

**Český telekomunikační úřad**

Sokolovská 219
poštovní příhrádka 02
225 02 Praha 025

k čj. ČTÚ-43 508/2018-611

Zasláno na e-mailovou adresu podatelna@ctu.cz

Formulář pro uplatnění připomínek, stanovisek a názorů**NÁZEV NÁVRHU OPATŘENÍ KE KONZULTACI**

Analýza velkoobchodního trhu mobilních služeb

IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Obchodní firma: Vodafone Czech Republic a.s.

IČ: 25788001

Kontaktní osoba: Ing. Erik Langer, MA, erik.langer@vodafone.com

DŮVĚRNOST POSKYTNUTÝCH INFORMACÍ

Tato verze připomínek neobsahuje obchodní tajemství společnosti Vodafone Czech Republic a.s.

8. dubna 2019



1 Shrnutí

- 1.1 Vodafone Czech Republic a.s. („Vodafone“) vítá příležitost připomínkovat Předběžnou analýzu velkoobchodního trhu mobilních služeb („Předběžná analýza“), kterou Český telekomunikační úřad („ČTÚ“) zveřejnil k veřejné konzultaci.¹
- 1.2 Trh přístupu a originace v mobilních sítích k mobilním službám, který je předmětem testu tří kritérií a Předběžné analýzy, nepatří mezi relevantní trhy regulované za strany ČTÚ a byl Evropskou komisí v roce 2007 vyřazen ze seznamu relevantních trhů pro ex ante regulaci. ČTÚ vyhodnotil test tří kritérií (tzn. nutnou podmínku pro uplatnění ex ante regulace) pro mobilní trh dvakrát ve dvou po sobě následujících letech (v roce 2016 a v roce 2017), a to s opačným závěrem i přesto, že rozdíl v těchto trzích jsou jen služby sítě LTE, které jsou na velkoobchodním trhu regulované prostřednictvím závazků z aukcí rádiových kmitočtů. Existenci regulace přístupu a cenových podmínek v LTE sítích test tří kritérií ani Předběžná analýza nezohledňuje a další regulační intervence prostřednictvím analýzy trhu mobilních služeb by nebyla proporcionální. Z konečné verze testu tří kritérií z roku 2018 ale vyplývá, že i samotný závěr ČTÚ analýzy replikovatelnosti byl ve skutečnosti jiný než ČTÚ prezentoval ve svých závěrech pro veřejnou konzultaci a argumentace ČTÚ ve prospěch splnění testu tří kritérií není platná. Test tří kritérií pro velkoobchodní trh mobilních služeb proto není naplněn. Podle regulačního rámce EU neexistuje odůvodnění pro vznik podle terminologie ČTÚ „předběžné“ „(pre)analýzy“ neexistujícího relevantního trhu, která je předmětem současné veřejné konzultace. Není proto možné postupovat dál v procesu analýzy relevantního trhu směrem k uplatnění ex ante regulace.
- 1.3 ČTÚ v Předběžné analýze vymezuje maloobchodní trh mobilních služeb pro rezidentní zákazníky (obsahující (i) mobilní tarify s daty a (ii) mobilní internet, tzn. samostatné mobilní datové služby) za účelem definování velkoobchodního trhu, který je předmětem následné analýzy společné významné tržní síly. ČTÚ identifikoval soutěžní problémy na základě analýzy vymezeného maloobchodního trhu pro rezidentní zákazníky a neanalyzoval mobilní tarify bez dat ani trh pro firemní zákazníky. Předběžná analýza ale definuje jeden velkoobchodní trh ke všem mobilním službám bez zákaznické (rezidentní/firemní) nebo produktové segmentace. Není odůvodněné ani proporcionální, aby na základě předložené analýzy ČTÚ uvažoval o uplatnění ex ante regulace na velkoobchodním trhu bez návaznosti na rezidentní zákazníky, například celém velkoobchodním trhu mobilních služeb.
- 1.4 V připomínkách zdůrazňujeme, že závěry Předběžné analýzy ČTÚ ohledně existence společné významné tržní síly („tacitní koluze“) tří mobilních síťových operátorů T-Mobile, O2 a Vodafone nejsou správná. Navíc závěry ČTÚ nejsou konzistentní ani s výsledky analýzy příslušných kritérií a dat v Předběžné analýze, která jsou pro takový závěr potřebná. Předběžná analýza nezohledňuje důležité aspekty fungování trhu mobilních služeb, zejména při hodnocení naplnění „Airtours“ kritérií, která musí být pro existenci společné významné tržní síly splněna kumulativně.
- 1.5 Závěry Předběžné analýzy nejsou správná zejména z následujících důvodů, které uvádíme v připomínkách:
 - Kritérium 1: způsobilost trhu k tacitní koluzi:
 - o **Ceníkové ceny, identifikované v Předběžné analýze jako jediný možný referenční bod, nemohou sloužit jako referenční bod ukazující způsobilost trhu k tacitní koluzi:** (i) ČTÚ v Předběžné analýze dospěl k závěru o neexistenci referenčního bodu na velkoobchodním trhu, (ii) ČTÚ analýza replikovatelnosti v testu tří kritérií dokazuje, že na velkoobchodním trhu neexistuje referenční bod, (iii) situace na velkoobchodním trhu jednoznačně indikuje neexistenci referenčního bodu, (iv) posuzování referenčního bodu na maloobchodním trhu není relevantní v případě přímého vyhodnocení referenčního bodu na velkoobchodní úrovni, a (v) ani na maloobchodním trhu nemůže být ceníková

¹ <https://www.ctu.cz/sdeleni-o-zahajeni-konzultace-k-predbezne-analyze-velkoobchodniho-trhu-mobilnich-sluzeb>.



cena referenčním bodem pro tacitní koluzi kvůli významnému podílu slev z ceníkových cen a různorodosti služeb.

- **Absence symetrického postavení tří operátorů, klíčový indikátor způsobilosti trhu k tacitní koluzi, ukazuje, že na trhu neexistuje tacitní koluze.** Symetrické postavení MNO je nevyhnutným předpokladem způsobilosti trhu k tacitní koluzi: ovlivňuje totiž schopnost a incentiv MNO dosáhnout společnou strategii, její výhodnost a udržitelnost v čase. Vyhodnocované parametry pro toto kritérium ukazují, že tržní podíly nejsou podobné [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ].
Předběžná analýza nezohledňuje dopady sdílení sítí O2 a T-Mobile přispívající k výrazné asymetrii mezi sdílejícími operátory a třetím MNO Vodafone, zejména ve struktuře a úrovni nákladů. Sdílení sítí má proto dopad na rozdílnou ziskovost MNO: Vodafone 8%, T-Mobile 17%, O2 27%, podle metodologie ČTÚ. Podle Předběžná analýzy operátoři O2 a T-Mobile, kteří sdílejí sítě, reprezentují 93% čistého zisku v roce 2017, zatímco třetí MNO Vodafone jen 7%. To vypovídá o nesymetrickém postavení MNO a o odlišné motivaci pro hypotetickou participaci na společné strategii třech MNO – je proto jedním z klíčových faktorů pro nezpůsobilost trhu k tacitní koluzi.
- **Kritéria pro existenci tacitní koluze musí být splněna kumulativně. Nesplnění kritéria 1, tzn. nezpůsobilost trhu k tacitní koluzi, znamená, že celkový závěr Předběžné analýzy musí indikovat neexistenci společné významné tržní síly (tacitní koluze) tří MNO a nelze na něm uplatnit regulaci ex ante.**
- Kritérium 2: možnost monitorování odklonů od společné strategie (transparentnost):
 - **Transparentnost trhu, jako nutná podmínka pro možnost monitorování odklonů od potenciální společné strategie, není splněna.** Podle závěru Předběžné analýzy je velkoobchodní trh netransparentní, a i když to pro závěr o netransparentnosti velkoobchodního trhu není potřebné, ani maloobchodní trh není transparentní kvůli významnému podílu slev z ceníkových cen a různorodosti nabízených produktů. To potvrzuje i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže v závěrech sektorového šetření.
 - **Posouzení vazeb mezi subjekty jako faktoru zvyšující transparentnost trhu zpochybňuje kvalitu a kredibilitu Předběžné analýzy.** Předběžná analýza formuluje závěr, že z hlediska sdílení sítí mezi O2 a T-Mobile neshledala existenci vazeb mezi subjekty (které si podle Předběžné analýzy předávají informace o základní infrastruktuře). Na druhé straně ale v případě existence APMS (kde neprobíhá výměna informací o infrastruktuře jako mezi sdílejícími subjekty) shledal „určitou možnost existence vazeb mezi subjekty“. Předběžná analýza je v tomto vyhodnocení zjevně nekonzistentní. Z pohledu posouzení tacitní koluze APMS nemůže přispět k vazbám mezi subjekty.
 - **Kritéria pro existenci tacitní koluze musí být splněna kumulativně. Nesplnění kritéria 2, tzn. nemožnost monitorování hypotetické společné strategie kvůli netransparentnosti trhu a absenci vazeb mezi třemi operátory znamená, že celkový závěr Předběžné analýzy musí indikovat neexistenci společné významné tržní síly (tacitní koluze) tří MNO a nelze na něm uplatnit regulaci ex ante.**
- Kritérium 3: účinný odvetný mechanismus: ČTÚ neprokázal existenci kredibilního účinného odvetného mechanismu, který je důležitý pro udržitelnost tacitní koluze v čase. Každý operátor musí mít motivaci (incentiv) neodchýlit se od společné strategie, protože účastníci tacitní koluze benefitují ze společné strategie pouze v případě, když ji dodržují všichni. Odvetný mechanismus v Předběžné analýze (okamžitá reakce na změnu ceny) je zároveň konzistentní s cenovou



konkurencí na trhu. Odvetný mechanismus není kredibilní při výrazně asymetrickém postavení MNO – dopad odvetného mechanismu na jednotlivé operátory by byl odlišný, což ovlivňuje jeho účinnost. Zároveň udržitelnost společné strategie v čase vyžaduje, aby MNO vytvořili zisk vyšší než je konkurenční úroveň zisku po určité dobu: operátor s nižší ziskovostí by neměl motivaci chránit (neexistující) dlouhodobou ziskovost nad rámec konkurenčního zisku. Hypotetická tacitní koluze by nebyla udržitelná v čase.

- Kritérium 4: reakce subjektů stojících mimo společnou strategii:
 - o Podle ČTÚ budou případné dopady aukce rádiových kmitočtů až za hranici časového období analýzy. Podle časového plánu ale **dopady aukce a případného nového operátora budou v rámci časového období analýzy do tří let.**
 - o Pro závěr o kompenzační síle na straně poptávky je podstatné to, jestli spotřebitelé jsou nebo nejsou schopni ohrozit společnou strategii, kterou ČTÚ definuje jako úroveň ceníkových cen. Z dat v Předběžné analýze o velkém podílu slevových nabídek z ceníkových cen vyplývá, že **existuje alespoň částečná kompenzační síla na straně poptávky, která je ale dostačující pro schopnost zákazníků ohrozit nebo dokonce znemožnit případnou hypotetickou tacitní koluzi ve vztahu k ceníkovým cenám.**

1.6 Kritéria pro existenci společné významné tržní síly nejsou splněna kumulativně, tzn. neexistuje společná významná tržní síla (tacitní koluze) tří MNO. Podle regulačního rámce EU není možné na velkoobchodním trhu mobilních služeb uplatnit regulaci ex ante.

1.7 Připomínky společnosti Vodafone uplatňujeme v následující struktuře:

1 Shrnutí	2
2 Nesplnění testu tří kritérií a neexistence relevantního trhu pro regulaci ex ante podle regulačního rámce EU	5
3 Vymezení maloobchodního a velkoobchodního trhu	6
4 Vyhodnocení kritérií pro analýzu společné významné tržní síly (tacitní koluze)	7
„Airtours“ kritéria jako metodologický rámec analýzy společné významné tržní síly (tacitní koluze)	8
Kritérium 1: způsobilost trhu k tacitní koluzi.....	9
A. Existence referenčního bodu	9
B. Symetrické postavení.....	13
Kritérium 2: možnost monitorování odklonů od společné strategie (transparentnost).....	18
A. Transparentnost	18
B. Vazby mezi subjekty	20
Kritérium 3: účinný odvetný mechanismus.....	21
Kritérium 4: reakce subjektů stojících mimo společnou strategii.....	23



2 Nesplnění testu tří kritérií a neexistence relevantního trhu pro regulaci ex ante podle regulačního rámce EU

- 2.1 Velkoobchodní trh mobilních služeb v současnosti nepatří mezi relevantní trhy regulované za strany ČTÚ. Doporučení Komise 2014/710/EU ze dne 9. října 2014 o relevantních trzích produktů a služeb v odvětví elektronických komunikací, které připadají v úvahu pro regulaci ex ante („Doporučení o relevantních trzích“) stanovuje tři kritéria pro identifikaci nových trhů vnitrostátními regulačními orgány pro ex ante regulaci:

„Při identifikaci jiných trhů než trhů uvedených v příloze by vnitrostátní regulační orgány měly prokázat, a Komise ověřit, že jsou kumulativně splněna následující tři kritéria:

a) existence značných a nikoli dočasných strukturálních, právních nebo regulačních překážek vstupu;

b) struktura trhu, který v daném časovém horizontu nesměřuje k účinné hospodářské soutěži, a to s ohledem na stav hospodářské soutěže založené na infrastruktuře a jiné hospodářské soutěže, které vyvolávají překážky vstupu;

c) samo právo hospodářské soutěže je nedostatečné, aby dostatečně reagovalo na uvedené(a) selhání trhu.²

- 2.2 ČTÚ v roce 2017 zveřejnil návrh testu tří kritérií³ a společnost Vodafone v rámci veřejné konzultace zaslala ČTÚ připomínky se závěrem, že test tří kritérií pro trh mobilních služeb není splněn.⁴ ČTÚ v roce 2018 zveřejnil konečnou verzi testu tří kritérií pro trh mobilních služeb se závěrem, že test tří kritérií je splněn a velkoobchodní trh přístupu k mobilním službám je trhem vhodným pro ex ante regulaci.⁵

- 2.3 Trh přístupu a originace v mobilních sítích k mobilním službám, který je předmětem testu tří kritérií a Předběžné analýzy, byl Evropskou komisí v roce 2007 vyřazen ze seznamu relevantních trhů pro ex ante regulaci. V roce 2016 ČTÚ vyhodnotil test tří kritérií mobilního trhu (v rámci analýzy trhu č. 8 bez mobilních služeb prostřednictvím sítí LTE) se závěrem, že trh nesplňuje žádné ze tří kritérií. Test tří kritérií v roce 2017 dospěl k opačnému závěru, že všechna tři kritéria jsou splněna. ČTÚ tedy vyhodnotil test tří kritérií pro mobilní trh dvakrát ve dvou po sobě následujících letech, a to s opačným závěrem i přesto, že rozdíl v těchto trzích jsou jen služby sítí LTE, které jsou na velkoobchodním trhu regulované prostřednictvím závazků z aukcí z roku 2013 a 2016. Existenci regulace přístupu a cenových podmínek v LTE sítích test tří kritérií nezohledňuje v analýze naplnění tří kritérií. V souvislosti s replikovatelností nabídek na maloobchodním trhu má existující regulace přístupu a cenových podmínek zabezpečovat ziskové podnikání stejně efektivnímu operátorovi v LTE sítích, a proto již existuje nástroj regulace, který má přímo za cíl replikovatelnost zabezpečovat. Další regulační intervence prostřednictvím analýzy trhu mobilních služeb by nebyla proporcionální a znamenala by použití různých regulačních intervencí na vyřešení problému identifikovaného regulátorem.

- 2.4 V konečné verzi testu tří kritérií ČTÚ zveřejnil navíc oproti verzi pro veřejnou konzultaci mimo jiného závěry analýzy replikovatelnosti nabídek virtuálními operátory na základě velkoobchodních cen. Ve verzi pro veřejnou konzultaci tyto informace nebyly (analýza byla označena jako obchodní tajemství a nebyla zveřejněna) a společnost Vodafone se k nim nemohla vyjádřit. ČTÚ v konečné verzi testu tří kritérií uvádí: „Výsledkem [posouzení replikovatelnosti] bylo zjištění, že u jednoho z MNO je marže vůči retenčním cenám u datových služeb vždy záporná, zatímco oproti ceníkovým cenám je záporná u 7 z 11 srovnávaných služeb. U dalšího z MNO zjistil Úřad kladnou marži pouze u levnějších tarifů s nižší spotřebou

² Evropská komise, „Doporučení Komise ze dne 9. října 2014 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“, 11. 10. 2014, odstavec 2.

³ <https://www.ctu.cz/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-navrhu-testu-tri-kriterii-pro-trh-mobilnich-sluzeb>.

⁴ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/vyzva-k-uplatneni-pripominek-k-navrhu-testu-tri-kriterii-pro-trh-mobilnich-sluzeb/obrazky/pripominkyvodafone171017bezobchodnihotajemstvi.pdf>.

⁵ <https://www.ctu.cz/trh-mobilnich-sluzeb/3k-test>.



a konečně u posledního MNO byly naopak marže kladné u téměř celého portfolia maloobchodních služeb.⁶ Společnost Vodafone uvedla ve svých připomínkách k návrhu testu tří kritérií, že koncept replikovatelnosti je aplikován selektivně a chybí i koncepční odůvodnění, z jakého důvodu by na neregulovaném trhu měla být dokázána nebo garantována replikovatelnost konkrétních (nebo všech) tarifů MNO, v jakých segmentech, s jakou metodologií a pro jaký typ MVNO by tato replikovatelnost měla být splněna. Z dodatečných informací v konečné verzi testu tří kritérií ale vyplývá, že i samotný závěr analýzy replikovatelnosti byl ve skutečnosti jiný, než prezentoval ve svých závěrech ČTÚ. ČTÚ v testu tří kritérií prezentoval závěr, že „v rámci vyhodnocení rozvoje konkurence shledal překážky rozvoje konkurence pro MVNO ze strany MNO, a to zejména z důvodu replikovatelnosti nabídek, neboť i přes pokles velkoobchodních cen není zajištěna replikovatelnost nabídek virtuálními operátory“.⁷ Skutečný závěr analýzy ale byl, že replikovatelnost je zajištěna u jednoho MNO a u dalšího MNO pro část portfolia (i když, jak jsme zmínili, metodologie analýzy nebyla zveřejněna a není možné ji hodnotit). Argument, že není zajištěna replikovatelnost nabídek, byl klíčový pro splnění druhého kritéria testu tří kritérií, a proto pro celkové splnění testu tří kritérií. Ukázalo se ale, že závěry vlastní analýzy ČTÚ v rámci konečné verze testu tří kritérií tomuto závěru odporují a argumentace ČTÚ ve prospěch splnění testu tří kritérií není platná.

- 2.5 Test tří kritérií pro velkoobchodní trh mobilních služeb není naplněn a tento trh nebyl přidán na seznam relevantních trhů pro analýzy relevantních trhů ze strany ČTÚ. V rámci procesu analýz relevantních trhů a regulačního rámce EU proto neexistuje odůvodnění pro vznik podle terminologie ČTÚ „předběžné“ „(pre)analýzy“ neexistujícího relevantního trhu, která je předmětem současné veřejné konzultace. Není proto možné postupovat dál v procesu analýzy relevantního trhu směrem k uplatnění ex ante regulace.

3 Vymezení maloobchodního a velkoobchodního trhu

- 3.1 ČTÚ v Předběžné analýze vymezuje maloobchodní trh mobilních služeb pro rezidentní zákazníky za účelem definování velkoobchodního trhu, který je předmětem následné analýzy společné významné tržní síly:
- **Maloobchodní trh:** Ve věcném vymezení maloobchodním trhu ČTÚ rozlišuje dva segmenty: (i) mobilní tarify s daty obsahující mobilní hlasové služby, SMS a internet v mobilu (segment A) a (ii) mobilní internet, tzn. samostatné mobilní datové služby (segment B). Tyto segmenty dál rozděluje podle zákaznické segmentace na rezidentní zákazníky (domácnosti) a firemní zákazníky. ČTÚ se v analýze zabýval trhem mobilních služeb pro rezidentní zákazníky, tzn. sub-segmenty A1 (mobilní tarify s daty pro rezidentní zákazníky) a B1 (mobilní internet pro rezidentní zákazníky). ČTÚ se nezabývá mobilními tarify bez dat.
 - **Velkoobchodní trh:** Předběžná analýza do vymezení „velkoobchodního trhu mobilních služeb pro rezidentní zákazníky“ zahrnuje mobilní hlasové volání, služby SMS a mobilní datové služby (internet v mobilu a mobilní internet), poskytované prostřednictvím velkoobchodních smluv nebo samotnými MNO formou samozásobení. ČTÚ definuje jeden velkoobchodní trh ke všem mobilním službám bez zákaznické (rezidentní/firemní) nebo produktové segmentace.⁸
- 3.2 **Absence analýzy úrovně substituce mezi mobilními službami:** Předběžná analýza uvádí, že „[f]iremní zákazníci tak v obou segmentech (A, B) dosahují zpravidla nižších jednotkových cen za jednotlivé dílčí služby, obsažené v tarifech (hlas, SMS, data)“.⁹ Tabulky, na které odkazuje, ale obsahují ARPU (průměrný výnos na zákazníka) a ne ceny. Navíc ARPU pro rezidentní zákazníky bylo v roce 2016 pro mobilní tarify

⁶ Test tří kritérií pro Trh mobilních služeb (<https://www.ctu.cz/trh-mobilnich-sluzeb/3k-test>), str. 36.

⁷ Test tří kritérií pro Trh mobilních služeb, str. 75.

⁸ Předběžná analýza, str. 38-39.

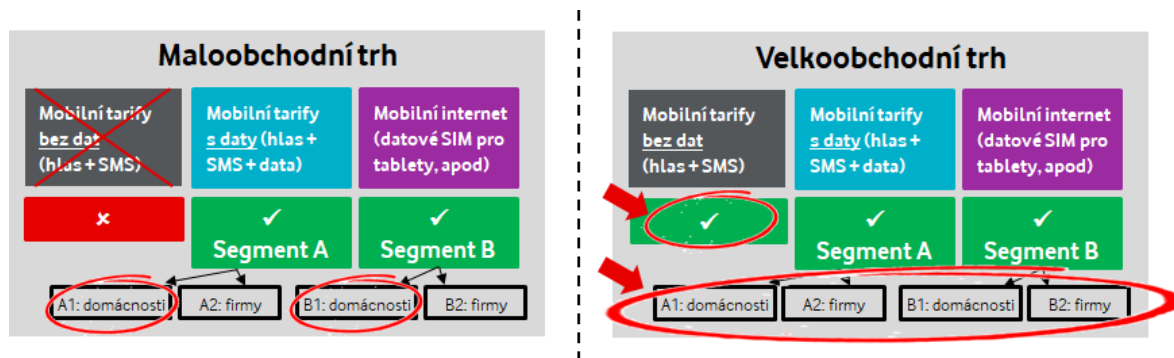
⁹ Předběžná analýza, str. 26.



s daty v průměru 278 Kč (262 Kč v roce 2017) a pro firemní zákazníky 273 Kč (269 Kč v roce 2017), tzn. není vůbec zřejmé, z jakých dat a analýzy ČTÚ vychází závěr, že existuje „značný cenový rozdíl“.¹⁰ Navíc absence analýzy úrovně substituce mezi mobilními službami¹¹ na úrovni různých druhů služeb/produktů je významným metodologickým nedostatkem vymezení trhu v Předběžné analýze.

- 3.3 Segmentace velkoobchodního trhu bez návaznosti na rezidentní zákazníky: Předběžná analýza uvádí, že „[p]ři uvažované zákaznické (ne)segmentaci Úřad přihlédl k malému zastoupení (souhrnně pouze 4,5 % dle celkového počtu SIM karet) firemních zákazníků v portfoliích všech MVNO – vymezený velkoobchodní trh je tak de facto trhem pro rezidentní zákazníky“.¹² ČTÚ ale do vymezení velkoobchodního trhu zahrnuje i samozásobení vertikálně integrovaných síťových operátorů. ČTÚ by měl upřesnit, jestli do velkoobchodního trhu zahrnuje jen samozásobení ve vztahu k rezidentním zákazníkům, protože jinak by neodpovídalo realitě tvrzení v Předběžné analýze, že vymezený velkoobchodní trh je „de facto trhem pro rezidentní zákazníky“.
- 3.4 Následující graf ukazuje segmenty zahrnuté v maloobchodním trhu a segmenty velkoobchodního trhu podle Předběžné analýzy.

Graf 1: Segmenty zahrnuté do maloobchodního trhu a segmenty velkoobchodního trhu podle Předběžné analýzy



- 3.5 Není odůvodněné ani proporcionální, aby na základě předložené analýzy ČTÚ uvažoval o uplatnění ex ante regulace na velkoobchodním trhu bez návaznosti na rezidentní zákazníky, například celém velkoobchodním trhu mobilních služeb.

4 Vyhodnocení kritérií pro analýzu společné významné tržní síly (tacitní koluze)

- 4.1 Předběžná analýza se po vymezení maloobchodního a velkoobchodního trhu soustřeďuje primárně na vyhodnocení kritérií pro společnou významnou tržní sílu tří mobilních síťových operátorů T-Mobile, O2 a Vodafone. V této části připomínek zdůrazňujeme, že závěry Předběžné analýzy ČTÚ ohledně existence společné významné tržní síly (tacitní koluze) tří operátorů nejsou správná. Navíc závěry ČTÚ nejsou konzistentní ani s výsledky analýzy příslušných kritérií a dat v Předběžné analýze, která jsou pro takový závěr potřebná. Předběžná analýza nezohledňuje důležité aspekty fungování trhu mobilních služeb, zejména při hodnocení naplnění „Airtours“ kritérií, která musí být pro existenci společné významné tržní síly splněna kumulativně.

¹⁰ Předběžná analýza, str. 27.

¹¹ Například formou SSNIP testu („Small but Significant Non-transitory Increase in Price“ – „SSNIP“).

¹² Předběžná analýza, str. 39.

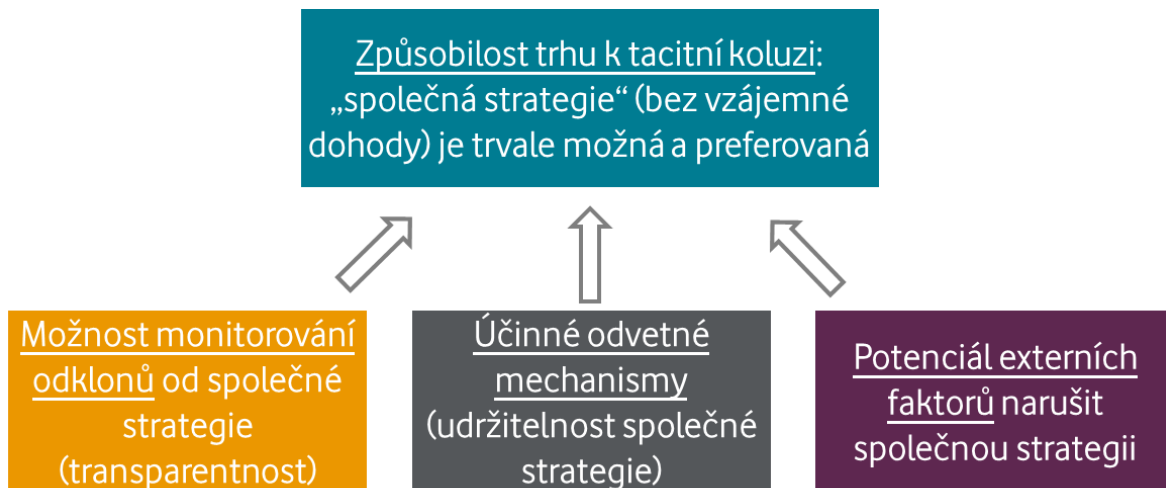


- 4.2 V této části dokumentu uvádíme naše připomínky k metodologickému rámci analýzy společné významné tržní síly (tacitní koluze) a následně k vyhodnocení jednotlivých kritérií v Předběžné analýze.

„Airtours“ kritéria jako metodologický rámec analýzy společné významné tržní síly (tacitní koluze)

- 4.3 „Airtours“ kritéria jsou správným metodologickým rámcem pro analýzu společné významné tržní síly (tacitní koluze), jako zavedený přístup v oblasti práva hospodářské soutěže.
- 4.4 Následující graf znázorňuje kritéria pro analýzu společné významné tržní síly (tacitní koluze).

Graf 2: Kritéria pro analýzu společné významné tržní síly (tacitní koluze)



- 4.5 Předběžná analýza vyhodnocuje následující kritéria pro analýzu společné významné tržní síly (tacitní koluze): (i) způsobilost trhu k tacitní koluzi prostřednictvím společné strategie („common policy“), (ii) možnost monitorování odklonů od společné strategie (tzn. transparentnost trhu), (iii) účinné odvetné mechanismy (umožňující udržitelnost společné strategie) a (iv) potenciál externích faktorů narušit společnou strategii.
- 4.6 Rozhodovací praxe regulačních úřadů ukazuje, že závěry o existující společné významné tržní síle (tacitní koluzi) jsou velmi výjimečné, i když zohledníme všechny trhy a sektory mimo telekomunikací. Za desítky let Evropská komise a soudy přijali jen několik málo rozhodnutí a rozsudků, které by vyhodnotili, že na nějakém relevantním trhu jsou naplněny charakteristiky společné významné tržní síly (tacitní koluze). Jedním z důvodů je všeobecně uznávaný princip, že regulační orgány mají důkladně vyhodnotit, jestli při regulační intervenci nehrozí tzv. „type I error“, to znamená odsouzení jako protisoutěžní takové chování na trhu, které je ve skutečnosti prosoutěžní. To by mělo na trh značně negativní důsledky,¹³ včetně dlouhodobých utlumovacích efektů na investice a inovace (prostřednictvím sníženého incentivu investovat), které jsou v sektoru mobilních telekomunikací vyznačujícím se relativně krátkým investičním cyklem velmi významné. Potenciální negativní efekt na sektor mobilních telekomunikací je o to závažnější, že mobilní telekomunikace jsou úzce provázané s digitalizací ostatních sektorů a celé ekonomiky. Toto riziko je při posuzování tacitní koluze o to větší, že prokazování tacitní koluze se nemůže spoléhat na důkazy nebo dokumenty prokazující protisoutěžní jednání – v případě tacitní koluze se totiž nejedná o žádnou nepovolenou dohodu mezi soutěžiteli ani o chování, které se dá jednoznačně prokázat například pomocí kvantitativních metod analýzy trhu. Regulační orgány proto musí před případnou

¹³ Negativní důsledky tzv. „type I error“ jsou významnější, než negativní důsledky tzv. „type II error“, tzn. posouzení jako prosoutěžní takové chování na trhu, které je ve skutečnosti protisoutěžní.



regulační intervencí na trzích důkladně zvážit, zda jsou naplněna přísně definovaná kritéria pro předpoklad o existenci společné tržní síly a zda jsou na trhu bezpochyby potvrzeny znaky tacitní koluze. Jinak jsou v případě nesprávného posouzení tacitní koluze negativní důsledky případné regulační intervence významné.

Kritérium 1: způsobilost trhu k tacitní koluzi

- 4.7 Předběžná analýza posuzuje dva aspekty, které musí být splněny, aby byl trh způsobilý k tacitní koluzi: (A) existence referenčního bodu pro tacitní koluzi a (B) symetrické postavení subjektů na trhu.

A. Existence referenčního bodu

- 4.8 Předběžná analýza uvádí, že „na základě [referenčního bodu] by se subjekty účastnící se tacitní koluze mohly orientovat a vzájemně koordinovat své jednání bez toho, aby se výslovně dohodly“ a „[r]eferenční bod tak musí být dostatečně významný [...] jednoduchý a snadno určitelný“.¹⁴ ČTÚ metodika analýz relevantních trhů¹⁵ upřesňuje: „[n]alezení společné dominance na maloobchodním trhu automaticky neznamená, že existuje dominance také na velkoobchodním trhu“ a „[ú]řad v takovém případě vždy musí dostatečným způsobem prokázat propojení mezi maloobchodním a velkoobchodním trhem, zejména způsob, jakým se tržní podmínky na maloobchodní úrovni projeví na velkoobchodním trhu“.¹⁶
- 4.9 Ohledně existence referenčního bodu v následujících připomínkách společnost Vodafone uvádí, že (i) ČTÚ v Předběžné analýze dospěl k závěru o neexistenci referenčního bodu na velkoobchodním trhu, (ii) ČTÚ analýza replikovatelnosti v testu tří kritérií dokazuje, že na velkoobchodním trhu neexistuje referenční bod, (iii) situace na velkoobchodním trhu jednoznačně indikuje neexistenci referenčního bodu, (iv) posuzování referenčního bodu na maloobchodním trhu není relevantní v případě přímého vyhodnocení referenčního bodu na velkoobchodní úrovni, a (v) ani na maloobchodním trhu nemůže být ceníková cena referenčním bodem pro tacitní koluzi kvůli významnému podílu slev z ceníkových cen a různorodosti služeb.
- 4.10 (i) ČTÚ v Předběžné analýze dospěl k závěru o neexistenci referenčního bodu na velkoobchodním trhu:
- Předběžná analýza posuzuje velkoobchodní trh mobilních služeb a na tomto trhu vyhodnocuje i kritéria společné významné tržní síly (tacitní koluze). To znamená, že je nutné vyhodnotit existenci referenčního bodu na velkoobchodním trhu.
 - Předběžná analýza uvádí následující ve vztahu k velkoobchodnímu trhu: „S ohledem na fakt, že velkoobchodní trh, na kterém jsou mezi MNO/MVNE na straně jedné a MVNO na straně druhé uzavírány komerční smlouvy, je pro potenciální účastníky tacitní koluze netransparentní, a nelze tak na něm stanovit referenční bod, neboť by nebyl způsobilý k monitorování ze strany uvažovaných účastníků tacitní koluze, posuzoval Úřad možnou existenci referenčního bodu na souvisejícím maloobchodním trhu“.¹⁷ [zvýraznění doplněno]
 - Závěr Předběžné analýzy tedy je, že na velkoobchodním trhu není možné stanovit referenční bod. Velkoobchodní trh tak nesplňuje požadovaná kritéria pro existenci společné významné tržní síly a nemůže být způsobilý k tacitní koluzi. S tímto závěrem společnost Vodafone souhlasí.

¹⁴ Předběžná analýza, str. 57.

¹⁵ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/metodika-analyz-relevantnich-trhu/obrazky/metodikaanalyzrelevantnichtrhu.pdf>.

¹⁶ ČTÚ metodika analýz relevantních trhů, str. 37.

¹⁷ Předběžná analýza, str. 57.



- **Pro vyloučení pochybností, tento závěr ČTÚ znamená, že na trhu neexistuje společná významná tržní síla (tacitní koluze), tzn. je to postačující podmínka pro neexistenci tacitní koluze. Proces analýzy relevantního trhu je tedy ukončen a bez existence významné tržní síly ČTÚ nemůže pokračovat v dalších krocích směrem k uplatnění ex ante regulace na mobilním trhu.**

4.11 (ii) ČTÚ analýza replikovatelnosti v testu tří kritérií dokazuje, že na velkoobchodním trhu neexistuje referenční bod:

- ČTÚ v konečné verzi testu tří kritérií uvádí: „*Výsledkem [posouzení replikovatelnosti] bylo zjištění, že u jednoho z MNO je marže vůči retenčním cenám u datových služeb vždy záporná, zatímco oproti ceníkovým cenám je záporná u 7 z 11 srovnávaných služeb. U dalšího z MNO zjistil Úřad kladnou marži pouze u levnějších tarifů s nižší spotřebou a konečně u posledního MNO byly naopak marže kladné u téměř celého portfolia maloobchodních služeb*“.¹⁸
- Tento závěr ČTÚ dokazuje, že velkoobchodní ceny a podmínky jednotlivých MNO jsou významně odlišné. Velkoobchodní podmínky jsou různé, nemůže existovat referenční bod na velkoobchodní úrovni a bez referenčního bodu nemůže existovat ani tacitní koluze.
- **Pro vyloučení pochybností, tento závěr ČTÚ také znamená, že na trhu neexistuje společná významná tržní síla (tacitní koluze) a je postačující podmínkou pro neexistenci tacitní koluze. ČTÚ nemůže pokračovat v dalších krocích směrem k uplatnění ex ante regulace na mobilním trhu.**

4.12 (iii) Situace na velkoobchodním trhu jednoznačně indikuje neexistenci referenčního bodu:

- Na velkoobchodním trhu působí podle vlastní analýzy ČTÚ na segmentu A (mobilní tarify s daty) 115 MVNO¹⁹ a na segmentu B (mobilní internet) 27 MVNO.²⁰ Na trhu taky působí MVNE.²¹ Každý z tří MNO²² hostuje portfolio různých MVNO, kteří si navzájem konkurují. Mají různé ceny a různé cenové a obchodní modely (ČTÚ například zmiňuje, že někteří MVNO využívají „kapacitní model“)²³, které se promítají do různých nabídek pro zákazníky.
- To je konzistentní s následujícím hodnocením velkoobchodního trhu v Předběžné analýze: „*průměrné velkoobchodní ceny za mobilní služby se u jednotlivých poskytovatelů v průběhu sledovaného období zpravidla liší*“ a „*[r]ovněž z hlediska hodnocení dalších podmínek uzavřených komerčních smluv mezi MNO/MVNE a MVNO, jak je Úřad analyzoval v provedeném T3K, vyplývá značná variabilita posuzovaných smluvních ujednání, resp. typů uzavíraných smluv, které jsou následně podkladem pro nabídky a poskytování mobilních služeb na trhu. Lze tak dovozovat, že variabilita v nastavení smluvních podmínek motivuje MVNO vybrat si toho MNO/MVNE, který nejlépe vyhovuje jejich obchodnímu záměru. Tuto skutečnost Úřad shledává jako prostředek pro posilování konkurence na velkoobchodním a přeneseně i maloobchodním trhu*“.²⁴ [zvýraznění doplněno]

¹⁸ Test tří kritérií pro Trh mobilních služeb, str. 36.

¹⁹ „Mobile virtual network operator“ – „MVNO“.

²⁰ Test tří kritérií pro Trh mobilních služeb, str. 28.

²¹ „Mobile virtual network enabler“ – „MVNE“.

²² „Mobile network operator“ – „MNO“.

²³ Předběžná analýza, str. 47.

²⁴ Předběžná analýza, str. 54.



- ČTÚ tedy v Předběžné analýze potvrzuje, že existuje významná variabilita velkoobchodních cen a smluvních ujednání, která slouží jako prostředek k posilování konkurence na velkoobchodním trhu. Tato situace na velkoobchodním trhu znamená praktickou nemožnost existence referenčního bodu na velkoobchodní úrovni umožňující tacitní koluzi tří MNO. Závěr Předběžné analýzy o existenci referenčního bodu a tacitní koluze je proto v protikladu se skutečnou situací na velkoobchodním trhu jak ji popisuje Předběžná analýza.
- Na trhu působí MVNO, kteří mají uzavřenu smlouvu o poskytování služeb s vícero velkoobchodními poskytovateli současně,²⁵ což ukazuje schopnost MVNO reagovat na výhodnější nabídku od jednoho MNO a snížit objem nakupovaných služeb od jiného MNO. Podle Předběžné analýzy není ČTÚ znám případ, kdy by ze strany MVNO došlo ke změně velkoobchodního poskytovatele mobilních služeb.²⁶ Příklad migrace, kdy MVNO změnil hostitelskou síť a svou zákaznickou bázi přenesl k jinému MNO, je DH Telecom se značkou OpenCall, který působil jako MVNO v síti Vodafone od roku 2013. V červenci 2016 veřejně oznámil ukončení působení v síti Vodafone a zahájení poskytování služeb pod značkou OpenCall v síti O2 („OpenCall powered by O2“). Mezi červencem 2016 a dubnem 2017 probíhala migrace zákazníků ze sítě Vodafone do sítě O2 a služby pod značkou OpenCall jsou nadále poskytovány pouze v síti O2. O této skutečnosti informoval ČTÚ prostřednictvím Měsíční monitorovací zprávy č. 03/2017. Tato změna ukazuje, že možnost přechodu MVNO mezi MNO existuje a byla MVNO již využita.

4.13 (iv) Posuzování referenčního bodu na maloobchodním trhu není relevantní v případě přímého vyhodnocení referenčního bodu na velkoobchodní úrovni:

- V případě, že nelze analyzovat velkoobchodní trh přímo (například při neexistenci velkoobchodních interakcí), může být informativní analýza maloobchodního trhu. To ale není případ současné analýzy velkoobchodního trhu mobilních služeb: ČTÚ velkoobchodní trh posoudil a přímo vyhodnotil nemožnost existence referenčního bodu na velkoobchodní úrovni.²⁷ Posuzování referenčního bodu na maloobchodním trhu není v tomto případě relevantní, nemůže mít dopad na zmíněné vyhodnocení velkoobchodního trhu a ani na závěr o neexistenci referenčního bodu na velkoobchodním trhu.
- Jak jsme zmínili v odstavci 4.8, podle ČTÚ metodiky analýz relevantních trhů je možné analyzovat společnou dominanci i na maloobchodním trhu. V takovém případě se ale musí následně prokázat „propojení mezi maloobchodním a velkoobchodním trhem“, tzn. podmínky na maloobchodní úrovni se musí projevat na velkoobchodní úrovni. I kdyby na maloobchodním trhu existoval referenční bod (a jak vysvětlujeme níže, v případě mobilního trhu to tak není), nijak by to nemohlo změnit již učiněný závěr ČTÚ o nemožnosti existence referenčního bodu na velkoobchodním trhu. Jinými slovy, i kdyby na maloobchodním trhu existoval referenční bod, nebylo by z definice možné prokázat „propojení mezi maloobchodním a velkoobchodním trhem“, když ČTÚ již potvrdil závěr, že na velkoobchodním trhu referenční bod neexistuje. Znamenalo by to jen, že na maloobchodním trhu referenční bod existuje, ale na velkoobchodním trhu ne – propojení mezi maloobchodní a velkoobchodní úrovní by nemohlo existovat.

4.14 (v) Ani na maloobchodním trhu nemůže být ceníková cena referenčním bodem pro tacitní koluzi kvůli významnému podílu slev z ceníkových cen a různorodosti služeb:

²⁵ Předběžná analýza, str. 52.

²⁶ Předběžná analýza, str. 52.

²⁷ Viz odstavec 4.10.



- ČTÚ v Předběžné analýze identifikuje ceníkové ceny na maloobchodním trhu jako jediný možný referenční bod: „*Úřad v rámci předběžného vyhodnocení tohoto kritéria shledal existenci referenčního bodu - ceny mobilních služeb na maloobchodním trhu, na základě kterého by se MNO mohli orientovat a vzájemně koordinovat své jednání bez toho, aby se výslovně dohodli.*“²⁸
- Předběžná analýza zároveň uvádí, že:
 - o „*[z] údajů, kterými Úřad disponuje, vyplývá, že v segmentu rezidentních zákazníků poskytuje slevu [společnost] 33 % zákazníků s aktuálně nabízenými mobilními tarify, [společnost] 22 % zákazníků s aktuálně nabízenými mobilními tarify, a [společnost] 39 % zákazníků s aktuálně nabízenými mobilními tarify. Výše průměrně poskytované slevy se u jednotlivých operátorů pohybuje od 21,22 % do 79,03 %,*“²⁹
 - o „*v průměru 31 % spotřebitelů s aktuálně nabízenými Mobilními tarify s daty, čerpá slevu,*“³⁰ a
 - o „*[m]ediánem procentních slev v rámci retenčních nabídek je hodnota 36,87 %.*“³¹
- Významný podíl zákazníků čerpající slevy z ceníkových cen potvrdil i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže („ÚOHS“) v závěrech sektorovém šetření v oblasti datových a hlasových služeb poskytovaných prostřednictvím veřejných mobilních sítí elektronických komunikací koncovým zákazníkům: „*ve skutečnosti významné procento zákazníků [mobilní datové a hlasové služby] čerpalo za ceny jiné, poskytované v rámci neveřejných, individuálně vyjednaných nabídek, zejména pak v rámci nabídek aktivizačních, či retenčních. Tímto je relativizováno tvrzení, že ceny tarifů mobilních operátorů v zahraničí v oblasti poskytování mobilních datových a hlasových služeb koncovým nefiremním zákazníkům jsou znatelně nižší, neboť ve skutečnosti zákazníci za služby platí ve značném množství případů jiné než ceníkové ceny. Je také zřejmé, že cenová hospodářská soutěž i v této době do určité míry probíhala v rámci neveřejných nabídek, přičemž konkurenční boj byl intenzivnější především při snaze získávat nové a udržet stávající zákazníky. V této souvislosti Úřad zjistil, že všichni mobilní operátoři měli a mají pro svoje pracovníky podrobné manuály, jakým způsobem postupovat a jaké slevy a výhodnější nabídky mohou zákazníkům nabízet. Manuály se však liší co do přístupu, výše možné slevy i způsobu jejího vyjednávání. Tato rozdílná obchodní strategie operátorů je spíše znakem funkční konkurence, než koluze. Možnost si individuálně vyjednat cenu a podmínky těchto služeb je atributem posilujícím soutěž a měla by být nadále podporována.*“³² [zvýraznění doplněno]
- Při významném podílu zákazníků využívajících slevy z ceníkových cen nebo neveřejné retenční a akviziční nabídky, ceníkové ceny neodráží reálně účtované ceny (jak potvrzuje ČTÚ v Předběžné analýze). Skutečné ceny jednoho MNO nejsou známy ostatním MNO a nemohou proto sloužit k „orientaci“ ani „vzájemné koordinaci“ jak nesprávně předpokládá ČTÚ. Ceníkové ceny nemají ani potenciál umožnit posouzení jaké skutečné ceny operátoři účtují a nemohou z tohoto důvodu sloužit jako referenční bod pro ukotvení společné strategie. Ta totiž ze své podstaty nemůže být založena na cenách, které nejsou skutečným odrazem cen na trhu, a využít je na dosažení koluze. Předběžná analýza navíc potvrzuje různorodost služeb nabízených na analyzovaném trhu.³³ Ceníkové ceny proto nemohou sloužit jako referenční bod ukazující způsobilost trhu k tacitní koluzi.

²⁸ Předběžná analýza, str. 59.

²⁹ Předběžná analýza, str. 23.

³⁰ Předběžná analýza, str. 73.

³¹ Předběžná analýza, str. 73.

³² ÚOHS, Shrnutí sektorového šetření v oblasti datových a hlasových služeb koncovým zákazníkům, 14. 11. 2017, str. 2-3, <https://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/aktuality-z-hospodarske-souteze/2342-uohs-dokoncil-sektorove-setreni-v-oblasti-mobilnich-hlasovych-a-datovych-sluzeb.html>.

³³ Předběžná analýza, str. 68. Různorodé jsou také portfolia poskytovaných služeb, včetně například poskytování IoT služeb.



- 4.15 Z připomínek uvedených v této části vyplývá, že na analyzovaném trhu mezi třemi MNO neexistuje referenční bod, a proto ani společná významná tržní síla (tacitní koluze).

B. Symetrické postavení

- 4.16 Symetrické postavení MNO je nevyhnutelným předpokladem způsobilosti trhu k tacitní koluzi. Symetrické postavení totiž ovlivňuje schopnost a incentív MNO dosáhnout společnou strategii (v případě asymetrie by bylo pro MNO komplexní ji odhadnout), výhodnost společné strategie pro jednotlivé MNOs (v případě asymetrie by byla výhodnost pro MNO rozdílná) a taky její udržitelnost v čase (v případě asymetrie by byla společná strategie kvůli rozdílné výhodnosti neudržitelná v čase).
- 4.17 V rámci vyhodnocení, zda je postavení MNO symetrické, Předběžná analýza vyhodnocuje následující parametry: podobné tržní podíly, podobné struktury nákladů, vertikální integraci, homogenitu služeb, absence faktorů destabilizující trh a výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku.
- 4.18 Tabulka 1 shrnuje závěry Předběžné analýzy pro jednotlivé parametry kritéria symetrického postavení, včetně závěru, jestli uvedený parametr (v terminologii Předběžné analýzy „dílní kritérium“) podle ČTÚ svědčí ve prospěch způsobilosti trhu k tacitní koluzi nebo ne.

Tabulka 1: Symetrické postavení - závěry Předběžné analýzy

Kritérium	Předběžné hodnocení ČTÚ	Závěr ČTÚ
Symetrické postavení		Žádný závěr
Podobné tržní podíly	„Na základě výše uvedeného vyhodnocení tržních podílů a jejich vývoje v čase Úřad předběžně konstatuje, že toto dílní kritérium svědčí ve prospěch symetrického postavení a indikuje tedy způsobilost trhu k tacitní koluzi“ ⁵⁴	✓ (indikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi)
Podobné struktury nákladů	„Rozdílnost ať už struktury nákladů či jejich výše tak dle předběžného hodnocení Úřadu snižuje možnost tacitní koluze mezi síťovými operátory a uvedené dílní kritérium tedy nesevědčí ve prospěch naplnění kritéria symetrického postavení a neindikuje tedy způsobilost trhu k tacitní koluzi“ ⁵⁵	✗
Vertikální integrace	„Úřad konstatuje, že nelze jednoznačně hodnotit strukturu nákladů síťových operátorů, s ohledem na zřejmé odlišnosti, jako podobnou“, „ani výši nákladů nelze hodnotit jako obdobnou u všech tří operátorů“ ⁵⁶	✓
Homogenita služeb	„Uvedené dílní kritérium tak neindikuje zcela způsobilost trhu k tacitní koluzi“ ⁵⁸	✗
Absence faktorů destabilizujících trh	„Uvedené dílní kritérium tak ne zcela svědčí ve prospěch způsobilosti trhu k tacitní koluzi“ ⁵⁹	✗
Výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku	„Úřad předběžně hodnotí uvedené dílní kritérium za splněné a svědčící ve prospěch způsobilosti trhu k tacitní koluzi“ ⁴⁰	✓

Poznámky: V sloupci „Závěr ČTÚ“ je použité následující barevné rozlišení: **zelená** barva = parametr podle ČTÚ indikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi; **červená** barva = parametr podle ČTÚ neindikuje způsobilost trhu k tacitní koluzi.

Zdroj: Předběžná analýza.

⁵⁴ Předběžná analýza, str. 61.

⁵⁵ Předběžná analýza, str. 65.

⁵⁶ Předběžná analýza, str. 65.

⁵⁷ Předběžná analýza, str. 66.

⁵⁸ Předběžná analýza, str. 69.

⁵⁹ Předběžná analýza, str. 70.

⁴⁰ Předběžná analýza, str. 71.



4.19 Tabulka ukazuje, že podle závěrů ČTÚ, parametry „podobné tržní podíly“, „vertikální integrace“ a „výhodnost tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku“ indikují způsobilost trhu k tacitní koluzi. V následujícím textu vyhodnocujeme, že při správném posouzení ani tyto parametry nesvědčí ve prospěch způsobilosti trhu k tacitní koluzi a kritérium symetrického postavení není splněno.

4.20 Tržní podíly nejsou podobné:

- HHI index použitý v Předběžné analýze neměří podobnost tržních podílů a nemůže proto sloužit k vyhodnocení symetrie tržních podílů: Předběžná analýza hodnotí strukturu trhu mobilních služeb pomocí Herfindahl-Hirschmanova indexu („HHI“) jako vysoce koncentrovaný trh. ČTÚ správně uvádí, že HHI slouží k měření koncentrace trhu. Stejný závěr o vysoce koncentrovaném trhu by ale podle HHI platil i na trhu se čtyřmi MNO s tržními podíly 40%, 30%, 20%, 10% nebo čtyřmi MNO se stejnými tržními podíly 25%. Existuje mnoho vysoce koncentrovaných trhů, což není sám o sobě důvod k jejich regulaci. HHI ale ze své podstaty nemůže sloužit k vyhodnocení podobnosti tržních podílů a nic nevyovídá pro posouzení kritéria symetrického postavení.
- Tržní podíly nejsou stabilní v čase podle dat v Předběžné analýze a ani podle vyhodnocení ÚOHS: Předběžná analýza vyhodnocuje vývoj tržních podílů v čase. Podle dat v Předběžné analýze nejsou tržní podíly stabilní v čase. Graf č. 12 v Předběžné analýze například pro segment A ukazuje v posledních letech (i) nárůst tržního podílu MVNO z 0% na 7,5%, na segmentu domácností dokonce z 0% na 11,4% (Graf č. 14 v Předběžné analýze), (ii) nárůst tržního podílu Vodafone⁴¹ a (iii) pokles tržního podílu O2. Nestabilitu tržních podílů v čase potvrdil i ÚOHS v závěrech sektorového šetření: „*Pokud jde o dynamiku zkoumaných trhů, ze šetření vyplynulo, že znakově nasvědčujícím probíhající hospodářské soutěží je rovněž relativní nestabilita tržních podílů, které se v rámci zkoumaného období značně měnily.*“⁴² ÚOHS zkoumal období 2012-2017, tzn. konzistentní s obdobím vyhodnocovaným v Předběžné analýze.
- Data v Předběžné analýze ukazují, že tržní podíly nejsou podobné: Předběžná analýza ale nevyhodnocuje podstatu tohoto parametru, tzn. jestli jsou tržní podíly podobné nebo ne. Podle dat v Předběžné analýze podobné nejsou. Vodafone je co se týká tržního podílu nejmenší ze tří MNO a má významně nižší úspory z rozsahu než ostatní MNO, kteří navíc sdílejí síť. Samotná předběžná analýza prezentuje data, že MNO mají různé podíly na různých segmentech trhu: například firemním a rezidentním (na rezidentním segmentu tarifů s daty má největší MNO podíl 38% a třetí MNO podíl 22%, tzn. téměř dvakrát vyšší podíl, který není možné vyhodnotit jako „podobný“)⁴³, velkoobchodním a maloobchodním⁴⁴ nebo v rámci rodinných nabídek.⁴⁵

4.21 **ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ** [REDACTED]

- [REDACTED]

⁴¹ Předběžná analýza (str. 65) také uvádí, že „tržní podíl Vodafone v čase roste“.

⁴² ÚOHS, Shrnutí sektorového šetření v oblasti datových a hlasových služeb koncovým zákazníkům, 14. 11. 2017, str. 2.

⁴³ Předběžná analýza, str. 33.

⁴⁴ Předběžná analýza, například str. 30-33 a 43.

⁴⁵ Předběžná analýza, str. 24.



[REDACTED]

[REDACTED]

[KONEC OBCHODNÍHO
TAJEMSTVÍ]

- 4.22 Při posuzování parametru výhodnosti tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku ČTÚ vůbec nezkoumal zisk: Část Předběžné analýzy posuzující parametr dlouhodobého zisku⁴⁹ vůbec neobsahuje slovo „zisk“ (s výjimkou názvu parametru). Předběžná analýza komentuje události na trhu a uvádí hypotézy ohledně jejich dopadu na úroveň cenové hladiny a tržeb. Neobsahuje ale nic o zisku (a tedy ani o dlouhodobém zisku), ani ve formě hypotézy. Předběžná analýza neobsahuje žádnou analýzu dlouhodobého zisku (nebo výhodnosti tacitní koluze z hlediska dlouhodobého zisku) a tento parametr nemůže proto v Předběžné analýze nijak přispět k vyhodnocení způsobilosti trhu k tacitní koluzi.
- 4.23 Z připomínek je zřejmé, že závěry Předběžné analýzy ohledně parametrů indikujících symetrii postavení třech MNO (podobnost tržních podílů, vertikální integrace, výhodnost z hlediska dlouhodobého zisku – viz Tabulka 1) nejsou správné. Tyto parametry nemohou odůvodnit závěr, že existuje symetrické postavení třech MNO.
- 4.24 Společnost Vodafone v následujících odstavcích uplatňuje připomínky k analýze parametrů, u kterých Předběžná analýza vyhodnotila, že neindikují způsobilost trhu k tacitní koluzi (viz Tabulka 1).
- 4.25 Nezohlednění dopadů sdílení sítí O2 a T-Mobile přispívající k výrazné asymetrii mezi sdílejícími operátory a třetím MNO Vodafone, zejména ve struktuře a úrovni nákladů:

⁴⁶ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

[KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁴⁷ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

[KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁴⁸ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

[KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁴⁹ Předběžná analýza, str. 70-71.



- [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED]

- [REDACTED]

- [REDACTED]

⁵⁰ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED] [KONEC]

[REDACTED] [KONEC]

⁵¹ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED] [KONEC]

[REDACTED] [KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁵² [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED] [KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁵³ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED] [KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁵⁴ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED]

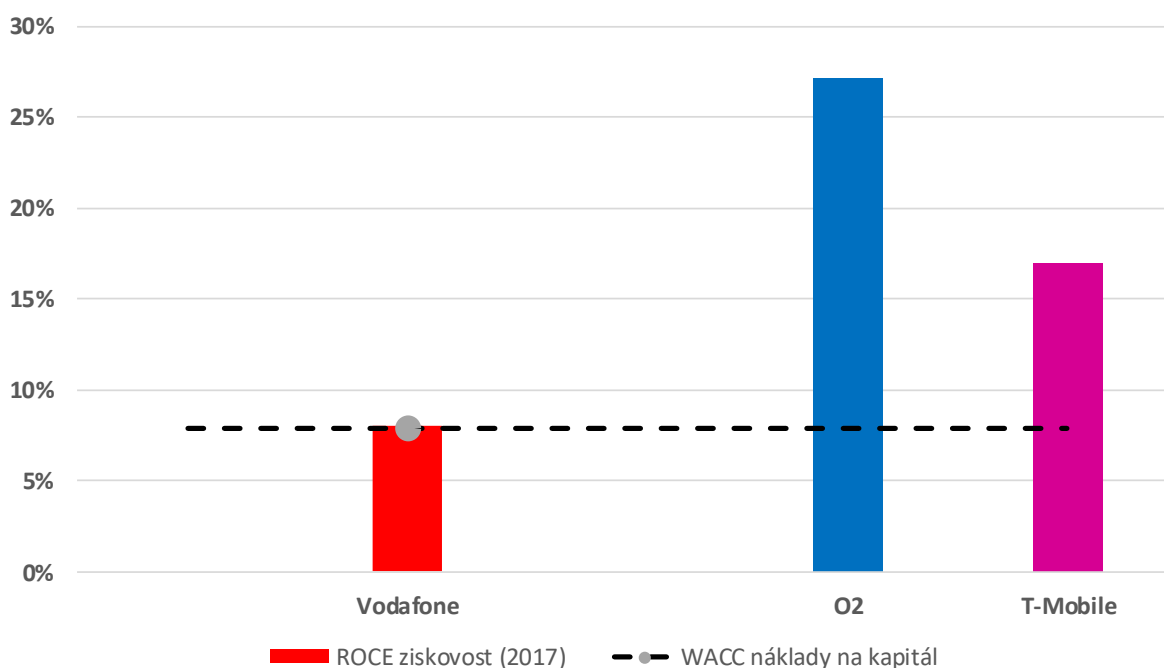
[KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

⁵⁵ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDACTED]

[KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]



Graf 3: ROCE ziskovost Vodafone, O2 a T-Mobile (2017)



Zdroj: Předběžná analýza.

- 4.27 Dalším faktorem destabilizujícím trh je budování sítí 5G v návaznosti na aukci: Kromě faktorů zmíněných v Předběžné analýze (včetně aukce) bude na trh destabilizačně působit i budování sítí 5G. Sítě 5G budou u MNO vyžadovat významné investice a implementaci nové architektury sítí. Zároveň přinesou nové typy služeb a migrace zákazníků na nové mobilní zařízení pro 5G bude představovat konkurenční tlak a významný potenciál pro získání nových zákazníků.
- 4.28 Z připomínek uvedených v této části vyplývá, že na analyzovaném trhu mezi třemi MNO neexistuje symetrické postavení, které by umožňovalo existenci společné významné tržní síly (tacitní koluze).
- 4.29 Kritéria pro existenci tacitní koluze musí být splněna kumulativně. Nesplnění kritéria 1, tzn. nezpůsobilost trhu k tacitní koluzi, znamená, že celkový závěr Předběžné analýzy musí indikovat neexistenci společné významné tržní síly (tacitní koluze) na trhu a nelze na něm uplatnit regulaci ex ante.

Kritérium 2: možnost monitorování odklonů od společné strategie (transparentnost)

- 4.30 Pro vyhodnocení možnosti monitorování odklonů od podmínek společné strategie Předběžná analýza posuzuje dva parametry: (A) transparentnost trhu a (B) vazby mezi subjekty. V případě netransparentnosti trhu není možné monitorovat odklon od společné strategie a na trhu by nemohla existovat společná významná tržní síla (tacitní koluze).

A. Transparentnost

- 4.31 Podle závěru Předběžné analýzy je velkoobchodní trh netransparentní: Předběžná analýza posuzuje velkoobchodní trh mobilních služeb a na tomto trhu vyhodnocuje i kritéria společné významné tržní síly (tacitní koluze). To znamená, že je nutné vyhodnotit transparentnost na velkoobchodním trhu.



- Předběžná analýza uvádí následující ve vztahu k velkoobchodnímu trhu: „*S ohledem na fakt, že velkoobchodní trh, na kterém jsou mezi MNO/MVNE na straně jedné a MVNO na straně druhé uzavírány komerční smlouvy, je pro potenciální účastníky tacitní koluze netransparentní, a nelze tak na něm stanovit referenční bod, neboť by nebyl způsobilý k monitorování ze strany uvažovaných účastníků tacitní koluze, posuzoval Úřad možnou existenci referenčního bodu na souvisejícím maloobchodní trhu*“.⁵⁹ [zvýraznění doplněno]
- Závěr Předběžné analýzy tedy je, že velkoobchodní trh je netransparentní a není možnost monitorování odklonů v případě existence hypotetické společné strategie. Velkoobchodní trh tak nespĺňuje požadovaná kritéria pro existenci společné významné tržní síly (tacitní koluze). S tímto závěrem společnost Vodafone souhlasí.
- **Pro vyloučení pochybností, tento závěr ČTÚ znamená, že na trhu neexistuje společná významná tržní síla (tacitní koluze), tzn. je to postačující podmínka pro neexistenci tacitní koluze. Proces analýzy relevantního trhu je tedy ukončen a bez existence významné tržní síly nemůže ČTÚ pokračovat v dalších krocích směrem k uplatnění ex ante regulace na mobilním trhu.**

- 4.32 I když to pro závěr o netransparentnosti velkoobchodního trhu není potřebné, ani maloobchodní trh není transparentní kvůli významnému podílu slev z ceníkových cen a různorodosti nabízených produktů: Podle Předběžné analýzy má výrazná část spotřebitelů (více než 30%) slevy z ceníkových cen (ve formě slev nebo retenčních a akvizičních nabídek), výšky slev se liší a můžou dosahovat 21-79% z ceníkových cen (viz odstavce 4.14). To dokazuje, že MNO účtují významné části zákazníkům jiné než ceníkové ceny, které nejsou na trhu transparentní. Navíc existuje významná heterogenita nabízených produktů, jak potvrzuje ČTÚ v Předběžné analýze, kde například rodinné a konvergované tarify umožňují zákazníkům vybrat si kombinaci služeb za různé ceny. Neexistuje proto možnost monitorování odklonů v případě existence hypotetické společné strategie.
- 4.33 To potvrzuje i ÚOHS v závěrech sektorového šetření: „*Ač se na první pohled zkoumané trhy zdají být díky velkému množství reklamy a existenci oficiálních ceníků transparentní, množství neveřejných nabídek a existence specifických pokynů, jak postupovat v případě nabízení neveřejné nabídky v rámci retence či aktivace, naznačují, že jsou ve skutečnosti transparentní jen relativně. [...] Naopak, z hlediska relativní netransparentnosti zmiňovaných maloobchodních trhů a zjištěného vývoje tržních podílů mobilních operátorů lze říci, že uzavření takové dohody a její udržení v čase je nepravděpodobné.*“⁶⁰ [zvýraznění doplněno]. ÚOHS ve svých závěrech dodává: „*[Trhy mobilních a hlasových služeb] jsou sice oligopolní, ale riziko tacitní koluze nebo zneužívání kolektivní dominance je na nich pouze relativní, a to díky jejich značné netransparentnosti, existenci virtuálních operátorů a skutečnosti, že poměrně významnou roli při sjednávání podmínek poskytování datových a hlasových služeb na maloobchodní úrovni hraje kupní a vyjednávací síla zákazníků [...]*“⁶¹
- 4.34 Transparentnost trhu je klíčový faktor i pro identifikaci potenciálního referenčního bodu a pro udržitelnost tacitní koluze v čase. Z vyhodnocení transparentnosti vyplývá, že velkoobchodní trh podle vlastního závěru ČTÚ v Předběžné analýze není transparentní a není možnost monitorování odklonů v případě existence hypotetické společné strategie. I když to pro závěr o netransparentnosti velkoobchodního trhu není potřebné, ani maloobchodní trh není transparentní kvůli významnému podílu slev z ceníkových cen (a různorodosti nabízených produktů), které pro MNO nejsou transparentní a neumožňují monitorování odklonů v případě existence hypotetické společné strategie.

⁵⁹ Předběžná analýza, str. 57.

⁶⁰ ÚOHS, Shrnutí sektorového šetření v oblasti datových a hlasových služeb koncovým zákazníkům, 14. 11. 2017, str. 3.

⁶¹ ÚOHS, Shrnutí sektorového šetření v oblasti datových a hlasových služeb koncovým zákazníkům, 14. 11. 2017, str. 3.



B. Vazby mezi subjekty

4.35 Předběžná analýza „nezpochybňuje legitimitu“ Asociace provozovatelů mobilních sítí („APMS“). Zároveň ale uvádí, že ve stanovách APMS je zmínka o zastupování společných zájmů členů APMS, což může usnadňovat možný vznik tacitní koluze. Jedná se zjevně o nepochopení, jak oborové asociace formulují svoje stanovy. Každá asociace má ve svých stanovách zmínku o podpoře společných zájmů (například ve vztahu k veřejným institucím), jelikož je to jeden z primárních důvodů existence oborových asociací. Pro ilustraci uvádíme formulace stanov a statutů jiných asociací (jedná se skutečně jen o několik příkladů a ČTÚ si může ověřit formulaci pro ostatní asociace):

- Hospodářská komora: „*V souladu se svým posláním hospodářská komora zejména a) reprezentuje a koordinuje společné zájmy podnikatelů vůči zákonodárnému sboru a jeho orgánům, vládě, ministerstvům a jiným správním úřadům a orgánům územní samosprávy i vůči jiným institucím a subjektům s činností dotýkající se zájmů podnikatelů [...]. b) reprezentuje společné zájmy podnikatelů vůči zahraničí [...]*“.⁶²
- Sdružení automobilového průmyslu: „*podpora konkurenceschopnosti členských firem, zejména prostřednictvím organizace projektů společného zájmu, seminářů a workshopů, zlepšování, rozvoj a podpora vzájemné spolupráce mezi členy*“,⁶³ „*koordinaci a zpracování návrhů společných postupů, připomínkování právních předpisů a prosazování zájmů tuzemského automobilového průmyslu vůči státní správě a samosprávě*“.⁶⁴
- Česká bankovní asociace: „*K úkolům asociace patří zejména: zastupovat a prosazovat společné zájmy členů ve vztahu k Parlamentu, vládě, České národní bance a dalším právním subjektům [...]*“.⁶⁵
- Česká asociace pojišťoven: „*Úkolem asociace je: a) koordinovat, zastupovat, hájit a prosazovat společné zájmy pojišťoven ve vztahu k orgánům veřejné správy, médiím a dalším subjektům, a to i ve vztahu k zahraničí [...] působit při odstraňování rozporů mezi členy asociace [...]*“.⁶⁶
- Unie vydavatelů: „*Unie vydavatelů bude vyvíjet především tuto činnost: a) zastupování členů vůči státním orgánům i jiným institucím nebo fyzickým a právníckým osobám; b) zastupování a propagace společných zájmů a aktivit členů i Unie vydavatelů v tuzemsku; c) organizování a provozování společných činností pro potřeby členů [...]*“.⁶⁷
- Český plynárenský svaz: „*Svaz je zřízen za účelem: [...] reprezentace a prosazování zájmů českého plynárenství na mezinárodním poli, zastupování plynárenství v nadnárodních asociacích a sdílení informací se členy Svazu [...] podílení se na přípravě obecné legislativy, která se plynárenství dotýká, koordinace společných stanovisek členů Svazu k relevantní legislativě*“.⁶⁸

[zvýraznění doplněno]

4.36 ČTÚ zřejmě nechce tvrdit, že ve všech sektorech by kvůli této formulaci stanov některé asociace měla existovat vazba mezi subjekty usnadňující tacitní koluzi mezi nimi. Aby Předběžná analýza neztratila kredibilitu, ČTÚ by mělo tuto část o APMS z jakékoliv další analýzy vynechat kvůli nesprávnosti původní úvahy.

4.37 Předběžná analýza zmiňuje, že členem APMS byla kromě třech MNO i společnost Nordic Telecom. Není zřejmé, proč v textu zmiňuje tři MNO a členství Nordic Telecom v poznámce pod čarou. Nordic Telekom se

⁶² https://www.komora.cz/files/uploads/2016/12/Statut_HKCR_090101.pdf.

⁶³ <https://autosap.cz/o-autosap/>.

⁶⁴ <https://autosap.cz/sluzby-pro-cleny/>.

⁶⁵ <https://www.czech-ba.cz/cs/o-cba>.

⁶⁶ http://www.cap.cz/images/O_nas_-_obrazky/Stanovy_CAP_7_4_2016.pdf.

⁶⁷ http://www.unievydavatelu.cz/cs/unie_vydavatelu/informace_unii_vydavatelu/stanovy.

⁶⁸ <https://www.cqoa.cz/cps.stanovy/>.



zúčastňoval aktivit asociace a měl zastoupení také v představenstvu asociace. To je další důvod, proč je nereálné, aby asociace usnadňovala tacitní koluzi mezi třemi členy ze čtyř.

- 4.38 Předběžná analýza vyhodnocuje vazby mezi subjekty v rámci sdílení sítě O2 a T-Mobile. Uvádí, že „[p]ro účely sdílení sítí dochází mezi sdílejícími subjekty k předávání informací pouze o základní infrastruktuře sítě“.⁶⁹ Předběžná analýza následně formuluje závěr, že z hlediska závěrů sdílení sítí mezi O2 a T-Mobile neshledala existenci vazeb mezi subjekty (které si podle Předběžné analýzy předávají informace o základní infrastruktuře). Na druhé straně ale v případě existence APMS (kde neprobíhá žádná výměna informací o infrastruktuře jako mezi sdílejícími subjekty) shledal „určitou možnost existence vazeb mezi subjekty“.⁷⁰ Předběžná analýza je v tomto vyhodnocení zjevně nekonzistentní a není možné dojít k jinému závěru než takovému, že z pohledu posouzení tacitní koluze APMS nemůže přispět k vazbám mezi subjekty.

Kritérium 3: účinný odvetný mechanismus

- 4.39 Účinný a kredibilní odvetný mechanismus je důležitý pro udržitelnost tacitní koluze v čase. Každý operátor by musel mít motivaci (incentiv) neodchýlit se od společné strategie, protože účastníci tacitní koluze benefitují ze společné strategie pouze v případě, když ji dodržují všichni.
- 4.40 Předběžná analýza identifikuje „okamžitou reakci na změnu ceny“ jako účinný odvetný mechanismus, který byl demonstrován již v roce 2013. ČTÚ ale nezmiňuje, že okamžitá reakce na změnu ceny konkurenta je zároveň konzistentní s cenovou konkurencí na trhu. Kdyby operátoři nijak nereagovali na nabídku konkurence, na trhu by zřejmě neprobíhala soutěž v takové intenzitě, což by ČTÚ určitě nepovažoval za pozitivní situaci na trhu.
- 4.41 Aby byl odvetný mechanismus účinný, musí být kredibilní, tzn. musí existovat motivace (incentiv) odvetný mechanismus při odklonu od společné strategie použít. ČTÚ metodika analýz relevantních trhů stanovuje, že při posuzování účinných odvetných mechanismů má ČTÚ zkoumat symetrické postavení dotčených subjektů a povahu dlouhodobých a krátkodobých zisků.⁷¹
- 4.42 Odvetný mechanismus není kredibilní při výrazně asymetrickém postavení MNO: Na analyzovaném trhu je výrazně asymetrické postavení třech MNO.⁷² [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE]
- [REDAKCE] [KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]
- 4.43 Udržitelnost společné strategie v čase vyžaduje, aby MNO vytvořili zisk vyšší než je konkurenční úroveň zisku: Evropská komise stanovuje, že udržitelnost společné strategie vyžaduje, aby MNO vytvořili zisk vyšší než je konkurenční úroveň zisku po určitou dobu (nebo alespoň umožnili vyhlídky na udržitelnou vysokou úroveň zisku).⁷³ Podle Předběžné analýzy bylo ROCE společnosti Vodafone v roce 2017 8%⁷⁴ a úroveň

⁶⁹ Předběžná analýza, str. 75,

⁷⁰ Předběžná analýza, str. 75,

⁷¹ ČTÚ metodika analýz relevantních trhů, str. 35-36.

⁷² Odstavec 4.16 a násl.

⁷³ Evropská komise, Case SI/2008/0806, 13. 11. 2008, str. 8: „The sustainability of a collusive outcome would however require the market players to generate a level of profits above the competitive level for a certain period of time or at least allow the prospect of a sustainably high level of profits over a certain period of time“.

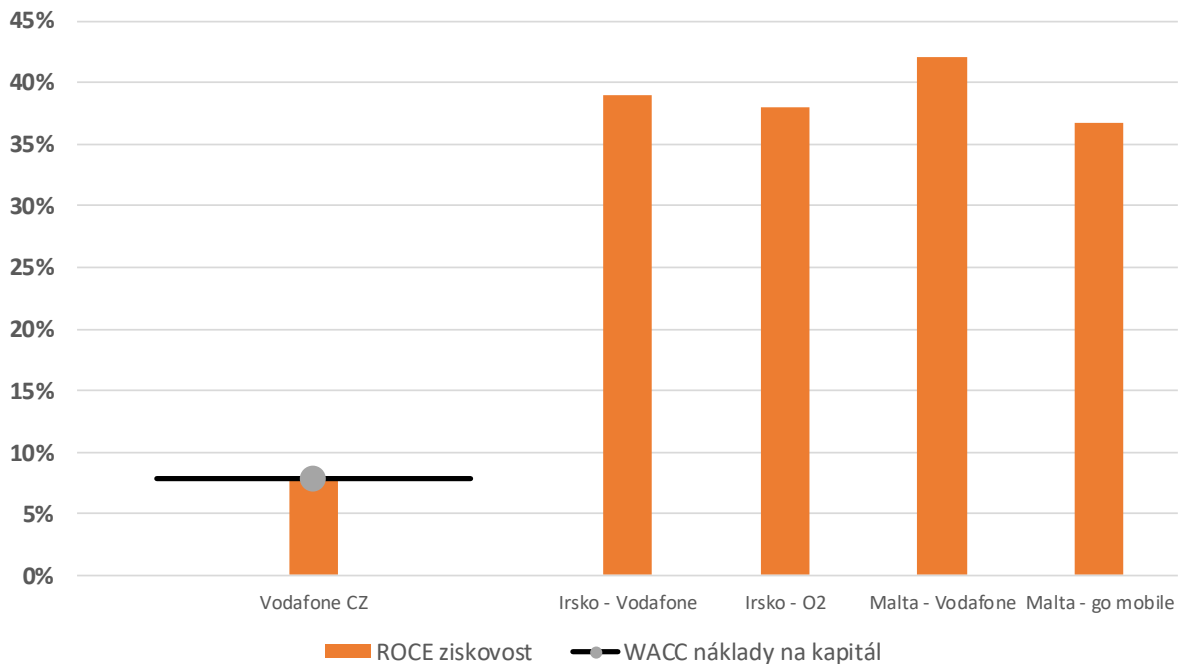
⁷⁴ Předběžná analýza, str. 64, Tab. č. 14.



WACC (průměrných nákladů na kapitál) byl podle ČTÚ 7,89%.⁷⁵ [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

[KONEC OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ] Následující graf ukazuje ziskovost Vodafone podle Předběžné analýzy, i v porovnání s jinými MNO, u kterých v minulosti existovala hypotéza společné významné tržní síly (tacitní koluze) s cenou jako referenční bod.

Graf 4: ROCE ziskovost a WACC náklady na kapitál



Zdroj: Předběžná analýza, Rozhodnutí Evropské komise IE/2004/0121 (str. 5) a MT/2006/0443 (str. 3).

- 4.44 Graf ukazuje, že ROCE ziskovost Vodafone v Předběžné analýze (8%) je výrazně nižší než ROCE ziskovost u ostatních operátorů v rozhodnutích Evropské komise ohledně Irska (ROCE 38% a 39%) a Malty (37% a 42%), které zmiňuje ČTÚ metodika jako případy, kde byla cena analyzovaným referenčním bodem posuzované tacitní koluze. [ZAČÁTEK OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ]

- 4.45 ČTÚ neanalyzoval a ani neprokázal existenci kredibilního účinného odvetného mechanismu. Odvetný mechanismus není kredibilní při výrazně asymetrickém postavení MNO – dopad odvetného mechanismu na jednotlivé operátory by byl odlišný, což ovlivňuje jeho účinnost. Zároveň udržitelnost společné strategie v čase vyžaduje, aby MNO vytvořili zisk vyšší než je konkurenční úroveň zisku po určitou dobu. To se podle metodologie ČTÚ neděje: operátor s nižší ziskovostí by neměl motivaci (incentiv) chránit (neexistující) dlouhodobou ziskovost nad rámec konkurenčního zisku. Hypotetická tacitní koluze by nebyla udržitelná v čase.

⁷⁵ OOP/4/12.2015-7, https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ckeditor/oop_04-12_2015-07.pdf.



Kritérium 4: reakce subjektů stojících mimo společnou strategii

- 4.46 Posouzení reakce subjektů stojících mimo společnou strategii je podstatná pro vyhodnocení, jestli externí faktory mají potenciál narušit hypotetickou společnou strategii a tacitní koluzi.
- 4.47 Při posuzování překážek vstupu na trh Předběžná analýza uvádí, že „*dopady eventuálního vzniku nového MNO na spotřebitele by byly až za hranicí časového období vymezení této analýzy*“.⁷⁶ Zároveň ale Předběžná analýza zmiňuje, že „*tj. termín pro zahájení využívání alespoň části přidělených rádiových kmitočtů v pásmu 700 MHz bude stanoven nejpozději na 2 roky od data právní moci rozhodnutí o udělení přidělu rádiových kmitočtů*“.⁷⁷ Základní podmínkou pro poskytnutí národního roamingu v návaznosti na aukci bude povinnost zabezpečení pokrytí vlastní infrastrukturou v rozsahu 20% obyvatel.⁷⁸ V případě předchozí aukce byl i požadavek pokrytí velké části okresů do tří let. Časový rámec pro vymezení a analýzu trhu je vymezen obdobím tří let.⁷⁹ To znamená, že v případě obdobných požadavků pokrytí bude dopad aukce a případného nového operátora v rámci časového období analýzy. Zejména s ohledem na to, že Předběžná analýza je podle terminologie ČTÚ „(pre)analýzou“ a analýza v rámci procesu analýzy relevantního trhu bude následovat až později – dopady aukce budou tedy dřív než tři roky od případné finální verze analýzy.
- 4.48 Předběžná analýza při posouzení kompenzační síly na straně poptávky uvádí, že „*[a]čkoliv je část spotřebitelů schopna si individuálně vyjednat výhodnější cenové podmínky oproti ceníkovým sazbám, [...], setrvávají spotřebitelé vůči operátorům ve slabší pozici a nejsou tak schopni dosáhnout poptávkově určené ceny, jako je tomu u velkých firemních zákazníků*“.⁸⁰ Pro závěr o kompenzační síle na straně poptávky ale vůbec není určující, zda jsou spotřebitelé ve stejné nebo slabší pozici vůči operátorům nebo jestli jsou ve stejné nebo slabší pozici (případně schopni dosáhnout obdobné ceny) než velcí firemní zákazníci. Spotřebitelé nemají stejnou pozici jako operátoři nebo jako velcí firemní zákazníci. Podstatné je však to, jestli jsou nebo nejsou schopni ohrozit společnou strategii, kterou ČTÚ definuje jako úroveň ceníkových cen. Z dat v Předběžné analýze plyne, že významná část spotřebitelů má slevy z ceníkových cen, jak uvádíme v odstavci 4.14 výše. Potvrzuje to i závěr sektorového šetření ÚOHS: „*ve skutečnosti významné procento zákazníků [mobilní datové a hlasové služby] čerpalo za ceny jiné, poskytované v rámci neveřejných, individuálně vyjednaných nabídek, zejména pak v rámci nabídek aktivačních, či retenčních. Tímto je relativizováno tvrzení, že ceny tarifů mobilních operátorů v zahraničí v oblasti poskytování mobilních datových a hlasových služeb koncovým nefiremním zákazníkům jsou znatelně nižší, neboť ve skutečnosti zákazníci za služby platí ve značném množství případů jiné než ceníkové ceny*“.⁸¹ Z toho vyplývá, že existuje alespoň částečná kompenzační síla na straně poptávky, která je ale dostačující pro schopnost zákazníků ohrozit nebo dokonce znemožnit (s ohledem na data v Předběžné analýze o velkém podílu slevových nabídek z ceníkových cen) případnou hypotetickou tacitní koluzi ve vztahu k ceníkovým cenám.
- 4.49 Připomínky ukazují, že kritéria pro existenci společné významné tržní síly nejsou splněna kumulativně, tzn. neexistuje společná významná tržní síla (tacitní koluze) tří MNO. Podle regulačního rámce EU není možné na velkoobchodním trhu mobilních služeb uplatnit regulaci ex ante.

— * * * —

⁷⁶ Předběžná analýza, str. 77.

⁷⁷ Předběžná analýza, str. 6.

⁷⁸ <https://www.ctu.cz/sites/default/files/obsah/ctu/ramcova-pozice-ceskeho-telekomunikacniho-uradu-k-pripominkam-k-aktualizovanemu-navrhu-zakladnich-obrazky/20190318-ramcovapozice700mhz2.pdf>.

⁷⁹ Předběžná analýza, str. 41.

⁸⁰ Předběžná analýza, str. 78.

⁸¹ ÚOHS, Shrnutí sektorového šetření v oblasti datových a hlasových služeb koncovým zákazníkům, 14. 11. 2017, str. 2-3.