



Vlaams
Parlement

ingediend op **1925** (2018-2019) – Nr. 1
20 maart 2019 (2018-2019)

Verslag van de gedachtewisseling

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers

over het rapport van Econopolis
'Leefbaarheid van productie, aggregatie en
distributie van audiovisuele content in Vlaanderen'

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Bart Caron.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Wilfried Vandaele, Miranda Van Eetvelde, Manuela Van Werde, Herman Wynants;

Karin Brouwers, Sabine de Bethune, Joris Poschet, Orry Van de Wauwer;

Lionel Bajart, Jean-Jacques De Gucht;

Yamila Idrissi, Katia Segers;

Bart Caron.

Plaatsvervangers:

Paul Cordy, Kathleen Krekels, Ludo Van Campenhout, Karl Vanlouwe, Elke Wouters, Peter Wouters;

Cindy Franssen, Maurice Helsen, Tinne Rombouts, Johan Verstreken;

Rik Daems, Francesco Vanderjeugd;

Bert Moyaers, Tine Soens;

Imade Annouri.

Documenten in het dossier:

1880 (2018-2019) – Nr. 1: Verslag van de hoorzitting

1923 (2018-2019) – Nr. 1: Verslag van de hoorzitting

INHOUD

1. Vragen en opmerkingen van de commissie	4
1.1. Manuela Van Werde	4
1.2. Karin Brouwers	5
1.3. Bart Caron	6
2. Antwoord van de minister	7
3. Aanvullende vragen en antwoorden	9
3.1. Manuela Van Werde	9
3.2. Karin Brouwers	9
3.3. Bart Caron	10
3.4. Minister Sven Gatz	10
Gebruikte afkortingen	11

Op donderdag 21 februari 2019 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een gedachtewisseling over het rapport van Econopolis 'Leefbaarheid van productie, aggregatie en distributie van audiovisuele content in Vlaanderen', met Sven Gatz, viceminister-president van de Vlaamse Regering en Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel.

Over hetzelfde rapport had de commissie op 6 december 2018 een hoorzitting gehouden met de onderzoekers van Econopolis (*Parl.St.* VI.Parl. 2018-19, nr. 1880/1), en op 14 februari 2019 met de audiovisuele sector (*Parl.St.* VI.Parl. 2018-19, nr. 1923/1).

1. Vragen en opmerkingen van de commissie

1.1. Manuela Van Werde

Manuela Van Werde leerde uit de hoorzitting van 14 februari dat iedereen veranderingen op het vlak van reclame noodzakelijk vindt. De commerciële zenders vragen dat een deel van de advertenties unskippable worden. Adverteerders willen een zo groot mogelijk publiek en keuze uit verschillende kanalen. Ook zij vragen een beperkt volume unskippable advertising. Distributeurs willen daarentegen het kijkerscomfort niet aantasten om de kijkers niet aan Netflix te verliezen, en vragen dus veeleer gepersonaliseerde reclame. De Var stelt trial and error voor van enkele systemen.

N-VA vindt echter na twee jaar de tijd rijp voor een concreet voorstel van de sector zelf, waarbij de minister van Media eventueel als bemiddelaar kan optreden. Hoe kijkt minister Gatz tegen het reclameprobleem aan? Staat hij achter een zekere hoeveelheid niet-doorspoelbare reclame?

De VRT pleit om haar reclameplafond op te heffen omdat dat de markt ten goede zou komen. Dat spreken de commerciële spelers natuurlijk tegen. Zij vinden, net als N-VA, dat de VRT zich terughoudend moet opstellen. Welke mogelijkheden ziet de minister voor de reclame-inkomsten van de VRT?

Dat Medialaan en de VRT een gezamenlijk initiatief overwegen als tegenzet van Netflix, is een goede zaak. SBS maakt kritische kanttekeningen en stelt zich vragen bij het economische model. Duidelijk is in ieder geval dat een dergelijk initiatief alleen mits overheidsinvesteringen kan slagen. Manuela Van Werde zou prefereren dat de VRT en Medialaan nog voor de verkiezingen een voorstel bekendmaken.

Alle sprekers waren het erover eens dat de bijdrage van OTT-spelers als Netflix eigenlijk te klein is, peanuts in vergelijking met hun omzet in Vlaanderen. De productiesector stelt daarom voor de bijdrage te berekenen in verhouding tot de winst: een bijdrage van 1 miljoen euro op een winst van 49 miljoen euro is inderdaad heel weinig.

Het VAF pleit in zijn memorandum voor een hogere bijdrage van de dienstverleners. Die bijdrage zou moeten terugvloeien naar investeringen in producties.

Hoe kijkt de minister naar de plannen van de VRT en Medialaan over een Vlaams Netflix? Is hij al bij het overleg betrokken? Zijn er nog stappen die hij kan en wil nemen tijdens deze regeerperiode?

Hoe staat hij tegenover het voorstel van de producenten en het VAF om de investeringsplicht voor de OTT-spelers op te trekken?

Wat vindt hij van het voorstel om ook de dienstverleners meer te laten bijdragen?

1.2. Karin Brouwers

Karin Brouwers herinnert de commissie eraan dat minister Gatz meteen na de publicatie van het rapport van Econopolis een reactie heeft gevraagd van de zenders en distributeurs. Het benieuwt het commissielid wat ze hebben geantwoord. Uit de hoorzitting van 14 februari is ze immers niet veel wijzer geworden.

De spreker verwijst naar de passus over een evenwichtig medialandschap in het Vlaamse regeerakkoord. Ook toen al was duidelijk dat de snelle evoluties een grote opdracht zouden meebrengen voor de sector zelf.

Uit de hoorzitting en eerdere gesprekken heeft Karin Brouwers intussen onthouden dat er geen mirakeloplossingen zijn. Een evenwichtige combinatie van maatregelen moet de leefbaarheid van de audiovisuele sector combineren met kijkcomfort en gewijzigd kijkgedrag.

CD&V denkt aan een structurele middelentoename voor VAF/Mediafonds, bijvoorbeeld door een automatische overheveling van het VRT-reclame-excedent of een verhoging van de stimuleringsbijdrage van de distributeurs. Die slaan immers aanzienlijke winsten uit het stijgende dataverbruik van hun klanten, die massaal audiovisuele content consumeren. Ook in Frankrijk moet elke verdeler van audiovisuele content in lokale content investeren.

Een andere mogelijkheid is de verhoging van de minimale bijdrage van de OTT-spelers. De productiesector vond bij monde van de VOFTP het ontwerp van bekrachtigingsdecreet (*Parl.St.* VI.Parl. 2017-18, nr. 1866/1) daarover ruim onvoldoende, aangezien Netflix nu al meer dan 1 miljoen euro in Vlaamse productie investeert.

Nog een andere oplossing zou mogelijk zijn door correcte en langdurige afspraken tussen productiebedrijven en omroepen over de verdeling van de rechten, die dan een optimale exploitatie en een gelijk speelveld tussen omroep en producent garanderen.

Ten slotte is ook een actualisering denkbaar van de reclamewetgeving in het Mediadecreet. Zo kan er een gelijk speelveld komen met onlinereclame, en wordt meer innovatieve, creatievere en intelligentere – maar waarschijnlijk ook duurdere – reclame mogelijk.

Wat concludeert minister Gatz uit de twee studies van Econopolis en de reacties van de mediasector? Welke acties wil en kan hij nog nemen ter versterking van het media-ecosysteem? Vindt hij dat er lang genoeg gewacht is op een zelfregulerend protocol en dat een decretaal initiatief gewenst is?

Is het bijvoorbeeld aangewezen om kortere niet-doorspoelbare reclame bij decreet in te voeren, of volstaat daarvoor het bestaande decreet betreffende de signaalintegriteit? Pleiten zenders voor een regelgevend kader uit vrees voor concurrentienadeel als niet alle zenders niet-doorspoelbare reclame opnemen in hun contracten met de distributeurs? Of weigeren net de distributeurs om niet-doorspoelbare reclame toe te passen uit vrees om klanten te verliezen aan andere distributeurs of OTT-spelers? Of willen die distributeurs gewoon het free-to-airaanbod afbouwen om hun eigen betaalaanbod aantrekkelijker te maken?

Hoe ziet de minister de wenselijkheid en haalbaarheid van een Vlaams Netflix? Is er een regelgevend kader nodig voor een must-carryverplichting, gezien de culturele opdracht van die Vlaamse Netflix?

Telenet, de grootste distributeur met ruim 2 miljoen abonnees, biedt Netflix vooralsnog niet aan. Uit zijn negatieve reactie leidt Karin Brouwers af dat het de Vlaamse versie misschien evenmin zal willen aanbieden. Is de minister bereid technologische subsidies te geven voor de ontwikkelingskosten van een dergelijk platform?

Zal de minister het voortouw willen nemen in het nieuwe crossmediale bereikmeetinstrument ter vervanging van de CIM-cijfers? Om hun reclametarieven te bepalen, hebben de zenders immers niet alleen een adequatere registratie van de kijkcijfers nodig, maar ook een meting van het onlinemediagebruik. Ook toegang tot de data die de distributeurs verzamelen over de consumptie van de Vlaamse content – bijvoorbeeld via Yelo Play – zou men bij adverteerders moeten kunnen commercialiseren.

Voor een correcte prijsbepaling van gepersonaliseerd adverteren zijn idealiter een one-video-currency en gezamenlijk datamanagement nodig. Hoe staat de minister daartegenover?

De Var pleitte tijdens de hoorzitting voor een gemeenschappelijk platform waarop alle lokale adverteerders en mediaspelers kunnen kopen en verkopen. Wat denkt de minister van dat voorstel? Is hij bereid op dat vlak een bemiddelende of andere rol te spelen? CD&V pleit om in dit dossier een facilitator aan te stellen, naar analogie met die voor de digitalisering van de radiosector. Die kan de partners rond de tafel brengen en ze verplichten een werkbare en coherente oplossing te ontwikkelen. Karin Brouwers vraagt een reactie van de minister.

Gezien de verkiezingen zal de nieuwe AVMD-richtlijn allicht nog niet in 2019 omgezet zijn in wijzigingen aan het Mediadecreet. Welke voorbereidende stappen is de minister al aan het nemen? Of is hij bereid met amendementen op het ontwerp van 'minidecreet Media' (*Parl.St.* VI.Parl. 2018-19, nr. 1801/1) alsnog op korte termijn het Mediadecreet aan te passen?

1.3. Bart Caron

Voor *Bart Caron* is de fundamentele kwestie of zelfregulering volstaat of dat de overheid een rol moet spelen. Zelfs bij zelfregulering zullen allicht decretale aanpassingen nodig zijn. De belangen zijn dermate in onderling conflict dat de spreker niet gelooft in zelfregulering, hoewel hij die prefereert.

De procedure van het decreet Signaalintegriteit wordt niet gebruikt. De commerciële zenders hebben een probleem met de klassieke reclameblokken, want door het zap- en doorspoelgedrag van de kijkers dalen de reclame-inkomsten. Zelfs de korte niet-doorspoelbare reclameblokken die ze vragen, staat lijnrecht tegenover het kijkerscomfortmodel van de distributeurs. Comfort bepaalt immers mee de keuze van de consument. Vindt ook de minister zelfregulering de beste oplossing? Lopen daarover gesprekken met de sector? Zo ja, met wie?

De spreker heeft niet de indruk dat eventuele decretale bepalingen voor zelfregulering zouden botsen met de nieuwe Europese richtlijn.

Hoewel het woord innovatie vaak valt, ziet Bart Caron geen nieuwe vormen van reclame, met uitzondering van gepersonaliseerde advertenties. Er zijn duidelijk grenzen aan reclame-inkomsten. Is het niet nodig dat eerst experimenten

decretaal mogelijk worden voordat er definitieve regelingen komen? Experimenten maken mogelijk om na te gaan of het publiek de veranderingen accepteert, of ze haalbaar zijn enzovoort.

Overigens zijn er ook wel technische beperkingen op een en ander, en is het blijkbaar niet eenvoudig om doorspoelen onmogelijk te maken op opnameapparatuur.

Er is een hele discussie over de invloed van de reclame-inkomsten van VRT en Var op die van de commerciële omroepen. De Var verklaart dat ze onder haar radioreclamepotentieel werkt. Is het dan niet aangewezen dat ze inderdaad hogere radioreclame-inkomsten mag hebben, waarbij het geld echter niet naar de VRT gaat maar naar onder andere het Mediafonds? Als een deel van het VRT-reclame-excedent in dat fonds terechtkomt, kunnen alle omroepen, waaronder de commerciële, subsidies krijgen voor bijvoorbeeld fictieseries.

Moet het subsidiesysteem niet worden versoepeld? Kan een deel van dat geld niet worden gebruikt voor het crossmediale meetinstrument waar iedereen om schreeuwt, van de regionale tot de grootste omroepen? Vandaag zou daarvoor al een deel van het excedent kunnen worden gebruikt.

Op een Vlaams Netflix hoopt Bart Caron niet meer, aangezien het regelrecht ingaat tegen de commerciële belangen van de distributeurs. Acht de minister het zinvol om dat gesprek nog op te starten?

2. Antwoord van de minister

Sven Gatz, viceminister-president van de Vlaamse Regering en Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel, zal een overzicht geven van recente initiatieven, hoewel die geen substantiële elementen toevoegen aan de hoorzitting van 14 februari.

In de week voor deze gedachtewisseling had hij een rondetafelgesprek met de zes voornaamste partijen, drie distributeurs en drie zenders, op basis van hun antwoorden op de vragen na de studie van Econopolis over de leefbaarheid van de audiovisuele media. Onder andere gezien het aspect mededinging zal de minister die antwoorden niet bekendmaken. Wat de betrokken partijen publiek kwijt willen, hebben ze op 14 februari ook gezegd.

Hun visies verschillen sterk. Dat komt onder andere omdat sommigen hun grote voorsprong op het vlak van content, technologisch platform of databeheersing niet willen delen met anderen. De audiovisuele media mogen al een ecosysteem vormen, een genationaliseerde sector zijn ze niet.

Het enige aspect waarover een begin van een consensus was, was het gezamenlijke meetinstrument. Sommige distributeurs werpen echter op dat ze al over die gegevens beschikken maar ze niet willen delen. Er is zich immers een soort bitcoin aan het ontwikkelen, die echter niet meteen de rol van 'one currency' zal waarmaken.

Voorts heeft de minister bij de partijen in het CIM gepolst naar een lastenboek voor een technologisch performanter meetsysteem. Daar hadden ze oren naar, maar dan blijft de vraag wat de rol van de distributeurs is. Met dat lastenboek kan de kostprijs worden geraamd en de rol van de overheid worden bepaald. Ook dat blijft echter vooral theorie, want de praktische toepassing wordt in grote mate bepaald door de economische realiteit.

Zonder daarover in detail te kunnen treden, maakt de minister gewag van contracten tussen bepaalde grote spelers, bijvoorbeeld grote distributeurs en grote zenders. De einddatum daarvan zal een kantelpunt zijn waarop posities kunnen veranderen. Die datum ligt nog in 2019, maar zeker niet vóór de verkiezingen.

Bepaalde distributeurs hebben aan bepaalde zenders laten weten dat ze niet-doorspoelbare reclame bespreekbaar vinden, maar in dat geval ook de vergoeding aan de zenders voor hun content willen heronderhandelen. Zoiets valt binnen normale economische onderhandelingen. Van zodra de belangrijkste zenders en de belangrijkste distributeur een akkoord hebben, kan er wel iets veranderen. De anderen wachten intussen af.

Gepersonaliseerde reclame zou de sleutel tot een oplossing kunnen zijn, hoewel sommige zenders dat in twijfel trekken. Uit de situatie in de Verenigde Staten leren ze immers dat gepersonaliseerde reclame maximaal 8 tot 10 procent van de reclamemarkt kan bestrijken. Bedrijven willen immers in de eerste plaats hun producten zo breed mogelijk aanbieden. Ze kennen hun klanten ook niet vooraf. Vergelijk het met politici: ook die willen hun kiezerspubliek liever niet inperken door enkel gericht campagne te voeren.

Over een Vlaams Netflix heeft minister Gatz gesprekken gevoerd met de twee voornaamste partijen. Volgens het businessplan moeten alle partners vele miljoenen investeren om dan na een vijftal jaar een break-even te bereiken. Ook als de overheid partner is, kan ze zoiets enkel overwegen mits voldoende rendabel. Die rendabiliteit is echter onzeker en hoe dan ook beperkt, vooral wegens de beperkte schaal van Vlaanderen.

In de lopende beheersovereenkomst met de VRT zal de minister niet aan de reclameplafonds raken. Momenteel is het excedent beperkt. 1 miljoen euro werd overgebracht naar het Mediafonds. Zolang het ecosysteem goed draait, zal de minister er niet in interveniëren. Als echter de radioreclamemarkt ontwricht dreigt te raken door een te strikte toepassing van de beheersovereenkomst en een te laag plafond, is het mogelijk een en ander te herbekijken. Vooralsnog beschikt de minister evenwel niet over de cijfers. Hij verwacht die in de komende weken en maanden.

Met hun kritiek op het te lage percentage voor OTT-spelers in het vermelde ontwerp van bekrachtigingsdecreet, willen VOFTP en VAF eigenlijk vooral in de zakken van een ander zitten. Minister Gatz vindt het beter om nu te starten met een redelijk percentage op de winst, om op die manier de handhaving te verzekeren. Het zal ook zo al zaak zijn om niet in een juridische strijd te vervallen. Vandaar de keuze van de regering om met een sterk en solide systeem te starten, en er zo nodig later veranderingen in aan te brengen.

De EU werkt trouwens nu al aan een algemene bijdrageregeling voor OTT-spelers, gebaseerd op omzet en niet op winst. Dat zal een en ander vergemakkelijken, hoewel een verevening voor kleinere markten er wellicht niet inzit. Verschillende lidstaten nemen nu al dergelijke initiatieven, maar in nog geen enkele is er een gehandhaafd beleid.

Deze Vlaamse Regering heeft wel degelijk beleidsmaatregelen genomen om het ecosysteem te ondersteunen: bijkomende middelen voor het Mediafonds, een bijdrage van OTT-spelers, een laag excedent, en verplichte VRT-bestellingen van externe mediaproducties bij de leden van de VOFTP.

Sommige partijen vinden dat de overheid mankementen van het ecosysteem moet bijpassen, andere vinden dat de sector ze zelf moet oplossen. In die laatste

redenering moet de sector dan een groter deel van de winst afstaan. Geen van beide opties kan zonder meer afgedwongen worden. Het ene betreft een opportuniteitsafweging en financiële keuze, het andere is juridisch ingewikkeld. De overheid kan en heeft wel degelijk een en ander gedaan, maar de grote zaken moet de sector zelf regelen.

De vergelijking met digitale radio en haar facilitator Jacky B vindt de minister niet opgaan. Jacky B heeft die rol immers gekregen nadat de wetgever beslist had, wat hier niet is gebeurd. Daarvoor is het draagvlak ook heel klein. Wel onderzoekt de minister of ook hier een facilitator zinvol en mogelijk zou zijn. De echte facilitator is echter een procedure bij de VRM, maar daarvan maakt men geen gebruik. De minister heeft tot tweemaal toe een oplossing gezocht in een geobjectiveerde wetenschappelijke studie, maar op een gegeven moment houdt het op.

De omzetting van de AVMD-richtlijn is de minister samen met de administratie aan het bekijken. Hij heeft de commissie trouwens al een overzicht van de verschillende aspecten beloofd. Die omzetting staat los van de verkiezingen. Door haar omvang is ze allicht voor het najaar. De minister zal het parlement nog voor de verkiezingen een stand van zaken bezorgen, zodat de commissie er nog een gedachtewisseling aan kan wijden.

Als die niet van de regels afwijken, zijn ook nu al experimenten mogelijk. Misschien komen er op dat vlak bij de omzetting van de richtlijn nog extra mogelijkheden, maar dat is nu nog niet zeker.

Kortom, politici kunnen wel een ideaal systeem beschrijven, maar hun impact op het economische ecosysteem is relatief beperkt. Daaraan morrelen vergt een goede juridische voorbereiding, aangezien de spelers hun grondwettelijke recht op vrij ondernemerschap zullen opeisen.

3. Aanvullende vragen en antwoorden

3.1. Manuela Van Werde

Manuela Van Werde concludeert dat de sleutel in handen van de sector ligt. De overheid moet wel de vinger aan de pols houden en de sector eventueel tot een voorstel aanzetten. Het commissielid kan de minister overigens een man aanraden die ook in Antwerpen een grote knoop heeft ontward.

3.2. Karin Brouwers

Karin Brouwers merkt op dat de grote contracten opnieuw zullen gesloten worden in een verkiezingsjaar. Dat het Mediadecreet pas aangepast wordt na die onderhandelingen, is een angel. Eén speler heeft een quasi-monopolie, wat hem dezelfde neigingen geeft als een genationaliseerde sector. Het is te hopen dat de onderhandelingen goed uitdraaien en dat de ene de andere niet doodknijpt.

Ook Stievie is er dankzij overheidsinnovatiemiddelen gekomen. CD&V pleit dan ook om de focus te blijven leggen op het gezamenlijke meetsysteem, aangezien daarover wel een begin van consensus bestaat.

Ten slotte peilt het lid naar eensgezindheid om samen te werken aan het reclameplatform, zoals de Var heeft voorgesteld.

3.3. Bart Caron

Bart Caron polst of de minister afwacht of zelf initiatief zal nemen. Voor 2018 zal de Var minder reclame-inkomsten hebben opgehaald dan de beheersovereenkomst toestond. De Var heeft trouwens zelf initiatief genomen om dat te beheersen.

Heel veel advertentie-inkomsten verdwijnen naar het buitenland. Het Vlaamse medialandschap zou deugd hebben bij minstens een gedeeltelijke terugkeer. De technologie zal de verdere ontwikkelingen blijven bepalen, maar ook nieuwe marktspelers kunnen de verhoudingen wijzigen. Dat maakt het voor de overheid moeilijk om op te treden.

Het ruime Vlaamse audiovisuele media-aanbod is meestal free-to-air. Voor Bart Caron is dat een belangrijk principe.

3.4. Minister Sven Gatz

Minister *Sven Gatz* deelt de analyse dat de oplossing vooral uit de sector moet komen. Zelf is hij gebonden door de mededingingswetgeving.

Hoewel Vlaanderen grote spelers heeft, hebben de Belgische Mededingingsautoriteit noch de Europese controle instanties die als een monopolie beoordeeld. Overigens vindt de minister evenmin algemene steun – economisch noch politiek – in de zoektocht naar een bijkomende speler, bijvoorbeeld voor 5G. Daarover zijn de gesprekken nog aan de gang.

Behalve het onderzoek naar de facilitator plant de minister voorlopig geen initiatieven. Voor niet-doorspoelbare reclame is er geen overeenstemming in de sector, noch een politiek draagvlak. De schaal van de markt werkt tegen een Vlaams Netflix, dat zich zou moeten meten met Europese groepen. Het zou relatief grote investeringen vergen met – zeker in de eerste jaren – een relatief klein uitzicht op rendement. Zoiets is omvangrijker en risicovoller dan Stievie. Hoewel ook dat aanzienlijke investeringen vergde, waren die nog altijd kleiner dan voor een Vlaams Netflix. Het rendement van Stievie bleef ook wel bescheiden. Wel is het een geslaagd voorbeeld van samenwerking tussen een private en een publieke groep. Het was veeleer een middel om de pax media te steunen dan om economisch een verschil te maken.

Voor het overige wijst de minister er opnieuw op dat het aflopen van bepaalde private contracten een kantelpunt zal vormen. Door het ecosysteem zijn de partners op elkaar aangewezen, dus zullen er nieuwe contracten komen met nieuwe afspraken. Mogelijk zetten die dan een en ander in beweging. Op dat moment zal er ook al meer duidelijkheid zijn over de omzetting van de AVMD-richtlijn.

Bart CARON,
voorzitter

Karin BROUWERS,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

AVMD	audiovisuele mediadiensten
CIM	Centrum voor Informatie over de Media
EU	Europese Unie
OTT	over the top
SBS	Scandinavian Broadcasting System
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
Var	Vlaamse Audiovisuele Regie
VOFTP	Vlaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producenten
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie