

Markedet for tilgang til og samtaleoriginering i offentlige mobilkommunikasjonsnett – høringskommentarer fra Phonect

1. Bakgrunn

Phonect viser til Nasjonal kommunikasjonsmyndighets («Nkom») spørsmål til aktørene i forbindelse med markedet for tilgang til og samtaleoriginering i offentlige mobilkommunikasjonsnett («Markedet»).

Phonect vil i dette brevet kommentere spørsmålene om markedsavgrænsingen, tre-kriterie-testen, analysen av sterk markedsstilling og de regulatoriske virkemidlene som Nkom kan pålegge.

2. Oppsummering og konklusjon

Phonect mener at dagens reguleringsmandat gitt i Marked 15 ikke fremmer konkurranse og innovasjon i tilstrekkelig grad. Vi forsøker derfor i våre svar og anbefalinger i dette dokument å belyse dette så godt vi kan. Følgende hovedelementer anbefaler vi å endre for å oppnå den overordnede målsettingen, og med de føringer det får for reguleringen:

- Både Telenor og Telia bør reguleres, da de sammen har kollektiv SMP
- Prisreguleringen bør ta utgangspunkt i en positiv margin betraktning og ikke 0 margin, eventuelt med dagsferske priser i markedet
- Alle teknologier må reguleres, både med tanke på tilgang og priser for å oppnå like konkurransevilkår
- Reguleringen bør være ikke-diskriminerende
- Tilgangsmodellen for kjøp av data bør endres

Vi har samarbeidet i IKT Norge sitt Serviceprovider-forum med besvarelsen, men velger å levere hver vår besvarelse. Dette medfører at deler av besvarelsen/argumentasjonen vil tilnærmet være like fra flere av aktørene.

3. Phonects kommentarer til markedsavgrænsing

a) Er det grunnlag for endringer i markedsavgrænsingene på sluttbruker- og/eller grossistnivå?

Etter Phonects syn bør dagens ordning opprettholdes. I tillegg til dette må 5G og alle andre nett-teknologier (inkludert NB-IOT/LTE-M/Multicast og andre teknologier og standarder som tilbyderen måtte lansere) være en del av samme regulering (ikke eget sluttbruker-marked). Dette fordi samme kunde (i bedriftsmarkedet i startfasen) vil ha tilgang på flere/alle tjenestene i samme avtale/faktura. Det er dermed en risiko for at netteier kan lage koblinger som skaper monopol-situasjoner og ikke fremmer konkurranse og innovasjon.

Det er viktig at den som reguleres også pålegges å tilgjengeliggjøre teknologien så tidlig som mulig, slik at tjenesteleverandør kan tilegne seg kunnskap og forberede mulige løsninger som skal tilbys markedet. Dette kan gjøres ved å tilby tilgang til testing senest samtidig som netteier starter testing mot egne kunder.

b) Hvilke forhold kan begrunne endring i markedsavgrensingene?

Nye teknologier, spesielt innenfor IOT-området og 5G, kan potensielt føre til raske endringer i markedet (for eksempel eSIM og nye tilgangsformer). For å skape sunn konkurranse anser Phonect det som avgjørende at tjenestetilbydere gis samme mulighet til å planlegge og lage innovative løsninger/pakketeringer til markedet. Videre ser vi at det inngås kundeavtaler som kombinerer tjenester innen områder som har markedsavgrensing og områder som ikke har slik avgrensning (for eksempel avtale om m2m og pilot på NB-IOT), og som åpenbart skaper konkurransevridning dersom ikke også nye tjenester konsekvent omfattes av markedsavgrensingen. IOT og 5G områdene spås en enorm vekst fremover. Vi skulle gjerne kommet med konkrete eksempler, men markedene er fortsatt for premature til å kunne argumentere med reelle eksempler.

c) Er det andre forhold enn de som fremgår av Nkoms nåværende markedsavgrensinger som kan begrunne og fastholde markedsavgrensingene slik de er definert?

Ikke etter Phonects syn.

d) Hvilken betydning vil 5G få for Nkoms markedsavgrensinger?

Etter Phonects syn vil 5G endre deler av markedet sterkt, det er enda uklart hvilket omfang dette vil få og retningen 5G vil ta siden markedsbehovet enda ikke er fullt avdekket. Det er sannsynlig at 5G på kort sikt vil påvirke IOT, mobilt bredbånd og stor sannsynlighet for at 5G kommer til å benyttes som point to point bredbånd (last mile). På litt lengre sikt vil teknologien få enda større betydning. Det er essensielt at tjenestetilbydere og MVNO'er får tilgang til denne (og andre nettsentriske) teknologier på et så tidlig tidspunkt som mulig. Per i dag gjelder dette spesielt tilbydere i B2B-markedet, da det normalt sett er disse som har behov for og betalingsvillighet til slike innovative løsninger i startfasen. Dette bør reguleres som en del av totalmarkedet, på lik linje som NKOM sin vurdering når 4G ble lansert, og ikke som en egen sluttkunderegulering for å øke innovasjonen og konkurransen i markedet.

4. Phonects kommentarer til tre-kriterie-test

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

Etter Phonects syn er det ikke grunnlag for endringer. Snarere har utviklingen gått i en retning som gir grunnlag for enda tydeligere og mer omfattende regulering. Siden det i reguleringsperioden har det blitt færre konkurrenter og mindre konkurranse i det norske markedet. Eksempelvis hadde Telenor og Telia i 2015 en samlet markedsandel på 88,8 %, Phonero og Lycamobile hadde henholdsvis 3,6 % og 1,9 % og andre hadde resterende markedsandel på 5,7 %. I 2017 hadde Telenor og Telia 93,2 % markedsandel av omsetningen. Videre vises det til Telia og Telenor sine markedsandeler og EBIT/EBITDA marginer som er svært høye, samtidig som norske kunder betaler mest for sammenlignbare mengder data, og bruker minst data i Norden.

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

Phonect viser til svaret gitt ovenfor under pkt. a), og har forøvrig følgende kommentarer:

1) Det foreligger høye og varige etableringshindre i markedet:

De to etablerte netteiere unytter sin markedsrett både til å prise konkurrenter ut av markedet med en pris til sluttbruker som i mange tilfelle ligger betydelig under tjenestetilbydere/MVNO'er sine innkjøpspriser. Konkrete eksempler på dette er prisnivået i DIFI sin innkjøpsavtale (trafikk) inngått i 2018.

2) Markedet tenderer ikke mot bærekraftig konkurranse:

I perioden med regulering/markedsavgrensing har spesielt B2B markedet gjennomgått ytterligere konsolidering og redusert reell konkurranse. Her er Phonects syn at ICE ikke har nettkvalitet til å konkurrere fullt ut med Telia og Telenor.

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

Konkurranseretten ikke er tilstrekkelig til å kunne gripe inn i rett tid etter Phonects syn. Med dette menes at markedet må reguleres slik at kundeavtaler ikke kan inngås av dominerende aktører på en slik måte at nyetablerte aktører holdes utenfor, for eksempel gjennom marginskvis på avtaletidspunktet.

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

1) Det er begrenset tilgang på frekvenser i det norske markedet, samtidig som det koster flere milliarder kroner å bygge et konkurrerende nett. Dette kan også sees i ICE sitt forsøk på å bygge et konkurrerende nett, hvor kostnad og tidsbruk er fremtredende elementer.

2) Gitt at tjenestetilbyderne gis tilstrekkelig økonomiske konkurransevilkår vil dette gi grobunn for innovative og effektive selskap som kan utvikle teknologi og løsninger mot kundegrupper og vertikaler som et duopol ikke vil være i stand til å tilby.

3) Telekom er en bransje med mange særegenheter og pengestrømmer som krever betydelig innsikt og fagkompetanse. Dette gjelder også teknologisk innsikt da dette også må hensyntas (i tillegg til de finansielle og konkurransespesifikke elementene). Den rettidige og umiddelbare reguleringen NKOM kan gjøre, ansees som bedre enn den regulære konkurranselovgivningen.

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

Phonect anser ikke at det tredje nettet (ICE) vil påvirke konkurransen i stor grad før tidligst i neste reguleringsperiode. Dette da dekningsgrad (befolkningsdekning) og trafikk i eget nett sannsynligvis ikke vil være tilstrekkelig høyt for å kunne tilby tilfredsstillende betingelser i denne perioden. I tillegg vil modenhet og kostnad for å tilrettelegge for grossistvirksomhet påvirke tidsaspektet.

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

Phonect mener at 5G vil, avhengig av netteierne utbyggingshastighet, spille en rolle på den delen av markedet som har behov for høy datahastighet, eller lav latency. Det betyr påvirkning på deler av IOT/M2M, spillindustrien og deler av MBB markedet. Vi mener at spesielt innenfor bedriftsmarkedet (B2B) vil 5G få betydelig påvirkning på markedet. De to store netteierne kan langt på vei legge føringer, og dermed legge begrensninger på, tjenesteutvikling og innovasjon dersom teknologien ikke når ut til alle aktører på likeverdige vilkår. Som et eksempel vi kan trekke frem; hvordan kan gode smart by-løsninger utarbeides? Dette vil ofte bli utviklet gjennom *Innovative anbud* og kan medføre meget begrenset innovasjon og feil prising dersom dette markedet forblir duopolisert. Dette begrunnes også i tidligere lanseringer av ny teknologi (både 3G og spesielt 4G). Telia (NetCom) lanserte 4G først i verden, mange måneder før Telenor. Dette påvirket i liten grad konkurransen i sluttbrukermarkedet, det var kun i innenfor den betalingsvillige delen av bedriftsmarkedet det hadde en liten betydning.

5. Phonects kommentarer til utpeking av tilbyder(e) med sterk markedsstilling

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

Etter Phonects syn er det ikke grunnlag for å endre denne konklusjonen. Dette begrunnes i markedsutviklingen som tidligere nevnt de siste 3 år.

b) Hvilke forhold kan begrunne endring i Nkoms konklusjon?

Phonect ser ingen begrunnelse for dette slik markedet fremstår på nåværende tidspunkt, også på grunn av Telenors evne til å benytte handlingsrommet innenfor dagens regulering.

c) Hvilke forhold kan begrunne å opprettholde Nkoms konklusjon?

Her viser Phonect særlig til utviklingen i markedsandel de siste 3 år. Se også kommenter knyttet til spørsmålene over, henholdsvis a) og b).

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?

Dette gir etter Phonects syn ikke grunnlag for konkurransefordeler. Telia har i dag tilnærmet like god befolkningsdekning, men med tanke på arealdekningen i Norge har Telenor et markant fortrinn i dag. ICE sin dekning i Norge vil slik det nå ser ut ikke bli konkurransedyktig de neste 3 årene, spesielt ikke mot bedriftskunder. Vi tror det blir slik, da kostnadene ved å øke dekningen vil øke betydelig fra dagens nivå. Da koster vesentlig mer å bygge befolkningsdekning (per prosentpoeng) utenfor de store byene enn det har gjort hittil.

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

Dette vil ikke endre Telenor sin sterke markedsstilling, dette vil kun være med å forsterke duopolet Telenor og Telia har i dagens marked. Videre er det åpenbart at også Telia har sterk markedsstilling og utnytter det samme handlingsrommet til å begrense konkurransen som Telenor. Dette vil til en viss grad forsterkes av Get TDC oppkjøpet.

5.1 To eller flere aktører kan også ha sterk markedsstilling sammen, såkalt kollektiv SMP.

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

Følgende forhold taler for en konklusjon om kollektiv SMP i det norske markedet:

- Markedet for mobile tjenester i Norge er veldig transparent, hvor abonnementspriser og pakker ligger enkelt tilgjengelig på nett. De dominerende parter forsøker å gjøre bildet noe mer uoversiktlig ved å lansere egne «billigbrands», men dette er også lett å få oversikt over. Med tanke på wholesale-priser til videreselgere har Telenor samme pris til alle (med noe volumrabatt som varierer mellom videreselgerne), og Telia har en litt annerledes prismodell, men med marginalt lavere totale priser. Det er i denne sammenheng verdt å merke seg at ingen av aktørene tilbyr grossist-/videresalgpriser som bryter med at man må kjøpe tjenester som er pakketert i en abonnements modell. Det vanlige er at et grossistmarked handler med innsatsfaktorer som kan utvikles videre av tjenestetilbyderen. Telia og Telenor på sin side selger individuelle abonnement også i grossistmarkedet.
- Slik vi oppfatter situasjonen er Telia relativt godt informert om Telenor sine priser, og de har til nå valgt å legge seg marginalt under Telenor sine priser.
- Markedsdynamikken er tilstrekkelig gjennomskuelig over tid slik at partene tilpasser seg hverandre. Dette gjelder også andre deler av markedet, så som provisjoner til forhandlere osv.
- Telenor og Telia har i dag en meget dominerende markedsposisjon til sammen, og de har meget gode EBITDA-tall å vise til både i faktisk inntjening og i prosent av omsetningen. Dette er noe disse ønsker aktørene selvsagt ønsker å opprettholde.

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

Ingen, se svar i pkt. a).

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

Phonect oppfatter det er liten grad konkurranse mellom partene, da Telenor forholder seg til sin prisliste (pluss volumrabatt) og ikke tilbyr andre betingelser eller avtaler. Telia virker å kjenne Telenor sine priser, og tilbyr tilnærmet samme modell med marginalt lavere priser (som beskrevet tidligere).

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

For oss virker det som Telia har stor grad av innsyn i Telenor sine priser og tilgangsvilkår, da de er offisielle (med unntak av prisene), og inntrykket er at Telenor også har en betydelig grad av innsikt i Telia sin prising og tilgangsvilkår.

6. Phonects kommentarer til tilgangsplikt

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

Intet taler for å myke opp disse. Vi mener de samme sett av vedtak og vilkår også bør gjelde Telia. Dog bør det vurderes å stramme inn på prisfastsettelse av slike tilganger. Det finnes eksempler på at priser for eksempel på Tjenesteleverandør- og MVNO tilgang endres i relative priser, noe som igjen tilsier at Telenor endrer syn på hva som er den reelle kostanden ved å tilrettelegge for ulike tilgangstyper.

b) Hvilke forhold taler for å opprettholde disse forpliktelsene?

Telenor er fortsatt den dominerende operatør basert på markedsandelen, men Telia er en betydelig aktør. Tilsammen har de 93,2 % markedsandel, og bør pålegges vedtak for å øke konkurransen i det norske markedet.

6.1 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?

Etter Phonects syn er det ingen forhold som taler for å endre denne forpliktelsen.

b) Hvilke forhold taler for å opprettholde denne forpliktelsen?

Flere typer bærere og teknologier innebærer etter vår mening at denne regulering bør opprettholdes. Det gjelder for eksempel eSIM, 5G og NB IOT, hvor ulike nett kan benyttes for å fremme konkurransen. Fremveksten til ICE gjør at de også kan hente grossistkunder der hvor de har et konkurransemessig produkt.

7. Phonects kommentarer til standardavtale og offentliggjøring

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

Vår oppfatning er at de ikke fungerer som tiltenkt. Telenor opererer med samme avtale og samme priser til alle. Telenor bruker reguleringen som argument for å ikke bedre vilkårene til enkeltaktører, da de frykter innovative/kreative aktører med andre forretningsmodeller som «ødelegger» markedet eller setter Telenor under press for evt. nye reguleringer. Phonect mener det hadde vært bedre om tilgangstilbydere og regulatør hadde arbeidet tettere med tjenestetilbydere om kontraktuelle forhold.

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

Vi ser ingen grunn til at kravene i standardavtale endres, men vi mener det er viktig at tjenesteleverandørene/MVNO'ene kan komme med innspill til de kontrakter som utarbeides.

7.1 Kravet til offentliggjøring av standardavtale omfatter ikke prisinformasjon.

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

Ingen slik vi ser det.

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

Det blir enda enklere å kopiere hverandres priser dersom det endres.

8. Phonects kommentarer til ikke-diskriminering

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

Etter Phonects syn fungerer ikke dette kravet slik det er tiltenkt. Telenor utnytter handlingsrommet som gis, bl.a. med tanke på hvor ulike elementer kostnadsføres. Dersom man ønsker å fjerne ikke-diskriminering må det komme et forbud mot heleide datterselskap. Dersom ikke-diskriminering opprettholdes kan dette kravet fjernes.

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

Kravene til ikke-diskriminering bør opprettholdes. Dette gir et mer transparent marked og gir etter vår mening mulighet for økt konkurranse i markedet.

8.1 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?

Dagens modell hvor «fastprisen» pr. sim-kort er lagt inn i trafikkprisen (i databruk som Telenor har valgt), gir store utfordringer. Telenor har «bakt inn» fastprisen for sim-kort i prisen for de første MB dataforbruk (per abonnement), noe vi anser er å bryte hensikten med reguleringen. Når det i tillegg er kjent at databruken øker 40-50 % per år og marginsvinstene er tilbakeskuende, medfører dette i praksis en marginskvis i 6-12 måneder før dette oppdages og kan korrigeres. Vi mener grossistmodellen må prises annerledes enn sluttbrukervirksomheten til Telenor, for å muliggjøre innovasjon for tilgangskjøper.

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?

Databruk:

For Telenor sine sluttbrukere er det liten prisdifferanse på første og siste MB i dataforbruk en bruker benytter. I tilgangsprisene er forskjellen nesten 100X (dyrest for de første MB). En flat eller flatere prising vil gjøre det enklere å konkurrere på like vilkår og tilby tjenesteutvikling til sluttbrukere. Det er da viktig å ta hensyn til en årlig vekst på inntil 40-50 % i økt dataforbruk, slik at modellen ikke bare blir tilbakeskuende.

Vi mener Telenor tilpasser prisingen til sin fordel, noe som medfører at for oss blir det viktigste parameter å endre på margin-kravet og beregningen av dette. Følgende tilgangsmodeller kan/bør vurderes (gjørne hvor de regulerte parter pålegges å tilby minimum 2 ulike modeller):

- Mulighet til å kjøpe bulk av alle tjenester for tjenestetilbyder
- Mulighet til å kjøpe med (lav) flat MB pris
- Mulighet til å kjøpe til den laveste pris Telenor har tilbudt i sluttbrukermarkedet
- Mulighet til å få tilgang til trafikkdata om kunden for å fremme konkurranse

9. Phonects kommentarer til regnskapsmessig skille

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

Dagens regnskapsmessige skille fungerer ikke etter Phonects mening. Slik målemetoden (marginskvismodellen) er utformet vil tidspunktet for evaluering delvis komme en betydelig tid i etterkant av den tidsaktuelle markedskampen. Det medfører at Telenor kan tilpasse prisnivået (redusere) rett i forkant av en

marginskvistest slik at det oppstår lønnsomhet i deres sluttbrukervirksomhet på evalueringstidspunktet, selv om dette ikke var tilfellet når avtaler ble inngått. Videre uttrykkes det bekymring for at regnskapsmessig skille gir rom for å allokere kostnader på nettselskapet som naturlig skulle ha ligget hos sluttbrukervirksomheten. Dette kan være ulike kostnader knyttet til merkevarebygging som kjennskap, kunnskap og top of mind. Det kan også være «unique selling propositions» hvor sluttbrukermerkevaren markedsfører telenornettet som beste nett, raskeste nett etc. Dette er kostnader som en tjenesteleverandør må dekke selv. Konsekvensen av dette kan være 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?

Phonect har ingen innspill til dette punktet.

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

En ny marginskvismodell bør utarbeides. Den bør ivareta følgende:

- Dersom markedet har vært i marginskvis i perioden må det kompenseres for.
- I bedriftsmarkedet må man måle på inngåtte avtaler siste 2-3 mnd. Priser vil ikke være aktuelle før 6-12 mnd etter avtaleinngåelse. Dette gir Telenor en svært uhenksom mulighet til å tilpasse tilgangspriser til den markedskonkurranse/de priser de har avtalt med slutt kunder.
- Hyppigheten må økes (2 ganger per år i dag). Med dagens frekvens medfører det at tilgangskjøpere ofte er i marginskvis i lange perioder. Dette kan eventuelt kompenseres ved en penalty som gis i perioden fremover for å unngå denne praktiseringen av regulert part. Vi anbefaler at marginskvistester kjøres 4 ganger pr. år.
- Vektingen av eksisterende kundebase bør reduseres.
- Definisjonen av 5 % markedsandel som referansebase må reduseres. Det tar for lang tid og koster for mye penger å komme opp på dette markedsnivået, ref. utvikling i konkurransesituasjonen siste 3 år. Anbefalt nivå bør være 2,5 %.

10. Phonects kommentarer til prisregulering

a) Det bes om en vurdering av hvordan gjeldende prisregulering fungerer.

Gjeldene regulering fungerer ikke tilfredsstillende og i bedriftsmarkedet er marginskvistestene lite dekkende for hvordan markedet fungerer. Telenor tilpasser prisene i forkant av marginskvistester på en slik måte at resultatet av testene havner på pluss/minus null. Konsekvensen er at markedet det meste av tiden er i skvis, og det er lite sannsynlig at nye tilbydere har finansiell evne til å konkurrere over tid, uten tilgang til sterke finansielle aktører.

Norge har de høyeste prisene, høyest ARPU og lavest datakonsum i hele Norden. Netteierne tar ut enorme EBITDA marginer, noe som er uheldig for konkurransen og innovasjonen mot sluttkundemarkedet. Vi mener det er dokumentert at mellom hver marginskvistest i gjeldende reguleringsperiode har Telenor holdt tilgangskjøperne i marginskvis, nå i siste periode med 11,6%.

b) Hvilke forhold taler for å fastholde gjeldende prisregulering?

Dagens prisregulering har vist seg særdeles viktig, men må etter vårt syn strammes inn for å ha reel konkurransefremmende effekt. Se ellers punktet over.

c) Hvilke forhold taler for å endre gjeldende prisregulering?

Den manglende markedsdynamikken, begrensede konkurransen, svært beskjeden innovasjon, lav databruk og de relativt høye prisene i forhold til land vi kan sammenligne oss med, er alle forhold som taler for å stramme inn gjeldende prisregulering. 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 er Phonects mening.

d) Det bes om eventuelle konkrete forslag til endringer av gjeldende prisregulering.

Phonect fremsetter følgende forslag til endringer:

- Marginskvis må måles primært på/utelukkende på prisdannelse i måleperioden. Slik det er per nå har Telenor en meget stor pris indifferent kundebase som ikke er interessert i konkurranse, men som gir en grunnmur for dagens modell som virker mot den reelle konkurransen.
- Marginskvistestene gjennomføres 4 ganger per år for å redusere skvis-periodene. Alternativt kan dette kompenseres ved at Telenor må gi en rabatt etterskuddsvis tilsvarende det de har holdt tilgangskjøperne i marginskvis. Denne rabatten må minimum være gjeldene i like mange måneder som marginskvisen var gjeldende.
- I Bedriftsmarkedet bør det måles primært på inngåtte avtaler siste 3 måneder, da prisene først er aktive i markedet først 6-12 måneder etter at avtale er inngått, er det på avtaletidspunktet at aktørene må forholde seg til marginskvisrisiko.
- Referanseaktøren må ha en realistisk størrelse. Dagens referansetilbyder er definert til en størrelse på 5 % markedsandel, der er ingen i dag, og dermed har ingen de kostnadsfordeler som legges til grunn. Dette

medfører at ingen makter å konkurrere under disse vilkårene. Phonects anbefaling er at grensen settes til 2,5 % markedsandel.

- Det legges til grunn en reel bruttomargin som handlingsrom for tilbydere i markedet. I dag er definisjonen at det kun skal være rom for positiv bruttomargin (altså over 0%). Den nye modellen må/bør tilrettelegges med 15 % bruttomargin for tilgangstilbydere for å sikre reell konkurranse. Dette er nivået Phonect mener er tilstrekkelig for å gi fornuftig innovasjon og avkastning til eierne for tilgangstilbydere.
- 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.

e) 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?

Det er Telenor sin dominerende posisjon som er utgangspunktet for rådene som er gitt over. Dog er det vårt syn at Telenor og Telia opptrer så likt i markedet og at de holder videresalgsprisen kunstig høy. Dette kan dels dokumenteres ved å se på inntjeningen til tilgangstilbydere samt se på eksempelvis prisnivået tilbudt Difi, som er vesentlig lavere enn tilgangsprisene både for Telia og Tenor sin del. Dette medfører at vi mener at en kollektiv SMP bør legges til grunn.

11. Phonects kommentarer til andre forhold

a) Er det andre forhold som er relevante for de vurderinger Nkom skal gjøre?

Det kommer til å bli utrolig viktig for Nkom å kunne ha tilstrekkelig fleksibilitet i reguleringen for å kunne bidra til å styre de dominerende aktørene for å oppnå den overordnede måletingen om gode priser, høy grad av innovasjon og mest mulig like konkurransebetingelser mellom de ulike aktørene. Det er ikke tvil om at innenfor mobilmarkedet og tilstøtende markeder, er det en rivende teknisk utvikling globalt. Samtidig er det fortsatt et relativt nasjonalt marked. Vi tror derfor det er viktig at det norske markedet blir regulert på en effektiv måte, slik at vi kan få et mangfold av aktører som kan utvikle gode sluttkunde tjenester inne mange vertikaler og forretningssegmenter.