



Český telekomunikační úřad
Odbor analýz trhů
Sokolovská 219, Praha 9
poštovní příhrádka 02
225 02 Praha 025

dne / date 31.1.2013

věc/ re **Připomínky společnosti T-Mobile Czech Republic a.s. k návrhu analýzy trhu č. 8 (přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních sítích)**

Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů

NÁZEV NÁVRHU ROZHODNUTÍ KE KONZULTACI: analýza trhu č. A/8/XX.2012-Y, trh č. 8 – přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích
čj. ČTÚ-267 194/2012-609

IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE DOTČENÝCH SUBJEKTŮ: T-Mobile Czech Republic a.s.,
Tomíčková 2144/1
149 00 Praha 4

IČ 649 49 681

Kontaktní osoba: Ing. Jakub Lodr,
+420 603 601 173,
jakub.lodr@t-mobile.cz

DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ: **VEŘEJNÁ VERZE**
dokument obsahuje
obchodní tajemství a
důvěrné informace, které
jsou vyznačeny v textu

Jméno, příjmení, funkce oprávněných osob:

Mgr. Alice Selby, LLM, senior manažer regulace
Ing. Jakub Lodr, senior specialista regulace

1. Úvodní slovo

Vítáme možnost reagovat na návrh Analýzy relevantního trhu č. 8 (přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích, zveřejněný ke konzultaci dne 21.12.2012. V obecné rovině nemůžeme nepoznamenat, že návrh na rozšíření seznamu relevantních trhů náchylných k ex ante regulaci o relevantní trh č. 8 (bývalý relevantní trh č. 15), který byl téměř ve všech členských státech EU shledán efektivně konkurenčním (a to včetně České republiky v roce 2006) a následně byl ze seznamu relevantních trhů náchylných k ex ante regulaci v Doporučení EK¹ vypuštěn, považujeme za velmi ambiciózní.

Ze všech členských států EU pouze státy – Finsko, Španělsko, Malta, Kypr, Francie, Norsko a Irsko indikovaly, že RT15 není efektivně konkurenční, přičemž v případě Finska Evropská komise využila svého práva VETA a závěry finského národního regulačního úřadu FICORA odmítla, francouzský regulátor vzal svou notifikaci zpět a rozhodnutí irského regulátora bylo odmítnuto v rámci přezkumného řízení na národní úrovni.

Zůstává tedy (viz Příloha č. 7 Připomínek) pouze Španělsko², které hodnotí RT15 (velkoobchodní trh) jako nedostatečně konkurenční (situace na trzích v Norsku a Kypru bezpochyby nevykazuje podobnost s tržní situací v ČR). Ostatní členské státy shledaly RT15 efektivně konkurenčním, stejně jako Evropská komise, která tento trh z revidovaného Doporučení na relevantní trhy vypustila. Bohužel jsme v této souvislosti nuceni konstatovat, že Český telekomunikační úřad podle našeho názoru doposud neprokázal naplnění podmínek testu tří kritérií, jako předpokladu vymezení nového relevantního trhu č. 8.

Jako neméně ambiciózní záměr rovněž vnímáme snahu Analýzy relevantního trhu č. 8 o prokázání společné významné tržní síly existujících mobilních operátorů na tomto trhu. Nedomníváme se však, že Analýza relevantního trhu č. 8 předkládá přesvědčivá tvrzení a důkazy k prokázání svého závěru. Charakteristika relevantního trhu č. 8 totiž vykazuje zcela standardní trendy, které se zásadně neliší od trendů popsanych v analýze relevantního trhu č. 15, navíc další vývoj tohoto trhu naplnil očekávání definovaná v analýze relevantního trhu č. 15. Jen stručně zrekapitulujeme:

¹ Doporučení Komise, 2007/879/ES, o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci ex ante podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/21/ES o společném předpisovém rámci pro sítě a služby elektronických komunikací

² Doplníme, že Španělsku proběhlo pouze první kolo analýz RT15 a to v roce 2005. Od té doby analýza nebyla revidována!

- trh se projevuje i nadále dynamicky, jen se dynamika s ohledem na změnu tržní situace, konkrétně vysoké penetrace mobilními službami v ČR, přesunula na úroveň boje o retenci stávajících zákazníků a získání zákazníků konkurentů (dynamika je demonstrována např. klesajícími koncovými cenami či ARPU, zvyšujícím se objemem generovaného provozu a také vysokou využívaností služby mobilní portability.);
- bez dalšího se naplnila očekávání analýzy RT15 v tom smyslu, že situaci na trhu pozitivně ovlivní rozvoj UMTS, přičemž dnes mobilní operátoři čelí zájmu svých zákazníků o nejnějsnější mobilní, zejména potom datové, služby;
- dynamiku trhu pak rovněž prokazují měnící se podíly mobilních operátorů ve prospěch nejmenšího operátora;
- klesající úroveň koncentrace trhu prokazuje klesající hodnota HHI;
- právě probíhá historicky největší aukce spektra v České republice, jejíž podmínky jednoznačně vytváří prostor vstupu další konkurence na mobilní trh, které se rovněž nový zájemce o vstup na český mobilní trh účastní;
- vstup MVNO BleskMobil na český trh v loňském roce a očekávaný vstup Tesco Mobile Services s.r.o. počátkem tohoto roku, a dalších subjektů v tomto roce, ať již vzešlých z probíhající aukce spektra či z četných probíhajících komerčních jednání.

Ke všem zmíněným argumentům se velmi detailně vracíme v níže předloženém vyjádření naší společnosti.

Jak jsme uvedli výše, cíl Úřadu prokázat společnou tržní sílu byl cílem velmi ambiciózním, ale z níže uvedených připomínek je patrné, že se Úřad s tímto cílem nevyrovnal, neboť :

- nepředložil jediný důkaz (tzv. convincing evidence) o společné dominanci, přičemž na základě určení této dominance postavil nápravná opatření;
- analýza obsahuje řadu věcných pochybení a nekonzistentností, což velmi výrazně snižuje vypovídací schopnost a především věrohodnost celé analýzy.

I k těmto jednotlivým částem jsme připravili detailní argumentaci, která poukazuje na hlavní pochybení, jež byla v analýze učiněna.

2. Použité zkratky – slovníček pojmů

Úřad, ČTÚ	Český telekomunikační úřad
ÚOHS	Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
T-Mobile, TMCZ	T-Mobile Czech Republic a.s.
Telefonica	Telefónica Czech Republic a.s.
Vodafone	Vodafone Czech Republic a.s.
ART8, Analýza	Analýza relevantního trhu č. 8 (verze určená k veřejné konzultaci ze dne 21.12.2012)
Draft ART8	Analýza relevantního trhu č. 8 (verze ze dne 5.10.2012 určená pro workshop konaný dne 1.11.2012)
RT8, M8	Relevantní trh č. 8
ART15	Analýza relevantního trhu č. 15 (verze ze 27.6.2006)
RT15	Relevantní trh č. 15
Připomínky	Připomínky společnosti T-Mobile k ART8 uvedené v tomto dokumentu
Návrh OOP1	Návrh Opatření obecné povahy z prosince 2011
AirTours	T-342/99 Airtours plc v. Evropská komise, [2002] ECR II - 02585
Zákon	Zákon č. 127/2005 Sb., v platném znění

3. Hlavní připomínky

3.1. Neaktuální vymezení trhu č. 8 – přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích (dále jen „RT8“)

V obecné rovině se domníváme, že vymezení RT8, které vychází z vymezení RT15 v Doporučení je velmi zastaralé a neodráží současnou realitu. Za zcela klíčový nedostatek samotného vymezení RT8 považujeme skutečnost, že návrh analýzy zohledňuje pouze hlasovou službu.

Konkrétně kapitola 2.1.1.1 návrhu ART8 vymezuje typy volání zahrnuté do RT8, kdy jednoznačně opomíjí datové a messagingové (SMS, MMS) služby. V této souvislosti ČTÚ doslova uvádí, že „*při vymezení maloobchodního trhu u RT8 vycházel Úřad z vymezení maloobchodního trhu u bývalého RT15. Věcné vymezení maloobchodního trhu u bývalého RT15 zahrnovalo mobilní volání ve veřejných mobilních telefonních sítích poskytované koncovým uživatelům v mobilních telefonních sítích využívajících GSM sítě ve standardu veřejně dostupné telefonní služby.*“ Citovaná argumentace jen podporuje náš názor, že RT8 je věcně vymezen způsobem, který odpovídá technologickému vývoji a jemu odpovídající realitě let 2001 a násl. (viz. Doporučením vymezujícím relevantní trhy zboží a služeb v sektoru elektronických komunikací náchylných k „*ex ante*“ regulaci v souladu se směrnicí 2002/21/ES (dále jen „Doporučení“).

V současné době je takovéto vymezení RT8 anachronismem, který postrádá vazbu na realitu. Již samotné označení RT8 by mělo jasně deklarovat posun k technologické neutralitě sítí a služeb a související regulace a mělo by být vymezeno jako „přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních komunikačních sítích“, bez omezení na sítě telefonní, která jasně indikují velmi restriktivní pohled na trh, který dnes kromě hlasového volání musí zahrnovat i služby datové poskytované ve veřejných mobilních komunikačních sítích GSM (2G), UMTS (3G) se zohledněním sítí LTE (4G). Tento náš názor jednoznačně dokládá rovněž strmý nárůst provozu v síti 3G (zejména provozu datového) v níže uvedených tabulkách č 1 a 2:

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ

Tabulka 1 - objem hlasového provozu TMCZ v síti 3G

A large black rectangular area redacting the content of Table 1, which was intended to show the volume of voice traffic in the TMCZ 3G network.

Tabulka 2 - objem datového provozu TMCZ v síti 3G

A large black rectangular area redacting the content of Table 2, which was intended to show the volume of data traffic in the TMCZ 3G network.

KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

Jak z výše uvedených grafů plyne, datové služby mají zcela nezastupitelné místo na trhu originace volání, přičemž je zřejmý strmý nárůst provozu v sítích UMTS (3G). Demonstrovaný vývoj a dále potom fakt, že vymezení RT 15, k němuž ČTÚ opakovaně referuje, potvrzuje, že věcné vymezení RT8 v návrhu Analýzy odráží realitu vývoje mobilního trhu let 2005 - 2006, nikoliv vývoje posledních let.

V současné době je dle našeho názoru třeba do RT8 rovněž začlenit datové a messagingové služby, které jsou nedílnou součástí služeb poskytovaných v sítích GSM a UMTS a v blízké budoucnosti rovněž v sítích LTE. Odkazovat se na standard veřejně dostupné telefonní služby v GSM sítích je (viz str. 22 ART8) tak v roce 2012 s výhledem do let následujících praxe z hlediska principů sektorové regulace neakceptovatelná.

Správnost našeho názoru potvrzuje rovněž skutečnost, že v rámci vymezení bývalého trhu RT15 ve Slovinsku (případ SI/2009/0913) již v roce 2009 byly do trhu zahrnuty messagingové služby.

Jako rozpor v ART8 vnímáme i skutečnost, že ve věcném vymezení chybí messagingové a datové služby, ale tyto ovšem jsou následně zcela mimo rámec provedené analýzy RT8 zahrnuty do nápravných opatření. Zde bychom chtěli upozornit na nepřiliš vhodnou formulaci Úřadu. V Draftu ART8 bylo uveden v části věnované nápravným opatřením následující text (viz ř.3664-3670 Draft ART8):

„V rámci povinnosti přístupu k specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům operátora bude uložen přístup do sítí společností Telefónica, T-Mobile a Vodafone tak, aby bylo možno na jeho základě poskytovat služby v roli mobilního virtuálního operátora, a to včetně SMS a datových služeb. SMS a datové služby jsou totiž neoddělitelnou součástí standardní nabídky maloobchodních služeb v rámci jednodruhového balíčku (pure bandling).“

Tento text byl nahrazen v ART8 tímto způsobem (viz str. 129 ART8):

„Povinnost přístupu Úřad uloží jako přístup ostatních subjektů ke specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům tak, aby byl umožněn jejich vstup na související maloobchodní trh a aby tak mohly vytvářet vlastní nabídky a poskytovat služby vlastním jménem. Toto bude zajištěno tím, že bude umožněn provoz účastnických terminálů ostatních subjektů v radiových přístupových sítích veřejných mobilních telefonních sítí společností Telefónica, T-Mobile a Vodafone.“

K textu za ART8 doplňujeme, že na str. 33 je popsán princip pure bundling, kdy Úřad považuje všechny služby (hlasové, SMS i datové) za neoddelitelné (resp. nespátřuje maloobchodní nabídku, kde by tyto služby byly poskytovány samostatně)³.

Zdá se, jako by se nový text účelově vyhýbal jasnému uložení povinnosti přístupu jak pro služby hlasové, tak i datové a messagingové, právě s ohledem na zcela nevhodné věcné vymezení RT8, přitom je tento požadavek ukrytý ve velmi obecném požadavku na „možnost vytvářet vlastní nabídky“.

V případě, že Úřad považuje tyto služby za nezaměnitelné i z pohledu povinnosti přístupu, je zřejmé, že věcné vymezení ART8 bude nutné zásadně zrevidovat a do věcného vymezení trhu rovněž začlenit datové a messagingové služby a tyto v rámci ART8 detailně prospektivně analyzovat.

K výše uvedenému doplňujeme poznámku, že Úřad neanalyzoval vliv těchto služeb při výpočtu elasticity, jakožto důležitého podkladu pro určení kritérií společné dominance u kritérií AirTours.

Na závěr této kapitoly bychom shrnuli, že jako zásadní **nedostatek návrhu ART8** vnímáme:

- nezahrnutí datových/messagingových služeb do věcného vymezení RT8;
- absenci detailní analýzy vývoje messanignových / mobilních datových služeb v samotné Analýze;
- záměr ukládat nápravná opatření ve vztahu k messaginovým / datovým službám, které přitom nejsou součástí RT8, tedy mimo rámec RT8.

3.2. Zmatečnost kombinování analýzy a regulace služby přístupu a služby původu volání

RT8 je vymezen jako „přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích“. Již z názvu je zřejmé, že se jedná o dvě na sobě zcela nezávislé služby, konkrétně služby (i) přístupu; a (ii) původu (originace) volání, tedy se analýza RT8 nevyhnutelně musí vypořádat s oběma službami. Předložený návrh tak nečiní, což bohužel způsobuje jeho

³ Úřad toto pojal zmatečně, neboť jak je dokázáno v kapitole 4.3.1.1. Připomínek, je zcela zřejmé, že se zahrnutím messagingových i datových služeb do nápravných opatření počítá.

zmatečnost. Blíže se k tomu vyjadřujeme v kapitole 4.2, ze které je patrné, že Úřad zcela chybně referoval k velkoobchodní službě originace bez příčinné souvislosti se službou přístupu a nezohlednil fakt, že se jedná o dva odlišné velkoobchodní modely.

Důsledné rozdělení analýzy na službu přístupu a služby originace ve veřejných mobilních telefonních sítích by mělo být zohledněno jak v samotné Analýze RT8, tak i v návrhu regulačních opatření v kapitole 4 (viz dále text Připomínek).

3.3. Nesplnění požadavků testu tří kritérií, jako předpokladu vymezení RT8

Protože skutečnost, že doposud nebylo prokázáno naplnění testu tří kritérií, jako předpokladu vymezení nového relevantního trhu RT8 nad rámec standardních relevantních trhů vymezených v Doporučení EK, považujeme za zcela zásadní se znovu k této problematice vrátit. Bez naplnění testu tří kritérií totiž nelze nový relevantní trh vymežit, ani následně analyzovat, případně ukládat nápravná opatření.

Navíc naplnění testu tří kritérií podle dostupných informací doposud nebylo předmětem hodnocení Evropské komise. Je tak zarážející, že jeho naplnění ART8 presumuje (viz. např. textace části A, str. 3 ART8).

Dovolujeme si proto níže znovu zopakovat zásadní argumenty zpochybňující správnost závěru ČTÚ, že test tří kritérií, jako předpoklad vymezení RT8, jako trhu potenciálně náchylného k ex ante regulaci, byl v České republice naplněn.

Za účelem identifikace trhu pro ex ante regulaci je tak v souladu s požadavky Doporučení třeba prokázat kumulativně splnění následujících podmínek:

1. přítomnost velkých a trvalých překážek vstupu na trh;
2. struktura trhu nesměřuje v příslušném časovém úseku k účinné hospodářské soutěži;
3. uplatnění práva hospodářské soutěže samo o sobě neřeší dotčené selhání trhu.

3.3.1. Ad. 1 Přítomnost překážek trvalého charakteru

3.3.1.1. Strukturální překážky

Poskytování mobilních služeb předpokládá využití frekvencí, které jsou omezeným přírodním zdrojem. Právě v této souvislosti považujeme za zcela zásadní skutečnost, že v tuto chvíli probíhá v České republice historicky největší aukce spektra (aukce byla oficiálně zahájena dne 12. 11. 2012 a doposud trvá). Je známo, že kromě stávajících mobilních operátorů se probíhající aukce účastní rovněž nově vstupující subjekt, společnost PPF Mobile Services a.s.⁴ Je tak zřejmé, že na český mobilní trh vstoupí v příštím roce další síťový operátor, který má aukčními pravidly garantovaný národní roaming pro služby poskytované v existujících 2G a 3G sítích, aby tak mohl být skutečně plnohodnotným konkurentem stávajících mobilních operátorů. Dále potom principy aukce nastavují podmínky pro vstup konkurence do mobilních sítí 4G pro každého žadatele v podobě povinnosti úspěšných účastníků aukce publikovat referenční nabídku přístupu k nově získaným frekvencím.

V obecné rovině jsou tak podmínky aukce spektra nastaveny tak, aby podpořily vstup konkurence do mobilních sítí – v této souvislosti ČTÚ v dokumentu Vyhlášení výběrového řízení za účelem udělení práv k využívání rádiových kmitočtů k zajištění veřejné komunikační sítě v pásmech 800 MHz, 1800 MHz a 2600 MHz (dále jen „Vyhlášení“) ze dne 12. 7. 2012 doslova jako cíle aukce definuje kromě jiného podporu hospodářské soutěže v oblasti mobilních služeb s dopadem na celý trh elektronických komunikací, což bude znamenat přínos pro koncové zákazníky a dále potom vytvoření podmínek pro případný vstup dalších subjektů na trh, protože v rámci nabízeného souboru kmitočtů bude možné získat rádiové kmitočty v rozsahu i množství obdobném, který mají v ČR k dispozici současní poskytovatelé mobilních služeb (viz. bod 3.2 Vyhlášení).

Právě za účelem dosažení výše uvedených cílů aukce ČTÚ ve výběrovém řízení uplatnil celou řadu nástrojů, které si kladou za cíl zajistit účast subjektů, kteří dosud nejsou pro území České republiky držiteli přidělů rádiových kmitočtů v pásmech 900, 1800 a 2100 MHz, aby tak bylo zajištěno maximálně efektivní využití přidělovaných rádiových kmitočtů a podpora efektivní a udržitelné hospodářské soutěže na trhu elektronických komunikací. V této souvislosti Vyhlášení doslova uvádí:

⁴ <http://www.ctu.cz/ctu-online/elektronicka-uredni-deska/radiove-spektrum.html?action=detail&ArticleId=9627>

- „Spektrální limity v pásmech 800 MHz a 2600 MHz jsou nastaveny tak, aby maximální velikost přidělu umožňovala výstavbu plnohodnotné sítě elektronických komunikací nové generace a aby zároveň nedocházelo ke hromadění spektra nad rámec nutný k výstavbě rádiové sítě nové generace na základě v současné době dostupných technologií. Spektrální limity v pásmu 1800 MHz jsou nastaveny tak, aby souvislý úsek rádiových kmitočtů v tomto pásmu, mohl být v souladu s 3S strategií určen pro vybudování další rádiové celoplošné komunikační sítě;
- nastavením maximálního počtu bodů Eligibility omezujících celkové množství získaných rádiových kmitočtů v rámci výběrového řízení. Maximální množství rádiových kmitočtů, které je na základě nastaveného maximálního počtu bodů Eligibility možno získat, je nastaveno tak, aby nedocházelo k hromadění rádiového spektra jednotlivými subjekty...“ (viz. bod 3.2 Vyhlášení).

Dále potom principy aukce nastavují podmínky vstupu konkurence na trh následujícími požadavky:

- „požadavkem na Závazek národního roamingu ze strany Žadatelů, kteří získají kmitočtový úsek o velikosti minimálně 2×10 MHz v pásmu 800 MHz ve prospěch Žadatelů, kteří nezískají přiděl v pásmu 800 MHz a splní podmínky kladené na Oprávněné zájemce o národní roaming dle kapitoly 5.7.1 tak, aby jim byl umožněn přístup k efektivnímu celoplošnému pokrytí populace. Závazek národního roamingu je rovněž vnímán jako nástroj nezbytný pro to, aby Žadatel, který vstupuje na trh, umožnil poskytovat celoplošný rozsah služeb, které účinně konkurují službám stávajících poskytovatelů, i pokud nezíská přiděl v pásmu 800 MHz;
- požadavkem na Závazek velkoobchodní nabídky na služby poskytované na veřejných komunikačních sítích využívajících rádiových kmitočtů přidělených na základě výběrového řízení tak, aby byl v maximální možné míře zajištěn přístup k možnosti replikování škály služeb provozovaných na přidělovaných úsecích kmitočtů i dalšími zájemci o poskytování těchto služeb...“ (bod 3.2 Vyhlášení).
- „Nad rámec výše uvedeného rovněž tak ČTÚ rezervoval v pásmu 1800 MHz blok o velikosti $2 \times 15,6$ MHz pro nově vstupujícího účastníka.“

S ohledem na skutečnost, že v tuto chvíli probíhá historicky **největší aukce spektra v České republice**, jejíž parametry jednoznačně podporují vstup nového síťového operátora a dalších subjektů na český mobilní trh, kdy zároveň víme, že se takový subjekt, společnost PPF Mobile Services a.s., aukce účastní, podle **našeho názoru nelze shledat podmínku přítomnosti překážek vstupu na trh trvalého charakteru v podobě nedostatku frekvencí, coby omezeného přírodního zdroje, za naplněnou**. Naopak, s ohledem na dlouhodobě plánovanou, v současné době probíhající aukci spektra, **měl ČTÚ s vymezením RT8 vyčkat výsledku aukce**.

Skutečnost, že aukce spektra na český mobilní trh přinese nového síťového operátora, který bude plnohodnotným konkurentem stávajících mobilních operátorů díky **garantovanému přístupu k sítím 2G a 3G a rovněž tak sítě 4G**, jednoznačně znemožňuje naplnění kritéria přítomnosti překážek trvalého charakteru, a tedy i vymezení RT8, coby relevantního trhu náchylného k ex-ante regulaci.

V této souvislosti rovněž zdůrazňujeme, že **dopady vstupu nového síťového operátora na český mobilních trh v následujících ART8**, dle našeho názoru (viz str. 33, popřípadě str. 103), **účelově bagatelizuje**. Zde bychom rádi zopakovali základní úkol ex ante regulace, kterým je hodnocení očekávaného vývoje trhu dynamicky, prospektivně, a rádi bychom rovněž upozornili, že tzv. service providers, kterým ji např. i **Blesk Mobil**, patří mezi instrumenty zvyšující soutěž na trhu a nelze jim tuto funkci odepřít. K tomuto doporučujeme zaměřit se na Explanatory note k Doporučení o relevantních trzích⁵ (detailněji je o tomto pojednáno v kapitole 4.3.3.2 Připomínky).

Dále v této souvislosti rovněž nelze nezmínit oznámený vstup společnosti Tesco Mobile ČR s.r.o.⁶, která plánuje vstup na trhu počátkem letošního roku. Dále je veřejně známou skutečností, že v současné době probíhá na mobilním trhu celá řada přístupových jednání, **s tímto faktem se ART8 nevyhnutelně MUSÍ vypořádat⁷ a nikoliv pouze bagatelizovat jejich dopad**.

⁵ Viz str. 41 - In over half of the Member States, mobile network operators have concluded wholesale access agreements with service providers and mobile virtual network operators (MVNOs) and in countries where this has happened competition tends to be more intense.

⁶ Viz zpráva dostupná z : http://mobil.idnes.cz/tesco-mobile-v-cesku-0q8-/mobilni-operatori.aspx?c=A130114_160543_mobilni-operatori_apo

⁷ Viz. např. http://mobil.idnes.cz/prvni-virtualni-operatori-asi-jeste-letos-fj8-/mobilni-operatori.aspx?c=A121002_181206_mobilni-operatori_jm

3.3.1.2. Úspory z rozsahu a sortimentu

Je pravdou, že nově vstupující operátor, stejně jako existující operátoři při svém vstupu na trh poskytování mobilních služeb, bude muset vybudovat svou účastnickou základnu. V podobné situaci se bezpochyby bude nacházet každý začínající podnikatel, a to nikoliv jen v elektronických komunikacích, který zahajuje podnikání. ČTÚ v zásadě neuvádí žádné nové argumenty na podporu zcela opačného názoru než toho, který prezentoval v analýze RT 15. Na druhou stranu se domníváme, že zákazníci jsou cenově velmi sensitivní a aktuální nabídky na trhu průběžně analyzují (o tom nakonec kromě jiného svědčí právě rostoucí využívání služby MNP).

Stejné předpoklady bezpochyby platily i v případě analýzy RT15 v dalších členských státech EU. **ČTÚ tak nepředložil ani v OOP1 ani v Analýze RT8 žádné věrohodné argumenty na podporu tvrzení, že „úspory z rozsahu a sortimentu na mobilním trhu ČTÚ považuje za významnou překážku vstupu na RT8“. Navíc je třeba prokázat trvalý charakter identifikované překážky.**

3.3.1.3. Přístup ke kapitálovému trhu a finančním zdrojům

O finanční náročnosti výstavby mobilní sítě není pochyb, o tom však analyzované kritérium přístupu ke kapitálovému trhu a finančním zdrojům nevyovídá. ČTÚ se vůbec s daným kritériem v rámci OOP1 ani ART8 nevyořádal. **Opět přitom není zřejmé, nejen jak je kritérium analyzováno, ale ani to, zda se jedná o překážku trvalého charakteru, jak je požadováno Doporučením.**

3.3.2. Ad 2. Struktura trhu nesměřuje v příslušném časovém úseku k účinné hospodářské soutěži

Toto kritérium lze charakterizovat jako kritérium „dynamické“, které by mělo hodnotit očekávaný vývoj tržní situace. Ke **zkoumaným kritériím ČTÚ znovu uvádíme:**

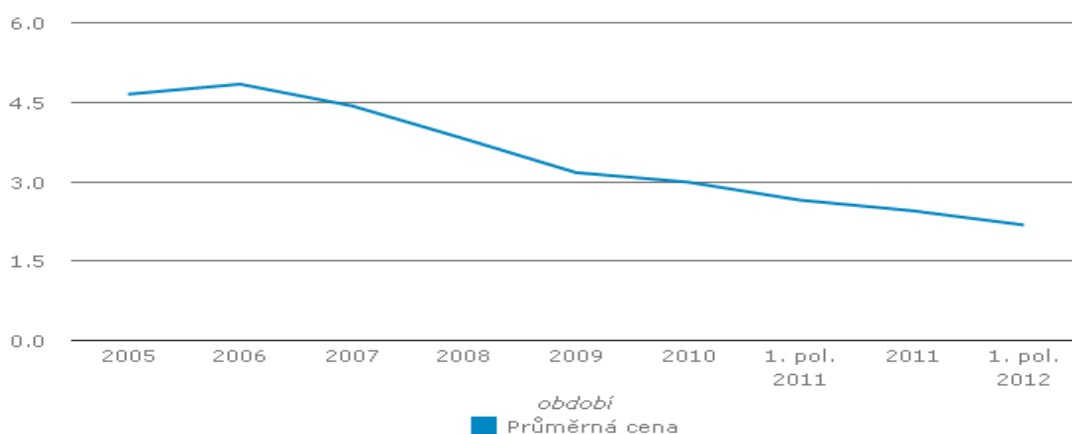
3.3.2.1. Tržní podíl a jeho vývoj

Již v průběhu veřejné konzultace k návrhu OOP1 jsme si dovoluili předložit tržní podíly mobilních operátorů zpracované agenturou AISA. Jak v obecné rovině z vývoje tržních podílů mobilních operátorů v České republice vyplývá, tyto mají v čase se měnící hodnotu a to ve prospěch nejmenšího operátora, společnosti Vodafone Czech Republic a.s., jejíž podíl narůstá na úkor ostatních operátorů, v důsledku čehož se mění výše tržních podílů všech mobilních operátorů. ČTÚ však v této souvislosti bez bližší specifikace konstatuje očekávané „*snížení dynamiky růstu trhu podle provozu a zejména podle tržeb*“ (str. 161 ART8). O jaké skutečnosti svá tvrzení ČTÚ opírá, bohužel blíže nedokládá.

Domníváme se naopak, že z prokazatelné změny výše tržních podílů, kdy **podíly vykazují změny ve prospěch růstu podílu nejmenšího z nich na úkor jeho konkurentů, jednoznačně dokládají přítomnost konkurence na trhu** poskytování mobilních služeb v České republice.

Co se týká vývoje tržeb, uvedli jsme již opakovaně, že výše tržeb mobilních operátorů, stejně jako hodnota ARPU a výše koncových cen služeb, se snižuje (jak je ostatně dokázáno v ART8, viz např. str. 82 či na webových stránkách Úřadu. Tato skutečnost rovněž jednoznačně svědčí ve prospěch přítomnosti silných konkurenčních tlaků na trhu poskytování mobilních služeb.

Obrázek 1- vývoj průměrné minutové ceny



Zdroj: <http://www.ctu.cz/ctu-informuje/srovnacni-prehled-cen-a-podminek/cenovy-barometr.html>

Své závěry ČTÚ vždy opírá o tvrzenou absenci (full) MVNO na trhu. Již v tuto chvíli na trhu kromě stávajících mobilních operátorů **působí MVNO formou předprodeje služeb společnosti Telefónica pod značkou BleskMobil, společnost Tesco Mobile Services s.r.o. oznámila vstup na trh na počátku letošního roku, a jak jsme již uvedli v úvodu našeho vyjádření, naše společnost právě dokončuje podmínky spolupráce v oblasti přístupu ke své síti s dalším subjektem, který by měl na trh vstoupit ještě tento rok (bližší informace budou dodány hned po sjednání podmínek spolupráce).**

Je tak zřejmé, že kromě vstupu síťového operátora na základě výsledku aukce dojde v průběhu tohoto roku ke vstupu dalších podnikatelských subjektů na trh.

3.3.2.2. Náklady na přechod

Dále jako možné bariéry přechodu zmiňuje ČTÚ např. náklady na přenesení čísla, náklady na nový terminál, vyrovnání závazku vůči stávajícímu operátorovi apod. Náklady na změnu operátora jsou v České republice v zásadě symbolické, rozhodně nemohou být vnímány jako jakákoliv bariéra změny operátora. Náklady na nový terminál nevnímáme jako možnou bariéru přechodu mezi operátory.

Co se týká velkoobchodních nákladů na přenesení čísla, jedná se o náklad, který rovněž v čase klesá a navíc skutečně zahrnuje pouze ekonomicky oprávněné náklady na realizaci přenesení čísla na velkoobchodní úrovni. Tyto jsou operátoři ve vzájemném vztahu oprávněni uplatnit. V této souvislosti Zákon doslova v § 55 uvádí požadavek na nákladovost velkoobchodní ceny přenesení čísla, přičemž s ohledem na spornost této ceny byla její výše stanovena rozhodnutím ČTÚ. Počínaje dnem 1. 2. 2010 operátoři velkoobchodní cenu přenesení čísla sami snížili. Naše společnost snížila cenu z 519,- Kč/přenos čísla na 270,- Kč/přenos čísla, **tedy na polovinu**. Tato cena byla jako nákladová rovněž potvrzena vyjádřením ČTÚ vydaným pod čj. 102 939/10-611/VI.vyř.

I toto kritérium tak vykazuje v čase prokonkurenční vývoj. Do 1. 2. 2010 byla velkoobchodní cena MNP stanovená rozhodnutím ČTÚ a dále byla dobrovolně snížena mobilními operátory na polovinu (!), na cenu potvrzenou ČTÚ, jako cenu nákladovou, kdy v roce 2012 došlo k dalšímu poklesu na hodnotu **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ ■ KONEC OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ.**

3.3.2.3. Koncentrace trhu

Závěr ČTÚ o tom, že „hodnoty HHI indikují takovou koncentraci trhu, při které nelze konstatovat, že by RT8 v časovém horizontu následujících cca tří let směřoval k účinné soutěži“, postrádá oporu v předložených datech.

Hodnoty HHI zcela nevyhnutelně MUSÍ vykazovat klesající tendenci a to především s ohledem na skutečnost, že se mění tržní podíly mobilních operátorů, kdy roste tržní podíl nejmenšího operátora na trhu, **což bezpochyby jasně indikuje snižování míry koncentrace trhu (viz kapitola 4.3.1.3 Připomínky).**

3.3.2.4. Bariéry růstu

ČTÚ překvapivě shledává omezenou dostupnost frekvencí za bariéru růstu. S ohledem na probíhající aukci spektra shledáváme toto hodnocení **jako přinejmenším překvapivé a neodpovídající realitě.**

3.3.2.5. Chování trhu a pobídky

V této kapitole ČTÚ v zásadě neuvádí žádné hodnocení daného kritéria, nelze tak reagovat. K otázce absence MVNO na českém mobilním trhu jsme se již opakovaně vyjádřili výše.

3.3.2.6. Potenciální konkurence

Opět odkazujeme na již výše provedenou argumentaci týkající se MVNO na mobilním trhu a vstupu nového síťového mobilního operátora. Je opět překvapivé, když ČTÚ uvádí, že „...je možné, že potenciální konkurence na základě nových technologií může iniciovat změnu v hodnocení situace. Úřad bude do budoucna proto tuto oblast sledovat“, dochází k jednoznačnému závěru, že „trh nebude směřovat k účinné hospodářské soutěži“. Připouští tedy ve své analýze možnost rozvoje konkurence, přitom v závěru jednoznačně shledává, že trh nebude směřovat k účinné soutěži, tedy je v kontradikci sám se sebou.

Takové tvrzení je ve světle objektivně probíhajícího masivního rozvoje 3G a očekávaného nástupu vysokorychlostního internetu v mobilních sítích s využitím aukcionovaných frekvencí **zcela nepodložené**.

S ohledem na skutečnost, že za **účelem identifikace trhu pro ex ante regulaci je třeba prokázat kumulativní splnění všech tří výše uvedených kritérií tříkriteriálního testu**, přičemž je zřejmé, že kritérium č. 1 v podobě přítomnosti velkých a trvalých překážek vstupu na trh nebylo splněno, stejně jako kritérium č. 2 zkoumající, zda struktura trhu nesměřuje v příslušném časovém úseku k účinné hospodářské soutěži, je nadbytečné přistupovat k analýze splnění kritéria třetího. Nicméně, pro vyloučení pochybností o nesprávnosti závěrů, z nichž Návrh OOP 1 vychází, budeme dále analyzovat rovněž splnění kritéria č. 3.

3.3.3. Ad 3. Uplatnění práva hospodářské soutěže samo o sobě neřeší dotčené selhání trhu

Ke zkoumání naplnění třetího kritéria tříkriteriálního testu Doporučení v čl. 3 kapitoly 3.2 vychází z předpokladu, že ex ante regulace je subsidiárním nástrojem v případě, kdy samo soutěžní právo není schopno řešit identifikované selhání trhu. Regulace ex ante tak skutečně nastupuje pouze v případě, kdy regulační nástroje soutěžního práva uplatnění ex post nejsou schopny řešit identifikovanou tržní dysfunkci.

V kontextu tohoto kritéria ČTÚ cituje z blíže nespecifikovaného vyjádření ÚOHS, kde tento shledává tuzemský trh poskytování mobilních služeb dostatečně transparentní a tedy nevykazující znaky omezování hospodářské soutěže formou zakázané dohody soutěžitelů. Jak citované vyjádření dále uvádí, „přítomnost omezeného počtu soutěžitelů neznamena *per se* naplnění skutkové podstaty uzavření a plnění zakázané dohody...“

V ART8 (str. 167, pozn. část věnovaná OOP1), je ČTÚ jasně uvedeno „*V rámci hodnocení tohoto kritéria Úřad rovněž zohlednil i vyjádření ÚOHS ze dne 20. září 2011 k podání jednoho stěžovatele k možné existenci oligopolu mobilních operátorů v České republice. V daném stanovisku uvádí, že zkoumal, zda nedochází k nedovolenému omezování hospodářské soutěže formou zakázané dohody mezi soutěžiteli. Z výsledků analýzy vyplynulo, že tuzemský trh je podle ÚOHS dostatečně transparentní, ceníky operátorů jsou běžně a veřejně dostupné, takže nelze vyloučit možnost snadného cenového následování či přizpůsobení se situaci na trhu (což jsou praktiky z hlediska zákona dovolené).*“

Stejný závěr potvrdil ÚOHS znovu ve svém stanovisku ze dne 8. 1. 2013⁸.

Překvapivě tak dochází ČTÚ v ART8 ke zcela opačnému závěru, že „na základě vyhodnocení bariér vstupu v prvním kritériu a směřování účinné hospodářské soutěže ve druhém kritériu lze usuzovat, že je třeba uložit podrobné povinnosti formou specifické regulace ex ante.“ (viz str. 168 ART8). Dále v odůvodnění OOP1 ČTÚ konstatuje, že „dospěl k závěru, že regulace ex ante bude adekvátněji a efektivněji reagovat na potenciální nebo zjištěné problémy na trhu v porovnání s regulací ex post.“ (str. 168 ART8).

V ART8 (viz str. 103 ART8) e odkazuje ČTÚ na ÚOHS, kdy uvádí, že „podle informací Úřadu ÚOHS zatím nezačal prověřování takového podezření“, ale toto tvrzení je v rozporu s výše uvedeným stanoviskem.

V této souvislosti si dovoluujeme připomenout zásadu legality, tedy vázanosti činnosti správního orgánu zákonem, vyjádřenou v § 2 odst. 2 Správního řádu. K tomuto si dovoluujeme citovat z odborné literatury: „*Mezi základní zásady činnosti správních orgánů podle správního řádu patří zejména zásada legality, subsidiarity, zákazu zneužití pravomoci a správního uvážení... Tato zásada souvisí rovněž s ustanovením čl. 4 odst. 4 Listiny, podle kterého jsou orgány veřejné moci povinny šetřit podstatu a smysl základních práv a svobod...⁹.*“

Zcela zásadní zásah do podnikání soukromoprávního subjektu, jakým bezpochyby uplatnění nápravných opatření v souladu s § 51 a souv. Zákona, tedy regulace ex ante, bezpochyby vyžaduje velmi kvalifikované odůvodnění ze strany správního orgánu. Toto bohužel argumentace k naplnění třetí kritéria testu tří kritérií podle našeho názoru zcela postrádá.

Domníváme se, že tříkriteriální test vůbec nebyl naplněn. Toto naše tvrzení jsme na rozdíl od ČTÚ doložili celou řadou objektivních a kvalifikovaných důkazů.

3.4. Nesplnění podmínek pro stanovení společné významné tržní síly (JD)

Při zkoumání, zda tři mobilní operátoři mají společnou významnou tržní sílu, ČTÚ v souladu se standardními postupy přistupuje a) k ověření podmínek „AirTours“, b) kritérií Vyhlášky a

⁸ <http://www.lupa.cz/zpravicky/uohs-mobilni-trh-neni-konkurencni-dukazy-o-kartelu-nejsou/> ,

⁹ Správní řád, 1. vydání, 2008, s. 10 – 17, nakladatelství C.H.BECK

c) na závěr zkoumá projevy tacitní koluze na trhu. ČTÚ rozebírá splnění kritérií pro maloobchodní trh, **trh velkoobchodní prakticky neanalyzuje** s odkazem na značnou podobnost s trhem maloobchodním.

Celý tento přezkum, jenž má být jádrem ART8, je velmi formální, obsahuje spekulativní úvahy a závěry jsou podloženy nepřesvědčivými nebo nepřesnými podklady, nebo dokonce zcela nepodloženy.

Ekonometrický model, na který se Analýza v této části odkazuje, je obecným modelem, jenž neodráží specifika odvětví a je založen na teoretických předpokladech, které nereflektují ekonomickou realitu.

Zdůrazňujeme, že evropská judikatura stanovuje velmi přísná kritéria pro prokázání společné významné tržní síly (Joint Dominance) a nepředložení dostatečných přesvědčivých důkazů („Convincing Evidence“) o existenci Joint Dominance vedlo ke zrušení mnoha rozhodnutí Evropské komise v rámci přezkumu Evropským soudním dvorem, mimo jiné i rozhodnutí v případě „AirTours“.

V ART8 chybí přesvědčivý důkaz o existenci společné významné tržní síly a kritéria AirTours nejsou splněna a to jak pro trh maloobchodní, tak velkoobchodní.

Níže předkládáme zásadní argumenty a důkazy podporující naše tvrzení o nesplnění zákonných předpokladů pro stanovení společné významné tržní síly a celkovém povrchním zpracování této stěžejní části ART8 (zde odkazujeme i na kapitolu 3.5 Připomínek).

3.4.1. Ad a) Podmínky AirTours

V souladu s požadavky evropské judikatury (AirTours (T-342/99)) je třeba jako důkaz kolektivní dominance (obdobně rovněž významné tržní síly) prokázat kumulativní splnění následujících podmínek:

1. trh musí být dostatečně transparentní, aby každý člen oligopolu mohl dostatečně přesně a rychle zjistit soutěžní chování ostatních členů;

2. stav tacitní kooriginace musí být udržitelný v čase, musí tedy existovat možnost odvetných opatření, kterými může být odchylka od společné strategie potrestána tak, že se stane nevýhodnou;
3. předvídatelná reakce mimostojících soutěžitelů a spotřebitelů nesmí být schopna ohrozit výsledky společného postupu.

Než přistoupíme k analýze jednotlivých kritérií, dovolujeme si upozornit na to, že závěr ČTÚ, který činí v úvodu zkoumání podmínek AirTours o struktuře trhu, jež umožňuje kolektivní dominanci, je učiněn na základě mnoha spekulativních ničím nepodložených úvah.

Již na začátku popisu kritérií Airtours (viz. str. 96 ART8) ČTÚ uvádí, že trh mobilní telefonie je charakteristický pomalou odezvou zákazníků na soutěžní čin. Blíže toto tvrzení nerozvádí (ačkoliv ho dále používá jako podpůrný nástroj při prokazování společné dominance) a tak není vůbec zřejmé, jak své tvrzení podložil. O to více je zarážející, že ve srovnání s Drafem ART8 (viz ř. 3148, graf č. 27) došlo k odstranění grafu elasticity, který daný názor Úřadu vyvracel. Na daném grafu byl znázorněn vývoj elasticity mezi roky 2008 až (predikce) 2014 a v letech 2008 a 2009 došlo k významným skokům, které ukazovaly na velmi rychlou odezvu spotřebitelů. Úřad daný graf odstranil bez vysvětlujícího komentáře.

Dále pak v sekci hodnotící bariéry vstupu na trh (viz str. 98 ART8) ČTÚ konstatuje vysokou riskantnost vstupu na český mobilní telekomunikační trh s ohledem na jeho penetraci, kapitálovou náročnost výstavby sítě a riziko „utopených nákladů“. Opomíjí, ale fakt, že všichni stávající operátoři toto riziko podstoupili, investovali do sítě a riskovali ztrátu v případně neúspěšného vstupu na trh, což platí zejména pro třetího mobilního operátora, před jehož vstupem se velmi intenzivně poukazovalo na vysokou penetraci trhu.

Zde bychom rádi upozornili, že cílem regulace není usnadnění podnikání dalším subjektům na úkor stávajících hráčů, ale dosažení konkurenčního prostředí a tím maximalizace užítku pro koncového uživatele. Pokud je už prostředí na daném trhu konkurenční, zásah regulátora může paradoxně užitek spotřebitelů snížit (např. formou snížení investic do výstavby sítí, viz i pracovní dokument George Serentchy předsedy BEREK).¹⁰

¹⁰ https://www.rtr.at/uploads/media/Regulation_2_0.pdf

Domníváme se, že na základě těchto spekulací a ze samotného faktu, že trh má oligopolní strukturu s relativně shodnými podíly všech tří hráčů (o stabilitě lze vzhledem k růstu podílu Vodafone a následnému poklesu HHI polemizovat), což je mimochodem rys i ostatních telekomunikačních trhů v EU (viz Příloha č. 6 Připomínek), nelze bez dalšího tedy dovodit, že takový trh umožňuje vznik kolektivní dominance.

3.4.1.1. Ad 1. Transparentnost trhu

ČTÚ se při hodnocení prvního kritéria omezuje na hodnocení větší transparentnosti trhu pro soutěžitele vs. spotřebitele a konstatování, že trh je pro soutěžitele transparentní, což presumuje z existence ceníkových cen, výročních zpráv a informací, k nimž se operátoři dostanou při procesu portace telefonního čísla, popřípadě přechodu zaměstnanců a mezinárodním roamingu. Tato tvrzení nepodkládá žádnými relevantními daty (ČTÚ naopak dokládá netransparentnost nabídek mobilních operátorů (viz str. 84 ART8)).

Zejména se však ČTÚ vůbec nevypořádává s vlastním tvrzením o nepřehlednosti trhu, resp. segmentu trhu firemních zákazníků, na str. 85 ART8:

„Nedostatečná úroveň kompenzační síly se odráží ve skutečnosti, že mobilní operátoři nezveřejňují ceník pro velké firemní zákazníky, ale ceny pro tyto zákazníky se obvykle sjednávají případ od případu (jak je uvedeno u výše hodnoceného kritéria přístup zákazníků k informacím), což činí trh nepřehledným.“

Na úrovni retailových zákazníků je telekomunikační trh poměrně přehledný, což jsme již dokládali v průběhu veřejné konzultace k Návrhu OOP1 poukazem na míru transparence tarifů v České republice, která je na nadprůměrně vysoké úrovni (viz Příloha č. 2 Připomínek). A to nejen pro soutěžitele ale i spotřebitele! Nicméně upozorňujeme, že podobná specifika vykazují i retailové segmenty trhů v jiných odvětvích poskytujících služby či produkty široké veřejnosti, jako např. pojišťovnictví a bankovníctví, či energetika, kde není shledaná kolektivní dominance.

Nesouhlasíme ale se závěry ČTÚ ohledně snadné čitelnosti trhu s odkazem na výroční zprávy ČTÚ, portaci čísel, přechod zaměstnanců a informace o roamingu. Souhrnné údaje dostupné operátorům, jsou poskytovány s téměř ročním zpožděním (údaje shromážděné ČTÚ z února daného roku jsou publikovány až v říjnu), a sledování portací je opět údaj,

který přináší čtvrt roku starou informaci. Tvrzení, kterým se Úřad snaží prokázat velkou informovanost jednotlivých soutěžitelů o přechodech zákazníků (viz str. 100 ART8¹¹), je mylné, neboť o každém zákazníkovi se dozví vždy pouze dva subjekty a tudíž pokud dojde k pohybu v zákaznické bázi např. mezi Telefónica a Vodafone, společnost T-Mobile může tento pohyb zaznamenat až se čtvrtletním zpožděním.

Argument ohledně dostupnosti informací skrz fluktuaci zaměstnanců ignoruje fakt, že klíčoví lidé mají ve smlouvách konkurenční doložky a v momentě, kdy jsou „uvolněni“, už je většina jejich informací o know-how minulého zaměstnavatele, zejména těch sensitivních a v čase se rychle měnících jako jsou ceny, zastaralých a nevyužitelných.

Konečně hypotéza o využívání dat ohledně roamignového provozu zákazníků ostatních soutěžitelů presumuje chování, jež je **v rozporu jak s právem na ochranu soukromí a především s právem na ochranu osobních údajů**, a rovněž tak k se závaznými pravidly skupiny Deutsche Telekom vyjádřenými v Kodexu ochrany osobních údajů v rámci koncernu Deutsche Telekom¹², jejíž součástí je společnost T-Mobile, proto se proti tomuto tvrzení důrazně ohrazujeme.

Závěrem poukazujeme na zcela chybějící analýzu transparentnosti velkoobchodního trhu. V této souvislosti upozorňujeme, že na trhu již došlo k podpisu (či se podpis chystá) přístupových smluv, mezi mobilními operátory a subjekty, které budou poskytovat služby virtuálního operátora. Podmínky těchto smluvních vztahů jsou součástí důvěrných dokumentů, přístupné pouze smluvním stranám, tedy netransparentní pro ostatní soutěžitele.

Jsme přesvědčeni, že nepřehledností významného segmentu/ů maloobchodního trhu, jimiž jsou malé, střední a velké podniky, kterou navíc sám ČTÚ potvrzuje, a nepřehledností velkoobchodního trhu není splněno první kritérium AirTours, transparentnost trhu, při níž může každý člen oligopolu zjistit přesně a rychle jednání ostatních.

S ohledem na výše uvedené nedostatky, tedy žádáme Úřad, aby provedl podrobnou a průkaznou analýzu transparentnosti korporátního segmentu maloobchodního trhu a analýzu velkoobchodního trhu.

¹¹ :“Je tedy nemožné, aby některý z oligopolistů agresivní soutěžní nabídkou kumuloval dostatečné zvýšení tržního podílu bez povšimnutí ostatních oligopolistů a tedy bez vyvolání jejich reakce, neboť ostatní oligopolisté se okamžitě dozvědí o každém odcházejícím zákazníkovi.“

¹² http://www.t-mobile.cz/dcpublish/VPST-Kodex_ochrany_osobnich_udaju.pdf

3.4.1.2. Ad 2. Odvetná opatření

ČTÚ spatřuje jako důkaz existence odvetných opatření, kterými může být odchylka od společné strategie potrestána, možnost cenové války a to dokonce nejen na českém trhu, ale i na trzích, kde se tři čeští operátoři potkávají.

Domníváme se v obecné rovině, že dynamika trhu a stav soutěže na tomto trhu v České republice neposkytují prostor pro možnou cenovou válku.

Toto odvetné opatření se může materializovat jen za předpokladu neracionálního chování managementu. Dále představa cenové války jako rychlého a lehce implementovatelného odvetného mechanismu (podmínka rychlosti a snadné implementace je zdůrazňována i v Komentáři Evropské komise z 30. 1. 2006 v případě ES/2005/0330)¹³ ignoruje dlouhodobost zákaznických smluv a věrnost značce.

Toto jsou i **základní úskalí teoretického Ekonometrického modelu v závěru ART8 v Příloze 2 (viz str. 175 a dále, ART8), který nereflektuje specifika produktu a trhu a předpokládá iracionální chování ze strany managementu a tudíž modeluje naprosto nereálnou situaci, k níž na trhu nemůže dojít.** Navíc poukazujeme i na fakt, že pouhé konstatování, že ČTÚ si na základě kritiky obecnosti modelu v rámci připomínkového řízení vyžádal dodatečná data na zlepšení kvality modelu, která neobdržel, a proto model nepřepočítal (str. 131, ART8, Část E, Vypořádání připomínek), je dokladem jednak toho, že sám ČTÚ připouští nepoužitelnost modelu ve stavu¹⁴, v jakém je předložen a dále pochybení ČTÚ, v jehož kompetenci bezesporu je taková data žádat a vynutit si jejich obdržení (§115 a §118, §119 zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích).

Ve světle výše uvedeného je o to nereálnější konstrukt „přelití“ cenové války a trestání firmy, co se odchýlila od společné strategie, prostřednictvím sesterských firem. I když jistě existují celokoncernové KPIs (Key performance indicators) pro manažery, primárně jsou hodnoceni manažeři na základě národních ukazatelů. Manažer žádné ze sesterských společností nebude tedy motivován snižovat své ceny (a tím i ziskovost firmy), aby „potrestal“ firmu, která s ním není v přímém soutěžním vztahu a tedy nemá vliv na jeho KPIs. Toto tvrzení také naprosto ignoruje zájmy minoritních akcionářů, které zajímají výsledky vlastněného subjektu, nikoli propojené osoby, ve které nemají vlastnický podíl.

Zároveň upozorňujeme na to, že na českém trhu se operátoři chovají nezávisle a jako jedním z důkazů, že neexistuje společná tacitní strategie může sloužit i nulová reakce na

¹³ SG-Greffe (2006) D/200402; CASE ES/2005/0330: ACCESS AND CALL ORIGINATION ON PUBLIC MOBILE TELEPHONE NETWORKS IN SPAIN

¹⁴ Blíže viz kapitola 4.5.5.2. Připomínka

kampaň „vteřinové tarifkace“ spuštěnou na počátku roku 2012 společností Vodafone. Dalšími důkazy nezávislých strategií může být i rozdílná průměrná cena za reálnou minutu volání (Graf č 24, str. 83 ATR8)¹⁵, nebo rozdílná segmentace zákazníků (str. 36 ART8), kterou operátoři používají a která by sama o sobě komplikovala tichou koordinaci

Závěrem poukazujeme na to, že **právě nedostatečně prokázané odvetné mechanismy bývají jedním z důvodů kritiky rozhodnutí národních regulátorů a napadení rozhodnutí Evropské komise ve věci kolektivní dominance**. Jako dobrý příklad může sloužit kritika nedostatečného prokázání existence odvetných opatření irským regulátorem obsažená např. ve studii USD Centre for Economic Research vydané University College Dublin z března 2008¹⁶. Také Evropská komise ve svém komentáři v případě jediné země, která obhájila koncept joint dominance, Španělska, zpochybňovala důslednost prokázání existence odvetných opatření¹⁷.

Úřad při hodnocení druhého z kritérií AirTours zcela opominul významnost „convincing evidence“, tzn. nalezení a předložení přesvědčivých důkazů o existenci odvetného mechanismu v podobě cenové války a omezil se pouze na jednostránkovou neprokázanou argumentaci o odvetách na ostatních evropských trzích a obecný ekonometrický model, jenž je podrobněji probrán v kapitole 4.4 Přípomínek)

Jsme proto přesvědčení, že ani druhé kritérium AirTours ČTÚ Analýzou neprokázal, neboť cenová válka v podmínkách českého telekomunikačního trhu není reálným, rychlým a snadno implementovatelným odvetným mechanismem, kterým by mohla být trestána odchylka od společné strategie.

S ohledem na výše uvedené nedostatky, tedy žádáme Úřad, aby podpořil své tvrzení o cenové válce jako funkčním odvetným mechanismu přesvědčivými důkazy.

3.4.1.3. Ad 3. reakce soutěžitelů a odběratelů

Poslední kritérium AirTours hodnotí, zda reakce mimostojících soutěžitelů a spotřebitelů může koluzi narušit.

¹⁵ Případně kapitola č. 4.5.2.15 Přípomínek

¹⁶ Patrick Massey, Moor McDowell: Joint dominance and tacit collusion: An analysis of the Irish Vodafone-O2 case and the implication for competition and regulatory policy, USD Centre for Economic Research, March 2008

¹⁷ SG-Greffe (2006) D/200402; CASE ES/2005/0330: ACCESS AND CALL ORIGINATION ON PUBLIC MOBILE TELEPHONE NETWORKS IN SPAIN

3.4.1.3.1. Reakce mimostojících soutěžitelů

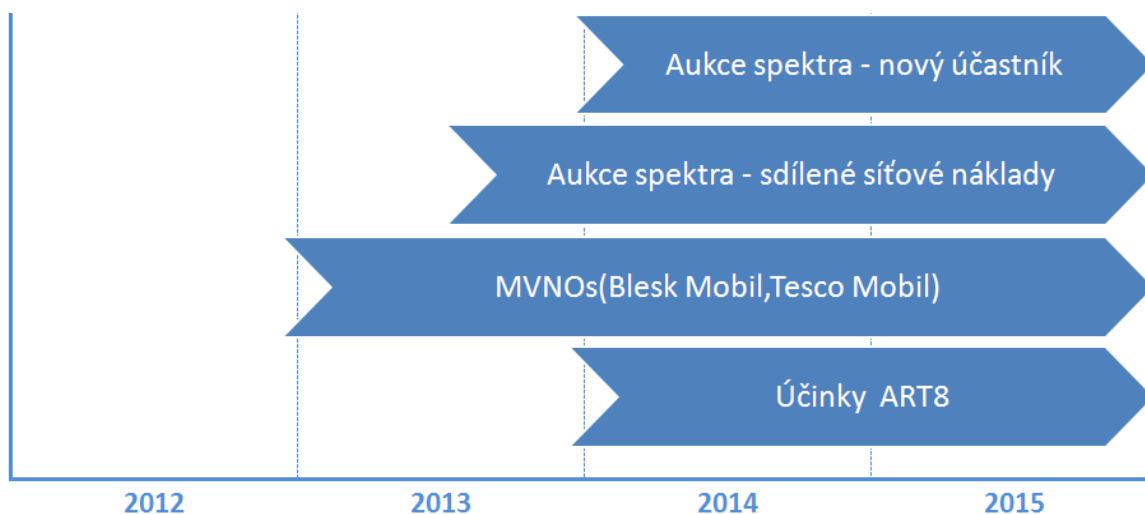
Ohledně soutěžitelů zvažuje ČTÚ dva scénáře, jedním je příchod plnohodnotného síťového operátora na základě výsledků právě probíhající aukce spektra, druhým způsobem jsou konkurenti v podobě virtuálních operátorů.

Závěry ČTÚ ohledně vlivu probíhající aukce spektra na telekomunikační trh považujeme za mylné a podrobněji odkazujeme na kapitolu 3.3.1.1 Přípomínek . **Parametry aukce, jak je blíže rozebráno ve výše uvedeném bodě, jednoznačně podporují vstup nového síťového operátora na český mobilní trh, a takový subjekt se i aukce účastní, proto je předčasné před výsledkem aukce presumovat nepravděpodobnost vzniku nové konkurence v podobě plnohodnotného konkurenta stávajících mobilních operátorů.** Navíc se dá očekávat, že nově vstupující operátor by v případě finanční výhodnosti (jaká by existovala v případě vysokých marží, které by kolektivně dominantní společnosti dosahovaly) urychlil svůj vstup na trh před aukcí stanoveným termínem pro poskytování komerčních služeb. Vzhledem k tomu, že za společností PPF Mobile Services a.s. stojí finanční skupina PPF, dá se očekávat, že finanční náročnost by v případě výhodnosti investice neměla představovat problém. Tento závěr platí jak pro trh maloobchodní, tak velkoobchodní.

Jak jsme již indikovali výše, z hlediska prospektivní analýzy vývoje mobilního trhu nelze opomenout vstup virtuálního operátora poskytujícího služby pod značkou BleskMobil, již zmíněný vstup společnosti Tesco Mobile Services s.r.o. na český mobilní trh počátkem toho roku, a probíhající jednání s dalšími žadateli o spolupráci v oblasti přístupu k síti, které bezpochyby rovněž vyústí ve vstup dalších virtuálních operátorů. **S popsávanými změnami charakteristik mobilního trhu v ČR se analýza nevyhnutelně musí vypořádat.**

Závěrem upozorňujeme, že v souvislosti s analýzou možnosti reakce mimostojících soutěžitelů Úřad zcela opomenul či zlehčil hledisko prospektivnosti analýzy. V Draftu ART8 byl (viz řádek 3002) uveden jeden rok, který Úřad označil jako dobu, během které s velkou nepravděpodobností nedojde k etablování nového soutěžitele. V ART8 (viz str. 102) ponechal Úřad zcela beze změny textaci odstavce a pouze změnil dobu, během které neočekává, že by došlo ke změně podmínek na trhu a to na dva roky. Pouhou změnu období bez faktické reflexe považujeme za absurdní a mimo to bychom rádi upozornili na nekonzistentnost analýzy, která právě v dalších letech očekává výrazné změny a tyto ex ante regulace musí zohlednit.

Obrázek 2 - prospektivnost analýzy a účinnost nápravných opatření



Na základě informací uvedených v ART8 je patrné, že Úřad předpokládá vliv nového účastníka vzešlého z aukce v roce 2014 (viz str. 126 ART8); dále Úřad očekává otevření přístupu k sítím z důvodu sdílení síťových nákladů a nákladů na nákup kmitočtů v polovině roku 2013 (viz str. 92 ART8). Dále je na trhu zřejmý i vliv nových virtuálních operátorů, kteří započali působit od začátku roku 2013.

Pokud tedy Úřad předpokládá začátek působení účinků ART8 až zhruba od počátku roku 2014 (viz str. 126 ART8), je zcela zřejmé, že analýza bude zastaralá již v den svého vydání, neboť na trhu budou panovat zcela odlišné podmínky, než které byly v době jejího vydání již Úřadu známy.

3.4.1.3.2. Reakce spotřebitelů

Reakce odběratelů je ČTÚ hodnocena zejména skrz porovnání provolaných minut a zaslaných SMS za měsíc na celoevropské úrovni a dále výpočtem elasticit jak jednotlivých soutěžitelů samostatně, tak odvětví.

K ukazatelům provolaných minut a zaslaných SMS (str. 105 ART8) včetně grafů č. 31 a 32 poznamenáváme, že tyto ukazatele nereflektují kulturní zvyky dané země. Navíc je ČR přesně uprostřed zemí EU, z čehož rozhodně nelze bez dalšího usuzovat na stlačení poptávky na úroveň, na které je dále již poměrně neelastická (str. 105, ART8). Tento fakt naopak může signalizovat, že obecně v ČR lidé preferují osobní kontakt, nebo naopak zcela

neosobní e-mailovou korespondenci (jako indikace může sloužit i častý problém na pracovištích s vysokým e-mailovým provozem vs. užíváním osobních setkání nebo firemních linek). Každopádně bez zohlednění výše uvedeného nejsou grafy pro účely analýzy průkazné.

Výpočet elasticity je jednou ze zásadních faktických chyb Analýzy. Již v prvních dvou řádcích této sekce (viz str. 104 ART8) Úřad tvrdí, že:

„Maloobchodní odběratelé by mohli zhatit zamýšlené účinky koluze, pokud by byli schopni snížit svou poptávku v míře, která by alespoň vyrovnala zisk ze zvýšení ceny.“

Rádi bychom upozornili, že ČTÚ uvádí, že cena za posledních pět let klesá!, (např. str. 84, ART8) a tak není vůbec zřejmé, jakým způsobem dospěl k závěru¹⁸, že dojde ke zvýšení ceny. Pokud ČTÚ používá demonstraci zvýšení ceny, rádi bychom upozornili, že pro prokázání kritérií AirTours je nutné použít princip „convincig evidence“, který v případě použití teoretických odhadů samozřejmě chybí.

Na základě výše uvedeného lze říci, že ČTÚ data zcela chybně interpretoval (zaměnil trend růstu cen za pokles cen) či použil teoretický předpoklad, čímž se ovšem vyhnul podmínce „convincig evidence“. V obou případech tak docházíme k závěru, že již na počátku argumentace Úřadu dochází k nepotvrzení třetího kritéria AirTours.

Věrohodnost postupu Úřadu snižuje i skutečnost, kdy při výpočtu elasticity ČTÚ připouští omezenost využití dat, z nichž vycházel, tudíž výsledky nemusí odrážet realitu a tedy nemohou sloužit jako věrohodný podklad pro prokázání tvrzené nízké elasticity (blíže k tomuto tématu viz kapitola 4.5.5.2 Připomínek).

Domníváme se, že ČTÚ má povinnost i možnosti přistoupit k novému výpočtu na základě úplných dat, aby své tvrzení prokázal. Fakt, že si ČTÚ vyžádal při kritice této části Analýzy dne 1. 11. 2012 rámci pracovního setkání k projednání návrhu analýzy relevantního trhu

¹⁸ Tento závěr je Úřadem zopakován např. na str. 106, kde Úřad tvrdí, že lze udržovat monopolní cenu bez strachu z výnosů značným poklesem poptávky. Opět bychom rádi Úřadu připomněli jeho vlastní data, která ukazují na pokles ceny, pokles výnosů a růst poptávaného množství.

č.8 nová data, která následně nepoužil (viz tvrzení Úřadu str. 131 ART8) , svědčí o nekorektním přístupu a povrchnosti celé Analýzy.

Rádi bychom připomněli, že ze strany společnosti T-Mobile byla požadována data nutná pro výpočet elasticity odevzdána¹⁹(viz Příloha č. 1 Připomínek) a jelikož jsou součástí i pravidelného sběru dat, předpokládáme, že ostatní operátoři tato data rovněž použili, a proto není zřejmé, na jakém základě Úřad uvádí, že měl nedostatek dat.

S odvoláním na vysoce pravděpodobný vstup čtvrtého mobilního operátora a neprokázaná tvrzení analyzující možnost reakce odběratelů jsme přesvědčeni, že třetí kritérium AirTours, absenci ohrožení výsledků společného postupu předvídatelnou reakcí mimostojících soutěžitelů a spotřebitelů, se ČTÚ v ART8 nepodařilo věrohodně prokázat a žádáme Úřad, aby analýzu třetího kritéria AirTours zopakoval a zohlednil jak již probíhající, tak anticipovaný vývoj na trhu v průběhu dalších dvou let.

3.4.2. Ad b) Podmínky Vyhlášky:

Závěry ČTÚ ohledně prokázání Malé pružnosti poptávky a Nedostatečné kupní síly na straně poptávky jsme rozporovali výše.

V hodnocení kritérií Podobných tržních podílů, Velkých právních nebo ekonomické překážek pro vstup na trh a Nedostatečné potenciální konkurence si dovoluujeme poznamenat, že sám ČTÚ v analýze trhu č. A/15/06.2006-23 konstatoval, že neexistují absolutní bariéry pro vstup a podíly soutěžitelů se liší. (str. 32 a dále):

„Úřad nesouhlasí, protože v souladu s Metodikou posoudil případnou existenci společné významné tržní síly, a to v části C, 3.3. Vývoj tržních podílů zejména u společnosti Vodafone Czech Republic a.s., který roste na úkor zbývajících dvou mobilních operátorů, svědčí pro závěr, ke kterému Úřad dospěl. Neexistují zde překážky trvalého charakteru, zejména rádiové kmitočty. Analýza identifikovala dostupné kmitočty, které umožní vyhlásit výběrové řízení na přiděl kmitočtů. [pozn. – zvyrazněno T-Mobile]Tak bude v případě zájmu umožněn vstup dalšího operátora na trh. Vývoj koncentrace trhu, vyjádřený metodou HHI, vykazuje trvalý pokles [pozn. – zvyrazněno T-Mobile]a jeho hodnota 3 385 je sice vysoká v

¹⁹ U dat vyžádaných po Workshopu konaném dne 1.11.2012 byla vyžádána sada dat, kterou T-Mobile vyplnil jen částečně z důvodu nepřiměřeně krátké lhůty, jež byla komunikována s Úřadem.

porovnání s konkurenčními trhy, jako např. výroba automobilů, služby cestovního ruchu, ale je relativně nízká v porovnání s jinými trhy elektronických komunikací nebo obecně v porovnání s trhy, které jsou charakteristické významnými regulačními zásahy.“

S tímto původním závěrem souhlasíme s odkazem na naši argumentaci ohledně probíhající aukce v kapitole 3.3.1.1 Připomínek a také s odkazem na rostoucí podíl společnosti Vodafone za posledních 7 let (viz kapitola 3.4.3.1. Připomínek).

Kritérium Vertikální integrace se společným odmítáním dodávek ČTÚ vůbec nerozebírá. Tvrzení o odmítání velkoobchodních dodávek se nezakládá na pravdě, o to spíše společným odmítáním dodávek. Pokud ČTÚ pod tímto spatřoval neúspěšná obchodní jednání s virtuálními operátory, upozorňujeme, že společnost T-Mobile k takovým jednáním přistupovala korektně, což dokládá i fakt, že se žádná z jednajících stran doposud neobrátila na ČTÚ s žádostí o vstup ČTÚ do jednání.

Pouze **jediná společnost** (dle ART8, viz str. 126) řešila uzavření smlouvy s potenciálními MVNO před ČTÚ, ale na druhou stranu právě tato společnost představila první smlouvu se společností BleskMobil, prvním českým virtuálním operátorem. O **společném odmítání** takovou smlouvu uzavřít, neexistují žádné důkazy ani indicie.

Stejně jako výše v případě hodnocení splnění kritérií AirTours, také v případě kritérií podle Vyhlášky poukazujeme na to, že ČTÚ jejich splnění neprokázal.

Jak ČTÚ sám (na str. 108, ART8) uvádí, vyhodnocení kritérií podle Vyhlášky pouze shrnul s odkazem na předchozí analýzu v AirTours.

3.4.3. Ad c) Pozorování projevů tacitní koluze na trhu

Stejně jako předchozí části přezkumu, i zde je Analýza ČTÚ založená na nesprávných datech a nepřináší průkazný materiál pro svoje tvrzení.

3.4.3.1. Ad 1. Stabilita tržních podílů

Závěr ČTÚ o mimořádné stabilitě tržních podílů není v souladu s realitou. **Tržní podíl společnosti Vodafone, coby nejmenšího soutěžitele, zvýšil od roku 2005 z 19,99% na 23,64% v roce 2010.** Dovolujeme odkázat na připojený graf společnosti AISA (viz Příloha č. 3

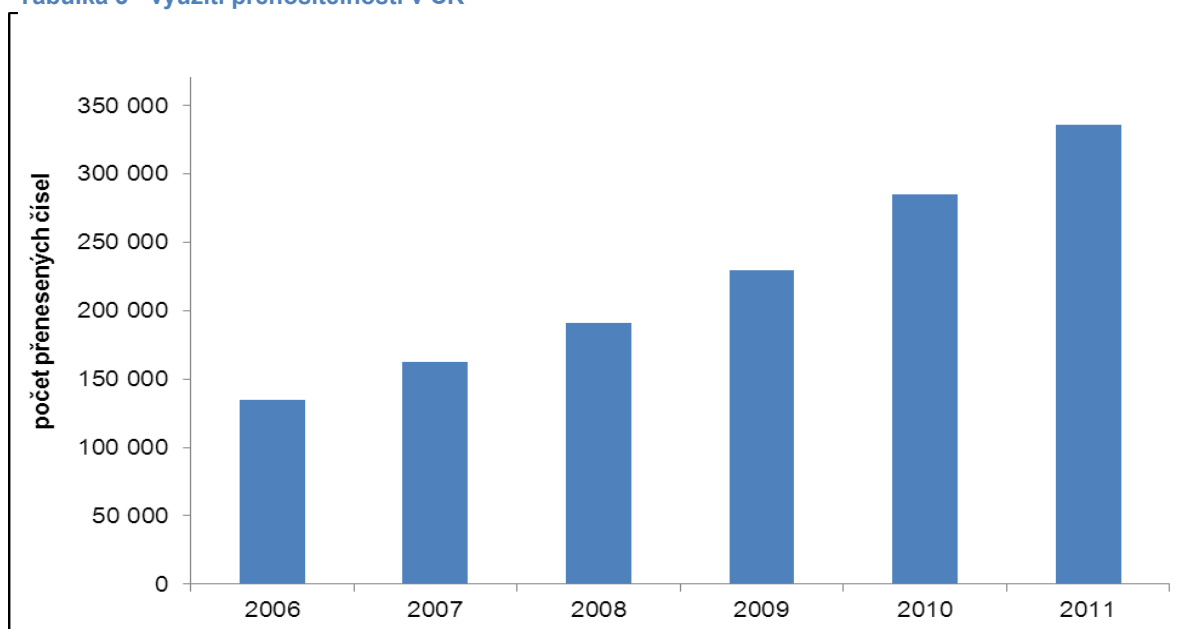
Připomínka) z něhož plyne, že celkový počet aktivních SIM karet mobilních operátorů v srpnu 2011 byl následující:

1. T-Mobile 4.736.000 celkem (takto počítaný tržní podíl tak představuje 37,6%)
2. Telefónica 4.621.000 celkem (takto počítaný tržní podíl představuje 36,7%)
3. Vodafone 3.234.000 celkem (takto počítaný tržní podíl představuje 25,6%).

Dále je z grafu zřejmý **strmý nárůst podílu Vodafone na trhu post-paid zákazníků** v roce 2011, což jasně dokládá, že tržní podíly operátorů se v čase mění ve prospěch nejmladšího z nich.

Skutečnost, že mobilní operátoři jsou podrobena silnému konkurenčnímu tlaku, kromě jiného dokazuje i **vysoká míra využití služby MNP** (viz graf níže) a **vysoké investice, které mobilní operátoři investují do svého marketingu**. Jen v roce 2010 investovala společnost T-Mobile do marketingu **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ** [REDAKCE] **KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ**. Rovněž tato investice tak vykazuje rostoucí trend právě díky silnému konkurenčnímu tlaku.

Tabulka 3 - využití přenositelnosti v ČR



ZDROJ: ART8, graf č. 22, str. 79

3.4.3.2. Ad 2. Ziskovost

Se závěrem o nadprůměrné ziskovosti odvětví nesouhlasíme na základě následujících argumentů.

Z údajů uvedených v příloze č. 5 Připomínek vyplývá, že i v i dalších zemích EU je řada mobilních operátorů, jejichž marže (obdobně jako v České republice), přesahují hodnotu 40% - nedá se tedy říci, že by se v České republice jednalo o tržní „abnormalitu“ v Evropě nevídanou.

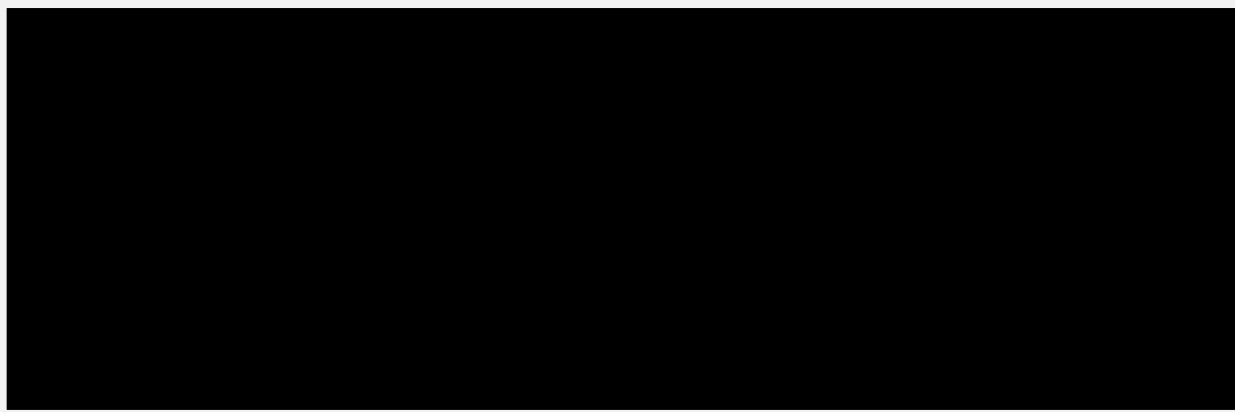
Navíc zkoumání ziskovosti opomíjí fakt, že všichni tři operátoři za poslední léta přijali razantní úsporné programy a celkově se snaží zefektivnit řízení společnosti. Jedním z úsporných opatření je i průběžné snižování počtu pracovních pozic. Například: k 31. 12. 2010 Telfonica zaměstnávala 6936 lidí, zatímco k 31. 12. 2011 to bylo už jen 6 494 lidí. Ke konci prvního čtvrtletí roku 2012 navíc došlo k plánovanému zrušení dalších 280 pozic, z čehož více než 1/3 představují manažerské pozice. Další pozice budou rušeny s odvoláním na tiskové zprávy společnosti Telfonica, kde se odhaduje pro rok 2013 zrušení až 500 pracovních míst. Stejným způsobem reaguje na nepříznivý vývoj i společnost Vodafone, jež dle tiskové zprávy z 30.1.2013 plánuje propustit zhruba 218 pracovníků.

Rovněž v rámci skupiny Deutsche Telekom (jakožto vlastníka společnosti T-Mobile Czech Republic) probíhají již od roku 2008 mimořádné aktivity, které slouží k maximálnímu zefektivnění vnitřních procesů. Tento náročný a zdlouhavý postup vede k tomu, že se společnosti daří držet výkonnost i přes neustálý pokles koncových cen a tím i klesajících tržeb společnosti.

Dále upozorňujeme, že **relevantní data vývoje tržní situace jednoznačně prokazují, že meziroční pokles koncových cen mobilních služeb** se dlouhodobě pohybuje okolo 10% ročně. Zároveň je chování trhu charakterizováno poklesem tržeb a ARPU při rostoucím provozu. Tyto argumenty jednoznačně potvrzuje analýza společnosti Mason Analysys v Příloze č. 4 k těmto Připomínkám. Uvedená data tak dokládají skutečnost, že trh poskytování mobilních služeb je vystaven zdravé hospodářské soutěži, kdy zákazníci s vynaložením menších nákladů generují více provozu a výnosnost jednoho zákazníka (ARPU) se v čase snižuje. Situace v ČR je v tomto ohledu dokonce příznivější nežli situace ve velmi často citovaném Rakousku, kde je hodnota „retail voice revenue“ stejně jako hodnota ARPU vyšší nežli v České republice, což opět jasně dokládá Příloha č. 4 Připomínek. Tyto hodnoty můžeme potvrdit i na vývoj průměrných cen minuty a průměrné ceny SMS za společnost T-Mobile.

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ

Tabulka 4 - Průměrná cena minuta/SMS společnosti T-Mobile



KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

3.4.3.3. Ad 3. Cenové rozdíly

ČTÚ poukazuje (viz např. str. 85 či str. 115 ART8) na to, že žádný ze soutěžitelů nevyužil cenových rozdílů mezi segmenty trhu ke konkurenční nabídce a v tom spatřuje indicii nedostatečné soutěže. Sám ČTÚ ale o řádek výše připouští rozdílné náklady v segmentech, byť poukazuje na jejich obdobnost.

Právě rozdílnost v nákladech i v jiných odvětvích (rozvod elektřiny, plynárenství, pojišťovnictví, atd.) je důvodem, proč velcí zákazníci s velkým objemem volání mají nižší ceny za minutu volání. Jedná se klasickou množstevní slevu nabízenou vybranému segmentu zdůvodnitelnou nižšími náklady.

Dále ČTÚ spatřuje důkaz vyšších cen v existenci tzv. šedých operátorů. Opomeneme-li, že neexistuje jasná a oficiální definice, kdo jsou „šedí operátoři“, šedí operátoři za prvé představují jen okraj trhu, navíc produkt, který přeprodávají není, byť pro koncového spotřebitele se tak zdánlivě může zdát, identický s produktem operátorů. Šedí operátoři prodávají produkt **uzavřené uživatelské skupině**, často jako součást dalšího produktu či balíčku jiných než telekomunikačních služeb.

3.4.3.4. Ad 4. Úroveň poptávky

ČTÚ dle našeho názoru naprosto nepodloženě a chybně vyvozuje z nižší úrovně poptávky po volání v ČR v mezinárodním srovnání potvrzení hypotézy tiché koluze. Jak jsme již uvedli v obdobné argumentaci k třetímu kritériu AirTours výše, **mezinárodní srovnání bez očištění o kulturní vlivy a zvyky dané země není objektivní a průkazné. Navíc v grafech 40 a 41 na str. 119 ART8 je zřejmé, že ČR se nachází ve středu zemí EU, dokonce v grafu 40 vykazuje vyšší hodnoty než např. Španělsko, kde je trh regulován.**

3.4.3.5. Ad 5. Míra Inovace

Nesouhlasíme s tvrzením, že ČR zaostává v inovacích a zejména za zbytkem EU s výstavbou 3G sítě. Vezmeme-li v úvahu, že dle zjištění GSMA např. **v roce 2010 investovali mobilní operátoři v Evropě do mobilních sítí v průměru 12% tržeb²⁰, je zřejmé, že podíl investic tuzemských mobilních operátorů do rozvoje mobilních sítí z tohoto průměru nijak výrazněji nevybočuje** (společnosti Telefónica Czech Republic a T-Mobile Czech Republic v tomto reinvestovali do mobilních sítí cca 11% tržeb z mobilních služeb)²¹.

Ohledně probíhající výstavby 3G sítě v současné chvíli můžeme hovořit jen v případě sítě naší společnosti o pokrytí obyvatelstva sítěmi 3G v rozsahu větším než 80% a pokrytí území na úrovni vyšší než 30%.

Masivní budování sítí 3G jednoznačně prokazuje silný konkurenční tlak, v důsledku kterého jsou **mobilní operátoři nuceni k provádění rozsáhlých investic do budování sítí 3G, aby byli schopni nabízet svým zákazníkům nejnovější služby s využitím nejnovějších technologií** a obstát v konkurenci na trhu poskytování mobilních služeb v ČR. **Dokladem může být rovněž spuštění HSPA+ společností T-Mobile**, stejně jako spuštění HD voice, které představují skutečnou technologickou špičku v mobilních službách. Dále potom nelze nezmínit zcela **nové služby a aplikace, např. mobilní platby, M2M služby, lokalizační služby apod.**

3.5. Celková nekonzistentnost ART8

ART8 trpí celkovou nekonzistencí, kdy jako největší problém spatřujeme výraznou odlišnost mezi věcným vymezením RT8 (zahrnutí pouze hlasových služeb) a nápravnými opatřeními, která jsou na základě analýzy navržena (zahrnutí jak hlasových, tak messagingových i datových služeb). Více prostoru je tomuto tématu věnováno v kapitolách 3.1 a 4.3.1.1 Přípomínek.

Dále (viz kapitola 4.1 Přípomínek) je dokázáno, že ČTÚ zcela přehlíží závěry učiněné v ART15, neboť vývoj na tomto trhu je udržen v dlouhodobém trendu, a tak není zřejmé, proč ČTÚ dochází k odlišným závěrům oproti roku 2006, kdy vyhodnotil trh jako konkurenční.

²⁰ (viz European Mobile Industry Observatory 2011, str. 56; zpráva je k dispozici zde: <http://www.gsma.com/documents/download-full-report-pdf-2-73-mb/21097>)

²¹ Zde odkazujeme na 15.implementační zprávu Evropské Komise

Mnoho tvrzení (viz kapitola 4.5 Připomínek) a závěrů (viz kapitola 4.3 Připomínek) Úřadu je založena pouze na domněnkách ČTÚ, případně nejsou dána do souvislosti s reálným vývojem na trhu.

ART8 rovněž zcela nesprávně zkombinovala velkoobchodní modely originace a přístupu (viz kapitola 4.2 Připomínek) a na této nesprávné kombinaci dále staví závěry vztahující se k celé ART8.

Z výše uvedeného (s odkazem na kapitoly, kde jsou témata rozpracována do větší hloubky) je patrné, že ART8 trpí vnitřní nekonzistentností a proto je nutné, aby byla ČTÚ zásadně revidována.

4. Detailní připomínky

4.1. Vývoj trhu mezi roky 2001-2011 (vztah mezi ART15 200-05 a vývojem na trhu 2006-11)

Společnost T-Mobile by ráda upozornila, že pokud dospěl v RT15 ČTÚ k závěru, že „trh č. 15 – přístup a původ volání (originace) ve veřejné mobilní telefonní síti je **efektivně konkurenčním trhem**, neboť na něm nepůsobí žádný podnik s významnou tržní silou“, kdy tento závěr rovněž potvrdil i ÚOHS, nelze v současné době dojít k závěru jinému, protože se situace na trhu podle našeho názoru vyvíjí směrem v ART15 předvídaným, tedy směrem k rozvoji efektivní konkurence. To nakonec podporuje i sama ART8 (viz části věnující se růstu provozu, poklesu průměrné maloobchodní ceny) či Příloha č. 4 Připomínek, z níž nelze dovodit jiný závěr.

ČTÚ se v ART8 (viz str. 43) odkazuje na tvrzení, že předpokládal (pozn. Úřad), že dojde ke komerční dohodě o vzniku MVNO – toto tvrzení dokládá citací z ART15, kde je na str. 24 uvedeno, že:




„Podle zjištění Úřadu o službě originace existuje zájem ze strany dalších operátorů, kteří by se potenciálně chtěli stát tzv. virtuálními mobilními operátory. Právní úprava, ani žádné rozhodnutí Úřadu, nebrání uzavření smluvního vztahu, který by fakticky konstituoval virtuálního mobilního operátora.“

Dále na Úřad na str. 45, ART8 uvádí:

„Pokud nejsou obchodní jednání úspěšná, měly by mít vnitrostátní regulační orgány pravomoc zajistit přístup, propojení a interoperabilitu služeb v zájmu koncových uživatelů za přiměřených podmínek.“

S tímto tvrzením souhlasíme, je však třeba zdůraznit, že na základě vstupu nových hráčů (virtuálních mobilních operátorů) na mobilní trh pozbývá analýza smysluplnosti, neboť došlo k úspěšnému uzavření obchodních jednání a není odůvodněné ani přiměřené, aby v dané věci Úřad vrchnostensky zasahoval. Dovolujeme se v této souvislosti znovu připomenout zásady subsidiarity a proporcionality, které musí správní orgán ve své činnosti vždy respektovat v souladu s požadavkem § 2 odst. 3 Správního řádu.

Jak jsme výše uvedli, dále bychom se detailně vyjádřili jednotlivým kritériím, která použil Úřad pro hodnocení významné tržní síly v rámci analýzy RT15 ve srovnání s následným vývojem. Pro přehlednost jsme splnění jednotlivých kritérií převedli do níže uvedené tabulky:

	Kritérium SD/JD nebylo naplněno
	Kritérium SD/JD bylo částečně naplněno
	Kritérium SD/JD bylo naplněno

Tabulka 5 - Porovnání RT15 a další vývoj (single dominance)

Kritérium SINGLE DOMINANCE	2001-2005 závěry analýzy RT15	reálný vývoj do současnosti
Tržní podíly <ul style="list-style-type: none"> Počet minut originovaných volání ve veřejných mobilních telefonních sítích Tržby za originovaná volání Počet originovaných volání Počet účastníků 	Podíly se mění Podíly se mění Podíly se mění Podíly se mění	Podíly se mění méně (ale to je dáno saturací trhu)
Kontrola infrastruktury nesnadno duplikovatelné	Rádiové kmitočty k dispozici v dostatečném rozsahu	Aukce kmitočtů
Ceny a ziskovost <ul style="list-style-type: none"> Cenový vývoj za volání účastníků Cenový vývoj za volání ve vlastní síti Vývoj ARPU 	Pokles ceny Pokles ceny (růst VF) Pokles (růst VF)	Pokles ceny Pokles ceny Pokles
MVNO (Velkobochovní trh)	Jednání s MVNO probíhají	Bleskmobil Tesco Mobile Centropol

		další subjekty
Přenositelnost (maloobchodní trh)	MNP zavedena	MNP –rostoucí využití - velkoobchodní cena klesla
Úroveň hospodářské soutěže	ÚOHS na trhu neidentifikoval žádný soutěžní problém	ÚOHS na trhu neidentifikoval žádný soutěžní problém

Tabulka 6 - Porovnání RT15 a další vývoj (joint dominance)

Kritérium JOINT DOMINANCE	2001-2005 závěry analýzy RT15	reálný vývoj do současnosti
Koncentrace trhu	Pokles HHI	Pokles HHI
Průhlednost trhu	Průhledné cenové nabídky, na maloobchodě	Neprůhledné cenové nabídky na velkoobchodě
Stagnující nebo mírný růst poptávky	Částečně splněno	Částečně splněno
Podobné tržní podíly	Nejsou	Klesající podíl VF na úkor ostatních MNOs
Omezený prostor pro cenovou konkurenci	cena klesá	cena klesá

Poznámky k tabulce č. 5 a č. 6:

Ad kritérium tržní podíly/stagnující nebo mírný růst poptávky / koncentrace trhu

- Rostoucí objem provozu v mobilních sítích dokladuje jak sama analýza ČTÚ, tak i analýza společnosti Analys Mason v (Příloze č. 4 Přípomínek) ;
- Rostoucí počet účastníků prokazuje jak sama ART8 tak i např. Příloha č. 4 Přípomínek;
- Stejně tak je zřejmé ze samotné analýzy RT8, že koncové ceny klesají (viz např. ART8, str. 84).

Ad kritérium přenositelnosti

- Konstatovaný snadný přechod mezi operátory (MNP) a elasticitu okazuje rostoucí služby MNP při významném poklesu její velkoobchodní ceny (maloobchodní cena se v zásadě neúčtuje).

Závěry k tabulkám

- Domníváme se, že na RT8 neexistuje podnik se samostatnou významnou tržní silou, protože stávající mobilní operátoři jsou podrobena vysokému konkurenčnímu tlaku a nemohou se tak chovat nezávisle na svých konkurentech či koncových zákaznících.

- **Neexistence společné významné tržní síly – klesající HHI.** Klesající hodnota HHI by byla jednoznačně prokázána za předpokladu správného výpočtu s využitím tržních podílů jednotlivých operátorů vycházejících z počtu aktivních SIM karet.
- Zde opět opakujeme, že ačkoliv se dá polemizovat, zdali jsou průhledné nabídky na maloobchodním trhu, je pro analýzu ART8 a kritérium společné dominance podstatný fakt, že **na velkoobchodním trhu jsou nabídky zcela neprůhledné. Podmínky velkoobchodní spolupráce na v oblasti přístupu k síti jsou předmětem obchodního tajemství soutěžitelů na trhu.**

Z výše uvedených tabulek je patrné, že ke změně sledovaných kritérií došlo pouze u několika Úřadem sledovaných kritérií a to v souladu s očekáváními analýzy RT15. Uzavřeme-li tuto kapitolu je zcela zřejmé, že ČTÚ došel na základě očekávaného vývoje a v principu srovnatelného stavu trhu ke dvěma zcela odlišným závěrům v jeho analýze RT15 a RT8.

Tento postup je dle našeho názoru v přímém rozporu s principem předvídatelnosti rozhodování správního orgánu a rovněž tak principem spravedlivého očekávání a materiální equity, vyjádřeným v § 2 odst. 4 Správního řádu.

Proto považujeme za nezbytné, aby Úřad na výše uvedených ukazatelů jednoznačně demonstroval odlišný vývoj analyzovaného trhu oproti ukazatelům, na nichž spočívala analýza RT15 v roce 2006, či v opačné situaci uzavřel analýzu RT8 se stejným závěrem jako analýzu RT15 v roce 2006.

4.2. Služba originace - nevhodně provedené cenové srovnání vedoucí k nesprávným závěrům

Úřad se ve svém zkoumání tržního prostředí zaměřil i na **ceny a ziskovost** (viz str. 79 Analýzy), přičemž jedním z porovnávaných kritérií byl vývoj velkoobchodní cen a nákladů na službu originace (viz str. 82, ART8).

Rádi bychom upozornili, že zde došlo k záměně, díky které celá kapitola (ceny a ziskovost) postrádá smysl. Neboť Úřad v části týkající se průměrné ceny originace analyzuje pouze a výhradně velkoobchodní cenu volání na službu zelená linka (pro koncového zákazníka to znamená službu volání na účet volaného - 800), kterou podle našeho názoru **nelze použít jako cenu referenční pro srovnání s maloobchodní cenou originace volání na národní účastnická čísla a to z níže uvedených důvodů.**

Náš názor, že došlo k záměně, opíráme o závěr Úřadu (uvedený na str. 83 Analýzy) v tomto znění:

„Úřad konstatuje, že na základě vyhodnocení kapitoly Ceny a ziskovost shledal, že za velkoobchodní ceny originace uplatňované na tomto relevantním trhu mobilními operátory by případní zájemci o tyto (velkoobchodní) služby nemohli ziskově replikovat nabídky (síťových) mobilních operátorů na trhu maloobchodním. Důsledkem by byl negativní vliv na rozvoj konkurence na maloobchodním trhu. Tento negativní vliv by následně byl v neprospěch koncových uživatelů.“

Výše uvedené tvrzení Úřad podložil tabulkou č. 13 (na str. 82, ART8), jež zachycuje vývoj průměrných reálných cen za originaci, terminaci a průměrných maloobchodních cen:

Tabulka 7 - srovnání velkoobchodních a maloobchodních cen

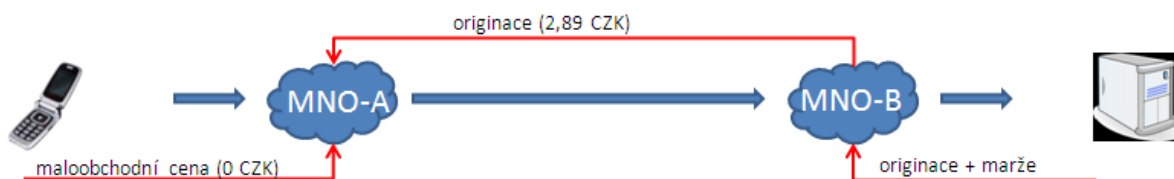
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Průměrná cena za originaci	3,13	3,13	3,13	3,13	2,89	2,89	2,89	2,89
Průměrná cena za terminaci	3,13	3,03	2,99	2,99	2,51	1,81	1,23	0,93
Průměrná maloobchodní cena	4,65	4,84	4,43	3,81	3,17	2,99	2,45	

Zdroj: ART8, tabulka č. 13, str. 82

Položky v řádku „průměrná cena za originaci“ dle našeho názoru prezentují průměrnou cenu velkoobchodní služby originace volání pouze na službu zelená linka (800). Jedná se tak o službu zcela specifickou, která **nemá žádnou relevanci** ve vztahu k ceně velkoobchodní služby originace volání na národní účastnické číslo nemá jakoukoliv relevanci.

Je tomu tak proto, že princip, na kterém je služba volání na zelené linky poskytována, a především potom velkoobchodně i maloobchodně zpoplatňována, je zcela unikátní.

Níže je popsán princip **originačního modelu poskytování služby zelená linka**, jenž je používán v České republice, na jehož základě mohou zákazníci využívat služby zelených linek a jenž zpoplatněn velkoobchodní cenou 2,89 Kč zachycenou v Úřadem v tabulce č. 13 (viz výše). Ze schématu je možné dále vyčíst, že maloobchodní cena placená zákazníkem operátora (MNO-A) je nulová. Zisk pro druhého operátora (MNO-B) je tvořen platbou za originaci navýšeným o marži. Tuto platbu obdrží od jiného komerčního subjektu:



Fungování výše uvedeného modelu vysvětlíme na jednoduchém příkladu z praxe. Komerční subjekt (např. banka či pojišťovna) umístí své služby (číslo 800 – bezplatná zelená linka) v síti operátora MNO-B. Za tuto službu platí daný komerční subjekt operátorovi (MNO-B) cenu, jež se skládá ze dvou položek – originace a marže za poskytování dané služby. Částka za službu originace je následně vyrovnána operátorem MNO-B operátorovi MNO-A. Účastník tohoto operátora (MNO-A), jenž daný hovor originoval, neplatí žádnou cenu, neboť volá na zelenou linku (800).

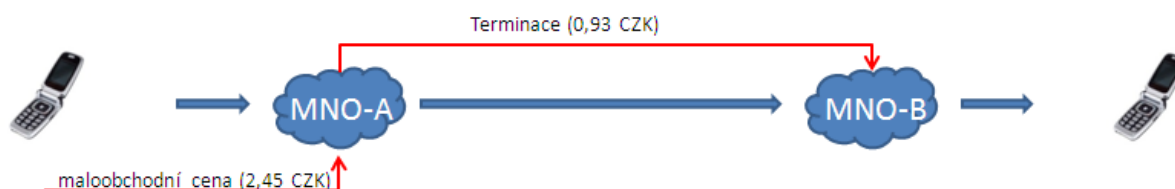
Je tedy zřejmé následující:

1. velkoobchodně se platí cena reverzně²² oproti terminačnímu modelu, což plyne ze specifické podstaty fungování služby volání na účet volaného, kdy se jedná o cenu komerčně sjednanou mezi operátory;

2. k újmě koncového zákazníka nemůže dojít, protože služba je pro něj vždy bezplatná.

Zaměříme-li se nyní na **replikovatelnost nabídky služby originace volání** (kterou ČTÚ pokládá za ziskově nereplikovatelnou) na maloobchodním trhu je zřejmé (i s ohledem na výše uvedenou tabulku č. 13 prezentovanou ČTÚ), že je třeba vycházet ze zcela jiného modelu poskytování služby originace volání na velkoobchodním trhu RT8 a potažmo i na trhu maloobchodním, neboť očekáváme, že replikovatelnost nabídky odráží skutečnost, že virtuální operátor bude mít zájem svým zákazníkům poskytovat službu hlasového volání na národní účastnická telefonní čísla, kterou bude odpovídajícím způsobem zpoplatňovat a nikoliv tak službu bezplatného volání na zelené linky (800).

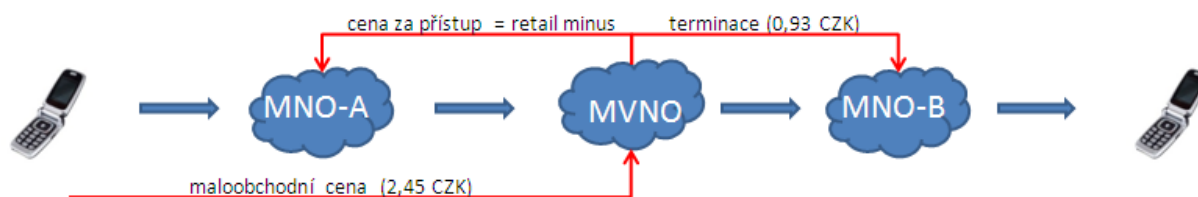
Pro pochopení daných souvislostí nejprve uvádíme situaci, kdy v ní není zapojen žádný virtuální operátor (tzn. subjekt, který by replikoval maloobchodní nabídku):



■ ■ ■ ■ T ■ ■ Mobile ■

K daném schématu uvádíme, že je zřejmé, že účastník v síti operátora MNO-A originuje hovor účastníkovi v síti operátora MNO-B. Za tento hovor je tomuto zákazníkovi účtována operátorem MNO-A maloobchodní cena (za minutu) 2,45 Kč (pozn. hodnota vypočtená Úřadem pro rok 2011), zatímco na velkoobchodní úrovni mezi oběma operátory (MNO-A a MNO-B) je placena cena terminace (terminační poplatek), jež je (na základě dat Úřadu) 0,93 Kč.

Pokud přistoupíme k **replikaci této maloobchodní nabídky**, vznikne nám následující model:



Situace v tomto modelu vychází ze schématu výše, kde ještě nebyl zakomponován virtuální operátor. Nyní je účastník zákazníkem virtuálního operátora a za každý originovaný hovor (např. do sítě jiného operátora) platí virtuálnímu operátorovi (MVNO) maloobchodní cenu. MVNO následně na velkoobchodní úrovni uhradí terminační poplatek operátorovi v jehož síti daný hovor skončil (MNO-B).

Nyní dochází k rozlišení schémat (bez/s virtuálním operátorem), kdy MVNO musí dále uhradit na velkoobchodní úrovni cenu za přístup operátorovi od něhož odebírá služby (MNO-A). Je nadmíru jasné, že tato cena se bude odvíjet od maloobchodní ceny ponížené o terminační poplatek, tzn. ze zásady retail minus. A samozřejmě zde musí být ponechána dostatečná marže, pro virtuálního operátora. Upozorňujeme Úřad, že tento koncept musí být v souladu se soutěžním právem, a proto není zřejmý důvod regulace ex ante.

Dále bychom rádi upozornili, že v daném popisu replikovatelnosti maloobchodní nabídky nebyl využit model velkoobchodní originace na zelené linky, což potvrzuje naši domněnku, že tento princip byl Úřadem využit zmatečně.

Lze tedy shrnout, že ČTÚ ve výše uvedeném závěru kapitoly „ceny a ziskovost“ **zkombinoval dva zcela odlišné modely** velkoobchodně poskytované služby originace (model originace volání na zelené linky a model originace volání na národní účastnická čísla). Své tvrzení, že Úřad zcela nevhodně propojil tyto modely dokládáme odstavcem ze str. 82 Analýzy:

„Při porovnání výše cen za originaci volání s průměrnými maloobchodními cenami lze konstatovat, že **operátoři uplatňují nepřiměřeně vysokou cenu za originaci volání, která od roku 2011 dokonce převyšuje průměrnou maloobchodní cenu.** [pozn. zvýrazněno T-Mobile] Pokud by operátoři účtovali třetím stranám (tj. např. virtuálním operátorům nebo operátorům využívajícím národní roaming) stejnou cenu za originaci, jaká v současné době platí pro velkoobchodní služby originace volání na bezplatná čísla, **znemožnili by tím fakticky další rozvoj konkurence na maloobchodním trhu (při využití velkoobchodních služeb originace)** [pozn. zvýrazněno T-Mobile], a to v neprospěch koncových uživatelů. Toto srovnání tak naznačuje, že by na trhu mohlo docházet k účtování nepřiměřeně vysokých cen v neprospěch koncových uživatelů.“

Ve svém tvrzení však ČTÚ vychází z velkoobchodní ceny služby originace volání na zelené linky, která je, jak jsme výše vysvětlili, poskytována ve specifickém režimu a tedy je absolutně nepoužitelná jako služba referenční pro službu velkoobchodní originace volání na národní účastnická čísla.

Na základě nesprávného pochopení principu ordinačních modelů, došel ČTÚ k závěru, který je tímto rovněž nesprávný. Závěr ČTÚ je ovšem ještě navíc podtržen v rámci Analýzy, kde na str. 126 jsou identifikovány **tři tržní problémy**. Ve třetím z těchto problémů je zopakován namítaný nesprávný závěr ČTÚ:

„3. *Excesivní cena za originaci, která neumožňuje replikovatelnost nabídky na maloobchodě, jak je popsáno v kapitole Ceny a ziskovost.*“

Přitom právě na základě tohoto tržního problému uplatňuje ČTÚ nápravná opatření. **Takový postup je ve světle výše podložené argumentace zcela mylný a jako takový musí být ART8 revidován.**

Navrhujeme zrušení nápravných opatření navržených ART8 na základě nesprávného závěru učiněného Úřadem.

Proto bychom rádi upozornili na níže uvedená opatření a prokázali jejich neopodstatněnost. Jedná se o nápravná opatření směřovaná na službu originace (originace volání na národní účastnická čísla), neboť tato služba dle našeho názoru nebyla vůbec analyzována a proto je nepochopitelné jejich zařazení do nápravných opatření:

„a) průhlednosti podle § 82 Zákona, zejména

1. uveřejnit referenční nabídku propojení pro službu originace volání (včetně popisu příslušných nabídek, smluvních podmínek a cen),“

Toto nápravné opatření je neopodstatněné (pozn. opět tento bod ukazuje na nepochopení Úřadu v otázce fungování dvou velkoobchodních modelů), neboť další nápravná opatření týkající se nabídky přístupu k specifickým síťovým prvkům již jsou uvedena (viz str. 2, body a)1.; a)3.).

S výše uvedenou poznámkou jsou spojena i další nápravná opatření:

„c) oddělené evidence nákladů a výnosů podle § 86 Zákona tak, aby

1. při určování cen na maloobchodní i velkoobchodní úrovni bylo prokazatelné, že nedochází k neodůvodněnému křížovému financování,

2. byly k dispozici podklady pro ověření nákladů a výnosů za jednotlivé služby;“

Toto nápravné opatření je neopodstatněné, neboť **nebylo prokázáno tržní selhání u služby velkoobchodní originace**, stejně jako další:

„d) přístupu k specifickým síťovým prvkům a přiřazeným prostředkům podle § 84 Zákona, zejména

1. povinnost vyhovět přiměřeným požadavkům jiného podnikatele na propojení sítí nebo síťových zařízení pro službu originace volání,“

Toto nápravné opatření je řešeno výše zmiňovanou připomínkou a proto ho na tomto základě (již nyní dostupný) považujeme za neopodstatněné, stejně jako opatření:

„f) Uplatnění regulace cen

Analýza prokázala, že na trhu dochází k uplatňování nepřiměřeně vysoké ceny v neprospěch koncových uživatelů v případech, kdy není uplatněna cenová regulace u společností Telefónica, T-Mobile a Vodafone. Úřad proto konstatuje, že nápravná opatření podle § 51 odst. 5 písmene a) až d) Zákona by vzhledem k postavení těchto podniků s významnou tržní silou nevedla sama o sobě k nápravě.“

Požadavek na zrušení tohoto nápravného opatření se vztahuje mimo služby originace i ke službě přístupu k síti, neboť evidentně (viz závěr Úřadu v Analýze část „ceny a ziskovost“) došlo ke spojení dvou odlišných velkoobchodních modelů (originační a přístupu), přičemž

Úřad došel k závěru, že dochází k uplatňování nepřiměřeně vysokých cen pro koncového uživatele.

Tento závěr považujeme na základě naší výše uvedené argumentace v této kapitole za neodůvodněný, nesprávný a tudíž za neodůvodněné považujeme nápravné opatření na tomto závěru založené.

Nad rámec výše uvedeného návrhu ze strany T-Mobile na základě propojení dvou vzájemně odlišných modelů poskytování služby originace (originace volání na zelené linky a originace volání na národní účastnická čísla) rovněž navrhuje, aby Úřad odstranil poznámku o nepřiměřeně vysoké ceně za originaci:

„... operátoři uplatňují nepřiměřeně vysokou cenu za originaci volání, která od roku 2011 dokonce převyšuje průměrnou maloobchodní cenu...(viz str. 82 ART8)“

V této souvislosti rovněž připomínáme, že ČTÚ umožňuje uplatnění nákladů z terminace, které jsou určeny matematickým administrativním modelem v cenách jiných služeb, např. originace.

Proto opakujeme náš požadavek na zrušení jakýchkoliv nápravných opatření s odkazem na velkoobchodní službu propojení, neboť touto službou se ART8 zcela nezabývala a nezjistila tudíž u nich žádné tržní selhání.

4.3. Jednotlivé nekonzistentní závěry

V této části jsme se zaměřili na jednotlivé nekonzistentní závěry učiněné ČTÚ v ART8. Nekonzistentnost byla posuzována jak s celkovým závěrem analýzy, tak mezi jednotlivými závěry napříč analýzou a také s ohledem na zkoumání, kdy níže bylo patrné, že se závěr učiněný ČTÚ částečně či zcela rozcházel se zkoumáním, které Úřad učinil.

Pro větší přehlednost Přípomínek jsme vybrali všechny závěry učiněné ČTÚ, jež se týkaly části samostatné tržní síly. Jak je ukázáno pod tímto souhrnem i zde ČTÚ došel k jinému výsledku, než by se dalo očekávat s ohledem na vlastní zjištění učiněná právě Úřadem

Pozn.

SD (single dominance – samostatná tržní síla) * .. hodnoty od 0 do 5, kdy 0 znamená neprokázaná SMP, zatímco 5 naplno prokázaná SMP

JD (joint dominance – společná tržní síla) ** .. X znamená, kde Úřad předpokládal JD (koordinované jednání) či porušení hospodářské soutěže

Tabulka 8 - přehled hodnocení samostatné tržní síly

#	Str.	Kapitola	SD*	Závěry k SD	JD**
1	57	Tržní podíl – dle ordinovaného provozu hlasových služeb	3	je možné, že zkoumaný subjekt má významnou tržní sílu	---
2	59	Tržní podíl - dle provozu SMS	3	je možné, že zkoumaný subjekt má významnou tržní sílu	---
3	60	Vývoj tržního podílu v čase – vývoj počtu účastníků	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
4	61	Vývoj tržního podílu v čase - Vývoj provozu originovaného účastníky	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
5	62	Vývoj tržního podílu v čase - Vývoj tržeb za originovaný provoz volání	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
6	68	celková velikost podniku	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
7	72	kontrola infrastruktury neschopná aplikovatelné	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
8	74	technologická výhoda nebo převaha	0	nenalezl dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
9	75	snadný nebo privilegovaný přístup ke kapitálovému trhu nebo finančním zdrojům	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o uplatnění samostatné významné tržní síly	---
10	75	rozsah a rozmanitost produktů nebo služeb	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o uplatnění samostatné významné tržní síly	---
11	76	úspory z rozsahu	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o uplatnění samostatné významné tržní síly	---
12	77	úspory ze sortimentu	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
13	78	vertikální integrace	0	dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly. Vertikální integrace však může omezovat hospodářskou soutěž na maloobchodní úrovni prostřednictvím vertikálního přenosu síly na trhu a působit tak jako významná překážka rozvoje konkurence.	X
14	79	rozvinutost prodejní a distribuční sítě	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
15	83	ceny a ziskovost	5	zájemci o tyto (velkoobchodní) služby nemohli ziskově replikovat nabídky (síťových) mobilních operátorů na trhu maloobchodním	---
16	85	přístup zákazníků k informacím	0	nedostatečný přístup zákazníků k informacím může napomáhat vytvářet na trhu nekonkurenční prostředí, resp. by mohl umožnit trvale koordinovaný postup podniků na trhu mobilního volání.	X
17	86	neexistující nebo slabou kompenzační sílu na straně poptávky	0	Na základě dostupných dat a informací neshledal důkazy, že zákazníci na maloobchodním trhu disponují dostatečnou kompenzační sílu na straně poptávky. Úřad se proto domnívá, že slabá kompenzační síla na maloobchodní úrovni trhu by mohla	X

				umožnit trvale koordinovaný postup podniků na trhu mobilního volání.	
18	88	náklady na přechod k jinému poskytovateli produktů	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly.	---
19	91	překážky přechodu k jinému poskytovateli produktů	0	neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---
20	92	existenci konkurenci	0	Úřad neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly. Z výše uvedeného je však zřejmé, že jednání mobilních operátorů za současných podmínek nevytváří na trhu předpoklad pro existenci hospodářské soutěže.	X
21	93	existenci potenciální konkurence	0	podmínek nevytváří na trhu předpoklad pro existenci hospodářské soutěže. Úřad však neshledal dostatečné důkazy svědčící o uplatnění samostatné významné tržní síly.	X
22	94	překážky pro vstup na trh	0	Úřad neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly. Z výše uvedeného kritéria je zřejmé, že jednání mobilních operátorů za současných podmínek nevytváří na trhu předpoklad pro existenci hospodářské soutěže	---
23	95	překážky prohlubování konkurence	0	neshledal Úřad dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly	---

Shrňme-li výše uvedenou tabulku je zřejmé, že Úřad analyzoval **celkem 23 kritérií**, kdy pouze u jednoho určil samostatnou tržní sílu (a to navíc chybně, jak je ukázáno výše v kapitole 4.2 Připomínek) a dvou kritérií došel k možnému částečnému identifikování samostatné tržní síly, což znamená, že u **20 kritérií nebyla samostatná tržní síla identifikována**.

Pro další argumentaci doplníme celkové hodnocení samostatné významné tržní síly, jak bylo provedeno Úřadem na str. 121:

„Na základě hodnocení tržních podílů a kritérií zaměřených na charakteristiku podniku, které byly analyzovány na maloobchodním trhu, lze konstatovat, že na relevantním trhu přístupu a původu volání ve veřejných mobilních telefonních sítích je z vyhodnocení jednotlivých kritérií zřejmé, že na trhu může docházet k uplatnění tržní síly [pozn. – zvýrazněno T-Mobile], analýza však neprokázala existenci podniku s významnou tržní silou.“

Souhlasíme s Úřadem, že nedošlo k prokázání existence podniku s významnou tržní silou, ale jak je výše uvedeno, Úřad ve většině kritérií neprokázal ani možnost, jak může k uplatnění tržní síly docházet.

Požadujeme, aby toto tvrzení (ze strany 121, ART8) Úřad revidoval s odkazem na výše uvedenou tabulku, kde by byly exaktně určeny jednotlivé možnosti, kdy může docházet k uplatnění tržní síly či v opačném případě toto své tvrzení vynechal.

Zaměříme-li se dále na celkové hodnocení společné významné tržní síly (viz str. 122):

„Úřad konstatuje na základě výše provedené analýzy, že velkoobchodní trh přístupu a původu volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích vykazuje znaky, jež umožňují rozvoj tacitní koluze. Zároveň pozorování vývoje tohoto trhu v posledních letech ve všech zkoumaných aspektech ukazuje na nedostatečnou míru konkurence a uplatnění tacitní koluze. Úřad tak má za prokázané, že na tomto trhu disponují soutěžitelé Telefónica, T-Mobile a Vodafone společnou významnou tržní silou, přičemž Úřad neshledává žádný faktor, který by mohl toto konstatování v době, na kterou je tato analýza činěna, změnit.“

Opět s odkazem na výše uvedenou tabulku uvádíme, že z **celkem 23 kritérií** došlo k jejich možnému naplnění (bez ohledu na další argumentaci společnosti T-Mobile, která toto naplnění u řady vyvrací) pouze u pěti z nich, což znamená, že **18 kritérií neprokázalo existenci** tacitní koluze, resp. tímto způsobem nebylo vyhodnoceno Úřadem.

Tudíž jsme nuceni opět požadovat, aby toto tvrzení (závěr ze str. 122, ART8) Úřad revidoval s odkazem na výše uvedenou tabulku, kde by byly určeny jednotlivé možnosti, kdy může docházet k uplatnění tržní síly či v opačném případě toto své tvrzení vynechal.

Nyní přistoupíme k detailnímu hodnocení jednotlivých závěrů.

4.3.1.1. Závěr na str. 31/ Závěr na str. 32 – substituce služeb volání a SMS / Služby volání a datové služby GSM a UMTS sítě

*„Úřad proto vzhledem k výše uvedeným skutečnostem **nepovažuje SMS služby** za součást maloobchodního trhu volání ve veřejných mobilních telefonních sítích, na základě jejich substituovatelnosti však bere do úvahy, že tyto služby jsou součástí poptávky i nabídky mobilních operátorů.“*

Úřad proto vzhledem k výše uvedeným skutečnostem nepovažuje **datové služby** za součást maloobchodního trhu volání ve veřejných mobilních telefonních sítích, na základě jejich substituovatelnosti však bere do úvahy, že tyto služby jsou součástí poptávky i nabídky mobilních operátorů.“

Argument: Tyto závěry Úřadu jdou zcela proti (i) nápravným opatřením (viz část 3.1 Připomínek), ve kterých Úřad navrhuje nápravná opatření přístupu ve smyslu, že všechny služby (hlasové volání, SMS služby a datové služby) budou poskytovány dohromady a tyto závěry jdou i proti (ii) závěru učiněnému Úřadem v samotné Analýze o několik řádků níže (viz ART8, str. 34), kde je uvedeno:

„Úřad považuje za zásadní společnou nabídku přístupu a služeb volání, SMS a dat v sítích GSM a UMTS (pure bundling).“

Resp. vyjádření Úřadu ze strany 123 ART8:

„Úřad navrhuje vzhledem k dlouhodobé neexistenci dohody o vzniku MVNO uložení nápravných opatření pro velkoobchodní službu přístupu (zahrnující na základě věcného vymezení trhu jak přístup k hlasovým, tak i SMS i datovým službám)[pozn. – zvláště T-Mobile] a pro službu originace volání ve veřejných mobilních telefonních sítích tak, aby byl zajištěn rozvoj soutěžního prostředí.“

Není tedy vůbec zřejmé, zdali Úřad tyto služby považuje za součást jednoho trhu či nikoliv.

Pokud by je Úřad považoval za součást jednoho trhu, potom by datové a messagingové služby měly být zahrnuty do věcného vymezení RT8 a jeho analýzy. Protože se tak nestalo, nebyly tyto služby ani zahrnuty do ART8 a nelze tak na tyto ukládat nápravná opatření.

4.3.1.2. Závěr na str. 39 / Závěr na str. 41 - Fyzické nepodnikající osoby a právnické a fyzické podnikající osoby / Pre-paid a post-paid účastníci

„Úřad po vyhodnocení výše uvedených skutečností konstatuje, že neshledal důvody pro účastnickou segmentaci maloobchodního trhu.“

Argument: Ze zkoumání Úřadu (viz graf. 7 na str. 38, ART8) je patrné, že zde existuje několik segmentů s odlišnou cenovou hladinou. Že je zde odlišné chování segmentů toto potvrzuje i provedené měření elasticity (viz např. kapitola 4.5.2.15 Připomínek).

Požadujeme tedy po Úřad zdůvodnění, na jakém základě tyto dva výše uvedené argumenty opominul, či aby je následně zohlednil v ART8, tzn. provedl důkladnou analýzu.

4.3.1.3. Závěr na straně 65 - vyhodnocení velikosti a vývoje tržních podílů

*„Závěr k vyhodnocení velikosti a vývoje tržních podílů: Na základě provedené analýzy velikosti a vývoje tržních podílů dle sledovaných parametrů počtu účastníků, provozu volání originovaného účastníky a tržeb od účastníků za tato volání Úřad nezískal dostatek důkazů, které by svědčily o existenci podniku se samostatnou významnou tržní silou na maloobchodním trhu volání ve veřejných mobilních telefonních sítích. **Na základě velikosti a vývoje těchto tržních podílů však Úřad zároveň konstatuje, že vysoké tržní podíly všech tří operátorů jsou během doby stabilní, a proto silně naznačují existenci významné tržní síly.** [pozn. zvýrazněno T-Mobile] Úřad proto přistoupil k další analýze samostatné i společné tržní síly na trhu volání ve veřejných mobilních telefonních sítích.“*

Argument: Nejprve bychom rádi vyvrátili tvrzení Úřadu o stabilitě podílů, neboť je zřejmé, že podíly se v čase mění (v řádu jednotek procent). To, že jsou podíly na českém trhu zakonzervované se Úřad snaží dokázat grafem č. 19 (viz str. 65, ART8). Zde bychom rádi upozornili na skutečnost, že zde došlo k **nepochopení dané informace**.

Úřad graf č. 19 uvádí jako „Srovnání tržních podílů operátorů podle počtu účastníků v Evropském hospodářském prostoru“ a s odkazem na report²³ poradenské společnosti AT Kearney. Níže předkládáme **skutečné** znění záhlaví předmětného grafu, které neporovnává podíly jednotlivých operátorů, ale porovnává podíly jednotlivých operátorů v závislosti na čistých přírůstcích²⁴ (net additions).

Právě dvě zmíněná slova kompletně mění význam grafu (označeného Úřadem zavádějícím způsobem) a zde dokládáme podobu pro český trh ve srovnání právě se zmíněnou analýzou.²⁵²⁶

²³ European Mobile Industry Observatory, 2011 – str. 52

²⁴ Net additions = nové přípustky, lze ovšem chápat i jako rozdíl mezi nově získanými zákazníky a zákazníky odchozími. V tomto vidíme nepatrný rozdíl z hlediska vypovídací schopnosti zmíněného grafu

²⁵ Náš argument podporuje i Příloha č. 6 Připomínek, kde je uvedeno srovnání HHI v Evropě

²⁶ V příloze č. 9 Připomínek jsou uvedeny hodnoty na jejichž základě byly vypočteny ukazatele pro Českou republiku, přičemž upozorňujeme Úřad, že tyto hodnoty lze dopočítat na základě pravidelného sběru dat

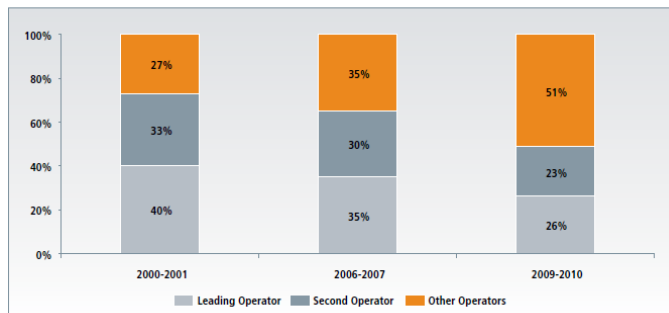
Tabulka 9 - srovnání čistých přírůstků zákaznické báze mobilních operátorů

Původní zdroj – Analýza AT Kearny – European Mobile Industry Observatory 2011, str. 52

Srovnání podílů českých operátorů v závislosti na tržních datech²⁷

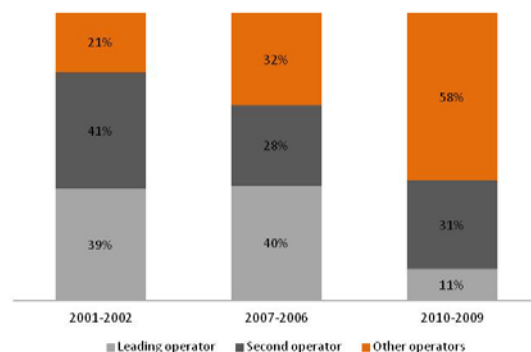
Operátoři v EEA

Figure 44: Leading and Other Mobile Operators' Market Shares of Net Additions in the EEA



Source: Wireless Intelligence; A.T. Kearny analysis

Operátoři v České republice – Net Additions



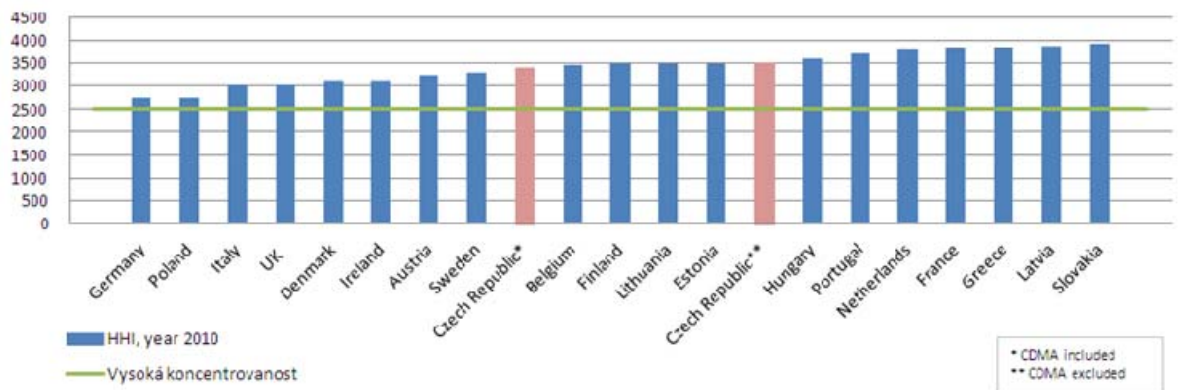
Z výše uvedené tabulky je patrné, že trend v České republice, odpovídá, či dokonce předstihuje trend v zemích Evropského ekonomického prostoru (EEA – Europe economic area) a jelikož Úřad na základě chybného pochopení vstupních dat chybně vyhodnotil závěr: „...tržní podíly jsou v České republice stále od roku 2006 prakticky zakonzervovány na úrovni let 2000-2001 mezinárodního porovnání. (viz str. 64)“

Požadujeme, aby došlo k přehodnocení Závěru Úřadu ze str. 65, neboť při správném pochopení (resp. označení) Úřadem prezentovaných dat je zřejmé, že český trh se vyvíjí směrem k efektivní konkurenci (viz kapitola 3.3.2 Připomínek) a není zde rozdíl oproti ostatním zemím v Evropské Unii.

Zároveň bychom rádi k výše uvedenému závěru doplnili, že Úřad konstatuje, že podíly operátorů jsou v České republice vysoké. Toto své tvrzení opět neopřel o žádné podklady, a proto bychom rádi Úřadu připomněli **hodnocení HHI**, který vychází na úrovni ostatních států Evropské Unie (viz níže) a nikterak nevybočuje.

²⁷ U čísel vykazovaných Telefonica došlo v roce 2008 k metodické změně, která je zahrnuta ve výpočtech

Obrázek 3 - porovnání HHI v Evropě



Zdroj Analysis Mason²⁸

Je proto zřejmé, že český trh nevykazuje žádné znaky, které by naznačovaly existenci významné tržní síly (zvláště v souladu s mezinárodním srovnáním užívaným Úřadem a **proto žádáme, aby došlo odstranění této věcné nesprávnosti z ART8.**

Náš požadavek dále opíráme o tabulku uvedenou výše (Tabulka č. 8 - Přehled hodnocení samostatné tržní síly), kde je zřejmé, že Úřad z pěti kritérií pouze u dvou uvedl, že je možné, že by mohla být indikována existence významné tržní síly, což se rozchází se závěrem uvedeným v ART8 na str. 65!

4.3.1.4. Závěr na str. 83 – nesprávné zahrnutí originace

„Úřad konstatuje, že na základě vyhodnocení kapitoly Ceny a ziskovost shledal, že za velkoobchodní ceny originace uplatňované na tomto relevantním trhu mobilními operátory by případní zájemci o tyto (velkoobchodní) služby nemohli ziskově replikovat nabídky (síťových) mobilních operátorů na trhu maloobchodním. Důsledkem by byl negativní vliv na rozvoj konkurence na maloobchodním trhu. Tento negativní vliv by následně byl v neprospěch koncových uživatelů.“

Argument: Jak již bylo prokázáno v našich Připomínkách (viz část 4.2) Úřad zcela nesprávně zhodnotil dva velkoobchodní modely a proto navrhuje tento závěr kompletně revidovat (na základě doporučení uvedených v části 4.2 Připomínek).

²⁸ Podkladové hodnoty jsou uvedeny v Příloze č. 6

4.3.2. Závěr na str. 85 - ceny a ziskovost

„Úřad neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly. Úřad však na základě vyhodnocení tohoto kritéria dospěl k závěru, že důkazy svědčí o nedostatečném přístupu zákazníků k informacím na maloobchodním trhu. Úřad se proto domnívá, že nedostatečný přístup zákazníků k informacím může napomáhat vytvářet na trhu nekonkurenční prostředí, resp. by mohl umožnit trvale koordinovaný postup podniků na trhu mobilního volání.“

Argument: Tento závěr je částečně v rozporu s částí ART8 věnované hodnocení společné tržní síly – tomuto rozporu jsme se věnovali podrobně v kapitole 3.4.1.1.. Připomínek, ale co považujeme zde za podstatné opětovně zdůraznit, že se Úřad nevěnoval pozornost rozdílům týkajícím se transparentnosti při rozdělení na residentní a firemní zákazníky, které by ovlivnily i část věnovanou hodnocení společné významné tržní síly.

Mimoto bychom rádi upozornili na faktickou skutečnost, že metodika Úřadu vzbuzuje pochybnosti, neboť Úřad deklaruje výsledné hodnoty (pro výpočet transparentnosti):

„Úřad konstatuje podíl cca 33–35 % účastníků na maloobchodním trhu s jinými než ceníkovými cenami (jak uvádí dva z mobilních operátorů v datech předaných Úřadu.viz str. 84).“

K tomuto uvádí, že údaje byly odevzdány dvěma společnostmi. Jelikož jednou z nich byla společnost T-Mobile, víme, že se jedna hodnota velmi výrazně odlišovala od uvedené hodnoty Úřadem. Z čehož usuzujeme, že i hodnota pro druhou společnost byla velmi odlišná, neboť Úřad vypočetl průměr ze dvou hodnot.

Je tedy nadmíru zavádějící, pokud Úřad využívá dvou extrémních hodnot k tomu, aby si učinil závěr. Jak bylo uvedeno tento postup vyvolává pochybnosti o metodice Úřadu, kdy se rovněž Úřad nevypořádal s poznámkou, že hodnoty nabídek tvořených pro segment business zákazníků jsou považovány v podstatě za nevysledovatelné (a nepracuje s touto informací ani v části věnované hodnocení kritérií Airtours).

Proto navrhuje, aby i tento rozpor byl Úřadem revidován, neboť je zřejmé, že dochází k vytváření závěru z nesprávných premis, což právě tento závěr činí také nesprávným.

4.3.2.1. Závěr na str. 86 - neexistující nebo slabá kompenzační síla na straně poptávky

„Úřad na základě vyhodnocení kritéria neexistující nebo slabá kompenzační síla na straně poptávky neshledal dostatečné důkazy svědčící o uplatnění samostatné významné tržní síly. Na základě dostupných dat a informací neshledal důkazy, že zákazníci na maloobchodním trhu disponují dostatečnou kompenzační sílu na straně poptávky. Úřad se proto domnívá, že slabá kompenzační síla na maloobchodní úrovni trhu by mohla umožnit trvale koordinovaný postup podniků na trhu mobilního volání.“

Argument: Úřad svůj závěr podepřel pouze nepotvrzenými domněnkami (např. nesprávné tvrzení o pokrytí sítěmi UMTS – viz str. 86, ART8, které je vyvráceno v našich Připomínkách (viz kapitola 4.5.2.4 Připomínek), odvoláním se na účelové akce zájmových skupin (např. bojkot mobilních služeb, kterého se ovšem zúčastnilo necelé 1% zákazníků)²⁹. Tyto nedostatky jsou ovšem podtrženy pochybením Úřadu, když v této kapitole uvádí, že:

„To je umožněno (lze považovat za důsledek) odmítáním vstupu konkurence na trh v podobě MVNO. Toto vede k omezení nabídky na maloobchodním trhu pro koncového účastníka. (viz str. 86, ART8)“

či

„Do současné doby na základě komerčních jednání na trhu nevznikl nový MVNO. (viz str. 85, ART8)“

Z těchto dvou citací je patrné, že Úřad nezohlednil současný trend na trhu, proto požadujeme, aby tento trend byl zohledněn, neboť již v době vydání analýzy byl minimálně jeden z nových účastníků (BleskMobil) znám, přičemž i sám Úřad tohoto účastníka zmiňuje (viz str. 33, 41, 53, 54, 75 a dalších). Věříme, že na základě výše uvedených citací zohlední Úřad ve své **ex-ante** regulaci trend týkající se vstupu mobilních virtuálních operátorů, jejichž vstup považoval (v této kapitole) za podstatný a odstraní svou domněnku o trvale koordinovaném postupu, neboť tímto byla zcela vyvrácena.

Znovu opakujeme, že již v tuto chvíli na mobilní trh vstoupil BleskMobil, počátkem tohoto roku deklarovala plánovaný vstup na trh společnost Tesco Mobile Services s.r.o., před

²⁹ Odhad učiněn dle počtu účastníků na Facebookových stránkách jednotlivých aktivit, které jsou v řádu desítek tisíců

koncem tohoto roku by měla dle svého prohlášení rovněž vstoupit na trh společnost PPF Mobile Services a.s. a další přístupová jednání probíhají.

4.3.2.2. Závěr na str. 92 - existence konkurence

„Úřad neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly. Z výše uvedeného je však zřejmé [pozn. zvýrazněno T-Mobile], že jednání mobilních operátorů za současných podmínek nevytváří na trhu předpoklad pro existenci hospodářské soutěže.“

Argument: Tento závěr neodpovídá analýze provedené v této části ART8 (pozn. – odkaz Úřadu na str. 92. a výše ART8), neboť Úřad se v této kapitole věnuje pouze povšechnému popisu tzv. šedých operátorů dále bagatelizoval vliv BleskMobil a vliv aukce.

K bagatelizaci BleskMobilu bychom rádi uvedli, že Explanatory Note³⁰ uvádí (viz str. 41) zcela jasně, že tzv. service providers, kam značka BleskMobil zcela jistě patří, přispívají spolu s virtuálními operátory ke zvýšení konkurence³¹. Není tak vůbec zřejmé, na jakém základě Úřad k tomu tvrzení dospěl. Doplníme, že právě vznik service providers a MVNOs byl jedním z důvodů, proč Evropská komise vyřadila RT15 ze seznamu relevantních trhů.

Rovněž v této kapitole sám Úřad uvádí, že dojde ke sdílení nákladů na výstavbu sítě s dalšími partnery (viz str. 92, ART8), ale i z tohoto dovozuje pro ex ante regulaci, že jednání nevytváří předpoklad pro existenci hospodářské soutěže.

Požadujeme, aby tento závěr byl Úřadem revidován, neboť zcela jednoznačně odporuje výsledkům šetření, které Úřad sám provedl.

³⁰ EXPLANATORY NOTE Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Second edition) {{C(2007) 5406}}

³¹ mobile network operators have concluded wholesale access agreements with service providers and mobile virtual network operators (MVNOs) and in countries where this has happened competition tends to be more intense. (viz Explanatory note, str. 41)

4.3.2.3. Závěr na str. 93 - existence potenciální konkurence

„Z výše uvedeného je zřejmé, že jednání mobilních operátorů za současných podmínek nevytváří na trhu předpoklad pro existenci hospodářské soutěže. Úřad však neshledal dostatečné důkazy svědčící o uplatnění samostatné významné tržní síly.“

Argument: I zde je patrné, že Úřad pouze vycházel z domněnek, neboť část své argumentace opírá o anonymní (!) vyjádření a především domněnku (dle Úřadu) potencionálního zájemce o vstup na mobilní trh ohledně „důvodů blokace jednání ze strany operátorů“.

Rovněž zůstává záhadou, proč v této kapitole Úřad zcela opominul vliv potencionální konkurence (jak je označena právě tato kapitola), zvláště pokud o několik řádků výše (viz str. 92) píše, že již zde je nový subjekt (BleskMobil), očekává sdílení nákladů na bázi velkoobchodní služby MVNOs či očekává vstup nového hráče. Jelikož jsou všechny tyto akce ve výhledu (prospektivnosti), není zřejmé, proč Úřad toto kritérium vyhodnotil opačně, než jak popsal stav.

Navrhujeme tedy, aby i tento závěr byl revidován, neboť na základě reálného (a Úřadem předpokládaného vývoje) neexistuje faktický argument podporující tezi o důkazech svědčících o uplatnění samostatné významné tržní síly.

4.3.2.4. Závěr na str. 94 - překážky pro vstup na trh

„Úřad neshledal dostatečné důkazy svědčící o existenci samostatné významné tržní síly. Z výše uvedeného kritéria je zřejmé, že jednání mobilních operátorů za současných podmínek nevytváří na trhu předpoklad pro existenci hospodářské soutěže.“

Argument: Tato kapitola se týká „překážek pro vstup na trh“, kde Úřad hodnotí jednotlivé překážky, kterými jsou výše ceny spektra (pozn. T-Mobile - nastavená Úřadem); regulace terminace a mezinárodní roamingová regulace (pozn. T-Mobile – nastaveno Úřadem a Evropskou komisí). Ve zbytku textu se omezuje na obecnou poznámku o kladení značného množství překážek vstupu mobilními operátory, aniž by specifikoval o jaký typ překážek se jedná a uvedl důkaz o kladení překážek.

Žádáme tedy Úřad, aby doložil své tvrzení (o značném množství překážek) či v opačném případě, aby revidoval svůj závěr, neboť ze stávajícího rozboru vyplývá, že nevytváření předpokladu pro existenci hospodářské soutěže na trhu není následkem jednání operátorů, ale pouze jednáním regulačních orgánů.

4.4. Ekonometrický model

Vítáme použití ekonometrického modelu, neboť toto ukazuje posun analýzy relevantních trhů směrem k moderním trendům. Bohužel nemůžeme být zcela spokojeni s konkrétním využitím daného modelu v ART8 a to na základě níže popsaných důvodů.

Použitý ekonometrický bohužel model není relevantní pro reálnou situaci na českém mobilním telekomunikačním trhu. Úřad pouze demonstruje na **teoretickém obecném modelu**, že je výhodnější kooperovat než nekooperovat a již se nadále nesnaží své šetření hlouběji analyzovat.

Z této **obecné poučky**, u které nerozhoduje počet hráčů (tzn. je obecně platná pro soutěžní prostředí se dvěma až n-hráči), pak Úřad bez dalšího dovozuje, že na daném trhu (mobilní trh v České republice) existuje koluzivní jednání (což nakonec znovu jednoznačně popřel ÚOHS ve svém prohlášení z ledna tohoto roku).

Úřad v úvodu modelu předpokládá, že elasticita musí být vyšší než 1 (tzn. při snížení ceny je možné očekávat zvýšení zisku, neboť dojde ke zvýšení provozu). Jelikož Úřad vypočítal elasticitu menší než jedna, dochází tak k závěru, že se nevyplatí porušit koluzi, neboť by se žádnému z hráčů nevyplatilo snížit ceny (nedojde k požadovanému nárůstu provozu).

Toto tvrzení ovšem neberu v úvahu hned několik zásadních skutečností: Elasticita menší než jedna u naší společnosti dle výpočtu ČTÚ vyšla **jen u některých zákaznických segmentů** (viz část věnující se nepodloženým tvrzením – viz kapitola 4.5.2.2 Připomínek).

Dále koluze je obecně definována jako „akt spoluaktérství, tajné dorozumívání“. Nízká elasticita přivádí každého telekomunikačního operátora do situace, kdy mu snížení ceny **snižuje celkové výnosy** (zde rovněž upozorňujeme na rozpor, kdy Úřad mylně tvrdí, že cena roste – viz kapitola 4.5.5.3).

Tento jev je naprosto nezávislý na počtu operátorů na trhu. Podle každé ekonomické teorie se od každé společnosti na volném trhu očekává, že bude chtít mimo jiné maximalizovat zisk. S koluzí to nemá naprosto nic společného.

Dalším z bodů, který prokazuje obecnost (a účelovost) modelu je situace, pokud bychom zvolili větší počet soutěžitelů na trhu, než je 15. Tato hodnota byla zvolena na základě výsledku ekonometrického modelu (viz str. 180, ART8). Úřad "dokázal", že pokud podíl na celkovém tržním zisku jednoho soutěžitele bude roven nebo menší než $1/15$, budou porušena pravidla koluze.

Budeme nyní uvažovat, že na daném trhu je 20 soutěžitelů a pro jednoduchost jsou jejich tržní podíly vyrovnané, což znamená, že každý ze soutěžitelů má podíl na celkovém tržním zisku $1/20$ ($<1/15$). Nyní použijeme metodiku Úřadu (viz ART8, str. 175 a dále), kdy porovnááme situaci (i) nastane cenová válka, všichni operátoři snižují ceny, aby neztratili podíl na trhu a (ii) cenová válka nenastane.

V první situaci (i) je zisk nulový, neboť došlo k vyrovnání P a MC a ve druhé (ii) je zisk $1/20$ z celkového tržního podílu. Je zcela evidentní, že $1/20 > 0$, proto **se vyplatí varianta kooperace i 20 soutěžitelům**, což opět potvrzuje obecnost modelu, který neprokazuje nic než více obecnou pravdu (která však nemá nic společného s koluzivním jednáním).

Závěrem lze proto doplnit, že Úřad použil metodiku založenou na obecném (teoretickém) modelu, aniž by se zaobíral obecnou platností tohoto modelu na jakémkoliv trhu a dále aniž reflektoval skutečnou situaci na trhu analyzovaném (pokles cen a snížení elasticity).

Navíc z pohledu ekonomické teorie proti závěrům Úřadem použitým stojí tzv. Vězňovo dilema, obecně známý ekonomický model, který prokazuje, že na libovolném trhu se konečnému počtu hráčů vyplatí kooperovat, ale tito hráči si zvolí variantu opačnou a to, že nekooperují.

Současně je ale známá skutečnost, že tato skutečnost nevede per se ke kooperaci zúčastněných stran, o čemž svědčí řada důkazů (např. oblast vyčerpávání společných statků, soudnictví apod.) Z tohoto důvodu považujeme ekonometrický model (ve způsobu použitým) za irelevantní nástroj pro posouzení podmínek tacitní koluze.

Jak je patrné, Úřadu se nepodařilo prokázat koluzivní jednání ani ekonometrickým modelem, o který opíral podmínku Airtours „odvetná opatření“. Také z tohoto důvodu považujeme za nutné revizi Analýzy v důsledku nedodání přesvědčivých důkazů (convincing evidence).

4.5. Nekonzistentní a nepodložená tvrzení Úřadu

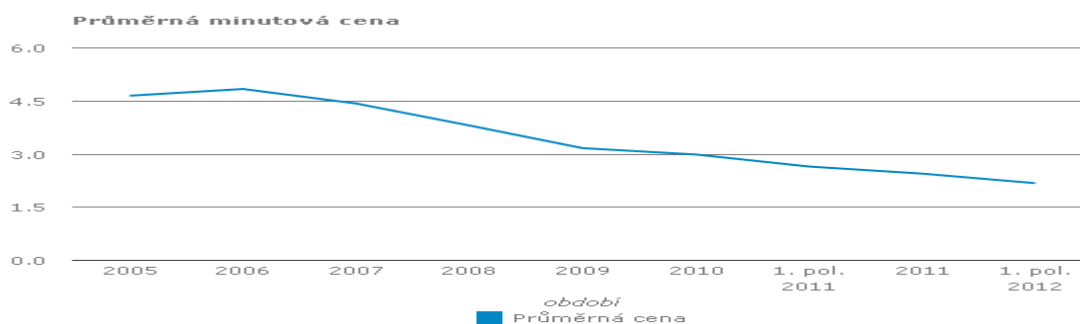
4.5.1.1. Tvrzení viz str. 43 – pokles ARPU

„Úřad v rámci analýzy bývalého RT15 rovněž konstatoval, že jsou k dispozici rádiové kmitočty v pásmu GSM 1 800 MHz, ze kterých by bylo možno sestavit další celoplošnou síť. Doložil trvalé snižování cen u všech operátorů, na základě čehož konstatoval, že se operátoři nemohou chovat nezávisle na svých účastnících, což dokládá klesající hodnotou ARPU³².“

Argument: Na základě dat pro období analýzy ART8, která prezentoval sám Úřad (na svých webových stránkách, či v ART8 – růst provozu a pokles výnosů) či stejný trend sledovaly nezávislé tržní analýzy (viz Příloha č. 4 Připomínek), je patrné, že dochází ke **stálému snižování ukazatele ARPU** (a s tímto trendem je nutné počítat i do budoucnosti).

Proto není zřejmé, proč Úřad vyhodnotil (viz str. 104 ART8) , že nyní mají operátoři možnost se chovat na svých účastnících nezávisle, když na základě stejného vývoje dospěl v ART15 ke zcela opačnému záměru. Je tedy nutné to revidovat, neboť zde evidentně dochází k rozporu mezi dvěma správnými rozhodnutími vydanými na základě skutkově srovnatelných okolností.

Obrázek 4 - Vývoj průměrné minutové ceny



Zdroj: <http://www.ctu.cz/ctu-informuje/srovnavaci-prehled-cen-a-podminek/cenovy-barometr.html>

4.5.1.2. Tabulka č. 5 – viz str. 69 – Pokrytí ČR 2G

³² Žádný z operátorů se nemůže chovat nezávisle na svých účastnících. Klesající ARPU je dokladem toho, že musejí na změněnou tržní situaci reagovat poklesem cen. Současně na klesající ARPU má vliv i okolnost, že se zvyšuje počet účastníků, kteří aktivně využívají službu ve velmi omezeném rozsahu a spíše volání přijímají. (viz str. 24, ART15)

Rádi bychom Úřad požádali o opravení hodnot pro síť GSM, kde došlo k pochybení při sběru dat.

Nesprávné hodnoty (viz str. 69)

T-Mobile Czech Republic a.s.	pokrytí obyvatelstva	97,0
	pokrytí území	99,8

Správné hodnoty (opraveno T-Mobile)

T-Mobile Czech Republic a.s.	pokrytí obyvatelstva	99,8
	pokrytí území	97,0

4.5.1.3. Tvzení viz str. 72- nízká míra investic

„Úřad provedl mezinárodní porovnání investic do elektronických komunikací jako podílu na tržbách za elektronické komunikace a konstatuje, že podíl za ČR patřil v porovnání se zeměmi EU za rok 2010 k podprůměrným. V roce 2008 byl dokonce v rámci takového porovnání druhým nejnižším.“

Argument: Úřad používá pro svou argumentaci údaje z tzv. implementační zprávy Evropské komise (vztaheno k roku 2008, viz 15. implementační zpráva), ale Úřad již neuvádí, že tato implementační zpráva nesrovnává podíl investic mobilních operátorů do mobilních sítí v poměru k tržbám za mobilní služby v roce 2008 (jak se snaží Úřad tvrdit), ale srovnává poměr investic všech operátorů (fixních i mobilních) v poměru k celkovým tržbám za telekomunikační služby (fixní i mobilní).

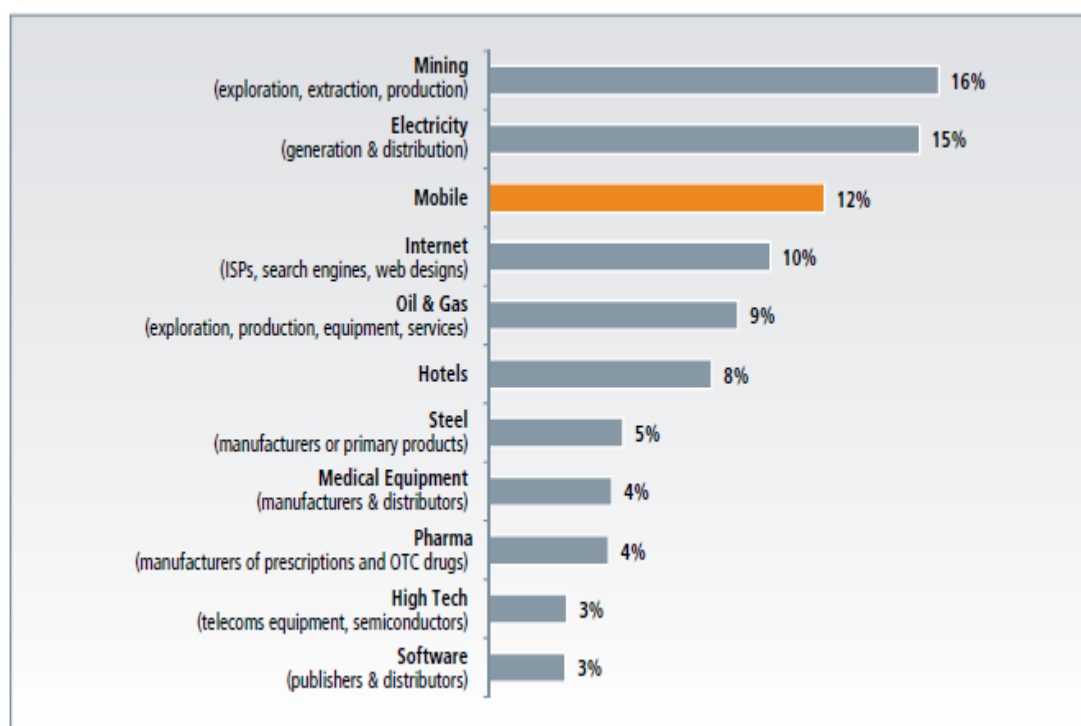
Vzhledem k tomu, že dle téže zprávy (viz str. 5) v celé EU bylo v tomto roce směřováno do fixních sítí 70% procent investic a do mobilních sítí 30%, zatímco dle grafu uvedeného v materiálu na straně 23 byl v roce 2008 v České republice tento poměr v zásadě vyrovnaný, je zřejmé, že pozice České republiky v tomto grafu není dána „druhým nejmenším podílem investic do rozvoje mobilních sítí k tržbám v celé EU“ ale relativně nižším podílem investic

do sítí fixních, který je však pochopitelný, a to vzhledem k velmi silné tzv. fixně-mobilní substitucí probíhající v České republice již několik let. Z tohoto důvodu je tvrzení Úřadu velmi zavádějící a nepřesné.

Navrhujeme, aby Úřad své tvrzení revidoval s odkazem na str. 59 této studie, kde je uveden graf (viz níže), jenž by měl dle našeho názoru dokázat, že podíl investic³³ v České republice se neodchyluje od evropského průměru.

Obrázek 5 - Poměr CAPEX/tržby v Evropě pro jednotlivá odvětví

Figure 50: Capital Intensity of Mobile and Selected Industries, Europe, 2010⁷⁹



Source: Confidential Operator data; Bloomberg; AT Kearney analysis

4.5.2. Tvrzení na str. 74 – snadný přístup k privilegovanému kapitálu

„Úřad má za to, že pro nově vstupující subjekt na trh by bylo velmi náročné získání dostatečných zdrojů pro vybudování odpovídající mobilní sítě GSM/UMTS (vysoké vstupní náklady) a zavedení poskytování služeb, včetně získání dostatečného počtu účastníků v počáteční fázi podnikání.“

³³ Hodnota v grafu byla vypočtena jako CAPEX/tržby (viz poznámka pod čarou č. 79, European Mobile Industry Observatory 2011 - Weighted average capex / sales)

Obecně lze rovněž konstatovat, že operátor s disponující tržní silou a dobrým přístupem k finančním zdrojům bude moci lépe bránit svůj podíl na trhu v případě vstupu nových soutěžitelů na trh, než operátor s tržní silou bez dobrého přístupu k finančním zdrojům, resp. bude takovýto operátor méně vystaven účinkům soutěže na trhu.“

Argument: Tato kapitola (snadný nebo privilegovaný přístup ke kapitálovému trhu nebo finančním zdrojům) opět neobsahuje žádná data, která by byla analyzována a **opírá se jen o názor (přesvědčení)** či **o nepodložené obecné tvrzení** Úřadu.

Pokud by Úřad posuzoval reálné souvislosti, musel by zohlednit i nového zájemce o spektrum v aukci kmitočtů, kterým je jedna z největších evropských finančních skupin a není zřejmé, na jakém základě tedy Úřad dospěl ke svému závěru o velmi náročném získání dostatečných zdrojů, **a proto považujeme za nutné, aby Úřad tuto část revidoval.**

4.5.2.1. Tvrzení na str. 77 – neexistence virtuálních operátorů s odkazem na webový zdroj

„Co však odlišuje mobilní trh České republiky od všech ostatních zemí EU a téměř všech ostatních zemí v Evropě, je neexistence prodeje velkoobchodních služeb třetím stranám, to je existence MVNO na maloobchodním trhu.“

Argument: Rádi bychom upozornili, že zde (v této kapitole – h) vertikální integrace; viz str. 77 ART8) Úřad z neznámého důvodu, zcela zamlčuje vstup nového virtuálního operátora, kterým je BleskMobil, i přestože Úřadem citovaný zdroj mezi virtuální operátory zahrnuje i tzv. Service providers, mezi které se BleskMobil řadí³⁴.

Dále upozorňujeme, že citovaná webová stránka ukazuje (viz snímek obrazovky níže), že v České republice jsou 4 mobilní virtuální operátoři. A jelikož v době, kdy Úřad tuto analýzu tvořil, virtuální operátoři vznikali, je patrné, že uvedený zdroj nelze označit za průkazný.

³⁴ Despite different countries and regulatory bodies having different definitions, we have decided to officially list in the following manner: MVNOs - Mobile Service Providers having their own switching infrastructure. ESPs - "Enhanced" Mobile Service providers having more branded customer interfaces. SPs - Traditional Mobile Service providers providing sales, marketing and customer support facilities. (viz <http://www.telecompaper.com/research/mvno-list>)

Obrázek 6 - srovnání počtu MVNO v jednotlivých evropských zemích

Croatia (Hrvatska)

Networks (number of relations): Aspider Solutions MVNE (1); T-Mobile (1); Total known MVNOs: 2

Czech Republic

Networks (number of relations): Unknown (4); Total known MVNOs: 4

Denmark

Networks (number of relations): CBB Mobile (1); Sonofon (1); TDC (10); Telenor Denmark (2); Telia Mobil (2); Unknown (5); Total known MVNOs: 21

Zdroj: <http://www.telecompaper.com/research/mvno-list>

Proto navrhujeme Úřadu, aby danou pasáž Úřad revidoval jednak s ohledem na skutečnou a očekávanou situaci na trhu a jednak s ohledem na relevantní zdroje, které ve své analýze využívá pro argumentaci.

4.5.2.2. Tvzení str. 83 – rozdílná elasticita u jednotlivých segmentů

„To svědčí o rozdílných podmínkách soutěže na maloobchodním trhu. Zdrojem těchto rozdílů je odlišná cenová elasticita na straně poptávky a na straně nabídky rozdílné vnímání ekonomického přínosu (ve formě vyšších výnosů), který velcí zákazníci mobilním operátorům (v porovnání s menšími zákazníky) přinášejí.“

Argument: Tento závěr opět poukazuje na nekonzistentnost a nedůvěryhodnost analýzy, neboť Úřad uvádí tvrzení o chování jednotlivých segmentů na základě elasticity, ale panují pochybnosti o tom, zdali si své tvrzení ověřil jednoduchý výpočtem.

Tento výpočet je uvedený v tabulce níže a ukazuje, že (i) segmenty se nechovají tak jak Úřad tvrdí – viz červeně označené hodnoty a (ii) dochází zde k extrémním hodnotám jak v jednotlivých letech tak i při meziročním srovnání. Toto (ii) nám ukazuje, že vypovídací hodnota metodiky navržené Úřadem je velmi omezená či skoro nulová.

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ

Tabulka 10 - posouzení elasticit jednotlivých segmentů



KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

Navrhujeme tedy Úřadu, aby připravil nové hodnocení se zaměřením jednotlivé segmenty a zaměřil se na metodiku výpočtu elasticity, neboť ji využívá ve více částech své analýzy a to i při hodnocení kritérií společné dominance.

V tuto chvíli máme důraznou námitku oproti současnému využití elasticity v ART8, neboť je zřejmé, že se nejedná o vhodný nástroj, na jehož základě nemůže Úřad dojít k relevantním závěrům.

4.5.2.3. Str. 85 – závěry RT15

„Při zpracování analýzy bývalého RT15 v roce 2005 Úřad předpokládal, že se trh bude vyvíjet konkurenčně, a to nejen v důsledku vstupu virtuálního operátora na základě komerčních jednání, ale i pozitivního vlivu zavedení přenositelnosti čísel v mobilních sítích (zavedeno v únoru 2006).“

Argument: V analýze RT15 z roku 2005 nebyl nalezen tento předpoklad uvedený Úřadem. Pouze několik zmínek, které komentovaly obecnou informaci o jednáních s potencionálními zájemci o poskytování služeb virtuálního operátora. **Žádáme proto po Úřadu validaci výše uvedeného tvrzení s odkazem na konkrétní ustanovení RT15, na jehož základě je zřejmé, že Úřad předpokládal budoucí vývoj v souvislosti s virtuálními operátory a nikoliv pouze komentoval minulý stav.**

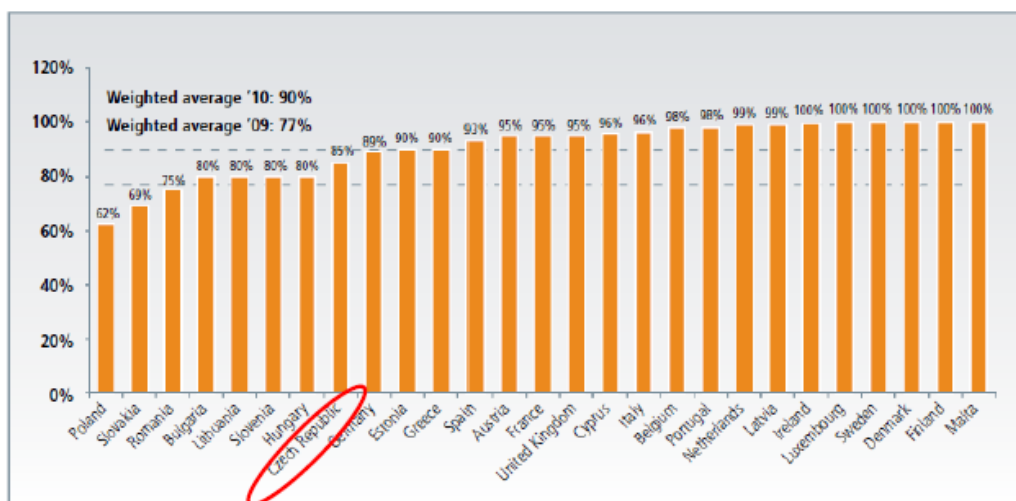
4.5.2.4. Tvzení – str. 85 – nespokojenost zákazníků / nízké pokrytí

„Přesto však, zejména v posledním roce, na trhu eskalovaly různé aktivity ze strany nespokojených účastníků mobilních operátorů, které mají podobu různých petic, hromadných stížností Úřadu, bojkotu mobilních služeb apod. Nespokojenost účastníků je zřejmá i z různých chatů a diskusních fór k problematice mobilních služeb, zejména pak cen mobilních služeb. Zhruba do pololetí letošního roku byla nespokojenost v oblasti mobilních služeb směřována i do dosaženého pokrytí mobilními UMTS sítěmi, které bylo v porovnání se zeměmi EU jedno z nejhorších, především vzhledem k tomu, že budování těchto sítí začalo v ČR se zpožděním.“

Argument: Úřad ve své analýze nikde neuvádí důvěryhodný zdroj svého názoru a proto považujeme za nutné, aby tento zdroj byl doplněn. Dle našich obecných informací se protestů účastnilo několik desítek tisíc zákazníků, což při počtu 13,2 milionu zákazníků, což tvoří zhruba 0,5% z celkového počtu zákazníků. Jelikož naše čísla jsou podložitelná pouze např. počtem fanoušků facebookové stránky, **věříme, že Úřad doloží pro své tvrzení argumenty o hromadné podpoře.**

Dále pokud Úřad tvrdí, že do pololetí letošního roku (2012) panovala nespokojenost v oblasti mobilních služeb s ohledem na pokrytí UMTS s odkazem na mezinárodní srovnání, je nutné Úřadu připomenout graf, který Úřad přímo v ART8 (viz str. 70) . Tento graf ukazuje, že již v roce 2010 bylo pokrytí na srovnatelné úrovni se zeměmi EU:

Figure 4: UMTS (3G) Population Coverage in the EU, 2010¹¹



Source: "Digital Agenda Scoreboard 2011" IDATE & European Commission

Zdroj: European Mobile Industry Observation 2011, str. 10

4.5.2.5. Tvrzení str. 86 – osobní zkušenosti uživatelů

„Uživatelé přitom vycházejí ze svých osobních zkušeností s využíváním mobilních služeb zahraničních operátorů i veřejně dostupných mezinárodních srovnání (viz Evropská komise, OECD a jiné), které není pro Českou republiku příznivé.“

Argument: Zde opět chybí, jaké šetření Úřad prováděl a zdali stejné šetření provedl i v okolních zemích. Žádáme Úřad o validaci výše uvedeného tvrzení průkazným šetřením.

4.5.2.6. Tvrzení str. 86 – nepřiměřená ziskovost

„Marže EBITDA patří k nejvyšším jak v rámci podniků ve skupině, tak i podniků působících na trhu v České republice. V mezinárodním srovnání je rovněž dosahováno vysokých hodnot ROAA (dále viz hodnocení společné významné tržní síly). To je umožněno (lze považovat za důsledek) odmítáním vstupu konkurence na trh v podobě MVNO. Toto vede k omezení nabídky na maloobchodním trhu pro koncového účastníka.“

Argument: Úřad porovnává EBITDA marži v jiné části dokumentu (viz str. 112, ART8), ale pouze ve skupině, není zřejmé na základě jakých údajů dovedl Úřad své srovnání. Pro názornost přikládáme srovnání marží v Evropě, které jsou prezentovány společností Bank of America / Meryll Lynch (viz. Příloha č. 5 Připomínek). Toto srovnání ukazuje, že marže dosahované v České republice překračují hodnoty v mnoha zemích jen nepatrně. Není ovšem vůbec zřejmé, na základě jaké analýzy Úřad dovedl, že právě tento nepatrný rozdíl způsobuje odmítání vstupu konkurence na trh.

K ukazateli ROAA uvádíme, že Úřad tuto hodnotu počítá pro selektivních pět společností, přičemž čtyři z nich jsou integrovaní operátoři (poskytující jak mobilní, tak i fixní služby). Proto žádáme Úřad o doplnění validních dat umožňujících srovnání, i když stále není jasný závěr této analýzy.

4.5.2.7. Tvrzení str. 87 – náklady na přechod

„Lze proto předpokládat, že marketingové náklady bude třeba vynaložit řádově minimálně ve srovnatelné výši s náklady stávajících mobilních operátorů.“

Argument: Úřad by měl posoudit výši nákladů nově vstupujících (virtuálních) operátorů, kteří se budou s největší pravděpodobností soustředit na jednotlivé segmenty a je tedy pravděpodobné, že budou muset svou reklamou zasáhnout nesrovnatelně menší zákaznickou bázi, což znamená nesrovnatelně nižší náklady.

4.5.2.8. Tvrzení str. 92 – uzavření komerční dohody MVNO

„Velkoobchodní nabídka MVNO na komerční bázi, tak jak předpokládal Úřad v závěrech analýzy bývalého RT 15, dosud nebyla uzavřena.“

Úřad v ART8 zcela bagatelizuje vliv společnosti BleskMobil, ačkoliv tento druh MVNO (service provider) je považován Evropskou komisí (jak již bylo uvedeno výše v kapitole 4.3.2.2) za součást rozvoje konkurence a sám Úřad service providera uvádí na str. 47/48 ART8 **jako jednu z možných forem MVNO**. Navíc není zřejmé, jaký předpoklad byl Úřadem učiněn, proto žádáme o doplnění odkazu na analýzu bývalého RT15, ze které bude patrný předpoklad Úřadu.

Znovu opakujeme, že na trh v letošním roce dále plánuje vstoupit rovněž společnost Tesco Mobile Services s.r.o. se svou nabídkou mobilních služeb, dále společnost PPF Mobile Services a.s., coby síťový operátor, a dále probíhají četná jednání s dalšími žadateli o spolupráci v oblasti přístupu k síti.

Předpoklad neuzavření velkoobchodní nabídky tak dle našeho názoru nebyl na trhu naplněn.

4.5.2.9. Tvrzení str. 95 – pokles maloobchodních cen

„Úřad se rovněž zabýval posouzením, zda pokles terminačních cen promítají operátoři do maloobchodních cen a zjistil, že toto snížení maloobchodních cen zcela neodpovídá snížení vstupů z regulovaného velkoobchodního relevantního terminačního trhu v jednotlivých letech a snížení cen je dosahováno především snížením ceny za volání do vlastní sítě.“

Argument: Pro argumentaci jsme použili tabulku, kterou Úřad uvedl na str. 82:

Tabulka 11 - Porovnání průměrná cena za terminaci a maloobchodní cena

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Průměrná cena za terminaci	3,13	3,03	2,99	2,99	2,51	1,81	1,23
Průměrná maloobchodní cena	4,65	4,84	4,43	3,81	3,17	2,99	2,45

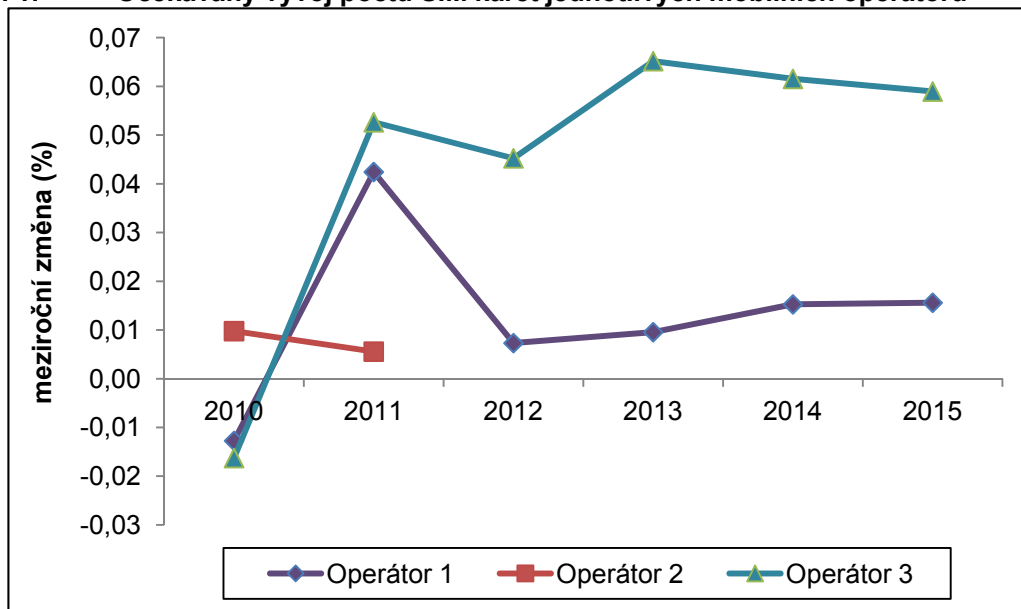
Pokud spočteme rozdíl mezi roky 2005 a 2011, dojdeme u průměrné ceny za terminaci k hodnotě **1,9 Kč** (o tuto částku došlo k poklesu průměrné ceny za terminaci). Pro průměrnou maloobchodní cenu došlo ke snížení o **2,2 Kč**. Je tedy zřejmé, že došlo k výraznějšímu poklesu v průměrné maloobchodní ceně³⁵.

Proto požadujeme po Úřadu, aby revidoval i toto tvrzení, neboť tvrzení o vysokých cenách negativně (a především nesprávně) ovlivňuje i další závěry učiněné Úřadem ve smyslu nedostatečné hospodářské soutěže.

4.5.2.10. Tvrzení str. 97 – očekávaný vývoj počtu SIM

„Vzhledem k očekávanému nárůstu SIM karet reportovaném operátory (viz graf č. 30) se nedá očekávat, že by se struktura trhu v budoucnu změnila.“

Graf č. 1: Očekávaný vývoj počtu SIM karet jednotlivých mobilních operátorů



Zdroj: ČTÚ, data od mobilních operátorů

³⁵ Upozorňujeme, že zde jsme vycházeli z průměrné ceny, prezentované Úřadem, ačkoliv v roce 2013 Úřad plánuje drastické škrtky v oblasti terminačních poplatků. Tato problematika byla řešena ve veřejné konzultaci k RT7 (ukončení hlasového volání (terminace) v jednotlivých veřejných mobilních telefonních sítích) z října roku 2012.

Argument: Úřad zde své tvrzení o budoucím chování pouze odhady operátorů, ačkoliv v ostatních částech odmítá reálný stav na trhu, kterým je vstup nových hráčů zcela ignoruje nebo bagatelizuje. Proto považujeme za nutné, aby tyto nevyvážené přístupy byly dány do rovnováhy.

4.5.2.11. Tvrzení str. 97 – nadnárodní skupiny

„Při hodnocení struktury trhu nelze pominout další aspekt: všichni tři mobilní operátoři přítomní na českém trhu zároveň zaujímají obdobně silné pozice v různých konfiguracích i na řadě dalších evropských trhů. Případná slabší pozice některého ze soutěžitelů na českém trhu je tak vyvažována tržní silou, kterou disponuje na ostatních trzích.“

Argument: Toto tvrzení nebylo podloženo žádnou analýzou, pouze tabulkou č. 19 (viz níže a viz str. 101, ART8)

Tabulka 12 - přehled zemí, kde působí více než jeden z operátorů (viz str. 101, ART8)

	ČR	IE	IT	HU	DE	NL	SK	VB	ES
Telefónica	x	x	x		x		x	x	x
T-Mobile	x			x	x	x	x	x	
Vodafone	x	x	x	x	x	x		x	x

Úřad by proto měl vyjádřit procentní podíly v jednotlivých zemích, ačkoliv i tak nepovažujeme argument o přenášení tržní síly za hranice České republiky za směrodatný, ale tímto (vyjádřením procentních podílů) dokáže Úřad podepřít své tvrzení věrohodnými daty.

4.5.2.12. Tvrzení str. 98 – použitá výše WACC

„Použitá výše WACC je výsledkem výpočtů tohoto údaje u českých operátorů. Při tomto výpočtu vychází ukazatel nižší než v celoevropském srovnání, což ukazuje, že investoři jsou ochotni českým operátorům poskytovat zdroje levněji.“

Argument: Zde bychom rádi upozornili na faktickou nesrovnalost, resp. účelovost tvrzení Úřadu. Hodnota WACC byla spočtena v roce 2011 Úřadem a nařízena OOP4 ve 8,26 % před zdaněním. Proti této hodnotě vystoupili operátoři, neboť hodnota nebyla spočtena na jejich údajích, ale byl brán teoretický výpočet na základě dat celoevropského trhu. **Jelikož tato hodnota byla určena regulátorem, důrazně se ohrazujeme proti formulaci o rozhodování investorů.**

4.5.2.13. Tvrzení na str. 99 – srovnání s Rakouskem / celofánový klam

„Přitom pro účely této analýzy postačuje, zjistíme-li signifikantní rozdíl při porovnání s alespoň jedním jiným srovnatelným trhem, není třeba, aby byly takové rozdíly pozorovány při porovnání s většinou či všemi evropskými trhy (na mnoha těchto trzích může panovat stejná soutěžní situace, jakou pozorujeme v České republice a takové porovnání by tak představovalo tzv. celofánový klam).“

Argument: Není vůbec zřejmé, jak Úřad došel k tomuto názoru, že stačí srovnání pouze s jedním trhem.

Žádáme tedy o osvětlení účelu ART8, na který se Úřad odvolává. Dále není zřejmé, proč Úřad právě vybral Rakousko, kde byla identifikována pouze kulturní podobnost a nepodložená domněnka Úřadu, že tento trh je považován za konkurenční. Tento výběr se zdá o to víc nepochopitelný a podtrhuje nekonzistentnost ART8. Neboť tato směřuje ke zvýšení počtu hráčů na daném trhu, alespoň takto je chápán záměr českého regulátora, ale rakouský trh právě prochází procesem opačným, kdy se počet hráčů snižuje. Tento je totiž trhem natolik investičně neatraktivním, že jej opouští i velký nadnárodní hráč, kterým bezpochyby Orange Austria je³⁶. **Žádáme tedy po Úřadu objektivní analýzu srovnání napříč evropskými trhy, v opačném případě nelze brát daný příklad za relevantní, neboť podléhá subjektivnosti řešitele.**

Rovněž žádáme Úřad o vysvětlení souvislosti „celofánového klamu“ a jeho vlivu na ostatní trhy ve větším detailu, neboť není vůbec jasná využitelnost tohoto nástroje v této části.

³⁶ <http://www.reuters.com/article/2012/12/12/us-orangeaustria-hutchison-eu-idUSBRE8BB12220121212>
(VIENNA (Reuters))

4.5.2.14. Tvzení str. 111 – vysoké zisky operátorů

„Provedené výpočty ukazují, že společnosti Telefónica, Vodafone a T-Mobile dosahují mimořádně vysokých zisků.“

Argument: Rádi bychom doplnili poznámku výše (viz kapitola 4.5.2.6 Připomínek), že mimořádně vysoké zisky je zavádějící pojem a že v Evropském srovnání (provedeném společností Meryll Lynch) operátoři na českém trhu dosahují zisků srovnatelných či pouze o několik procent vyšších než je běžné v evropských státech. **Úřad svou domněnku podložil pouze srovnáním s jedním trhem, což analýzu činí neobjektivní.**

4.5.2.15. Tvzení str. 116 – uplatňování cenových rozdílů

„Případné uplatňování podstatných cenových rozdílů jednotlivými soutěžiteli vytváří ostatním soutěžitelům prostor k tomu, aby zákaznky, u kterých je cena vysoko nad rovnovážným bodem, atakovali soutěžní nabídkou. Stabilní uplatňování cenové diskriminace v podobné struktuře všemi soutěžiteli tak představuje kooperativní variantu chování oligopolu (je, jak popsáno výše, ziskovější, než kdyby soutěžitelé využili rozdílných cen k ataku, který by v konečném důsledku vedl k odstranění této rozdílnosti) a představuje tak indicii rozvoje tacitní koluze.“

Argument: Není zcela zřejmé, co tímto odstavcem Úřad přesně myslel a proto navrhuje upřesnění tohoto tvrzení.

Dále pokud se podíváme na graf č. 38 (viz str. 117), dojdeme k závěru, který je zachycen v tabulce níže (v jednotlivých sloupcích jsou uvedeny hodnoty za jednotlivé operátory) , hodnoty představují průměrné ceny, kdy 1 znamená nejnižší cenu a 4 znamená cenu nejvyšší):

Tabulka 13 - Diferenciace segmentů mezi operátory

malé PO a podnikající FO	3	4	3
střední PO	1	3	2
velké PO	2	1	1
Rezidenti	4	2	4

Hodnoty v tabulce ukazují, že průměrné ceny jednotlivých tarifů jsou zcela nezávislé mezi operátory, neboť na žádném z řádků nejsou tři stejné hodnoty (tzn. každý z operátorů má nastavenou odlišnou politiku pro každý segment než jeho konkurenti).

Pokud je zřejmé, že zde není patrná žádná podoba mezi jednotlivými operátory ve struktuře cenových nabídek jednotlivým segmentům, není ovšem zřejmé, jak Úřad ke svému tvrzení došel.

Proto považujeme za důležité, aby Úřad své tvrzení podpořil argumenty či ho odstranil, neboť na základě nesprávného podkladu dovozuje rovněž nesprávný závěr o rozvoji tacitní koluze.

Výše uvedená tabulka popírá i tvrzení ze str. 85:

„Platí tedy, že slabá kompenzační síla na straně poptávky tak umožňuje dodavateli služeb nastavovat vysoké cenové rozdíly nejen v průměrných cenách mezi jednotlivými segmenty trhu dle segmentace poskytovatele služeb, ale i v rámci těchto segmentů mezi jednotlivými účastníky.“

Je tedy patrné, že Úřad nevěnoval pozornost detailnímu hodnocení kompenzační síly, neboť jím prezentované analyzované výsledky ukazují opak závěru učiněnému Úřadem.

4.5.3. Tvrzení str. 117 – plná substitovatelnost

„...je nepochybné, že zde existuje plná substituovatelnost na straně nabídky (každý soutěžitel, který poskytuje produkt v jednom segmentu, jej může bez jakéhokoliv dodatečného nákladu začít poskytovat v jiném segmentu). Mezní náklady ve všech segmentech jsou přitom velmi obdobné (rozdíl může být toliko v administrativních a marketingových nákladech, ve výši kreditního rizika, účtování apod.).“

Argument: Úřad zcela evidentně při své analýze opomenul rozdílnost jednotlivých segmentů, kdy je zcela patrné, že na velkého zákazníka (společnost např. o 300 zaměstnancích) a tři sta residentních zákazníků jsou rozdílné náklady nejen administrativní (a to významně, kdy věříme, že Úřad uznává rozdílnou náročnost ve vydání jedné faktury na 300 čísel oproti jednotlivě vydaným třím stům faktur) a dále Úřad opomíjí, že velkým

zákazníkům mohou být šita na míru řešení (např. výstavba BTS), což pro jednotlivého zákazníka není činěno.

Navrhujeme tedy Úřadu tento odstavec lépe uvést argumenty či případně celý odstranit.

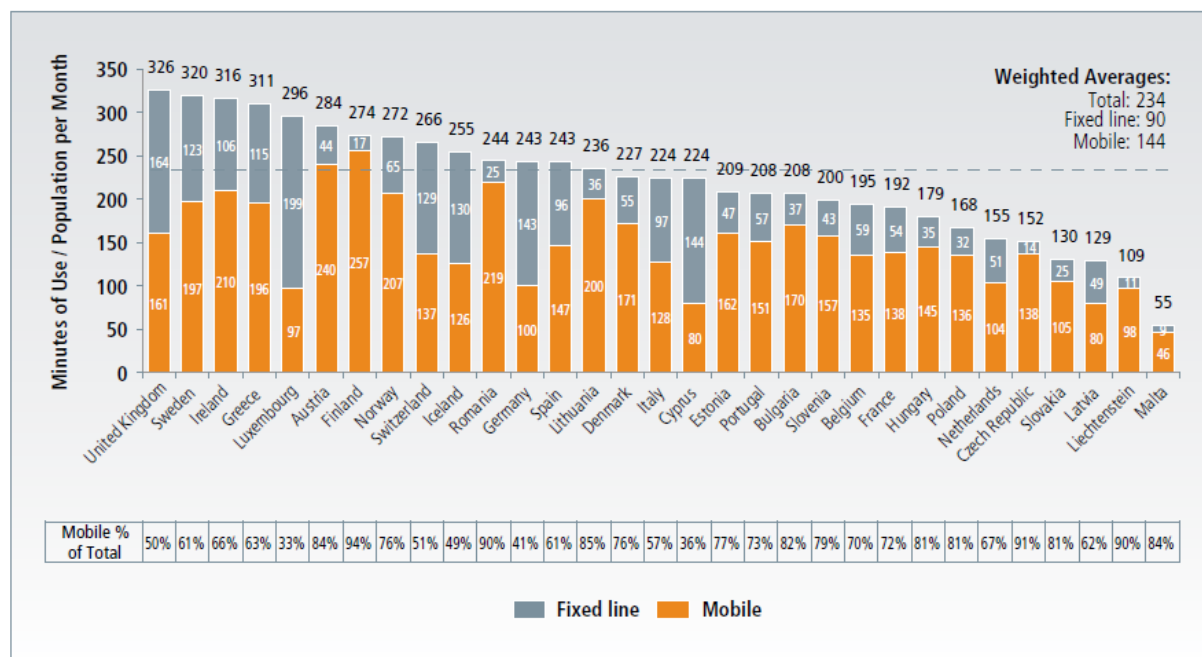
4.5.4. Tvrzení str. 119 – nízké hodnoty originovaného provozu

„Česká republika vykazuje v mezinárodním srovnání nízké hodnoty originovaného provozu volání, když v rámci Evropského hospodářského prostoru je průměrný počet provolaných minut na osobu téměř poloviční oproti nejvyšší pozorované hodnotě a průměrný počet odeslaných SMS méně než poloviční oproti nejvyšší pozorované hodnotě.“

Argument: Tento odstavec prokazuje účelovost analýzy, kdy není zcela zřejmé, z jakého důvodu si Úřad pro srovnání vybral pouze nejvyšší hodnotu. Dodáváme, že Česká republika je víceméně na průměru zemí EEA (viz graf níže)

Obrázek 7 - Využití mobilních a fixních linek

Figure 11: Minutes of Use by Mobile and Fixed Line per Head of Population/Month in the EEA, 2011



Zdroj: European Mobile Industry Observation, 2011, str. 18

4.5.5. Ekonometrie

4.5.5.1. Elasticita obecně

Jak jsme uvedli výše, vítáme využití ekonometrických postupů při analýzách relevantních trhů, ale bohužel i v tomto případě Úřad interpretoval elasticitu zcela nesprávným postupem, jak je vysvětleno níže.

Příčinu vidíme v tom, že byly použity absolutní hodnoty a tudíž Úřadu unikla zásadní skutečnost, že ceny na trhu klesají a zákaznické potřeby po volání jsou již saturovány (zjednodušeně jednotková cena klesá, ale množství roste velmi pomalu). Úřad ale naopak (viz konkrétní řádky níže) opakovaně tvrdí, že cena roste (případně poroste) a zákazníci se již nemohou omezit v poklesu (zjednodušeně, jednotková cena roste, ale množství klesá velmi pomalu).

Již z tohoto je vidět, že Úřad komentoval zcela jiný trh než ten, který měl být analyzován. Argument zcela jasně hovoří o výhodách pro konečné zákazníky a nikoliv pro operátory (tudíž není jasné, jakým způsobem Úřad došel k jakémukoliv typu dominance), neboť je možné dokázat, že klesá průměrná útrata uživatelů (ARPU).

4.5.5.2. Tvzení str. 107 – omezená data

„Kvůli omezeným datům Úřad elasticitu vypočítal na základě účtovaných minut jako odhadu pro poptávku a na základě výnosů za účtovanou minutu jako odhadu průměrné jednotkové ceny.“

Argument: Zde není zřejmé, na jakém základě toto omezení vzniklo, neboť podle sběru dat (viz ART8), je patrné, že podklady pro výpočet elasticity (tržby za volání, celkový provoz) byly Úřadu dodány všemi operátory.

Tato situace byla komunikována i s Úřadem (viz Příloha č. 8 Připomínek), neboť vidíme rozpor mezi jednotlivými údaji vykazovanými v analýze viz níže.

Tabulka 14 - nesrovnalosti při výpočtu elasticit v ART8 a Draft ART8

Řádek	Analýza pro workshop	Analýza pro veřejnou konzultaci
-------	----------------------	---------------------------------

1	Historická elasticita 0,645 (str. 94)	Historická elasticita 0,645 (str. 106)
2	Forward looking elasticita 0,43 (str. 94)	Forward looking elasticita 0,43 (str. 106)
3	Výsledná (historická?) elasticita 0,645 (str. 95)	Výsledná (historická?) elasticita 0,504 (str. 107)
4	Agregovaná (historická?) elasticita 0,69 (str. 95)	Agregovaná (historická?) elasticita 0,699 (str. 107)
5	Odhadovaná (forward looking?) elasticita 0,43 (str. 96)	Odhadovaná (forward looking?) elasticita 0,14 (str. 107)

Hlavní rozpor vnímáme mezi sloupcem (i) „Analýza pro workshop“ a sloupcem „Analýza pro veřejnou konzultaci“ na řádcích 3,4,5 a (ii) rozpor ve sloupci „Analýza pro veřejnou konzultaci“ mezi řádky 1 a 3, resp. řádky 2 a 4.-

Ad (i) lze uvést, že Úřad uvedl v obou verzích (ART8 oproti Draft ART8) jiné hodnoty, aniž by řádně z dokladoval na jakém základě k těmto hodnotám dospěl. Úřad si nevyžádal od společnosti T-Mobile žádné doplňující údaje, ze kterých vychází při výpočtu hodnot elasticity a jelikož toto nebylo zmíněno v ART8, předpokládám, že Úřad si nevyžádal údaje ani od zbývajících dvou operátorů, neboť již v Draft ART8 byly hodnoty spočítány.

Ad (ii) v samotné ART8 lze najít rozpor mezi hodnotami, kterou jsou (dle našeho názoru) totožné, ale v ART8 vycházejí dvě odlišné hodnoty (viz řádky 1 a 3, resp. řádky 2 a 4.).

4.5.5.3. Tvrzení str. 104 – zhacení koluze odběrateli

„Maloobchodní odběratelé by mohli zhatit zamýšlené účinky koluze, pokud by byli schopni snížit svou poptávku v míře, která by alespoň vyrovnala zisk ze zvýšení ceny. Jak řečeno výše, nemůže v tomto případě jít o pouhý posun na poptávkové křivce odpovídající zvýšení ceny, ale o snížení poptávky pod tuto úroveň, tedy o bojkot, při kterém se odběratelé přechodně vzdávají části své spotřeby, aby donutili dodavatele snížit cenu.“

Z dat prezentovaných Úřadem v ART8 (viz str. 84) je zřejmé, že cena neroste, ale naopak klesá . Již z důvodu tohoto reality neodpovídajícího předpokladu (zvýšení cen) není možné na dění na českém mobilním telekomunikačním trhu tuto výše popsanou obecnou ekonomickou teorii aplikovat.

Dále Úřad uvádí (viz str. 104):

„Taková hrozba tak může existovat pouze v případě koncentrované poptávkové strany trhu. Poptávková strana maloobchodního trhu je ovšem velmi dekoncentrovaná. I kdyby tedy byla poptávka elastická, bylo by krajně nepravděpodobné, že by spotřebitelé byli schopni zamýšlené účinky tacitní koluze zhatit. Navíc je třeba říci, že velikost odběratele je v jisté míře nepřímo úměrná elasticitě jeho poptávky.[pozn. zvýrazněno T-Mobile] Zatímco totiž pro drobného spotřebitele je originace hovorů v jisté míře zbytným statkem, větší odběratelé, kterými jsou podniky, tuto službu nezbytně potřebují pro výkon své podnikatelské činnosti.“

Jak již bylo prokázáno výše (viz kapitola 4.5.2.2. Připomínek), Úřad se nevěnoval dostatečně zkoumání elasticit mezi jednotlivými segmenty a proto navrhuje, aby i tuto část revidoval.

4.5.5.4. Tvrzení str. 104 – elasticita SMS, datových spojení

„Oproti tomu poptávka po originaci hovorů, datových spojení a SMS může být do značné míry elastická. Otázkou tedy je, zda snížením rozsahu odběru těchto služeb nemohou spotřebitelé případné zamýšlené účinky koluzního chování zhatit.“

Argument: Ačkoliv se zde Úřad odvolává na poptávku po originaci hovorů po datových spojeních a SMS a jejich elasticitě, chybí v další části výpočet elasticity posledních dvou služeb, ačkoliv se na všechny tyto služby Úřad rozhodl uvalit nápravná opatření (viz kapitola 4.3. 1.1. Připomínek) Toto považujeme za velmi výrazné narušení konzistentnosti analýzy a považujeme za podstatné, aby Úřad tuto část nápravných opatření revidoval.

4.5.5.5. Tvrzení ř. 106 – udržování monopolní ceny

„Koluze je stabilní, zejména pokud je poptávka neelastická ($E_d < 1$). To soutěžitelům umožňuje udržovat monopolní cenu beze strachu z ohrožení výnosů značným poklesem poptávky.“

Argument: Toto tvrzení je opět spojeno s obecnou ekonomickou teorií a nikoliv s reálným vývojem na trhu, neboť sám Úřad v analytické části ART8 se odkazuje na trendy na trhu, kdy cena klesá a toto je doprovázeno růstem poptávky. Žádáme tedy Úřad o revizi svého tvrzení v rámci reálných podmínek na trhu.

5. Závěr

Ze všech výše uvedených důvodů shledáváme analýzu RT8 vnitřně nekonzistentní, postrádající exaktní argumentaci a přesvědčivé důkazy. S ohledem na závažnost zásahu, kterým je uložení nápravných opatření na relevantním trhu ve vztahu k subjektu soukromého práva, připomínáme, že takový krok musí být skutečně velmi detailně podloženou provedenou analýzou a argumentací z ní vyplývající.

V případě RT8 jsme bohužel nuceni konstatovat, že ČTÚ doposud neprokázal ani splnění podmínek testu tří kritérií, jako předpokladu vymezení nového relevantního trhu náchylného k ex ante regulaci ve smyslu § 52 odst. 2 Zákona, rovněž tak analýza RT8 nedoložila přesvědčivé důkazy (Convincing Evidence) k prokázání společné významné tržní síly, navíc věcné vymezení RT8 nezahrnuje v rozporu s reálnou situací na trhu datové a messagingové služby, které v důsledku tohoto věcného vymezení ani nepodrobuje analýze, navržená nápravná opatření však ukládá i ve vztahu k těmto službám. Dále je zcela opomenut zcela zásadní dopad probíhající historicky největší aukce spektra v České republice do budoucího vývoje trhu a rovněž tak změny na trhu v současné době probíhající v podobě vstupu virtuálních operátorů.

S ohledem na výše uvedené skutečnosti se domníváme, že nejsou splněny podmínky začlenění RT8 do seznamu relevantních trhů v OOP1 a provedená analýza trpí celou řadou zcela zásadních pochybení. Bude-li ČTÚ i nadále setrvávat na svém záměru RT8 nově vymežit a následně analyzovat, je nezbytně nutné revidovat jak předpoklady a důvody definování RT8 jako trhu náchylného k ex ante regulaci, tak rovněž i zásadně revidovat analýzu RT8 a závěrů z ní plynoucích. Ve své současné podobě tato nemůže obstát.

6. Obsah

1.	Úvodní slovo	2
2.	Použité zkratky – slovníček pojmů	4
3.	Hlavní připomínky	5
3.1.	Neaktuální vymezení trhu č. 8 – přístup a původ volání (originace) ve veřejných mobilních telefonních sítích (dále jen „RT8“)	5
3.2.	Zmatečnost kombinování analýzy a regulace služby přístupu a služby původu volání.....	8
3.3.	Nesplnění požadavků testu tří kritérií, jako předpokladu vymezení RT8.....	9
3.3.1.	Ad. 1 Přítomnost překážek trvalého charakteru	9
3.3.1.1.	Strukturální překážky	10
3.3.1.2.	Úspory z rozsahu a sortimentu	13
3.3.1.3.	Přístup ke kapitálovému trhu a finančním zdrojům.....	13
3.3.2.	Ad 2. Struktura trhu nesměruje v příslušném časovém úseku k účinné hospodářské soutěži	13
3.3.2.1.	Tržní podíl a jeho vývoj	14
3.3.2.2.	Náklady na přechod	15
3.3.2.3.	Koncentrace trhu	16
3.3.2.4.	Bariéry růstu.....	16
3.3.2.5.	Chování trhu a pobídky	16
3.3.2.6.	Potenciální konkurence.....	16
3.3.3.	Ad 3. Uplatnění práva hospodářské soutěže samo o sobě neřeší dotčené selhání trhu	17
3.4.	Nesplnění podmínek pro stanovení společné významné tržní síly (JD)	18
3.4.1.	Ad a) Podmínky AirTours.....	19
3.4.1.1.	Ad 1. Transparentnost trhu.....	21
3.4.1.2.	Ad 2. Odvetná opatření.....	23
3.4.1.3.	Ad 3. reakce soutěžitelů a odběratelů	24
3.4.1.3.1.	Reakce mimostojících soutěžitelů	25
3.4.1.3.2.	Reakce spotřebitelů.....	26
3.4.2.	Ad b) Podmínky Vyhlášky:.....	28
3.4.3.	Ad c) Pozorování projevů tacitní koluze na trhu	29
3.4.3.1.	Ad 1. Stabilita tržních podílů	29
3.4.3.2.	Ad 2. Ziskovost	30
3.4.3.3.	Ad 3. Cenové rozdíly.....	32
3.4.3.4.	Ad 4. Úroveň poptávky.....	32
3.4.3.5.	Ad 5. Míra Inovace	33
3.5.	Celková nekonzistentnost ART8.....	33
4.	Detailní připomínky	34
4.1.	Vývoj trhu mezi roky 2001-2011 (vztah mezi ART15 200-05 a vývojem na trhu 2006-11)	34
	Částečně splněno.....	36
	Částečně splněno.....	36
4.2.	Služba originace - nevhodně provedené cenové srovnání vedoucí k nesprávným závěrům.....	37
4.3.	Jednotlivé nekonzistentní závěry	43
4.3.1.1.	Závěr na str. 31/ Závěr na str. 32 – substituce služeb volání a SMS / Služby volání a datové služby GSM a UMTS sítě.....	46

4.3.1.2. Závěr na str. 39 / Závěr na str. 41 - Fyzické nepodnikající osoby a právnické a fyzické podnikající osoby / Pre-paid a post-paid účastníci.....	47
4.3.1.3. Závěr na straně 65 - vyhodnocení velikosti a vývoje tržních podílů.....	48
4.3.1.4. Závěr na str. 83 – nesprávné zahrnutí originace	50
4.3.2. Závěr na str. 85 - ceny a ziskovost.....	51
4.3.2.1. Závěr na str. 86 - neexistující nebo slabá kompenzační sílu na straně poptávky.....	52
4.3.2.2. Závěr na str. 92 - existence konkurence.....	53
4.3.2.3. Závěr na str. 93 - existence potenciální konkurence	54
4.3.2.4. Závěr na str. 94 - překážky pro vstup na trh	54
4.4. Ekonometrický model	55
4.5. Nekonzistentní a nepodložená tvrzení Úřadu.....	57
4.5.1.1. Tvrzení viz str. 43 – pokles ARPU	57
4.5.1.2. Tabulka č. 5 – viz str. 69 – Pokrytí ČR 2G	57
4.5.1.3. Tvrzení viz str. 72- nízká míra investic.....	58
4.5.2. Tvrzení na str. 74 – snadný přístup k privilegovanému kapitálu.....	59
4.5.2.1. Tvrzení na str. 77 – neexistence virtuálních operátorů s odkazem na webový zdroj	60
4.5.2.2. Tvrzení str. 83 – rozdílná elasticita u jednotlivých segmentů	61
4.5.2.3. Str. 85 – závěry RT15.....	62
4.5.2.4. Tvrzení – str. 85 – nespokojenost zákazníků / nízké pokrytí.....	63
4.5.2.5. Tvrzení str. 86 – osobní zkušenosti uživatelů.....	64
4.5.2.6. Tvrzení str. 86 – nepřiměřená ziskovost	64
4.5.2.7. Tvrzení str. 87 – náklady na přechod	64
4.5.2.8. Tvrzení str. 92 – uzavření komerční dohody MVNO	65
4.5.2.9. Tvrzení str. 95 – pokles maloobchodních cen	65
4.5.2.10. Tvrzení str. 97 – očekávaný vývoj počtu SIM.....	66
4.5.2.11. Tvrzení str. 97 – nadnárodní skupiny	67
4.5.2.12. Tvrzení str. 98 – použitá výše WACC	67
4.5.2.13. Tvrzení na str. 99 – srovnání s Rakouskem / celofánový klam	68
4.5.2.14. Tvrzení str. 111 – vysoké zisky operátorů	69
4.5.2.15. Tvrzení str. 116 – uplatňování cenových rozdílů	69
4.5.3. Tvrzení str. 117 – plná substitovatelnost	70
4.5.4. Tvrzení str. 119 – nízké hodnoty originovaného provozu	71
4.5.5. Ekonometrie.....	72
4.5.5.1. Elasticita obecně	72
4.5.5.2. Tvrzení str. 107 – omezená data	72
4.5.5.3. Tvrzení str. 104 – zhacení koluze odběrateli.....	73
4.5.5.4. Tvrzení str. 104 – elasticita SMS, datových spojení	74
4.5.5.5. Tvrzení ř. 106 – udržování monopolní ceny	74
5. Závěr.....	75
6. Obsah.....	76
7. Tabulky a obrázky	78

7. Tabulky a obrázky

Tabulka 1 - objem hlasového provozu TMCZ v síti 3G.....	6
Tabulka 2 - objem datového provozu TMCZ v síti 3G.....	6
Tabulka 3 - využití přenositelnosti v ČR.....	30
Tabulka 4 - Průměrná cena minuta/SMS společnosti T-Mobile	32
Tabulka 5 - Porovnání RT15 a další vývoj (single dominance)	35
Tabulka 6 - Porovnání RT15 a další vývoj (joint dominance)	36
Tabulka 7 - srovnání velkoobchodních a maloobchodních cen.....	38
Tabulka 8 - přehled hodnocení samostatné tržní síly.....	44
Tabulka 9 - srovnání čistých přírůstků zákaznické báze mobilních operátorů.....	49
Tabulka 10 - posouzení elasticit jednotlivých segmentů.....	62
Tabulka 11 - Porovnání průměrná cena za terminaci a maloobchodní cena.....	66
Tabulka 12 - přehled zemí, kde působí více než jeden z operátorů (viz str. 101, ART8)	67
Tabulka 13 - Diferenciace segmentů mezi operátory.....	69
Tabulka 14 - nesrovnalosti při výpočtu elasticit v ART8 a Draft ART8.....	72
Obrázek 1- vývoj průměrné minutové ceny	14
Obrázek 2 - prospektivnost analýzy a účinnost nápravných opatření.....	26
Obrázek 3 - porovnání HHI v Evropě.....	50
Obrázek 4 - Vývoj průměrné minutové ceny	57
Obrázek 5 - Poměr CAPEX/tržby v Evropě pro jednotlivá odvětví.....	59
Obrázek 6 - srovnání počtu MVNO v jednotlivých evropských zemích	61
Obrázek 7 - Využití mobilních a fixních linek.....	71

Přílohy

<u>1.</u>	<u>Požadovaná data ČTÚ</u>	2
<u>2.</u>	<u>Transparentnost tarifů</u>	8
<u>3.</u>	<u>Graf AISA – vývoj tržních podílů</u>	12
<u>4.</u>	<u>Analysis Mason – tržní data</u>	13
<u>5.</u>	<u>Srovnání marží evropských operátorů</u>	15
<u>6.</u>	<u>Srovnání HHI</u>	18
<u>7.</u>	<u>Srovnání RT15 v Evropské Unii</u>	19
<u>8.</u>	<u>Korespondence elasticity</u>	20
<u>9.</u>	<u>Net additions – čisté přírůstky uživatelů ČR</u>	24

1. Požadovaná data ČTÚ

VYPLNĚNO T-MOBILE
 NEVYPLNĚNO T-MOBILE

Příloha k dopisu č. ČTÚ/016/2012-00011, vyřazení Podávatel na doplňující informace pro zpracování ARTB - přehled a původ veškerých (originálních) ve veřejných mobilních telefonních sítích

Tabulka č. 1

Segmentované údaje o počtu účastníků	2009	2010	2011	1. pol. 2012	2012	2013	2014	2015
Období	Číslo řádku	Podíl	Podíl	Podíl	Podíl	Podíl	Podíl	Podíl
Ukazatel								
Počet aktivních SIM karet celkem (nová metoda)	1							
Počet aktivních SIM karet předpauš	2							
Z toho počet aktivních SIM karet pro malé právnické osoby a podnikající fyzické osoby	1.11							
Z toho počet aktivních SIM karet pro střední právnické osoby	1.12							
Z toho počet aktivních SIM karet pro velké právnické osoby	1.13							
Z toho počet aktivních SIM karet pro fyzická reprodukující osoby								
Z toho počet aktivních SIM karet vyřazené pro M2M	1.2							
Počet aktivních SIM karet předpauš (nová metoda)	3.1							

Tabulka č. 2
Segmentované údaje o počtu přenesených čísel

Ukazatel	Číslo (bíl)	2009		2010		2011		1. pol. 2012	
		Podíl přenesených čísel	%	Podíl přenesených čísel	%	Podíl přenesených čísel	%	Podíl přenesených čísel	%
Podíl přenesených čísel z jiných mobilních sítí	4								
z toho ze sítě T-Mobile									
z toho ze sítě Vodafone									
Podíl přenesených čísel z jiných mobilních sítí	X								
z toho podíl tržních sítí									

Číslo v závorce pod přenesenými číselmi označuje počet přenesených čísel z jiných mobilních sítí, které byly přeneseny do sítě T-Mobile. Číslo v závorce pod přenesenými číselmi označuje počet přenesených čísel z jiných mobilních sítí, které byly přeneseny do sítě Vodafone. Číslo v závorce pod přenesenými číselmi označuje počet přenesených čísel z jiných mobilních sítí, které byly přeneseny do sítě T-Mobile a Vodafone.

Tabulka č. 3

Segmentované údaje o době trvání doživotní služby

Ukazatel	Číslo (bíl)	2009		2010		2011		1. pol. 2012	
		%	%	%	%	%	%		
Čas strávený v doživotní službě (včetně smlouvy o poskytnutí služby)	X								
z toho čas strávený v doživotní službě osobami, které byly přeneseny z jiných mobilních sítí									
z toho čas strávený v doživotní službě osobami, které byly přeneseny z jiných mobilních sítí									

Čas strávený v doživotní službě (včetně smlouvy o poskytnutí služby) je čas strávený v doživotní službě osobami, které byly přeneseny z jiných mobilních sítí. Čas strávený v doživotní službě (včetně smlouvy o poskytnutí služby) je čas strávený v doživotní službě osobami, které byly přeneseny z jiných mobilních sítí.

Tabulka č. 4

Segmentovaná data o vyřazení jich než certifikovaných

Účastník	30.6.2012 Podíl v % na obrotení podlu sítě
Účastník	Podíl v % na obrotení podlu sítě
Podíl sítě v jiných než zakladatelských osobitých osobách na celkovém počtu účastníků sítě (jeho podíl) získané účastnické právo na základě práva vypovědi (přidělení síťových zdrojů účastníkům) sítě zakladatelských účastníků sítě (jeho podíl v síti)	x
Z toho: podíl jiných než zakladatelských osobitých osob z toho: podíl jiných než zakladatelských osobitých osob z toho: podíl jiných než zakladatelských osobitých osob	

Tabulka č. 5

Náklady vynaložené na aktivaci a marketing podle jednotlivých územních segmentů a informace o počtu reklamaci

Účastník	2009 v mil. Kč	2010 v mil. Kč	2011 v mil. Kč	1. polo 2012 v mil. Kč
Účastník				
Náklady vynaložené na aktivaci a marketing	x			
Z toho: náklady vynaložené na aktivaci a marketing				
Z toho: náklady vynaložené na aktivaci a marketing pro fyzické spotřebitelé: osoby				
Z toho: náklady vynaložené na aktivaci a marketing pro právnické a fyzické osoby				
Náklady vynaložené na aktivaci a marketing	počet	počet	počet	počet
Z toho: reklamaci na přenos síťu				
Z toho: reklamaci na vyřazení				
Náklady na propagaci značky (brand) a image nové značky (aktivita)				
reklamaci na činnost v sledování (marketingových) služeb				
reklamaci na činnost v sledování (marketingových) služeb				

Tabulka č. 6

Informace o objemu volání generovaného v síti operátora

Číslo řádku	Ukazatel	2009			2010			2011		
		Počet minut v síti	Tržby v Kč sčítací DPH	Podíl obrotového množství	Počet minut v síti	Tržby v Kč sčítací DPH	Podíl obrotového množství	Počet minut v síti	Tržby v Kč sčítací DPH	Podíl obrotového množství
7	Celkový objem volání generovaného ve vnitřní síti									
	Celkový objem volání generovaného ve vnitřní síti post- paid									
21	Z toho objem volání přivázaných a podnikajících fyzických osob									
7.11	Z toho objem volání malých právnických osob a podnikajících fyzických osob									
7.12	Z toho objem volání středních právnických osob									
7.13	Z toho objem volání velkých právnických osob									
	Z toho objem volání fyzických respondentů									
	Celkový objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid Měsíčníky									

Průběh, který je považován za aktivní, pokud je aktivní minimálně 30 dní v roce. Objem volání generovaného ve vnitřní síti post-paid zahrnuje objem volání generovaného ve vnitřní síti post-paid a objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid. Objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid zahrnuje objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid a objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid. Objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid zahrnuje objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid a objem volání generovaného ve vnitřní síti pre-paid.

Tabulka č. 7

Informace o provozu SMS generovaném v síti operátora

Ukazatel	Číslo řádku	2009		2010		2011		1. pol. 2012	
		Podíl zpráv v %	Tržby v tis. Kč bez DPH	Podíl zpráv v %	Tržby v tis. Kč bez DPH	Podíl zpráv v %	Tržby v tis. Kč bez DPH	Podíl zpráv v %	Tržby v tis. Kč bez DPH
SMS odešlání post-paid účastníky - celkem									
SMS odešlání přímými a podřízenými fyzickými osobami	1.4.1								
z toho SMS odešlání fyzickými osobami a podnikateli (fyzickými osobami)	1.4.11								
z toho SMS odešlání fyzickými osobami	1.4.12								
z toho SMS odešlání fyzickými podnikateli (fyzickými osobami)	1.4.13								
SMS odešlání pre-paid účastníky									

Tabulka č. 8

Informace o datovém provozu generovaném v síti operátora

Ukazatel	Číslo řádku	2009		2010		2011		1. pol. 2012	
		objem přenesených dat v TB	Tržby v tis. Kč bez DPH	objem přenesených dat v TB	Tržby v tis. Kč bez DPH	objem přenesených dat v TB	Tržby v tis. Kč bez DPH	objem přenesených dat v TB	Tržby v tis. Kč bez DPH
datový provoz generovaný fyzickými osobami									
z toho datový provoz generovaný fyzickými osobami									
z toho datový provoz generovaný fyzickými osobami									

Dostupné údaje k tabulce č. 8 - 8.

a) uvedte dva nejvíce zastoupené tarify pro fyzické nepodnikající osoby a pro podnikající osoby (uvedte předčí a podčí (období) využitých ve sledovaném roce v průměru (Mo tarify) b) uvedte dva nejvíce zastoupené tarify na obě strany (např. obě strany, migrace, záproje souhrlně). A jak jsou využívány a načteny na síť.

c) popište obsah provedené změny tarifů z hlediska úbování časových jednotek (jednotka 00 sec, 30 sec, 1 min, ...), kód r, 2009 - podle změny, limitů platnosti, měřících jednotek a výpočtů

Tabulka č. 9
Očekávaný vývoj provozu služeb

	Podíl na celkovém množství volání v tis. min.			
	2012	2013	2014	2015
Zvolání do vlastní sítě	0			
Zvolání do ostatních mobilních sítí	0			
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí	10			
Mobilní telefon	11			
Číslovaná služba	12			
Podíl celkového množství volání v tis. min.	2012	2013	2014	2015
Zvolání do vlastní sítě	0			
Zvolání do ostatních mobilních sítí	0			
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí	10			
Mobilní telefon	11			
Číslovaná služba	12			
Podíl celkového množství volání v tis. min. bez DPH	2012	2013	2014	2015
Zvolání do vlastní sítě	0			
Zvolání do ostatních mobilních sítí	0			
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí	10			
Mobilní telefon	11			
Číslovaná služba	12			
Podíl SMS zpráv v tis.	2012	2013	2014	2015
SMS odešlana uživateli - celkem	14			
SMS odešlana uživateli v rámci vlastní sítě	16			
Číslovaná služba	16.1			
Podíl SMS zpráv v tis. bez DPH	2012	2013	2014	2015
SMS odešlana uživateli - celkem	14			
SMS odešlana uživateli v rámci vlastní sítě	16			
Číslovaná služba	16.1			
Podíl celkového množství volání v tis. min.	2012	2013	2014	2015
Zvolání do vlastní sítě	0			
Zvolání do ostatních mobilních sítí	0			
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí	10			
Mobilní telefon	11			
Číslovaná služba	12			
Podíl celkového množství volání v tis. min. bez DPH	2012	2013	2014	2015
Zvolání do vlastní sítě	0			
Zvolání do ostatních mobilních sítí	0			
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí	10			
Mobilní telefon	11			
Číslovaná služba	12			
Podíl SMS zpráv v tis. bez DPH	2012	2013	2014	2015
SMS odešlana uživateli - celkem	14			
SMS odešlana uživateli v rámci vlastní sítě	16			
Číslovaná služba	16.1			
Podíl celkového množství volání v tis. min. bez DPH	2012	2013	2014	2015
Zvolání do vlastní sítě	0			
Zvolání do ostatních mobilních sítí	0			
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí	10			
Mobilní telefon	11			
Číslovaná služba	12			
Podíl SMS zpráv v tis. bez DPH	2012	2013	2014	2015
SMS odešlana uživateli - celkem	14			
SMS odešlana uživateli v rámci vlastní sítě	16			
Číslovaná služba	16.1			

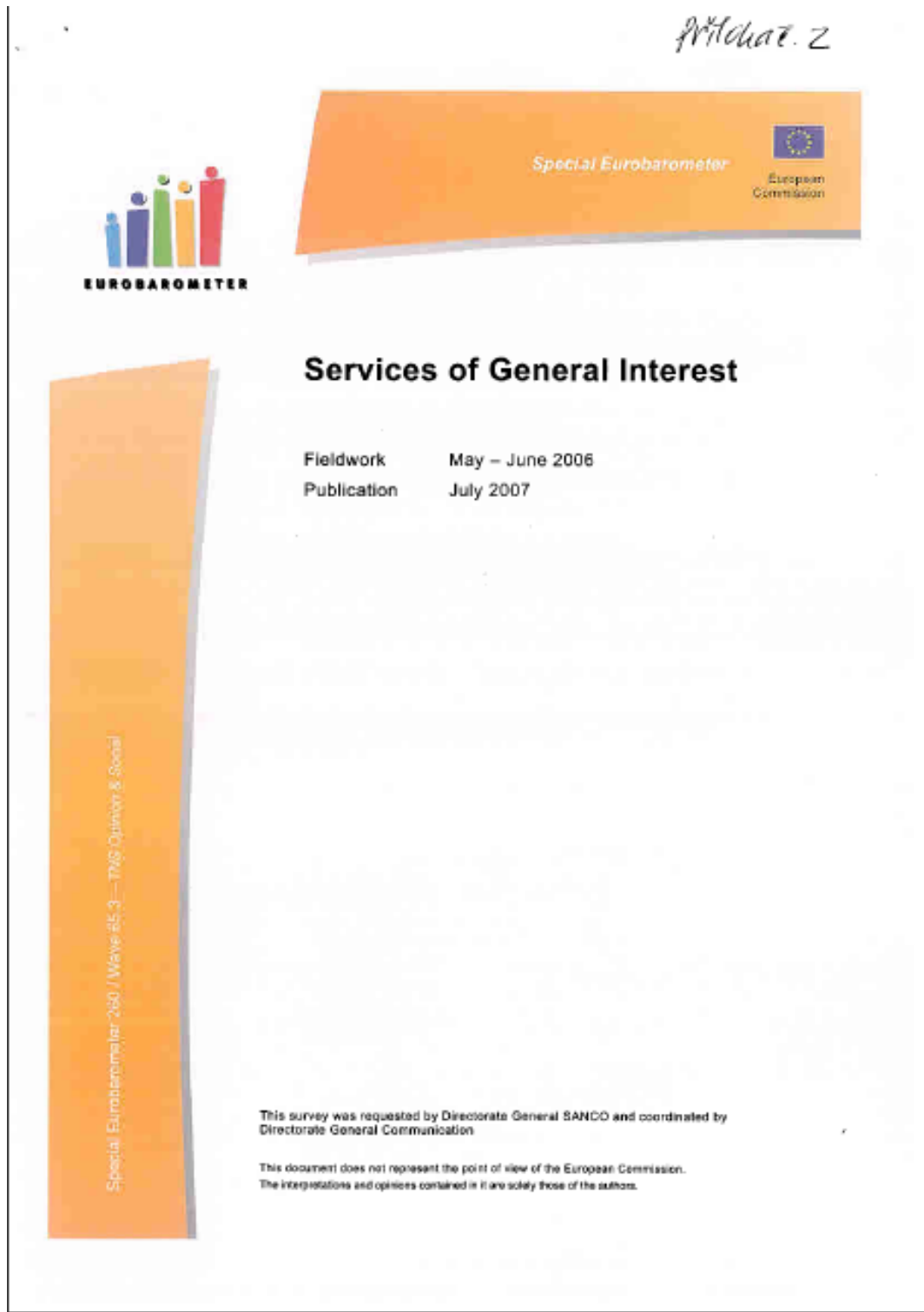
Informace jsou v počty sítě

Tabulka č. 10

Podíl na celkovém množství volání v tis. min. 2012

	Číslo služby	ET GSM % ročně		ET GSM % ročně	
		c	d	e	f
Ukazatel	a	b			
Podíl na celkovém množství volání v tis. min. bez DPH					
Zvolání do vlastní sítě					
Zvolání do ostatních mobilních sítí					
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí					
Mobilní telefon					
Číslovaná služba					
Podíl celkového množství volání v tis. min. bez DPH					
Zvolání do vlastní sítě					
Zvolání do ostatních mobilních sítí					
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí					
Mobilní telefon					
Číslovaná služba					
Podíl SMS zpráv v tis. bez DPH					
SMS odešlana uživateli - celkem					
SMS odešlana uživateli v rámci vlastní sítě					
Číslovaná služba					
Podíl celkového množství volání v tis. min. bez DPH					
Zvolání do vlastní sítě					
Zvolání do ostatních mobilních sítí					
Zvolání do mobilních sítí v zahraničí					
Mobilní telefon					
Číslovaná služba					
Podíl SMS zpráv v tis. bez DPH					
SMS odešlana uživateli - celkem					
SMS odešlana uživateli v rámci vlastní sítě					
Číslovaná služba					

2. Transparentnost tarifů



5. Consumer satisfaction with services of general interest

This section of the report looks at certain aspects of consumers' satisfaction in relation to providers of a particular service. **This allows a study of consumers' attitude not only with the service itself but the wider terms of business that characterise their relationship with service providers. The Commission has also developed a satisfaction index looking at consumer satisfaction in more depth.**¹⁰

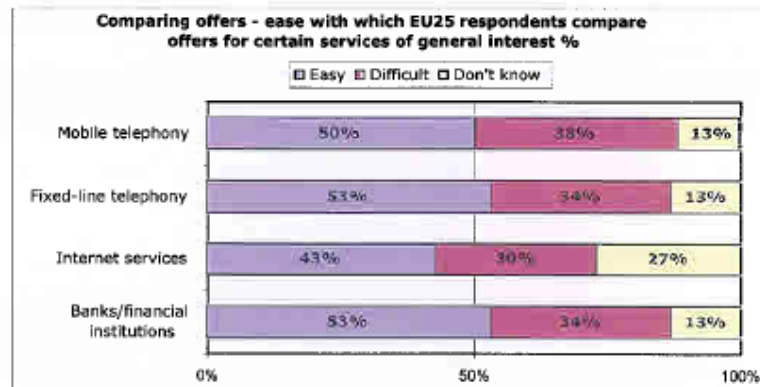
It is interesting to note the difference in attitude to service in different services of general interest and the varying degrees of satisfaction with levels of customer care in different services.

For example, the European consumer appears to be noticeably less active in his complaints to the banking industry than to his mobile phone or internet provider.

It also studies the trigger points which will make consumers look at competing offers for similar services and, as importantly, tries to detect the barriers (possibly from the existing provider) that will impede the exercise of this right by consumers.

5.1 Comparing offers

Questionnaire source: QB9¹¹



A key element in consumer choice in an open and transparent market is the ability to compare offers from competing providers. This should be an easy process allowing the selection of the provider who delivers services that best match the requirements of the consumer.

¹⁰ For more information on the methodology on consumer satisfaction indicators and the full study, please visit the following website: http://ec.europa.eu/consumers/topics/facts_en.htm

¹¹ QB9 In general, how easy do you find it to compare offers from different...?

This report focuses on three areas: telephony, internet and banking.

Mobile telephony

50% of EU citizens said that it was easy to compare offers from different **mobile phone** operators and, in Greece and in Malta, this reaches 75% and 73% of the poll. In fact, in Greece, nearly half (47%) of those polled said this exercise was 'very easy'¹².

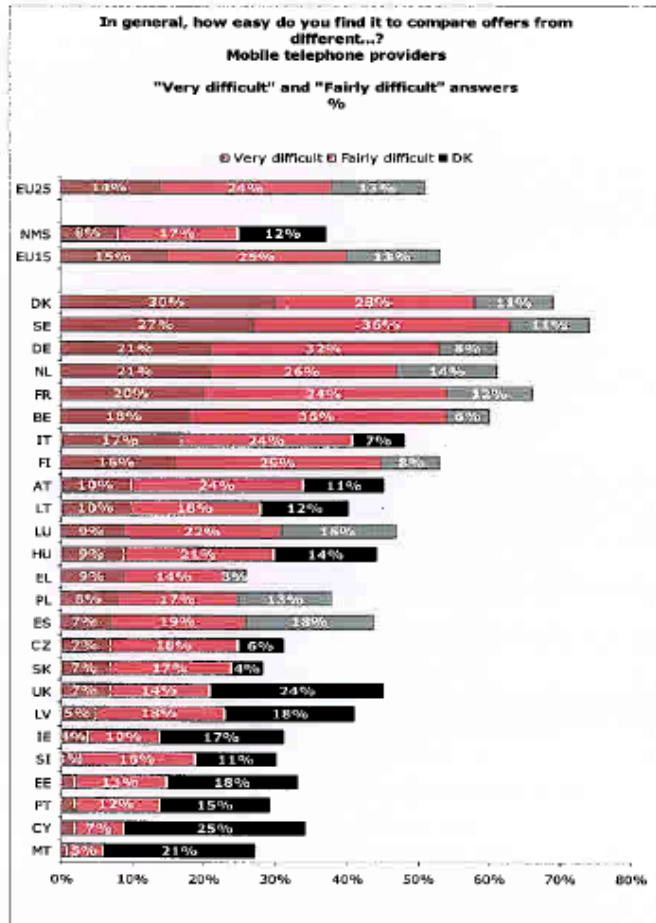
However, while 13% of Europeans, including 25% of Cypriots and 24% of the UK poll, were unable to give an answer to this question, 38% of the poll found the process difficult. This includes figures of 58% in Denmark and 63% in Sweden.

As these last two countries are two of the most prolific users of mobile telephony, with a take-up rate of 96% compared with an EU average of 85%, it is interesting that price comparisons seem more difficult in these well-developed and competitive markets.

This argument gains further weight from the fact that the countries which saw the highest proportion of their polls saying that price comparison was 'very difficult' were again Denmark (30%) and Sweden (27%) compared with an EU25 average of 14%.

The three countries with the lowest percentages of citizens saying that "price comparison was "very difficult" were Malta (2%), Portugal (2%) and Cyprus (1%). At the same time citizens in these countries appear to be the least interested in the EU in changing providers. 7% in Portugal, 10% in Malta and 14% in Cyprus has tried or thought about switching in the last two years.

¹² In this report, the chapter 5.2 "Switching provider- Mobile telephony" singles out Portugal, Malta and Cyprus as low-switching countries due to a possible low level of competition. This could partly explain the perceived easiness of price comparison.



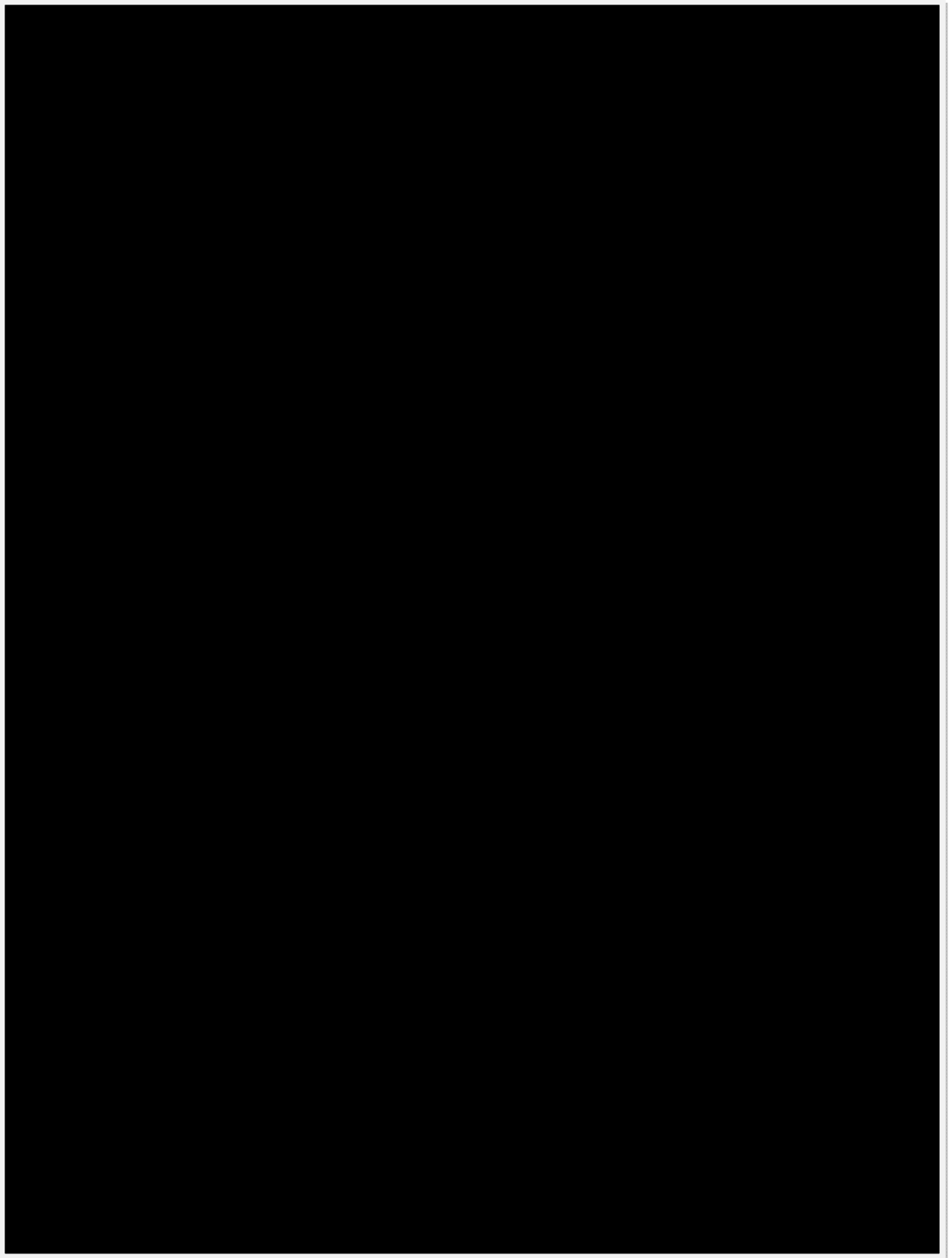
As was seen elsewhere in this report, young people are prolific users of mobile phones and it is probably this factor which means that 70% of young people aged 15-24 found price comparison easy compared with 32% of those aged 55 or more.

As education levels rose, the task also appeared to get easier, 38% of those who had left school aged 15 or less considered price comparison easy compared with 53% of those educated to age 19 and 48% of those educated to age 20 or beyond.

When youth and education are combined, the effect is even more dramatic and 71% of those still studying state that a price comparison exercise was easy.

3. Graf AISA – vývoj tržních podílů

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ



KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ

4. Analysis Mason – tržní data

Vývoj ARPU

Series	Country	Unit	2007	2008	2009	2010
Revenue – voice ARPU	Austria	EUR	26,5	22,4	19,0	16,2
		Growth rate		-15,5%	-15,3%	-14,5%
Revenue – voice ARPU	Belgium	EUR	26,2	22,7	20,6	18,8
		Growth rate		-13,5%	-9,1%	-8,7%
Revenue – voice ARPU	Czech Republic	EUR	16,5	17,8	14,8	13,6
		Growth rate		7,7%	-16,8%	-8,4%
Revenue – voice ARPU	France	EUR	29,9	28,1	25,5	22,9
		Growth rate		-5,9%	-9,5%	-10,1%
Revenue – voice ARPU	Germany	EUR	15,8	14,0	12,5	11,8
		Growth rate		-11,1%	-11,0%	-5,5%
Revenue – voice ARPU	Netherlands	EUR	24,5	21,7	19,5	18,3
		Growth rate		-11,5%	-10,2%	-6,2%
Revenue – voice ARPU	Norway	EUR	30,0	27,2	22,4	23,0
		Growth rate		-9,6%	-17,5%	2,6%
Revenue – voice ARPU	Poland	EUR	10,8	11,5	8,0	8,1
		Growth rate		6,2%	-30,5%	1,7%
Revenue – voice ARPU	Slovakia	EUR	16,5	17,0	16,1	14,4
		Growth rate		2,9%	-5,2%	-10,3%
Revenue – voice ARPU	Switzerland	EUR	29,6	27,2	25,6	26,8
		Growth rate		-8,2%	-5,7%	4,6%
Revenue – voice ARPU	UK	EUR	25,4	20,4	16,3	15,9
		Growth rate		-19,7%	-19,9%	-2,5%

Vývoj celkového mobilního provozu

Series	Country	Unit	2007	2008	2009	2010
Traffic – outgoing mobile minutes	Austria	Minutes	17 013 200 000	19 619 800 000	21 266 800 000	21 892 300 000
		Growth rate		15,3%	8,4%	2,9%
Traffic – outgoing mobile minutes	Belgium	Minutes	12 242 000 000	13 685 000 000	13 905 000 000	14 406 000 000
		Growth rate		11,8%	1,6%	3,6%
Traffic – outgoing mobile minutes	Czech Republic	Minutes	11 815 000 000	12 798 200 000	14 046 100 000	15 098 800 000
		Growth rate		8,3%	9,8%	7,5%
Traffic – outgoing mobile minutes	France	Minutes	99 633 000 000	101 811 000 000	101 206 000 000	103 963 000 000
		Growth rate		2,2%	-0,6%	2,7%
Traffic – outgoing mobile minutes	Germany	Minutes	70 003 800 000	86 140 500 000	93 610 300 000	101 000 800 000
		Growth rate		23,1%	8,7%	7,9%
Traffic – outgoing mobile minutes	Netherlands	Minutes	18 794 000 000	20 597 000 000	21 253 000 000	22 585 000 000
		Growth rate		9,6%	3,2%	6,3%
Traffic – outgoing mobile minutes	Norway	Minutes	9 196 900 000	10 501 900 000	11 186 100 000	11 663 300 000
		Growth rate		14,2%	6,5%	4,3%
Traffic – outgoing mobile minutes	Poland	Minutes	37 139 000 000	45 792 000 000	55 444 000 000	65 191 000 000
		Growth rate		23,3%	21,1%	17,6%
Traffic – outgoing mobile minutes	Slovakia	Minutes	6 257 900 000	6 725 700 000	7 416 700 000	8 373 000 000
		Growth rate		7,5%	10,3%	12,9%
Traffic – outgoing mobile minutes	Switzerland	Minutes	8 544 000 000	9 604 000 000	10 900 000 000	11 818 000 000
		Growth rate		12,4%	13,5%	8,4%
Traffic – outgoing mobile minutes	UK	Minutes	102 017 000 000	113 650 000 000	116 399 000 000	122 230 000 000
		Growth rate		11,4%	2,4%	5,0%

Vývoj celkových mobilních výnosů

Series	Country	Unit	2007	2008	2009	2010	
Revenue – mobile voice retail revenue	Austria	EUR	2 354 970 000	2 105 180 000	1 930 120 000	1 788 170 000	
				Growth rate	-10,6%	-8,3%	-7,4%
Revenue – mobile voice retail revenue	Belgium	EUR	2 512 950 000	2 375 980 000	2 337 240 000	2 207 580 000	
				Growth rate	-5,5%	-1,6%	-5,5%
Revenue – mobile voice retail revenue	Czech Republic	EUR	1 784 480 000	2 010 170 000	1 752 310 000	1 699 540 000	
				Growth rate	12,6%	-12,8%	-3,0%
Revenue – mobile voice retail revenue	France	EUR	15 279 400 000	15 490 520 000	14 551 680 000	13 939 590 000	
				Growth rate	1,4%	-6,1%	-4,2%
Revenue – mobile voice retail revenue	Germany	EUR	12 980 910 000	12 243 190 000	11 473 940 000	11 132 360 000	
				Growth rate	-5,7%	-6,3%	-3,0%
Revenue – mobile voice retail revenue	Netherlands	EUR	4 203 790 000	4 234 300 000	4 017 980 000	3 703 570 000	
				Growth rate	0,7%	-5,1%	-7,8%
Revenue – mobile voice retail revenue	Norway	EUR	1 504 980 000	1 485 480 000	1 292 290 000	1 402 720 000	
				Growth rate	-1,3%	-13,0%	8,5%
Revenue – mobile voice retail revenue	Poland	EUR	3 674 680 000	4 305 000 000	3 271 110 000	3 439 770 000	
				Growth rate	17,2%	-24,0%	5,2%
Revenue – mobile voice retail revenue	Slovakia	EUR	748 930 000	850 730 000	839 440 000	796 620 000	
				Growth rate	13,6%	-1,3%	-5,1%
Revenue – mobile voice retail revenue	Switzerland	EUR	2 249 060 000	2 270 960 000	2 335 020 000	2 550 630 000	
				Growth rate	1,0%	2,8%	9,2%
Revenue – mobile voice retail revenue	UK	EUR	16 102 470 000	13 512 340 000	11 074 730 000	11 445 930 000	
				Growth rate	-16,1%	-18,0%	3,4%

Vývoj průměrné ceny za minutu

Series	Country	Unit	2007	2008	2009	2010	
Revenue – retail revenue per mobile minute	Austria	EUR	0,14	0,11	0,09	0,08	
				Growth rate	-22,5%	-15,4%	-10,0%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Belgium	EUR	0,21	0,17	0,17	0,15	
				Growth rate	-15,4%	-3,2%	-8,8%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Czech Republic	EUR	0,15	0,16	0,12	0,11	
				Growth rate	4,0%	-20,6%	-9,8%
Revenue – retail revenue per mobile minute	France	EUR	0,15	0,15	0,14	0,13	
				Growth rate	-0,8%	-5,5%	-6,7%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Germany	EUR	0,19	0,14	0,12	0,11	
				Growth rate	-23,4%	-13,8%	-10,1%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Netherlands	EUR	0,22	0,21	0,19	0,16	
				Growth rate	-8,1%	-8,0%	-13,3%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Norway	EUR	0,16	0,14	0,12	0,12	
				Growth rate	-13,6%	-18,3%	4,1%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Poland	EUR	0,10	0,09	0,06	0,05	
				Growth rate	-5,0%	-37,2%	-10,6%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Slovakia	EUR	0,12	0,13	0,11	0,10	
				Growth rate	5,7%	-10,5%	-15,9%
Revenue – retail revenue per mobile minute	Switzerland	EUR	0,26	0,24	0,21	0,22	
				Growth rate	-10,2%	-9,4%	0,7%
Revenue – retail revenue per mobile minute	UK	EUR	0,16	0,12	0,10	0,09	
				Growth rate	-25,7%	-20,0%	-1,6%

5. Srovnání marží evropských operátorů

Zdroj: EBITDA Margins Europe – source European Telecoms Matrix Q3 2011, Bank of America / Merrill Lynch

AUSTRIA	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
mobikom (Telekom Austria)	35.3%	35.9%	35.2%	35.0%	36.0%	37.2%	34.3%	32.1%	31.7%	31.2%
T-Mobile	31.2%	33.2%	27.2%	28.4%	26.3%	27.3%	28.8%	26.2%	26.8%	27.0%
Orange	24.6%	29.4%	28.1%	28.8%	28.2%	32.0%	32.0%	32.0%	32.0%	32.0%
Country average margin	31.6%	33.5%	30.7%	31.3%	31.1%	32.8%	32.0%	30.1%	30.1%	30.0%
YoY change (bps)	6	195	-283	63	-25	177	-86	-188	2	-8

BELGIUM	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Proximus (Belgacom)	50.7%	47.7%	46.8%	47.4%	46.8%	46.3%	45.8%	45.4%	44.9%	44.4%
Mobistar (Orange)	41.8%	42.0%	42.3%	42.2%	41.6%	39.0%	38.0%	34.1%	33.5%	33.7%
Base (KPN)	27.8%	37.2%	42.6%	37.5%	37.1%	32.3%	34.5%	34.0%	35.0%	36.0%
Country average margin	43.5%	43.9%	44.3%	42.6%	41.5%	39.4%	39.0%	37.2%	36.8%	36.7%
YoY change (bps)	179	35	44	-174	-105	-214	-38	-181	-36	-16

DENMARK	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
TDC Mobil (inc wholesale)	31.3%	31.0%	30.1%	25.5%	27.1%	29.1%	31.1%	32.0%	33.0%	33.0%
Telenor	16.2%	22.2%	24.6%	25.1%	23.2%	24.9%	23.8%	24.8%	25.8%	26.8%
Telia	2.1%	7.9%	18.6%	13.7%	20.0%	21.0%	19.0%	18.4%	18.4%	18.4%
Country average margin	20.3%	23.4%	26.2%	22.5%	23.8%	25.5%	25.4%	26.1%	26.9%	27.3%
YoY change (bps)	-406	306	279	-369	131	172	-8	70	75	40

FINLAND	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA service margin (%)										
Sonera	43.1%	28.7%	29.7%	31.7%	34.0%	34.2%	33.0%	32.8%	34.5%	35.1%
Eisa	34.3%	31.4%	29.7%	32.4%	29.8%	31.7%	30.5%	30.7%	31.5%	32.4%
DNA	N.A.	8.4%	13.6%	19.7%	20.4%	22.3%	25.0%	26.8%	27.8%	28.9%
Country average margin	34.9%	25.9%	26.6%	29.7%	29.8%	30.7%	30.3%	30.8%	31.9%	32.7%
YoY change (bps)	-153	-895	67	315	7	92	-42	44	114	81

■ ■ ■ T ■ ■ Mobile ■

FRANCE	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Orange	42.2%	39.9%	38.8%	38.3%	37.3%	37.1%	35.8%	34.7%	34.0%	32.8%
SFR (Vodafone)	36.4%	36.7%	39.9%	39.6%	38.9%	36.8%	35.8%	37.4%	37.6%	36.7%
Bouygues	26.7%	29.7%	27.2%	27.8%	28.1%	24.8%	23.3%	21.4%	18.2%	16.4%
Iliad									-97.7%	-15.6%
Country average margin	37.6%	36.8%	36.0%	35.1%	34.4%	32.8%	31.4%	31.1%	27.7%	27.3%
YoY change (bps)	56	-76	-79	-89	-72	-157	-138	-35	-340	-40

GERMANY	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
T-Mobile	41.6%	41.8%	40.2%	36.8%	39.0%	40.7%	46.2%	45.7%	45.1%	44.6%
Vodafone	46.0%	45.4%	45.4%	43.8%	44.1%	44.9%	43.5%	43.2%	42.6%	42.0%
E-Plus (KPN)	26.8%	23.6%	31.3%	37.6%	38.7%	41.9%	42.4%	38.5%	39.0%	39.5%
O2	17.7%	21.9%	20.0%	13.4%	21.4%	24.5%	27.9%	25.9%	30.0%	32.0%
Country average margin	38.8%	38.2%	38.2%	36.3%	38.3%	39.9%	41.7%	40.3%	40.6%	40.6%
YoY change (bps)	45	-63	-2	-184	199	160	179	-143	33	1

ITALY	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
TIM	52.2%	50.5%	46.1%	42.0%	42.9%	45.7%	46.8%	49.2%	49.0%	49.5%
Vodafone	52.7%	51.5%	49.0%	49.3%	46.7%	49.0%	49.9%	49.1%	48.3%	47.5%
Wind	26.9%	27.0%	42.6%	43.0%	45.6%	47.4%	46.3%	41.0%	41.0%	41.0%
Country average margin	47.5%	46.0%	41.0%	41.3%	40.5%	43.1%	43.8%	43.1%	43.0%	42.9%
YoY change (bps)	-44	-153	-501	36	-81	261	63	-66	-14	-8

NETHERLANDS	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09E	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
KPN Mobile	39.9%	37.3%	36.6%	40.0%	39.9%	40.0%	40.0%	39.5%	39.5%	39.5%
Vodafone	34.0%	31.4%	31.0%	32.9%	32.5%	28.7%	35.5%	35.0%	34.7%	34.3%
Telibr	17.5%	19.0%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
T-Mobile	13.8%	16.5%	16.6%	21.2%	19.5%	23.8%	26.1%	25.0%	26.2%	26.5%
Orange	15.6%	20.0%	15.1%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Country average margin	29.8%	29.4%	29.5%	31.4%	31.9%	32.1%	34.8%	34.2%	34.4%	34.4%
YoY change (bps)	-128	-41	17	183	56	23	267	-63	26	-2

NORWAY	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Telenor Mobil	36.7%	36.5%	42.1%	35.8%	37.5%	39.9%	40.8%	41.3%	41.4%	41.7%
Nebom (TeliaSonera)	32.7%	35.1%	37.1%	34.2%	35.3%	35.2%	35.3%	34.6%	34.4%	34.1%
Country average margin	35.4%	36.0%	40.2%	35.2%	36.7%	38.2%	38.9%	38.9%	38.9%	39.0%
YoY change (bps)	-426	56	423	-499	152	148	68	5	-7	11

■ ■ ■ T ■ ■ Mobile ■

PORTUGAL	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
TMN	51.1%	45.6%	43.8%	44.0%	43.0%	44.4%	46.0%	44.9%	44.0%	43.8%
Vodafone	29.9%	33.9%	35.2%	38.9%	39.4%	34.3%	41.1%	39.7%	38.0%	36.4%
Optimus (Sonaecom)	28.9%	26.9%	27.7%	24.9%	22.7%	27.5%	31.3%	32.3%	32.3%	32.3%
Country average margin	39.6%	37.8%	37.6%	38.3%	38.1%	37.5%	41.4%	40.4%	39.3%	38.7%
YoY change (bps)	481	-182	-21	72	-18	-62	388	-96	-109	-62

SPAIN	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Movistar	50.6%	46.7%	44.9%	43.8%	44.0%	44.3%	42.2%	42.2%	42.2%	42.2%
Vodafone	35.0%	35.8%	34.4%	37.0%	35.1%	37.4%	34.9%	33.5%	33.4%	33.1%
Orange	33.8%	31.0%	27.8%	23.4%	23.5%	24.7%	24.2%	23.9%	24.2%	24.4%
Yoigo (TeliaSonera)				-243.6%	-62.8%	-23.9%	-7.1%	1.3%	7.2%	11.4%
Country average margin	42.3%	39.7%	37.6%	34.7%	34.7%	35.7%	33.7%	33.0%	33.0%	32.9%
YoY change (bps)	-97	-261	-208	-291	2	97	-193	-72	-2	-10

SWEDEN	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Telia	42.5%	37.7%	37.3%	37.4%	37.5%	39.1%	40.7%	40.9%	40.9%	40.9%
Comviq (Tele2)	45.2%	44.8%	42.0%	35.7%	34.1%	32.4%	32.2%	29.8%	30.1%	30.3%
Telenor	26.5%	11.5%	19.0%	21.8%	21.1%	20.7%	22.3%	23.0%	25.0%	27.0%
Country average margin	40.8%	36.0%	35.3%	33.9%	33.5%	33.7%	34.7%	34.1%	34.5%	34.9%
YoY change (bps)	-430	-479	-71	-146	-39	23	103	-64	37	39

SWITZERLAND	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Swisscom	53.7%	49.1%	49.2%	47.9%	47.7%	47.7%	47.7%	46.9%	46.9%	46.9%
Orange	30.7%	33.0%	33.7%	34.9%	29.7%	38.2%	35.9%	34.4%	33.9%	33.9%
Sunrise (TDC)	25.3%	26.9%	24.3%	27.2%	27.6%	29.5%	33.1%	30.0%	30.0%	30.0%
Country average margin	44.1%	42.0%	41.7%	41.5%	40.4%	42.3%	42.7%	41.2%	41.2%	41.2%
YoY change (bps)	-147	-211	-30	-18	-110	186	37	-141	-8	0

UK	CY04	CY05	CY06	CY07	CY08	CY09	CY10E	CY11E	CY12E	CY13E
EBITDA margin (%)										
Vodafone	33.1%	32.3%	30.7%	28.8%	25.4%	22.5%	23.2%	24.0%	24.2%	24.8%
O2	29.4%	29.1%	28.6%	26.0%	26.1%	25.8%	25.4%	27.8%	29.0%	30.0%
Orange	34.0%	29.9%	23.4%	21.8%	22.9%	21.0%	16.6%	16.6%	18.5%	21.5%
T-Mobile	31.8%	31.4%	21.8%	24.6%	22.0%	17.9%	16.8%	16.6%	18.5%	21.5%
3 (Hutchison)	N.A.	N.A.	N.A.	-4.8%	-8.2%	0.5%	3.0%	5.0%	8.0%	8.0%
Country average margin	32.1%	30.7%	26.2%	23.7%	22.0%	20.4%	19.7%	21.0%	22.3%	23.9%
YoY change (bps)	106	-136	-451	-254	-165	-158	-77	132	131	158

6. Srovnání HHI

HHI index dle počtu zákazníků 2006 - 2010

2006	2007	2008	2009	2010	Country
2983	2933	2874	2834	2738	Germany
3347	3215	3055	2887	2753	Poland
3216	3238	3180	3045	3015	Italy
2331	2336	2301	2302	3025	UK
3524	3335	3219	3226	3128	Denmark
3570	3358	3229	3176	3138	Ireland
3253	3267	3314	3229	3240	Austria
3540	3448	3427	3360	3290	Sweden
3607	3581	3510	3461	3409	Czech Republic (CDMA included)
3601	3550	3527	3494	3462	Belgium
3682	3574	3481	3451	3471	Finland
3371	3504	3524	3498	3477	Lithuania
3689	3622	3556	3516	3488	Estonia
3607	3581	3542	3531	3497	Czech Republic (CDMA excluded)
3612	3616	3587	3580	3589	Hungary
3792	3775	3773	3741	3714	Portugal
3253	3717	3684	3866	3783	Netherlands
3808	3819	3836	3838	3805	France
3102	3401	3488	3667	3827	Greece
4515	4605	4442	4214	3868	Latvia
5103	4606	4538	4257	3917	Slovakia

Source: Analysis Mason

7. Srovnání RT15 v Evropské Unii

Market	Operator(s) with SMP
Austria	None – relevant market found to be effectively competitive
Bulgaria	Market not analysed since BG accession to the EU
Cyprus	CYTA Mobile
Czech Republic	None
Denmark	None- Market is effectively competitive
Estonia	None – market effectively competitive
Finland	None - after Commission veto, relevant market was found to be effectively competitive
France	<i>Draft decision withdrawn</i>
Germany	None – (all three sub-markets are effectively competitive)
Greece	None (Market does not fulfil three criteria test for ex ante regulation.)
Hungary	None ((based on finding of effective competition in retail market)
Ireland	<i>Overtured by national appeal body</i>
Italy	None (Market does not fulfil three criteria test for ex ante regulation.)
Latvia	None
Lithuania	none
Luxembourg	None -
Malta	None
Netherlands	None
Norway	Telenor Mobil
Poland	None
Portugal	No analysis of market 15 made
Romania	
Slovakia	No SMP (No provision of wholesale access and call origination to third parties)
Slovenia	None (market does no longer pass the three criteria test)
Spain	Joint SMP (Telefónica Móviles, Vodafone Amena (today France Telecom-Orange)
Switzerland	-
UK	None

no SMP

SMP

Zdroj: Cullen International

8. Korespondence elasticity

Lodr Jakub

From: Lodr Jakub
Sent: 22. ledna 2013 20:11
To: 'BENIAKOVÁ Hana'
Subject: RE: ART 8 - T-Mobile

Follow Up Flag: Follow up
Flag Status: Flagged

Vážená paní ředitelko,

Děkuji Vám za Vaši předchozí odpověď.

Bohužel se mi stále nepodařilo zcela porozumět číslům uvedeným v předchozím e-mailu. Neboť zde vidím rozpor mezi sloupcem „Analýza pro workshop“ a sloupcem „Analýza pro veřejnou konzultaci“ na řádcích 3,4,5 a rozpor ve sloupci „Analýza pro veřejnou konzultaci“ mezi řádky 1 a 3, resp. řádky 2 a 4, a proto bych Vás požádal o bližší odpověď týkající se nekompletnosti dat, neboť pak věřím, budu moci daným číslům, resp. rozdílům mezi jednotlivými čísly, porozumět.

Doplním, že mi není srozumitelné, zdali je rozpor mezi dvěma verzemi analýz způsoben změnou postupu či je rozpor mezi čísly uvnitř analýzy určené pro veřejnou konzultaci.

Řádek	Analýza pro workshop	Analýza pro veřejnou konzultaci
1	Historická elasticita 0,645 (str. 94)	Historická elasticita 0,645 (str. 106)
2	Forward looking elasticita 0,43 (str. 94)	Forward looking elasticita 0,43 (str. 106)
3	Výsledná (historická?) elasticita 0,645 (str. 95)	Výsledná (historická?) elasticita 0,504 (str. 107)
4	Agregovaná (historická?) elasticita 0,69 (str. 95)	Agregovaná (historická?) elasticita 0,699 (str. 107)
5	Odhadovaná (forward looking?) elasticita 0,43 (str. 96)	Odhadovaná (forward looking?) elasticita 0,14 (str. 96)

Velmi Vám děkuji za Váš čas, který dané věci věnujete.

Přeji Vám příjemný zbytek dne

Jakub Lodr
 Senior specialista regulace

T-Mobile Czech Republic a.s.
[Tomickova 2144/1. 149 00 Praha 4](http://Tomickova.2144/1.149.00.Praha.4)

Tel.: +420 603 601 173

T-Mobile: +420 603 402 173

E-Mail: jakub.lodr@t-mobile.cz

Web: <http://t-mobile.cz/>

From: BENIAKOVÁ Hana [mailto:BENIAKOVAH@ctu.cz]
Sent: Thursday, January 17, 2013 10:54 AM
To: Lodr Jakub
Subject: RE: ART 8 - T-Mobile

Vážený pane Lodre,
V průběhu kontroly podkladů pro výpočty při přípravě finálního zpracování návrhu analýzy pro veřejnou konzultaci jsme zjistili, že v návrhu pro workshop byla použita nekompletní data. Toto bylo do oficiální verze pro veřejnou konzultaci upraveno.

S přáním pěkného dne,

Ing. Hana Beniaková
Ředitelka odboru analýz trhů

Český telekomunikační úřad
Sokolovská 219, Praha 9
podací adresa:
poštovní příhrádka 02
225 02 Praha 025

Tel: +420 224 004 655 / +420 773 609 580

Email: beniakovah@ctu.cz
WWW: www.ctu.cz

From: Lodr Jakub [mailto:jakub.lodr@t-mobile.cz]
Sent: Friday, January 11, 2013 12:27 PM
To: BENIAKOVÁ Hana
Cc: CIHELKA Matěj; Selby Alice
Subject: RE: ART 8 - T-Mobile

Vážená paní ředitelko,

Ještě jednou bych Vám rád poděkoval z dodané odpovědi.

Měl bych k nim ovšem ještě jeden dotaz (resp. jedná se o doplnění předchozího dotazu č. 5 na základě Vaší odpovědi – viz příloha).

Na stranách 106-107 analýzy (verze pro veřejnou konzultaci) je detailně proveden výpočet elasticit, avšak výsledky se odlišují jak v rámci této analýzy tak ve srovnání s předchozí verzí, jež byla prezentována na workshopu (1.11.2012).Konkrétně se jedná o tyto hodnoty:

Řádek	Analýza pro workshop	Analýza pro veřejnou konzultaci
1	Historická elasticita 0,645 (str. 94)	Historická elasticita 0,645 (str. 106)
2	Forward looking elasticita 0,43 (str. 94)	Forward looking elasticita 0,43 (str. 106)
3	Výsledná (historická?) elasticita 0,645 (str. 95)	Výsledná (historická?) elasticita 0,504 (str. 107)
4	Agregovaná (historická?) elasticita 0,69 (str. 95)	Agregovaná (historická?) elasticita 0,699 (str. 107)

5	Odhadovaná (forward looking?) elasticita 0,43 (str. 96)	Odhadovaná (forward looking?) elasticita 0,14 (str. 96)
---	---	---

Vidím zde rozpor mezi sloupcem „Analýza pro workshop“ a sloupcem „Analýza pro veřejnou konzultaci“ na řádcích 3,4,5 a rozpor ve sloupci „Analýza pro veřejnou konzultaci“ mezi řádky 1 a 3, resp. řádky 2 a 4

Není dále zcela zřejmé na jakém základě dosáhl Úřad těchto hodnot, resp. jejich změny, zvláště s odkazem na str. 131 (Analýza pro veřejnou konzultaci), kde v části E věnované vypořádání připomínek není tato změna nikterak komentována.

Děkuji Vám předem za odpověď a přeji příjemný den

Jakub Lodr
Senior specialista regulace

T-Mobile Czech Republic a.s.
[Tomičkova 2144/1, 149 00 Praha 4](#)
Tel.: +420 603 601 173
T-Mobile: +420 603 402 173
E-Mail: jakub.lodr@t-mobile.cz
Web: <http://t-mobile.cz/>

From: BENIAKOVÁ Hana [<mailto:BENIAKOVAH@ctu.cz>]
Sent: Wednesday, January 09, 2013 3:02 PM
To: Lodr Jakub
Cc: CIHELKA Matěj
Subject: FW: ART 8 - T-Mobile
Importance: High

Vážený pane Lodre,
V příloze posílám odpověď na Váš druhý dotaz ze dne 3. ledna 2013.
S pozdravem,

Ing. Hana Beniaková
Ředitelka odboru analýz trhů

Český telekomunikační úřad
Sokolovská 219, Praha 9
podací adresa:
poštovní přihrádka 02
225 02 Praha 025

Tel: +420 224 004 655 / +420 773 609 580

Email: beniakovah@ctu.cz
WWW: www.ctu.cz

From: BENIAKOVÁ Hana
Sent: Tuesday, January 08, 2013 12:15 PM
To: 'jakub.lodr@t-mobile.cz'
Cc: PISKAČOVÁ Irena; CIHELKA Matěj
Subject: FW: ART 8 - T-Mobile

Vážený pane Lodre,



V příloze posílám odpověď na Váš dotaz ze dne 5.11.2012. Omlouvám se za delší termín odpovědi. Odpověď na Váš dotaz ze dne 3.1. obdržíte následně.

S pozdravem,

Ing. Hana Beniaková
Ředitelka odboru analýz trhů

Český telekomunikační úřad
Sokolovská 219, Praha 9
podací adresa:
poštovní příhrádka 02
225 02 Praha 025

Tel: +420 224 004 655 / +420 773 609 580

Email: beniakovah@ctu.cz
WWW: www.ctu.cz

From: CIHELKA Matěj
Sent: Tuesday, January 08, 2013 11:17 AM
To: BENIAKOVÁ Hana
Cc: PISKAČOVÁ Irena
Subject: ART 8 - T-Mobile

Posílám odpověď na první žádost T-Mobilu na doplnění informací v ART 8 (zaslali nám emailem 5. 11. 2012, viz příloha).

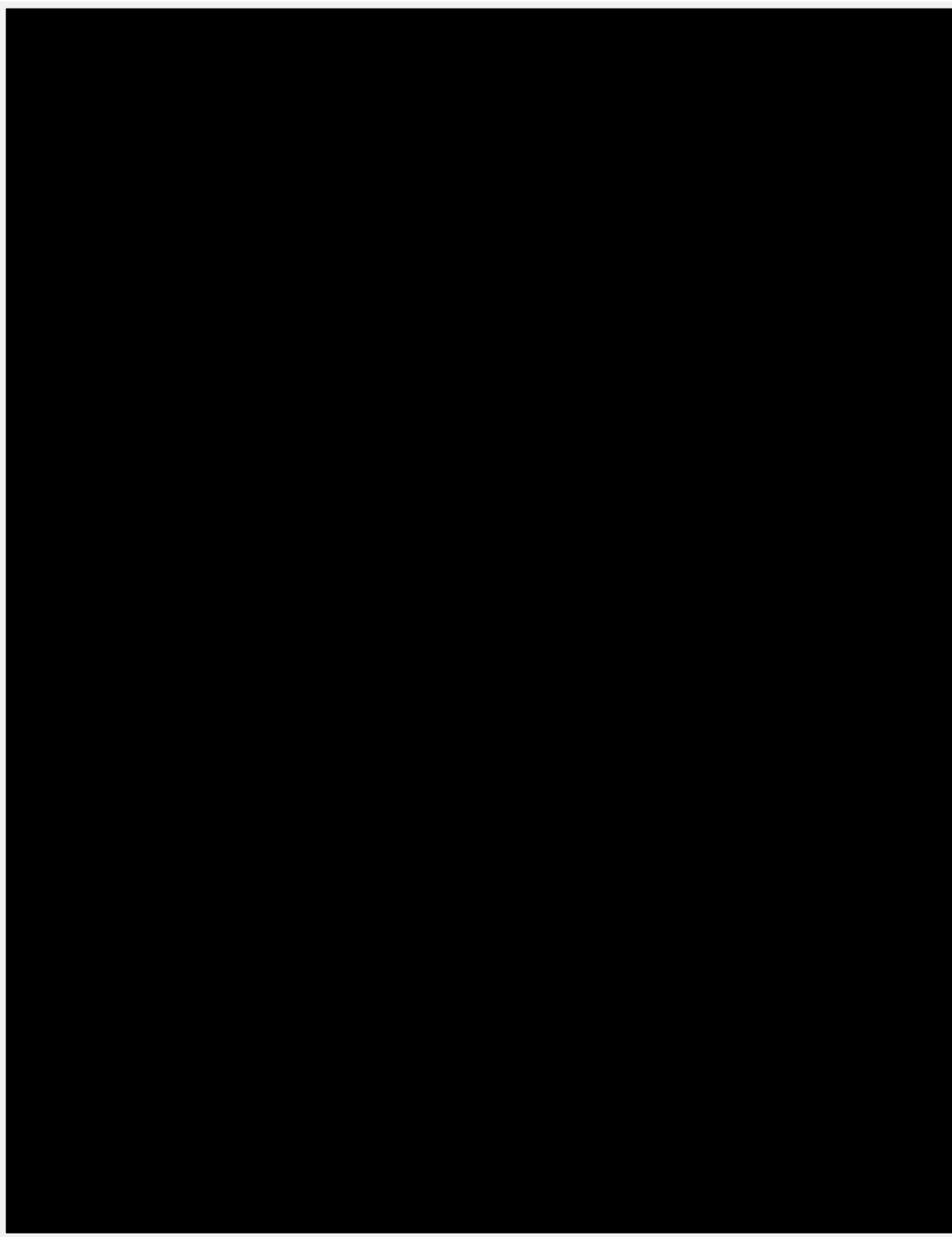
Odpověď na druhou žádost zašleme, ihned jak budeme mít odpovědi od Candole.

Po odeslání emailu panu Lodrovi prosím vytisknout, včetně všech příloh, zařadím do spisu.

Díky, M.

9. Net additions – čisté přírůstky uživatelů ČR

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ



KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ