

# Fjordkrafts innspill til ny markedsregulering 2019

Fjordkraft viser til Nkoms spørsmål i forbindelse med innspill til ny markedsregulering av Marked 15. Fjordkraft opererer i B2C-segementet og vil i dette dokumentet kommentere Nkoms spørsmål.

## Markedsavgrensing

1. I analysen 1. juli 2016 avgrenset Nkom fem sluttbrukermarkeder:  
sluttbrukermarkedene for telefonikoblede mobiltjenester (hhv. privat og bedrift), dedikerte abonnement for mobilt bredbånd (hhv. privat og bedrift) og sluttbrukermarkedet for maskin-til-maskin kommunikasjon. Det relevante grossistmarkedet omfatter grossisttilgang i alle offentlige GSM-, UMTS og LTE-nett for å tilby ordinære mobiltjenester (tale, SMS og datatjenester), mobilt bredbånd og M2M-tjenester for tilgang ved nasjonal gjesting, MVNO-tilgang og tjenesteleverandørtilgang. Nkom har senere presisert at tilgang til NB-IoT ikke inngår i det relevante grossistmarkedet. Nkom ber om aktørenes synspunkter på følgende:
  - a) **Er det grunnlag for endringer i markedsavgrensingene på sluttbruker- og/eller grossistnivå?**  
Det er særdeles viktig at NB-IoT og andre teknologiske nyvinninger også inkluderes i grossisttilgangen. Man kjenner ikke til hvordan de nye teknologiene som kommer vil endre markedet. Det vi derimot vet er at ny teknologi vil påvirke markedet og at det må tilrettelegges for konkurranse innenfor alle teknologier. For IOT vil det kunne bli svært mange nye enheter. Det blir svært viktig å begrense mulighetene til å ta høye påkoblingspriser og høye priser for lave datamengder (degressive priser).
  - b) **Hvilke forhold kan begrunne endring i markedsavgrensingene?**  
Teknologiutvikling som beskrevet ovenfor.
  - c) **Er det andre forhold enn de som fremgår av Nkoms nåværende markedsavgrensinger som kan begrunne å fastholde markedsavgrensingene slik de er definert?**  
Ikke som vi kan se nå.
  - d) **Hvilken betydning vil 5G få for Nkoms markedsavgrensinger?**  
Det vil være særdeles viktig at Nkom legger til rette for at 5G og andre nye teknologier som er og kan bli relevant i mobilmarkedet blir tilgjengeliggjort også for tilgangskjøperne. Hvis ikke kan det potensielt være totalt konkurranseødeleggende.

## Tre-kriterie-test

2. I analysen 1. juli 2016 konkluderte Nkom med at de tre kumulative vilkårene for sektorspesifikk ex-ante regulering var oppfylt. De tre vilkårene er
  - 1) Det foreligger høye og varige etableringshindre i markedet
  - 2) Markedet tenderer ikke mot bærekraftig konkurranse

3) Alminnelig konkurranserett er ikke tilstrekkelig til å ivareta hensynene bak den sektorspesifikke reguleringen.

**a) Er det grunnlag for endringer i konklusjonene på vurderingen av de tre kriteriene?**

Nei. Aldri har konkurransen vært lavere i det norske mobilmarkedet. Telenor og Telia har en massiv markedsandel, og legger man omsetning til grunn er deres samlede markedsandel enda større. I privatmarkedet er det kun noen få tjenesteleverandører igjen som alle streber hardt med å skape positive marginer. Andre har i tur og orden gitt opp og solgt kundemassene sine til netteier. Den fraværende konkurransen har ført til at Norge har det laveste dataforbruket og de høyeste prisene i Norden. Netteierne har enorme marginer sammenlignet med våre naboland og de aller fleste andre bransjer.

**b) Hvilke forhold kan begrunne endring i Nkoms konklusjoner under de enkelte kriteriene? Underbygg gjerne svaret med konkrete eksempler.**

Se svaret under 2a)

**c) Hvilke forhold kan begrunne å opprettholde Nkoms konklusjoner under de enkelte kriteriene? Underbygg gjerne svaret med konkrete eksempler.**

1. Det finnes en rekke barrierer for å etablere seg i mobilmarkedet. I følge Nielsen Media Research brukte de tre netteierne omkring 1 mrd kr brutto i markedsføring i 2017 ekskludert markedsføring gjennom Google og Facebook. Det er bortimot umulig for mindre aktører å bli sett. Selv om man har gode verdiforslag og en jevn kundestrøm inn er ikke dette nok. Det er en særdeles tidkrevende og kostbar prosess å bygge opp en stor nok kundebase til å drive lønnsomt som tjenesteleverandør. Historien har vist at de aller fleste utfordrerne gir opp lenge før de når en slik størrelse. ICE har siden sommeren 2015 brukt mangfoldige 100-millioner for å bygge kundebasen sin og har signifikant lavere arpu enn de andre netteierne.
2. Markedsandelene til Telenor og Telia har vel aldri vært større nå etter at Telia kjøpte Phonero og nå Get. Målet med gjeldene regulering har vært å skape bedre vilkår for konkurranse, men resultatet er dessverre vist seg å være motsatt. Utfordrernes marginer er over tid null, noe som har ført til at de aller fleste har gitt opp en etter en og duopolet har blitt mer og mer dominant.
3. Grossistmarkedet består i realiteten av kun to tilbydere. ICE har enda ikke et eget grossisttilbud [REDACTED]  
[REDACTED]  
Dette fører til at konkurranse i grossistmarkedet blir fraværende. Telenor sine priser er regulert og de fraviker ikke fra disse for å gjøre seg mer konkurransedyktig overfor Telia. Telia legger sine priser noen få prosent lavere enn Telenor og har ingen insentiver for å presse pris ytterligere. Dessverre gir gjeldene regulering muligheter og rom for stilltiende samarbeid. Telenor endrer kun prisene i grossistmarkedet når

de har strøket i en marginskvistest eller rett i forkant av test for ikke å stryke. De endrer aldri grossistprisene for å gjøre seg mer konkurransedyktig ift Telia.

**d) Hvilken rolle vil det tredje nettet spille i de nærmeste årene for muligheten til å oppnå bærekraftig konkurranse i grossistmarkedet?**

Den viktigste driveren for en bærekraftig konkurransemodell i sluttbrukermarkedet er gjennom å regulere grossistmarkedet på en måte som gjør at tjenestetilbydere kan bidra med forsterket konkurranse over tid i telecom-bransjen. Vi har ingen tro på at tre netteiere i seg selv vil føre til økt konkurranse i sluttbrukermarkedet.

**3. Hvilken betydning bør 5G få for konkurransesituasjonen i sluttbrukermarkedene og grossistmarkedet de nærmeste årene?**

Det blir viktig for konkurransen i markedet at de nye teknologiene som blir tilgjengelig de neste årene også blir gjort tilgjengelig for tilgangskjøperne.

## **Utpeking av tilbyder(e) med sterk markedsstilling**

**4. I vedtaket 1. juli 2016 konkluderte Nkom med at Telenor alene hadde økonomisk styrke innenfor det relevante markedet til å i stor grad kunne opptre uavhengig av konkurrenter, kunder og forbrukere, med andre ord sterk markedsstilling.**

**a) Er det grunnlag for å endre konklusjonen om at Telenor har sterk markedsstilling?**

Telenor har minst like sterk stilling i dag og har like stor markedsandel nå som ved forrige regulering. I motsetning til Telia har Telenor klart å skape organisk vekst, da spesielt gjennom Talkmore. Telia på sin side har bygget markedsandeler gjennom oppkjøp. Sammen har nå Telenor og Telia særdeles store markedsandeler både når det gjelder antall kunder og omsetning og kan i kraft av sin størrelse og økonomiske muskler opptre uavhengig av markedets andre aktører. Telenor og Telia har ingen incentiver for å utfordre dagens markedsandeler ved å konkurrere om tilgangskjøperne i grossistmarkedet.

**b) Hvilke forhold kan begrunne endring i Nkoms konklusjon?**

Markedsandelene til Telia har økt betraktelig. Disse to aktørene er nå i en særstilling ift markedsandeler i antall kunder og i omsetning. Dette kan danne grunnlaget for å regulere markedet som et duopol.

**c) Hvilke forhold kan begrunne å opprettholde Nkoms konklusjon?**

Se svar under 2a og 4a

- d) **Vil dekningsforskjeller og/eller oppfatning av dekning i mobilnettene gi grunnlag for konkurransefordeler som er av betydning for vurderingen av sterk markedsstilling i de nærmeste årene?**

Telenor har fortsatt klart sterkest persepsjon på best dekning i markedet, selv om Telia de siste årene har vunnet Tek.no sine dekningstester. Telia har gjort store investeringer på nett og dekning siste årene. Forholdet mellom de to på dekning har aldri har vært mindre, men persepsjonen blant kundene er vanskelig å endre.

Utrulling og tilgang til nye teknologier som 5G og NB-IOT vil også kunne gi konkurransefordeler som bør tas med i vurdering av sterk markedsstilling.

- e) **Hvilken betydning mener dere Telias kjøp av Get TDC Norge vil ha for vurderingen av sterk markedsstilling (forutsatt at kjøpet godkjennes av Konkurransetilsynet)?**

Det betyr at den sterke markedsmakten i duopolet blir enda større og at insentivene til å konkurrere om tilgangskjøperne blir enda mindre. Markedet er ikke tjent med at spillet mellom Telenor og Telia i grossistmarkedet fortsetter som i dag, der Telenor kun forholder seg til regulerte priser, mens Telia legger seg noen få prosent under disse. Dynamikken i grossistmarkedet er fraværende og konkurransen i sluttbrukermarkedet blir skadelidende. Det samme gjør mangfoldet av tjenesteleverandører som dessverre for sluttbruker blir færre og færre.

5. **To eller flere aktører kan også ha sterk markedsstilling sammen, såkalt kollektiv SMP3. I en slik vurdering står Kommisjonens/ESAs retningslinjer sentralt. Kommisjonen vedtok nye SMP-retningslinjer 26. april 2018, det forventes at ESA vil vedta tilsvarende retningslinjer. For å kunne påvise at to eller flere aktører sammen har kollektiv SMP, må Nkom vise at markedet har egenskaper som tilrettelegger for koordinert adferd og stilltiende samarbeid. Kommisjonen legger i sine retningslinjer for kollektiv stor vekt på de tre kumulative kriteriene fra Airtours-saken<sup>4</sup>. De tre kriteriene er 1) Markedet må være tilstrekkelig transparent, 2) Stilltiende samarbeid må være mulig å opprettholde over tid, 3) Konkurrenter eller kunder må ikke kunne hindre at målene for den koordinert adferden nås.**

- a) **Hvilke forhold taler for en konklusjon om kollektiv SMP i det norske markedet?**

Se under pkt 2c) og 4e)

- b) **Hvilke forhold taler mot en konklusjon om kollektiv SMP i det norske markedet?**

Ingen innspill

- c) **I hvilken grad anses det å være konkurranse mellom de to landsdekkende nettene om å tilby grossisttilgang i det norske markedet?**

I svært liten grad. Dessverre gir gjeldende regulering rom for et stilltiende samarbeid. Telenor tilbyr prisene de blir pålagt som følge av marginskvistesten, mens Telia sine priser ligger like under dette. At Telenor stadig vekk stryker på marginsskvistestene og holder tjenesteleverandørene i marginskvis store deler av året er også et tydelig signal på

at konkurransen i grossistmarkedet er totalt fraværende. Hverken Telenor eller Telia har noen insentiver for å konkurrere i grossistmarkedet, da det er mer lønnsomt for dem å opprettholde markedsandelene enn den ekstra inntekten tilgangskjøper bidrar med. Dette blir ytterligere forsterket med Telias oppkjøp av Get. Dette kunne vært annerledes dersom vi hadde hatt 2-3 tilgangskjøpere med 100.000 – 150.000 kunder. Da ville de stått for en signifikant inntekt for grossistene og insentivene for netteierne ville vært større for å være attraktive grossister. Et annet alternativ hadde vært at netteierne måtte splitte nett og sluttbrukervirksomheten sin. Da hadde netteierne i mye større grad hatt insentiver for å skape konkurranse i grossistmarkedet. Det kunne vært et meget viktig virkemiddel for å skape konkurranse både i grossist- og i sluttbrukermarkedet.

**d) I hvilken grad har netteierne kjennskap til tilgangsvilkårene hos andre netteiere?**

Vår opplevelse er at Telia og ICE har full oversikt over Telenor sine priser. Telia endrer sine priser kun når Telenor blir pålagt å endre sine. Ved hver anledning legger Telia sine priser litt under Telenor sine. Dette hadde de ikke kunne gjort uten full oversikt.

## **Virkemidler**

Dersom analysen av sterk markedsstilling resulterer i at det utpekes én eller flere aktører med sterk markedsstilling, skal den eller disse aktørene pålegges særskilte forpliktelser etter ekomloven kapittel 4. Pålegg av særskilte forpliktelser vil være innrettet mot å avhjelpe faktiske eller potensielle konkurranseproblemer og skal være egnet til å fremme bærekraftig konkurranse. Spørsmålene i denne delen er stilt under forutsetning om at det er grunnlag for å utpeke tilbyder(e) med sterk markedsstilling.

## **Tilgangsplikt**

**6. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å imøtekomme enhver rimelig anmodning om nasjonal gjesting, MVNO-tilgang, tjenesteleverandørtilgang og samlokalisering.**

**a) Hvilke forhold taler for å endre én eller flere av disse forpliktelsene?**

Ingen

**b) Hvilke forhold taler for å opprettholde disse forpliktelsene?**

Hverken Telia eller Telenor har noen som helst insentiver for å slippe til konkurrenter på nettene deres. Det er mye viktigere for dem å opprettholde deres dominerende markedsandeler, framfor å tjene noen ekstra kroner i grossistmarkedet på å konkurranseutsette egen sluttbrukervirksomhet. Uten en regulert tilgangspliktelse vil det bli særdeles vanskelig å få kjøpe tilgang hos duopolet. Vi tror også at aktører som netteierne frykter skal bli store konkurrenter ikke vil bli gitt tilgang.

**7. Telenor skal i medhold av gjeldende regulering tilby tilgang uten bestemmelser om leveringseksklusivitet. Forbudet innebærer at tilgangskjøper med noen unntak kan inngå parallell tilgangsavtale med flere netteiere.**

**a) Hvilke forhold taler for å endre denne forpliktelsen?**

Ingen

**b) Hvilke forhold taler for å opprettholde denne forpliktelsen?**

Denne forpliktelsen kan være med å gjøre ICE mer aktuell i grossistmarkedet. Hvis de utvikler konkurransemessig styrke på produkter innenfor de nye teknologiene som kommer, vil de kunne gjøre seg attraktiv overfor kunder i grossistmarkedet innenfor enkelte segmenter.

## **Standardavtale og offentliggjøring**

**8. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å utarbeide og offentliggjøre standardavtale for tilgang. Innholdet i en standardavtale skal speile et tilbud om tilgang til de tilgangsførmene som omfattes av tilgangsplikten på ikke-diskriminerende vilkår. Standardavtalen skal effektivisere tilgangsplikten og kravet til ikke-diskriminering. Telenor kan i tillegg tilby tilgang til vilkår som fraviker standardavtalen under en forutsetning om at de avvikende vilkårene også gjøres tilgjengelig for andre tilgangskjøpere.**

**a) Fungerer Telenors standardavtaler slik de er tiltenkt?**

Vi opplever at standardavtaler fungerer slik de er tiltenkt. Avtalene sikrer transperans både for tilgangskjøpere og regulator, og skaper trygghet om at det ikke foregår diskriminering mellom tilgangskjøperne.

**b) Hvilke forhold taler for at kravene til standardavtale bør endres og hva bør endringene eventuelt bestå i?**

Å fjerne kravet om offentliggjøring og standardavtaler vil skape rom for at regulert aktør(er) kan tåkelegge og skape urimelige vilkår for tilgangskjøperne. Det vil også skape rom for redusert effektivitet i forhandlinger og avtaleinngåelse med tilgangskjøperne. Vi opplever at ingen forhold taler for å fjerne kravet om standardavtaler.

**9. Kravet til offentliggjøring av standardavtale omfatter ikke prisinformasjon.**

**a) Hvilke forhold taler for å endre dette kravet?**

Ingen forhold taler for at prisinformasjon i standardavtalen skal offentliggjøres.

**b) Hvilke forhold taler for å fastholde dette kravet?**

Offentlige priser vil redusere konkurranse ytterligere.

## **Ikke-diskriminering**

**10. Telenor er i gjeldende regulering pålagt krav til ikke-diskriminering, både mellom eksterne tilgangskjøpere og mellom tilgangskjøpere og Telenors egen sluttbrukervirksomhet. Kravet innebærer blant annet at eksterne tilgangskjøpere skal ha likeverdige forutsetninger for å kunne konkurrere i sluttbrukermarkedet som Telenors egen sluttbrukervirksomhet.**

**a) Fungerer kravet til ikke-diskriminering slik det er tiltenkt?**

Vi mener at kravet i hovedsak fungerer slik det er tiltenkt. [REDACTED]

**b) Hvilke forhold taler for at kravene til ikke-diskriminering bør endres og hva bør endringene eventuelt bestå i?**

Erfaringen fra gjeldende reguleringsperiode viser at Telenor ikke har noen insentiver for å forhandle på pris og vilkår med deres tilgangskjøpere. Vi har liten tro på at å fjerne ikke-diskriminering vil endre dette. Det vil i så fall skape rom for at Telenor kan opptre med en splitt og hersk taktikk overfor tilgangskjøperne, noe som kan forverre konkurransesituasjonen ytterligere. Vi ser ingen forhold som taler for at ikke-diskriminering bør fjernes.

**11. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å tilby en tilgangsavtale uten fastpriskomponenter på abonnementsnivå. Dette vil i praksis si at Telenor må tilby en tilgangsavtale som baseres på trafikkavhengige (variable) priser. Bakgrunnen for kravet er at tilgangskjøpere skal kunne ha likeverdige muligheter til å konkurrere og skape produktmangfold som Telenors egen sluttbrukervirksomhet.**

**a) Fungerer dette kravet slik det er tiltenkt?**

Dette kravet fungerer på ingen måte ikke slik det er tiltenkt. [REDACTED]

[REDACTED] Utfordringen med denne prisstrukturen er at den reduserer muligheten for pris- og produktinnovasjon for tjenesteleverandørene. [REDACTED]

[REDACTED] Altså bryter det med hensikten i reguleringen.

**b) Bør det stilles krav til å tilby andre prisstrukturer/metoder for at tilgangskjøpere skal kunne ha samme grad av fleksibilitet til utforming av sluttbrukerprodukter som Telenors egen virksomhet?**

Et alternativ til gjeldende prismodell kan være å kjøpe data, tale etc i bulk basert på totalt volum som tjenesteleverandørers etterspør.

Det er dog meget vanskelig å forutse hvordan en ny prismodell vil slå ut før den har vært i markedet over en viss tid. Vi anbefaler derfor at regulert aktør(er) pålegges å ha minimum 2 ulike prismodeller i grossistmarkedet, der den ene er basert på trafikkavhengige priser og den andre er basert på bulk-kjøp.

## **Regnskapsmessig skille**

**12. Telenor er i gjeldende vedtak pålagt å rapportere regnskapsmessig skille.**

Rapporteringen skal vise om Telenor kunne oppnådd lønnsomhet dersom selskapets sluttbrukervirksomhet kjøpte tilgang til de vilkårene Telenor tilbyr i sine

**standardavtaler, og er et verktøy i oppfølgingen av at Telenor ikke diskriminerer på pris mellom selskapets egen sluttbrukervirksomhet og eksterne kjøpere av tilgang.**

**a) Fungerer regnskapsmessig skille effektivt som verktøy for oppfølging av kravet til ikke-diskriminering?**

Ut i fra den erfaringen vi har med regnskapsmessig skille i andre bransjer tror vi at regnskapsmessig skille gir rom for å allokere kostnader på nettselskapet som naturlig skulle ha lagt hos sluttbrukervirksomheten. Dette er typisk ulike kostnader knyttet til merkevarebygging som kjennskap, kunnskap, top of mind osv. Innenfor telecom-bransjen kan det også være «unique selling propositions» som har sitt opphav i nettselskapet, for eksempel hvor sluttbrukermerkevaren markedsfører telenornettet som beste nett, raskeste nett etc. Dette er kostnader som en effektiv tjenesteleverandør må dekke selv. Vi tror at markedsvedtaket gir rom for at Telenor kan allokere disse og andre kostnader på nettselskapet, og dermed fremstå som mer kostnadseffektiv enn de i realiteten er.

**b) Hvilke endringer bør det eventuelt gjøres i kravene til rapportering av regnskapsmessig skille?**

Ingen innspill

**c) Hvilke andre verktøy bør eventuelt erstatte og/eller supplere regnskapsmessig skille som verktøy for oppfølging av kravet til ikke-diskriminering?**

Det bør i tillegg stilles krav om selskapsmessig skille, slik at risiko for krysssubsidiering fjernes. I tillegg bør det stilles krav om merkevare-unbundling. Dagens felles brand for nett og tjeneste er åpenbart konkurransevridende kostnadmessig. I tillegg er det slik at når tjenesteleverandør opplyser kunden om nettleverandør, så må man i praksis reklamere for konkurrenten.

## **Prisregulering**

Prisregulering kan pålegges dersom en tilbyder kan utnytte sin markedsstilling til skade for sluttbrukere ved å opprettholde et uforholdsmessig høyt prisnivå eller ved å etablere prisklemmer for konkurrerende tilbydere.

I gjeldende regulering er Telenor pålagt å gi tilgang til sitt mobilnett med priser som forhindrer at tilgangskjøper settes i marginskvis. Pålegget følges opp av marginskvistester med seks måneders intervaller, og testene baseres på Telenors representative produkter og gjeldende tilgangspriser.

Tilgangspriser for tjenesteleverandørtilgang skal bestå en bruttomargintest, hvor kravet konkret innebærer at alle representative produkter skal hver for seg vise inntekter fra sluttbrukervirksomheten som overstiger de korresponderende tilgangskostnader. Tilgangspriser for MVNO-tilgang skal bestå en full marginskvistest, hvor kravet konkret innebærer at en aggregert test av de representative produktene skal vise inntekter fra sluttbrukervirksomheten som overstiger summen av de korresponderende tilgangskostnader



og kostnader til sluttbrukervirksomhet. Testene av tjenesteleverandørtilgang og MNVO-tilgang forutsetter et effektivitetskrav som tilsvarer fem prosent markedsandel i privatmarkedet (samlet for telefonikoblede mobiltjenester og dedikerte abonnement for mobilt bredbånd) og fem prosent markedsandel i bedriftsmarkedet (samlet for telefonikoblede mobiltjenester og dedikerte abonnement for mobilt bredbånd). Tilgang til nasjonal gjesting testes på samme måte som MVNO-tilgang, men her oppstilles det et effektivitetskrav som tilsvarer 20 prosent av det samlede markedet. Nkom ønsker informasjon om erfaringene aktørene har fra gjeldende prisregulering.

### **13. Det bes om en vurdering av hvordan gjeldende prisregulering fungerer.**

Prisreguleringen i gjeldende markedsvedtak fungerer ikke som tiltenkt. Under gjeldende vedtak har dessverre konkurransen i markedet blitt dårligere og duopolet har styrket sin markedsposisjon. Telenor har hatt rom til å utnytte sin markedsstilling til å opprettholde et uforholdsmessig høyt prisnivå for sluttbruker. Norge har de høyeste sluttbrukerprisene, høyest arpu og lavest datakonsum i hele Norden. Netteierne tar ut enorme EBITDA marginer.

Mellom hver marginskvisetest i gjeldende reguleringsperiode har Telenor holdt tilgangskjøperne i marginskvis, og har ikke hatt noen insentiv til å ikke gjøre dette.

### **14. Hvilke forhold taler for å fastholde gjeldende prisregulering?**

Det er særdeles viktig at mobilmarkedet blir regulert i en ny periode. Marginskvistesten er pr i dag det eneste virkemidlet som har en direkte innvirkning på tilgangskjøpernes vilkår i markedet. Det er dog meget viktig å ta lærdom av erfaring tilegnet i løpet av gjeldende vedtak. Dette må brukes til å lage tiltak som får positiv betydning for å bedre konkurransesituasjonen i markedet.

### **15. Hvilke forhold taler for å endre gjeldende prisregulering?**

Utviklingen i duopolets markedsandeler både ift antall kunder og omsetning er et tydelig signal på at gjeldende regulering må strammes kraftig inn. Det samme gjelder det stadige bortfallet av tjenesteleverandører, som er et tegn på hvor store barrierer duopolet har hatt rom for å skape i markedet. Markedet trenger i aller høyeste grad avhjelpende virkemidler for å stimulere til konkurranse

### **16. Det bes om eventuelle konkrete forslag til endringer av gjeldende prisregulering.**

Med utgangspunkt i gjeldende prisregulering foreslår vi følgende konkrete tiltak:

- 1) Telenors insentiv om å holde tilgangskjøperne i marginskvis mellom marginskvistestene må fjernes. Dette kan gjøres ved at Telenor må gi en rabatt etterskuddsvis tilsvarende det de har holdt tilgangskjøperne i marginskvis. Denne rabatten må være gjeldene i like mange måneder som marginskvisen var gjeldende. Alternativet til dette er å øke hyppigheten på antall marginskvistester pr år til minimum 4. Dette vil dog være mer arbeidskrevende, samt at det ikke fjerner insentivet om å holde tilgangskjøperne i marginskvis.

- 2) Størrelsen på modellert aktør i marginskvistestene må reduseres kraftig. 5% som brukes i dag tilsvarer i underkant av 250.000 kunder i privatmarkedet. Ingen tjenesteleverandører har nådd så mange abonnementskunder før de ble kjøpt opp av en netteier. De nærmeste har vært OneCall, Chess og Sense. 5%-regelen gjør at det legges til grunn usannsynlig store volumrabatter på grossistprisene. Volumrabattene fungerer i dag som etableringsbarrierer for små aktører, og 5%-regelen forsterker dette. Et alternativ kan være å fjerne all volumrabatten i grossistmarkedet og dermed også 5%-regelen for modellert aktør. Da ville marginskvistesten gjenspeile de faktiske forholdene i mye større grad.
- 3) Kravet om positiv bruttomargin må spesifiseres. Ingen kan leve av en bruttomargin på 0,1%. At duopolet har styrket sin markedsposisjon de siste 3 år er et tydelig signal på at man må legge større vekt på å skape rom for tjenesteleverandørene. Kravet til positiv må settes til minimum 20% hvis man skal ha håp om å skape konkurransedynamikk i mobilmarkedet.
- 4) Representativitet ift dagens markedssituasjon bør vektlegges mer. Prisplaner solgt siste 6-12 mnd bør vektles tyngre under marginskvistestene når man utfører marginskvistestene for MVNO'er. Årsaken til dette er at Telenor har en rekke kunder på gamle og dyre prisplaner som gir et helt feil bilde av inntektene. Disse prisplanene er heller ikke representative ift den konkurransesituasjonen tilgangskjøperne møter i markedet.
- 5) Modellen som brukes under marginskvistestene må ta hensyn til den enorme utviklingen i datakonsumet. I dag legger man kun til grunn historisk forbruk av data uten å legge på vekstrate i datakonsumet. Dette medfører at beregningen av marginskvis ikke legger til rette for kommende periode som prisene skal gjelde for. Dette fører til at tilgangskjøperne raskt settes i marginskvis igjen etter en test.

**17. På hvilken måte er eventuelt vurderingene på de ovenstående spørsmålene om prisregulering ulike ved tilfellet én utpekt tilbyder med SMP og ved tilfellet kollektiv SMP?**

Alle de ovenstående svarene og forslagene til forbedringer vil være like relevant uavhengig av om det blir utpekt en tilbyder med SMP eller ved tilfellet kollektiv SMP.

## **Andre forhold**

**18. Er det andre forhold som er relevante for de vurderinger Nkom skal gjøre?**

Fjordkraft mobil har siden oppstart vært en aktør i B2C-markedet. Vi ønsker primært å forbedre markedsvedtaket gjennom de erfaringene som gjeldende vedtak har gitt oss. Oppsummert mener vi følgende tiltak vil være viktig for det nye vedtaket:

- 1) Størrelsen på modellert aktør må reduseres til et nivå som er mye mer realistisk enn dagens nivå. Pr i dag har ingen tjenesteleverandører mer enn 1% markedsandel. Et annet alternativ er å fjerne hele 5%-regelen for modellert aktør og volumrabatten i grossistmarkedet. I gjeldende reguleringsperiode har

kombinasjonen av disse to virket mot sin hensikt for tilgangskjøperne, da den kun har fungert som en ekstra barriere.

- 2) Krav om positiv bruttomargin er ikke godt nok. Det må tallfestes et krav til bruttomargin som er mye større enn dagens 0,1%. Kravet til positiv bruttomargin må settes til minimum 20% for å oppnå konkurransedynamikk i mobilmarkedet.
- 3) Fjerne insentivet til regulert aktør(er) om å holde tjenesteleverandører i marginskvis mellom testene. Dette kan gjøres ved å kreve at regulert aktør(er) gir rabatt etterskuddsvis tilsvarende marginskvisen i like mange måneder som aktørene har vært i marginskvis.
- 4) Prisplaner som har vært solgt siste 6-12 mnd må vektas mye tyngre i marginskvistestene for MVNO'er. Det er disse som representerer konkurransesituasjonen i markedet.
- 5) Det er to dominerende aktører i markedet som kan opptre uavhengig av konkurrentene. Markedet bør derfor reguleres som et kollektiv SMP.
- 6) Sette krav om at regulert aktør(er) skal tilby minst to prismodeller i grossistmarkedet. En bør være basert på trafikkavhengige priser, mens den andre basert på bulk-kjøp.
- 7) NB-IOT, 5G og andre nye teknologier som kommer og kan spille en rolle i mobilmarkedet må inn i reguleringen.

Vi er særdeles opptatt av at konkurransevilkårene i mobilmarkedet må bli bedre og at barrierene må bli lavere. Vi mener at neste regulering må bli mye tøffere, da duopolet har hatt rom for å forsterke sin dominerende markedsposisjon og redusert konkurransedynamikken i både grossistmarkedet og sluttbrukermarkedet under gjeldende vedtak.