

Studie utarbeidet for Nkom



Prinsipper for marginskvistest for fiberaksess i marked 5

Oppdatert versjon som tar hensyn til høringssvarene
for de opprinnelige prinsippene

Bad Honnef, 3. juli 2015

Innhold

1	Innledning	1
2	Definisjon av marginskvis	3
3	Hovedprinsippene for utforming av en marginskvistest	4
3.1	Effektivitetsnivå og skalajusteringer	4
3.2	Flaggskipprodukter	7
3.3	Forretningsmodell	8
3.3.1	Relevante grossistprodukter	8
3.3.2	Relevante sluttbrukertjenester	8
3.3.3	Aggregeringsnivå	9
3.3.4	Geografisk nedslagsfelt	10
3.3.5	Relevant markedsandel	11
3.3.6	Hovedkjennetegn ved forretningsmodellen	11
3.4	Relevante sluttbrukertjenester og priser	12
3.5	Relevant tidsperiode og gjennomføringsmetode for testen (periode for periode, diskontert kontantstrøm (DCF) eller stabil tilstand (steady state))	13
3.6	Referansetidsrom	15
3.7	Relevant kostnadsstandard	16
3.8	Rimelig fortjeneste	17
3.9	Relevante nedstrømskostnader	17
3.10	Relevante regulerte grossistprodukter	20
3.11	Trigger for utføring av marginskvistest	20
4	Krav om positiv bruttomargin	22
5	Referanser	23

1 Innledning

I Nasjonal kommunikasjonsmyndighets (Nkoms)¹ vedtak datert 20. januar 2014 ble Telenor ASA (Telenor) utpekt som tilbyder med sterk markedsstilling i grossistmarkedet for full og delt tilgang til faste aksessnett (marked 4) og i grossistmarkedet for Bredbåndsaksess (marked 5). I medhold av Lov om elektronisk kommunikasjon (ekomloven) kapittel 4 ble det pålagt flere forpliktelser.²

Når det gjelder marked 4, skal Telenor tilby full tilgang til fiberbaserte nett (fiberbasert LLUB). Dette inkluderer tilgang til samlokalisering, informasjons- og støttesystemer og om nødvendig backhaultjenester. Når det gjelder marked 5, skal Telenor tilby fiberbasert Bredbåndsaksess i form av VULA (Virtual Unbundled Local Access). Telenor ble også pålagt en forpliktelse om å gi tilgang på ikke-diskriminerende vilkår med hensyn til pris og andre tilgangsvilkår. Kravet til ikke-diskriminering gjelder mellom eksterne tilbydere, samt mellom Telenors egen virksomhet og eksterne tilgangskjøpere. For å vurdere oppfyllelsen av kravet om ikke-diskriminering på pris mellom Telenors egen virksomhet og eksterne tilbydere, skal det benyttes regnskapsmessig skille og en marginskvistest for fiberbaserte tjenester i marked 4 og 5.

I dette dokumentet formulerer vi prinsipper for marginskvistester i marked 5, spesielt med henvisning til tilgangsforpliktelsene på grossistnivå som gjør det mulig for alternative operatører å tilby sluttbrukertjenester av typen NGA (Next Generation Access) basert på fiberbasert VULA.³ Marginskvistester for kobberbaserte tjenester, eller en kombinasjon av kobber/fiber, faller dermed utenfor rammene for dette dokumentet. På bakgrunn av det svært begrensede antallet aksesser som vil være tilgjengelig for fiberbasert LLUB i marked 4, har Nkom i løpet av høringsprosessen besluttet, inntil videre, å avstå fra å gjennomføre en marginskvistest for dette segmentet (se også avsnitt 3.3.1 nedenfor).

I tillegg til den angitte marginskvistesten, pålegger Nkom også Telenor å fastsette grossistpriser for fiberaksess på en slik måte at for enkeltstående sluttbrukerprodukter skal den beregnede månedlige grossistkostnaden for en alternativ operatør minst bli dekket av den månedlige sluttbrukerinntekten (positiv bruttomargin). Dette blir nærmere forklart i kapittel 4.

I perioden 9. februar til 6. mars 2015 ble det gjennomført en nasjonal høring av prinsippene for bruk av marginskvistester i marked 4 og 5. Det er gjort endringer i dette dokumentet basert på kommentarene fra denne høringen. Oppsummering av disse

¹ 1. januar 2015 endret Post- og teletilsynet (PT) navn til Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom).

² Se NPT/Nkom (2014a og 2014b).

³ Se NPT/Nkom (2014a og 2014b).

kommentarene og Wiks vurdering, fremkommer av vedlegg 4 til vedtaket. Deretter har dette dokumentet vært gjenstand for en ny nasjonal høring sammen med marginskvistesten. Alternative operatører kunne gi kommentarer i perioden fra 11. mai til 1. juni 2015, mens Telenor kunne gi kommentarer i perioden fra 11. mai til 8. juni 2015. Disse kommentarene fremkommer av vedlegg 5 til vedtaket.

Prinsippene er brukt som en veiledning for utvikling av en modell for gjennomføring av marginskvisanalyser. Modellen beregner hvilken margin en alternativ operatør som kjøper fiberbasert grossisttilgang av Telenor, vil være i stand til å oppnå dersom de tilbyr tilsvarende sluttbrukerprodukter som Telenor. Modellen skal estimere marginen til tilgangskjøperen ved å beregne sluttbrukerinntektene som en tilgangskjøper forventes å oppnå ved å tilby tilsvarende sluttbrukerprodukter som Telenor, og beregne tilgangskjøperens kostnader knyttet til å tilby disse sluttbrukerproduktene, inkludert tilgangskostnader.

Det overordnede målet med marginskvistesten er å sikre at kjøpere av fiberbasert grossisttilgang skal kunne replikere Telenors fiberbaserte sluttbrukerprodukter med en rimelig total margin.

Prinsippene er i samsvar med Kommisjonens anbefaling om konsistente forpliktelser om ikke-diskriminering og kostnadsmetoder for å fremme konkurranse og styrke betingelsene for bredbåndsinvestering (Anbefalingen),⁴ samt BERECs retningslinjer om den regulatoriske regnskapstilnærmingen til den økonomiske replikerbarhetstesten (dvs. ex-ante/sektorspesifikk marginskvistest, 5. desember 2014).⁵ Anbefalingen fastsetter «konseptet» for hvordan man utfører en ex-ante økonomisk replikerbarhetstest for NGA-produkter. Fra et praktisk synspunkt, kan replikerbarhetstesten betraktes som en betegnelse for en ex-ante marginskvistest anvendt for NGA-produkter av nasjonale reguleringsmyndigheter. I dette dokumentet vil begrepene replikerbarhetstest og marginskvistest brukes om hverandre.

EFTAs overvåkingsorgan (ESA) har kommentert Nkoms varslede utkast til vedtak i marked 4 og 5 ved å fastslå at følgende aspekter bør spesifiseres for marginskvistesten: relevante sluttbrukerprodukter, kostnadsstandard, nedstrømskostnader, grossistprodukter, tidsperiode og etterlevelsestiltak hvis testen ikke blir bestått. Dette dokumentet behandler alle disse aspektene, med unntak av etterlevelsestiltak, som vil bli behandlet i Nkoms vedtak om bruke av marginskvistester i marked 5.

Dokumentet er strukturert på følgende måte: Først blir en marginskvistest nærmere definert, og deretter blir detaljer og relaterte prinsipper diskutert. Utformingen av

⁴ Se Europakommisjonen (2013).

⁵ Se BEREC (2014).

prinsippene må ses i sammenheng med reguleringen av marked 5 og de spesifikke markedskjennetegnene.

2 Definisjon av marginskvis⁶

ERG sier følgende om en marginskvisituasjon: «*A margin squeeze (also known as price squeeze) is a situation where a vertically integrated firm with market power in a key upstream market, supplies rival firms in associated downstream markets and sets prices for the input and the downstream service in a way that renders unprofitable the activities of its competitors in the retail market.*»⁷ I en situasjon med marginskvis klarer ikke konkurrentene å tilby samme sluttbrukerpriser som tilbyderer med sterk markedsstilling (SMP-operatøren) og samtidig oppnå fortjeneste.

En marginskvistest er bestått dersom marginen mellom relevante inntekter og grossistkostnader er lik eller høyere enn nedstrømskostnadene, inkludert en avkastning på kapitalen. Dersom dette er tilfellet oppnår den effektive operatøren (minst) en rimelig fortjenestemargin på sine nedstrømskostnader. Fortjenestemarginen fastsettes av kapitalkostnaden (f.eks. vektet gjennomsnittlig kapitalkostnad, WACC) som representerer en markedsmessig avkastning på kapitalen.

Dersom prisstrukturene i sluttbruker- og grossistmarkedet er komplekse, kan det være at de relevante prisene ikke blir representert av én enkelt pris, men snarere av et sett med kombinasjoner av produktrelaterte inntekter og kostnader som marginskvistesten gjennomføres for.

En marginskvistest blir bestått hvis

$$\text{Sluttbrukerinntekt} - \text{Grossistkostnad} \geq \text{Nedstrømskostnad}$$

Nedstrømskostnaden omfatter egne nettverkskostnader, andre kostnader (regulatoriske kostnader, kostnader for nummerportabilitet, osv.) og sluttbrukerkostnader.

⁶ Se også WIK for ILR (2013).

⁷ Se ERG (2009), s. 2.

Følgende forhold må vurderes for valg av hovedprinsipper ved utformingen av en marginskvistest:

- effektivitetsnivå
- forretningsmodell (grossisttjenester / sluttbrukertjenester / aggregeringsnivå / geografisk nedslagsfelt / relevant markedsandel)
- relevante sluttbrukerprodukter (f.eks. flaggskipprodukter) og priser (inkl. kampanjer og midlertidige rabatter)
- den relevante tidsperioden og gjennomføringsmetoden for testen (periode for periode, diskontert kontantstrøm (DCF) eller stabil tilstand (steady state))
- den relevante kostnadsstandard (LRIC+ eller FDC, nåverdikostnad eller historiske kostnader)
- de relevante nedstrømskostnadene
- de relevante regulerte grossistproduktene
- den rimelige fortjenesten, og
- triggeren som gjør at testen blir gjennomført.

3 Hovedprinsippene for utforming av en marginskvistest

3.1 Effektivitetsnivå og skalajusteringer

En marginskvistest omfatter et metodisk valg av effektivitetsnivå for referanseoperatøren. Det må avgjøres om effektivitetsnivået for referanseoperatøren skal være sammenlignbart med skalaen (og implisitt effektivitetsnivået) til SMP-operatøren, eller skalaen (og implisitt effektivitetsnivået) til en generisk (alternativ) operatør.

Nasjonale reguleringsmyndigheter og/eller konkurransemyndigheter benytter ofte tre ulike tilnærminger for å identifisere en marginskvis: Det kan gjøres en test av en like effektiv operatør (EEO). Denne testen forutsetter samme skala og effektivitet som SMP-operatøren. Datasettet til SMP-operatøren blir således grunnlag for testen. Videre kan det gjøres en test av en rimelig effektiv operatør (REO). Denne testen bruker skalaen og effektiviteten til en alternativ operatør, og dermed også datasettet til alternative operatører. En tredje tilnærming er en justert EEO-test. En justert EEO-test bruker EEO-oppsettet som utgangspunkt, men åpner for justeringer av SMP-operatørens data. Dette kan være tillegg av spesifikke kostnader som kun forekommer for alternative operatører i deres rolle som tilgangskjøper, eventuelt justeringer for effektivitet på områder hvor tilsvarende effektivitet som SMP-operatørens ikke kan oppnås, eller på områder hvor alternative operatører er mer effektive.

Mangel på økonomisk replikerbarhet kan i henhold til Anbefalingen⁸ illustreres ved å vise at SMP-operatørens egen sluttbrukervirksomhet ikke kan drive lønnsomt på basis av oppstrømsprisen som SMP-operatøren krever fra konkurrentene. Således er utgangspunktet i Anbefalingen for bruk av replikerbarhetstest at det brukes en EEO-test.

Når det gjelder detaljene i replikerbarhetstesten, angir punkt 56 i Anbefalingen et minimum antall parametere som skal fastsettes, i samsvar med veiledningen som er gitt i vedlegg II til Anbefalingen. Vedlegget fastslår at nedstrømskostnadene skal beregnes på grunnlag av kostnadene til SMP-operatørens egne nedstrømsvirksomheter (EEO-test). Vedlegget bemerker imidlertid at nasjonale reguleringsmyndigheter kan foreta skalajusteringer av SMP-operatørens nedstrømskostnader for å sikre at økonomisk replikerbarhet er en realistisk mulighet. Vedlegget nevner to situasjoner hvor et slikt avvik fra EEO-tilnærmingen er berettiget. Den første er en situasjon hvor markedsinngang eller vekst tidligere har blitt forhindret. Den andre situasjonen er når det finnes indikasjoner på at objektive økonomiske forhold ikke gir alternative tilbydere insentiver til å øke sin skala, noe som vises ved svært lave linjevolumer og betydelig begrenset geografisk utbredelse i forhold til SMP-operatørens NGA-nettverk.

Telenor har svært høye markedsandeler i det norske sluttbrukermarkedet for kobberbaserte tjenester, kabel-TV, fiber og mobile tjenester, i tillegg til å ha et integrert kjerne- og aggregeringsnett som bærer disse tjenestene (se figur 1 i vedlegg 5 til vedtaket). Likeledes har Telenor en markedsandel i det norske sluttbrukermarkedet for NGA-bredbånd som er betydelig høyere enn konkurrentenes (se figur 2 i vedlegg 5 til vedtaket). Det er derfor rimelig å anta at Telenor har stordriftsfordeler med hensyn til nettet sitt som ikke kan replikerer av konkurrentene i sluttbrukermarkedet for NGA-bredbånd. De høye markedsandelene innebærer også at Telenor har overlegne breddefordeler sammenlignet med konkurrentene når det gjelder å tilby og distribuere NGA-sluttbrukertjenester.

Ettersom Telenor bruker sitt integrerte kjernenett og distribusjonskanaler videre til sine fiberforbindelser, gjelder denne skalafordelen også for det spesifikke fibersegmentet, i tillegg til det generelle sluttbrukermarkedet for NGA-bredbånd. For at replikerbarhetstesten for fiber skal være realistisk, er det derfor nødvendig å ta hensyn til Telenors overlegne stordriftsfordeler.

I Norge består leverandørene av fiberbaserte sluttbrukertjenester i stor grad av mindre energiselskaper. Slike selskaper betjener sluttbrukere i et begrenset geografisk område. De samarbeider ofte med andre lokale energiselskaper med hensyn til levering av fiberbaserte sluttbrukertjenester som internetttilgang via bredbånd, IPTV og telefoni. Disse lokale energi-/fiberselskapene har i hovedsak en andel på under 4 % av de totale

⁸ Se Europakommisjonen (2013)

fiberforbindelsene (mindre enn 20 000 forbindelser). Det forventes at flertallet av de lokale energiselskapene som distribuerer fiber, ikke vil utvide skalaen vesentlig utover sitt nåværende geografiske området de kommende årene. Det er kun selskapene Viken, Lyse, Get og NTE som har en andel av totale fiberforbindelser på over 5 %. Viken er det eneste selskapet som har en markedsandel for fiber som er sammenlignbar med Telenors (17 %). Det er tvilsomt om Lyse, Get og NTE kan nå et tilsvarende nivå (for tiden 5-11 %, se figur 2 i vedlegg 5).

Dermed kan det utfra norske forhold også argumenteres for at alternative tilbyderes begrensede geografiske nedslagsfelt tilsier at objektive økonomiske forhold ikke gir de alternative operatørene insentiver til å øke skalaen.

Særegenhetene i fibersegmentet i Norge, slik det fremgår ovenfor, gjør det nødvendig å anvende visse skalajusteringer av Telenors kostnader og inntekter for å oppnå en realistisk marginskvistest.

Relevante data som skal brukes i modellen, vil både bli samlet inn fra SMP-operatøren (Telenor) og fra alternative operatører. Dette gjør det mulig å vurdere om dataene som gis av Telenor er rimelige og reflekterer kostnaden for en effektiv operatør, eller om det er nødvendig med justeringer for å sikre at en effektiv alternativ operatør også vil få dekket sine kostnader. Dersom essensielle parametere ikke blir rapportert av Telenor eller alternative operatører i forbindelse med datainnhenting, kan alternative markedsdata benyttes i modellen.

Følgelig mener vi at en justert EEO-tilnærming er den beste måten å gå fram på. Dette innebærer å:

- Foreta skalajusteringer der hvor det er nødvendig;
- Inkludere spesifikke kostnader for alternative operatører slik som samlokaliseringskostnader og
- Samle inn data fra alternative operatører for å foreta en vurdering av rimelig effektivitet, samt fylle hullene ved manglende datagrunnlag dersom dette ikke er innrapportert av SMP-operatøren.

Siden EEO er utgangspunktet, vil en eventuell justering av Telenors data kreve en god begrunnelse.

Prinsipp 1

Det vil bli benyttet en justert EEO-tilnærming. Telenors data brukes som utgangspunkt, og der det er berettiget, blir det foretatt skalajusteringer. Videre vil spesifikke kostnader for alternative operatører bli inkludert, og i de tilfeller hvor data fra Telenor mangler, kan markedsdata benyttes i stedet.

3.2 Flaggskipprodukter

Anbefalingen påpeker at replikerbarhetstesten skal brukes for «flaggskipprodukter» og definerer flaggskipprodukter som de sluttbrukerproduktene som har høyest relevans med hensyn til inntekter, abonnenter og reklameutgifter.⁹

Vi foreslår å fastsette flaggskipprodukter som de produktene som er definert som de viktigste fiberbaserte sluttbrukerproduktene som tilbys av Telenor, og som i sum utgjør 70 % av Telenors omsetning.¹⁰ I tillegg vil alle fiberbaserte sluttbrukerprodukter som tilbys av Telenor, og som representerer en inntekt eller abonnentandel på minst 10 %, bli behandlet som flaggskipprodukter.¹¹

Når det gjelder nylig lanserte sluttbrukerprodukter, og som kan forventes å ha en betydelig innvirkning på sluttbrukermarkedet samt bli et flaggskipprodukt i løpet av kort tid, kan disse defineres som flaggskipprodukter. I et slikt tilfelle vil porteføljen av flaggskipprodukter og deres antall abonnenter bestemmes med et framoverskuende perspektiv av Nkom.

Fastsettingen av flaggskipprodukter vil bli foretatt i prosessen med gjennomføring av marginskvistesten.

Prinsipp 2

I tråd med Anbefalingen skal kun «flaggskipprodukter» vurderes. Et flaggskipprodukt kan være et frittstående eller samlet sluttbrukerprodukt som er basert på fiberbasert Bredbåndsaksess.

Flaggskipprodukter omfatter sluttbrukerproduktene med de høyeste inntektene, som samlet sett dekker 70 % av de totale inntektene i den relevante tidsperioden. Likeledes vil sluttbrukerprodukter med en markedsandel på 10 %, enten med hensyn til antall abonnenter eller inntekter, bli betegnet som flaggskipprodukter.

Nkom kan imidlertid avvike fra denne metoden for å bestemme relevante «flaggskipprodukter» dersom tilfeller av vesentlige endringer i sluttbrukerprisene skulle forekomme. Nkom kan også anse nylanserte sluttbrukerprodukter som «flaggskipprodukter» dersom de mest sannsynlig vil bli kommersielt attraktive i fremtiden.

⁹ Konseptet med bruk av marginskvistest for flaggskipprodukter ble opprinnelig foreslått av EU-kommisjonen (2013) i sammenheng med grossistprising for NGA.

¹⁰ Se WIK for ILR (2013), s. 5:

¹¹ Se WIK for ILR (2013), s. 5:

3.3 Forretningsmodell

Ved spesifisering av marginskvistesten er det først nødvendig å definere forretningsmodellene som testen brukes på. Forretningsmodeller i denne sammenheng er definert som de mulige kombinasjonene av relevante sluttbruker- og grossisttjenester.

3.3.1 Relevante grossistprodukter

I Anbefalingen angir Kommisjonen at nasjonale reguleringsmyndigheter skal identifisere de mest relevante regulerte NGA-baserte grossistproduktene. Grossistproduktene som er relevante å inkludere i en marginskvistest, er de som Telenor ble pålagt å gi tilgang til i marked 4 og 5-vedtakene. Det gjelder:

- Fiberbasert LLUB for punkt-til-punkt (P2P) fibernett, og
- Fiberbasert VULA for punkt-til-multipunkt (GPON) nettverk.

Fiberbasert VULA synes å være den mest relevante regulerte grossistproduktene på grunn av den store andelen av GPON-topologi i Telenors fibernett. Det finnes områder i Telenors fibernett som er basert på P2P-topologi. Marked 4-tilgang¹² til disse kundene er bare mulig med fiberbasert LLUB. På grunn av det svært lave antallet potensielle kunder i Telenors P2P fibernett, har Nkom besluttet å avstå fra å gjennomføre en marginskvistest for fiberbasert LLUB inntil videre.

3.3.2 Relevante sluttbrukertjenester

Det finnes ett relevant forretningsscenario som skal evalueres;

- Relevante sluttbrukertjenester basert på fiberbasert VULA

Fiberbasert VULA muliggjør at alternative operatører kan tilby en rekke sluttbrukertjenester. Disse sluttbrukertjenestene er kombinasjoner av internetttilgang via bredbånd, taletjenester og IPTV-tjenester. Foreløpig er internetttilgang den viktigste sluttbrukertjenesten ettersom 99 %¹³ av alle fiberbaserte abonnenter bestiller internetttilgang via bredbånd i Norge. På grunn av den økende bruken av mobile håndsett for taleanrop, er abonnenter som bestiller taletjeneste i tillegg til internetttilgang via bredbånd, begrenset til ca. 23 % av alle abonnenter for fiberbasert bredbånd. På den annen side er IPTV som tilleggstjeneste ganske populært i Norge. Over 71 % av kundene med fiberbredbånd har IPTV i pakken sin. For tiden er derfor det mest

¹² Her har vi gjort en mindre justering av teksten etter notifiseringen til ESA

¹³ Kilde: Nkoms bredbåndsrappport 2014.

populære koblede fiberbaserte produktet (double play) internettilgang via bredbånd og IPTV.

Som et forretningsscenario synes det rimelig å anta at en effektiv alternativ operatør, som bruker fiberbasert VULA (inkl. multicast som et tillegg), vil tilby enkle, doble og triple tjenester på sluttbrukernivå. IPTV-tjenester er ikke gjenstand for ex-ante-regulering i ekommarkedene. BEREC har imidlertid uttrykt at inntekts- og kostnadskomponenter for IPTV-tjenester kan representere en betydelig andel av nedstrømskostnadene. Disse kan derfor betraktes som et ikke-regulert parameter i marginskvistesten.¹⁴ Dermed anser vi levering av tre fiberbaserte produkter (internettilgang via bredbånd, taletjenester og IPTV) basert på fiberbasert VULA som en relevant forretningsmodell.¹⁵ Disse tre produktene kan tilbys frittstående eller som en pakke, med enten to (double play) eller tre (triple play) produkter.

Flaggskipproduktene vil bli fastsatt etter gjeldende sluttbrukerprodukter som er aktuelle med fiberbasert VULA.

Som beskrevet ovenfor, leverer alternative operatører i det norske ekommarkedet tale, bredbånd og IPTV-tjenester - enten som ulike pakker eller som frittstående tilbud - til alle typer kundegrupper og for alle typer nedlastings- og opplastingshastigheter. Disse kundene omfatter privatkunder og bedriftskunder som abonnerer på produkter markedsført for privatbruk eller standardiserte produkter for bedrifter. De fleste tjenester for bedrifter er imidlertid gjerne mer skreddersydd og blir levert sammen med andre IT- og kommunikasjonstjenester (f.eks. programvarepakker, andre tilkoblingstjenester, lagring, sikkerhet, nettverkløsninger, støttetjenester, osv.).¹⁶ Tilbud til bedrifter er ofte basert på leide linjer, som er et grossistprodukt utenfor marked 5. Det at disse produktene er mer skreddersydd og at de leveres som en pakke med andre informasjonstjenester, gjør at det er vanskelig å teste disse forretningstjenestene med en standardisert modell.

Marginskvistestene vil følgelig fokusere på de standardiserte privat- og bedriftsproduktene som kan tilbys basert på fiberbasert VULA for grossistmarkedet.

3.3.3 Aggregeringsnivå

Aggregeringsnivået avgjør om en marginskvistest bør gjennomføres for hvert flaggskipprodukt individuelt eller for en portefølje av identifiserte flaggskipprodukter. Anbefalingen spesifiserer ikke aggregeringsnivået. BEREC (2014) mener at hver

¹⁴ Se BEREC Opinion, BoR (13) 41, kapittel 2.2.5.2 (side 13).

¹⁵ I en fersk uttalelse om marginskvistester for VULA, konkluderte Ofcom (2015) også med at IPTV (inkl. innhold) bør være en del av fiberpakken for sluttbruker som skal vurderes i en marginskvistest.

¹⁶ Se også Ofcom (2015), s. 91.

nasjonale reguleringsmyndighet bør bestemme hva som er det riktige aggregeringsnivået ved gjennomføring av marginskvistesten, sett i sammenheng med identifiserte konkurranseproblemer i markedsanalysen.

Hvis hvert enkelt flaggskipprodukt skulle testes, innebærer dette at det ikke kan være noen marginskvis for noe enkeltstående flaggskipprodukt. Til sammenligning vil det ved bruk av porteføljetesten være den samlede marginen for gruppen av flaggskipprodukter som blir vurdert. Derfor kan det hende at enkelte flaggskipprodukter i porteføljen har en negativ margin, mens andre bidrar med en positiv margin. Porteføljetesten er derfor mindre strikt enn en test av enkeltstående flaggskipprodukter og gir en ekstra fleksibilitet i prissettingen av Telenors produktportefølje, noe som igjen gir insentiver til investeringer. Porteføljetesten passer for det beskrevne norske fibermarkedet med alternative aktører som stort sett tilbyr en bred portefølje av sluttbrukertjenester. Den porteføljebaserte marginskvistesten bør derfor sørge for at en slik effektiv alternativ operatør kan drive lønnsomt. Med dette som bakgrunn vil marginskvistesten bruke porteføljetilnærmingen.

En porteføljebasert marginskvistest sikrer at alternative operatører kan levere et sett av de mest relevante fiberbaserte standardiserte sluttbrukertjenestene, basert på det valgte grossistproduktet.

De identifiserte flaggskipprodukter vil således testes som en samlet gruppe (portefølje) for fiberbasert VULA. Innsamlede abonnementsstall fra Telenor vil bli benyttet for å bestemme relevansen av hvert enkelt produkt i porteføljen.

Følgende marginskvistest vil bli utført:

Marginskvistest:	<p>Porteføljetest av identifiserte flaggskipprodukter for sluttbrukermarkedet som består av bredbånd og/eller tale og/eller IPTV, testet mot fiberbasert VULA.</p> <p>De respektive abonnementsstallene per flaggskipprodukt brukes til å bestemme relevansen i porteføljen.</p>
------------------	--

3.3.4 Geografisk nedslagsfelt

Forretningsmodellen må defineres nærmere etter sitt geografiske nedslagsfelt. Det geografiske nedslagsfeltet er i overensstemmelse med området som ble vurdert i Nkoms markedsanalysen (2014). I denne markedsanalysen ble marked 5 definert som et nasjonalt marked. Dermed ble den alternative operatørens forretningsmodell i utgangspunktet også definert som nasjonal.

Gitt Telenors nåværende fiberutrudding, vil imidlertid «nasjonal» i praksis bety det geografiske nedslagsfeltet i Telenors fibernett hvor de pålagte tjenestene for fibertilgang i grossistmarkedet er tilgjengelige. Når det gjelder fiberbasert VULA, tar vi utgangspunkt

i nedslagsfeltet til Telenors fiberbaserte GPON-nettverk. Imidlertid vil ODP'er med færre enn 1 000 tilknyttede husstander trolig ikke være økonomisk attraktive for en alternativ operatør. Derfor vil slike ODP'er ikke være en del av den aktuelle forretningsmodellen som ligger til grunn for beregningene i marginskvistesten.

3.3.5 Relevant markedsandel

Marginskvistesten påvirkes av det estimerte abonnementstallet og den tilhørende markedsandelen en alternativ operatør kan få i sluttbrukermarkedet. Det maksimale antall abonnemeter vil være begrenset av det geografiske nedslagsfeltet til Telenors GPON-nett. Derfor spiller utrulling av dette nettet i årene som kommer en viktig rolle. I tillegg er tilgangstjenester for grossistmarkedet bare tilgjengelig for tilknyttede husstander. Således vil antallet husstander som er tilknyttet Telenors fiberbaserte nettverk bestemme det teoretiske maksimale abonnementstallet for en alternativ operatør. Videre har vi identifisert at en fornuftig forretningsmodell er å fokusere på de kundene som er koblet til ODP'er fra Telenor med mer enn 1 000 tilkoblinger.

Vanligvis bruker nasjonale reguleringsmyndigheter en markedsandel på 20 % til 25 % for å reflektere konkurranseposisjonen til den modellerte alternative tilbyderer.¹⁷ På bakgrunn av ovenstående og med tanke på den nåværende markedssituasjonen for fiberforbindelser i Norge, foreslår vi å bruke en andel på 20 % av de tilgjengelige husstandene som er tilkoblet Telenors fibernett på ODP'er med mer enn 1 000 tilkoblede kunder.

Antall abonnenter til en effektiv alternativ operatør brukt i marginskvistesten =

Gjeldende husstander tilkoblet Telenors GPON fibernett, som er tilkoblet ODP'ene med mer enn 1 000 tilkoblinger x 20 %.

3.3.6 Hovedkjennetegn ved forretningsmodellen

I det følgende oppsummerer vi de viktigste kjennetegnene til forretningsmodellen beskrevet i forrige avsnitt, som understøtter marginskvistesten med henvisning til de regulerte fiberbaserte grossistproduktene for marked 5 i Norge.

¹⁷ Se WIK (2013), s. 7

Prinsipp 3

Følgende marginskvistest vil bli gjennomført: portefølje med flaggskipprodukter for sluttbrukermarkedet basert på fiberbasert VULA.

Nkom vil ta utgangspunkt i de standardiserte privat- og bedriftsproduktene som kan tilbys basert på fiberbasert VULA for grossistmarkedet, når det skal vurderes hvilke produkter som utgjør porteføljen i testen.

Innsamlede abonnementsstall fra Telenor vil bli benyttet for å bestemme relevansen av hvert enkelt produkt i porteføljen.

Identifiserte flaggskipprodukter for sluttbrukermarkedet kan være internett, tale eller IPTV (enten frittstående eller på pakkebaserte), basert på fiberbasert VULA.

Det geografiske nedslagsfeltet for marginskvistesten er ment å være nasjonalt. På grunn av tilgjengeligheten av grossisttjenester, vil dette imidlertid innebære nedslagsfeltet til Telenors GPON-fibernet for fiberbasert VULA. På bakgrunn av vurderinger knyttet til forretningsmodell, vil dessuten bare ODP'er med mer enn 1 000 tilkoblede husstander anses som relevante i marginskvisberegningene.

Det estimerte abonnementsstallet i marginskvistesten er beregnet ved å anta en andel på 20 % av husstandene som er tilkoblet Telenors GPON-nettverk, og som kan nås fra ODP'er med mer enn 1 000 tilkoblinger. Telenors siste oppdaterte tall for nettverksutruulling vil være grunnlag for testen.

3.4 Relevante sluttbrukertjenester og priser

Alle priselementer for flaggskipproduktet/-ene danner grunnlaget for de relevante inntektene. Alle relevante inntekter skal vurderes, inkludert gjentakende og ikke-gjentakende priselementer. Engangspriselementer (f.eks. tilkoblingsavgifter) skal fordeles over periodene som tilsvarer gjennomsnittlig kundelevetid for den aktuelle tjenesten.

Hvis taletjenester er en del av pakken, blir inntektene fra inngående samtaleterminering, avhengig av forretningsmodell, også ansett som en del av de relevante inntektene.

Ved vekting av relevante produktelementer trengs det priser og/eller kundegrupper for å beregne de aktuelle inntektene. Da kan ulike kilder brukes i tillegg til informasjonen fra Telenor (f.eks. profiler levert av de alternative operatørene eller markedsdata).

Hvis sluttbrukerpriser (listepriser) blir rabattert permanent eller redusert midlertidig i form av kampanjer, blir slike rabatter eller prisreduksjoner hensyntatt for den aktuelle tidsperioden ved beregning av annualiserte månedlige inntekter. Det samme gjelder for kampanjer der enkelte priselementer (f.eks. tilkoblingsavgifter) ikke blir belastet, eller visse varer/utstyr (f.eks. rutere, modemer) blir levert kostnadsfritt. Hvis varer/utstyr tilbys gratis, blir det estimert en nettoppris, og dette regnes som en sluttbrukerkostnad verdsatt til markeds- eller innkjøpspris.

Prinsipp 4

Alle priselementene til flaggskipproduktet/-ene som testen blir gjennomført for, danner grunnlaget for de relevante inntektene. Alle relevante tjenesteinntekter skal tas med, inkludert gjentakende og ikke-gjentakende priselementer.

Hvis sluttbrukerpriser (listepriser) blir rabattert permanent eller redusert midlertidig i form av kampanjer, blir slike rabatter eller prisreduksjoner hensyntatt for den relevante tidsperioden ved beregning av de annualiserte månedlige inntektene.

Ved bestemmelse av den aktuelle inntekten, kan Nkom bruke ytterligere opplysninger gitt av alternative operatører eller markedsdata for å komplettere Telenors data.

3.5 Relevant tidsperiode og gjennomføringsmetode for testen (periode for periode, diskontert kontantstrøm (DCF) eller stabil tilstand (steady state))

En marginskvistest må utføres for en rimelig tidsperiode. Testen kan utføres periode for periode eller for flere perioder.

En test utført periode for periode kan bruke regnskapsåret som grunnlag for analyse. Regnskapsårtilnærmingen sammenlikner inntekter og kostnader slik de oppstår for denne perioden. Det innebærer at engangskostnader og -inntekter blir en del av marginskvisberegningen i året for betaling eller mottak, uavhengig av det faktum at de kan være økonomisk relevante for flere perioder.

I en tilnærming med flere perioder, som for eksempel DCF-tilnærmingen eller en tilnærming med stabil tilstand, blir testen utført én gang for den aktuelle perioden. Testen krever da at kostnader og inntekter genererer en positiv margin gjennom hele den perioden som vurderes. Ifølge Anbefalingen bør nasjonale reguleringsmyndigheter vurdere lønnsomheten for flaggskipproduktene på grunnlag av en dynamisk flerperiodeanalyse.

Ved å bruke en DCF-tilnærming, vil kontantstrømmene for sluttbrukerproduktene som er under vurdering bli diskontert.¹⁸ Utfallet av denne tilnærmingen er netto nåverdi (NPV) av de forventede fremtidige kontantstrømmene for tjenesten/produktet som er under vurdering. Hvis NPV er positiv, genererer levering av tjenesten/produktet verdi for operatøren. Hvis NPV er negativ, vil levering av tjenesten resultere i et tap, og det oppstår en marginskvis. Den relevante perioden for denne testen blir vanligvis satt i samsvar med den estimerte gjennomsnittlige kundelevetiden. Det er imidlertid også mulig å bruke en ganske lang periode som omfatter hele produktets levetid, eller til og med flere investeringssykluser.

I tilnærmingen med stabil tilstand blir kostnader og inntekter også brutt ned til én tidsperiode. Kostnader og inntekter blir imidlertid fordelt etter kostnadsårsak. Dette betyr at investeringskostnadene fordeles i henhold til deres økonomiske levetid. Engangskostnader og -inntekter blir også fordelt i henhold til økonomisk kostnadsårsak for den relevante tidsperioden, f.eks. gjennomsnittlig kundelevetid eller levetid for aktiva. Avhengig av fordelingen, blir disse beløpene først diskontert for å beregne dagens verdi, og deretter fordelt jevnt over levetiden ved hjelp av annuitetsformelen.

Tilnærmingen med periode for periode kan føre til økonomisk feilallokerte kostnader og inntekter over tid. Med denne tilnærmingen kan det derfor bli vist en marginskvis for én periode, og ingen for neste periode, selv om ingenting har endret seg når det gjelder kostnader, grossist-/sluttbrukerpriser og fordeling av kunder. Dette skyldes da en skjev fordeling av engangskostnader og -inntekter over tid. Både tilnærmingen med stabil tilstand og DCF-tilnærmingen unngår slike regnskapsskjevheter. Dette er spesielt viktig hvis det kreves store initiale investeringer, som utgifter til markedsføring. En DCF-tilnærming vil på den annen side kreve en beregning av de relevante parameterne over et forholdsvis langt tidsrom.¹⁹

En tilnærming med stabil tilstand blir derfor ansett som den mest egnede tilnærmingen ved gjennomføring av marginskvistester i Norge. Tilnærmingen med stabil tilstand gir informasjon om marginskvis for hver enkelt periode. Samtidig blir kostnader og inntekter riktig fordelt over tid, og diskontert der det er hensiktsmessig. En tilnærming med stabil tilstand er svært gjennomiktig og praktisk. En periodisk gjennomført marginskvistest for stabil tilstand kan også ta markedsutviklingen med i betraktningen, ettersom det gir Nkom mulighet til å justere abonnementsstall, prisendringer osv. i henhold til reelle markedsdata i stedet for usikre prognoser.

¹⁸ For en sammenligning av fordeler og ulemper med en DCF-tilnærming og en tilnærming med periode for periode, se ERG (2009), s.14f.

¹⁹ Se ERG (2009), s. 15.

Prinsipp 5

En stabil tilstands tilnærming for flere perioder med følgende egenskaper vil bli anvendt for å gjennomføre marginskvistesten:

- Testen diskonterer/annualiserer engangskostnader og -inntekter, samt vurderer kundelevetid og levetid for aktiva der hvor det er aktuelt;
- Den gjennomføres periodisk og gjør det derfor mulig å ta hensyn til markedsutviklingen.

3.6 Referansetidsrom

I henhold til Anbefalingen skal de nasjonale reguleringsmyndighetene identifisere et passende referansetidsrom for flerperiodeanalysen. Den relevante perioden for marginskvistesten skal fastsettes i samsvar med den estimerte gjennomsnittlige kundelevetiden. I denne tidsperioden bidrar en kunde til dekning av (a) nedstrømskostnader som er annualisert ifølge en avskrivningsmetode og en økonomisk levetid som er hensiktsmessig for de aktuelle aktivaene, og (b) andre nedstrømskostnader som normalt ikke annualiseres (typisk akkvisisjonskostnader for abonnenter) og som operatøren pådrar seg for å få kunder, og som også bør søkes dekket i løpet av sistnevntes gjennomsnittlige levetid.

Et hensiktsmessig referansetidsrom for flerperiodeanalyse for marginskvistest i form av en analyse av stabil tilstand, skal fastsettes i samsvar med den anslåtte gjennomsnittlige kundelevetiden for fiberbaserte sluttbrukertjenester. Pålitelige kundelevetider for fiberbredbåndsabonnementer er for tiden ikke tilgjengelig i det norske bredbåndsmarkedet. I fravær av robuste data for levetiden for fiberbaserte abonnement, vil Nkom derfor vurdere informasjon om den gjennomsnittlige kundelevetiden for kobberbaserte bredbåndsabonnement i Norge og andre markedsdata for å gjøre et anslag for kundelevetiden for fiberbasert bredbånd.

Prinsipp 6

Et hensiktsmessig referansetidsrom for flerperiodeanalyse for marginskvistest i form av en analyse av stabil tilstand, vil bli fastsatt i samsvar med den anslåtte gjennomsnittlige kundelevetiden for de fiberbaserte sluttbrukertjenestene.

Hvis det mangler robuste data for kundelevetid for fiberbaserte tjenester, vil den gjennomsnittlige kundelevetiden for kobberbaserte bredbåndstjenester og andre markedsdata også bli vurdert for å gi et anslag på kundelevetiden for fiberbasert bredbånd.

Kostnadene ved de anvendte aktivaene (der hvor disse er tilgjengelige) i testen vil bli annualisert basert på den aktuelle økonomiske levetiden for aktivaene.

3.7 Relevant kostnadsstandard

Anbefalingen foreslår LRIC+ som aktuell kostnadsstandard.²⁰ Denne kostnadsstandard sikrer at deltakerne kan dekke sine påløpte kostnader. LRIC+ er endringen i totale kostnader som følge av produksjonen av et inkrement i mengden av produksjon og et påslag for felleskostnader/administrasjonskostnader for den aktuelle tjenesten.

Å bare basere seg på variable eller midlertidige kostnader, inkluderer ikke en fordeling av faste kostnader, som er en stor kostnadskomponent som teleoperatørene står overfor. Det er bare kortsiktige prisbeslutninger som kan tas på det grunnlaget. LRIC+-standard er konsistent med beslutninger om markedsetablering som krever at alle relevante kostnader skal dekkes på lang sikt. LRIC+-data kan beregnes på grunnlag av «bottom-up»- eller «top-down»-data. Hvis disse dataene ikke er tilgjengelige, særlig for sluttbrukerkostnader, kan det være at fullt fordelte kostnader (FDC) må brukes som standard basert på data fra SMP-operatørens regnskaper.

Prinsipp 7

Kostnadsstandard LRIC+ vil bli brukt til å bestemme nedstrømskostnader der hvor informasjon er tilgjengelig, basert på «bottom up»- eller «top down»-data fra SMP-operatøren. Hvis LRIC-data ikke er tilgjengelig (for eksempel for sluttbrukerkostnader), kan FDC brukes.

²⁰ Dette er også i tråd med anbefalingen fra BEREC (2013), s.34.

3.8 Rimelig margin

Anbefalingen har ikke fastsatt retningslinjer for rimelig margin. Imidlertid bør en alternativ tilgangssøker kunne økonomisk replikere et nedstrømstilbud fra SMP-operatøren.

Den relevante, konkurransedyktige avkastningen eller marginen i en marginskvisammenheng blir vanligvis identifisert indirekte ved hjelp av en tilnærming med vektet gjennomsnittlig kapitalkostnad (WACC) for nedstrømsvirksomheten. WACC representerer alternativkostnaden på kapital investert i virksomheten, og dermed avkastningen på investeringen som kreves for å kompensere for denne alternativkostnaden. Derfor skal WACC reflektere risikoen ved sluttbrukervirksomheten for en effektiv alternativ operatør. Ellers vil ikke marginen mellom sluttbrukerinntektene og grossistkostnadene være stor nok til at en effektiv tilbyder kan oppnå en tilstrekkelig kapitalavkastning på nedstrømskostnadene sine.

Vi mener at begrepet rimelig margin bør bestemmes med referanse til en alternativ operatør som bruker grossisttjenester for fiberaksess (f.eks. VULA) som tilbys av Telenor til å levere fiberbredbåndstjenester til sluttbrukere. For tiden har Nkom fastsatt en WACC på 8,9 % (i sitt vedtak av 18. desember 2014) for en referanseoperatør i det norske generelle fastlinjemarkedet, inkludert kobber- og fibernett. Derfor vil denne WACCen bli brukt i marginskvistesten.

Prinsipp 8

En alternativ operatør skal kunne oppnå rimelig margin på sine nedstrømskostnader. WACC på 8,9 % fastsatt av Nkom anses å reflektere risikoen knyttet til en alternativ operatørs sluttbrukervirksomheten basert på kjøp av fiberbaserte grossistprodukter (dvs. fiberbasert VULA).

3.9 Relevante nedstrømskostnader

De relevante nedstrømskostnadene blir lagt til kostnadene ved de relevante grossistproduktene som representerer den respektive forretningsmodellen. I utgangspunktet består nedstrømskostnader av fem ulike kostnadskategorier:

- (1) Egne nettverkskostnader
- (2) Kostnader ved å terminere trafikk i andre nett
- (3) Andre kostnader (regulatoriske, nummerportabilitet osv.)
- (4) Sluttbrukerkostnader
- (5) Andre felleskostnader.

NGA-nettverkskostnadene vil, dersom det er mulig, hentes fra Nkoms «bottom-up» LRIC-modell. De andre nedstrømskostnadene vil bli hentet gjennom dataforespørsler fra SMP-operatøren og komplimentert med data levert av de alternative operatørene.

(1) Egne nettverkskostnader

Den alternative operatørens egne nettverkskostnader med hensyn til fiberbaserte aksessjenester kan, avhengig av forretningsmodell, bestå av følgende elementer:

- Fiberutstyr hos kunde (CPE)
- Utstyr på samlokaliseringpunktet (IP-svitsj, porter, ODF)
- Vedlikeholds- og driftskostnader på utstyr
- Backhaul og internasjonal kapasitet
- Drift for nettverkstjenester
- Kapitalkostnader for egen infrastruktur
- Felleskostnader på nivået for nettverksinfrastruktur

Nettverkselementer må være dimensjonert slik at de representerer den valgte markedsandelen for den modellerte, alternative operatøren. I tillegg forutsettes det en effektiv nettverksstruktur. Nettverksutstyr må avskrives i henhold til den relevante økonomiske levetiden for aktiva.

(2) Kostnader ved å terminere trafikk i andre nett

Kostnader ved å terminere trafikk i andre nettverk og/eller ved trafikkutveksling (peering) og transitt må beregnes i henhold til faktiske utbetalinger som blir gjort for andre operatører. Derfor skal nettokostnadene brukes. De relevante prisene kan være regulerte eller fremforhandlet.

(3) Andre kostnader (regulatoriske, nummerportabilitet osv.)

Foruten de ovennevnte nedstrømskostnadene og sluttbrukerkostnadene, kan det oppstå andre kostnader som kan være relevante. Eksempler på slike kostnader er utgifter som følge av regulatoriske forpliktelser eller nummerportabilitet. Det vil også bli tatt hensyn til disse kostnadene i marginskvismodellen.

(4) Sluttbrukerkostnader

Ifølge BEREC omfatter sluttbrukerkostnadene følgende kostnadskategorier:

- Kostnad for å få og beholde en ny kunde
- Kundebehandling
- Markedsføring og annonsering
- Fakturering
- Lønn/provisjon til salgspersonell
- Tap på debitor
- Utplassert utstyr (CPE – Customer Premises Equipment) og distribusjon
- Produktutvikling/produktledelse
- Felles sluttbrukerkostnader

Anbefalingen spesifiserer ikke ytterligere splitting av sluttbrukerkostnadene.

En kategori for kategori-tilnærming, støttet av et obligatorisk krav til SMP-operatøren om regnskapsmessig skille, synes å være en adekvat tilnærming. Dette gir detaljert informasjon slik at Nkom kan vurdere, i kombinasjon med referansedata eller data fra alternative operatører, om den leverte kostnadsinformasjonen er rimelig for en effektiv operatør som yter tilsvarende sluttbrukertjenester.

(5) Andre felleskostnader

Andre felleskostnader er kostnader til administrasjon og ledelse som ikke kan henføres til de enkelte tjenestene. EPMU (equi-proportional mark-up) er den metoden som vanligvis brukes ved modellering av LRIC-kostnader. En prosentandel beregnes som forholdet mellom totale felleskostnader og totale inkrementelle kostnader. Med denne metoden fordeles kostnader på tvers av alle relevante tjenester etter samme forholdstall.

Prinsipp 9

Følgende fem typer kostnadskategorier - egne nettverkskostnader, kostnader ved å terminere trafikk i andre nettverk, andre kostnader (regulatoriske, nummerportabilitet osv.), sluttbrukerkostnader og felleskostnader, vil bli brukt i marginskvistesten.

For sluttbrukerkostnader vil det bli brukt en kategori for kategori-tilnærming i tråd med kategoriene som er presentert av BEREC.

Det vil bli benyttet en EPMU-tilnærming for å inkludere påslag for andre felleskostnader.

3.10 Relevante regulerte grossistprodukter

I de fleste tilfeller er prisstrukturen for grossistprodukter kompleks. Alle elementene i prisstrukturen som en tilgangssøker må betale for ved kjøp av de aktuelle elementene i grossistproduktet skal inkluderes. Dette gjelder blant annet løpende kostnader og engangskostnader, kostnader ved terminering av tjenesten, tjenesteklargjøring og tjenestekansellering, dersom det er aktuelt.

Engangskostnader må avskrives (eller diskonteres) over en relevant tidsperiode. Volumrabatter og/eller langsiktige avtaler om tilgangspriser²¹ bør tas hensyn til hvis de er representative for forretningsmodellen til tilgangssøkerne, og/eller hvis de er i tråd med en konkurransedyktig markedsstruktur.

Prinsipp 10

Alle elementene i prisstrukturen som en tilgangskjøper må betale for ved kjøp av de aktuelle elementene i grossistproduktet, må inkluderes. Dette gjelder blant annet løpende kostnader og engangskostnader, kostnader ved terminering av tjenesten, tjenesteklargjøring og tjenestekansellering, hvis det er aktuelt.

Engangskostnader må avskrives (eller diskonteres) over en relevant tidsperiode. Volumrabatter og/eller langsiktige avtaler om tilgangspriser vil bli tatt hensyn til hvis de er representative for forretningsmodellen til tilgangssøkerne, og/eller hvis de er i tråd med en konkurransedyktig markedsstruktur.

3.11 Trigger for utføring av marginskvistest

En marginskvisberegning skaper administrativt arbeid som påfører alle impliserte kostnader; SMP-operatøren, alternative operatører og tilsynsmyndighetene. I de tilfellene hvor en marginskvistest vil bli gjennomført, bør det være en riktig balanse mellom følgende mål:

- Alternative operatører skal være i stand til å drive et lønnsomt forretningsscenario ved hjelp av obligatoriske, fiberbaserte tilgangstjenester for grossistmarkedet som leveres av Telenor.
- Det må sikres fleksibilitet med hensyn til prissetting i sluttbrukermarkedet for Telenor.

²¹ Kriterier for å vurdere langsiktig tilgangsprising i tilfelle FTTH, er spesifisert i avsnitt 7 og 8 i NGA-anbefalingen (2010).

- Endringer i pris, kostnad og etterspørsel over tid skal dekkes i marginskvisberegningene innen rimelige tidsperioder.
- Marginskvisberegningene skal være gjennomsiktlige og forutsigbare for markedsaktørene som blir direkte berørt av grossisttjenestene og prisene på disse.
- Det administrative arbeidet med å gjennomføre en marginskvistest bør begrenses.

Derfor forutses følgende tre triggere for å gjennomføre en marginskvistest:

1. Marginskvistesten vil bli utført hver gang det settes en ny grossistpris i marked 5 og/eller når det blir innført et nytt grossistprodukt.
2. Det vil bli utført en marginskvistest for hver relevante grossisttjeneste med jevne mellomrom, hver 6. måned, i tråd med den eksisterende innsamlingen hver 6. måned av abonnentdata til Nkoms statistikkrapport.
3. Det kan utføres ytterligere marginskvistester under rimelige og forholdsmessige omstendigheter. Dette kan særlig være tilfellet dersom konkurrentene gjør begrunnede resonnementer for store markedsendringer knyttet til kostnader, priser og kundefordeling, og som i sin tur vil føre til andre resultater i forhold til den opprinnelige ex-ante marginskvistesten.

Ifølge Anbefalingen kan testprosedyren startes når som helst, men ikke senere enn tre måneder etter lanseringen av det relevante sluttbrukerproduktet. Siden marginskvistesten er begrenset til «flaggskipprodukter», krever dette at det er identifisert et «flaggskipprodukt». Hvis det er sterke bevis for at det er lansert et nytt flaggskipprodukt, skal porteføljetesten derfor gjennomføres innen tre måneder.

Prinsipp 11

Det er identifisert tre triggere for gjennomføring av marginskvistest for portefølje:

1. Ex-ante marginskvistesten vil bli utført hver gang det settes en ny grossistpris i marked 5, og/eller når det blir innført et nytt grossistprodukt.
2. Det vil bli utført en porteføljebasert marginskvistest for hvert grossistprodukt (f.eks. fiberbasert VULA) med jevne mellomrom, hver 6. måned, i tråd med den eksisterende innsamlingen hver 6. måned av abonnentdata til Nkoms statistikkrapport.
3. Det kan også utføres ytterligere porteføljebaserte marginskvistester under rimelige og forholdsmessige omstendigheter. Dette kan særlig være tilfellet dersom konkurrenter fremlegger begrunnede resonnementer for store endringer i markedet knyttet til kostnader, priser og kundefordeling, som ville føre til andre resultater enn den opprinnelige ex-ante porteføljebaserte marginskvistesten.

4 Krav om positiv bruttomargin

Ettersom marginskvistestene vurderer den totale marginen til en portefølje, gir testen Telenor fleksibilitet med hensyn til fastsetting av grossistprisene for fiberaksess, og dermed en større fleksibilitet ved fastsetting av de fiberbaserte sluttbrukerprisene. Denne måten å teste på kan imidlertid gi Telenor fleksibilitet til å fastsette prisene på de underliggende grossisttjenestene på en slik måte at alternative operatører ikke vil være i stand til å få dekket de tilsvarende grossistkostnadene. Dette kan gjelde for sluttbrukerprodukter som ikke anses som flaggskipprodukter, eller for sluttbrukerprodukter som anses som flaggskipprodukter, men som har et lavt antall abonnenter, da disse har mindre innvirkning på den samlede målte porteføljemarginen.

Som følge av kravet om ikke-diskriminering, og for å oppnå formålet med reguleringen, vil det derfor være en grense for den tillatte fleksibiliteten når det gjelder prissettingen av fiberprodukter i grossistmarkedet, slik at grossistkostnadene i det minste skal dekkes for hvert frittstående sluttbrukerprodukt (flaggskip og ikke-flaggskip) som er basert på en fibergrossisttjeneste.

Som en presisering av den pålagte plikten, skal de beregnede månedlige kostnadene for grossistkomponentene for hvert av Telenors fiberbaserte sluttbrukerprodukter, ikke overstige den tilsvarende beregnede månedlige sluttbrukerinntekten. Prinsippet om en positiv bruttomargin gjelder for Telenors fiberbaserte frittstående bredbåndsprodukter.

En bruttomargintest for fiberbaserte frittstående bredbåndsprodukter er bestått hvis

Total månedlig sluttbrukerinntekt - total månedlig grossistinntekt ≥ 0

5 Referanser

- BEREC (2013): Commission draft Recommendation on non-discrimination and costing methodologies, BEREC Opinion, BoR (13) 41, 26 March 2013.
- BEREC (2014) BEREC Guidance on the regulatory accounting approach to the economic replicability test (i.e. ex-ante/sector specific margin squeeze tests), 5 December 2014.
- ComReg (2013): Next Generation Access (,NGA'): Remedies for Next Generation Access Markets, Response to Consultation and Final Decision, ComReg Document 13/11, 31/01/2013.
- ERG (2004): ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the new regulatory environment, ERG (03) 30rev1.
- ERG (2009); Report on the Discussion on the application of margin squeeze tests to bundles, ERG (09) 07, March 2009.
- European Commission (1998): Notice on the application of competition rules to access agreements in the telecommunications sector (Official Journal C 265 , 22/08/1998 P. 0002 – 0028).
- European Commission (2010) Recommendation on regulated access to Next Generation Access Networks (NGA), 2010/572/EU.
- European Commission (2013): 2013/466/EU: Commission Recommendation of 11 September 2013 on consistent non-discrimination obligations and costing methodologies to promote competition and enhance the broadband investment environment.
- NPT/Nkom (2013): Vedlegg 1: Prinsipper ved bruk av marginskvistester i marked 15, sak 1103342, 13. desember 2013.
- NPT/Nkom (2014a): Vedtak om utpeking av tilbyder med sterk markedsstilling og pålegg om særskilte forpliktelser i grossistmarkedet for full og delt tilgang til faste aksessnett (marked 4), sak 1103505, 20. januar 2014 (http://www.nkom.no/marked/marked/regulering-smp/marked/marked-4-og-5/_attachment/11555?_ts=143b42cd7a5).
- NPT/Nkom (2014b): Vedtak om utpeking av tilbyder med sterk markedsstilling og pålegg om særskilte forpliktelser i grossistmarkedet for Bredbåndsaksess (marked 5), sak 1103505, 20. januar 2014 (http://www.nkom.no/marked/marked/regulering-smp/marked/marked-4-og-5/_attachment/11554?_ts=143b42d3dc4).
- OFCOM (2015): Fixed Access Market Reviews: Approach to the VULA margin, Draft Statement, 15 January 2015. http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/VULA-margin/statement/VULA_margin_draft_statement.pdf
- Oxera (2012): eircom's next generations access products – Pricing principles and methodologies; Report prepared for ComReg, April 2012.
- WIK for ILR (2013): The future margin squeeze approach for Luxembourg, June 2013.