

Leefbaarheid van productie, aggregatie en distributie van audiovisuele content in Vlaanderen

Guillaume Boutin
Chief Consumer Market Officer

14 februari 2019

Sensitivity: Confidential

proximus

4,9
Miljoen

Mobiele
klanten

2
Miljoen

Breedband
Internet klanten

1,6
Miljoen

Digitale TV
klanten

2,7
Miljoen

Vaste Telefonie
klanten

~1/3

Marktaandeel TV
& Internet in de
Telenet zone

(Afgeronde Q3 2018 kwartaal cijfers: bron: www.proximus.com)

#shifftodigital

Proximus investeert:

Om commerciële diensten aan klanten aan te bieden:

- Infrastructuur en platformen
- Aankopen van rechten om content te verdelen
- Aggregatie strategie met betrekking tot content
- De beste mogelijke ervaring om de content aan te bieden
- Nieuwe advertentie-modellen

Om Vlaamse zenders te steunen investeren we ook via:

- Stimuleringsverplichting
- Tax-Shelter

Evolutie van het kijkgedrag:

Belangrijke shift van het lineair tv-kijken naar het uitgesteld kijken:

- Versnelling van dit fenomeen de afgelopen jaren
- Voornamelijk bij het jongerendoelpubliek (-25 jarigen)

De groei van het niet-lineaire gebruik wordt versterkt door de internationale platformen

Ons doel is om deze shift te begeleiden:

- Kijktijd op de lokale zenders te behouden.
- De waarde van content en advertentie-investeringen duurzaam te maken

Rol van Proximus:

Optimaliseren van de gebruikerservaring:

- Om te kunnen concurreren met internationale pure players (eg. Netflix)
- Het gebruik van Replay te stimuleren i.p.v. opnames

Ontwikkelen van nieuwe reclame-modellen om nieuwe inkomsten te genereren:

- Targeted Advertising op live tv
- Nieuwe formaten en Targeted Advertising op non-lineaire content

De consument heeft hoge standaarden en verwachtingen:

Het is de missie van Proximus om de consumenten op de lokale platformen te behouden:

- Kijkers de mogelijkheid bieden om hun favoriete content te bekijken
- Dit op alle mogelijke toestellen
- Aan de hand van een gebruiksvriendelijke userinterface

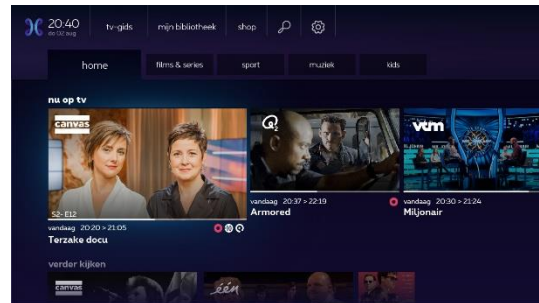
favoriete content



op alle toestellen



met de beste kijkervaring



Conclusie

Proximus gelooft in een sterk lokaal Vlaams media landschap

- Het tv-kijken zoveel mogelijk in het Vlaams ecosysteem behouden
- Een best-in-class ervaring op onze platformen aanbieden om nieuwe consumptie-formaten te stimuleren
- Verder werken aan intelligente reclame-modellen met de medewerking van alle spelers in de sector.

Dank U