

Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů

NÁZEV NÁVRHU ROZHODNUTÍ KE KONZULTACI:

Návrh opatření obecné povahy analýzy trhu č. A/6/XX.2014-YY, trh č. 6 – velkoobchodní koncové segmenty pronajatých okruhů bez ohledu na technologii použitou k zajištění pronajaté nebo vyhrazené kapacity, čj. ČTÚ-42 617/2014-611.

IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE DOTČENÝCH SUBJEKTŮ:

Obchodní firma, IČ:

Vodafone Czech Republic a.s., IČ 25788001

Kontaktní osoba (vč. telefonního čísla a adresy elektronické pošty):

JUDr. Ing. Martin Orgoník, +420 776 971 791, martin.orgonik@vodafone.com

DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ:

Dokument neobsahuje obchodní tajemství.

Český telekomunikační úřad bude považovat zde poskytnuté informace za důvěrné, pouze pokud je dotčený subjekt označí jako důvěrné nebo jako obchodní tajemství.

Český telekomunikační úřad si vyhrazuje právo použít poskytnuté údaje, s výjimkou údajů označených jako důvěrné nebo jako obchodní tajemství, a tyto údaje též uveřejnit podle Pravidel Českého telekomunikačního úřadu pro vedení konzultací na diskusním místě.

Datum: 28. 7. 2014

Jméno, příjmení, funkce oprávněných osob:

Richard Stonavský, ředitel pro regulaci a vnější vztahy, Vodafone Czech Republic a.s.

Odesláno prostřednictvím e-mailu se zaručeným elektronickým podpisem.

Společnost Vodafone Czech Republic a.s. (dále jen „Vodafone“) si dovoluje nejprve vyjádřit své stanovisko, a z něj poté odvodit připomínky ke konkrétním částem (opačné členění oproti ČTÚ).

STANOVISKA A NÁZORY K NÁVRHU OPATŘENÍ

Český telekomunikační úřad (dále jen „ČTÚ“) vydal návrh analýzy relevantního trhu č. 6 – velkoobchodní koncové segmenty pronajatých okruhů bez ohledu na technologii použitou k zajištění pronajaté nebo vyhrazené kapacity (dále také jen „návrh analýzy“) a předložil do národní konzultace po úpravách, které reagovaly na připomínky Evropské komise vydané k původnímu návrhu analýzy ze dne 5. 5. 2014 (dále jen „původní návrh“).

Vodafone, jakožto významný odběratel pronajatých okruhů na celém území ČR, je přesvědčen, že trh pronajatých okruhů v České republice není v několika segmentech efektivně konkurenční a současný návrh analýzy tuto skutečnost nezohledňuje ani nepředkládá dostatečná data k jejímu posouzení.

Návrh analýzy se zabývá pouze velice úzkou výsečí trhu (velkoobchodně realizovanými pronajatými okruhy) a nemůže tudíž posoudit celý rozsah trhu a tržní problémy, které s sebou nízka míra konkurence v některých segmentech přináší. Návrh analýzy proto není relevantním podkladem pro posouzení tržní síly společnosti O2 Czech Republic a.s. (dále jen „O2“), neboť nezohledňuje velkou část relevantních hledisek, zejm. nezohledňuje tržní podíly dosažené na maloobchodním trhu a tržní podíly podle tržeb.

Vodafone je přesvědčen, že O2 poskytuje vysokokapacitní pronajaté okruhy svým odběratelům a současně konkurentům za excesivních cenových podmínek a neposkytuje dostatek informací ohledně trasy a umístění současných a plánovaných tras.

K vybraným otázkám a formám narušení konkurenčního prostředí se Vodafone vyjadřuje níže.

PŘIPOMÍNKY K JEDNOTLIVÝM ČÁSTEM/USTANOVENÍM NÁVRHU OPATŘENÍ

Nedostatečná analýza tržního podílu

Dle názoru společnosti Vodafone trpí analýza vážnou věcnou i procesní vadou, neboť tržní síla společnosti O2 není analyzována rovněž s ohledem (i) tržní podíl na maloobchodním trhu a (ii) tržní podíl vypočtený podle tržeb.

- i. Nezohlednění maloobchodního prodeje způsobuje, že analýza se zabývá pouze částí skutečného trhu. Samozásobením (tzv. self-supply) není v analýze nikterak zohledněno. Tržní podíly jsou počítány toliko na velkoobchodním trhu, tj. případy, kdy jeden operátor nakupuje od jiného operátora pronajaté okruhy velkoobchodně. Skutečná tržní síla daného operátora, která se skládá ze souhrnu přeprodaných a zároveň vlastních okruhů, není touto analýzou určena. Analýza tedy není schopna reflektovat skutečný rozsah trhu a posoudit, zda společnost O2 je dominantem, resp. SMP operátorem, v jednotlivých segmentech na maloobchodním trhu. ČTÚ si je vědom propojení maloobchodního a velkoobchodního trhu také z jiných relevantních trhů. Pro ilustraci se nabízí např. porovnání k relevantním trhům č. 4 a 5, na nichž je O2 shledána dominantní nejprve na maloobchodním trhu, z čehož vyplývají povinnosti na velkoobchodním trhu.

- ii. Tržní podíly určuje návrh analýzy výhradně na základě jednotkového počtu velkoobchodně realizovaných okruhů. Analýza tedy nerozlišuje mezi pronajatými okruhy podle výše jejich ceny, která se může lišit až o stovky procent. Tržní podíly podle jednotkového počtu nebo fyzikálních jednotek lze však měřit pouze v případě, že analyzovaný produkt je dostatečně homogenní a měřené jednotky jsou navzájem srovnatelné. Toto však není případ pronajatých okruhů vyšších rychlostí, neboť tyto okruhy stojí desítky až stovky tisíc korun a jejich cena je společností O2 určována individuálně.

Zohlednění základního vstupu nenasvíceného vlákna („dark fiber“)

Společnost Vodafone by ráda upozornila na nedávný rakouský případ analýzy trhu č. 6, v němž Evropská komise souhlasila s precedentským zahrnutím nenasvícených vláken (dark fiber) do věcné definice trhu i do nápravných opatření¹. Komise souhlasila se zohledněním dark fiber, ale vyzvala rakouského regulátora, aby při určování míry substituce mezi dark fiber a pronajatými okruhy „očistil“ citlivost zákazníků k přechodu na dark fiber o dodatečné náklady související s jeho využitím. Neboť se jedná o jednotky tisíc korun dodatečných nákladů (a na těchto okruzích je zpravidla realizovaná služba na vyšší úrovni), nejde z pohledu Vodafonu o zásadní připomínku Komise, ale pouze o metodické usměrnění.

Analýza zohledňující nenasvícená vlákna by umožnila lépe posoudit tržní sílu nikoliv pouze tržní podíl společnosti O2, což je v současné situaci, kdy společnost O2 disponuje rozsáhlými optickými sítěmi velmi příhodné. Z pohledu Vodafonu svědčí k zohlednění dark fiber zejm. dostatečná míra substituce mezi vysokokapacitními pronajatými okruhy a nenasvíceným vláknem i na českém trhu.

Společnost Vodafone také dlouhodobě poukazuje na důležitost vysokokapacitních pronajatých okruhů a dark fiber pro výstavbu mobilních datových sítí. Právě mobilní operátoři jsou jedni z klíčových odběratelů pronajatých okruhů, resp. dark fiber v tomto segmentu. Podmínky pro rozšiřování mobilní optické backhaulové sítě v mimoměstských oblastech, kde má výsadní postavení O2, mohou mít vliv na celý trh mobilní telefonie a přeneseně tak na efektivitu relevantního trhu č. 8. Analýza tuto skutečnost bohužel nereflektuje.

Struktura segmentů podle rychlosti

Otázka segmentace byla již předmětem výhrad Evropské komise k původnímu návrhu analýzy. Dle svého oficiálního vyjádření Komise vytykala především absenci údajů podporujících navrhovanou segmentaci.

Dle názoru Vodafonu ani návrat k původnímu historickému rozdělení segmentů dle rychlostí neodpovídá současné struktuře poptávky a nabídky na trhu. Od poslední analýzy došlo k technologickému vývoji i vývoji na straně poptávky a nabídky a tudíž „tradiční“ rozdělení na segment A s rychlostí nepřevyšující 2 Mbit/s a segment B s rychlostí nad 2 Mbit/s není příhodné.

Společnost Vodafone navrhuje, aby hranice tržního podílu 2Mbit byla s ohledem na technologický vývoj zvýšena na 20 Mbit/s. Hypotetický test SNIPP by dle názoru Vodafonu pravděpodobně prokázal, že existuje nepřerušovaný řetězec substituce mezi těmito dvěma částmi trhu. Z návrhu analýzy nadto plyne, že rostou požadavky zákazníků, kteří potřebují vyšší kapacity, a proto migrují z kategorie do 2 Mbit/s na vyšší rychlosti do 20 Mbit/s. Tomuto trendu se přizpůsobuje i nabídková strana trhu (viz řádek 892 návrhu analýzy).

¹ Commission Decision concerning Case AT/2014/1599: Wholesale terminating segments of leased lines in Austria, C(2014) 3966 final, Brussels, 6. 6. 2014

Nadto, součet tržního podílu O2 v segmentu do 2Mbit/s ve výši 70,48% (řádek 1011) + tržní podíl mezi 2 a 20 Mbit/s bez zahrnutí samozásobení (33,1 % – viz původní návrh analýzy, řádek 1034) indikuje, že O2 dominuje na obou těchto dílčích segmentech a že tyto dvě části trhu mají být analyzovány jako jedna.

Geografická segmentace

Dle Vodafonu i v novém návrhu analýzy zcela chybí informace o tom, že O2 aplikuje nepřiměřené ceny v mimoměstských oblastech, kde prakticky neexistuje konkurence pro pronajaté okruhy s vyššími rychlostmi. Důvodem je neexistence optické sítě alternativních poskytovatelů v těchto regionech.

Vodafone proto navrhuje zohlednit geografickou segmentaci a předkládá důkazy, které dokládají samostatnou existenci „mimoměstského“ geografického segmentu:

- i. O2 cenově diferencuje všechny své produkty na velkoobchodě podle lokality.
- ii. Ve městech efektivně působí mnohem více konkurentů než mimo město. Obdobná situace vedla v Rakousku k přísné regulaci a její korekci vyloučením 359 komun na základě geografické segmentace.
- iii. Ceny produktů v oblastech, kde O2 nemá konkurenci, jsou dlouhodobě konstantní, ačkoliv celkové ceny v telekomunikacích po dobu posledních 8 let významně klesají.

OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ – ZAČÁTEK ... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ – KONEC.

Excesivní cenové podmínky

Společnost Vodafone považuje za excesivní poplatek odváděný společností O2 za propojení (tzv. poplatky za hrdlo). Návrh analýzy uvádí na ř. 817, že kromě velkoobchodních nabídek RACO všechny ostatní nabídky O2 zahrnují i pronájem přenosové kapacity v rámci páteřních úseků pronajatých okruhů. Ve skutečnosti i podle návrhu analýzy je „backhaulování“ těchto pronajatých okruhů již jednou uhrazeno, a proto společnost Vodafone považuje další poplatek za propojení bez ekvivalentního protiplnění za excesivní. **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ – ZAČÁTEK ... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ – KONEC**

Společnosti Vodafone není známo, že by některý jiný subjekt v České republice požadoval při velkoobchodním poskytování služeb tento druh poplatku. Dle názoru Vodafonu je tento poplatek neodůvodněný a ilustruje vysokou míru nezávislosti společnosti O2 na jejích odběratelích i konkurentech. Společnost Vodafone proto navrhuje, aby byla analýzou určena neodůvodněnost tohoto poplatku.

Klíčové indikátory výkonnosti – KPI

Vodafone závěrem navrhuje uložení povinností KPI, které v současném návrhu zcela chybí – Vodafone navrhuje, aby součástí KPI pro zřízení bylo i měření reakční doby na poptávku, tj. „doba pro odpověď na předběžnou objednávku“ – v terminologii O2 jde o „ODS“. **OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ – ZAČÁTEK ... OBCHODNÍ TAJEMSTVÍ – KONEC**

Nekonzistentní údaje o relevantním trhu

Analýza dle názoru Vodafonu vychází z nekonzistentních dat ohledně počtu okruhů jednotlivých subjektů. V analýze například nejsou uvedena data za poskytovatele ČD Telematika. Analýza zřejmě nezohledňuje ani

optické linky prodávané O2 (graf na řádce 865). Na řádce 1427 je nepravděpodobné, aby VF měl větší podíl v segmentu B než společnost GTS, apod.

— *** —