



**Förslag till beslut**

**Datum**  
2016-05-27

**Vår referens**

**Sida**  
1(68)

Konkurrensavdelningen  
08-678 55 00

**Utkast till analys av den nationella  
grossistmarknaden för program-  
utsändningstjänster för distribution av fri-  
tv-innehåll via marknät till slutanvändare  
enligt 8 kap. 5 och 6 §§, lagen (2003:389)  
om elektronisk kommunikation**

# Innehåll

<b>1</b>	<b>Reglering för ökad konkurrens och harmonisering</b>	<b>8</b>
1.1	Förhandsreglering enligt LEK	8
1.1.1	<i>EU-kommissionens befogenheter i frågor om marknadsavgränsning och företag med betydande inflytande</i>	9
1.1.2	<i>EU-kommissionens befogenheter i fråga om skyldigheter</i>	9
1.1.3	<i>Samarbete inom Berec</i>	10
1.2	Tidigare fattat beslut för den nationella grossistmarknaden för programutskickstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare	10
1.3	Regleringen av grossistmarknaden för fri-tv via marknät syftar till att förhindra överprissättning	11
1.4	Huvuddragen i PTS prövning	11
1.4.1	<i>Avgränsning av marknaden – produktmässigt och geografiskt</i>	11
1.4.2	<i>Fastställande av marknad som kan komma i fråga för förhandsreglering</i>	12
1.4.3	<i>Fastställande av operatör med betydande inflytande</i>	13
1.4.4	<i>Åläggande av skyldigheter utifrån identifierade konkurrensproblem</i>	13
1.5	Företaget Teracom AB med dotterbolag omfattas av detta beslutsutkast	13
<b>2</b>	<b>Marknadsavgränsning</b>	<b>14</b>
2.1	Den rättsliga ramen för avgränsning av den relevanta marknaden	14
2.2	Metod för produktmarknadsavgränsning	14
2.3	Den svenska tv-marknaden	16
2.3.1	<i>Tv-marknadens struktur</i>	16
2.3.2	<i>Fri-tv</i>	17
2.3.3	<i>Betal-tv</i>	17
2.4	Avgränsning av slutkundsmarknaden	18
2.4.1	<i>PTS tidigare definition av slutkundsmarknaden</i>	18
2.4.2	<i>Marknätet</i>	18
2.4.3	<i>Andra plattformar</i>	20
2.4.4	<i>Kundrärlighet</i>	23
2.4.5	<i>Marknadsutveckling</i>	24
2.4.6	<i>Utbytbarhet från efterfrågesidan mellan olika plattformar</i>	28
2.4.7	<i>Utbytbarhet från efterfrågesidan mellan fri-tv och betal-tv via marknät</i>	28
2.4.8	<i>Utbytbarhet från utbudssidan</i>	29
2.4.9	<i>Sammanfattande bedömning av den produktmässiga avgränsningen av slutkundsmarknaden</i>	30
2.5	Avgränsning av den relevanta grossistmarknaden	30
2.5.1	<i>Produktmässig avgränsning av den relevanta marknaden</i>	30
2.6	Geografisk avgränsning av den relevanta grossistmarknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet	30
2.6.1	<i>Metod för geografisk marknadsavgränsning</i>	30
2.6.2	<i>Tidigare geografisk avgränsning av den svenska grossistmarknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet</i>	32
2.6.3	<i>Bedömning av den geografiska avgränsningen av marknaden</i>	32
<b>3</b>	<b>Trekriterietest</b>	<b>33</b>
3.1	Tre kriterier för att förhandsreglering ska vara motiverad	33
3.2	Inträdeshinder	33
3.2.1	<i>Inträdeshinder på grossistmarknaden för fri-tv via marknät</i>	34
3.3	Marknadsdynamik på grossistmarknaden för fri-tv via marknät	35
3.3.1	<i>grossistmarknaden för fri-tv via marknätet tenderar inte att utvecklas i riktning mot effektiv konkurrens</i>	36
3.4	Konkurrenslagstiftningen är inte tillräcklig för att åtgärda konkurrensproblemen på marknaden	36
3.5	Slutsats trekriterietest	37
<b>4</b>	<b>Företag med betydande inflytande</b>	<b>38</b>
4.1	Den rättsliga utgångspunkten	38
4.2	Företagsbegreppet	38
4.2.1	<i>Detta beslut avser Teracom AB</i>	38
4.2.2	<i>Den ekonomiska enhetens princip</i>	39

4.3	Indikationer på betydande marknadsinflytande	40
4.4	Fördelning av marknadsandelar	41
	4.4.1 <i>Marknadsandelarna är den viktigaste indikatorn på marknadsinflytande</i>	41
	4.4.2 <i>Marknadsmått på grossistmarknaden för fri-tv via marknät</i>	41
	4.4.3 <i>Marknadsandelarnas fördelning och konkurrenstrycket på marknaden</i>	41
4.5	Företagets storlek	42
4.6	Kontroll över infrastruktur som är svår att replikera	43
4.7	Stordrifts- och samproduktionsfördelar	43
4.8	Vertikal och horisontell integration	44
4.9	Motverkande köparmakt	45
4.10	Potentiell konkurrens	46
4.11	Sammanfattande bedömning	47
<b>5</b>	<b>Konkurrensproblem på grossistmarknaden för fri-tv via marknät</b>	<b>49</b>
5.1	Företag med betydande inflytande ska åläggas minst en skyldighet	49
5.2	Problem relaterade till marknadsmakt	50
5.3	Erfarenheter från tillsyns- och tvistlösningsärenden	51
5.4	Behov av regleringsingripanden	51
5.5	Skyldigheterna ska vara lämpliga och proportionerliga	52
<b>6</b>	<b>Skyldigheter i syfte att komma till rätta med konkurrensproblemen</b>	<b>53</b>
6.1	Tillträdesskyldighet	53
	6.1.1 <i>Rättslig utgångspunkt - 4 kap. 8 § LEK</i>	53
	6.1.2 <i>Teracom ska tillhandahålla tillträde i form av en grossistprodukt för distribution av fri-tv via marknät</i>	54
	6.1.3 <i>Teracom ska tillgodose varje rimlig begäran om tillträde</i>	55
	6.1.4 <i>Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning</i>	56
6.2	Generella villkor för tillhandahållandet	57
	6.2.1 <i>Rättslig utgångspunkt - 4 kap 8 § LEK</i>	57
	6.2.2 <i>Beskrivning av grossistprodukten och uppgifter om tekniska specifikationer och nätegenskaper</i>	57
	6.2.3 <i>Uppgift om pris</i>	57
	6.2.4 <i>Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning</i>	58
6.3	Prisreglering av grossistprodukt för fri-tv via marknät	60
	6.3.1 <i>Rättslig utgångspunkt - 4 kap 11 §</i>	60
	6.3.2 <i>Behovet av prisreglering</i>	60
	6.3.3 <i>Val av prisregleringsmetod</i>	61
	6.3.4 <i>Tillämpning av skyldigheten</i>	63
	6.3.5 <i>Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning</i>	65
6.4	Särredovisningsskyldighet	67
	6.4.1 <i>Rättslig utgångspunkt - 4 kap. 7 § LEK</i>	67
	6.4.2 <i>Det finns ett behov av särredovisning</i>	67
	6.4.3 <i>Omfattning av skyldigheten</i>	67
	6.4.4 <i>Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning</i>	68

## Tabeller

Tabell 1	En jämförelse av utbudet på olika utsändningsplattformar.....	25
----------	---	----

## Figurer

Figur 1	TV tjänster.....	26
Figur 2	Utvecklingen av antal abonnemang på tv-området.....	27

# Post och telestyrelsens avgörande

## **Avgränsning av relevant marknad**

---

PTS avgränsar den relevanta grossistmarknaden till att omfatta:

- grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare.

PTS avgränsar marknaden för till att vara nationell

## **Fastställande av Marknad som kan bli föremål för förhandsreglering**

---

PTS fastställer med stöd av 8 kap. 5 § LEK att följande marknad har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa skyldigheter enligt LEK:

Den nationella grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare

## **Fastställande av Företag med betydande inflytande**

---

PTS fastställer med stöd av 8 kap. 7 § LEK att Teracom AB med berörda dotterbolag (Teracom) har ett sådant betydande inflytande som avses i 8 kap. 7 § LEK på den i detta beslut avgränsade nationella grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare.

## 1. Skyldighet att tillhandahålla grossistprodukt för distribution

1. Teracom ska tillgodose varje rimlig begäran om tillträde till en grossistprodukt avseende distribution av fri-tv via marknät till slutanvändare.

Grossistprodukten ska innefatta:

- anslutning till Teracoms nät via en central punkt i Teracoms marknätinfrastruktur
  - multiplexering
  - transmission (via radiolänk, fiber och/eller s.k. relämatning) till relevanta sändarstationer och programutsändning från dessa
  - regional nedbrytning av sändningarna, i de fall grossistkunden begär detta.
2. En grossistkunds begäran om tillträde är rimlig om inte Teracom kan visa att det ur tekniskt eller ekonomiskt hänseende finns objektiva godtagbara skäl för att vägra tillhandahållande. Exempelvis kan det i ett enskilt fall finnas objektiva godtagbara skäl att vägra distribution av utsändningstjänsten när
    - a) Teracom visar att det saknas tekniska möjligheter att genomföra tillhandahållandet,
    - b) det är nödvändigt för att förebygga att Teracoms nät eller dess användare skadas,
    - c) Teracom kan visa att nätets drift äventyras,
    - d) Teracom kan visa att tredje parts rättigheter (dock inte rättigheter avseende programinnehåll) skulle kränkas.
  3. Teracom ska, när företaget inte anser sig kunna tillgodose en begäran om tillträde till distribution, utan dröjsmål, skriftligen upplysa grossistkunden om detta och ange skälen samt lämna sådan information att grossistkunden kan avgöra om denne kan vidta åtgärder för att tillträde ska kunna tillhandahållas. Ett sådant avslag måste grundas på objektiva godtagbara skäl. Det åligger Teracom att visa att samtliga rimliga möjligheter att tillgodose en begäran är uttömda.

## **2. Generella villkor för tillträde**

---

Teracom ska förhandla med den som begär tillträde enligt skyldighet 1 och på begäran av motpart utan dröjsmål tillhandahålla den information som är nödvändig för att överenskommelse om tillträde ska kunna träffas. Av informationen ska i vart fall följande framgå:

- beskrivning av grossistprodukten och dess ingående komponenter
- relevanta och nödvändiga uppgifter om de tekniska specifikationerna och nätegenskaper för grossistprodukten och
- priset för grossistprodukten, vilket ska vara uppdelat på de olika komponenter som ingår i denna.
- Teracom ska lämna uppgift om det pris som följer av skyldighet 3 till kunderna senast den 1 maj varje år. Senast vid samma tidpunkt ska Teracom meddela PTS vilka priser som lämnas till respektive kund.

## **3. Prisreglering av grossistprodukt för fri-tv via marknät**

---

1. Teracom ska tillämpa kostnadsorienterad prissättning för sitt tillhandahållande av grossistprodukt för distribution av fri-tv enligt skyldighet 1.
2. Teracom ska beräkna det kostnadsorienterade priset enligt punkten 1 i enlighet med den så kallade FDC-metoden (FDC – Fully Distributed Cost, fullt fördelade kostnader), till faktiska (bokförda) historiska kostnader. Med historiska kostnader avses kostnader som Teracom faktiskt har haft efter avdrag för redan gjorda avskrivningar.
3. Teracom får i det kostnadsorienterade priset inkludera en rimlig avkastning på kapitalinvesteringen med en procentsats som beräknas av PTS baserat på den s.k. WACC-metoden (Weighted Average Cost of Capital) baserat på CAPM (Capital Asset Pricing Model).
4. Teracom ska, enligt de principer som fastställs i detta beslut, senast den 30 april varje år inkomma till PTS med kostnadsunderlag som möjliggör för PTS att avgöra om priset för tillträdet är kostnadsorienterat. Kostnadsunderlaget ska vara baserat på föregående års utfall.
5. Teracom ska göra en beskrivning av den i punkten 2 ålagda metoden tillgänglig för allmänheten. Av beskrivningen ska kostnadernas huvudkategorier och reglerna för kostnadsfördelningen framgå.

#### **4. Skyldighet att särredovisa**

---

1. Teracom ska särredovisa antal, intäkter och kostnader gällande tillhandahållande av grossistprodukt för distribution av fri-tv skilt från annan verksamhet.
2. Teracom ska särredovisa på ett sådant sätt att interna priser och transaktioner mellan olika verksamheter inom företaget framgår av redovisningen. Redovisningen ska så nära som möjligt återge olika verksamheter som om de hade varit skilda från varandra och synliggöra företagsinterna överföringar.
3. Teracom ska förutom den under punkten 1 specificerade verksamheten även särredovisa andra verksamheter där så är nödvändigt för att åstadkomma transparens och möjliggöra en bedömning av korssubventionering sker.
4. Vid utformning av särredovisning ska Teracom beakta de riktlinjer som framgår av EU-kommissionens rekommendation av den 19 september 2005 om särredovisnings- och kostnadsredovisningssystem enligt regelverket för elektronisk kommunikation (2005/698/EG).
5. Teracom ska på begäran av PTS inkomma med särredovisningen till myndigheten.

# 1 Reglering för ökad konkurrens och harmonisering

## 1.1 Förhandsreglering enligt LEK

Lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation (LEK) ger PTS möjlighet att i förväg besluta om ramar och regler avseende marknaderna för elektronisk kommunikation, för att förhindra konkurrensproblem och för att främja konkurrensen. LEK är en implementering av det EU-rättsliga ramverket som består av det s.k. ramdirektivet<sup>1</sup> med tillhörande särdirektiv.<sup>2</sup> Direktiven fastställer uppgifter för nationella regleringsmyndigheter och inrättar en rad förfaranden för att säkerställa en harmoniserad tillämpning av regelverket inom hela gemenskapen.<sup>3</sup>

Förhandsreglering enligt LEK innebär att PTS ålägger en operatör med betydande inflytande på en viss marknad en eller flera av de skyldigheter som räknas upp i lagen.<sup>4</sup> Ett beslut om förhandsreglering omfattar därför att:

- fastställa vilka produkt- och tjänstemarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa sektorsspecifik reglering,
- identifiera företag med betydande inflytande, samt
- meddela beslut om skyldigheter.<sup>5</sup>

Vid fastställandet av vilka marknader som kan ha behov av förhandsreglering ska PTS enligt LEK beakta EU-kommissionens rekommendation om relevanta produkt- och tjänstemarknader som kan komma i fråga för förhandsreglering

---

<sup>1</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG av den 7 mars 2002 om ett gemensamt regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (ramdirektiv), fortsättningsvis benämnt ramdirektivet.

<sup>2</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/19/EG av den 7 mars 2002 om tillträde till och samtrafik mellan elektroniska kommunikationsnät och tillhörande faciliteter (tillträdesdirektiv), fortsättningsvis benämnt tillträdesdirektivet; Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/20/EG av den 7 mars 2002 om auktorisation för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (auktorisationsdirektiv); Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/22/EG av den 7 mars 2002 om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter avseende elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (direktiv om samhällsomfattande tjänster); samt Europaparlamentets och rådets direktiv 97/66/EG av den 15 december 1997 om behandling av personuppgifter och skydd för privatlivet inom telekommunikationsområdet.

<sup>3</sup> Artikel 1.1 Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/140/EG av den 25 november 2009 om ändring av direktiv 2002/21/EG om ett gemensamt regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster, direktiv 2002/19/EG om tillträde till och samtrafik mellan elektroniska kommunikationsnät och tillhörande faciliteter och direktiv 2002/20/EG om auktorisation för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster, fortsättningsvis benämnt ändringsdirektivet.

<sup>4</sup> 4 kap. 4 § LEK.

<sup>5</sup> 8 kap. 5 och 6 §§ LEK, samt artikel 16 i ramdirektivet.



(nedan kallad EU-kommissionens rekommendation från 2014).<sup>6</sup> PTS har också att beakta de riktlinjer för marknadsanalys och bedömning av ett företags betydande inflytande på marknaden som EU-kommissionen tagit fram (nedan kommissionens SMP-riktlinjer).<sup>7</sup>

### **1.1.1 EU-kommissionens befogenheter i frågor om marknadsavgränsning och företag med betydande inflytande**

EU-kommissionen har särskilda befogenheter när det gäller de nationella regleringsmyndigheternas, inklusive PTS, nationella implementering av bestämmelserna i ram- och tillträdesdirektivet.<sup>8</sup> Rekommendationen om marknader relevanta för reglering är visserligen s.k. *soft law*, dvs. inte strikt bindande utan tillåter medlemsstaterna att göra anpassningar om de nationella förhållandena så kräver. EU-kommissionen har dock befogenheter att fatta beslut om att den nationella regleringsmyndigheten ska dra tillbaka sitt förslag till beslut dels när den nationella regleringsmyndigheten avser att definiera en marknad som skiljer sig från den som EU-kommissionen har rekommenderat, dels när regleringsmyndigheten identifierar om ett företag har ett betydande inflytande. De nationella regleringsmyndigheterna ska enligt ramdirektivet beakta EU-kommissionens rekommendationer i största möjliga mån.

Ett beslut från EU-kommissionen om att regleringsmyndigheten ska dra tillbaka sitt beslutsförslag förutsätter att EU-kommissionen finner att förslaget till beslut skulle vara ett hinder för den inre marknaden eller att EU-kommissionen hyser allvarliga tvivel i fråga om åtgärden är förenlig med gemenskapsrätten.<sup>9</sup>

### **1.1.2 EU-kommissionens befogenheter i fråga om skyldigheter**

År 2009 reformerades de direktiv som ligger till grund för den sektorsspecifika regleringen. Reformen var en följd av behovet av att fullborda den inre marknaden för elektronisk kommunikation genom att stärka gemenskapsmekanismen för regleringen av operatörer med betydande inflytande på de viktigaste marknaderna.<sup>10</sup>

Genom det s.k. ändringsdirektivet har EU-kommissionens befogenheter stärkts vad gäller de nationella regleringsmyndigheternas förslag om vilka skyldigheter ett företag med betydande inflytande ska åläggas.<sup>11</sup> De nationella

---

<sup>6</sup> EU-kommissionens rekommendation av den 9 oktober 2014 om relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation vilka kan komma i fråga för förhandsreglering enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG om ett gemensamt regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster, fortsättningsvis i detta beslut benämnd EU-kommissionens rekommendation från 2014.

<sup>7</sup> Kommissionens riktlinjer för marknadsanalyser och bedömning av betydande marknadsinflytande i enlighet med gemenskapens regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster (2002/C 165/03).

<sup>8</sup> Artiklarna 7, 7a, 15 och 19 m.fl i ramdirektivet, ändrade eller införda genom ändringsdirektivet.

<sup>9</sup> Artikel 7 i ramdirektivet, ändrad genom ändringsdirektivet. Bestämmelsen är dock i detta avseende oförändrad jämfört med dess ursprungliga lydelse i ramdirektivet.

<sup>10</sup> Se ändringsdirektivet, skäl 3.

<sup>11</sup> Se artikel 7a i ramdirektivet, införd genom ändringsdirektivet.

regleringsmyndigheterna ska, efter att ha underställt sitt förslag till beslut till EU-kommissionen, Berec och övriga regleringsmyndigheter, ha ett nära samarbete med dessa för att identifiera den effektivaste och lämpligaste åtgärden mot bakgrund av de mål som fastställs i direktivet, marknadsaktörernas yttranden och behovet av att säkerställa spridningen av en enhetlig praxis.<sup>12</sup> Sådant nära samarbete ska även bedrivas om Berec och EU-kommissionen hyser allvarliga tvivel om att en föreslagen åtgärd är förenlig med gemenskapslagstiftningen. Om den nationella regleringsmyndigheten inte ändrar sitt förslag trots dessa allvarliga tvivel får EU-kommissionen utfärda en rekommendation om att myndigheten ska dra tillbaka sitt förslag. Om den nationella regleringsmyndigheten därpå inte ändrar eller drar tillbaka sitt förslag måste myndigheten ge en motiverad förklaring.<sup>13</sup>

De nationella regleringsmyndigheterna ska normalt anmäla ett beslutsutkast till EU-kommissionen inom tre år från antagandet av en tidigare åtgärd som avser den marknaden.<sup>14</sup>

### **1.1.3 Samarbete inom Berec**

Även de nationella regleringsmyndigheterna inom EU har vissa befogenheter. Dessa agerar främst genom organisationen Berec.<sup>15</sup> Syftet med regleringsmyndigheternas samverkan inom Berec är att säkerställa en konsekvent tillämpning av ramverket inom EU.<sup>16</sup>

## **1.2 Tidigare fattat beslut för den nationella grossistmarknaden för programutskickstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare**

PTS fastställde den 10 juni 2013, med stöd av LEK, att den nationella grossistmarknaden för programutskickstjänster för distribution av fri-tv-innehåll via marknät till slutanvändare (nedan kallad grossistmarknaden för fri-tv via marknät) var relevant för förhandsreglering. Myndigheten identifierade Teracom AB som ett företag med betydande inflytande på marknaden och ålade företaget skyldigheter.<sup>17</sup>

---

<sup>12</sup> Artikel 7a ramdirektivet, införd genom ändringsdirektivet.

<sup>13</sup> Artikel 7a ramdirektivet, införd genom ändringsdirektivet.

<sup>14</sup> Artikel 16.6.a ramdirektivet, ändrad genom ändringsdirektivet, jämfört med 8 kap. 11 a § LEK.

<sup>15</sup> Berec är en förkortning av Body of European Regulators for Electronic Communications. Organisationen bildades i samband med reformerna av EU:s telekomregler (se ändringsdirektivet,) genom EU-kommissionens beslut den 25 november 2009 (1211/2009). Berec har i uppgift att främja samarbete och koordinering mellan nationella regleringsmyndigheter och EU-kommissionen, särskilt vid implementeringen av EU:s regulatoriska ramverk. Berec och dess kontor är baserat i Riga, Lettland.

<sup>16</sup> Artikel 7a.2 ramdirektivet, införd genom ändringsdirektivet.

<sup>17</sup> PTS beslut i ärende med dnr 11-9384.

### **1.3 Regleringen av grossistmarknaden för fri-tv via marknät syftar till att förhindra överprissättning**

Teracom är den enda aktören på grossistmarknaden för fri-tv via marknät. I likhet med andra företag strävar monopol efter att ge sina ägare så stor vinst som möjligt. Detta kan ta sig uttryck i s.k. monopolprissättning. I praktiken innebär det mindre volymer till högre priser, dvs. en ineffektiv undanträngning av konsumtionen, än vad som skulle ha gällt vid effektiv konkurrens. Detta medför nyttoförluster för samhället och konsumenterna. I huvudsak är således syftet med regleringen att förhindra överprissättning.

### **1.4 Huvuddragen i PTS prövning**

Schematiskt är PTS prövning i detta beslut uppdelad i följande steg:

1. en avgränsning av den relevanta grossistmarknaden (kapitel 2)
2. om den relevanta marknaden har sådana särdrag att den kan bli föremål för förhandsreglering (kapitel 3)
3. om det finns någon operatör med betydande inflytande på den relevanta marknaden (kapitel 4)
4. vilka skyldigheter som i så fall ska åläggas en operatör med betydande inflytande (kapitel 5)

#### **1.4.1 Avgränsning av marknaden – produktmässigt och geografiskt**

Enligt EU-kommissionens rekommendation från 2014 ska utgångspunkten för fastställande av marknader vara definitionen av slutkundsmarknader ur ett framtidsorienterat perspektiv. Efter det att slutkundsmarknaderna har definierats och analyserats kan regleringsmyndigheten gå vidare med att identifiera de relevanta grossistmarknader som kan behöva regleras för att effektiv konkurrens ska kunna uppstå på slutkundsmarknaderna.<sup>18</sup>

Med avseende på den relevanta grossistmarknaden avgränsas den såväl produktmässigt som geografiskt. *Produktmässigt* avgränsas marknaden så att den omfattar de tjänster som är utbytbara. *Geografiskt* avgränsas marknaden så att den omfattar det område inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden framför allt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.

I EU-kommissionens rekommendation från 2003<sup>19</sup> definierades en marknad för sändnings- och överföringstjänster för distribution av sändningsinnehåll till slutanvändare (fortsättningsvis benämnd marknaden för

---

<sup>18</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 7-10 i skälen.

<sup>19</sup> Kommissionens rekommendation av den 11 februari 2003 om relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation vilka kan komma i fråga för förhandsreglering enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG om ett gemensamt regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster.

programutsändningstjänster<sup>20</sup>). Sedan 2007<sup>21</sup> finns denna marknad inte längre kvar i EU-kommissionens rekommendationer. De huvudsakliga skälen till detta är att EU-kommissionen anser att övergången från analog till digital utsändning i EU generellt lett till en ökad grad av konkurrens mellan sändningsplattformar och att marknaden därmed blivit mer dynamisk.<sup>22</sup> Generellt anser EU-kommissionen alltså att marknaden inte längre behöver förhandsregleras. Det framgår dock av EU-kommissionens rekommendation att nationella regleringsmyndigheter får fastställa andra marknader än de som är förtecknade i rekommendationen. Detta får dock endast ske under förutsättning att marknaden uppfyller EU-kommissionens tre kriterier för förhandsreglering. Mer om de tre kriterierna följer främst i kapitel 3.

Eftersom PTS ålagt skyldigheter på grossistmarknaden för fri-tv via marknät ska PTS göra en översyn av denna marknad och samråda nya beslutsutkast med EU-kommissionen inom en treårsperiod. Syftet är således att bedöma om beslutade skyldigheter ska upprätthållas eller undanröjas. Detta ska ske oavsett om den relevanta marknaden omfattas av EU-kommissionens rekommendation eller inte.

Till följd av att marknaden inte längre ingår i EU-kommissionens rekommendation är utgångspunkten för PTS översyn den marknad som PTS tidigare ålagt skyldigheter på, dvs. grossistmarknaden för fri-tv via marknät.

I detta beslut gör således PTS en översyn av grossistmarknaden för fri-tv via marknät jämte en bedömning av huruvida den fortsatt ska vara föremål för förhandsreglering. Marknaden avgränsas i kapitel 2.

#### **1.4.2 Fastställande av marknad som kan komma i fråga för förhandsreglering**

PTS prövar därefter (i avsnitt 3) om den avgränsade grossistmarknaden har sådana särdrag att det är motiverat att införa skyldigheter för företag med ett betydande inflytande på denna. Eftersom grossistmarknaden för fri-tv via marknät inte anges i bilagan till EU-kommissionens rekommendation om marknader relevanta för reglering har PTS att pröva om de tre kriterierna i rekommendationen är uppfyllda. Om kriterierna inte är uppfyllda är förhandsreglering av marknaden inte motiverad.<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> PTS har i tidigare beslut (Se PTS beslut i dnr 11-9384 samt beslut i dnr 08-12046/23) gjort tolkningen att EU-kommissionens definition omfattar det som i Sverige vanligen benämns programutsändningstjänster.

<sup>21</sup> Kommissionens rekommendation av den 17 december 2007 om relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation vilka kan komma i fråga för förhandsreglering enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/21/EG om ett gemensamt regelverk för elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster.

<sup>22</sup> Kommissionens förklaringsdokument till rekommendationen om relevanta produkt- och tjänstemarknader inom området elektronisk kommunikation (fortsättningsvis EU-kommissionens förklaringsdokument), s. 49.

<sup>23</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 20-21 i skälen.

### **1.4.3 Fastställande av operatör med betydande inflytande**

Därefter följer (i avsnitt 4) PTS prövning av om något företag har ett betydande inflytande på grossistmarknaden. Det innebär att PTS prövar om det finns ett företag med en sådan ställning att det i betydande omfattning kan uppträda oberoende av sina konkurrenter, sina kunder och i sista hand av konsumenterna.<sup>24</sup> Om det konstateras att något företag har en sådan ställning på marknaden, ska företaget åläggas skyldigheter enligt LEK.

I bedömningen av marknadsinflytande följer PTS konkurrensrättslig praxis och beaktar de indikatorer som anges i EU-kommissionens SMP-riktlinjer.<sup>25</sup>

### **1.4.4 Åläggande av skyldigheter utifrån identifierade konkurrensproblem**

PTS avslutar sin prövning med att ålägga den eventuella operatören med betydande inflytande de skyldigheter som krävs för att komma till rätta med konkurrensproblemen på de aktuella marknaderna och för att uppfylla målen med lagstiftningen (avsnitt 5). Prövningen görs mot bakgrund av marknads-situationen, myndighetens erfarenheter från tillämpningen av den nuvarande regleringen samt resultatet från en framåtblickande bedömning av potentiella konkurrensproblem. Minst en av de skyldigheter som anges i 4 kap. 5-12 §§ LEK ska dock åläggas för att skapa förutsättningar för konkurrens där detta är möjligt, eller annars mildra de negativa effekterna av bristande konkurrens.

## **1.5 Företaget Teracom AB med dotterbolag omfattas av detta beslutsutkast**

PTS bedömer att detta utkast till beslut ska riktas till Teracom AB med berörda dotterbolag (tillsammans i detta beslutsutkast härafter kallade Teracom). Beslutet ska riktas till Teracom i dess egenskap av moderbolag som genom att äga samtliga aktier i dotterbolagen har ett bestämmande inflytande över dessa och därmed kan antas råda över deras verksamhet, samt är anmält hos PTS.<sup>26</sup> Beslutet riktas mot de berörda dotterbolagen eftersom de är de juridiska personer i företaget som operativt bedriver den för detta beslut relevanta verksamheten.

---

<sup>24</sup> 8 kap. 6 § LEK och artikel 14 ramdirektivet.

<sup>25</sup> Jfr 8 kap. 6 § LEK.

<sup>26</sup> Se även Kammarrättens i Stockholm dom den 25 januari 2007 i mål nr 6686-06.

## 2 Marknadsavgränsning

### 2.1 Den rättsliga ramen för avgränsning av den relevanta marknaden

PTS ska enligt 8 kap. 5 § LEK fortlöpande fastställa vilka produktmarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa skyldigheter för en operatör med betydande inflytande på marknaden i fråga. Även marknads geografiska omfattning ska därvid definieras.

Vid fastställandet av sådana marknader ska PTS beakta den rekommendation som EU-kommissionen i enlighet med ramdirektivet har antagit om relevanta produkt- och tjänstemarknader.<sup>27</sup> PTS ska också i största möjliga utsträckning beakta de riktlinjer som EU-kommissionen har utfärdat som en vägledning för nationella regleringsmyndigheter när de definierar marknader och bedömer huruvida någon operatör har betydande marknadsinflytande.<sup>28</sup>

### 2.2 Metod för produktmarknadsavgränsning

Detta beslut avser sändnings- och överföringstjänster för distribution av sändningsinnehåll till slutanvändare, vilken var marknad nummer 18 i kommissionens rekommendation om marknader som kan bli relevanta för förhandsreglering från 2003. Emellertid fanns marknad 18 inte med i kommissionens rekommendation från 2007. I PTS första beslut om reglering 2005 omfattades grossistmarknaden för fri-tv och betal-tv via marknätet. I sin analys inför beslutet 2009 fann PTS att marknaden för betal-tv uppvisade en så pass stor dynamik och så stort inträde av nya aktörer på marknaden att den inte längre behövde regleras. Däremot fann PTS att det fortfarande fanns stora och sakliga skäl till att fortsätta reglera marknaden för fri-tv. Denna skillnad mellan fri-tv och betal-tv marknaderna har kvarstått i de senare analyserna och besluten. Det är således denna marknad som utgör utgångspunkten för analysen i detta beslut.

Avgränsningen av relevanta marknader ska ske med tillämpning av konkurrensrättslig metod och stå i överensstämmelse med rättspraxis inom konkurrensområdet.<sup>29</sup> Enligt konkurrensrättslig praxis utgörs en produktmarknad av alla varor respektive tjänster som i tillfredsställande mån på grund av sina egenskaper, sitt pris och sin tilltänkta användning kan betraktas

---

<sup>27</sup> 8 kap. 5 § LEK, artikel 15.3 ramdirektivet och EU-kommissionens rekommendation om relevanta marknader från 2014.

<sup>28</sup> 8 kap 5 § LEK, artikel 15.3 ramdirektivet och EU-kommissionens SMP-riktlinjer.

<sup>29</sup> Se EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 24. Se även ramdirektivet artikel 15.3. EU-kommissionens SMP-riktlinjer är följaktligen baserade bl.a. på EU-rättslig praxis och Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning (EGT C 372), fortsättningsvis kallat EU-kommissionens tillkännagivande.

som utbytbara, eller med ett annat ord, substituerbara.<sup>30</sup> Två slag av utbytbarhet ska beaktas vid avgränsningen av den relevanta marknaden: 1) substitution från efterfrågesidan och 2) substitution från utbudssidan.<sup>31</sup>

*Efterfrågesubstitutionen* mäter i vilken utsträckning kunderna är beredda att ersätta en viss produkt eller tjänst med andra produkter eller tjänster. Detta utgör vanligtvis den mest omedelbara och effektiva begränsningen av företagets möjligheter att utöva marknadsinflytande. Produkter som ur efterfrågeperspektiv är utbytbara ingår därför på samma marknad.

*Utbudssubstitutionen* mäter i vilken omfattning det finns producenter på närliggande marknader som lätt och på kort sikt kan ställa om sin produktion eller börja saluföra den aktuella produkten eller tjänsten utan betydande ytterligare kostnader eller kommersiella risker.<sup>32</sup> Sådana producenter utövar ett konkurrenstryck på befintliga producenter och ska därför anses verksamma på den relevanta marknaden. Utbudssubstitutionen är normalt underordnad efterfrågesubstitutionen och ska kunna jämföras med den senare ”vad gäller effektivitet och omedelbarhet”.<sup>33</sup>

I konkurrensrättsliga sammanhang har EU:s domstolar uttalat att utbytbarheten och marknads omfattning i det enskilda fallet enbart kan fastställas genom en allsidig bedömning av ett flertal olika omständigheter. Vilka omständigheter som är relevanta för marknads avgränsning varierar i varje enskilt fall.<sup>34</sup> Avgörande blir också vilka upplysningar som finns att tillgå i det enskilda fallet. Förutom de kvalitativa kriterierna egenskaper, pris och avsedd användning, kan det vara relevant att beakta kundernas uppfattning beträffande utbytbarhet samt faktiska substitutionsmöjligheter.<sup>35</sup> Produkter som vid en samlad bedömning av objektiva egenskaper, konkurrensvillkor samt mönster för tillgång och efterfrågan på den aktuella marknaden visar sig endast till liten del vara utbytbara med varandra, tillhör skilda produktmarknader.<sup>36</sup>

Vid marknadsanalyser enligt LEK är utgångspunkten emellertid inte, som vid tillämpningen av konkurrensrätten, förekomsten av ett avtal, en koncentration eller ett påstått missbruk, utan en allmän framåtblickande bedömning av

---

<sup>30</sup> Se EU-kommissionens tillkännagivande, p. 7. Se även EU-domstolens dom den 21 februari 1973 i mål 6/72 *Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc. mot kommissionen (Continental Cans)* och EU-domstolens dom den 14 februari 1978 i mål 27/76 *United Brands Company och United Brands Continentaal BV mot kommissionen (United Brands)*.

<sup>31</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 38.

<sup>32</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 39. Med detta avses att det inte får krävas en väsentlig tillpassning av befintliga fasta och immateriella tillgångar, nyinvesteringar, strategiska beslut inom företaget, eller ta tid, se EU-kommissionens tillkännagivande, p. 23 och fotnot 4. Producenten ska också utan kostnader och omställningstider för exempelvis reklam, produktprovning eller distribution kunna distribuera produkten till kunderna.

<sup>33</sup> EU-kommissionens tillkännagivande, p. 20.

<sup>34</sup> Se exempelvis Förstainstansrätten i mål T-25/99 *Roberts och Roberts mot Kommissionen* REG 2001 s II-1881, p. 37-40.

<sup>35</sup> Se regeringens proposition 1992/93:56, Ny konkurrenslagstiftning, s. 85.

<sup>36</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 44 f.

marknadens struktur och funktion.<sup>37</sup> EU-kommissionen utgår i sin rekommendation från definitionen av slutkundsmarknader ur ett framtidsorienterat perspektiv och definierar därefter relevanta grossistmarknader.

## **2.3 Den svenska tv-marknaden**

Det finns anledning att inledningsvis göra en kort beskrivning av hur den svenska tv-marknaden fungerar vad avser affärsmodeller och tjänsteutbud som bakgrund till själva marknadsavgränsningen.

### **2.3.1 Tv marknadens struktur**

Från det att ett tv-innehåll producerats till dess att innehållet når tittaren har ett flertal aktiviteter utförts av olika aktörer.

TV-innehållet produceras vanligen av ett produktionsbolag som levererar innehållet till ett programbolag. Programbolagen producerar normalt även eget innehåll och sätter sedan samman innehållet till tv-kanaler vilka erbjuder kunderna var för sig eller paketerade i olika abonnemang. Detta görs av SMS-bolag<sup>38</sup> vilka har en avtalsrelation med slutkunden. Exempel på SMS-bolag är Boxer TV-Access AB (Boxer) och Viasat AB (Viasat). För att innehållet ska nå slutkunden krävs en programutsändningstjänst som levereras av en nätoperatör<sup>39</sup>. SMS-bolag och operatörer är ofta vertikalt integrerade, som exempelvis Com Hem AB (Com Hem), Boxer/Teracom och TeliaSonera.

Tv-utsändningar kan vara såväl analoga som digitala. Sändningarna kan också vara antingen krypterade eller okrypterade. Om sändningarna är krypterade krävs att avkodaren är utrustad med system för åtkomstkontroll. Genom signalering i distributionsnätet kan det företag som administrerar åtkomstkontrollen öppna upp det så kallade programkort som installerats i slutkundens digital-tv-box i syfte att ge kunden åtkomst till de tv-kanaler som kunden betalar för. Kanaler som sänds krypterat och där slutkunden betalar för ett abonnemang, antingen direkt eller indirekt via hyran, för att kunna titta på sändningarna definierar PTS som betal-tv.

I Sverige finns i dag följande huvudsakliga distributionssätt för utsändning av den traditionella tv-tjänsten: marknät, kabel-tv-nät, satellit och ip-tv via fiber eller xDSL. Betal-tv finns på samtliga av dessa distributionsplattformar.

---

<sup>37</sup> Se Commission Staff Working Document, Explanatory Note accompanying the Commission Recommendation on Relevant Products 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 {(C(2007) 5406)}, fortsättningsvis benämnt EU-kommissionens förklaringsdokument 2007, s. 6 och EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 27.

<sup>38</sup> SMS är en förkortning för Subscriber Management System.

<sup>39</sup> En operatör definieras enligt 1 kap. 7 § LEK som den som innehar eller på annat sätt råder över ett allmänt kommunikationsnät eller tillhörande installation.



I marknätet finns även en produkt där ett antal kanaler, till skillnad från det som beskrivs ovan, tillhandahålls utan paketering av ett SMS-bolag. Sådana sändningar kan tas emot av slutanvändaren okrypterat, kostnadsfritt och utan krav på abonnemang eller motsvarande. Detta definierar PTS som fri-tv.

### **2.3.2 Fri-tv**

SVT får sina intäkter huvudsakligen via den tv-avgift som alla hushåll med tillgång till tv-mottagare är skyldiga att betala.<sup>40</sup> SVT får inte sända reklam i sina kanaler.<sup>41</sup> Av anslagsvillkor framgår vidare att SVT:s kanaler måste tillhandahållas kostnadsfritt.<sup>42</sup>

Övriga fri-tv-kanaler i marknätet finansieras av reklamintäkter. För att nå samtliga tittare i marknätet måste programbolagen sända sina kanaler som fri-tv. TV4 och TV6 vilka sänds som fri-tv i marknätet finns även som betal-tv-kanaler på andra plattformar.

### **2.3.3 Betal-tv**

Vad gäller betal-tv-kanalerna, dvs. kanaler som sänds krypterat och där konsumenten behöver ett abonnemang för att kunna titta på sändningarna, kan dessa finansieras genom reklamintäkter eller abonnentintäkter eller genom en kombination av dessa. I de flesta fall får programbolaget en ersättning av SMS-bolaget baserat på antalet abonnenter som har tillgång till programbolagets kanaler.

Andra kanaler får sina största intäkter genom att abonnenterna betalar en högre abonnemangsavgift för att få tillgång till kanalen. I en del fall, men inte i alla, har dessa kanaler även vissa reklamintäkter. För de här kanalerna är det inte helt nödvändigt att nå så många tittare som möjligt, men däremot att nå de tittare som vill betala för att få tillgång till utbudet. Kanalerna ligger ofta i ett paket som är högre prissatt. Det kan till exempel röra sig om kanalpaket som är inriktade på sport eller film.

---

<sup>40</sup> SVT finansieras genom tv-avgifter i enlighet med lagen (1989:41) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst. Avgiftsskyldigheten i lagen är kopplad till innehavet av en tv-mottagare. Tv-avgiften betalas till Radiotjänst i Kiruna AB som ansvarar för uppbörden av tv-avgifter samt avgiftskontroll, och placeras på det s.k. rundradiokontot i Riksgälden. Riksdagen beslutar årligen om medelstilldelningen från rundradiokontot till SR, SVT och UR. Medlen ställs därefter till programföretagens förfogande genom anslagsvillkoren. Medlen överförs löpande under året från Riksgälden till företagen i enlighet med riksdagsbeslutet och anslagsvillkoren.

<sup>41</sup> Förbudet omfattar dock inte sponsringsmeddelanden, reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet för SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen (se SVT:s sändningstillstånd, 18 §).

<sup>42</sup> Av anslagsvillkoren avseende Sveriges Television AB (Ku2014/2138/MFI Ku2014/2121/RFS(delvis) p. 8 framgår att SVT:s sändningar som är riktade mot Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning utöver tv-avgiften. Detta gäller således på samtliga plattformar.

## **2.4 Avgränsning av slutkundsmarknaden**

### **2.4.1 PTS tidigare definition av slutkundsmarknaden**

I det förra beslutet från 2013 fann PTS att den relevanta produktmarknaden i slutkundsledet utgjordes av fri-tv via marknät. Frågan är om den avgränsning som då gjordes fortfarande är relevant.

### **2.4.2 Marknätet**

Sedan 2007 är alla tv-sändningar i marknätet digitala och kräver en dekoder, en s.k. digital box, men tillhandahålls i övrigt utan kostnad för slutanvändaren. Marknätet ägs och drivs av det statliga företaget Teracom och täcker som mest 99,8 procent av Sveriges bofasta befolkning.<sup>43</sup>

I marknätet tillhandahålls såväl fri- som betal-tv. Det finns två varianter av digital-tv-boxar för mottagning av marknätssändningar. Dels finns det boxar som har plats för ett programkort, som är avsedda för mottagning av betal-tv. Dels finns enklare boxar utan plats för programkort, som är avsedda för att ta emot endast fri-tv.

#### **2.4.2.1 Sändningstillstånd i marknätet**

En skillnad mellan marknätet och övriga plattformar är att det behövs ett sändningstillstånd för programbolagen för att få sända i marknätet. Sändningstillstånd för tv i allmänhetens tjänst (SVT och UR) meddelas av regeringen. Övriga sändningstillstånd meddelas av myndigheten för press, radio och tv, MPRT, utifrån i förväg bestämda kriterier. Tillstånden gäller per kanal och i dag finns det totalt 51 nationella och 3 regionala tillstånd.

Av SVT:s sändningstillstånd framgår att SVT ska sända till 99,8 procent av befolkningen i marknätet samt hålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Regeringen ställer krav på driftsäkerhet och beredskap i SVT:s och UR:s sändningstillstånd för marknätssändningar. Dessa krav uppfylls när det gäller distribution av programmen genom de krav som företagen i sin tur ställer på Teracom i egenskap av utsändningsleverantör i marknätet. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. I UR:s sändningstillstånd framgår det även att UR ska använda digital utsändningsteknik vid sändning av bild och ljud för marksänd television. De krav som ställs på den utsändningstjänst som SVT efterfrågar blir således styrande även för UR. Med SVT avses fortsättningsvis såväl SVT som UR om inget annat anges. Vidare utpekas SVT och Sveriges Radio, SR, som viktiga organ i händelse av kris.

#### **2.4.2.2 Vidaresändningsplikt**

Regler om vidaresändningsplikten finns i 9 kap. RTL. Den grundläggande tanken med vidaresändningsplikten är att de som bor i hushåll som är anslutna till ett trådbundet nät, dvs. kabel-tv-nät samt ip-tv, och som inte kan ta emot de

---

<sup>43</sup> [www.teracom.se](http://www.teracom.se)

marksända tv-programmen med egen antenn ska kunna göra det via sin operatör.<sup>44</sup>

#### 2.4.2.3 Programbolagens affärsmodeller i marknätet

Programbolagen efterfrågar en programutsändningstjänst för att kunna distribuera sina kanaler. I marknätet kan programbolagen välja att sända sina program som fri- eller betal-tv. De populäraste kanalerna är i nämnd ordning SVT1, TV4, SVT2, TV3 och Kanal 5.<sup>45</sup> Samtliga av dessa kanaler finns på marknätets plattformen där SVT1, SVT2 och TV4 är fri-tv-kanaler liksom TV6. På övriga plattformar förekommer endast betal-tv.

#### Fri-tv i marknätet

Med fri-tv avser PTS tv som kan tas emot okrypterat och kostnadsfritt av slutkunden utan krav på abonnemang eller motsvarande. Fri-tv förekommer endast i marknätet där programbolagen köper utsändningstjänsten direkt av Teracom som sänder ut kanalerna okrypterat. De okrypterade sändningarna når samtliga marknätshushåll, det vill säga även de hushåll som också är betal-tv-abbonenter.

Eftersom fri-tv-tittarna inte tecknar abonnemangsavtal för att ta del av fri-tv är det oklart exakt hur många hushåll som endast tar emot fri-tv och inte abonnerar på betal-tv. Enligt undersökningar utförda på uppdrag av PTS hade ca 7,4 procent av hushållen fri-tv som enda mottagningsätt för tv i sitt permanentboende 2011 och 8,4 procent år 2014 och 6,8 procent 2015.<sup>46</sup> Utöver detta finns ett stort antal hushåll som har fri-tv i sitt andraboende eller fritidshus. Av de hushåll som har tillgång till fritidsboende har 27 procent enbart fri-tv som mottagningsätt för tv.<sup>47</sup> I permanentboendet fungerar fri-tv ofta som en mottagningsform för hushållets andra tv-apparater utöver hushållets abonnemang för betal-tv.

Antalet hushåll med enbart fri-tv tros vara något underskattat i den senaste undersökningen då det av de svarande i denna undersökning var ett mindre andel boende i enfamiljshus än var det var i den undersökning som genomfördes året innan (2014). Ser man därför till den övergripande bilden kan man konstatera att andelen hushåll som enbart har fri-tv ligger relativt konstant. Detta bekräftas också i undersökningen av att 8 av 10 av hushållen som enbart

---

<sup>44</sup> Jfr RTVV:s (numera MPRT) rapport *Vidaresändningsplikt i kabelnät* från den 15 december 2008, s. 11 och prop. 1984/85:199 s. 38 f.

<sup>45</sup> Medieutveckling 2015, MRTV, s. 71.

<sup>46</sup> Enligt undersökningar av TNS SIFO gjord på uppdrag av PTS under perioden 17 augusti – 5 september 2011, 2014 och 2015. Som kriterier för fri-tv har i undersökningen använts följande: Hushållet ska ta emot sändningen via en antenn på taket eller en bordsantenn. Hushållet ska inte ha några utgifter för sitt tv-abbonemang till en kommersiell tv-leverantör. Hushållet ska inneha en digitalbox utan kort (kan även vara integrerad i tv:n). Slutligen ska hushållet enbart kunna se SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen, TV4 och TV6 samt vissa regionala kanaler. Värdet för fri-tv för 2011 ligger i linje med de uppgifter som Teracom publicerat i Teracoms Delårsrapport januari – mars 2012, s. 6.

<sup>47</sup> Enligt en undersökning SWECO gjord på uppdrag av PTS under perioden oktober – december 2015

har fri-tv svarar att de tror att de kommer att ta emot tv på samma sätt om ett år som de gör idag.

Fri-tv-kanaler i marknätet är för närvarande SVT:s kanaler<sup>48</sup>, TV4 och TV6 samt ett antal regionala kanaler. SVT:s standard-tv-kanaler är placerade i ett eget sändarnät, multiplex 1, med högre täckning (99,8 procent) än de kommersiella kanalerna, vilka ligger i multiplexar som täcker 98 procent. Enligt SVT:s sändningsvillkor ska minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen kunna ta emot sändningarna. SVT ska enligt villkoren använda digital utsändningsteknik för marksändningar. Detta innebär att SVT måste sända i marknätet. Dessutom följer av SVT:s anslagsvillkor att sändningar som är riktade mot Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning. Övriga fri-tv-kanaler har ansökt om och beviljats tillstånd av MPRT att sända i marknätet och skulle kunna välja att inte sända i marknätet.

#### Betal-tv i marknätet

För de hushåll som vill ha tillgång till fler kanaler via marknätet än fri-tv-kanalerna finns möjlighet att teckna avtal om abonnemang för betal-tv hos Boxer, som är ett systerbolag till Teracom AB. Boxer är det enda bolag som levererar betal-tv via marknätet. Boxer hade per 31 juni 2015 ca 550 000 abonnenter. Den geografiska täckningen för marksänd tv omfattar i princip hela landet

De sändningstillstånd som MPRT meddelar programbolagen innebär att Boxer inte fritt kan styra över kanalutbudet. Däremot kan Boxer i viss mån påverka programutbudet, eftersom Boxer i regel på förhand lämnar erbjudanden till programbolagen om ersättningar. Dessa uppgifter ingår i det finansiella underlaget i programbolagens ansökan om sändningstillstånd. Boxer utformar vidare kanalpaketen.

Betal-tv-kanaler som har tillstånd att sända i marknätet har avtal med Boxer om att finnas med i Boxers utbud. Boxer har i sin tur distributionsavtal med Teracom. Det förekommer dock även att programbolag har avtal direkt med Teracom när det gäller själva distributionstjänsten för betal-tv-kanaler. Boxer sköter slutkundshantering (inklusive åtkomstkontroll) och paketering av programutbudet för betal-tv-kanalernas räkning. Teracom tillhandahåller den fysiska infrastrukturen och sköter multiplexeringen.

#### **2.4.3 Andra plattformar**

Fri-TV sänds enbart via marknätet men för betal-tv finns ett antal andra plattformar över vilka distribution kan ske. Här finns ett antal olika affärsmodeller där kostnaderna betalas antingen av slutkunden eller av fastighetsägaren.

---

<sup>48</sup> SVT1, SVT1HD, SVT2, SVT2HD, SVT24, SVT Barnkanalen och Kunskapskanalen.

#### 2.4.3.1 Kabel-tv

Ett antal företag förfogar över kabelnät som används för distribution av sändningsinnehåll till ca 2,5 miljoner hushåll i Sverige.<sup>49</sup> Com Hem, Tele2, Canal Digital Kabel-TV AB (Canal Digital), Sappa och TeliaSonera står för majoriteten av de anslutna hushållen. Com Hem har flest antal abonnenter (1,96 miljoner).<sup>50</sup> Kabel-tv-operatörerna är ofta vertikalt integrerade.

Flera operatörer som t.ex. Com Hem och Canal Digital har en affärsmodell där ett hushåll som har tecknat ett individuellt digitalt kabel-tv-abonnemang även har ett analogt grundabonnemang via sin fastighetsägare, dvs. hushållet har två abonnemang för kabel-tv. Andra operatörer som t.ex. Tele2 har hushåll med antingen analoga eller digitala kabel-tv-abonnemang via fastighetsägare.<sup>51 52</sup>

Com Hem tillhandahåller sedan januari 2010 även ett digitalt basutbud motsvarande fri-tv-kanalerna (dock inte hdtv-kanalerna) samt kanalen Axess TV utan extra abonnemangskostnad till Com Hem-anslutna hushåll.<sup>53</sup>

#### 2.4.3.2 Tv via satellit

Det finns två aktörer som erbjuder tv via satellit i Sverige: Viasat och Canal Digital Sverige AB (Canal Digital Sverige).<sup>54</sup> Totalt tar ca 628 000 hushåll emot tv via satellit.<sup>55</sup> Viasat, som inte äger någon infrastruktur, köper utsändningstjänsten från SES Astra AB (SES Astra) medan Canal Digital Sverige köper utsändningen från sin ägare Telenor. Sista december 2014 hade Viasat 319 000 abonnenter och Canal Digital Sverige 309 000 abonnenter i Sverige.<sup>56</sup>

Den geografiska täckningen för satellitsändningar omfattar i princip hela landet. I likhet med marksänd tv är det företrädesvis enfamiljshus som tar emot tv från satellit. På vissa håll förekommer dock så kallad satellitskugga vilket förhindrar mottagning. Satellitplattformen kännetecknas av en hög kapacitet, vilket möjliggör för slutkunderna att ha ett stort kanalutbud till hög kvalitet, exempelvis vad gäller hdtv. Slutkunderna kan dock varken få tillgång till bredband, telefoni eller interaktiva tjänster via satellitplattformen.

De båda aktörerna på denna plattform sänder digitalt och slutkunden behöver en digital-tv-box samt en parabolantenn för att ta emot sändningarna.

---

<sup>49</sup> Uppgifter från Svensk Telemarknad första halvåret 2015. I denna siffra inkluderas SMATV-hushållen.

<sup>50</sup> <http://www.comhem.se>, Delårsrapport Q4 2015.

<sup>51</sup> Marknadsutvecklingen för trådbunden tv - PTS-ER-2010:21, s 28.

<sup>52</sup> För att beräkna totala antalet hushåll som använder kabel-tv måste beaktas att antalet analoga och digitala kabel-tv-abonnemang inte kan summeras för att undvika dubbelräkning.

<sup>53</sup> Det enda som krävs är av Com Hem godkänd digital-tv-box eller en tv-apparat med inbyggd digitalmottagare som är testad och godkänd av Com Hem. Något programkort behövs inte.

<sup>54</sup> Det finns även enstaka okrypterade gratiskanaler som riktar sig till tittare i Sverige och som sänds via olika satelliter med europeisk täckning. Exempel på sådana kanaler är Kanal 10 (Kristen TV i Sverige AB) som sänds via SES Astras satellit Astra 4A och den syrianska kanalen Suroyo TV, som sänds via Eutelsat-satelliten Hotbird 9 med program delvis på svenska.

<sup>55</sup> Svensk Telemarknad första halvåret 2015.

<sup>56</sup> Svensk Telemarknad första halvåret 2015.

Parabolantennen är inte knuten till något SMS-bolag, vilket däremot digital-tv-boxen är. Kanalerna sänds krypterade och är paketerade i olika varianter av betal-tv-abonnemang. Dessa skiljer sig åt prismässigt beroende på programpaketens omfattning och innehåll.

#### 2.4.3.3 Ip-tv

Ip-tv är digital tv levererad över en bredbandsanslutning med hjälp av ip-protokoll<sup>57</sup> hela vägen från leverantören ut till slutkunden där signalen omvandlas med hjälp av en digital-tv-box. Ip-tv möjliggör tvåvägskommunikation och interaktiva tjänster som on-demand<sup>58</sup>. Tv-tjänsten kan distribueras via en access som antingen är baserad på fiber eller på xDSL i TeliaSoneras metallbaserade accessnät. En viktig skillnad mellan de två distributionsformerna är att fibernäten har en högre överföringskapacitet, vilket möjliggör fler tjänster för slutkunden. Vidare kan alla fiberaccesskunder få hdtv, medan det inte gäller för alla xDSL-kunder. En annan skillnad är att kunder som har ip-tv via fiber även kan spela in på en kanal samtidigt som de tittar på en annan.

#### 2.4.3.4 Webb-tv

Omfattningen av webb-tv på senare tid har ökat. Många programbolag t.ex. SVT<sup>59</sup> och TV4 lägger i dag ut allt eller delar av sitt innehåll på sina hemsidor. Det finns därmed en möjlighet för tittare att själva välja när de vill se ett visst program eller ett visst programklipp. Sedan i början av februari 2013 lägger SVT ut alla sina kanaler på webben direkt, dvs. online. Med webb-tv avses således såväl enstaka program som s.k. beställtjänster (play-tjänster) och kanaler som lägger ut hela sitt programinnehåll online.

Vad gäller t.ex. SVT Play har tittandet ökat kraftigt. År 2014 uppmättes att knappa 350 miljoner program hade setts via SVTPlay.

En allt snabbare växande företeelse i Sverige är video-strömning online till en fast månadskostnad. Företag som Netflix, ViaPlay och HBO erbjuder på detta sätt filmer och tv-serier.

Något som kan påverka utvecklingen av webb-tv är exempelvis den ökande användningen av s.k. smarta tv-apparater, som kopplar ihop tv-apparaten med internet. Vid sidan av att använda datorer eller smart-tv-apparater för att titta på webb-tv kan också mobiltelefoner användas, vilket kan förväntas öka genom den ökade användningen av smarta telefoner och surfplattor.

Webb-tv förutsätter inte att någon särskild tv-operatör paketerar och förmedlar tv-programmen och tv-kanalerna. Istället sker utsändningen oftast efter en

---

<sup>57</sup> Vid användning av internetprotokoll, ip, överförs ”paket” med information och uppgifter om avsändar- och mottagaradress i form av en ip-adress.

<sup>58</sup> En on-demand-tjänst innebär att tv-tittaren kan se ett tv-program när den själv vill.

<sup>59</sup> Från februari 2013 erbjuder SVT sina kanaler fritt över internet. Samtliga kanaler sänds i sin helhet på SVT Play och kan ses på mobiler, surfplattor och datorer inom landets gränser.

direktkontakt mellan tittaren och webbplatsen. Webb-tv medför att programbolagen kan nå tittaren direkt utan att någon kontakt sker med något SMS-bolag. En avgörande förutsättning för att kunna ta del av webb-tv är naturligt nog att tittaren för det första har tillgång till en bredbandsuppkoppling till internet och för det andra att överföringshastigheten är tillräcklig för att kvaliteten ska kunna anses godtagbar<sup>60</sup> och tv-programmens kvalitet beror av bredbandsuppkopplingens hastighet. Det är användaren som betalar för den datatrafik som krävs för att se programmen. Utbyggnaden av bredbandsnät är en förutsättning för en fortsatt utveckling av webb-tv. Mobilnätens betydelse för distribution av tv-program kan komma att öka i takt med den tekniska utvecklingen. Det är dock osäkert om de mobila bredbandsnäten ens på sikt kommer att ha lika god täckning som SVT:s marksändningar har idag (99,8 procent av den bofasta befolkningen). När det gäller mobiltelefonnäten måste man också hålla i minnet att alla tjänster, dvs. tal, data och tv-sändningar, konkurrerar om kapaciteten från basstationen inom det geografiska område som basstationen täcker. Detta gör att det är svårt att garantera ljud- och bildkvaliteten för tv som sänds genom mobiltelefonnäten.

#### **2.4.4 Kundörlighet**

Antalet fri-tv hushåll har varit relativt stabilt sedan PTS började med undersöka andelen 2012. Även uppgifter från Mediebarometern 2014<sup>61</sup> samt Teracom<sup>62</sup> stödjer att fri-tv-hushållen legat relativt konstant 2012 – 2015. Enligt en undersökning 2015 som utfördes på uppdrag av PTS, angav 93 procent av hushållen som angett att de hade fri-tv som enda mottagningssätt för tv i sitt permanentboende idag att de också hade fri-tv för 12 månader sedan. Resterande 7 procent angav att de inte hade haft fri-tv eller att de inte visste. Antalet fri-tv-hushåll har som ovan nämnts har varit relativt stabilt sedan PTS startade att undersöka antalet.

Ökningen av antalet ip-tv-abonnemang har framför allt drivits av utbyggnaden av fiber och av operatörernas triple play-strategi. I ett triple play-erbjudande paketeras tv-tjänsten tillsammans med bredband och telefoni, ofta till mycket förmånliga priser jämfört med att betala telefoni, bredband och tv separat. Triple play-erbjudanden kan även ses som ett medel för att behålla bredbandskunder. Omvänt utgör bredbandskunderna en rekryteringsbas för ip-tv-tjänster.

En jämförelse av kundörligheten på betal- tv-plattformarna visar att även denna är liten om dock något större än kundörligheten för fri-tv.<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> Enligt uppgift från Telia behövs ca 6-8 Mbit för att kunna ta emot tv med en godtagbar kvalitet, se Telias hemsida: [www.telia.se](http://www.telia.se).

<sup>61</sup> Mediebarometern 2014, Nordicom.

<sup>62</sup> Teracom Group Delårsrapport oktober – december 2015.

<sup>63</sup> Svenskarnas användning av telefoni & internet 2015 (Individundersökningen 2015).

#### 2.4.5 Marknadsutveckling

Plattformarnas egenskaper skiljer sig i vissa avseenden från varandra. I tabell 1 nedan görs en jämförelse från ett slutkundsperspektiv mellan de plattformar som används för distribution av tv-sändningar.

De priser som anges i tabellen motsvarar slutkundens årskostnad per kanalpaket på respektive sändningsplattform under avtalets första och andra år. Beräkningen baseras på SMS-bolagens kanalpaket där de fem största kanalerna ingår och där kanalutbudet i övrigt är förhållandevis lika för respektive plattform. Priserna inkluderar slutkundens kostnad för startavgift, månadskostnad och korthyra. Priserna inkluderar inte kostnader för införskaffande av utrustning och inte heller eventuella rabatter. I vissa fall redovisas prisuppgifter från en specifik operatör. I andra fall handlar det om sammanvägda uppgifter från fler än en operatör. I samtliga fall redovisas ungefärliga priser. Priset för analog kabel-tv varierar mellan olika avtal, men ligger generellt lägre än priserna för andra abonnemang. I de priser som redovisas för ip-tv via xDSL ingår inte kostnaden för bredbandsuppkoppling som krävs för att ta emot tv-utsändningarna.

Beträffande betal-tv är det vanligt med kampanjpriser, rabatter och subventioner för att attrahera nya kunder och för att överbrygga kostnader för att byta från en distributionsplattform till en annan.

Med kompatibilitet avses möjligheten att använda samma utrustning vid mottagning via olika plattformar och mellan olika operatörer på samma plattform. Digital-tv-boxarna är, med få undantag, specifika för varje operatör.<sup>64</sup> Parabolerna för satellitmottagning kan oftast användas för olika satelliter, men måste riktas om mot aktuell satellit.

---

<sup>64</sup> Uppgift från Itux AB den 20 oktober 2011, aktbilaga 21.



**Tabell 1 En jämförelse av utbudet på olika utsändningsplattformar**

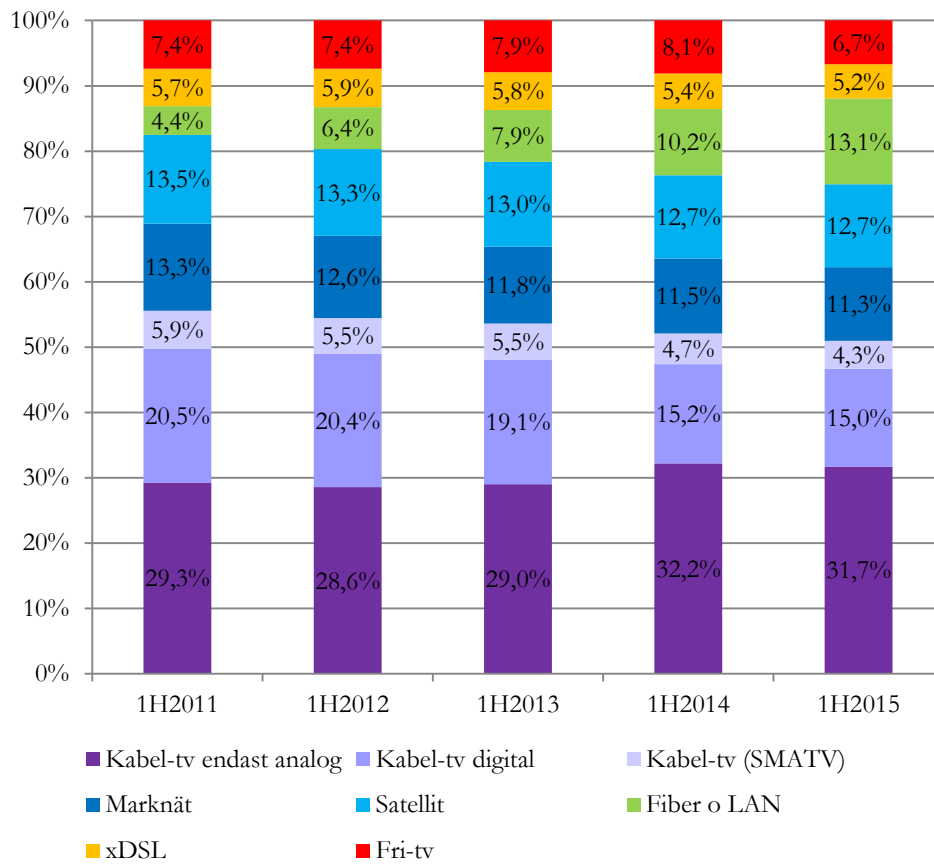
Plattform	Marknät (fri-tv)	Marknät (betal-tv)	Kabel-tv digitalt	Kabel-tv analogt exkl SMATV	Satellit	Ip-tv via xDSL	Ip-tv via fiber-LAN
Abonnemang (tusental) per 30 juni 2015)	?	565	751	2402	628	271	564
Pris från kr	Gratis	År 1: Ca 2800 År 2: Ca 2800	År 1: Ca 2200 År 2: Ca 1800	År 1: ca 500 År 2: ca 500	År 1: Ca 2500 År 2: Ca 2500	År 1: Ca 600+ avgift bredbandsabonnemang År 2: Ca 600 + avgift bredbandsabonnemang	År 1: Ca 600+ bredbandsabonnemang År 2: Ca 600 + bredbandsabonnemang
Interaktivitet	Nej	Nej	Ja, i princip <sup>65</sup>	Nej	Nej	Ja	Ja
Hdtv	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja <sup>66</sup>	Ja
Kapacitet	Begränsad	Begränsad	Hög	Begränsad	Hög	Begränsad	Hög
Utrustning	Box, antenn	Box, antenn	Box		Box, parabolantenn	Box	Box
Kompatibilitet	Ja	Begränsad	Begränsad	Ej tillämpligt	Begränsad	Begränsad	Begränsad
Tripple play	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Ja

Som framgår av Figur 1 nedan är kabel-tv alltså den största plattformen i termer av antalet hushåll som tar emot tv. Den största förändringen är att antalet hushåll som tar emot ip-tv via fiber-LAN har ökat från fyra till tretton procent. Antalet hushåll som endast tar emot fri-tv är i stort sett stabilt. Notera att de som har digital kabel-tv oftast har analog kabel-tv i botten.

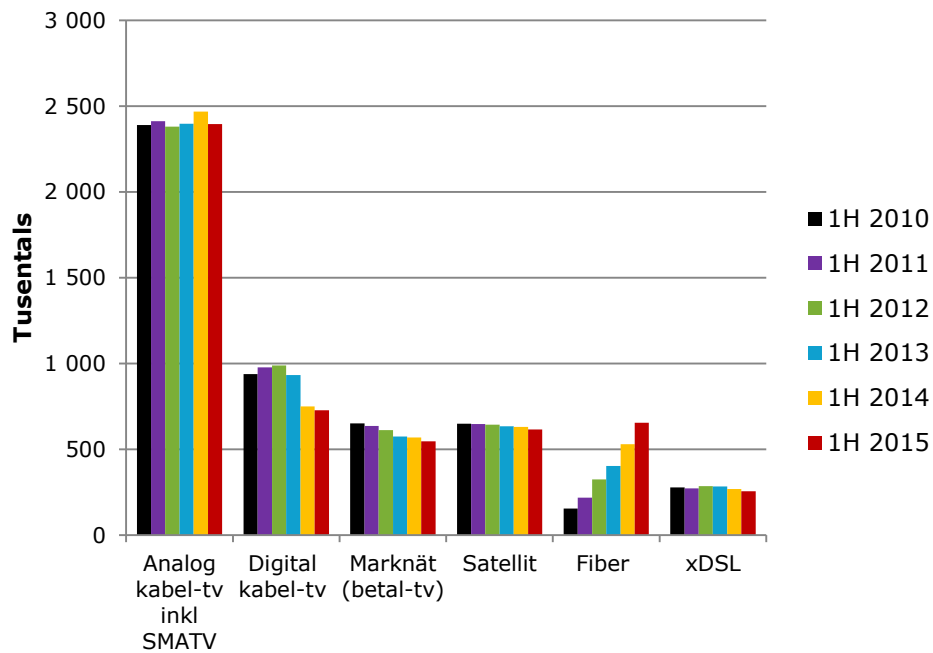
<sup>65</sup> Förutsätter att nätet är returaktiverat, vilket oftast är fallet.

<sup>66</sup> Förutsätter bl.a. att slutkunden bor maximalt 2,5 km från telestationen.

**Figur 1 TV tjänster**



Figur 2 Utvecklingen av antal abonnemang på tv-området<sup>67</sup>



<sup>67</sup> Betal-tv-statistik är hämtat från Svensk telemarknad första halvåret 2015. Notera att ett hushåll kan ha fler än ett abonnemang. \* I värdet för kabel-tv abonnemang ingår SMATV. Fri-tv-statistik (antal hushåll med fri-tv som enda mottagningsätt i permanentboendet) kommer från studier av TNS-Sifo på uppdrag av PTS "Hushållens användning av fri-tv".

Figur 2 ovan beskrivs utvecklingen av abonnemang. Betal-tv-plattformarna anges i antalet abonnemang som operatörer rapporterat in till PTS inom ramen för Svensk telemarknad.<sup>68</sup>

Den största förändringen som skett är ökningen av antalet abonnemang avseende ip-tv via fiber-LAN. Den sista juni 2015 uppgick antalet ip-tv via fiber abonnemang till 655 000, dvs. en ökning med ca 331 000 abonnemang från sista juni 2012. Antalet abonnemang på de övriga plattformarna har varit relativt stabilt. Det distributionsätt som trots allt tappat flest abonnenter är betal-tv via marknät som minskat med ca tio procent sedan 2012.

#### **2.4.6 Utbytbarhet från efterfrågesidan mellan olika plattformar**

PTS gör liksom i tidigare beslut bedömningen att utbytbarhet inte råder mellan markplattformen och övriga plattformar.

På markplattformen sänds såväl fri-tv som betal-tv. PTS analyserar nedan om de skillnader avseende egenskaper mellan å ena sidan fri-tv och andra sidan betal-tv via marknät som angavs i 2013 års beslut fortfarande kan anses föreligga.

#### **2.4.7 Utbytbarhet från efterfrågesidan mellan fri-tv och betal-tv via marknät**

Det kan konstateras att den grundläggande skillnaden mellan fri- och betal-tv alltså är att fri-tv tillhandahålls kostnadsfritt<sup>69</sup> och okrypterat. Slutkunden behöver inte teckna abonnemangsavtal med ett SMS-bolag eller någon av fri-tv-kanalerna för att få tillgång till fri-tv utbudet. Den enda kostnaden för slutanvändaren uppkommer vid köpet av en antenn och en enklare variant av digital-tv-box.

Antalet hushåll som tar emot endast fri-tv via marknätet har legat relativt stabilt. Som framgår av de redovisade undersökningarna är det få fri-tv-tittare som byter till andra alternativ.

Eftersom i stort sett samma utrustning kan användas för mottagning av både fri- och betal-tv<sup>70</sup> via marknät och att de byteskostnader som därmed uppkommer är begränsade ligger det närmast till hands att analysera huruvida fri-tv från ett slutkundsperspektiv kan anses utbytbar mot Boxers betal-tv-utbud. Det billigaste Boxer-abonnemanget kostar 239 kr, i månaden. Det tillkommer dock en kostnad för digitalbox och adapter för programkort.

Även om Boxer kan attrahera fri-tv-kunder med abonnemangserbudanden och det således kan finnas viss kundrörlighet mellan fri- och betal-tv innebär detta

---

<sup>68</sup> PTS Operatörsstatistik och Svensk Telemarknad första halvåret 2015.

<sup>69</sup> Enligt 2 a § i lag (1989:41) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst ska alla som har en tv-mottagare betala tv-avgift. Med kostnadsfritt avses i detta sammanhang att tittaren inte behöver betala mer än tv-avgiften för att ta del av fri-tv-utbudet.

<sup>70</sup> För att ta emot betal-tv krävs att slutkunden har en digital-tv-box med plats för ett programkort.

inte nödvändigtvis att produkterna ingår på samma produktmarknad. Ett attraktivt utbud av fri-tv-kanaler kan påverka hushållets intresse för att köpa ett betal-tv-abonnemang. I detta avseende utövar fri-tv ett visst konkurrenstryck på betal-tv-marknaden däremot kan inte betal-tv anses utöva konkurrenstryck på fri-tv marknaden. PTS bedömer därför att produkterna inte kan anses utbytbara. En övergång från att endast ha tillgång till fri-tv till att börja betala för ett betal-tv-abonnemang är en åtgärd som innebär att slutkunden fått ett ökat intresse för tv och är beredd att betala mer för det. Den huvudsakliga skillnaden mellan fri-tv utbudet och de billigaste Boxer-abonnemangen är att de sistnämnda innehåller fler och nischade kanaler, dvs. ett fördjupat innehåll. Fri-tv-hushåll kan antas ha ett litet intresse för den typen av programinnehåll och nöjer sig med att få tillgång till fri-tv utbudet.

Förutom att fri-tv till skillnad från betal-tv är gratis är en viktig skillnad således utbudet av tv-kanaler. Betal-tv-utbudet är normalt betydligt mer omfattande än utbudet i fri-tv-sändningarna. Skillnaden är särskilt påtaglig vad gäller utbudet av filmer och sportsändningar där betal-tv-kanaler kan erbjuda ett bredare utbud i form av exempelvis nyare filmer och särskilda sportevenemang. Slutkunder som har ett betal-tv-abonnemang har vanligtvis ett stort intresse för ett särskilt område och vill även få tillgång till fler kanaler eller funktioner. PTS bedömer därför att fri-tv främst fyller ett behov hos de hushåll som har ett mindre intresse för tv-tittande och som tycker att fri-tv utbudet tillgodoser hushållets behov eller som av något annat skäl inte vill betala för ett mer omfattande kanalutbud.

Mot bakgrund av de betydande skillnader med avseende på pris, utbud och slutanvändarnas behov mellan fri-tv och betal-tv som relaterats ovan, framstår kundrörligheten mellan dessa som begränsad vid en varaktig marginell relativprisförändring. PTS gör således bedömningen att fri-tv och betal-tv i marknätet från ett efterfrågeperspektiv inte utgör substitut för slutkunderna.

#### **2.4.8 Utbytbarhet från utbudssidan**

*Utbudssubstitutionen* mäter i vilken omfattning det finns producenter på närliggande marknader som lätt och på kort sikt kan ställa om sin produktion eller börja saluföra den aktuella produkten eller tjänsten utan betydande ytterligare kostnader eller kommersiella risker.<sup>71</sup> Sådana producenter utövar ett konkurrenstryck på befintliga producenter och ska därför anses verksamma på den relevanta marknaden. Utbudssubstitutionen är normalt underordnad efterfrågesubstitutionen och ska kunna jämföras med den senare ”vad gäller effektivitet och omedelbarhet”.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 39. Med detta avses att det inte får krävas en väsentlig tillpassning av befintliga fasta och immateriella tillgångar, nyinvesteringar, strategiska beslut inom företaget, eller ta tid, se EU-kommissionens tillkännagivande, p. 23 och fotnot 4. Producenten ska också utan kostnader och omställningstider för exempelvis reklam, produktprovning eller distribution kunna distribuera produkten till kunderna.

<sup>72</sup> EU-kommissionens tillkännagivande, p. 20.

För att ställa om sin produktion och börja tillhandahålla marksänd fri-tv på slutkundsmarknaden måste ett företag ha tillgång till ett marknät motsvarande Teracoms nät, inkluderande frekvenser m.m. Någon sådan aktör finns inte.

#### **2.4.9 Sammanfattande bedömning av den produktmässiga avgränsningen av slutkundsmarknaden**

PTS avgränsar mot bakgrund av vad som ovan anförts produktmarknaden till marknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet.

## **2.5 Avgränsning av den relevanta grossistmarknaden**

### **2.5.1 Produktmässig avgränsning av den relevanta marknaden**

Den affärsmodell som utgör utgångspunkten för bedömningen är affärsmodellen som används för fri-tv, som innebär att programbolagen kan nå slutanvändarna med sitt innehåll utan att gå via ett SMS-bolag. Fri-tv förekommer endast på marknadsplattformen där programbolagen köper utsändningstjänsten direkt av Teracom som sänder ut kanalerna okrypterat. PTS gör, som ovan angivits, bedömningen att fri-tv via marknätet till följd av skillnaderna i pris, egenskaper och tilltänkt användning från ett slutkundsperspektiv utgör en separat slutkundsmarknad skild från betal-tv. Detta innebär således att fri-tv via marknätet även i grossistledet, från ett efterfrågeperspektiv, utgör en egen produktmarknad. Den produkt som grossistkunderna<sup>73</sup> efterfrågar är en utsändningstjänst som möjliggör utsändning av fri-tv, dvs. möjligheten att tillhandahålla okrypterade sändningar till skillnad från krypterade.

Det är inte sannolikt att en operatör inom ett år skulle kunna etablera ett nät motsvarande marknätet för tillhandahållande av utsändningstjänst för distribution av fri-tv-innehåll. Det föreligger således inte heller någon utbudssubstitution.

## **2.6 Geografisk avgränsning av den relevanta grossistmarknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet**

### **2.6.1 Metod för geografisk marknadsavgränsning**

Den relevanta geografiska marknaden definieras som det område där de aktuella företagen deltar i utbudet och efterfrågan av de aktuella produkterna, och där konkurrensvillkoren är likartade eller tillräckligt enhetliga och som därför kan särskiljas från angränsande områden där de rådande konkurrensvillkoren är märkbart annorlunda.<sup>74</sup> Grundprinciperna vid den geografiska avgränsningen är desamma som vid produktavgränsningen, nämligen principerna om efterfråge- och utbudssubstitution. Syftet är att

---

<sup>73</sup> Med grossistkund avses i detta beslut både sådana aktörer som är och vill bli grossistkunder.

<sup>74</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 56, vilka återges i prop. 2002/03:110, s. 273.

avgränsa ett område där konkurrensförutsättningarna märkbart skiljer sig från omkringliggande områden.<sup>75</sup>

Mot bakgrund av att det inom sektorn för elektronisk kommunikation traditionellt har funnits en ägare av infrastruktur som haft ett nät med nationell täckning har marknaderna ofta befunnits vara nationella. Förekomsten av alternativ infrastruktur i vissa områden kan dock leda till varierande konkurrenstryck i olika delar av landet.<sup>76</sup> Det är inte i sig tillräckligt att det finns flera leverantörer närvarande inom ett visst geografiskt område, utan ytterligare bevisning om strukturella och beteendemässiga aspekter krävs för att påvisa sådana skillnader i konkurrensvillkor att området ska anses utgöra en separat geografisk marknad.<sup>77</sup> Enligt EU-kommissionen ska hänsyn tas till bl.a. följande parametrar för att bedöma eventuella skillnader i konkurrensförhållanden mellan olika områden:<sup>78</sup>

- Aktörernas storlek och antal
- Marknadsandelarnas fördelning
- Prisskillnader
- Efterfrågekaraktäristik
- Skillnader i produktfunktionalitet eller marknadsföringsstrategier
- Skillnader i förekomsten av inträdeshinder

Lokala eller regionala delmarknader ska endast definieras om märkbart och objektivt skilda konkurrensförhållanden klart kan identifieras av regleringsmyndigheten.<sup>79</sup> Analysen av den geografiska marknaden syftar till att undersöka huruvida någon eller några delar av landet präglas av en högre eller lägre grad av konkurrens än övriga delar. En högre grad av konkurrens innebär en begränsning av SMP-operatörens förmåga att utöva betydande marknadsinflytande, dvs. förmågan att agera oberoende på marknaden och exempelvis höja priserna, sänka tjänsternas kvalitet eller begränsa utbudet.

Skillnaderna i konkurrensvillkor ska också vara tillräckligt etablerade och varaktiga.<sup>80</sup> Det är därför viktigt att de områden som ligger till grund för den geografiska analysen uppfyller vissa kriterier:<sup>81</sup>

- Områdena ska vara tillräckligt små för att konkurrensförhållandena inte ska variera märkbart inom området, men samtidigt stora nog för att

---

<sup>75</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 24.

<sup>76</sup> EU-kommissionens förklaringsdokument från 2014, avsnitt 2.5.

<sup>77</sup> Se exempelvis Letter SG-Greffe (2008) D/200640, 14 februari 2008, mål UK/2007/0733, s. 7 f, Letter SG-Greffe (2011) D/4675 i mål PL/2011/1184, s. 6, och Letter SG-Greffe (2008) D/201384 i mål AT/2008/0757, s. 7.

<sup>78</sup> EU-kommissionens förklaringsdokument 2014, avsnitt 2.5 och förstainstansrättens dom i förenade målen T-346/02 och 347/02 *Cableuropa m.fl. mot kommissionen* (2003), p. 115 ff.

<sup>79</sup> EU-kommissionens förklaringsdokument 2014, avsnitt 2.5.

<sup>80</sup> Se Case AT/2008/0757: Wholesale broadband access in Austria och Case UK/2007/0733: Wholesale broadband access in the UK.

<sup>81</sup> EU-kommissionens förklaringsdokument 2014, avsnitt 2.5.

insamlande och analys av marknadsdata inte blir onödigt betungande för operatörer och regleringsmyndigheten.

- Områdena ska täcka samtliga operatörers nätstrukturer.
- Områdena ska ha tydliga och varaktiga gränser.

Delmarknader med liknande konkurrensvillkor kan grupperas samman och analyseras som en relevant geografisk marknad, eftersom resultatet av marknadsanalysen kommer att bli detsamma som om varje enskild delmarknad bedömts för sig.<sup>82</sup>

### **2.6.2 Tidigare geografisk avgränsning av den svenska grossistmarknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet**

I beslut den 10 juni 2013 fann PTS att den geografiska marknaden för grossistmarknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet var nationell.

### **2.6.3 Bedömning av den geografiska avgränsningen av marknaden**

Marknätet i Sverige har byggts ut för att möjliggöra tillhandahållande av tv-sändningar till praktiskt taget samtliga invånare i landet. Programbolagens sändningstillstånd är till största del nationella.

Det finns bara en aktör, Teracom, som levererar en utsändningstjänst för fri-tv via marknätet och denna aktör levererar således tjänster över hela landet. Programbolagen efterfrågar också i mycket stor utsträckning en rikstäckande tjänst och har nationella erbjudanden. Såväl utbud som efterfrågan är således nationella.

Det finns inga klart avgränsade geografiska områden där konkurrensvillkoren är märkbart annorlunda. PTS bedömer följaktligen att grossistmarknaden för utsändningstjänster för tillhandahållande av fri-tv i marknätet är nationell.

---

<sup>82</sup> Berec *Common Position on geographic aspects of market analysis (definition and remedies)*, p. 129-130.



## 3 Trekriterietest

### 3.1 Tre kriterier för att förhandsreglering ska vara motiverad

Enligt 8 kap. 5 § LEK har PTS att fastställa vilka produktmarknader som har sådana särdrag att det kan vara motiverat att införa skyldigheter enligt lagen. EU-kommissionen använder sig av tre kumulativa kriterier för att bedöma om en marknad har egenskaper som kan motivera förhandsreglering:<sup>83</sup>

1. Det måste finnas höga och bestående tillträdeshinder på marknaden. Det kan röra sig om strukturella hinder och om rättsliga eller regleringsbaserade hinder.
2. Marknadens struktur ska vara sådan att den inte utvecklas i riktning mot effektiv konkurrens inom en relevant tidsram, dvs. det ska saknas en positiv dynamik på marknaden.
3. Enbart generell konkurrenslagstiftning kan inte i tillräcklig grad avhjälpa de marknadsbrister som konstaterats.

Dessa tre kriterier har använts av EU-kommissionen för att identifiera de marknader som kan komma i fråga för förhandsreglering enligt rekommendationen om relevanta marknader.<sup>84</sup> Grossistmarknaden för fri-tv via marknät finns inte med i rekommendationen och PTS kommer därför att undersöka huruvida de tre kriterierna är uppfyllda, med hänsyn till förhållandena på den svenska marknaden.<sup>85</sup>

### 3.2 Inträdeshinder

Höga och bestående hinder mot inträde på marknaden kan hindra eller hämma uppkomsten av en fungerande konkurrens. På marknaderna för elektronisk kommunikation är två slags hinder av betydelse: strukturella hinder och rättsliga eller regleringsbaserade hinder.<sup>86</sup>

*Strukturella hinder* leder till följd av ursprungliga kostnader eller efterfrågeförhållanden till obalans mellan de förhållanden som å ena sidan råder för aktörer med dominerande ställning på marknaden i kraft av tidigare monopol, och å andra sidan för nytillkomna aktörer. Obalansen hämmar eller hindrar helt de senare företagens tillträde till marknaden.

*Rättsliga hinder eller regleringshinder* är en följd av lagstiftningsåtgärder, myndighetsåtgärder eller andra åtgärder som direkt påverkar villkoren för aktörers tillträde till en marknad och deras positionering där.

---

<sup>83</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 11 ff i skälen.

<sup>84</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 19 i skälen.

<sup>85</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 21 f i skälen.

<sup>86</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 12 i skälen.

### 3.2.1 Inträdeshinder på grossistmarknaden för fri-tv via marknät

Vid bedömningen av det första kriteriet ska enligt EU-kommissionen den metod som benämns den modifierade greenfield-ansatsen (Modified Greenfield Approach) användas. Enligt metoden ska befintlig ex ante-reglering på den relevanta marknaden tänkas bort, medan all annan reglering som är beständig ska tas med i bedömningen. Detta innebär att befintliga skyldigheter på marknaden som ålagts med stöd av 4 kap. LEK inte ska påverka bedömningen, medan skyldigheter avseende andra operatörer och på närliggande marknader ska tas med i bedömningen.

Fri-tv tillhandahålls endast i marknätet där programbolag köper programutsändningstjänsten av Teracom. Teracom äger och driver marknätet som sträcker sig över nästintill hela Sverige.

Marknätet består av ett stamnät med 54 större sändarstationer. Anslutna till dessa är ca 100 mindre sändarstationer, som tillsammans med de 54 större sändarna ger ca 98 procent befolkningstäckning. För mux 1, i vilken SVT:s sdtv-program sänds, driver Teracom ytterligare 419 mindre sändarstationer. Dessa är utspridda över hela landet och ger möjlighet till tv-mottagning i områden där de vanliga sändarna inte räcker till. Dessa 419 mindre sändarstationer ger ytterligare ca 1,8 procent befolkningstäckning, vilket tillsammans med det övriga marknätet uppfyller SVT:s sändningsvillkor på minst 99,8 procent befolkningstäckning. Det är mycket kostsamt att driva och underhålla de resterande 419 sändarna. Utöver driftskostnader kräver det mycket stora investeringar för att bygga nya master i den omfattningen som krävs för att täcka 99,8 % av befolkningen. Det är dessutom mycket svårt att få bygglov för storsändarna. Vidare krävs det höga master med hög effekt för att kunna sända tv. Förhållandena i andra länder är inte jämförbara med Sverige mot bakgrund av att Sverige har en annan frekvensplanering. Upprättandet av en mast och inköp av sändarutrustning medför alltså höga kostnader som inte kan återvinnas (s.k. sunk costs), vilket medför en asymmetri mellan ett etablerat företag och ett företag som träder in på marknaden. De tydligaste hindren för en aktör som överväger att etablera ett parallellt rikstäckande marknät är de omfattande investeringskostnaderna, förmodade svårigheter att få bygglov och att riktningen på nuvarande mottagarantennerna skulle behöva justeras.<sup>87</sup>

Mot bakgrund av vad som ovan anförts finns inget som talar för att ett nät av motsvarande omfattning som Teracom's marknät, kommer att byggas upp av en alternativ aktör. Det finns höga och bestående inträdeshinder på grossistmarknaden för fri-tv via marknät

---

<sup>87</sup> Jfr rapport från Netlight, *Bedömning av tillträdesalternativ för digitala tv-sändningar via marknät*, av den 11 april 2005.

Mot bakgrund av ovanstående bedömer PTS att det föreligger betydande inträdeshinder på grossistmarknaden för fri-tv via marknät. Det första kriteriet är därmed uppfyllt för denna marknad.

### **3.3 Marknadsdynamik på grossistmarknaden för fri-tv via marknät**

Även om det finns höga och bestående hinder mot inträde på marknaden kan den bakom hindren utvecklas mot en effektiv konkurrens. PTS har att ta ställning till om marknadens struktur är sådan att den tenderar att utvecklas i riktning mot effektiv konkurrens, dvs. om det finns en positiv marknadsdynamik. En tendens till effektiv konkurrens innebär att marknaden antingen kommer att nå status som en marknad med effektiv konkurrens under den kommande regleringsperioden, eller kommer att göra det efter den perioden under förutsättning att tydliga belägg för en positiv dynamik finns inom den perioden.<sup>88</sup>

Teracom har haft 100 procent av marknaden under lång tid. Vidare framstår det som orealistiskt att någon aktör skulle etablera ett nytt nät av en omfattning som motsvarar Teracoms nät. Teracoms kunder på grossistmarknaden för fri-tv via marknätet är programbolag som exempelvis SVT och TV4. Dessa programbolag har byggt stora delar av sin verksamhet på att genom en hög täckning via marknätet tillhandahålla programtjänster till tv-tittarna utan krav på abonnemang.

Beträffande SVT påverkar villkoren i företagets sändningstillstånd och anslagsvillkor SVT:s ställning på den aktuella marknaden. Av SVT:s sändningstillstånd framgår att SVT ska sända till 99,8 procent<sup>89</sup> av befolkningen i marknätet samt hålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT utpekas som viktigt organ i händelse av kris. Såsom sändningstillstånden är utformade är SVT i praktiken hänvisade till marknätet och därigenom till Teracom som idag är den enda aktör som tillhandahåller distribution i marknätet. Sändningstillståndens utformning pekar ut marknätet som den distributionsform som SVT ska använda. Utformningen av villkoren i sändningstillstånden medför att SVT:s ställning i förhållande till Teracom är beroende av hur de utformas. I dagsläget är det få saker som kan påverka SVT ställning i förhållande till Teracom. Om SVT själva skulle kunna välja att sända via någon annan distributionsväg så skulle det kunna påverka SVT:s ställning.

---

<sup>88</sup> EU-kommissionens rekommendation från 2014, p. 15 i skälen.

<sup>89</sup> MPRTV anser i sin rapport *SVT:s täckningskrav* från 2012 att nuvarande krav på täckning för SVT om 99,8% av den fast bofasta befolkningen ska kvarstå under nästkommande tillståndperiod.

### **3.3.1 grossistmarknaden för fri-tv via marknätet tenderar inte att utvecklas i riktning mot effektiv konkurrens**

Mot bakgrund av ovanstående har PTS inte kunnat identifiera några tydliga tecken på att marknaden på sikt kommer att utvecklas mot en effektiv konkurrens. Det andra kriteriet är således uppfyllt för grossistmarknaden för fri-tv via marknät. PTS ska därför bedöma om marknaden uppfyller det tredje kriteriet.

## **3.4 Konkurrenslagstiftningen är inte tillräcklig för att åtgärda konkurrensproblemen på marknaden**

Förhandsreglering med stöd av LEK utgör ett komplement till den allmänna konkurrenslagstiftningen på området för elektronisk konkurrens. I den mån den allmänna konkurrenslagstiftningen är tillräcklig för att åtgärda konkurrensproblemen på marknaden ska reglerade förhandsskyldigheter därför inte införas.<sup>90</sup>

Den allmänna konkurrenslagstiftningen kan i flera fall vara mindre effektiv än LEK när det handlar om att skapa bättre konkurrensförutsättningar på en marknad för elektronisk kommunikation som kännetecknas av strukturella problem. Om åtgärdandet av konkurrensproblemen medför omfattande krav på efterlevnad eller regelbundet ingripande anses förhandsreglering vara ett lämpligt komplement till konkurrenslagstiftningen. I vissa fall kan lämpliga skyldigheter inte åläggas med stöd av allmän konkurrenslagstiftning. Dessutom kan förhandsreglering skapa ökad förutsägbarhet på marknaden, vilket kan vara väsentligt för att skapa långsiktiga förutsättningar för en effektiv konkurrens.

För att utesluta LEK:s tillämpning vad avser konkurrensförhållandena på marknaden är det inte tillräckligt att konstatera att konkurrenslagen (2008:579), KL, i det enskilda fallet kan vara tillämplig på ett identifierat konkurrensproblem eftersom konkurrenslagen i sin helhet är tillämplig på alla marknader för elektronisk kommunikation oavsett om dessa kan bli föremål för ingripanden enligt LEK eller inte.

Förhållandet att konkurrensreglerna med framgång har tillämpats i ett enskilt fall, kan inte tas till intäkt för att konkurrensreglerna kan lösa alla de konkurrensproblem som kan uppstå på grossistmarknaden för fri-tv via marknät, eftersom det därutöver kan finnas ytterligare behov av möjligheter att ingripa för att främja uppkomsten av konkurrens eller för att kompensera de missförhållanden som en snedvriden konkurrenssituation medför. Emellertid ska de fall där en tillämpning av konkurrensreglerna eller kompletterande förhandsreglering har visat sig vara effektiv i ett visst ärende beaktas av PTS i samband med att myndigheten överväger att reglera marknader.

---

<sup>90</sup> Ramdirektivet, p. 27 i skälen.

Den fråga som således ska ställas vid bedömningen av tredje kriteriet är om det *utöver de generella konkurrensreglerna* finns ett behov av kompletterande sektors-specifik reglering.

Ett ingripande med stöd av en tillämpning av konkurrensreglerna förutsätter normalt att ett företag har missbrukat sin dominerande ställning (2 kap. 7 § KL), dvs. att ett redan inträffat agerande kan bevisas. KL:s förbudsregler kan således inte användas till att på förhand ställa upp skyldigheter eller handlingsregler i syfte att komma till rätta med ett potentiellt konkurrensproblem. Däremot ger LEK möjlighet till ingripande med förhandsreglering som är utformad för att även potentiella konkurrensproblem ska kunna undanröjas. Det kan anmärkas att det sedan 2010 också finns framåtriktade regler om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet, 3 kap. 27-28 §§ KL, som kan aktualiseras vid vissa konkurrensproblem som hänför sig till en offentlig aktör. Dessa regler kan påverka ett statligt företag som bedriver säljverksamhet. Även om det framstår som oklart om olika förfaranden från Teracoms sida skulle kunna träffas av nämnda regler är utredningar av konkurrensrättsliga överträdelser generellt till sin natur omfattande och tidskrävande. Detta får särskilt konsekvenser på marknaden för elektronisk kommunikation som i hög grad präglas av snabb teknikutveckling och där det är nödvändigt att skyndsamt komma till rätta med ett konkurrensproblem. Tidsfaktorn är således av avgörande betydelse för att skapa och bibehålla en effektiv konkurrens på den aktuella marknaden. En förhandsreglering med stöd av LEK ökar förutsättningarna för att skyndsamt åtgärda konkurrensproblem.

En annan fördel med förhandsreglering med stöd av LEK är att den skapar förutsägbara spelregler på marknaden och ger möjlighet för aktörerna att på förhand känna till vilka skyldigheter och rättigheter, bl.a. vad gäller villkor för tillträde, som de kan räkna med.

Mot bakgrund av ovanstående finner PTS att den generella konkurrenslagstiftningen inte ensam är tillräcklig för att nå det resultat som eftersträvas på marknaden för fri-tv via marknätet. Däremot erbjuder LEK redskap för att åstadkomma de eftersträlvade resultaten genom möjligheten att kunna införa särskilt anpassade regleringar som på förhand slår fast operatörernas spelregler, i synnerhet vad gäller tillgång till konkurrenters infrastruktur. PTS finner därför att grossistmarknaden för fri-tv via marknät uppfyller även det tredje kriteriet.

### **3.5 Slutsats trekriterietest**

På grossistmarknaden för fri-tv via marknät finns höga och bestående inträdeshinder och bristande marknadsdynamik. Den generella konkurrenslagstiftningen är inte tillräcklig för att åtgärda de konkurrensproblem som finns på marknaden. Marknaden kan därför vara aktuell för förhandsreglering.

## 4 Företag med betydande inflytande

### 4.1 Den rättsliga utgångspunkten

Av 8 kap. 6 § LEK följer att PTS fortlöpande ska analysera de relevanta marknader som EU-kommissionen har beslutat och för varje marknad fastställa om det råder effektiv konkurrens. Om det konstateras att så inte är fallet, ska PTS identifiera företag med betydande inflytande på marknaden. Vid analysen ska PTS beakta EU-kommissionens riktlinjer för marknadsanalys och bedömning av ett företags betydande inflytande på marknaden (SMP-riktlinjer).

PTS har i avsnitt 3 funnit att det står klart att samtliga tre kriterier är uppfyllda på grossistmarknaden för fri-tv via marknät. PTS har således enligt 8 kap. 6 § att bedöma om det råder effektiv konkurrens på grossistmarknaden för fri-tv via marknät eller om det finns företag med betydande inflytande på marknaden.

Ett företag har enligt 8 kap. 7 § LEK ett betydande inflytande på en fastställd marknad om det, antingen enskilt eller tillsammans med andra, har en ställning av sådan ekonomisk styrka att det i betydande omfattning kan uppträda oberoende av sina konkurrenter, sina kunder och i sista hand av konsumenterna.<sup>91</sup> Frågan om hur en sådan bedömning ska göras utvecklas i EU-kommissionens SMP-riktlinjer, vilka ska beaktas vid prövningen.<sup>92</sup>

Den definition av begreppet betydande inflytande som ges i LEK överensstämmer med den definition av dominerande ställning som finns i konkurrensrätten och i EU-domstolarnas rättspraxis. PTS bör därför vid bedömningen av ett företags ställning finna vägledning i den generella konkurrensrätten och ta hänsyn till den rättspraxis som finns på området.<sup>93</sup> Vissa justeringar måste dock göras av de konkurrensrättsliga metoderna. Situationen vid en förhandsbedömning enligt LEK skiljer sig på flera sätt från en bedömning av ett företags faktiska beteende. Detta understryks också i EU-kommissionens SMP-riktlinjer.<sup>94</sup>

### 4.2 Företagsbegreppet

#### 4.2.1 Detta beslut avser Teracom AB

Teracom Boxer Group-koncernen bedriver affärsverksamhet i Sverige och Danmark under varumärkena Teracom och Boxer. Koncernen omsatte 2015 knappt 4 miljarder kronor.

Teracom Boxer Group AB, organisationsnummer 556842-4856, ägs till 100 procent av svenska staten och har sitt säte i Stockholm, Sverige. Koncernen har

---

<sup>91</sup> Jfr EU-domstolens dom i mål 27/76 *United Brands Company et United Brands Continental BV mot kommissionen*, p. 65 samt art. 14.2 i ramdirektivet.

<sup>92</sup> 8 kap 6 § LEK; art. 16.1 ramdirektivet

<sup>93</sup> Se prop. 2002/03:110 s. 276 och 404 samt EU-kommissionens SMP-riktlinjer, avsnitt 1.3.

<sup>94</sup> Se p. 30.

cirka 730 anställda. Teracom Boxer Group består av fyra helägda verksamhetsdrivande dotterbolag, Teracom AB, Boxer TV-Access AB, Teracom A/S och Boxer TV A/S.

Teracom AB, org.nr 556441-5098, erbjuder distribution av tv och radio, inplaceringar, service samt kapacitetstjänster till företag, organisationer och myndigheter. Bolaget äger och driver marknätet för tv och radio i Sverige. Omsättningen 2015 var drygt 1,5 miljarder svenska kronor. De största kunderna är Sveriges Radio, Sveriges Television, TV4, Net 1 och Telia Mobile Networks.<sup>95</sup>

Teracom AB har monopol på marknadsplattformen som täcker 99,8 procent av Sveriges hushåll.

PTS finner att Teracom Boxer Group AB med dotterbolag är en ekonomisk enhet, dvs. ingår i ett och samma företag.<sup>96</sup> Det är alltså koncernens totala marknadsstyrka som ska ligga till grund för bedömning av inflytandet på marknaden. Emellertid konstateras att verksamheten på grossistmarknaden för fri-tv via marknät i allt väsentligt bedrivs av Teracom AB, varför det framstår som tillräckligt att rikta skyldigheter mot detta företag. I linje med tidigare beslut om skyldigheter bedömer PTS således att detta beslut ska riktas till Teracom AB.

#### **4.2.2 Den ekonomiska enhetens princip**

Det subjekt vars inflytande på en marknad ska bedömas är enligt 8 kap. 6 § andra stycket LEK ett *företag*.<sup>97</sup> Begreppet företag i den mening som avses i de EU-rättsliga och svenska konkurrensreglerna omfattar en ekonomisk enhet som består av en enhetlig organisation med personal samt materiella och immateriella tillgångar, vilken på ett varaktigt sätt strävar efter att uppnå ett bestämt ekonomiskt mål.<sup>98</sup> Ett moderbolag anses ingå i samma ekonomiska

---

<sup>95</sup> Teracomboxergroup's hemsida, <https://www.teracomboxergroup.com/sv/om-oss/foretaget-i-korthet/organisation/>, den 8 december 2015.

<sup>96</sup> Se avsnitt 5.1.1 där vad som ingår i en ekonomisk enhet beskrivs. Se även Kammarrättens i Stockholm dom den 25 januari 2007 i mål nr 6686-06.

<sup>97</sup> I artikel 2 c) i tillträdesdirektivet definieras en operatör som ett företag som tillhandahåller eller som har auktorisation för att tillhandahålla ett allmänt kommunikationsnät eller tillhörande facilitet. I 1 kap. 7 § LEK definieras en operatör som den som innehar eller på annat sätt råder över ett allmänt kommunikationsnät eller tillhörande installation. Definitionen av begreppet operatör i LEK innebär enligt förarbeten ett förtydligande i förhållande till definitionen i tillträdesdirektivet genom att det klargörs att det är innehavet eller rådigheten över ett allmänt kommunikationsnät eller tillhörande installation som gör att en aktör omfattas av operatörsbegreppet, se prop. 2002/03:110 s. 359. Enligt 4 kap. 4 § LEK ska en operatör som enligt 8 kap. 7 § LEK har bedömts ha ett betydande inflytande på en viss marknad åläggas skyldigheter.

<sup>98</sup> 1 kap. 5 § KL samt artiklarna 101 och 102 i EUF-fördraget. Vad avser praxis, se bl.a. *Akzo v kommissionen*, Förstainstansrättens dom den 12 december 2007 i mål nr T-112/05, p 57. Avgörandet har överklagats till Europeiska Unionens domstol, C-97/08, som den 10 september 2009 har avslagit överklagandet.

enhet som dotterbolagen när dotterbolagen inte självständigt bestämmer sina marknadsbeteenden utan endast verkställer moderbolagets instruktioner.<sup>99</sup>

I ett företag kan således flera juridiska personer ingå och samtliga dessa juridiska personer behöver inte, i vart fall inte direkt, bedriva verksamhet på den marknad som är aktuell för reglering. Även verksamhet utanför den nu definierade marknaden kan ha betydelse för företagets möjligheter att agera på denna marknad.

### 4.3 Indikationer på betydande marknadsinflytande

Ett företag med betydande inflytande på marknaden karaktäriseras enligt konkurrensteori av att det inte utsätts för ett effektivt konkurrenstryck. *Marknadsinflytande* definieras som förmågan att påverka priser, innovation, urvalet av varor och tjänster eller andra konkurrensparametrar under en märkbar tidsperiod.<sup>100</sup>

Att ett företag innehar ett betydande inflytande utesluter inte att det kan finnas viss konkurrens på marknaden. Det innebär endast att det företag som har en sådan ställning kan bestämma eller i åtminstone i avsevärd omfattning påverka villkoren för hur konkurrensen kommer att utvecklas.<sup>101</sup>

I EU-kommissionens SMP-riktlinjer anges ett antal kriterier som kan användas för att mäta huruvida ett företag har ett betydande inflytande på marknaden. Det mått som EU-kommissionen tillmäter störst betydelse är marknadsandelarnas storlek och fördelning. En mycket stor och stabil marknadsandel kan i sig vara ett tydligt tecken på att ett företag har betydande marknadsinflytande. I många fall är det dock inte tillräckligt att endast se till marknadsandelar, utan en sammanvägd bedömning av flera olika kriterier måste göras.<sup>102</sup> Bland de faktorer som kan vara intressanta för bedömningen utöver marknadsandelar kan särskilt följande nämnas.

- Företagets storlek totalt sett
- Kontroll över infrastruktur som är svår att replikera
- Stordrifts- och samproduktionsfördelar
- Vertikal och horisontell integration
- Motverkande köparmakt
- Potentiell konkurrens

PTS kommer i det följande att analysera den eventuella förekomsten av betydande inflytande på grossistmarknaden för fri-tv via marknät utifrån de

---

<sup>99</sup> Se bl.a. *Vito v kommissionen*, Europeiska domstolens dom den 24 oktober 1996 i mål nr C-73/95, p. 16. Se även Kammarrättens i Stockholm dom den 25 januari 2007 i mål nr 6686-06.

<sup>100</sup> DG Competition, Discussion Paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, p. 23 f.

<sup>101</sup> Kommissionens SMP-riktlinjer, p. 72

<sup>102</sup> Kommissionens SMP-riktlinjer, p. 78



kriterier som följer av konkurrensrättslig praxis och EU-kommissionens SMP-riktlinjer och som PTS bedömer är av betydelse i detta sammanhang. Avslutningsvis gör PTS en samlad bedömning av förekomsten av företag med betydande inflytande på grossistmarknaden för fri-tv via marknät.

## **4.4 Fördelning av marknadsandelar**

### **4.4.1 Marknadsandelarna är den viktigaste indikatorn på marknadsinflytande**

Fördelningen av marknadsandelar är utgångspunkten vid bedömningen av aktörernas marknadspositioner. Enligt konkurrensrättslig praxis innebär en stor marknadsandel – över 50 procent – i sig en presumtion för att företaget har ett betydande inflytande på marknaden.<sup>103</sup> Det är också av betydelse om marknadsandelarna legat på en stadig nivå under längre tid.<sup>104</sup>

Ett företags marknadsandelar måste ses i relation till konkurrenternas marknadsandelar. Ju mindre marknadsandelar konkurrenterna har, desto högre är risken att den större aktören ska anses dominerande.<sup>105</sup> Marknadsandelarnas storlek och fördelning måste vidare ses i ljuset av förekommande hinder mot inträde och expansion och företagets faktiska storlek<sup>106</sup> samt graden av potentiell konkurrens och motverkande köparmakt. En inledande bedömning av betydelsen av marknadsandelarna måste dock göras vid varje marknadsanalys.<sup>107</sup>

### **4.4.2 Marknadsmått på grossistmarknaden för fri-tv via marknät**

Enligt EU-kommissionens SMP-riktlinjer bör det mått på marknadsandelar väljas som antas ge det bästa uttrycket för marknadsstyrka på den aktuella marknaden. Beroende på egenskaperna hos den aktuella marknaden ger olika mått en mer eller mindre rättvisande bild av de olika aktörernas styrka och marknadsinflytande. Det är den nationella regleringsmyndigheten som ska avgöra vilka kriterier som är lämpligast för att mäta marknadsnärvaro.<sup>108</sup>

### **4.4.3 Marknadsandelarnas fördelning och konkurrenstrycket på marknaden**

På grossistmarknaden för fri-tv via marknät är Teracom det enda företaget. Teracom's marknadsandel uppgår således till 100 procent, oavsett vilket mått för marknadsandelar som används. Eftersom det inte heller tidigare funnits några andra aktörer på marknaden har marknadsandelen varit stabil en längre tid.

---

<sup>103</sup> Prop. 2002/03:110 s. 276.

<sup>104</sup> Se EU-domstolens dom i målet 85/76 *Hoffman-La Roche mot kommissionen*, p. 41.

<sup>105</sup> Se *Hoffman-La Roche*, p. 39 och 48 och Förstainstansrättens dom i mål T-219/99 *British Airways mot kommissionen*, p. 210

<sup>106</sup> DG Competition *Discussion Paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses*, p. 28.

<sup>107</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 75 och 78.

<sup>108</sup> EU-kommissionens SMP-riktlinjer, p. 77.

Även om Teracom har 100 procent av den relevanta marknaden kan finnas anledning att väga in ytterligare faktorer vid bedömningen av om företaget har ett betydande inflytande.

#### 4.5 Företagets storlek

Ett företags storlek på marknaden vad gäller exempelvis omsättning, antal anställda, produktutbud och tillgång till olika infrastrukturer har betydelse för hur det kan agera på en marknad. Större företag är mer uthålliga för konjunktursvängningar och marknadsförändringar – under förutsättning att de har en stark balansräkning som ger finansiell kapacitet – vilket kan ge en starkare ekonomisk ställning på marknaden. Ett större företag har dessutom resurser att tillhandahålla ett större utbud samt möjlighet att erbjuda både helhetslösningar och specifika produkter på flera marknader och till olika kundsegment.

Teracom Boxer Group-koncernen, som ägs av staten, omsätter ca 3,8 miljarder kronor och har cirka 700 anställda. Koncernen erbjuder tv, radio och nättjänster i Sverige och Danmark under varumärkena Teracom och Boxer.

Teracom Boxer Group sänder fri-tv och kommersiell tv (Boxer) i standard- och HD-format, anpassat efter land eller region. Boxer levererar programpaket till knappt 900 000 hushåll i de båda länderna. Avseende utsändning av nationell och lokal radio i Sverige och Danmark nås idag i praktiken varje svenskt och danskt hushåll. Även samhällsnyttiga tjänster, exempelvis ”Viktigt meddelande till allmänheten” samt radiodata, så som trafik- och reseinformation på busshållplatser, distribueras via fm-nätet av Teracom i Sverige.

Koncernen hade ett rörelseresultat 2014 om ca 542 miljoner kronor och 2015 601 miljoner kronor, motsvarande en rörelsemarginal om 14 respektive 15 procent. Avkastningen på eget kapital uppgick samma år till 17 respektive 19 procent, se vidare tabell 2 nedan.

Tabell 2 Nyckeltal Teracom Boxer Group

MSEK	2015	2014	2013
Rörelsens intäkter	3 966	3 849	3 875
Rörelseresultat	601	542	638
Rörelsemarginal, %	15	14	16
Resultat före skatt	594	513	607
Soliditet, %	49	45	45
Årets kassaflöde	138	380	346
Avkastning på eget kapital, %	19	17	29

Källa: Teracom Boxer Group Års- och hållbarhetsredovisning 2015.

Teracom Boxer Group-koncernen får mot bakgrund av det ovan anförda anses vara ett stort företag med en stark finansiell ställning.

#### **4.6 Kontroll över infrastruktur som är svår att replikera**

Marknaderna för elektronisk kommunikation karaktäriseras generellt av höga inträdes- och expansionshinder. Dessa kan i stor utsträckning relateras till kontrollen över den infrastruktur som är nödvändig för att kunna producera och leverera tjänster i följande led på marknaden. Infrastrukturen bygger på stora investeringar som gjorts under en lång tid och är därför svår att replikera för andra operatörer. För dessa operatörer kan därför behovet av infrastruktur verka som ett inträdes- eller expansionshinder. Det kan bidra till att den operatör som kontrollerar befintlig infrastruktur får möjlighet att utöva betydande marknadsinflytande.

Teracom äger och kontrollerar marknätet. Att någon aktör skulle etablera ett parallellt nät av motsvarande omfattning och robusthet som Teracom's nät ter sig högst orimligt. De tydligaste hindren för en aktör som överväger att etablera ett parallellt rikstäckande marknät är de omfattande investeringskostnaderna, förmodade svårigheter att få bygglov<sup>109</sup> samt omfattande omplanering och internationell omkoordinering av frekvensresurser, se vidare avsnitt 4.10

#### **4.7 Stordrifts- och samproduktionsfördelar**

*Stordriftsfördelar* uppstår när genomsnittskostnaden per producerad enhet sjunker vid ökad produktion. Detta är utmärkande för produktion som baseras på en teknologi med relativt höga fasta kostnader och låga rörliga kostnader. Stordriftsfördelar kan både fungera som inträdeshinder för nya, potentiella operatörer och som en konkurrensbegränsning och expansionshinder för etablerade konkurrenter på marknaden.

Fördelar till följd av produktionens spännvidd – *samproduktionsfördelar* – innebär att kostnaderna för att producera en portfölj av produkter är lägre om produktionen samlas i en anläggning eller ett företag än om produktionen sker i olika anläggningar eller företag. Den genomsnittliga styckkostnaden för produktion sjunker därför. Precis som stordriftsfördelar kan samproduktionsfördelar ge etablerade företag en konkurrensfördel och fungera som etableringshinder för nya, potentiella operatörer.

För tillhandahållande av utsändningstjänster på grossistmarknaden för fri-tv via marknät finns betydande stordriftsfördelar för Teracom till följd av ägandet av marknätet. PTS har tidigare konstaterat att det är osannolikt att någon annan aktör på marknaden skulle överväga att etablera ett parallellt nationellt marknät

---

<sup>109</sup> Jfr Netlights rapport, *Bedömning av tillträdesalternativ för digitala tv-sändningar via marknät*, av den 11 april 2005.

Förekomsten av de stordriftsfördelar och samproduktionsfördelar som beskrivits ovan utgör stora etableringshinder för konkurrenter till Teracom. Detta eftersom konkurrenterna bland annat är i behov av likvärdig infrastruktur och omfattning av verksamheten för att kunna erbjuda konkurrenskraftiga tjänster. Dessa etableringshinder förstärker Teracoms marknadsinflytande på den aktuella marknaden.

#### **4.8 Vertikal och horisontell integration**

Med ett vertikalt integrerat företag avses ett företag som har kontroll över de insatsvaror som krävs i produktionen och över distributionen av produkter och tjänster. Vertikal integration ger möjlighet till besparingar genom bättre kapacitets- och resursutnyttjande och ger förutsättningar för stordriftsfördelar.

Till följd av den vertikala integrationen kan ett företag få möjlighet att motarbeta eller eliminera konkurrenter på nedströms liggande marknader genom att konkurrenters tillgång till insatsvaror begränsas. Konkurrensen på uppströms liggande marknader kan också begränsas genom att det vertikalt integrerade företaget har tillgång till egenproducerade insatsvaror och därför inte har intresse av att köpa från konkurrerande producenter.

Med horisontell integration menas att ett företag har verksamhet på två eller flera marknader som inte är vertikalt relaterade med varandra. Det kan handla om integration av funktioner, avdelningar eller länder, tvärs över värdekedjan. Resultatet av en horisontell integration kan vara både ökad marknadsmakt och en reducering av kostnader genom stordriftsfördelar.

Ett företag med betydande inflytande på en marknad kan i sin strävan efter vinstmaximering sätta priser som leder till välfärdsluster och i övrigt skapa problem för sina konkurrenter. Detta kan som nämnts ske dels genom att företaget försöker överföra sin marknadsmakt på en marknad till en annan vertikalt eller horisontellt närliggande marknad, dels genom att företaget försöker försvara sin marknadsposition genom att försvåra marknadsinträde för konkurrenter. Detta får till följd att dessa får högre kostnader och minskad försäljning, vilket ger en sämre lönsamhet och i värsta fall stänger konkurrenterna ute från marknaden. Om det dominerande företags ställning är tillräckligt stark på den aktuella marknaden kan företaget även på den marknaden utnyttja sin marknadsmakt genom exempelvis överprissättning, prisdiskriminering och leveransvägran.

Teracom är ett horisontellt integrerat företag. I sin roll som leverantör på olika grossistmarknader levererar Teracom nödvändiga grundkomponenter för tillhandahållande av en mängd tjänster på olika slutkundsmarknader, exempelvis tv, radio och mobiltelefoni.

## 4.9 Motverkande köparmakt

Ett företags möjligheter att utöva marknadsinflytande kan begränsas inte bara av konkurrenstryck från faktiska eller potentiella konkurrenter, utan även av företagets kunder. Kunder med tillräcklig förhandlingsstyrka för att påverka företagets möjligheter att agera på marknaden har vad som benämns motverkande köparmakt. Med motverkande köparmakt avses förhandlingsstyrkans tryck gentemot säljaren, till följd av kundernas storlek, deras kommersiella betydelse för säljaren och deras förmåga att byta till alternativa leverantörer. Förhandlingsstyrkan beror på köparens förmåga att hjälpa nya leverantörer att komma in eller expandera på marknaden eller köparens egna möjligheter att integreras vertikalt och att hota leverantören på ett trovärdigt sätt.<sup>110</sup>

Teracom och dess kunder på fri-tv-marknaden omsätter vart och ett flera miljarder kronor och ingår i stora koncerner eller har staten som ägare. Även om omsättningarna skiljer sig åt mellan företagen kan samtliga betraktas såsom stora företag. Vidare framstår det som rimligt att anta att Teracom's kunder på fri-tv marknaden, dvs. SVT, TV4-gruppen och MTG, vart och ett har stor kommersiell betydelse för företaget, främst mot bakgrund av att de står för det mest populära innehållet. Emellertid kan kunderna inte byta till annan leverantör av utsändningstjänsten än Teracom.

Av SVT:s sändningstillstånd framgår att SVT ska sända via marknätet, vilket gör att SVT inte kan avstå ifrån att köpa utsändningstjänsten från Teracom. Vidare följer av SVT:s anslagsvillkor att SVT inte kan byta affärsmodell från fri-till betal-tv. Eftersom SVT således inte kan lämna plattformen är företagets förhandlingsstyrka gentemot Teracom starkt begränsad.

För TV4-gruppen och MTG gäller inte motsvarande villkor om att sända i marknätet. Rent teoretiskt skulle de således kunna välja någon annan utsändningsplattform eller affärsmodell. Eftersom de kommersiella programbolagen har byggt upp delar av sin verksamhet kring affärsmodellen fri-tv skulle de riskera att drabbas av stora intäktsbortfall i form av minskade reklamintäkter om de tvingades byta plattform eller affärsmodell. För det fall TV4-gruppen och MTG lämnar marksänd fri-tv, även om det inte förefaller sannolikt, och går till marksänd betal-tv istället skulle Teracom fortfarande stå för utsändningstjänsten utan att riskera att stå med outnyttjad kapacitet. Det framstår som högst orimligt att TV4-gruppen och MTG skulle lämna markplattformen, eftersom de då skulle gå miste om ett betydande antal tittare. Även om TV4-gruppen och MTG är stora företag i besittning av populärt innehåll kvarstår förhållandet att de inte rimligen kan lämna marknätet, dvs. de kan inte välja någon annan leverantör än Teracom utan att förlora ett stort antal tittare och därmed reklamintäkter. Vidare kan konstateras att priserna för utsändning av betal-tv via Boxer är väsentligt högre än motsvarande priser för

---

<sup>110</sup> Se *Vägledning om kommissionens prioriteringar vid tillämpningen av artikel 82 i EG-fördraget på företags missbruk av dominerande ställning genom utestängande åtgärder*, (2009/C 45/02), p. 18.

utsändning av fri-tv. Detta får i sig anses indikera att TV4-gruppen och MTG har en väsentligt svagare förhandlingsposition än Teracom.

Teracom har vidare, i förhållande till sina kunder, ett informationsövertag vad avser företagets kostnader för att tillhandahålla utsändningstjänsten.

PTS bedömning är att Teracom har en väsentligt starkare förhandlingsposition än de kunder som köper utsändningstjänsten för att kunna tillhandahålla fri-tv.

Detta bekräftas av erfarenheterna av PTS tillsyn avseende myndighetens tidigare beslut om skyldigheter för Teracom där PTS funnit att företaget har tagit ut priser som överstiger kostnaderna för att producera de aktuella produkterna.<sup>111</sup> Detta indikerar att det inte finns en tillräckligt stark motverkande köpmakt för att hindra Teracom från att höja priserna.

Som tidigare framgått i marknadsavgränsningen finns inga substitutionsmöjligheter för fri-tv-kanalerna. Teracom kan därmed utnyttja sin dominerande ställning till att överprissätta utsändningstjänsten. Sammantaget bedömer PTS att det saknas sådan köpmakt som skulle kunna bryta presumtionen att Teracom har ett betydande inflytande.

#### **4.10 Potentiell konkurrens**

Med potentiell konkurrens avses att ett företag, som vid tidpunkten för marknadsanalysen inte ingår på den relevanta marknaden, på medellång sikt kan träda in på marknaden. Förekomsten av sådan potentiell konkurrens kan begränsa ett företags möjligheter att utöva marknadsinflytande. Vetskapen om att det vid exempelvis en prisökning eller en begränsning av utbudet finns företag som kan ändra produktionsinriktning eller träda in på marknaden och börja tillhandahålla den aktuella produkten kan nämligen verka hämmande på ett företags förmåga att utöva marknadsinflytande.

För att kunna träda in på den relevanta marknaden fordras master och sändarutrustning. För det fall sådana tillgångar saknas innebär det mycket höga kostnader som inte kan återvinnas (sunk costs) att göra den typen av investeringar. Detta förhållande utgör en asymmetri mellan ett etablerat företag och ett företag som träder in på marknaden. Teracom's marknät omfattar bland annat fler än 50 stora sändarstationer med mycket höga sändarmaster och mycket effektstarka sändare. Att någon aktör skulle etablera ett parallellt nät av motsvarande omfattning och robusthet ter sig högst orimligt. Marknätet uppfyller även viktiga krav på driftsäkerhet för att klara distribution också under perioder med stora påfrestningar på samhället. Regeringen ställer krav på driftsäkerhet och beredskap i SR:s, SVT:s och UR:s sändningstillstånd för marknätssändningar. Dessa krav uppfylls när det gäller distribution av

---

<sup>111</sup> Se dnr 06-4616/23, b, föreläggande riktat mot Teracom avseende prissättning för digital-tv, dnr 11-4402 föreläggande riktat mot Teracom avseende prissättning och dnr 14-5674 föreläggande riktat mot Teracom avseende prissättning (WACC).

programmen genom de krav som företagen sin tur ställer på Teracom i egenskap av utsändningsleverantör i marknätet. De höga krav som regeringen ställer på sändningarna i marknätet via SVT:s sändningstillstånd gör att ingen annan distributionsplattform idag kan jämföras med marknätet och den robusthet som finns i detta nät. Denna robusthet som finansieras genom radio- och tv-avgiften och har sitt ursprung i att marknätet tidigare var den enda distributionsformen för SVT:s sändningar. Förutom de stora investeringarna och de komplexa frågorna kring byggandet av ett sådant nät krävs även en omfattande omplanering och internationell omkoordinering av frekvensresurser. PTS gör därför bedömningen att ett sådant inträde är förenat med ett stort risktagande och väsentliga byteskostnader.

Ett alternativ till att använda den befintliga infrastrukturen för fri-tv via marknät skulle eventuellt kunna vara användning av mastplatser och befintlig infrastruktur i cellulära mobilnät. För att en mobiloperatör skulle kunna träda in på den aktuella marknaden och tillhandahålla en marksänd program-utsändningstjänst för fri-tv med samma täckning som det befintliga marknätet för radio tillkommer mycket stora kostnader för nya mastplatser, antenner och sändningsutrustning. Dessutom tillkommer behovet av distribution, dvs. att kunna skicka sändningsinnehållet till respektive utsändningspunkt. Mot bakgrund av detta gör PTS bedömningen att det är osannolikt att en mobiloperatör skulle träda in på den relevanta marknaden och erbjuda en motsvarande utsändningstjänst.

Fri-tv tillhandahålls endast i marknätet som ägs och kontrolleras av Teracom. Det är inte realistiskt att någon annan aktör inom överskådlig framtid skulle ha möjlighet att etablera ett parallellt nät av samma omfattning. PTS gör därför bedömningen att det inte finns någon potentiell konkurrens på den relevanta marknaden.

#### **4.11 Sammanfattande bedömning**

Sammanfattningsvis kan konstateras att Teracom har ett betydande inflytande på grossistmarknaden för fri-tv via marknät. De starkaste skälen för detta är följande.

- Teracom har en marknadsandel som uppgår till 100 procent av den relevanta marknaden. Det föreligger därmed en stark presumtion om betydande inflytande.
- Teracom Boxer Group-koncernen får anses vara ett stort företag med en stark finansiell ställning.
- Teracom kontrollerar marknätet och det är osannolikt för någon annan spelare att replikera detta nät.
- Teracom har genom sin storlek, verksamhetens omfattning och relativt låga investeringsbehov i förhållande till andra potentiella aktörer en

särställning på marknaden vad gäller stordrifts- och samproduktionsfördelar.

- Teracom kan utnyttja sin ställning på den relevanta marknaden för att skaffa sig konkurrensfördelar på andra marknader inom elektronisk kommunikation, även om detta inte behöver medföra ett betydande inflytande på de sistnämnda marknaderna
- Teracom möter inte någon högre grad av motverkande köparmakt som kan minska företagets starka ställning på marknaden.
- Det finns ingen potentiell konkurrens på den relevanta marknaden. Teracom kontrollerar ett rikstäckande marknät och det är inte realistiskt att något företag inom överskådlig framtid skulle ha möjlighet att etablera ett parallellt nät av samma omfattning.

Sammantaget gör PTS i enlighet med 8 kap. 6 § LEK bedömningen att Teracom har ett betydande inflytande på grossistmarknaden för fri-tv via marknät och därmed är en operatör med betydande inflytande, en s.k. SMP-operatör<sup>112</sup>.

---

<sup>112</sup> SMP står för Significant Market Power, vilket är den engelska termen för "betydande marknadsinflytande".



## **5 Konkurrensproblem på grossistmarknaden för fri-tv via marknät**

### **5.1 Företag med betydande inflytande ska åläggas minst en skyldighet**

De övergripande målen med LEK är att enskilda och myndigheter ska få tillgång till säkra och effektiva elektroniska kommunikationer och största möjliga utbyte vad gäller urval, pris och kvalitet för elektroniska kommunikationstjänster. Dessa mål ska enligt 1 kap. 1 § LEK uppnås främst genom att konkurrensen och den internationella harmoniseringen på området främjas.

PTS har analyserat marknaden och konstaterat att Teracom är ett företag med betydande inflytande. Enligt 4 kap. 4 § LEK ska en operatör som enligt 8 kap. 7 § LEK har ett betydande inflytande på en viss marknad, i enlighet med 8 kap. 6 § LEK åläggas en eller flera av de skyldigheter som anges i 4 kap. 5-12 §§ LEK.

Av 8 kap. 6 § st. 2 och 4 kap. 4 § LEK följer att PTS ska ålägga Teracom minst en skyldighet i syfte att skapa effektiv konkurrens, dvs. att komma till rätta med konkurrensproblemen på marknaden. PTS ska välja de skyldigheter som är lämpligast för att uppnå detta syfte. Skyldigheterna ska samtidigt vara proportionerliga och får inte vara mer ingripande än vad som framstår som rimligt.

Det är viktigt att notera att skyldigheterna med stöd av LEK inte åläggs som en följd av att företaget har missbrukat sin marknadsmakt (så kallad ex post-reglering). PTS ålägger i stället skyldigheter som syftar till att begränsa företagets möjlighet att utnyttja sitt betydande inflytande på ett sätt som snedvrider eller omöjliggör konkurrens (så kallad ex ante-reglering). Skyldigheterna ska vara direkt anpassade för situationen på den marknad som fastställts som relevant för förhandsreglering.<sup>113</sup>

Vägledning för vad som avses med effektiv konkurrens ska enligt förarbetena till LEK hämtas från konkurrensrätten.<sup>114</sup> Effektiv konkurrens förekommer i ett konkurrensförhållande där antalet säljare inte är för begränsat, de utbudna produkterna inte är för differentierade, företagen inte handlar i samförstånd med varandra och inga väsentliga hinder finns för nyetablering av företag.<sup>115</sup>

För att säkerställa en enhetlig och harmoniserad syn på de nationella regleringsmyndigheternas tillämpning av regleringsåtgärder har

---

<sup>113</sup> Se prop. 2002/03:110 s.174.

<sup>114</sup> Se prop. 2002/03:110 s. 274.

<sup>115</sup> Se prop. 1992/93:56 s. 66.

European Regulator's Group<sup>116</sup> tagit fram en gemensam ståndpunkt<sup>117</sup> i frågan. I denna beskrivs ett antal konkurrensproblem som är baserade på de nationella regleringsmyndigheternas erfarenheter. Beskrivningen av de potentiella konkurrensproblemen utgör endast en vägledning och utesluter inte att den nationella regleringsmyndigheten kan konstatera andra potentiella problem.

I detta kapitel redogörs därför för

- typiska konkurrensrelaterade problem på marknaden i avsaknad av skyldigheter
- myndighetens erfarenheter från tillsyns- och tvistlösningsärenden
- konsekvenser och behov av regleringsingripanden
- den proportionalitets- och lämplighetsbedömning som myndigheten ska utföra

## 5.2 Problem relaterade till marknadsmakt

Ett företag med betydande inflytande på en marknad kan i sin strävan efter vinstmaximering sätta priser som leder till välfärdsluster och i övrigt skapa problem för sina konkurrenter. Detta kan ske dels genom att företaget försöker överföra sin marknadsmakt på en marknad till en annan vertikalt eller horisontellt närliggande marknad, dels genom att företaget försöker försvara sin marknadsposition genom att försvåra marknadsinträde för konkurrenter. Detta får till följd att dessa får högre kostnader och minskad försäljning, vilket ger en sämre lönsamhet och i värsta fall stänger konkurrenterna ute från marknaden. Om det dominerande företags ställning är tillräckligt stark på den aktuella marknaden kan företaget även på den marknaden utnyttja sin marknadsmakt genom exempelvis överprissättning, prisdiskriminering och leveransvägran.

Teracom är ett horisontellt integrerat företag. I sin roll som leverantör på olika grossistmarknader levererar Teracom nödvändiga grundkomponenter för tillhandahållande av en mängd tjänster på olika slutkundsmarknader, exempelvis tv och radio. Inom fri-tv agerar Teracom enbart på grossistmarknaden varför konkurrensproblem relaterade till vertikalt integrerade företag inte är relevanta att beakta.

---

<sup>116</sup> European Regulators Group (ERG) bildades genom kommissionens beslut den 29 juli 2002 (2002/627/EC). ERG är numera ersatt av Body of European Regulators for Electronic Communications (Berec) genom EU-kommissionens beslut den 25 november 2009 (1211/2009) och har i uppgift att främja samarbete och koordinering mellan nationella regleringsmyndigheter och EU-kommissionen, särskilt vid implementeringen av EU:s regulatoriska ramverk. Berec och dess kontor är baserat i Riga, Lettland, och skapades i samband med reformerna av EU:s telekomregler.

<sup>117</sup> Se ERG Common Position on the approach to appropriate remedies in the new regulatory framework ERG (06) 33.

Den följande beskrivningen av olika konkurrensproblem grundar sig på ERG:s gemensamma ståndpunkt om val och tillämpning av regleringsåtgärder.

### **5.3 Erfarenheter från tillsyns- och tvistlösningsärenden**

PTS har i 2013 års beslut<sup>118</sup> funnit ett behov av att reglera grossistmarknaden för fri-tv via marknät. PTS har utöver en tillträdesskyldighet även ålagt skyldigheter om bland annat kostnadsorienterad prissättning.

PTS har i tidigare beslut konstaterat att ingen operatör har valt att etablera sig i marknätet genom det fysiska tillträde som det i besluten funnits skyldigheter kopplade till. PTS har heller inte mottagit någon begäran om tvistlösning rörande ett sådant tillträde. Den tillsyn som har bedrivits sedan nämnda beslut trädde i kraft har avsett Teracom's prissättning av utsändningstjänsten. Tillsynen har visat att Teracom följer skyldighetsbeslutet utom i ett fall, nämligen i fråga om kalkylräntan (WACC). PTS fastställde en ändrad och lägre kalkylränta i november 2014 och efter tillsyn förelade Teracom att justera sina priser på reglerade utsändningstjänster i enlighet med denna. Teracom har överklagat beslutet. I avvaktan på ett avgörande i Förvaltningsrätten i Stockholm<sup>119</sup> tillämnar dock Teracom, med undantag för en period om ca sex månader (november 2014 till maj 2015), tills vidare den lägre kalkylräntan i enlighet med PTS föreläggande.

### **5.4 Behov av regleringsingripanden**

PTS bedömer att det fortsatt finns ett behov av regleringsingripanden. Teracom är den enda aktören på grossistmarknaden för utsändning av fri-tv via marknät. I likhet med andra företag strävar monopol efter att ge sina ägare så stor vinst som möjligt. Detta kan ta sig uttryck i s.k. monopolprissättning. I praktiken innebär det mindre volymer till högre priser, dvs. en ineffektiv undanträngning av konsumtionen, än vad som skulle ha gällt vid effektiv konkurrens. Detta medför nyttoförluster för samhället och konsumenterna. En överprissättning skulle leda till en ökning av företagets kostnader, vilket kan resultera i att mindre resurser kan användas till programverksamhet till nackdel för användarna.

Genom att erbjuda tjänster på marknader som Teracom är eller blir verksamma på till ett pris som är lägre än kostnaden för att producera tjänsten skulle Teracom således kunna försvåra för effektiva operatörer att kunna konkurrera med Teracom på dessa marknader eller t.o.m. helt utestänga effektiva operatörer från marknaderna. Det skulle också kunna innebära att Teracom kan träda in på en marknad trots att företaget inte är tillräckligt effektivt.

---

<sup>118</sup> Beslut i ärende med dnr 11-9384.

<sup>119</sup> Mål nr 10447-15 (PTS dnr 14-5674).

## 5.5 Skyldigheterna ska vara lämpliga och proportionerliga

Av 1 kap. 2 § LEK följer att åtgärder som vidtas med stöd av lagen inte får vara mer ingripande än som framstår som rimligt och ska vara proportionella med hänsyn till lagens syfte och de övriga intressen som anges i 1 kap. 1 § LEK. Motsvarande bestämmelse i artikel 8.4 i tillträdesdirektivet är ännu tydligare och fastställer att de skyldigheter som åläggs en SMP-operatör ska

1. grundas på det fastställda problemets art,
2. vara proportionella och
3. motiverade mot bakgrund av målen i artikel 8 i ramdirektivet, dvs. konkurrensen ska främjas.

PTS ska alltså välja de skyldigheter som är lämpligast för att uppnå effektiv konkurrens, samtidigt som skyldigheten ska vara proportionell och inte vara mer ingripande än vad som framstår som rimligt. I förarbetena till LEK sägs bland annat följande om den lämplighetsbedömning som PTS ska göra vid åläggandet av skyldigheter.<sup>120</sup>

I att åtgärden skall vara den lämpligaste ligger att myndigheten skall välja den minst ingripande åtgärden som efter en proportionalitetsavvägning och behovsprövning utifrån de enskilda och de allmänna intressen som står mot varandra, bedöms kunna leda till det önskade resultatet. För att kunna göra en bedömning av vilken åtgärd som är den mest lämpliga måste myndigheten göra en genomlysande konsekvensanalys och redovisa resultatet av de avvägningar som myndigheten gjort i ett motiverat beslut.

Kammarrätten i Stockholm har i ett avgörande år 2011<sup>121</sup> hänvisat till tre kriterier som ofta används vid proportionalitetsbedömningar i EU-rättsliga sammanhang och som enligt kammarrättens mening även bör tillämpas för att bedöma proportionaliteten vid åläggande av skyldigheter enligt LEK. Vid bedömningen ska prövas om

1. åtgärden är ägnad att tillgodose ändamålet,
2. det finns ingen mindre ingripande alternativ för att uppnå ändamålet, och
3. den fördel åtgärden medför står i rimlig proportion till den skada som åtgärden kan orsaka för de berörda.

PTS kommer vid valet och utformningen av skyldigheter på marknaden för fritt tv via marknät att utgå från dessa tre kriterier, för att avgöra vilka skyldigheter som är lämpliga och nödvändiga för att komma tillrätta med konkurrensproblemen på marknaden.

---

<sup>120</sup> Se prop. 2002/2003:110 s. 185.

<sup>121</sup> Kammarrättens i Stockholm dom den 4 oktober 2011 i mål nr 1690-10.

## **6 Skyldigheter i syfte att komma till rätta med konkurrensproblemen**

### **6.1 Tillträdesskyldighet**

#### **6.1.1 Rättslig utgångspunkt - 4 kap. 8 § LEK**

Enligt 4 kap. 8 § LEK får en operatör som avses i 4 § förpliktas att uppfylla rimliga krav på tillträde till och användning av nät och tillhörande installationer i syfte att tillhandahålla elektroniska kommunikationstjänster. En sådan skyldighet kan avse att operatören ska

1. ge annan tillträde till specificerade nätdelar och tillhörande installationer
2. förlänga ett redan beviljat tillträde till tillhörande installationer
3. erbjuda andra operatörer specificerade tjänster för återförsäljning
4. bevilja tillträde till tekniska gränssnitt, protokoll och annan nyckelteknik som är nödvändig för samverkan mellan tjänster
5. erbjuda samlokalisering eller andra möjligheter till gemensamt utnyttjande av tillhörande installationer
6. erbjuda specificerade tjänster som krävs för att säkerställa samverkan mellan tjänster ända fram till slutanvändarna
7. erbjuda tillträde till driftsstödsystem eller liknande programsystem som krävs för att garantera en sund konkurrens när det gäller tillhandahållande av tjänster
8. erbjuda tillträde till sådana tjänster som möjliggör, stödjer eller kan stödja tillhandahållande av tjänster via elektroniska kommunikationsnät eller elektroniska kommunikationstjänster eller
9. bedriva samtrafik eller i övrigt vidta åtgärder så att nät eller tillhörande installationer kan förbindas.

Paragrafen innehåller en icke uttömmande uppräkningslista av vad en skyldighet om tillträde kan avse. Som en allmän grundprincip gäller att skyldigheter som åläggs ska vara proportionella i förhållande till de krav – rimliga ur tekniskt och ekonomiskt hänseende – som kan ställas av andra företag. Åläggandet ska syfta till att skapa effektiv konkurrens (se 4 §). Åtgärden kan vara ett direkt resultat av den analys som gjorts av en marknad enligt 8 kap. 6 §. Den kan också

aktualiseras efter konkreta klagomål från ett konkurrerande företag, varigenom ett hinder för effektiv konkurrens på den analyserade marknaden uppdagats.<sup>122</sup>

### **6.1.2 Teracom ska tillhandahålla tillträde i form av en grossistprodukt för distribution av fri-tv via marknät**

Syftet med att ålägga skyldigheter om tillträde är att skapa effektiv konkurrens och gynna slutanvändarna.<sup>123</sup>

För att kunna agera som fri-tv-kanal i marknätet krävs sändningstillstånd. I de sändningstillstånd som tilldelades till de kommersiella kanalerna av MPRT 2010 ingår inga villkor om att programbolaget ska sända sina kanaler som fri-tv eller betal-tv. Idag sänder dock både TV4 och TV6 som fri-tv och deras affärsmodeller är uppbyggda utifrån den premissen. För SVT följer av tillstånds- och anslagsvillkor utfärdade av regeringen att man ska sända fritt i marknätet.

Teracom har befunnits ha 100 procents marknadsandel på grossistmarknaden för programutsändningstjänster för distribution av fri-TV-innehåll via marknät. Det innebär att det enda företaget som i dag kan erbjuda distribution är Teracom. PTS bedömning är att ingen annan aktör har affärsmässiga möjligheter att etablera sig på marknaden genom att investera i ett parallellt marknät. Ett programbolag som vill köpa utsändning på grossistmarknaden för fri-tv via marknät är därför beroende av att köpa en utsändningstjänst av Teracom.

Teracom har ett betydande inflytande på den aktuella grossistmarknaden. Det innebär att företaget i hög grad kan agera oberoende av kunder, konkurrenter och i slutändan konsumenterna. Det innebär att Teracom kan försvåra och fördyra för sina kunder exempelvis sätta upp orimliga villkor för tillträde eller att vägra att leverera det tillträde som programbolagen vill ha till skada för slutkunderna.

Teracom ska enligt sin bolagsordning erbjuda grundläggande infrastruktur till de programbolag som har sändningstillstånd. Teracom kan således inte helt vägra att leverera tillträde till marknätet. Utöver att programbolagen ska erbjudas likvärdiga villkor anger dock bolagsordningen inget om villkoren för tillhandahållandet utan anger att Teracom i övrigt ska agera affärsmässigt. Teracom har således möjlighet att i avsaknad av reglering utnyttja sin dominerade ställning på marknaden genom att exempelvis sätta upp orimliga villkor för tillträde eller att vägra att leverera det tillträde som programbolagen vill ha. Ett sådant agerande skulle påverka programbolagen som önskar tillhandahålla fri-tv negativt, och därmed även slutanvändarna och skulle kunna ske i syfte att förmå tv-kanaler att gå över till betal-tv i Boxers utbud. Såvitt gäller SVT, som saknar möjlighet att välja att avstå från att köpa tillträde, är de i frånvaron av reglering hänvisade till de villkor som Teracom erbjuder oavsett

<sup>122</sup> Se prop. 2002/03:110 s. 378.

<sup>123</sup> Prop. 2002/03:110, s. 169.

vilka dessa är. Mot denna bakgrund är det därför nödvändig att ålägga Teracom en skyldighet att tillgodose varje rimlig begäran om tillträde till en grossistprodukt avseende distribution av fri-tv till slutanvändare via marknät.

Grossistkunden ska ha tillstånd att sända tv i marknätet och ha för avsikt att sända okrypterat. En sådan grossistprodukt motsvarar den programutsändningstjänst som fri-tv-programbolagen köper av Teracom i dag och som reglerats enligt 2013 års beslut.<sup>124</sup> Denna produkt var reglerad redan genom det tidigare skyldighetsbeslutet avseende digital-tv.<sup>125</sup>

En sådan grossistprodukt för distribution består av anslutning till Teracoms nät via en central punkt i Teracoms marknätsinfrastruktur. Teracom ska ombesörja teknisk multiplexering, transmission (via radiolänk, fiber och/eller s.k. relämatning) till relevanta sändarstationer och programutsändning från dessa.

Grossistprodukten ska innefatta regional nedbrytning av sändningarna i de fall grossistkunden begär detta. Detta förutsätter att programbolagen i sina tillståndsvillkor har getts rätt att dela upp sändningarna i regionala program eller har fått tillstånd att sända över ett geografiskt avgränsat område.

Den reglerade grossistprodukten omfattar inte överföring från programbolaget till anslutningspunkten i sändarnätet. Den omfattar inte heller tillträde till tekniska stödtjänster. Tillträdet omfattar dock kapacitet för utsändning av de tekniska stödtjänster som det finns ett direkt eller indirekt behov av vid utsändning av fri-tv visa marknät.

### **6.1.3 Teracom ska tillgodose varje rimlig begäran om tillträde**

För att en skyldighet att tillhandahålla tillträde ska föreligga måste en rimlig begäran ha lämnats till Teracom. En begäran om tillträde är rimlig så länge det inte finns några ur tekniskt eller ekonomiskt hänseende objektivt godtagbara skäl som visar motsatsen. Exempelvis kan det i ett enskilt fall finnas objektivt godtagbara skäl att inte medge distribution av utsändning när

- Teracom kan visa att det saknas tekniska möjligheter att genomföra tillhandahållandet,
- det är nödvändigt för att förebygga att Teracoms nät eller dess användare skadas,
- Teracom kan visa att nätets drift äventyras eller
- Teracom kan visa att tredje parts rättigheter skulle kränkas (här avses inte rättigheter avseende programinnehåll).

För att säkerställa att grossistkunden får möjlighet att antingen vidta åtgärder för att ett avtal eller tillhandahållande ska kunna komma till stånd, eller möjlighet att vända sig till PTS för tvistlösning eller tillsyn, finner PTS vidare att

---

<sup>124</sup> Dnr 11-9384

<sup>125</sup> Dnr 08-12046 och 05-8674

skyldigheten att tillhandahålla tillträde till en grossistprodukt ska kompletteras med en skyldighet för Teracom att upplysa grossistkunden om Teracom inte anser sig kunna tillgodose en begäran om tillträde. Företaget ska i sådant fall utan dröjsmål skriftligen upplysa grossistkunden om detta och ange de objektivt godtagbara skäl som ligger till grund för att begäran inte kan tillgodoses och sådan information att motparten därigenom har möjlighet att vidta åtgärder som syftar till att få till stånd sådant tillträde. Sådan information möjliggör även en kontroll av att Teracom uppfyller sina skyldigheter. Det åligger Teracom att visa att samtliga rimliga möjligheter att tillgodose en begäran är uttömda.

#### **6.1.4 Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning**

En ålagd skyldighet måste även stå i rimligt förhållande till de mål som PTS eftersträvar med sin reglering, dvs. PTS måste pröva om skyldigheten även är förenlig med proportionalitetsprincipen.

I avsaknad av reglering kan Teracom missgynna fri-tv för att fler programbolag och därmed slutkunder på sikt ska övergå till betal-tv. Detta drabbar de konsumenter som tittar på fri-tv genom ett sämre utbud. Genom tillträdesskyldigheten skapas förutsättningar att agera på fri-tv-marknaden på rimliga villkor, vilket möjliggör för programbolag att verka på marknaden och konkurrera om tittarna. Regleringen ger därmed positiva effekter för tittarna genom fler kanaler och bättre kvalitet på programinnehållet. Syftet med skyldigheten är således att lösa de konkurrensproblem som föreligger på marknaden genom att skapa effektiv konkurrens och gynna slutanvändarna och den är därför ägnad att tillgodose syftet med LEK. Det finns inte någon mindre långtgående skyldighet som ger motsvarande verkan. PTS bedömer därför att ett tillträde i form av en grossistprodukt för distribution är den minst ingripande åtgärden som kan komma till rätta med de aktuella konkurrensproblemen.

Skyldigheten ger ramar för vad som utgör en rimlig begäran om tillträde, och fastslår på vilka grunder Teracom kan avslå en begäran. PTS anser vidare att varken funktionen eller den tekniska säkerheten i Teracoms nät äventyras till följd av tillträdesskyldigheten, och den ger Teracom möjlighet att avslå en begäran om tillträde som äventyrar nätets drift. Eftersom grossistprodukten redan tillhandahålls sedan tidigare och även är reglerad genom PTS tidigare skyldighetsbeslut krävs inte heller några tekniska anpassningar för att Teracom ska kunna tillhandahålla tillträdet. Regleringen innebär inte heller något ingrepp i Teracoms immateriella rättigheter. De positiva effekterna för konkurrensen och därmed i slutändan för slutkunderna som denna skyldighet innebär uppväger således det intrång som skyldigheten ger upphov till för Teracom.

Mot bakgrund av vad som ovan anförts är skyldigheten proportionerlig. PTS finner således att Teracom med stöd av 4 kap. 8 § LEK ska åläggas skyldighet att tillhandahålla tillträde till grossistprodukt för distribution av fri-tv.



## **6.2 Generella villkor för tillhandahållandet**

### **6.2.1 Rättslig utgångspunkt – 4 kap 8 § LEK**

Såsom beskrivits i avsnitt 6.1.1. får enligt 4 kap. 8 § LEK en operatör förpliktas att uppfylla rimliga krav på tillträde till och användning av nät. Bestämmelsen omfattar även villkor för tillträdet, se Kammarrättens i Stockholm dom den 4 oktober 2011 i mål nr 1690-10.

### **6.2.2 Beskrivning av grossistprodukten och uppgifter om tekniska specifikationer och nätegenskaper**

För att ett avtal om tillträde till grossistprodukt för distribution ska kunna ingås är det nödvändigt att Teracom förhandlar med och förser motparten med all relevant information. Teracom kan i syfte att försvaga motpartens förhandlingssituation ge ofullständig information om tillträdet. Detta kan exempelvis gälla information om grossistproduktens utformning, egenskaper och pris.

För att ett tillträdande företag ska kunna ingå ett avtal krävs en tydlig beskrivning av tillträdesprodukten. Beskrivningen ska visa produktens olika komponenter. Vidare ska beskrivningen omfatta alla relevanta och nödvändiga uppgifter om tekniska specifikationer och nätegenskaper för tillträdet. Det är viktigt för kunderna att veta att alla de komponenter som de behöver ingår i den produkt som de köper.

#### **Specificerat utbud**

Det finns en risk för att Teracom försvårar för grossistkunden att konkurrera på marknaden genom att tillföra inslag som fördyrar grossistkundens verksamhet. Detta kan t.ex. ske genom s.k. kopplingsförbehåll, där en kund som vill köpa en viss en produkt tvingas köpa även en annan produkt eller tjänst som kunden annars inte skulle vilja ha. En sådan koppling kan accepteras om det finns naturliga samband mellan tilläggsprodukten och huvudprodukten som är motiverade av starka tekniska eller kvalitetsmässiga skäl. För att grossistkunderna inte ska behöva betala för mer än vad de faktiskt behöver, ska grossistkunderna därför ha möjlighet att endast erhålla tillträde till de komponenter och funktioner som är nödvändiga för att det begärda tillträdet ska kunna ske.

### **6.2.3 Uppgift om pris**

Priset är ett mycket viktigt villkor vid köp och det är därför av stor vikt att grossistkunderna har kännedom om vilket pris som Teracom erbjuder. Det torde vara praxis i de flesta avtalsförhandlingar och avtalsslut att priset är känt. Det är således rimligt att ställa krav på att Teracom på begäran ska lämna information om priset, uppdelat på de olika komponenter som ingår i grossistprodukten.

Teracom har en skyldighet att tillämpa kostnadsorienterad ersättning (se skyldighet 3 och avsnitt 6.3).

Av skyldighet 3 framgår det att Teracom varje år senast den 30 april ska inkomma till PTS med kostnadsunderlag som möjliggör för PTS att avgöra om priset för tillträdet är kostnadsorienterat.

Oavsett om kostnaderna går upp eller ner är det vidare av stor vikt för kunderna i samband med budgetering, upphandlingar eller annat att veta vilket pris som gäller för att kunna planera sin verksamhet. Det är därför rimligt att Teracom lämnar pris till sina kunder senast den 1 maj årligen eller i samband med att företaget kommer in till PTS med den kostnadskalkyl som ligger till grund för företagets prissättning. Teracom har då haft god tid på sig att på basis av föregående års kostnadsutfall beräkna sina kostnader. Därmed kan företaget också utan nämnvärt merarbete senast den 1 maj lämna uppgift till PTS om vilka priser som hänför sig till respektive kund på den reglerade marknaden. Ingenting hindrar dock Teracom från att lämna pris ännu tidigare. Teracom har tidigare ändrat sina priser gentemot sina kunder på den reglerade marknaden först i samband med att PTS avslutat sin granskning av Teracom's kostnader och således inte i samband med ingivande av kostnadskalkylen. Detta har vissa år, då kostnaderna minskat från ett år till ett annat, inneburit nackdelar för Teracom's kunder eftersom kunderna har fått betala ett högre pris än det kostnadsorienterade priset.

Den 1 maj varje år ska Teracom lämna pris i enlighet med skyldighet 3 till kunderna. Senast vid samma tidpunkt ska Teracom meddela PTS vilka priser som lämnas till respektive kund

Detta för att PTS ska kunna kontrollera att kunderna fått ett kostnadsorienterat pris i rätt tid.

#### **6.2.4 Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning**

Syftet med att ålägga Teracom en skyldighet om generella villkor om tillhandahållande är att möjliggöra för kunder som vill sända fri-tv via marknät att sluta avtal med Teracom om utsändning. Att få information om innehållet i tjänsten samt priset för denna är av stor vikt för att kunderna ska kunna planera och budgetera sin verksamhet och agera på konkurrenskraftiga villkor på marknaden. Det framstår också som brukligt i affärsförhållanden på marknader med fungerande konkurrens att förhandla och sluta avtal med sina kunder samt ge kunderna relevant information om produkten. Ett företag med betydande inflytande kan dock genom att inte förhandla eller lämna ut nödvändig information försämra en tillträdande aktörs förhandlingsstyrka och därmed möjlighet att sluta ett avtal. Tillträdesskyldigheten riskerar därmed att bli mindre effektiv om den inte kombineras med en skyldighet om generella villkor. Skyldigheten är således ägnad att tillgodose syftet med LEK.

PTS anser vidare att det inte finns någon mindre långtgående skyldighet som ger motsvarande verkan. Skyldigheten om generella villkor för tillhandahållande bör inte innebära några stora ingripanden i Teracoms verksamhet. Skyldigheten rör tillhandahållande av information som Teracom redan har lätt tillgänglig. Den fördel skyldigheten ger upphov till överväger de nackdelar som den eventuellt kan åsamka Teracom. Detta kan i sin tur resultera i bättre utbud av programinnehåll till slutkunderna.

PTS anser därför att den fördel som det innebär att grossistkunderna kan verka på marknaden för fri-tv genom en skyldighet om generella villkoren för tillhandahållande uppväger det intrång i Teracoms verksamhet som sådan skyldighet medför. Skyldigheten är således nödvändig och proportionerlig. PTS finner därför att Teracom med stöd av 4 kap. 5§ och 8 § LEK ska åläggas en skyldighet om generella villkor för tillträde.

## **6.3 Prisreglering av grossistprodukt för fri-tv via marknät**

### **6.3.1 Rättslig utgångspunkt – 4 kap 11 §**

Enligt 4 kap. 11 § LEK får en operatör som avses i 4 kap. 4 § samma lag förpliktas att iaktta kostnadstäckning eller tillämpa kostnadsorienterad prissättning för specificerade typer av samtrafik och andra former av tillträde. Detta får ske om en marknadsanalys enligt 8 kap. 6 § LEK visar att en brist på effektiv konkurrens innebär att operatören kan ta ut överpriser eller använda prispress på ett sätt som missgynnar slutkunderna.

En förpliktelse enligt första stycket kan även avse en skyldighet för operatören att tillämpa en viss kostnadsredovisningsmetod. En sådan förpliktelse ska förenas med skyldighet att göra en beskrivning av metoden tillgänglig för allmänheten. Kostnadernas huvudkategorier och reglerna för kostnadsfördelningen ska framgå av beskrivningen.

Den som har förpliktats att kostnadsorientera sin prissättning ska visa att priserna är rättvisa och skäligen med hänsyn till kostnaderna och får åläggas skyldighet att justera sina priser. I 4 kap. 12 § LEK anges att vid tillämpningen av 11 § samma kapitel ska hänsyn tas till den investering som gjorts av operatören. En sådan skyldighet som anges i 11 § ska utformas så att operatören får en rimlig avkastning på kapitalinvesteringen.

### **6.3.2 Behovet av prisreglering**

Effektiviteten i skyldigheten att tillhandahålla nu aktuell grossistprodukt är beroende av att produkten tillhandahålls till ett pris som är lämpligt i förhållande till definierade konkurrensproblem. Teracoms starka ställning på den aktuella marknaden innebär att företaget kan tillämpa överprissättning, vilket skulle missgynna programbolag som sänder fri-tv och därmed även slutkunderna

Teracoms starka ställning och kontroll över infrastrukturen kräver således en prisreglering av den aktuella grossistprodukten för att uppnå de övergripande målen med lagstiftningen, dvs. att enskilda och myndigheter ska få tillgång till säkra och effektiva elektroniska kommunikationer och största möjliga utbyte vad gäller urvalet av elektroniska kommunikationstjänster samt deras pris och kvalitet.

Detta bekräftas av erfarenheterna av PTS tillsyn avseende myndighetens tidigare beslut om skyldigheter för Teracom där PTS funnit att företaget har

tagit ut priser som överstiger kostnaderna för att producera de aktuella produkterna.<sup>126</sup>

### 6.3.3 Val av prisregleringsmetod

När PTS har att ta ställning till vilken form av prisreglering som ska åläggas beträffande en viss tillträdesform måste PTS överväga vilka effekter prisregleringen kan ha på både kort och lång sikt.

Avsikten med en kostnadsorienterad prissättning är att neutralisera en aktörs möjligheter att ta ut överpriser eller skapa en marginalklämning<sup>127</sup> som missgynnar slutanvändarna. Eftersom Teracom inte bedriver någon verksamhet på den aktuella slutkundsmarknaden har företaget ingen möjlighet att skapa en marginalklämning. Syftet med prisregleringen på fri-tv-marknaden är därför i första hand att undvika att Teracom överprissätter grossistprodukten.

En skyldighet att tillhandahålla en grossistprodukt till ett för högt eller för lågt pris skulle kunna påverka incitamenten för andra aktörer att bygga parallell infrastruktur för att kunna erbjuda grossistprodukten. Det kan därför i vissa situationer finnas motiv till att utforma prissättningen så att den skapar ökade incitament till parallelltablering av infrastruktur. Detta skapar en långsiktigt hållbar konkurrens och därmed långsiktig nytta för konsumenten. Vid en sådan situation kan det vara lämpligt att tillämpa en prisreglering med ett framåtblickande perspektiv som baseras på återanskaffningskostnader för utrustning eller system. Det framåtblickande perspektivet ger företagen kompensation för tillgångarna med utgångspunkt i vad motsvarande teknik har för anskaffningskostnad i dag eller genom en värdering av de tidigare investeringarna till dagens penningvärde. Ett framåtblickande perspektiv är gynnsamt i de fall man önskar skapa neutralitet i valet mellan att hyra en grossistprodukt av den prisreglerade företaget och att bygga egen infrastruktur. Nackdelen med en sådan reglering är att det reglerade företaget kan bli både över- och underkompenserat för sina investeringar beroende på den tekniska och ekonomiska utvecklingen.

Vad gäller grossistmarknaden för fri-tv via marknät bedömer PTS dock att en parallelltablering av infrastruktur inte är realistisk. I en sådan situation bör regleringen syfta till att i första hand undvika överprissättning av grossistprodukten för distribution av fri-tv. Då är det lämpligt att basera den kostnadsorienterade prissättningen på ett historiskt (förmögenhetsbevarande) perspektiv. PTS har i sådana fall tidigare utgått från FDC-modellen för att beräkna priser baserat på historiska kostnader, dvs. grossistpriset har fastställts

---

<sup>126</sup> Se dnr 06-4616/23, b, föreläggande riktat mot Teracom avseende prissättning för digital-tv, dnr 11-4402 föreläggande riktat mot Teracom avseende prissättning och dnr 14-5674 föreläggande riktat mot Teracom avseende prissättning (WACC).

<sup>127</sup> Operatören sätter nivåerna på slutkundspriserna i förhållande till grossistpriserna så att utrymmet mellan dem inte gör det möjligt för en rimligt effektiv konkurrent att konkurrera på slutkundsmarknaden.

på basis av operatörens kostnader, samtidigt som en rimlig avkastning har medgivits på investerat kapital.<sup>128</sup>

Genom att använda en FDC-metod till faktiska historiska kostnader får den som ålagts en skyldighet att kostnadsorientera sin prissättning, ersättning för samtliga relevanta kostnader för att tillhandahålla den aktuella tjänsten. En kund som köper den prisreglerade produkten kommer att betala vare sig mer eller mindre än de historiska kostnaderna för att ta fram produkten. Vid en förmögenhetsbevarande reglering tar därför värderingen av kapitalbasen hänsyn till att tillgångarna i företaget helt eller delvis är avskrivna. En prisreglering baserad på de historiska kostnaderna ger Teracom sålunda full täckning för de investeringar företaget gjort med hänsyn till behovet av en rimlig avkastning. Risken vid nyinvesteringar kommer därför att vara något lägre vid en prisreglering baserad på historiska kostnader jämfört med en prisreglering baserad på återanskaffningskostnader. Detta eftersom osäkerheten kring en investering minskar tack vare att hela investeringskostnaden kommer att kunna återvinnas.

PTS bedömer mot bakgrund av det ovan angivna att ett kostnadsorienterat pris enligt FDC-modellen till faktiska historiska kostnader är den form av prisreglering som bäst tar hänsyn till de kortsiktiga och långsiktiga överväganden som ska göras för att ge slutkunderna en så förmånlig situation som möjligt, i termer av urval av tjänster samt pris och kvalitet på dessa tjänster.

PTS anser därför att Teracom ska åläggas att tillämpa kostnadsorienterad prissättning enligt FDC-metoden till faktiska historiska kostnader. Detta förefaller vara väl i linje med det sätt på vilket många andra länder inom EU tillämpar sina respektive prisregleringar. Av de länder som reglerar broadcasting (tidigare marknad 18) tillämpar, enligt en rapport<sup>129</sup> från Berec 2011, flertalet länder en kostnadsorienterad prisreglering. Av 10 svarande länder använder 9 FDC som kostnadsmetod och i 7 utav 11 svarande länder baseras regleringen på historiska (bokförda) kostnader. Enligt 1 kap. 1 § LEK ska PTS beakta harmonisering till övriga EU-länder när PTS ålägger skyldigheter.

En skyldighet att tillämpa viss kostnadsredovisningsmetod ska förenas med en skyldighet att göra en beskrivning av kostnadsredovisningsmetoden tillgänglig för allmänheten. Detta kan ske genom publicering på Teracoms webbplats eller genom att den hålls tillgänglig på begäran. Beskrivningen ska visa de huvudkategorier där kostnader har förts samman och de principer och regler som används för att fördela kostnader.

---

<sup>128</sup> Se beslut 04-6950/23, b, Fastställande av särskilda skyldigheter enligt 8 kap. 6 § lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation (EkomL) för företag med ett betydande inflytande på den svenska marknaden för terminering av hyrda förbindelser i grossistledet.

<sup>129</sup> BEREC Report Regulatory Accounting in Practice 2011.

### 6.3.4 Tillämpning av skyldigheten

FDC-modellen till faktiska historiska kostnader

Med FDC avses att alla relevanta kostnader<sup>130</sup>, inklusive direkta kostnader, delade och gemensamma kostnader är fördelade till företagets slutprodukter. Kostnaderna ifråga ska fördelas utifrån respektive produkts utnyttjande av resurser, med innebörd att kostnaderna i så stor utsträckning som möjligt ska fördelas till respektive produkt utifrån objektiva orsakssamband mellan produkten och dess nyttjande av den aktuella resursen.

Med historiska kostnader avses kostnader som operatören faktiskt har haft. Utgångspunkten vid värdering av kapitalbasen ska sålunda vara den ursprungliga anskaffningskostnad minus gjorda avskrivningar, dvs. tillgångarnas bokförda värde. Eftersom FDC-metoden utgår från bokförda värden är det möjligt för PTS att verifiera kalkylmodellen mot Teracom's fastställda bokföring.

PTS ålägger därför Teracom att vid tillhandahållandet av utsändningstjänster av fri-tv i marknätet tillämpa kostnadsorienterad prissättning baserad på faktiska historiska kostnader som i så stor utsträckning som möjligt ska följa företagets bokföring. Om Teracom anser att det vore mer ändamålsenligt att basera det kostnadsorienterade priset på kapitalkostnader beräknade med en annuitetsmetod (nominell)<sup>131</sup>, i syfte att jämna ut kapitalkostnaden över tiden, så är PTS uppfattning att det ryms inom ramen för en reglering baserad på faktiska historiska kostnader. Detta förutsätter dock att samma avskrivningstid används som i Teracom's redovisning och att de sammanlagda avskrivningarna på tillgången totalt sett efter nyttjandeperioden inte får uppgå till ett högre belopp än vad en annan avskrivningsmetod skulle ge, exempelvis linjär avskrivning.

De reglerade tjänster som Teracom säljer baseras på en infrastruktur som byggs upp under en lång tid och där investeringar sker kontinuerligt. På motsvarande sätt som investeringar under det innevarande året inte påverkar kapitalbasen - och därmed inte heller priset - kommer inte heller de avskrivningar som görs under innevarande år påverka kapitalbasen. Detta eftersom kapitalbasen värderas utifrån föregående års balansräkning. Om de årliga investeringarna är i nivå med de årliga avskrivningarna (för ett företag med stadigt bestånd) kommer därför tillämpningen av historisk data ge samma utfall som om man försökte prognostisera det kommande årets kapitalbas.

PTS anser därför att Teracom ska åläggas att tillämpa kostnadsorienterad prissättning enligt FDC-metoden till faktiska historiska kostnader. Detta förefaller vara väl i linje med det sätt på vilket många andra länder inom EU

---

<sup>130</sup> Med relevanta kostnader avses de kostnader som är direkt hänförliga till tillhandahållandet av den tjänst som prisregleras.

<sup>131</sup> Med en nominell annuitet är kapitalkostnaden konstant i löpande penningvärde år för år och beräknas som en annuitetsfaktor multiplicerat med anskaffningsvärdet. Annuitetsfaktorn bestäms av den nominella räntesatsen och av avskrivningstiden.

tillämpar sina respektive prisregleringar. I dag reglerar 11 länder broadcasting (tidigare marknad 18) enligt en rapport från Berec 2015<sup>[1]</sup>. Enligt motsvarande rapport från 2013<sup>[2]</sup> var det samma antal. Av 10 svarande länder 2013 använde 8 FDC som kostnadsmetod och i 5 utav 8 svarande länder baserades regleringen på historiska (bokförda) kostnader. Enligt 1 kap. 1 § LEK ska PTS beakta harmonisering till övriga EU-länder när PTS ålägger skyldigheter.

#### Kapitalkostnad

För att Teracom ska få en rimlig avkastning på investeringar inkluderar den kostnadsorienterade prissättningen en avkastning på investerat kapital. Att beräkna en lämplig avkastningsnivå är av central betydelse för att ge korrekta incitament till nya investeringar. En för låg avkastningsnivå kommer å ena sidan att innebära att investeringar i den aktuella infrastrukturen inte blir attraktiva för investerare. En för hög avkastningsnivå kommer å andra sidan att innebära övervinster för det reglerade företaget. En utbredd metod både bland regulatoriska myndigheter<sup>132</sup> och inom industrin för att beräkna ett avkastningskrav är WACC<sup>133</sup> baserad på CAPM<sup>134</sup>. Metoden används t.ex. inom ramen för tillsynen av Teracoms prissättning och används även av PTS för att beräkna avkastningskraven för mobil- och fastnätsoperatörer.

#### Prissättning av den reglerade produkten

Det bör understrykas att det är Teracom som, mot bakgrund av de principer som PTS fastställer, sätter priset på grossistprodukten mot sina kunder. PTS granskar prissättningen inom ramen för myndighetens tillsyn och kan vid behov vidta sanktionsåtgärder. För att PTS ska kunna bedriva tillsyn över att Teracoms prissättning är baserad på kostnaderna ska Teracom, i enlighet med de principer som fastställs i detta beslut, lämna in kostnadsunderlag till PTS som visar att priset för det aktuella tillträdet är kostnadsorienterat. Finner PTS vid granskningen att Teracoms pris överstiger kostnaderna inklusive rimlig avkastning har PTS möjlighet att ålägga Teracom att justera sina priser.

Teracom ska senast den 30 april varje år inkomma till PTS med en kalkyl som baseras på föregående kalenderårs faktiska historiska kostnader och senast den 1 maj, i enlighet med skyldighet 2, lämna ett kostnadsorienterat pris till sina kunder. Det är Teracom som ska visa att priserna är kostnadsorienterade. Det är viktigt för kunderna att få ett kostnadsorienterat pris så tidigt som möjligt för att på bästa sätt kunna planera sina verksamheter etc. PTS vill framhålla att den eventuella tillsyn som PTS företar av den kostnadskalkyl som Teracom lämnar in, inte på något vis ska sammankopplas med tidpunkten för när Teracom ska lämna pris till sina kunder.

---

<sup>[1]</sup> BEREK Report, Regulatory Accounting in Practice 2015.

<sup>[2]</sup> BEREK Report, Regulatory Accounting in Practice 2013.

<sup>132</sup> Se Principles of Implementation and Best Practice, PIB, framtaget av Independent Regulators Group (IRG).

<sup>133</sup> WACC är en förkortning för Weighted Average Cost of Capital.

<sup>134</sup> CAPM är en förkortning för Capital Asset Pricing Model. CAPM är en metod för att beräkna avkastningskravet på eget kapital.



En kostnadsorienterad prissättning sätter endast det högsta pris som Teracom får ta ut för den reglerade tjänsten. Det kostnadsorienterade priset för utsändningstjänsten kommer per automatik att variera om de tjänster programbolagen köper skiljer sig åt avseende exempelvis täckningsgrad, antal sändningstimmar, kapacitet, tillgänglighet, säkerhet och regional nedbrytning. Prisregleringen ger således Teracom möjlighet att tillämpa olika priser genom att differentiera utsändningstjänsten utifrån de olika programbolagens behov.

### **6.3.5 Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning**

PTS anser att Teracom's starka ställning på den aktuella marknaden innebär att det finns en betydande risk för att företaget, i sin strävan efter vinstmaximering, kan tillämpa överprissättning, vilket missgynnar programbolag som sänder fri-tv och även, i sista hand, slutkunderna. PTS bedömning av den ålagda prisregleringen är att den är positiv för slutkunderna, eftersom det skapar förutsättningar för programbolag att agera som fri-tv-kanal. Prisregleringen ger tydliga villkor för tillträdande programbolag och förutsättningar att erbjuda slutkundstjänster på marknaden. Därmed ökar förutsättningarna för fler fri-tv-kanaler och en bättre konkurrens på slutkundsmarknaden.

Konsekvensen av att inte ålägga en prisreglering är att de tillträdande programbolagen blir helt beroende av Teracom när det gäller prissättning av tillträdet. Därmed försämras förutsättningarna att agera som fri-tv-kanal, vilket kan få negativ inverkan genom att antalet kanaler kan bli färre och kvaliteten sämre. Tillträdesskyldigheten riskerar därmed att bli verkningslös om den inte kombineras med en prisreglering. Ett tillhandahållande utan en prisreglering skulle inte tillgodose konkurrensmålen lika effektivt. PTS anser därför att det behov av skyldigheten som beskrivits ovan överväger det intrång i Teracom's verksamhet som skyldigheten ger upphov till. Vidare finns det inte någon mindre långtgående skyldighet som ger motsvarande verkan. Skyldigheten är således proportionerlig.

Syftet med att ålägga Teracom en prisskyldighet som är baserad på historiska kostnader är att grossistkunderna ska erbjudas tillgång till en grossistprodukt för distribution av fri-tv till konkurrenskraftigt pris. När grossistkunderna erbjuds utsändning av fri-tv till konkurrenskraftiga villkor skapas förutsättningar för konkurrens på slutkundsmarknaden. Effektiviteten i tillträdesskyldigheten är beroende av att det aktuella tillträdet tillhandahålls till ett pris som är lämpligt i förhållande till konkurrensproblemen på marknaden. Skyldigheten är således ägnad att tillgodose syftet med LEK. Teracom är ålagt att tillämpa en kostnadsorienterad prissättning med utgångspunkt i den så kallade FDC-metoden (FDC - Fully Distributed Cost, fullt fördelade kostnader), till faktiska historiska kostnader. PTS bedömer att ett kostnadsorienterat pris enligt FDC-modellen baserat på faktiska historiska kostnader är den form av prisreglering som bäst tar hänsyn till de kortsiktiga och långsiktiga överväganden som ska göras för att ge slutkunderna en så förmånlig situation som möjligt, i termer av urval av tjänster samt pris och kvalitet på dessa tjänster. PTS vill även påpeka att genom att använda en FDC-modell till historiska bokförda värden får den

som ålagts skyldighet att hålla kostnadsorienterad prissättning ersättning för samtliga relevanta kostnader för att tillhandahålla den aktuella tjänsten inklusive inträffade haverier, kostnad för arbetskraft etc. Det ges även en rätt till en rimlig avkastning på det investerade kapitalet (WACC). PTS menar därför att en prisreglering som bygger på faktiska kostnader är den form av prisreglering som innebär minst osäkerhet för det reglerade företaget. PTS anser att prisregleringen i förevarande beslut ger Teracom möjligheter att investera i såväl befintligt nät som ny teknik. Då en prisreglering baserad på kostnadsorientering enligt FDC-modellen innebär att beräkningen utgår ifrån Teracoms faktiska kostnader betyder detta att Teracom således får full täckning för de investeringar företaget gjort med hänsyn till behovet av en rimlig avkastning. Risken vid nyinvesteringar kommer därför att vara låg eftersom osäkerheten kring en investering minskar tack vare att hela investeringskostnaden kommer att kunna återvinnas. Teracom kan även i avtal synliggöra de prisökningar som investeringar kan komma att medföra

PTS finner således att Teracom med stöd av 4 kap. 11 och 12 §§ LEK ska åläggas skyldighet att tillämpa kostnadsorienterad prissättning när företaget tillhandahåller tillträde till grossistprodukt för distribution av fri-tv.

Skyldigheten är nödvändig för att uppnå syftet med regleringen och är inte mer ingripande än vad som krävs.

Det bör framhållas att en part alltid har möjlighet att begära tvistlösning hos PTS gällande exempelvis prissättning. PTS kan pröva tvister i alla frågor som har sin grund i skyldigheter som följer av lagen eller har beslutats med stöd av lagen. Tvistlösning innebär en möjlighet för den enskilde parten att få en tvist med en operatör om gällande reglering prövad på ett snabbt och effektivt sätt. Såväl tvistlösning som tillsyn handlar om att tillämpa och uttolka de skyldigheter som PTS beslutat om. Tillsyn kan ske på såväl PTS initiativ som marknadens och utmynna i beslut som är generellt tillämpliga, medan tvistlösningsbeslut endast reglerar vad som gäller mellan parterna i den specifika tvisten. Tvistlösningsbeslut kan omfatta retroaktiva förhållanden, medan tillsynsbeslut endast är framåtsyftande. Den som begär tvistlösning ska styrka tidpunkt för tvistens uppkomst.

## 6.4 Särredovisningsskyldighet

### 6.4.1 Rättslig utgångspunkt - 4 kap. 7 § LEK

Enligt 4 kap. 7 § LEK får en operatör som avses i 4 kap. 4 § förpliktas att särredovisa och rapportera specificerad verksamhet med anknytning till samtrafik och andra former av tillträde. En sådan skyldighet kan avse att operatören ska tillämpa en öppen prissättning för andra operatörer och för intern överföring eller tillhandahålla en myndighet sin redovisning, inbegripet uppgifter om intäkter från annan.

### 6.4.2 Det finns ett behov av särredovisning

Särredovisningsskyldigheten underlättar kontroll av om oskälig korssubventionering sker genom överföring från en verksamhet till en annan konkurrensutsatt verksamhet inom företaget.<sup>135</sup>

Ett åläggande om särredovisning tvingar ett företag med ett betydande inflytande att redovisa grossistverksamheten skilt från slutkundsverksamheterna och att tillämpa öppen prissättning för såväl externa som interna transaktioner. Det ger PTS en möjlighet att spåra oskäliga interna prisöverföringar, så kallad korssubvention, mellan operatörens olika verksamhetsgrenar och identifiera konkurrensbegränsande prissättning. Själva särredovisningen löser dock inte de konkurrensproblem som blir följden av eventuell korssubventionering.

Teracom agerar på bl.a. marknader för betal-tv och radio och är både vertikalt och horisontellt integrerat genom olika dotterbolag. PTS bedömer därför att en skyldighet om särredovisning krävs på den nu aktuella marknaden, bland annat för att kunna förhindra otillåten korssubventionering mellan olika delar av företaget.

### 6.4.3 Omfattning av skyldigheten

Syftet med en skyldighet om särredovisning är att möjliggöra en fördjupad analys av information som hämtas från redovisningen. Redovisningen ska så nära som möjligt spegla olika verksamheter som om de hade varit skilda från varandra och synliggöra företagsinterna överföringar.

Teracom ska därför särredovisa så att interna priser och transaktioner mellan olika verksamheter inom företaget framgår. Särredovisningen ska vidare visa antal, intäkter och kostnader gällande tillhandahållande av grossistprodukt för distribution av fri-tv. När så är nödvändigt ska Teracom även särredovisa andra verksamheter för att åstadkomma transparens och möjliggöra en bedömning av om korssubventionering sker. En sådan redovisning kan avse såväl grossist- som slutkundsverksamhet.

---

<sup>135</sup> Jfr prop. 2002/03:110 s. 377.

Teracom ska vid utformningen av särredovisningen beakta de riktlinjer som framgår av EU-kommissionens rekommendation av den 19 september 2005 om särredovisnings- och kostnadsredovisningssystem enligt regelverket för elektronisk kommunikation (2005/698/EG).

Teracom ska på begäran av PTS ge in särredovisningen till myndigheten.

#### **6.4.4 Slutsats, konsekvens- och proportionalitetsbedömning**

PTS bedömer att skyldigheten att iaktta särredovisning är nödvändig för att på sikt främja konkurrensen och därigenom uppnå målen med lagstiftningen. Skyldigheten är således ägnad att tillgodose syftet med LEK.

PTS finner att de möjligheter till sådan insyn som möjliggörs genom särredovisning och det behov som finns av sådan insyn överväger det intrång i Teracoms verksamhet som en särredovisningsskyldighet medför.

Konsekvensen av att inte ålägga en särredovisningsskyldighet är att PTS inte kan kontrollera om oskälig korssubventionering sker och därmed åtgärda det. PTS anser därför att skyldigheten om särredovisning uppväger det intrång i Teracoms verksamhet som skyldigheten medför. Det finns inte någon annan mindre ingripande skyldighet som på ett motsvarande sätt tillförsäkrar PTS nödvändig insyn i Teracoms verksamhet. PTS anser följaktligen att en särredovisningsskyldighet med stöd av 4 kap. 7 § LEK ska åläggas Teracom. Skyldigheten är således nödvändig och proportionerlig.