

Att Lars Erik Axelsson

Post- och telestyrelsen (PTS)

Konkurrensavdelningen

Box 5398

102 49 Stockholm

hogkvalitativtilltrade@pts.se

8 juli 2016

TDC Sveriges yttrande angående "Andra samråd av utkast till analys av grossistmarknaden för högkvalitativt tillträde (marknad 4)", Dnr: 15-2816

TDC Sverige noterar inledningsvis att marknad 4 finns med på EU-kommissionens lista på marknad som är föremål för förhandsreglering, vilket ställer relativt höga krav på underliggande analys från PTS:s sida. TDC Sverige håller i stort med om den beskrivning av slutkundsmarknaden som görs, men ser att i ett antal väsentliga drag saknas den analys som krävs avseende trekriterietestet. TDC Sverige anser vidare att det är viktigt poängtera att inga större förändringar har skett på marknaden under de senaste åren, varför förändringar i spelreglerna i sig är omotiverade. Det viktigaste från TDC Sveriges sida är att förutsättningarna för marknadens aktörer är tydliga och konsekventa.

Avgränsning mot marknad 3a bör tydliggöras

Till att börja med bör avgränsningen mellan marknad 3a och marknad 4 klargöras.

Det är t.ex. oklart i PTS:s beslut angående marknad 3a (Dnr 11-9306) huruvida större företag inkluderas i slutkundsdefinitionen eller ej. Det noteras bl.a. i underlaget till marknad 3a-beslutet, på sidan 64, slutet av paragraf 2.3.11, att: "En separat marknad måste därför avgränsas för bredbandstjänster till medelstora och större företag. Denna marknad och därtill hörande grossistmarknad definieras inom ramen för analysen av marknad 4 för fasta högkvalitetstjänster enligt EU-kommissionens rekommendation från 2014.". På sidan 77 i samma dokument, paragraf 2.7.2, nämns som slutkunder enbart privata kunder och mindre företag.

I utkastet till analys av marknad 4 (Dnr 15-2816), hänvisas däremot på flera ställen till marknad 3a och den reglering som finns på denna marknad, noteras t.ex. sidan 47, slutet av paragraf 3.2.1.2: "Den reglering som ålagts Telia på grossistmarknaden för lokalt tillträde, marknad 3a, motverkar därför de fördelar Telia har av att vara ett vertikalt integrerat företag."

Täckningsfrågan

Beskrivningen i PTS:s utkast drar inte heller en tillräckligt tydlig distinktion mellan täckningen på grossistmarknaden och täckningen på slutkundsmarknaden, givet att slutkunder ofta har arbetsställen på många olika geografiska platser. En operatör måste ha access till en slutkunds samtliga accesspunkter för att kunna etablera en lösning. För att etablera en ny kundlösning, behöver ofta nya inplaceringar göras och tillhörande access hyras. Det innebär att Telia som vertikalt integrerad spelare i praktiken skulle

få en mycket hög marknadsandel inom t.ex. VPN (benämnt FIK av PTS) på slutkundsmarknaden för större företag och organisationer, även om andra aktörer har en betydande täckning i själva grossistledet.

Däruöver är PTS:s analys av själva täckningsgraden i grossistledet inte särskilt utförlig och verkar till stor utsträckning baseras på marknadsföringsmaterial eller enskilda citat från intervjuer, vilket inte kan ses som tillräckligt som underlag för en marknadsanalys. PTS har inte på ett systematiskt sätt efterfrågat data från marknadsaktörer i denna fråga.

Exempelvis nämns på sidan 50 att TDC har inplaceringar i de flesta städer i Sverige, men det bör påpekas att många städer har ett antal telestationer – bara för att ett bolag är placerat i en telestation, innebär det inte att bolaget når alla delar av staden eller en specifik kund. Det är också tämligen vanligt att operatören måste nå ut hela vägen till KC:n (steget efter telestationen, vanligt för t.ex. köpcentra etablerade under vissa tidsperioder) och att det därför inte räcker att enbart ha placering i telestationen. Ibland finns det även rent fysiska begränsningar, vilket gör att det inte går att göra fler inplaceringar i en specifik telestation eller KC. Sammanfattningsvis ser inte TDC Sverige att bolaget har inplaceringar som skulle täcka alla eller nästan alla potentiella slutkunder på slutkundsmarknaden.

Det bör även noteras att TDC:s marknadsföringsmaterial från 2011, som PTS hänvisar till på sidan 50 ("nå 80% av alla företag med fler än 10 anställda"), bara gäller transport- och distributionsdelen och inte access ut hela vägen ut till slutkund. För att nå ut hela vägen till slutkund behöver TDC Sverige nästan alltid tillgång till lokal koppar- eller fiberanslutning.

Även t.ex. påståendet att DGC täcker 89% av befolkningen som bor i tätort, bara genom att hänvisa till intervjuer med DGC och SCB:s data, känns tveksamt i sammanhanget – det verkar baseras på antagandet att en telestation räcker för en tätort, att alla inplaceringar gäller telestationer (och inte KC:r, vilket torde vara vanligt för DGC givet stort fokus på handeln som slutkundssegment), samt att alla inplaceringar gäller städer (vilket också verkar vara ett antagande som PTS har gjort).

TDC Sverige ställer sig även tveksam till data avseende marknadsandelar på sidan 52 – vi misstänker att olika aktörer har valt att tolka PTS:s frågor olika. När det gäller grossistledet högkvalitativt tillträde, tillhandahåller stadsnäten oftast rena accesser, medan operatörer som TDC och DGC tillhandahåller E-VPN-lösningar på grossistnivå (som kan baseras på accesser från t.ex. ett antal olika stadsnät och Telia). En mer tydlig särskiljning i analysen av de olika nivåerna på marknaden behöver göras. Vi föreslår att PTS ställer en kontrollfråga till både operatörer och stadsnät om hur aktörerna egentligen har uppfattat och besvarat frågan. Av täckningsskäl är stadsnätens tillhandahållande på grossistnivå mycket sällan tillräckligt för att kunna etablera en högkvalitativ VPN-lösning, utan komplement från Telia behövs för det mesta.

Kommentaren angående Accessbolaget (sidan 56) är ej relevant i sammanhanget, eftersom Accessbolaget snarare underlättar än möjliggör köp av accesser från stadsnät. Problematiken är fortsatt att vissa områden inte täcks av stadsnäten och att det då bara går att nå via Telia – och detta råder inte etableringen av Accessbolaget på.

Även beskrivningen av dynamiken måste ses över. Bara för att den andel som bara Telia kan tillhandahålla minskar, är den ändå tillräckligt stor för att i en oreglerad värld kunna ge Telia en mycket dominant ställning på slutkundsmarknaden.

Prissättning och regleringstryck

Även om produkten Ethernet Sweden är baserad på marknadspriser idag, är det viktigt att regleringstrycket hålls uppe, givet risken att Telia annars skulle kunna utnyttja sin vertikala integration för att stänga andra operatörer ute. Därutöver kommer SDH, som är en reglerad produkt idag (ej prisreglerad men däremot föremål för icke-diskrimineringsprincip), att behövas för högkvalitativa tjänster under en tämligen avsevärd period framöver. Det är viktigt att kommande SDH-skifte sker på ett ordnat sätt, för att minska total kostnadsbild och för att undvika allvarliga störningar för slutkunder i många samhällskritiska sektorer, t.ex. inom offentlig sektor och inom banksektorn.

Med vänlig hälsning

Martin Olofsson
Director Strategy and Business Development
TDC Sverige AB

+46 8 519 814 94