

Persbericht
3 maart 2010

ECTA Studie naar de « Europese Digitale Kloof » besluit :
Europese consumenten en bedrijven verliezen 25 miljard euro per jaar.
Reden : niet concurrentiële telecom markten

Brussel, 3 maart 2010 – Analysys Masson stelde vandaag zijn concluderend rapport voor naar aanleiding van een studie voor ECTA – European Competitive Telecommunication Association (www.ectaportal.com) - naar de Europese Digitale kloof. Vanmorgen presenteerde Analysys Mason de resultaten van zijn onderzoek in het Europees parlement, in het bijzijn van hooggeplaatste leden van het Parlement en verschillende leden van Directoraat Generaal van Concurrentie en Directoraat Generaal Informatie Maatschappij en Media.

Het rapport bevat volgende besluiten :

- Onderzoek naar het telecomlandschap in 6 landen : België, Duitsland, Italië, Polen, Portugal en Spanje.
- Marktaandeel van dominante operatoren te hoog
- Oplijsting van potentiële anti-concurrentiële and discriminatorische houdingen van dominante operatoren
- Marktleiders blokkeren markt inname en hoge return on investment voor nieuwe operatoren (Challengers)
- Marktleiders oogsten aanhoudende winsten (cf. Belgacom 2009 resultaten)
- Negatieve impact op mogelijke extra terwerkstelling in Europe door misbruik van dominante positie in breedband
- Consumenten en bedrijven in Europa hebben geen vrijheid van keuze; België wordt aangehaald als het slechtste voorbeeld
- Concurrentie is het enige middel om vrije keuze, kwaliteit en vernieuwing te brengen
- Slechte implementering (regelgeving) beschermt nationale kampioenen

Analysys haalt meermaals België aan als slechte voorbeeld en verwijst openlijk naar het (nog te veroordelen) misbruik van de dominante positie van Belgacom (zie details in bijgevoegde pdf "Europe's Digital Deficit" pg 33 – 46 over België, en Belgacom's dominante positie mbt breedband, vaste en mobiele telefonie).

Bijlagen :

- Final report for ECTA : Europe's Digital deficit : revitalising the market in electronic communications" – 3 maart 2010
- ECTA : Press release : "Europe's 25bln euro digital deficit"



KPN Group Belgium nv/sa is een 100% dochterbedrijf van KPN Mobiel N.V., de mobiele divisie van Koninklijke KPN N.V. KPN biedt mobiele spraak- en datadiensten aan in Duitsland (E-Plus en haar zustermerken), België (BASE en haar zustermerken) en Nederland (KPN, Hi en Telfort). Op het einde van 2009, had KPN Group Belgium 721 mensen in dienst en een marktaandeel in klanten van ca. 25%. De totale omzet in 2009 van KPN in België bedraagt 802 miljoen euro. Het bedrijf heeft zijn hoofdzetel in Brussel en positioneert zich als innovator in producten en diensten via een gesegmenteerde aanpak. KPN Group Belgium commercialiseert de merken BASE, Ay Yildiz, Simyo, Zoniq en BASE business.

Voor meer informatie:

KPN Group Belgium, Bart Vandesompele
E-mail: bart.vandesompele@kpngroup.be