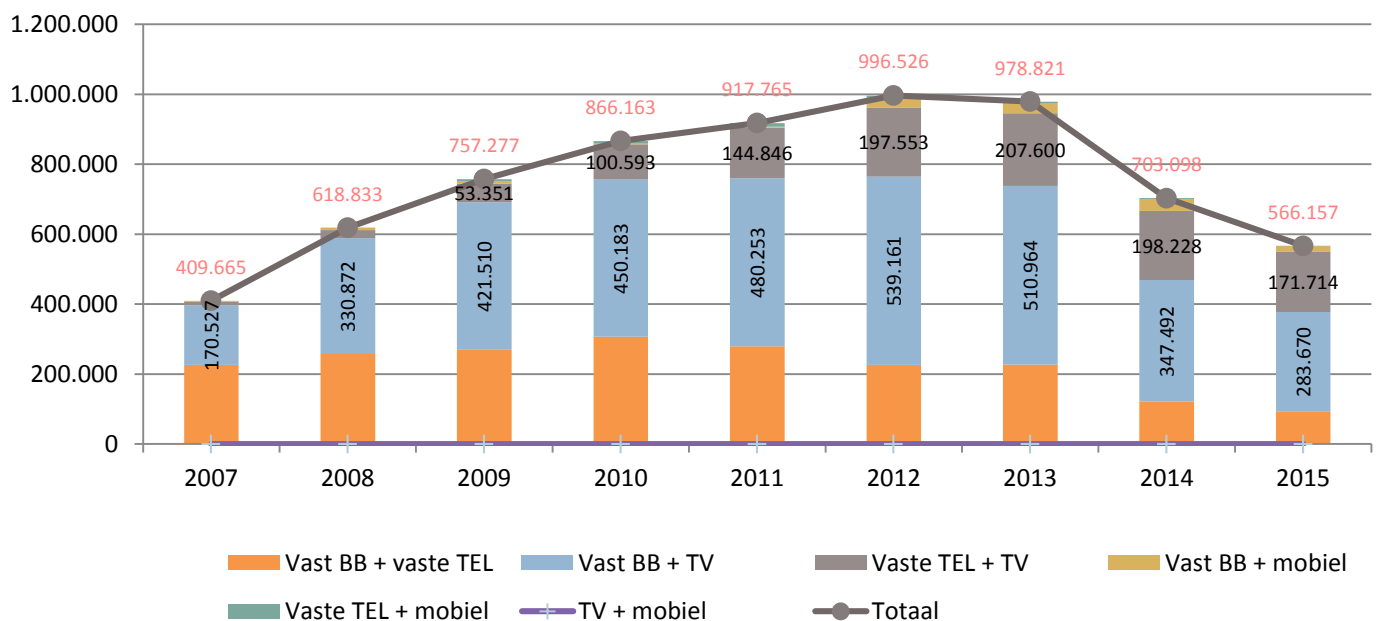
De groei in de residentiële bundelpenetratie van 61,6% naar 63,3% wordt volledig gedreven door de bundels met een mobiele component. 23 op de honderd Belgische huishoudens beschikken eind 2015 over een bundel met een mobiele component t.o.v. 20 een jaar eerder. De bundels zonder mobiel verliezen terrein : hun penetratie bij de Belgische huishoudens valt terug van 42 naar 40%.



FIGUUR 63: RESIDENTIËLE PENETRATIE BUNDELS, MET EN ZONDER MOBILE COMPONENT (BRON : BIPT)

Verlies 2-play het grootst voor vast BB + TV (-63.822 bundels)

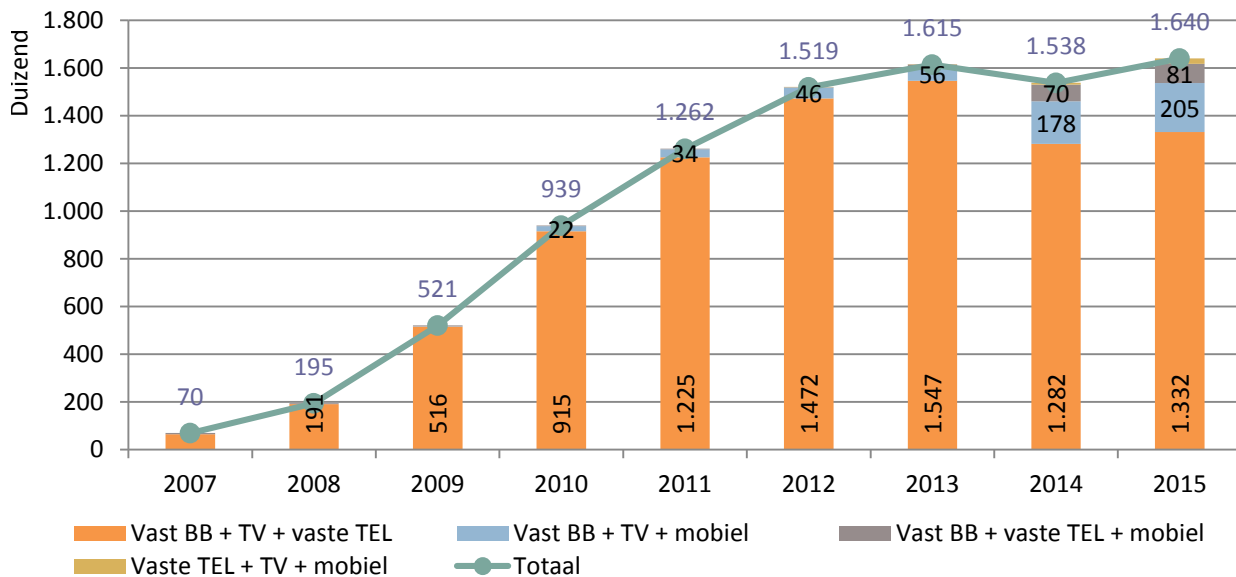
Alle double play bundels noteren een negatieve groei. De bundel vast breedband en TV incasseert het grootste verlies (-18,4%) maar blijft wel de meest voorkomende 2-play combinatie met een aandeel van 50,1%.



FIGUUR 64: EVOLUTIE 2-PLAY PER TYPE BUNDEL (BRON : BIPT)

Verschuiving binnen 3-play : groeiend aandeel van bundels met mobiel

De Belgische markt laat een groei van 6,6% zien in het aanbieden van triple play. Doordat de groei bij de huishoudens die vast en mobiel combineren (+52.010) groter is dan de groei van het aantal huishoudens die een bundel afnemen met drie vaste diensten (49.834) wijzigt de verhouding tussen beiden van 83%/17% naar 81%/19%.

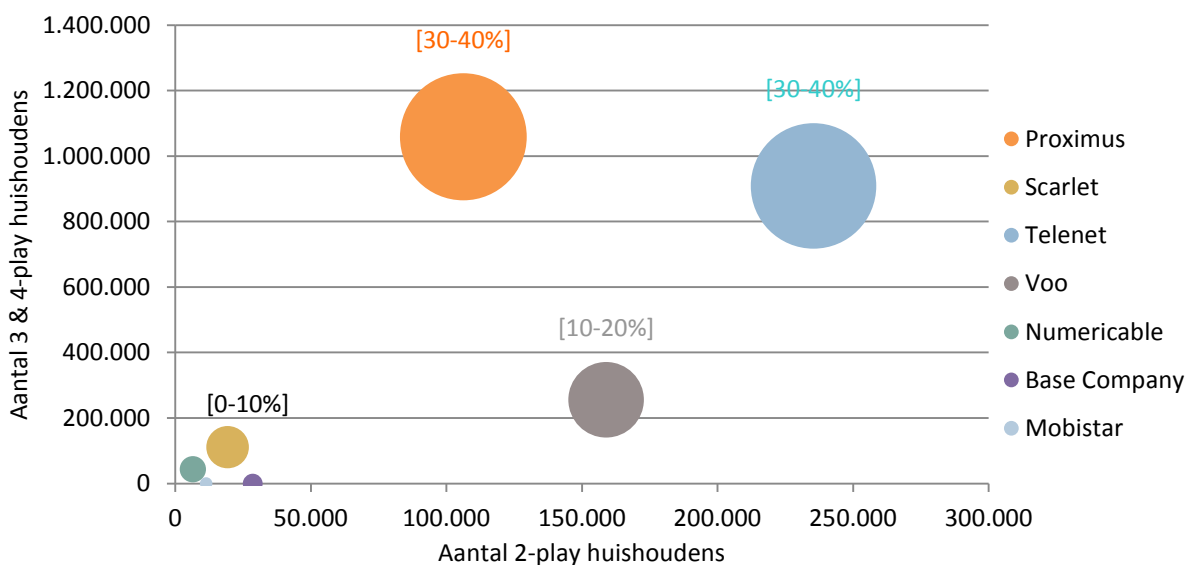


FIGUUR 65: EVOLUTIE 3-PLAY PER TYPE BUNDEL (BRON : BIPT)

7.3. Marktaandelen

Proximus en Telenet bedienen elk tussen de 30 en 40% van de residentiële bundelmarkt

Proximus (exclusief Scarlet) en Telenet hebben een vergelijkbaar aandeel op de markt van de residentiële bundels. Zij worden gevolgd door Voo met een aandeel tussen de 10 en 20%. De overige actoren hebben elk een marktaandeel dat zich situeert tussen de 0 en 10%.

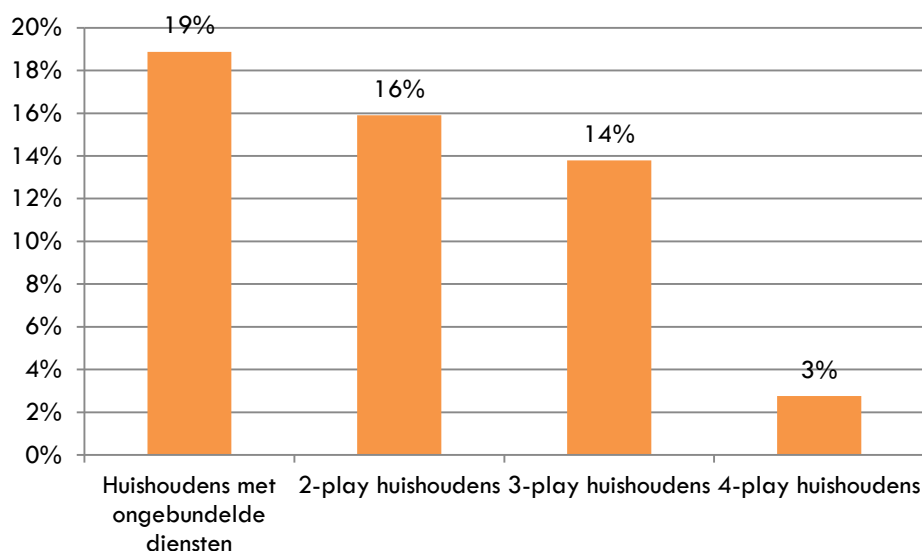


FIGUUR 66: AANTAL HUISHOUDENS MET EEN BUNDEL (PER OPERATOR) EN MARKTAANDEEL, 2015 (BRON : BIPT)

7.4. Churn

Churnratio verkleint naarmate er meer diensten worden afgenomen in een bundel

Bundels verhogen de loyaliteit ten opzichte van de provider. Van de huishoudens die ongebundelde diensten afnemen zegden in 2014 gemiddeld 19 % deze diensten op. De frequentie waarmee 2-play huishoudens hun 2-play bundel opzeggen ligt met 16% lager dan bij huishoudens die ongebundelde diensten afnemen. Voor 3-play en 4-play is de churnratio²¹ het laagst met respectievelijk 14% en 3%.



FIGUUR 67: CHURNRATIO PER TYPE HUISHOUDEN (BRON : BIPT)

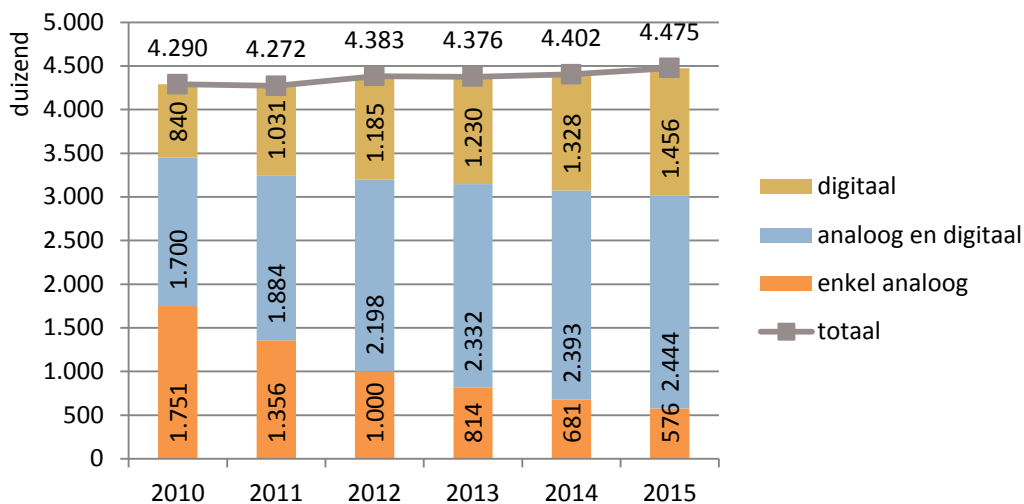
²¹ Data van Brutélé,Nethys,Proximus,SFR.

8. TV

8.1. Volume

Digitale TV wordt gebruikt door 84% van de huishoudens

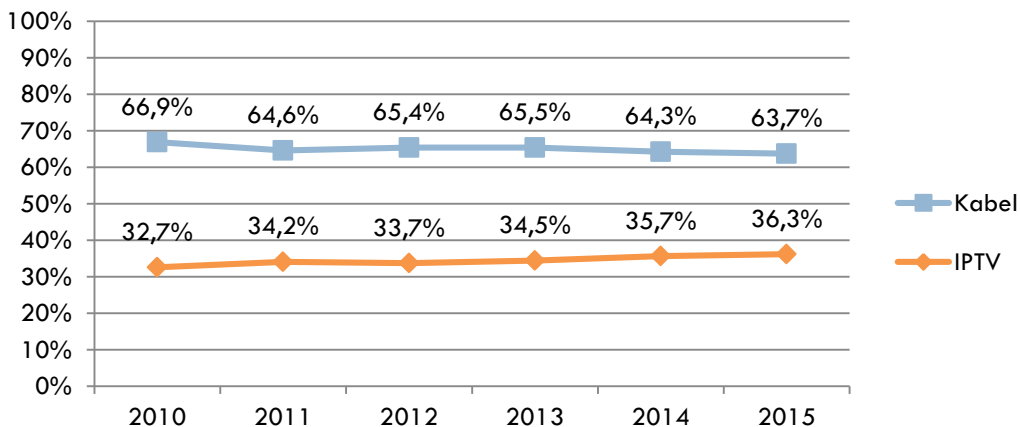
Het jaar 2015 wordt afgesloten met 575.577 aansluitingen die enkel analoge TV aanbieden, een verlies van 15,5% in vergelijking met de 680.887 aansluitingen van eind 2014. Hier tegenover staat een groei van 4,8% in digitale televisie van 3.721.579 naar 3.899.382 aansluitingen. De digitale TV-penetratie stijgt hierdoor van 80 naar 84%. Opgeteld stijgt het totaal aantal TV-aansluitingen²² met 1,6 procentpunten tot 4.474.959.



FIGUUR 68: AANTAL TV-AANSLUITINGEN PER TECHNOLOGIE (BRON : BIPT)

Kabel verliest licht marktaandeel op digitale TV-markt

De meeste huishoudens ontvangen digitale TV via de kabel. De kabel is eind 2015 goed voor een aandeel van 63,7% van de digitale TV-markt. DSL vertegenwoordigt de overige 36,3 %. In vergelijking met 2014 neemt het marktaandeel van DSL lichtjes toe ten koste van de kabel : DSL groeit met 0,6 procentpunten terwijl het marktaandeel van de kabel daalt van 64,3% naar 63,7%.

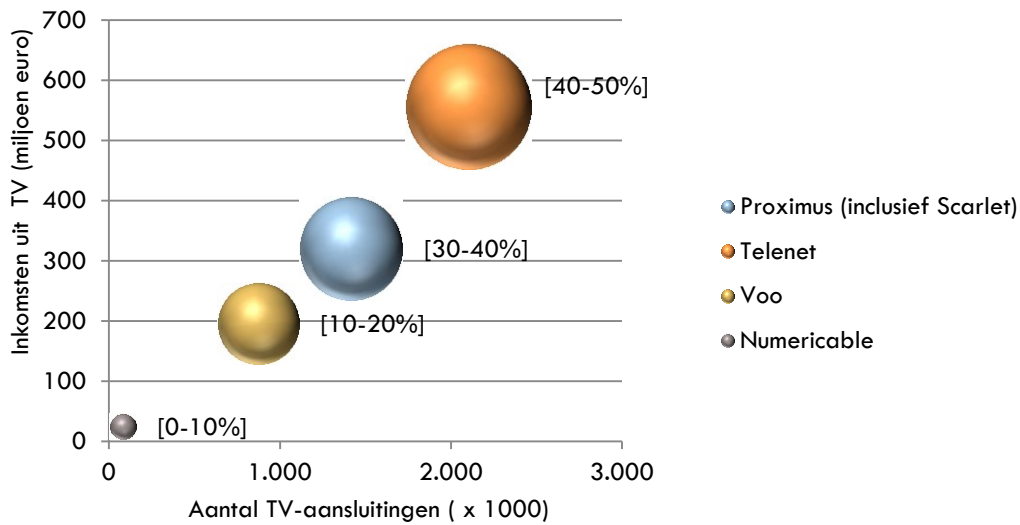


FIGUUR 69: MARKTAANDEEL IPTV EN KABEL OP DE DIGITALE TV-MARKT (BRON : BIPT)

²² Data van Brutélé, Nethys, Proximus, Scarlet,SFR,Telenet

Proximus groeit naar [30-40%] van de TV-markt in volume

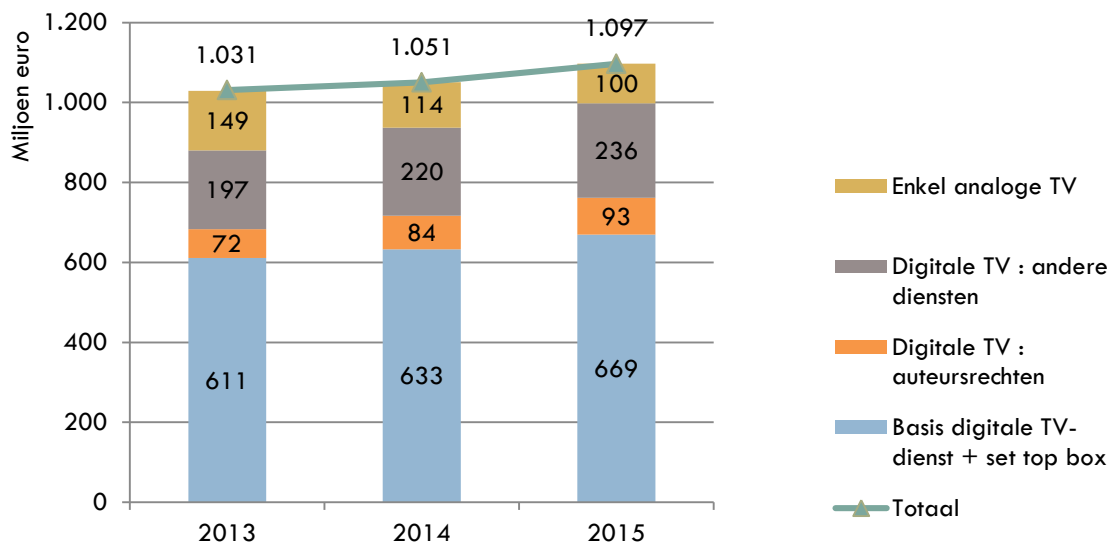
Digitale TV van Proximus bereikt 10 jaar na zijn lancering een marktaandeel tussen de 30 en de 40%.



FIGUUR 70: AANTAL TV-AANSLUITINGEN, TV-INKOMSTEN EN MARKTAANDEEL IN TERMEN VAN TV-AANSUITINGEN (BELGROOTTE)
(BRON : BIPT)

TV-inkomsten + 4,4%

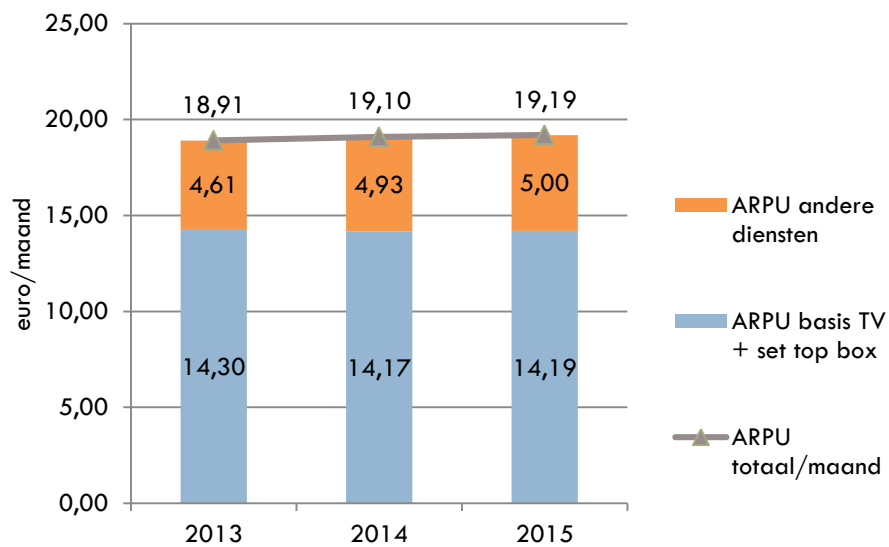
In 2015 genereerde de Belgische TV-markt 1097 miljoen euro aan retailinkomsten uit TV-abonnementen.



FIGUUR 71: RETAIL TV-INKOMSTEN (BRON : BIPT)

Digitale TV ARPU ligt 9 procentpunten hoger op 19,19 euro/maand

Belgische huishoudens spenderen 0,9 euro/maand meer aan digitale televisie met een ARPU die toeneemt van 19,10 naar 19,19 euro/maand. De groei wordt aangedreven door de doorgevoerde prijsstijgingen en het toenemend gebruik van diensten buiten het basispakket.



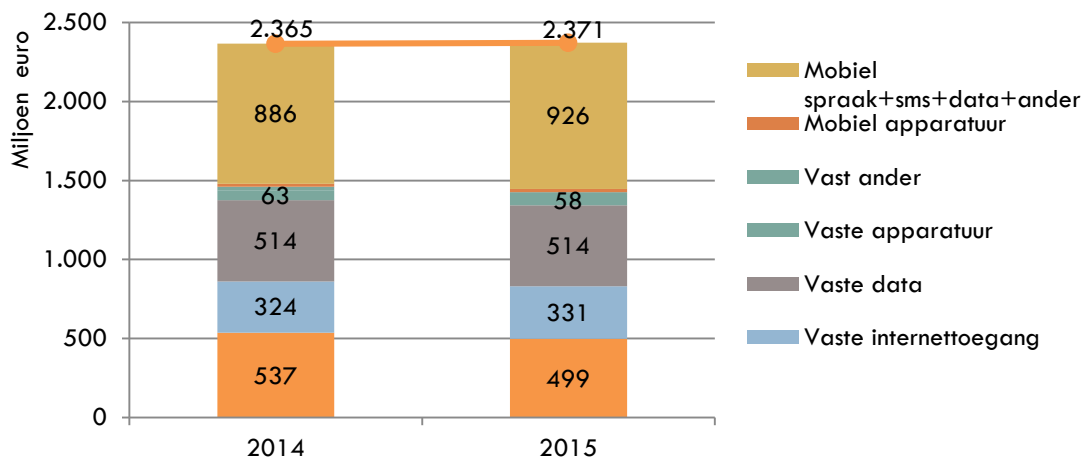
FIGUUR 72: DIGITALE TV ARPU (BRON : BIPT)

9. ZAKELIJKE MARKT

9.1. Omzet

Stabiele retailomzet

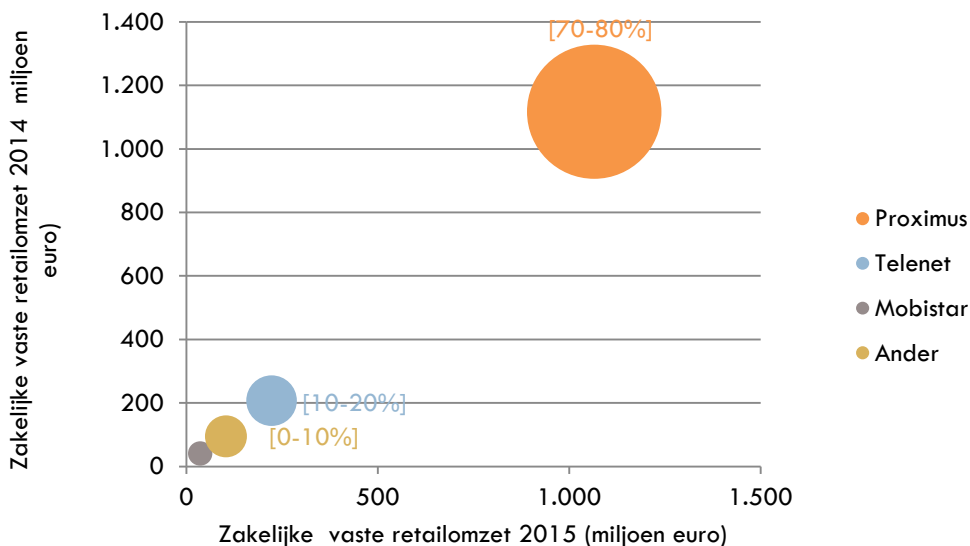
Op de zakelijke retailmarkt²³ werd er 0,3% meer omzet geboekt dan een jaar eerder. De mobiele retaildiensten en de verkoop van vast breedbandinternet hebben een positieve invloed op de omzet. Terwijl de afzet van vaste datadiensten stabiel blijft gaat de omzet van vaste spraak sterk achteruit (- 7,1%).



FIGUUR 73: DETAIL ZAKELIJKE RETAILOMZET (BRON : BIPT)

Alternatieve operatoren behalen [20-30%] van de vaste zakelijke markt

Na Proximus is Telenet met een aandeel tussen de [10-20%] de grootste aanbieder op de vaste zakelijke markt.

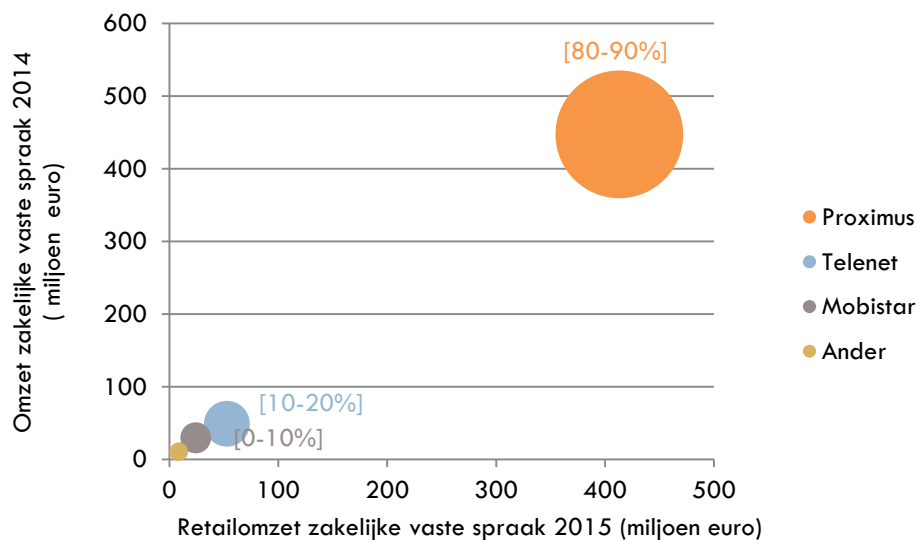


FIGUUR 74: RETAILOMZET OP DE VASTE ZAKELIJKE RETAILMARKT 2014 /2015 EN MARKTAANDEEL IN 2015 (BRON : BIPT)

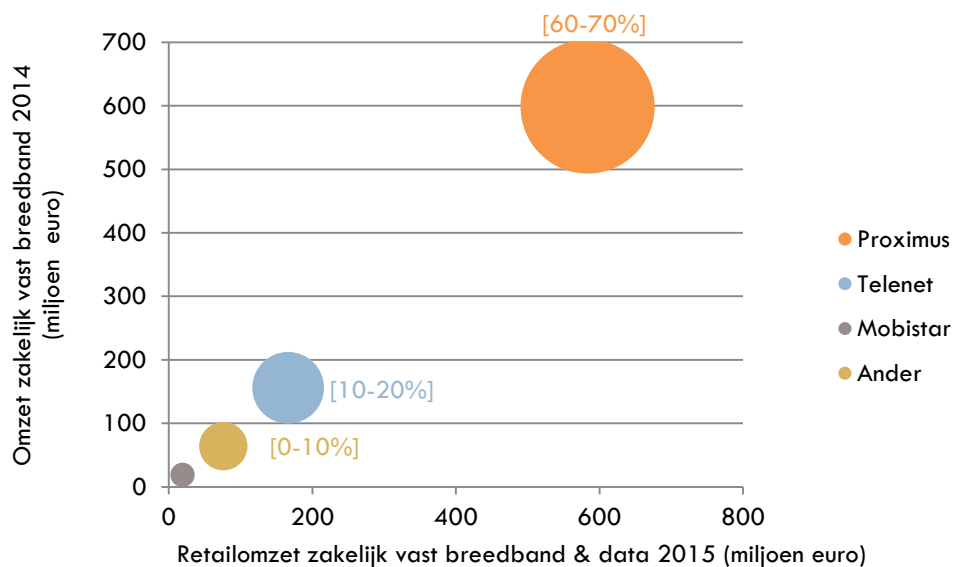
²³ Data van Base Company, Brutélé, BT Limited, Colt Telecom, Mobistar, Nethys, Proximus, Telenet, Verizon

Marktaandeel Proximus is het hoogst voor vaste spraak

Met een marktaandeel in waarde tussen de [80-90%] is de positie van Proximus sterker op de markt voor vaste spraak dan op de vaste breedbandmarkt (internettoegang en data) waar Proximus [60-70%] van de markt vertegenwoordigt.



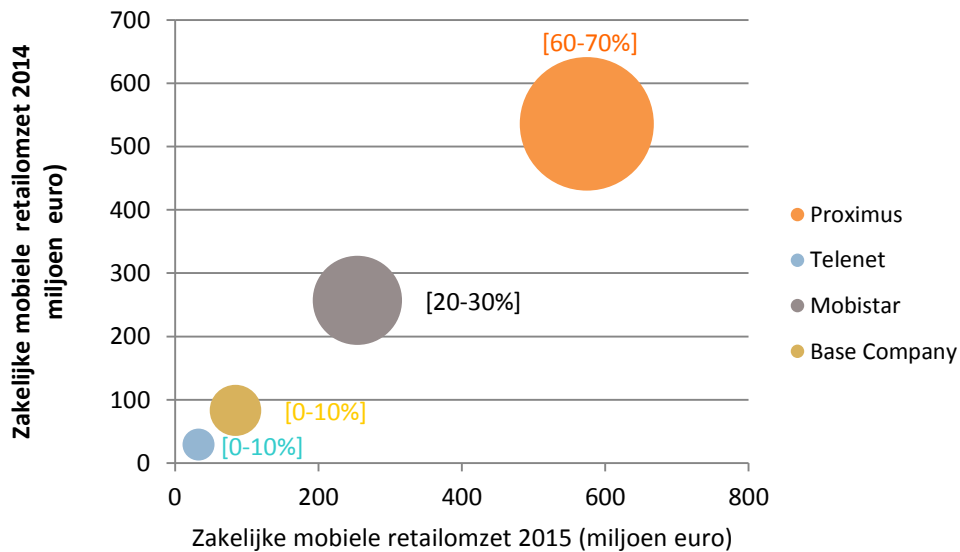
FIGUUR 75: RETAILOMZET ZAKELIJKE VASTE SPRAAK 2014 EN 2015 EN MARKTAANDEEL IN 2015 (BRON : BIPT)



FIGUUR 76: RETAILOMZET ZAKELIJK VAST BREEDBAND, INTERNETTOEGANG EN DATA (BRON : BIPT)

Zakelijke mobiele markt : Mobistar blijft 2^{de} bij fusie Base-Telenet

[60-70%] van de zakelijke retailomzet op de mobiele markt wordt gerealiseerd door Proximus. Op de twee plaats komt Mobistar met een aandeel van [20-30%]. De combinatie Base – Telenet komt op een gezamenlijk marktaandeel tussen [10-20%].

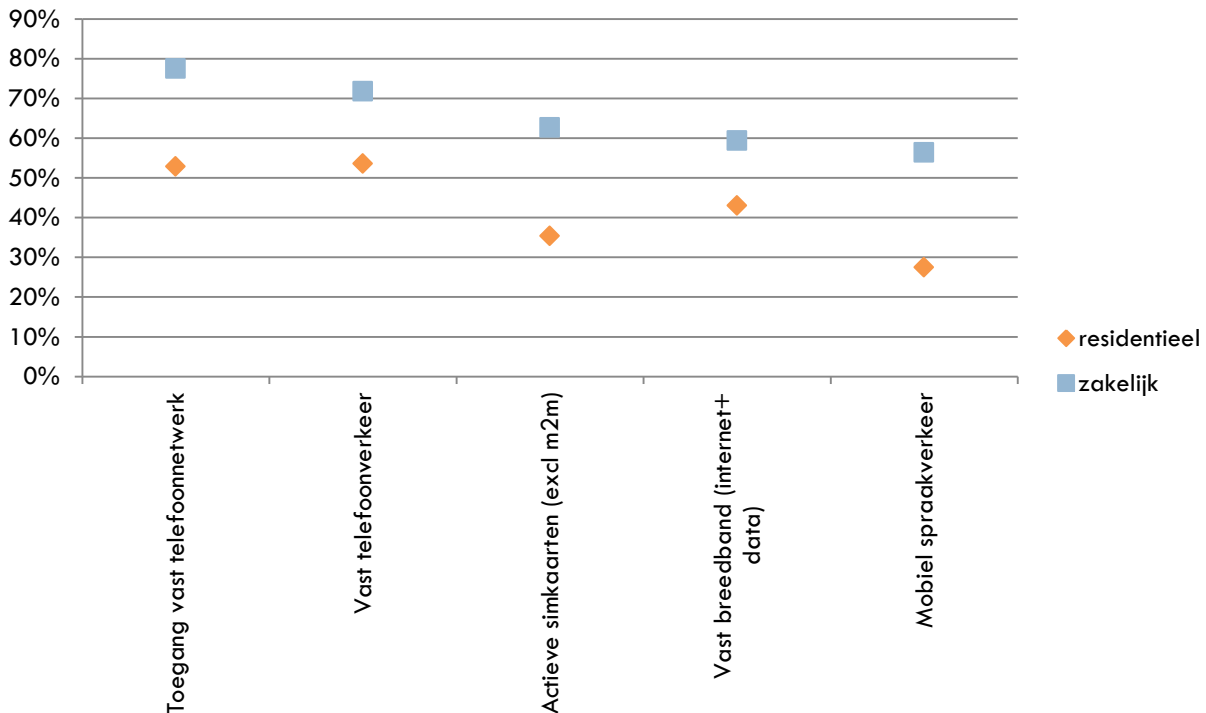


FIGUUR 77: OMZET ZAKELIJKE MOBIELE RETAILMARKT 2014/2015 EN MARKTAANDEEL 2015 (BRON : BIPT)

9.2. Volume

Minder concurrentie op zakelijke retailmarkt dan op residentiële markt

Op de zakelijke retailmarkt geniet Proximus op elke submarkt van marktaandelen boven de 50% die zich boven het niveau situeren van de residentiële markt. De positie van Proximus is het sterkst op de markt van de toegang tot het vast telefoonnetwerk gevolgd door de markt van het vast spraaktelefoonverkeer.



FIGUUR 78: MARKTAANDEEL VAN PROXIMUS PER SUBMARKT EN PER SPLIT RESIDENTIEEL-ZAKELIJK (BRON : BIPT)

10.LIJST FIGUREN

Figuur 1: Mate waarin de doelstellingen van de digitale Agenda zijn gerealiseerd, 2015 (Bron : EC).....	6
Figuur 2: Totaalscore index voor digitale economie en maatschappij 2015 (Bron : EC).....	7
Figuur 3: Omzet elektronische communicatie en TV, retail en wholesale (Bron : BIPT).....	9
Figuur 4: Jaarlijkse omzetgroei, retail en wholesale, in percentage (Bron : BIPT).....	9
Figuur 5: Omzet op de vaste en mobiele markt (Bron : BIPT).....	10
Figuur 6: Omzetwijziging vaste markt 2014-2015 (Bron : BIPT).....	10
Figuur 7: Omzet retailmarkt residentieel-zakelijk (Bron : BIPT).....	11
Figuur 8: Aandeel in totale Belgische omzet uit elektronische communicatie en TV (bron : BIPT).....	11
Figuur 9: Investerings (Bron : BIPT).....	12
Figuur 10: Split investeringen 2015 in activa mobiel-vast, in duizend euro (Bron : BIPT).....	12
Figuur 11: Evolutie VTE (Bron : BIPT).....	13
Figuur 12: Evolutie aantal toegangskanalen tot het vaste telefoonnetwerk (Bron : BIPT).....	14
Figuur 13: Aantal toegangskanalen tot het vaste telefoonnetwerk (Bron : BIPT).....	14
Figuur 14: Aantal actieve CPS (Bron : BIPT).....	15
Figuur 15: Marktaandeel Proximus op de markt voor toegang tot het vaste telefoonnetwerk, residentieel/zakelijk (Bron : BIPT).....	15
Figuur 16: Evolutie vast spraaktelefoonverkeer in miljoen minuten (Bron : BIPT).....	16
Figuur 17: Evolutie omzet uit vast spraaktelefoonverkeer in miljoen euro (Bron : BIPT).....	16
Figuur 18: Volume / omzet vast spraaktelefoonverkeer en marktaandeel in volume (belgrootte) , 2015 (Bron : BIPT).....	17
Figuur 19: Volume/omzet vast spraaktelefoonverkeer en marktaandeel in volume (belgrootte), 2015 (bron : BIPT).....	17
Figuur 20 : Gemiddelde prijs/minuut van vaste spraaktelefonie (Bron : BIPT).....	18
Figuur 21: Omzet en ARPU vaste spraak per split residentieel – zakelijk (Bron : BIPT).....	18
Figuur 22: Aantal geporteerde nummers tijdens periode (Bron : BIPT).....	19
Figuur 23: Churn vaste telefonie (Bron : BIPT).....	19
Figuur 24: Totaal vaste breedbandlijnen en netto toevoegingen 2012-2015 (Bron : BIPT).....	20
Figuur 25: Vaste breedbandpenetratie per gewest (Bron : BIPT).....	20
Figuur 26: Totaal vaste breedbandlijnen per type operator (Bron : BIPT).....	21
Figuur 27: Churn vast breedband (Bron : BIPT).....	21
Figuur 28: Totaal vaste breedbandlijnen ≥ 30 Mbit/s en netto toevoegingen (Bron : BIPT).....	22
Figuur 29: % Aandeel van snel breedband in de EU-28, juli 2015 (Bron : EC).....	22
Figuur 30: Aandeel van vast breedband met een snelheid ≥ 100 Mb/s in België en in de EU-28, in % van het totaal volume (Bron : BIPT).....	23
Figuur 31: Aantal snelle breedbandlijnen (≥ 30 Mb/s) per technologie (Bron : BIPT).....	24
Figuur 32: Omzet uit vast breedband residentieel – zakelijk (Bron : BIPT).....	24
Figuur 33: ARPU vast breedband residentieel en jaarlijkse % wijziging (Bron : BIPT).....	25
Figuur 34: Evolutie wholesale breedband van Proximus (Bron : BIPT).....	26
Figuur 35: Retail bitstreamlijnen per type (Bron : BIPT).....	26
Figuur 36: Aantal actieve simkaarten per type (Bron : BIPT).....	27
Figuur 37: Aantal actieve simkaarten per split prepaid-postpaid (Bron : BIPT).....	27
Figuur 38: Marktaandelen in termen van actieve simkaarten per type operator (Bron : BIPT).....	28
Figuur 39: Marktaandeel in termen van actieve simkaarten – light MVNO's worden meegerekend in de klantenbasis van de mobiele operator over wiens netwerk ze hun diensten aanbieden (Bron : BIPT).....	28
Figuur 40: Actieve simkaarten op residentiele markt (Bron : BIPT).....	29
Figuur 41: Actieve simkaarten op zakelijke markt (Bron : BIPT).....	29
Figuur 42: Aantal breedbandsimkaarten van 3 MNO, Telenet, Numericable en Nethys (Bron : BIPT).....	29
Figuur 43: Mobiele BB penetratie per EU-lidstaat en EU-28 gemiddelde ,Juni 2015 (Bron : EC).....	30

Figuur 44: Aandeel van breedbandsimkaarten die 4G trafiek genereren (Bron : BIPT).....	30
Figuur 45: Retail mobiel spraakverkeer in minuten (MNO + MVNO), exclusief roaming in en oproepen naar voice mail (Bron : BIPT).....	31
Figuur 46: Uitgaande belminuten volgens split MNO-MVNO (bron : BIPT).....	31
Figuur 47: Gemiddeld aantal gebruikte minuten per maand (Bron : BIPT).....	32
Figuur 48: Mobiel spraakverkeer MNO's per split residentieel-zakelijk (bron : BIPT).....	32
Figuur 49: Mobiel spraakverkeer MNO's per split prepaid-postpaid (Bron : BIPT).....	33
Figuur 50: Evolutie sms-verkeer (Bron : BIPT)	33
Figuur 51: Aantal verstuurd SMS-berichten volgens split MNO-MVNO (Bron : BIPT)	34
Figuur 52: Verstuurd sms-berichten per actieve simkaart (Bron : BIPT)	34
Figuur 53: Mobiel dataverbruik ,in miljard megabyte (Bron : BIPT)	35
Figuur 54: Gemiddeld MB verbruikte mobiele data per actieve simkaart (Bron : BIPT).....	35
Figuur 55: Evolutie mobiele inkomsten ,retail + wholesale (Bron : BIPT).....	36
Figuur 56: Omzetwijziging tussen 2014-2015 (Bron : BIPT).....	36
Figuur 57: Mobiele omzetsamenstelling 2015, in duizend euro (Bron : BIPT).....	37
Figuur 58: Retail ARPU mobiel/maand, exclusief interconnectie (Bron : BIPT)	37
Figuur 59: Aantal huishoudens met een bundel en netto toevoegingen (Bron : BIPT).....	38
Figuur 60: Aandeel van de gebundelde en ongebundelde contractvormen per telecomdienst (Bron : BIPT)	38
Figuur 61: Aandeel bundels per x-play (Bron : BIPT).....	39
Figuur 62: Aantal bundels per gebundelde dienst en netto-toevoegingen in 2015 (Bron : BIPT).....	39
Figuur 63: Residentiële penetratie bundels, met en zonder mobiele component (Bron : BIPT)	40
Figuur 64: Evolutie 2-play per type bundel (Bron : BIPT).....	40
Figuur 65: Evolutie 3-play per type bundel (Bron : BIPT).....	41
Figuur 66: Aantal huishoudens met een bundel (per operator) en marktaandeel,2015 (Bron : BIPT).....	41
Figuur 67: Churnratio per type huishouden (Bron : BIPT)	42
Figuur 68: Aantal TV-aansluitingen per technologie (Bron : BIPT)	43
Figuur 69: Marktaandeel IPTV en kabel op de digitale TV-markt (Bron : BIPT)	43
Figuur 70: Aantal TV-aansluitingen, TV-inkomsten en marktaandeel in termen van TV-aansluitingen (belgrootte) (Bron : BIPT)	44
Figuur 71: Retail TV-inkomsten (Bron : BIPT)	44
Figuur 72: Digitale TV ARPU (Bron : BIPT)	45
Figuur 73: Detail zakelijke retailomzet (Bron : BIPT)	46
Figuur 74: Retailomzet op de vaste zakelijke retailmarkt 2014 /2015 en marktaandeel in 2015 (Bron : BIPT).....	46
Figuur 75: Retailomzet zakelijke vaste spraak 2014 en 2015 en marktaandeel in 2015 (Bron : BIPT)	47
Figuur 76: retailomzet zakelijk vast breedband, internettoegang en data (Bron : BIPT)	47
Figuur 77: Omzet zakelijke mobiele retailmarkt 2014/2015 en marktaandeel 2015 (Bron : BIPT)	48
Figuur 78: Marktaandeel van Proximus per submarkt en per split residentieel-zakelijk (Bron : BIPT)	49

11. AFKORTINGEN

4G	Vierde generatie van mobiele-telecommunicatiestandaarden
ARPU	Average revenue per user
CPS	Carrier preselection service
DSL	Digital subscriber line DSL is een digitale datacommunicatietechniek die een relatieve hoge datasnelheid mogelijk maakt over een koperdraadverbinding. Er bestaan diverse DSL-oplossingen zoals adsl, sdsl en de recentste variant vdsl2.
EC	Europese Commissie
FWA	Fixed wireless access. Draadloze technologie vervangt koper om klanten te verbinden met het breedbandnetwerk.
FTTP	Fiber to the premises
ICT	Information and communications technology
ISDN	Integrated services digital network
ISDN-BA	Integrated services digital network – basic access
ISDN-PRA	Integrated services digital network – primary access
MB/s	Megabytes per seconde
M2M	Machine to machine : een communicatiedienst waarbij data automatisch wordt getransfereerd tussen apparatuur en/of toepassingen met weinig of geen menselijke interventie
MNO	Mobile network operator
MTR	Mobiel termineringstarief
MVNO	Mobile virtual network operator
PSTN	Public services telephone network
SMS	Short message service
VOB	Voice over broadband
VTE	Voltijds equivalenten