



Vlaams
Parlement

stuk **1703** (2011-2012) – Nr. 4
ingediend op 2 mei 2012 (2012-2013)

Voorstel van decreet

van de heren Ludwig Caluwé, Bart Van Malderen, Kris Van Dijk
en Philippe De Coene

houdende wijziging van het decreet van 27 maart 2009
betreffende radio-omroep en televisie

Hoorzitting

Verslag

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door de heer Wilfried Vandaele

Samenstelling van de commissie:

Voorzitter: de heer Philippe De Coene.

Vaste leden:

de heer Paul Delva, mevrouw Els Kindt, de heren Johan Verstreken, Veli Yüksel;
de heren Johan Deckmyn, Chris Janssens, Wim Wienen;
de heren Jean-Jacques De Gucht, Jo De Ro;
de heren Philippe De Coene, Chokri Mahassine;
mevrouw Danielle Godderis-T'Jonck, de heer Marius Meremans;
de heer Jurgen Verstrepen;
de heer Bart Caron.

Plaatsvervangers:

de dames Vera Jans, Tinne Rombouts, de heer Johan Sauwens, mevrouw Katrien Schryvers;
de heren Frank Creyelman, Jan Penris, Wim Van Dijck;
de heren Peter Gysbrechts, Bart Tommelein;
mevrouw Yamila Idrissi, de heer Jan Roegiers;
de heren Wilfried Vandaele, Kris Van Dijck;
mevrouw Ulla Werbrouck;
de heer Luckas Van Der Taelen.

Stukken in het dossier:

- 1703** (2011-2012) – Nr. 1: Voorstel van decreet
– Nr. 2: Advies van de Raad van State
– Nr. 3: Advies van de Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media

Op 4 juli 2012 werd het voorstel van decreet houdende wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie ingediend bij het Vlaams Parlement (*Parl. St.* VI.Parl. 2011-12, nr. 1703/1). Op voorstel van de indieners werd over het voorstel van decreet advies ingewonnen bij de Raad van State en bij de Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (*Parl. St.* VI.Parl. 2011-12, nr. 1703/2 en 3).

Op 5 februari 2013 werd het voorstel van decreet in de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media toegelicht door de heer Bart Van Malderen.

Op 16 april 2013 organiseerde de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting met vertegenwoordigers van VMMA, SBS, VRT, Telenet, Belgacom en Test-Aankoop.

1. VMMA

De heer *Peter Bossaert*, CEO van VMMA, begint zijn toelichting met een kort overzicht van de geschiedenis van de Vlaamse audiovisuele sector sinds de start van VTM in 1989. Ondertussen bieden succesvolle zenders, creatieve productiehuisen en facilitaire bedrijven werk aan 10.000 mensen. De kwaliteit van het Vlaamse aanbod behoort tot de hoogste in Europa. De kijker – die in de eerste plaats verknocht bleek aan Vlaamse producties – kreeg bovendien meer aanbod, waarvoor hij dankzij de reclame niet hoefde te betalen.

Het aanbod en de beeldkwaliteit werden nog groter door de digitalisering. Er wordt vandaag meer televisie gekeken dan ooit. En op zich is dat goed nieuws.

De VMMA deed in 2004 al mee aan het proefproject ‘Vlaanderen Interactief’ van Telenet. De heer Bossaert onderstreept de toenmalige eensgezindheid over het model waarin omroepen en distributeurs de inkomsten uit digitale toepassingen onder elkaar zouden verdelen. Maar toen kwam de digicorder van de distributeurs, die aanvankelijk niet meer kon dan video-opnameapparatuur, maar gaandeweg steeds meer faciliteiten voor uitgesteld kijken bood. De distributeurs transformeerden tot bedrijven die pakketten van telefonie, internet en tv verkochten, waarbij de oorspronkelijke afspraak over de verdeling van de inkomsten uit de digitale toepassingen werd genegeerd.

Die ontwikkeling is fataal voor het ‘free to air’-model van commerciële omroepen, waarbij het programma-aanbod voor de consument wordt gefinancierd met reclame. Daarvan wordt 80 percent doorgespoeld bij uitgesteld kijken, waarvan het aandeel elke maand toeneemt. Niet alleen is er nu een partij die zonder toestemming geld verdient met de content van de omroepen, maar bovendien kunnen de omroepen ook hun kijkcijfers niet langer vertalen in reclame-inkomsten, die ze nodig hebben om hun programma’s te betalen. Het fenomeen doet zich in de eerste plaats voor bij Nederlandstalige fictie en vooral bij dure topprogramma’s, en minder bij live-uitzendingen. Vlaamse producties dreigen onbetaalbaar te worden. Een programma als *Code 37*, dat in 2009 nog een rendement van 30.000 euro per uitzending opleverde, maakt nu 10.000 euro verlies.

De heer Bossaert attendeert erop dat de programma’s die over een tot twee jaar uitgezonden worden, vandaag moeten besteld worden. Wie gaat ze betalen? Hij stelt een oplossing voor waarin noch het Vlaamse aanbod verdwijnt, noch de kijker meer betaalt. Zijn voorstel is gebaseerd op het Spotifymodel: gratis voor wie naar de reclame kijkt, te betalen voor wie doorspoelt. Het voorstel neemt de vorm aan van de keuze tussen de huidige digicorder, die reclame kan doorspoelen en een goedkopere, die geen reclame kan doorspoelen.

We staan nog maar aan het begin van de digitale revolutie en de keuzemogelijkheden zullen alleen maar toenemen, in het bijzonder wat internettelevisie betreft, maar die innovatie lijken de distributeurs vooralsnog niet zo interessant te vinden. Als Vlaanderen die boot niet wil missen, moet het de signaalintegriteit dringend bij decreet vastleggen. Het komt er onder meer op neer dat niemand met het signaal waarin de omroepen zoveel middelen, expertise en creativiteit steken, diensten mag ontwikkelen zonder hun voorafgaande toestemming. De regels moeten voor alle marktspelers duidelijk zijn en gerespecteerd worden. De heer Bossaert roept de nachtmerrie op van een distributeur die acht primetime-kanalen tegelijk opneemt, de reclame filtert uit de programma's die door anderen werden ontwikkeld, en deze dan met eigen reclame omringt.

Men kan er niet omheen dat het maken van Vlaamse programma's geld kost. Dat geld kan van de overheid komen, van de adverteerder of van de betalende consument. Gratis content bestaat echter niet. Desnoods kan wel beroep worden gedaan op goedkope inferieure buitenlandse content, maar is het de bedoeling dat kwaliteit achter de betaaldecoder verdwijnt?

De heer Bossaert besluit dat de huidige situatie onhoudbaar is. De overheid moet ervoor zorgen dat wie diensten exploiteert met het signaal van de omroepen, daarvoor hun toestemming verwerft. Anders dreigt duurder kijken of vershraling.

2. SBS

De heer *Philippe Bonamie*, CEO van SBS Belgium, stelt dat het Vlaamse televisieaanbod in vergelijking met het buitenland bijzonder rijk is, zowel kwantitatief als kwalitatief. De Vlaamse kijker is verwend door jarenlange investeringen in programma's en zendercontext – zijnde de programmaschema's en de lijn daarrond op het gebied van redactionele verantwoordelijkheid en betrouwbaarheid. Televisie heeft ook een sociale functie: samen leuke dingen beleven, een gevoel van sociale cohesie creëren en zelfs trendsettend zijn, bijvoorbeeld op het vlak van integratie.

De decreetgever verplicht de omroepen om Nederlandstalige content aan te bieden, dus moet hij hun ook het recht verlenen om die te beschermen. De omroepen vragen dat de sector erkent dat een signaal waarin veel tijd, energie en geld is gestopt, van de zenders is. Ook de heer Bonamie waarschuwt dat buitenlandse partijen over een aantal jaren aan onze deur zullen staan zonder enig respect voor de primaire eigendomsrechten. Verder vragen zij dat over de inhoudelijke en economische gevolgen van elke nieuwe functionaliteit wordt overlegd. De spreker verzekert dat de omroepen zich niet onredelijk afwijzend zullen opstellen.

Het project Stieve bewijst dat de omroepen niet tegen technologische vooruitgang zijn. Zij zijn ook zelf op zoek naar nieuwe zakelijke modellen, maar alles vereist tijd en middelen. Evenmin willen zij het kijkcomfort beperken. De zenders hebben de kijker nodig en willen alleen de balans terug in evenwicht brengen. Het voorstel zorgt niet voor een inversie van de machtsverhoudingen. Niets doen, leidt over enkele jaren tot een maanlandschap, dat zegt ook de Sectorraad Media. De belofte van een van de dienstenleveranciers om ongeveer 7,5 miljoen euro te investeren in de sector, juicht de heer Bonamie toe, maar hij plaatst dit meteen tegenover de 300 tot 400 miljoen euro die de omroepen elk jaar inzetten.

3. VRT

Mevrouw *Sandra De Preter*, gedelegeerd bestuurder van de VRT, bevestigt dat Vlaanderen een rijk en gevarieerd televisielandschap heeft, waarin kijkers toegang hebben tot Vlaamse en Nederlandstalige content. Dat is te danken aan de volgehouden inspanning

van openbare en particuliere omroepen. De essentie van de discussie over het voorliggende voorstel betreft volgens haar de continuering van een kwaliteitsvol aanbod van Vlaamse audiovisuele content. Fundamentele veranderingen in het medialandschap zetten dergelijke continuering echter onder druk. Zo zorgt de digitalisering ervoor dat de grens tussen spelers, bijvoorbeeld tussen de aggregerende en distribuerende dienstenverleners, vervaagt. De omroepen hebben steeds minder controle over de content ten aanzien waarvan ze decretale verplichtingen hebben, terwijl anderen in toenemende mate het gebruik van de content bepalen die niet van hen is. De technologische ontwikkeling biedt opportuniteiten maar baart ook zorgen. Het juridische kader houdt immers onvoldoende rekening met de nieuwe realiteit. Het voorstel van decreet komt hieraan tegemoet door van de dienstenverleners te verwachten dat zij vooraf de toestemming van de omroepen verwerven, willen zij het signaal aanpassen.

Mevrouw De Preter wijst op drie redenen waarom de VRT het voorstel van decreet steunt. De eerste reden is dat redactionele autonomie bijzonder belangrijk is voor de uitvoering van haar publieke opdracht. Er worden heel wat mensen en middelen ingezet in het doordachte en creatieve proces dat de ontwikkeling van de verschillende publieke netten inhoudt; zowel het Mediadecreet als de beheersovereenkomst leggen daarbij verplichtingen op. Vervolgens presenteert mevrouw De Preter een aantal screenshots met voorbeelden van buitenlandse ontwikkelingen die aantonen in welke realiteit we ons in Vlaanderen in de nabije toekomst zullen bevinden indien we de integriteit van het signaal niet beschermen. Het eerste voorbeeld betreft de Britse dienst TVCatchup, die zonder toestemming vijftig kanalen als lineaire streams aanbiedt, inclusief die van de BBC, waarbij men ongevraagd een pre-roll van dertig seconden te zien krijgt. Meer nog, tijdens het bekijken van het BBC-programma ziet men ook commerciële communicatie rond het BBC-beeld. Mevrouw De Preter kan zich moeilijk voorstellen dat we dit willen voor onze kinderen als ze naar de reclamevrije omgeving van Ketnet aan het kijken zijn.

Het tweede voorbeeld zijn de smart-tv's van Panasonic, waarin over het journaal van ZDF en sportuitzendingen van ARD heen banners met reclame voor andere diensten worden voorgeschoteld. Mevrouw De Preter stelt dat het ondenkbaar zou zijn om dergelijke banners over het VRT-journaal te plaatsen. Zoiets zou de integriteit van de VRT-nieuws- en duidingprogramma's zonder enige twijfel aantasten en is ook niet in lijn met de decretale bepalingen op dit vlak. Dat ook de mediagebruikers daar niet mee gediend zijn, blijkt uit haar derde voorbeeld, met name url's op Google waar mensen kunnen lezen hoe ze die vervelende banners kunnen vermijden.

De spreker argumenteert dat de kijkers de programma's van de openbare omroep als zodanig percipiëren en daarover terecht bepaalde verwachtingen hebben. Daarom is minstens voorafgaande toestemming nodig voor dergelijke pre-rolls, banners, integratie van sociale media of andere wijzigingen, toevoegingen of verpakkingen. De VRT is niet tegen vernieuwing, maar is wel bezorgd over haar redactionele autonomie en de integriteit van haar content. Zij vraagt daarom voorafgaand overleg met haar partners, de dienstenverleners bij de introductie van nieuwe functionaliteiten. Mevrouw De Preter benadrukt daarbij dat dit geen uitzonderlijke of excessieve eis is. Ook het Europees Parlement vroeg al aan de Europese Commissie om te bekijken hoe de integriteit van content kan beschermd worden tegen ongevraagde aanpassingen door derde partijen.

Duurzame innovatie en marktversterking vormen de tweede reden waarom de VRT het voorstel steunt. Daarmee bedoelt mevrouw De Preter innovatie met gunstige effecten op lange termijn voor alle spelers in de waardeketen en in het bijzonder de Vlaamse mediagebruiker. De situatie van het Vlaamse televisielandschap is uniek in vergelijking met andere kleine mediamarkten. De spreker verwijst onder meer naar andere markten zoals Ierland, Oostenrijk, Wallonië enzovoort. Als men die uitzonderlijke situatie wil continueren, moe-

ten zij die investeren in Vlaamse, Nederlandstalige content, een krachtige stem krijgen in de ontwikkeling van nieuwe diensten en functionaliteiten. Alle spelers moeten gezamenlijk streven naar innovatie. Dit voorstel van decreet draagt daartoe bij. De VRT verbindt zich alvast tot constructief overleg.

Mevrouw De Preter beklemtoont dat duurzame innovatie er niet alleen is voor de spelers in de markt, maar vooral de Vlaamse mediagebruikers dient. Dat is de derde reden voor de VRT om het voorstel te steunen, namelijk het tegengaan van de verschraving van het audiovisuele landschap die het gevolg zal zijn van teruglopende investeringen. De Sectorraad Media erkent dat dit risico bestaat. De mediagebruiker zal uiteindelijk het slachtoffer worden.

4. Belgacom

De heer *Steven Dewaele*, senior public affairs manager van Belgacom, deelt mee dat de gedachten van Mobistar over deze kwestie vrij gelijklopend zijn met die van Belgacom. Zij lopen niet warm voor een decretaale oplossing omdat een commerciële mogelijk is. Ze hebben wel begrip voor de initiatiefnemers, gezien acht jaar na de liberalisering 80 procent van de markt nog altijd in handen is van hun collega's uit Mechelen. Twee jaar na de CRC-beslissing van 1 juli 2011 is zij in de praktijk nog steeds niet gereguleerd. Men voorspelt dat het nog wel even kan duren voor er kabelaanbiedingen op de markt komen.

Ook de Raad van State stelt dat de rechten van de omroepen en de distributeurs onvoldoende afgewogen werden. Bovendien biedt de enige dwingende reden van algemeen belang – de bescherming van pluralisme en culturele diversiteit – volgens de heer Dewaele nog altijd geen vrijgeleide aan een dergelijk initiatief. Het voorstel is unilateraal, omdat het de zenders vrijwel een vetorecht verleent ten aanzien van de innovatie en de vernieuwing door de distributeurs. Die laatste bieden de kijker trouwens informatieverwerkende intelligentie waarmee hij juist aan de slag kan om programma's met verschillende origine en invalshoek te vergelijken, waarmee ze evenzeer een bijdrage leveren aan de diversiteit als de omroepen.

De heer Dewaele pleit voor een dialoog in een geest van wederzijds respect. De omroepen en de distributeurs zijn immers beide op zoek naar nieuwe domeinen omdat de producten en diensten van hun traditionele markten verbruiksgoederen zijn geworden. In convergerende markten hoeft het niet te verwonderen dat men elkaar tegenkomt. De gesprekspartners hebben een verschillende achtergrond, eerder technologisch of veeleer artistiek dan wel journalistiek, en moeten samen op zoek gaan naar wie de beste partij is om iets te doen.

Daarom moet een decretaal initiatief niet alleen beperkt worden tot de bescherming van pluralisme en culturele diversiteit, maar moet het ook de wederzijdse verantwoordelijkheid erkennen. Men mag niet de ene partij afhankelijk maken van de toestemming van een andere om zijn kerntaken voort te zetten. Het voorstel moet ervoor zorgen dat de twee partijen onderhandelen met het oog op een overeenkomst waarvan concurrentie, innovatie en consument beter worden. De slaagkansen van een dergelijke dialoog hangen in belangrijke mate af van de concurrentiedruk, en die ontbreekt nu bij de kabeloperatoren. Er moet immers worden vermeden dat een van de partijen zich in de luie zetel vlijt en de andere aan het lijntje houdt. En dat is waar het schoentje nog steeds knelt in Vlaanderen.

De heer Dewaele betreurt dan ook dat het voorstel technologische innovatie bemoeilijkt, gezien die juist de enige mogelijkheid biedt aan de alternatieve distributeur om met de kabeloperator te concurreren. De ervaring leert immers dat een lagere prijs weinig effect heeft. De decreetgever moet dan ook minstens rekening houden met de uiteenlopende onderhandelingsposities van de verschillende distributeurs. Voor de zenders is er een

groot verschil tussen onderhandelingen met een distributeur met 0 en een met 100 percent marktaandeel. Ergens daartussen kantelt de macht van de distributeur. Op beide dezelfde decretale maatregelen toepassen, is discriminerend. In dat verband waarschuwt hij voor bepalingen die haaks staan op het reguleringsbeleid dat naar een effen speelveld streeft.

5. Telenet

Mevrouw *Ann Caluwaerts*, senior vice-president public affairs and media, van Telenet, staat stil bij het totaal veranderde kijkgedrag sinds de begindagen van de televisie. In tegenstelling tot vroeger kijkt men vandaag waar en wanneer men wil en ook vaker op een eigen scherm, waarbij het internet een steeds grotere rol speelt. De CIM-cijfers leren dat uitgesteld kijken enorm toeneemt. PVR-kijken maakte in Vlaanderen 5,5 percent van de totale kijktijd uit. In een volledig digitale markt als het Verenigd Koninkrijk is dat al 8,5 percent, maar algemeen wordt het plafond geschat op 10 percent. Veel belangrijker is de ontwikkeling op het internet. Nu al kijken dagelijks 1 miljoen Belgen gemiddeld 24 minuten naar YouTube en zit 47 percent op Facebook. Van de Telenetklanten kijkt al 24 percent lineair op een tablet of een smartphone. Die exponentiële groei heeft impact op de advertentie-inkomsten van de zenders, maar ook de dienstenverleners krijgen er concurrenten door. Telenet heeft dan ook bezwaar tegen de ongelijke impact van het voorstel op de verschillende spelers. Wat de signaalintegriteit betreft – die Telenet op zich fair vindt – blijven de dienstverleners die niet in Vlaanderen gevestigd zijn, zoals bijvoorbeeld YouTube, buiten schot, net zoals smart-tv's bij de nieuwe functionaliteiten.

Vervolgens brengt mevrouw Caluwaerts de impact op de consument onder de aandacht. Die zal ofwel de prijs ofwel de functionaliteit treffen. Dat laatste effect kan omzeild worden doordat de consument via andere toestellen nog steeds zal kunnen opnemen of doorspoelen. De prijs biedt niet veel marge, aangezien het bedrag voor een basispakket televisie een van de laagste in Europa is. Omdat het auteursrecht volledig wordt doorgestort en de abonnementsprijs is gereguleerd, bevindt de marge zich uitsluitend bij de digicorders, maar een klant moet die al vijf jaar huren voor Telenet de eerste winst maakt.

Verder roept het voorstel ook juridische vragen op. De Raad van State heeft ernstige bezwaren geuit met betrekking tot het vrij verkeer van diensten. Als men de werking beperkt tot de Vlaamse spelers, schendt het dan weer het grondwettelijke gelijkheidsbeginsel. Het verstoort ook de verhoudingen tussen de verschillende spelers en rechtenhouders. Mevrouw Caluwaerts onderstreept in dit verband dat de huidige verhouding wel degelijk evenwichtig is. Telenet heeft op één na akkoorden met alle zenders voor al zijn diensten en zelfs van die ene wordt het signaal geleverd en uitgezonden. Men heeft elkaar feitelijk nodig. Bovendien betaalt de eindgebruiker nu al voor zijn thuiskopie via Auvibel, wat vragen doet rijzen op het vlak van mededingingsrecht en de privékopiewetgeving.

De echte oplossingen moeten elders gezocht worden. In dat verband merkt mevrouw Caluwaerts op dat het fenomeen niet exclusief Vlaams is. Telenet moedigt dan ook de Europese zoektocht aan. In relevante en targetted advertising worden de voordelen van internetreclame toegepast op televisie. De adverteerder wordt alleen betaald als de kijker het hele filmpje uitzit, waarmee hij echter ook informatie krijgt om zijn strategie beter te richten. Verder wordt met name in de Verenigde Staten heel wat onderzoek gedaan naar creatieve tv-reclamefilmpjes die de kijker aan het scherm houden in tijden van uitgesteld kijken en internet. Het derde spoor is het valoriseren van kijkcijfers op andere schermen, een publiek dat thans niet door de CIM wordt gemeten. Tot slot is er de diversificatie van inkomsten door de differentiatie op het niveau van betaalkanalen en comfortdiensten. Mevrouw Caluwaerts roept alle gasten op deze deeloplossingen samen te ontwikkelen.

Helaas bevat het voorstel geen enkele stimulans in die richting. De impact op de consument blijft onbekend omdat niet is onderzocht wat de omroepen met hun nieuwe recht willen doen. Buitenlandse spelers vallen niet onder het voorstel. Tot slot wijst mevrouw

Caluwaerts nog een keer op het negatieve advies van de Raad van State, op het ontbreken van een eenvoudige oplossing en op de Europese aanpak. In elk geval verwacht ze de oplossing van technologische innovatie maar dat vergt een gelijke positie van alle spelers in de plaats van extra rechten voor sommige.

6. Test-Aankoop

De heer *Ivo Mechels*, lobby and press manager, beschrijft de verwachtingen van de consument. Die wil een eenvoudig en goedkoop televisieaanbod van hoge kwaliteit overeenkomstig zijn wensen, goede beeldkwaliteit, gebruiksgemak en -vriendelijkheid, innovatieve diensten en functionaliteiten, en de mogelijkheid een gratis thuiskopie voor onbeperkte tijd te maken. Vervolgens noemt hij als risico's het feitelijke monopolie van de dienstverlener Telenet, de toename van content en/of functionaliteit die achter de betaalmuur terechtkomt, en de stijgende prijzen.

Voor Test-Aankoop blijft de kerntaak van de dienstenaanbieder distribueren. Dat moet gebeuren met respect, niet alleen voor de inhoud, de beeldkwaliteit en het gebruiksgemak bij alle zenders gelijk, maar ook voor de integriteit van het signaal, in het licht van het vertrouwen dat de consument stelt in de zenderidentiteit. Overleg tussen omroep en distributeur over functionaliteiten vindt Test-Aankoop normaal. Geen toestemming vragen, is geen gezonde marktpraktijk. Ingeval van operatoren met 'significant market power' kan ingrijpen noodzakelijk zijn.

De decoders van de kabeloperator zijn duur, technisch weinig degelijk en energieverwendend. De CI-kaart die in vrijwel elk modern tv-toestel past, biedt voldoende basismogelijkheden. Test-Aankoop wil dat de consument vrij voor het ene of het andere kan kiezen. Bij problemen zijn mededingingsautoriteiten gerechtigd om in te grijpen. In de energiesector is dat al nodig gebleken. Test-Aankoop verwacht ook dat de overheid de prijscontrole uitbreidt van het abonnement op kabeltelevisie tot het digitale aanbod, inclusief de huurprijs van decoders en de activeringskosten. Verder acht het de bescherming van de gratis thuiskopie een verworven recht.

De heer *Tom Crauwels*, project officer van Telenet, meent dat de verstoring van de pax media vooral te maken heeft met de verdeling van de inkomsten uit het opnemen en herbekijken van tv-programma's. Volgens Test-Aankoop moet dit voor de consument in elk geval gratis blijven en onbeperkt in de tijd. Hij verdedigt daarom het onderscheid tussen de beperking van het doorspoelen van reclame en die van het opnemen op zich. Hij heeft begrip voor het eerste, gezien de zenders er voor hun inkomsten afhankelijk van zijn. Publieke omroepen in het buitenland houden zich alvast niet bezig met dergelijke beperkingen en houden hun aanbod zo toegankelijk mogelijk. Als er al opname- of herbekekkrechten moeten betaald worden, komen die toe aan de auteurs en niet aan de zenders, noch aan de distributeurs waarnaar ze nu doorgeschoven worden.

Vergelijking met het buitenland leert dat de prijs van het digitale basisaanbod met de tien meest bekeken zenders vrij duur is omdat de pakketten in Vlaanderen erg veel zenders bevatten. Test-Aankoop juicht daarom het initiatief van Snow toe, waarbij de consument zelf zijn keuze maakt. In Frankrijk, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk kost de instap weinig en het abonnement niets. Verder wordt niet-lineair kijken de nieuwe melkkoe: het is nu al tien euro duurder en de Belg is, na de Engelsman, nu al de grootste consument van VoD content (meer dan 30 euro per tv-kijker per jaar). In Zwitserland werd het verbod op de thuiskopie opnieuw afgeschaft. In Duitsland beslissen de commerciële zenders zelf wat met hun signaal kan gebeuren.

De spreker vat samen dat de Amerikaanse voorbeelden (waarbij alle zenders opgenomen worden en waarbij reclame automatisch gefilterd wordt) te ver gaan en dat gezonde communicatie tussen de spelers interessanter is, zolang zij het recht op de thuiskopie niet aantast. Test-Aankoop is voor keuzevrijheid. Het VMMA-voorstel van een goedkoper aanbod zonder reclamedoorspoeling is aanvaardbaar.

7. Bespreking

De heer *Bart Tommelein* vindt het op zich niet verkeerd dat de zenders een sterkere onderhandelingspositie ten opzichte van de distributeurs willen om hun zakelijk model te verdedigen. Maar is het geen probleem dat een omroep zou kunnen beslissen om de ene distributeur wel een nieuwe functionaliteit te laten aanbieden en een andere niet? Op die manier zou men ook kunnen verhinderen dat een kleine speler de markt betreedt. Willen de omroepen dat ook de over-the-topspelers toestemming vragen, hoe onvoorstelbaar dat ook lijkt? Men mag de positie van de zenders trouwens niet onderschatten. Hij wijst daarbij op Stievie en de opkomst van de smart-tv's. Geloven zij niet in hun eigen innovatiemogelijkheden of verdedigen ze het voorstel om de tussentijd te overbruggen? Hoe beoordelen zij de aangekondigde CI+-kaarten?

Hebben de distributeurs belang bij een financieel gezonde Vlaamse audiovisuele sector of kunnen zij evengoed buitenlandse producten verdelen? Waarom is er in het eerste geval vandaag een probleem? Hoe beoordelen zij het toekomstige belang van de CI+-kaarten? Verdient Belgacom net als Telenet niets aan zijn decoders?

Hoe staat Test-Aankoop tegenover de waarborgen voor de eindgebruiker in het voorstel? Is de consument bereid comfort in te leveren voor een lagere prijs? Tot slot roept de heer Tommelein de vraag op of een onafhankelijk orgaan nodig is dat kan beslissen over disputen inzake signaalintegriteit.

De heer *Bart Caron* stelt vast dat alle gasten voorstander zijn van het principe van de signaalintegriteit zoals in het voorstel is weergegeven. Kunnen zij dat bevestigen? Klopt het dat het alleen juridische impact heeft op de Vlaamse dienstenverleners en niet op Apple of Google? In welke landen moet voor welke functionaliteiten een aparte vergoeding worden betaald en hoe wordt de opbrengst ervan verdeeld? Zou meer concurrentie in het distributieaanbod een positief effect hebben op de prijs? Zijn de zenders het eens dat de thuiskopie al geregeld is en dat er dus geen functionaliteiten kunnen afgesproken worden die dit beperken? Valt boven wat voorligt niet een decretale arbitrageregeling te verkiezen, die alleen toegepast wordt indien de partijen niet onderling tot een akkoord komen?

De heer *Jurgen Verstrepen* vraagt of Stievie geen stap is naar zelf distributeur worden, zeker als het platform wordt opengesteld voor andere zenders. Op welke manier weten zenders of de kijkers naar lineaire reclame kijken? Hoe gaan zij om met de nieuwste opnameapparatuur, die nog meer mogelijkheden biedt? Gaat de discussie niet eerder over het overslaan van reclame dan over de bescherming van het signaal? Hij heeft vandaag nog niet gehoord dat de garantie bestaat dat het niet duurder wordt voor de kijker. Hoe staan de zenders tegenover het distributeursstandpunt over de vrijheid van ondernemen? Beschouwen zij reclame ook als content? Vraag is ook wat men doet tegen het doorbreken van de signaalintegriteit vanuit het buitenland, desnoods door Vlaamse ondernemers.

Van Belgacom wil de heer Verstrepen graag meer uitleg over de spanning tussen het voorstel en het bestaande reguleringsbeleid. Zit het voordeel van de digicorder niet eerder in de afgesloten, controleerbare IP-omgeving dan in de huuropbrengst? Waar zien de distributeurs hun toekomst, in de verdeling van tv-signalen of in het aanbieden van internet en breedband?

De heer *Veli Yüksel* roept de vraag op in welke mate het zakelijke model van de commerciële omroepen mee is met de tijdsgeest. Waarom moet de overheid volgens hen in de markt ingrijpen of dat minstens mogelijk maken? Wat is het verschil met bijvoorbeeld de automobielsector? Hij heeft vastgesteld dat de distributeurs bereid lijken tegemoet te komen aan de bezorgdheid van de openbare omroep over de redactionele onafhankelijkheid. Toch sluit de omroep zich aan bij de vraag van de commerciële omroepen, die nochtans een ander probleem hebben. Wordt de onafhankelijkheid van de VRT-content dan niet gewaarborgd vandaag?

Welk alternatief stelt Belgacom voor? Zijn er in het afgelopen jaar initiatieven genomen of gesprekken gevoerd met het oog op een oplossing of is die ambitie niet waargemaakt? Waarom worden de inkomsten van uitgesteld kijken niet gedeeld met de omroepen?

Staan de consumenten volgens Test-Aankoop open voor gediversifieerde pakketten met verschillende prijzen? Hij wijst erop dat mededinging geen Vlaamse bevoegdheid is.

De heer *Wilfried Vandaele* stelt de vraag hoe Telenet tegenover het voorstel staat om verschillende pakketten met en zonder doorspoelen te verkopen. Welke richting gaat het Europese initiatief uit en wat is de timing? Voert Belgacom bij de invoering van functionaliteiten als banners de dialoog waarvoor het pleit? Is het gemakkelijk voor de omroepen om afspraken te maken met internetbedrijven als Google? Kunnen de omroepen de bewering hard maken dat digicorders een goudmijn zijn? Ook hij informeert naar de dialoog die in het afgelopen jaar is gevoerd en die hoe dan ook onvermijdelijk is. Hoe staan de sprekers tegenover arbitrage ingeval geen afspraken tot stand komen?

De heer *Wim Wienen* wil graag weten waarop de omroepen zich baseren om tegen de Raad van State in te stellen dat een decretale regeling van de signaalintegriteit wel conform het Europese recht is. Hij is niet zeker dat wat voorligt, niet van toepassing zou zijn op Apple of Google. Zijn de omroepen in dat geval niet bang om afwezig te blijven op die nieuwe platformen? Welke garantie is er dat de Vlaamse content vrij toegankelijk blijft? Brengt het voorstel de ultieme oplossing of hebben de omroepen te laat hun zakelijk model aangepast? Blijft de publieke opdracht van de VRT uitvoerbaar als het voorstel niet goedgekeurd wordt en de uitzendingen doorkruist worden door reclameboodschappen?

Welke stok achter de deur om het gesprek vlot te krijgen, ziet Belgacom als alternatief voor het voorstel? De heer Wienen sluit zich aan bij de vraag over de discrepantie met het reguleringsbeleid. Hij wil ook vernemen van Telenet waarom het een digicorder op de markt brengt waaraan het niets verdient. Wordt de argumentatie van Test-Aankoop niet onderuitgehaald doordat het niet-lineaire kijken zijn plafond bereikt en de groei in feite op het internet plaatsvindt?

De heer *Jo De Ro* informeert of het voorstel van de heer Dewaele haalbaar is en al besproken. Hij peilt ook naar de redenen voor het uitblijven van vooruitgang. Wat is de verhouding in de reclame-inkomsten tussen blokken en productplaatsing? Wat is het standpunt van de sprekers over de auteursrechten? Hoe hoog zijn ze in vergelijking met andere Europese landen? Zijn afspraken over de signaalintegriteit haalbaar met Angelsaksische spelers als Apple of Google op het vlak van de gevoeligheid voor drank, seks en vloeken?

De heer *Philippe De Coene* vraagt of hij uit de terugverdiëntijd van vijf jaar mag afleiden dat de digicorder van Telenet een marktwaarde heeft van 406 euro zonder en 492 euro met btw, of gaat het om de afschrijfw waarde? Wat de auteursrechten betreft, vraagt hij – desgewenst confidentieel – naar de verdeling van het integraal doorgestorte bedrag over

Vlaamse en buitenlandse omroepen en over auteursrechtelijke verenigingen, en naar de som van de geïnde bedragen. Hij wil ook weten of die gereviseerd is.

Vervolgens vraagt de heer De Coene of het Europees Parlement zijn eigen regelgeving over het vrij verkeer van diensten overschrijdt met zijn resolutie. Zijn de distributeurs bereid het regime uit te breiden met de voorgestelde gereduceerde functionaliteit tegen een lagere prijs?

De heer *Peter Bossaert*, verzekert de heer Tommelein dat een commercieel bedrijf ervoor zorgt dat zijn product in alle rekken ligt. Hij kan zich vandaag niet voorstellen dat VMMA op bepaalde platformen niet zou willen aanwezig zijn. Niemand betwist de noodzaak van signaalintegriteit. Het is logisch dat men de goedkeuring vraagt aan de eigenaar van het signaal waarmee men toepassingen ontwikkelt die voordelen opleveren. Hij onderstreept dat zijn maatschappij afspraken heeft met iedereen, ook met alle kleine spelers. Zo goed als alle deals die worden gesloten, doorstaan de toets van de signaalintegriteit. Dat moet bewijzen dat vanuit de distributie grip leeft voor de situatie.

CI+ vindt VMMA geweldig, maar encryptie is noodzakelijk om het signaal te beschermen. Het is een van de innovaties die een segmentering van de markt mogelijk moet maken. Vooralsnog is er slechts één product op de markt, met name de digicorder. Er zijn geen goedkopere versies voorhanden. De heer Bossaert is ervan overtuigd dat in de huidige economische situatie heel wat gezinnen goedkopere alternatieven zouden waarderen. Segmentering van de markt maakt dat het aanbod kan worden aangevuld met een digicorder met alle opties, behalve reclame doorspoelen, tot een CI+-kaart die andere voordelen van digitale televisie binnen bereik brengt. Andere producten zullen zich onmiskenbaar ook ontwikkelen in de richting van het duurdere segment. Zo kan de televisiemarkt voor elk wat wils aanbieden. Zowel de aanbieders als de kijkers of consumenten zijn vragende partij voor dat bredere aanbod. Om dat te realiseren, is signaalintegriteit nodig, in het kader van een al dan niet lineaire verdeling van producten en de tarieven ter zake.

Men vraagt zich af of het mogelijk is afspraken te maken met de grote bonzen zoals Apple en Google. Er kan blijkbaar goed gecommuniceerd worden met de grote partijen die al zijn langsgeweest. Het blijft echter moeilijk te gissen wat dergelijke grote spelers van plan zijn en op welke termijn, met het oog op een kleine markt als Vlaanderen. De digicorder is een feit sinds 2006 en het is volgens VMMA vooral zaak van klaar te zijn voor de steeds snellere ontwikkelingen en de uitdagingen.

Met Google is een deal gesloten over YouTube, dat als short form bekeken wordt en dus heel anders dan televisie, die inhoudt dat na elke Wat Als-uitzending een aantal items daarop gepubliceerd worden. Beide partijen blijken zeer tevreden met het akkoord. Mocht dat veranderen, kan de samenwerking stopgezet worden.

Over het gedrag inzake de lineaire reclameblokken zijn met UBA samen vele gesprekken gevoerd. Er zijn best wat stappen voorwaarts gezet. De heer Bossaert meldt met enige trots dat het zappercentage op die blokken bij VTM minder dan tien percent bedraagt en de laatste twee maanden zelfs maar zeven percent. Dat laatste is een historisch record. Zelfs bij 2BE, dat minder geworteld is, komt het percentage op waarden tussen dertien en vijftien percent, maar ook dat blijkt zeer goed. De clutter rond de blokken is sterk vermindert, zoals met de adverteerders is afgesproken. Er zitten ook nog maximaal twee eigen promoties rond de reclameblokken. De kijker wordt er niet meer mee belast. Bovendien is een betere balans gezocht tussen de onderbrekingsblokken en de scharnierblokken.

Stieve is een testplatform, waarover iedereen vooralsnog zeer enthousiast is. Er is nog niet beslist over de toekomst ervan. De heer Bossaert stelt er graag nog op terug te komen, zodra de testresultaten er zijn.

Er is gevraagd naar de signaalintegriteit vanuit het buitenland. De heer Bossaert verklaart dat het in die zin voor één keer een voordeel blijkt, en zelfs geruststellend is, in de oncomfortabele verhouding tussen distributeurs en omroepen, dat Vlaanderen een klein gebied beslaat, waar vooral Vlaamse content wordt bekeken. Daarvoor is er in het buitenland amper interesse. Het lijkt hem derhalve onwaarschijnlijk dat waar ook plots piratenzenders gratis Vlaamse content zouden releasen.

In hoeverre is het zakelijke model mee met de tijdsgeest en de nieuwe platformen, wilde de heer Yüksel weten. VMMA is er klaar voor, stelt de heer Bossaert. Er ontbreekt echter nog iets. Het is niet mogelijk waarde te creëren uit nieuwe platformen. Het debat over signaalintegriteit is daarin uitermate belangrijk om het Nederlandstalige free-to-airaanbod te vrijwaren. Men stelt vast dat 80 percent van de reclame die vervat zit in uitgesteld bekeken programma's, wordt doorgezapt. Dat is een fundamenteel probleem. Iedereen is het erover eens dat na uitzending alle programma's opvraagbaar moeten zijn in alle mogelijke vormen. In dat geval zijn er twee opties: gratis, als men door de reclame heen kijkt, of betalend indien men reclame wil kunnen skippen. De spreker noemt het Spotifymodel als voorbeeld.

Het principe spontaan toepassen, blijkt niet haalbaar omdat de marge blijft hangen bij de distributie. Zonder juridische middelen is daar niets aan te doen.

De omroepen geloven trouwens niet dat de digicorder niets zou opbrengen voor de distributie. Uit het jaarverslag van Telenet kan de spreker duidelijk opmaken dat dit niet klopt. Het document 'Vlaanderen Interactief' is in 2004 door Telenet en de omroepen samen opgesteld. Dat stelt ongeacht het voorgaande letterlijk dat de inkomsten die gerealiseerd worden uit toepassingen op digitale televisie, om die succesvol uit te rollen, moeten gedeeld worden onder alle partijen.

Mevrouw *Sandra De Preter* wil vooreerst opmerken dat wat de VRT betreft er veel vragen komen die met het voorstel van decreet weinig te maken hebben. Het voorstel houdt in dat voor het lineaire signaal dat wordt aangeboden door de VRT, de openbare omroep expliciet de redactionele eindverantwoordelijkheid wil opnemen, als het daarvoor ook de middelen in handen krijgt. Daarnaast gaat het om duurzame innovatie en hoe de kwaliteitscontent op de Vlaamse markt kan worden behouden.

Er is gevraagd of het decreet niet zal worden misbruikt om afspraken te maken met bepaalde partijen om dan functionaliteiten niet toe te staan bij andere partijen. Mevrouw De Preter stelt de vraagsteller gerust. Discriminatie mag niet eens, zo is expliciet in de beheersovereenkomst opgenomen, en gebeurt ook niet. Hetzelfde geldt voor over-the-topspelers, met wie de eerste gesprekken lopen. Als het voorstel van decreet goedgekeurd wordt en signaalintegriteit dus een feit wordt, dan zal dat ook op hen van toepassing zijn. Ook Stieve wordt eraan onderhevig, indien het uitgerold wordt.

Wat met de arbitragemogelijkheid? Mevrouw De Preter stelt dat men eerst het eigendomsrecht van het signaal moet definiëren. Ze maakt een vergelijking met de situatie van huurders en verhuurder. Een huurder mag niet zomaar ingrijpende verbouwingen doen zonder akkoord van de verhuurder. Dat moet omdat het eigendomsrecht juridisch is vastgelegd. Het is vooralsnog de vraag op welke juridische basis een arbitragecommissie zich zou moeten beroepen om een oordeel te vellen.

Mevrouw De Preter onderstreept dat het niet zozeer gaat om redactionele onafhankelijkheid dan wel om redactionele eindverantwoordelijkheid. Telenet zou dat absoluut niet in vraag stellen en niet van plan zijn iets te doen wat niet kan. Ze stelt dat er ook andere spelers komen en wel snel. De erkenning van de eindverantwoordelijkheid en het feit dat bepaalde zaken niet kunnen, betekent niet dat het voorstel van decreet niet moet kunnen doorgaan. Als er geen probleem is, dan ziet ze geen reden om dat niet te doen.

Mevrouw De Preter betreurt ook sterk dat Telenet er toch in geslaagd blijkt te zijn in de zomer van 2012 reclame voor King en Kong op een signaal van de VRT te laten verschijnen. Ze laat in het midden of dat al dan niet intentioneel was, maar stelt dat men niet kan voorspellen welke evoluties er nog te verwachten zijn. Technologie staat voor niets en dan is het veiliger het principe vast te leggen.

Het decreet inzake signaalintegriteit dient niet om niets toe te laten. De VRT wil mee met nieuwe evoluties en functionaliteiten, en sociale media activeren rond de eigen content. Het is voor de omroep evenwel essentieel dat men kan bepalen onder welke voorwaarden dat gebeurt. Zonder die toegewezen verantwoordelijkheid wordt het op termijn moeilijk om ook nog verantwoordelijk te zijn voor de inhoud die de kijkers te zien krijgen, een mix van VRT-content en toegevoegde content. Voor de eigen inhoud blijft de VRT vanzelfsprekend wel verantwoordelijk. Een kijker maakt echter het onderscheid niet en linkt automatisch alles wat op de zender komt aan de VRT zelf. Dat ervaart men als een grote bedreiging.

Het Europese initiatief spoort inhoudelijk wel met het concept dat voorligt, maar qua timing veronderstelt men dat er nog drie tot vier jaar over gaat vooraleer er sprake kan zijn van Europese wetgeving ter zake. Een sneller initiatief in Vlaanderen acht mevrouw De Preter raadzaam, gezien de bijzonder snelle evoluties.

Voor SBS legt de heer *Philippe Bonamie* uit dat inzake product placement de bedragen heel beperkt blijven. Het wetgevende kader laat weinig toe. Iedereen heeft voorbeelden van boetes voor productintegratie waarop niets is verdiend. Het is derhalve geen bron van inkomsten te noemen.

SBS vergeet de bondgenoot van het eerste uur niet en zoekt dus samen met de reclamesector naar maximaal bereik, over-the-top of op de bestaande platformen. Men heeft er net als VMMA geen enkel belang bij de kijkers eender wat te onthouden. Van discriminatie is geen sprake.

Evenmin wordt gevraagd om politieke interventie. De commerciële onderhandelingen lopen. Er zijn al effectief contracten met Telenet en Belgacom. Wat de toekomst brengt, blijft echter onzeker. Daarom wordt van de politiek gevraagd een wettelijk kader uit te tekenen om de gesprekken in de toekomst gemakkelijker te laten verlopen en de balans in het ecosysteem te herstellen, mede met het oog op wat door Europa en het Mediadecreet wordt opgelegd inzake pluralisme en culturele diversiteit.

Mevrouw *Fabienne Brison* advocate/raadsman van VMMA, VRT en SBS, gaat in op enkele juridische vragen. Ze wil drie aspecten verhelderen.

In eerste instantie is er de vraag gesteld naar de link met het auteursrecht. Er werd tijdens de hoorzitting meermaals gewezen op de vergoeding voor de thuiskopie. Vooreerst betreft de mogelijke thuiskopie slechts een van de vele facetten die door het voorstel van decreet worden afgedekt. Met de vergoeding voor de thuiskopie in het auteursrecht heeft het voorstel van decreet niets te maken. Dat behelst een regeling die is voorzien in de Auteurswet maar verleent de eindgebruiker geen recht op een thuiskopie. De regeling gaat

ervan uit dat iets niet kan worden gecontroleerd – of iemand al dan niet een kopie neemt thuis. De Auteurswet voorziet ter compensatie in een vergoeding voor de rechthebbenden, zoals auteurs, uitvoerende kunstenaars bijvoorbeeld acteurs en producenten. De omroepen krijgen hiervoor echter niets.

Het voorliggende voorstel van decreet betreft twee heel andere maatregelen. De eerste gaat over de bescherming van de signaalintegriteit en de tweede over het vereisen van de toestemming van de omroep voor het aanbieden van functionaliteiten. De maatregelen hebben ook twee verschillende doelstellingen. De eerste moet de redactionele autonomie beschermen. De tweede moet het aanbod aan Nederlandstalige producties op de Vlaamse zenders beschermen. Geen van beide doelstellingen houdt verband met het auteursrecht. Het auteursrecht is bovendien een federale materie. Hier is sprake van een aangelegenheid waarvoor het Vlaams Parlement bevoegd is.

De vraag werd gesteld of het voorstel van decreet van toepassing is op buitenlandse dienstenverdelers die gebruikmaken van andere technologieën zoals het internet, bijvoorbeeld Googletelevisie. Het voorstel van decreet beoogt twee maatregelen die gelden voor alle dienstenverdelers waarvoor de Vlaamse decreetgever bevoegd is. Dat zijn niet uitsluitend de dienstenverdelers die in Vlaanderen gevestigd zijn, maar de dienstenverdelers, ongeacht waar die gevestigd zijn. De Raad van State bevestigt dat het voorstel van decreet ook voor buitenlandse dienstenverdelers zou gelden. Dergelijke toepassing is mogelijk in het licht van de Europese richtlijnen en het subsidiariteitsbeginsel. Buitenlandse ondernemingen die aan de definitie van dienstenverdelers zoals omschreven in het Mediadecreet beantwoorden, ressorteren onder de bepalingen van het voorstel van decreet. Zodra men meer omroepdiensten dan van de eigen omroep wil aanbieden in de Vlaamse Gemeenschap, geldt de nieuwe regel, ook als er gebruikgemaakt wordt van een elektronisch communicatienetwerk. Ook dat laatste begrip is gedefinieerd in het Mediadecreet en viseert uitdrukkelijk het internet. Googletelevisie zal onderhevig zijn aan de bepalingen van het voorstel van decreet.

Wat de verhouding tussen dit voorstel van decreet en de vrijheid van ondernemen betreft, zit dat laatste principe onder meer verankerd in het handvest van de grondrechten van de Europese Unie en wordt het uitdrukkelijk vermeld in het advies van de Raad van State. Het staat daar evenwel niet alleen, verduidelijkt mevrouw Brison. Daar staat ook nog de vrijheid van meningsuiting in vermeld, bijvoorbeeld van de omroepen die een redactionele autonomie moeten hebben en de redactionele verantwoordelijkheid moeten dragen. De omroepen hebben de vrijheid en het recht om hun mening verdeeld te zien, zoals zij dat wensen.

Ook de waarden van pluralisme en culturele diversiteit worden door de Europese wetgever en het Hof van Justitie uitdrukkelijk erkend. In het geval van dergelijke belangenconflicten, moet naar de beste oplossing gezocht worden. Een proportionele maatregel is dan het doel. Ook de Raad van State nodigt daartoe uit. Mevrouw Brison citeert uit het advies: “Een weigering van een of meer omroeporganisaties van hun toestemming om welke reden ook, heeft tot gevolg dat die dienstenverdelers mogelijkerwijs belangrijke technische wijzigingen in zijn functionaliteiten moet aanbrengen of die functionaliteiten minstens moet differentiëren naargelang er al dan niet een toestemming werd bekomen van de betrokken omroeporganisaties.”. Na grondige overweging stellen de omroepen voor om het toepassingsgebied van de tweede maatregel, die de functionaliteiten aangaat, te beperken tot de lineaire televisieomroepprogramma's die onderworpen zijn aan artikel 154 van het Mediadecreet. De maatregel viseert dan nog alleen de lineaire televisieprogramma's van die omroepen die verplicht zijn om een aanzienlijk deel van hun zendtijd aan Nederlandstalige producties te besteden. Andere zenders vallen dan uit de boot, maar zij hebben voor de leefbaarheid van hun lokale ‘content’ het voorstel van decreet niet nodig. De nu geviseerde zenders hebben dat wel nodig. Zo zou ook een expliciete link gelegd worden met de doelstelling van de maatregel, die volkomen conform is aan het Europees recht.

De heer *Steven Dewaele* gaat in op de vraag wat voor Belgacom dan wel de goede oplossing is. Hij herhaalt dat de voorgaande sprekers ervan uitgaan dat het absoluut noodzakelijk is om in het voorstel van decreet te verduidelijken dat het signaal eigendom is van de zender. In een tweede fase zou daaruit voortvloeien dat het mogelijk wordt dat de distributeurs voor elke ingevoerde functionaliteit de toestemming van de zender moeten vragen.

Belgacom is van mening dat de tekst verbeterd kan worden door te expliciteren welke effecten op het signaal de types functionaliteiten niet mogen hebben. Men moet echter nog verder gaan, omdat er wel meer te bespreken valt tussen zender en distributeur. Een distributeur gebruikt een signaal van een zender in een bepaalde functionaliteit om een meerwaarde te creëren voor de kijker, maar omgekeerd vraagt een zender soms ook iets van de distributeur. Er zijn derhalve stevast commerciële onderhandelingen nodig. Het lijkt Belgacom logischer dat het voorstel van decreet die feitelijke onderhandelingen opneemt en daarbij voorwaarden vooropstelt. Er zijn ontelbare mogelijkheden in die zin, stelt de heer Dewaele, zoals een timing inschrijven, derden betrekken, een bemiddelende partij betrekken, een instelling bevoegd maken voor het trancheren of beslechten van zaken enzovoort. Federaal zijn de ervaringen met die laatste optie niet zo best vanwege het grondwettelijke aspect. Een administratieve overheid komt immers tussen in de subjectieve rechten van twee burgerlijke partijen.

De heer Dewaele wijst er uitdrukkelijk op dat het een verhaal is van twee partijen die op zoek zijn naar nieuwe domeinen om te exploreren en te ontginnen. Ze komen elkaar hoe dan ook tegen en ontdekken al dan niet tegelijk zaken waaraan ze kunnen verdienen. Dan komt het erop aan uit te maken wie wat zal doen. Een andere mogelijkheid is verticale integratie, met name opkoop of aligneren. Zolang het om afzonderlijke partners of entiteiten gaat, is er echter overleg nodig. Belgacom ziet dat dan liever in het voorstel van decreet ingeschreven. Met de voormalige Telecomwet zag Belgacom – dat het gros van de aansluitingen in handen had – zich verplicht om afhankelijk van wat werd gevraagd, toegang te bieden tot het netwerk. Ook daarin werden diverse mogelijkheden gehanteerd, zoals termijnen vastleggen, een derde partij – de regulator – voorwaarden laten vastleggen, of trancheren. Dat concept overnemen in het voorstel van decreet lijkt de heer Dewaele een zinvolle ingreep. Niemand betwist dat het signaal eigendom is van de zenders, maar dat kan niet impliceren dat alles uit de ‘core business’ van de andere partij ter goedkeuring moet worden voorgelegd. Het bekomen van een toestemming, zit vervat in het principe van onderhandeling en tot overeenstemming komen.

De heer Dewaele antwoordt op de vraag van de heer Verstrepen over de spanning tussen het voorstel van decreet en het bestaande mediabeleid. Met dit voorstel van decreet zitten er inderdaad tegengestelde handelingen in het beleid. De VRM krijgt instrumenten om het gedrag van een partij met aanmerkelijke marktmacht aan banden te leggen en de concurrentie te versterken. Aan de andere kant plant men met dit voorstel in het Mediadecreet bepalingen op te nemen die de concurrentie zullen verzwakken. Sinds 2005 is de enige mogelijkheid voor Belgacom om te concurreren met de kabeloperatoren, inzetten op technologische innovatie – wat ook de ‘core business’ is van het technologische bedrijf dat Belgacom is. Een voorstel van decreet dat net die mogelijkheid lamlegt, zal de concurrentie en de markt voor televisiedistributie fnuiken. De heer Dewaele houdt een pleidooi voor consistentie tussen de inspanningen van de VRM – zoals bijvoorbeeld Telenet verplichten tot openstelling van de kabel – en de maatregelen die potentieel genomen zullen worden – zoals bijvoorbeeld de dominante operator de mogelijkheid bieden om interessante content, zoals de Vlaamse series, exclusief aan zich te binden. Als dezelfde maatregelen worden toegepast op de dominante en de alternatieve operator, dan ga je de alternatieve operator veel ingrijpender verzwakken.

Belgacom heeft zoals de heer Vandaele vraagt, inderdaad ooit een banner over een signaal van een zender geplaatst. Daar werd over overlegd en de fout werd niet meer gemaakt. Belgacom blijft pleitbezorger voor de dialoog, en voor onderhandelingen tussen twee partijen, eerder dan dat één partij toestemming moet vragen aan de andere om zijn 'core business' te mogen verderzetten.

Er is altijd een decoder of een stuk versleuteling nodig. Een consument die het abonnementsgeld niet betaalt, mag namelijk niet verder gebruik kunnen maken van het signaal. Dat zit in de CI-sleutel. Het openstellen aan de kabelkant is makkelijker omdat daar meer standaardisering voorkomt. Dat biedt de consument een stuk vrijheid, maar hij kan nog steeds niet overschakelen van kabel naar draad of omgekeerd. Daarvoor is de dubbele decoder nodig. Een stuk van de financiële last voor de consument kan verplaatst worden naar de decoder die verwerkt zou kunnen worden in het televisietoestel.

De vraag werd gesteld wat Belgacom aan de decoder verdient. De heer Dewaele zegt dat hij deze vraag nu niet kan beantwoorden, maar het antwoord aan de commissieleden zal bezorgen.

Mevrouw *Ann Caluwaerts* meldt in eerste instantie dat Telenet er zeker belang bij heeft dat de omroepen financieel gezond blijven. Meer dan 80 percent van de kijkcijfers zit bij de drie Vlaamse omroepen. De kijkers waarderen de content. Telenet heeft met het oog daarop zijn vergoedingsbeleid enige jaren geleden al herzien en gekoppeld aan de kijkcijfers. Daarmee gebeurt een heralignatie van wat er aan buitenlandse en Vlaamse zenders wordt betaald.

Is CI+ een deel van de oplossing? Telenet lanceert het in de zomer van 2013 specifiek voor de klant die geen behoefte heeft aan interactiviteit en opnamemogelijkheden maar wel alle digitale kanalen ter beschikking wil hebben. De digibox die al op de markt is, laat dan weer wel interactiviteit toe, zonder opnamefaciliteit. Er is dus meer dan de digicorder.

Wat met de alternatieve denksporen, zoals de redactionele autonomie en de VRM als arbitrage-entiteit? Telenet staat voor beide scenario's open. Het grootste bezwaar van het bedrijf spitst zich toe op het tweede luik van het voorstel van decreet, waarbij voor alle soorten functionaliteit de toestemming van de zender gevraagd moet worden.

Waarom internationale over-the-topspelers niet onder het decreet zouden ressorteren, wordt juridisch toegelicht door de heer *Luc Machtelinckx*, General Counsel van Telenet. Wat valt onder het toepassingsgebied van het voorstel van decreet? Het voorstel van decreet zelf heeft het over een dienstenverdelers die zich moet aanmelden bij de VRM. Die wordt gedefinieerd als "wie in de Vlaamse Gemeenschap een aanbod van omroepdiensten op de markt brengt". Een dienstenverdelers die in het buitenland al erkend is en een bepaald pakket aanbiedt, met eventueel een aantal Vlaamse zenders, via de VRM opleggen om zich nogmaals te laten vergunnen, wordt volgens de spreker zo goed als onmogelijk. Eenmaal vergund in een land om bepaalde diensten te verdelen, geldt het principe van de vrijheid van diensten, zoals ook de Raad van State aangaf. In feite is dit een oplosbaar vraagstuk. Ofwel vallen die partijen er wel onder, en dan heb je een probleem van vrijheid van diensten en dus van afdwingbaarheid ten aanzien van die internationale over-the-topspelers. Ofwel vallen die partijen er niet onder, en dan heb je een probleem van discriminatie en dus van afdwingbaarheid ten aanzien van de nationale dienstenverleners. Dit zijn als het ware communicerende vaten. Beperkingen opleggen geeft dan ook problemen. Het voorstel beperken tot Vlaamse zenders lijkt Telenet eveneens een vergroting van het probleem inzake discriminatie.

Mevrouw *Ann Caluwaerts* gaat verder in op de strategie met betrekking tot de digicorder. Wil Telenet een afgesloten IP-omgeving creëren? De standaard en de technologie waar-

voor is gekozen, MHP, werd overeengekomen met de hele sector. Bovendien moet de lancering van de CI+-CAM aantonen dat het niet de bedoeling is in die omgeving alleen een digicorder te laten bestaan. Tot slot stelt ze formeel dat Telenet geen vragende partij is voor encryptie van signalen. Het bedrijf is bereid een ongecodeerd aanbod op de markt te brengen. Encryptie is de keuze van een zender en niet van Telenet.

Dat er wel degelijk confidentiële onderhandelingen en gesprekken worden gevoerd tussen de betrokken partijen, en dat sinds juli 2012, kan mevrouw Caluwaerts bevestigen.

Er zijn veel vragen gesteld over de financiële realiteit van de digicorder, onder meer waarom de inkomsten niet gedeeld worden met de zenders en waarom er geen goedkoper product op de markt wordt gebracht waar reclame niet mee kan worden doorgespoeld. De heer *Renaat Berckmoes*, CFO van Telenet, stelt meteen dat er op de settopboxen gewoon geen winst gemaakt wordt. Dat kan mathematisch ook aangetoond worden. Onder de nodige confidentialiteit kan Telenet deze informatie laten auditen en aan de commissie bezorgen, zodat deze misvatting wordt opgehelderd.

Wat in het jaarverslag staat, gaat over de omzet die op settopboxen wordt geboekt. Die is significant. In 2011 bedroeg deze 61 miljoen euro en in 2012 bijna 85 miljoen euro. Over de rendabiliteit van het settopboxmodel zelf, wordt echter in het jaarverslag niets gezegd. Het via economische redenering aangehaalde bedrag van 400 euro staat voor een break-even in direct functioneel toewijsbare kosten over de levensduur, stelt de heer Berckmoes. De kostprijs van de box en import, repair en reverse (inruil) en de tussenpersonen zitten daarin vervat. Waarom koos Telenet ervoor geen winst te maken daarop? Het verschil in prijs met de digibox is louter ingegeven door de kostprijs van de box zelf, harddisk en de grotere fall-out ratio van een digicorder. De prijzen van digitale televisie en dus huur van de digibox en digicoder en dergelijke zijn in 2005 als eerste in de markt gezet door Belgacom en Telenet. Omwille van de concurrentiepositie moest Telenet zich ook daarop richten. Telenet heeft ervoor geopteerd om net kostendekkend te werken.

Mevrouw *Ann Caluwaerts* licht nog de ratio van 3,18 euro tegenover 15 euro abonnementsgeld, ten opzichte van andere landen, toe. Zij stelt enkel te kunnen vergelijken met andere UPC of Libertylanden. In vertrouwen is ze bereid de desbetreffende documenten te laten inkijken. De vergoedingen die Telenet betaalt in vergelijking met anderen in de groep, zijn vrij hoog.

Vervolgens verwijst mevrouw Caluwaerts naar een openbaar beschikbaar investeerdersrapport waarin de transmissie- of contentvergoedingen ten opzichte van de gemiddelde prijs in de Verenigde Staten opgenomen zijn. Daar is de verhouding 2,4 percent. Uiterekend komt men voor Vlaanderen op 10 percent, of viermaal meer.

Wat de auteursrechten betreft werd bovendien de vraag gesteld naar de verdeling van het bedrag over de verschillende omroepen en verenigingen. Ze is ook bereid deze verdeling in de groeperingen in vertrouwen mee te delen. Dat er een onafhankelijke audit op gebeurt, kan ze volmondig bevestigen. Het verslag kan ter beschikking worden gesteld. Het globale bedrag belooft 3,18 maal 2,2 miljoen klanten, btw inbegrepen in 2012 of 69 miljoen euro, zonder btw. Het grootste deel daarvan gaat naar de zenders, een ander deel naar de beheersvennootschappen.

In verband met de green paper van de EU over connected tv stelt mevrouw Caluwaerts dat dit niet strijdig is met het vrije verkeer van diensten, omdat het concept over heel Europa toegepast zou worden. De green paper behandelt de signaalintegriteit zoals gedefinieerd met betrekking tot de redactionele autonomie en niet over het aspect van de extra functionaliteiten die in het voorstel van decreet wel is meegenomen.

Tot slot gaat mevrouw Caluwaerts kort in op de vraag naar een goedkopere versie van bestaande pakketten waarmee reclame niet kan worden doorgespoeld. De heer Decoene stelde daartegenover dat met het bestaande pakket die functionaliteit dan wel aanwezig zou blijven voor de gekende prijs. Telenet is absoluut voorstander van keuzepakketten voor de klant. Het concept om de digicorder goedkoper te maken als de reclame niet kan worden doorgespoeld, stuit op twee bezwaren. Ten eerste is er al geen marge op de prijszetting van de digicorder. De functionaliteit om reclame niet te kunnen doorspoelen, vergt bovendien een belangrijke investering inzake IT. Ten tweede is er een mededingingsrechtelijke factor. De zender kan niet opleggen wat de eindconsument als prijs krijgt voor een dienst die zo wordt aangeboden.

Dat wordt door de heer *Luc Machtelinckx* nog verder toegelicht. Mocht het voorstel van decreet goedgekeurd worden zoals het voorligt, en er aan een zender toestemming voor een bepaalde functionaliteit moet worden gevraagd, die dan weer als voorwaarde daaraan een bepaalde retailprijs voor een product gekoppeld wil zien, dan rijst er een mededingingsrechtelijke kwestie. Tussen partijen kunnen geen afspraken gemaakt worden over retailprijs voor de eindklant. Dezelfde bekommernis geldt voor eventuele beperkingen aan de PVR-functionaliteit op zich. In Duitsland zijn in dat verband al zware boetes opgelegd, bijvoorbeeld de boete van 55 miljoen aan RTL/Prosieben. Die problematiek wordt in Vlaanderen overigens nog des te prangender sinds initiatieven als Stievie. Bovendien lost een dergelijk voorstel van decreet dit issue niet op, integendeel. Zorgvuldigheid is de boodschap.

Aan Test-Aankoop werd gevraagd of de consument bereid zou zijn om in ruil voor een lagere prijs een stukje comfort in te leveren. De heer *Tom Crauwels* stelt dat elke consument zijn eigen keuzes bepaalt. Test-Aankoop is de facto pro keuzevrijheid. In het buitenland bestaat die keuze, dus is er ook een markt voor. De discussie over welke functionaliteiten dan moeten ingeleverd worden, blijft nog te voeren. In die optiek moet rekening gehouden worden met prijsgaranties voor wat er al is. Een marktconforme prijs is essentieel en zal door Test-Aankoop opgevolgd worden.

De heer *Ivo Mechels* voegt eraan toe dat Test-Aankoop het naast elkaar bestaan van verschillende pakketten graag tegemoet ziet. Over het originele voorstel van VMMA is men zeer te spreken mits er een prijsgarantie wordt ingebouwd, meer specifiek dat de huidige functionaliteiten – zijnde een thuiskopie onbeperkt in de tijd en een doorspoelmogelijkheid – op het huidige prijsniveau blijven bestaan en dat de nieuwe mogelijkheid zonder reclame doorspoelen, goedkoper wordt. Er is hoe dan ook een markt voor een gedifferentieerd aanbod. Bestaande functionaliteiten moeten aan marktconforme prijzen voorhanden blijven. Test-Aankoop stelt dat men dit aan mededingingsautoriteiten kan overlaten, maar bekijkt zelf consumentenbelangen altijd vanuit een breder kader, dat soms het Vlaamse niveau overstijgt. Er zijn derhalve mededingingsrechtelijke praktijken in het spel, maar daarnaast ook marktpraktijken en de Vlaamse bevoegdheden die spelen.

De heer *Tom Crauwels* verneemt dat Telenet bij CI+ geen opnamefaciliteit wil voorzien, terwijl dat in het buitenland wel kan. Is die vraag ook van de zenders afkomstig, vraagt hij zich af. Voor Test-Aankoop blijft het opnemen een basisfunctionaliteit voor de kijker. Uiteindelijk blijkt het om een misverstand te gaan en zal de nieuwe CI+-module de opnamefunctionaliteiten van het toestel waarin ze geplaatst wordt niet blokkeren.

De heer *Philippe De Coene* dankt de sprekers voor hun uiteenzetting en verduidelijkingen.

Philippe DE COENE,
voorzitter

Wilfried VANDAELE,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

CEO	Chief Executive Officer
CFO	Chief Financial Officer
CI	common interface
CI+	common interface plus
CI+-CAM	common interface – conditional access module
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
CRC	Conferentie van regulatoren voor de elektronische communicatiesector
EU	Europese Unie
IP	Internet Protocol
MHP	Multimedia Home Platform
PVR	Personal Video Recording
RTL	Radio Télévision Luxembourg
SBS	Scandinavian Broadcasting Systems
UBA	Unie van Belgische Adverteerders
UPC	United Pan-European Communications
VMMa	Vlaamse Media Maatschappij VoD Video on Demand
VoD	Video on Demand
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie