



**JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE**

Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana

T: 01 478 35 97

F: 01 478 36 08

E: gp.avk@gov.si

www.varstvo-konkurence.si

Številka: 3061-3/2015-117

Datum: 10. 9. 2015

Različica za Telekom Slovenije

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence, Dunajska cesta 58, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Agencija), izdaja v senatu, ki ga sestavljajo Andrej Krašek kot predsednik senata ter ob sodelovanju dr. Aleša Kuharja, Francija Pušenjaka in Simona Tantegela kot članov senata, na podlagi 12. in 12. o členu Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOmk-1), v zadevi presoje koncentracije podjetij TELEKOM SLOVENIJE, d.d., Cigaletova ulica 15, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Telekom Slovenije), ki ga po pooblastilu zastopata odvetnica Eva Škufca in Odvetniška pisarna Schönherr – podružnica v Sloveniji, Tomšičeva ulica 3, 1000 Ljubljana, in DEBITEL telekomunikacije d.d. Ljubljana, Železna cesta 18, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: Debitel), na nejavni seji dne 10. 9. 2015 naslednjo

ODLOČBO

1. Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence koncentraciji podjetij TELEKOM SLOVENIJE, d.d., Cigaletova ulica 15, 1000 Ljubljana, in DEBITEL telekomunikacije d.d. Ljubljana, Železna cesta 18, 1000 Ljubljana, ne nasprotuje in izjavlja, da je skladna s pravili konkurence, če bodo izpolnjeni korektivni ukrepi iz 2., 3. in 4. točke izreka te odločbe.
2. Za potrebe korektivnega ukrepa je v njem uporabljene pojme potrebno interpretirati na sledeči način:
 - a) Izbrani ponudnik je ponudnik elektronskih komunikacijskih storitev, s katerim bo Telekom Slovenije sklenil pogodbo o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja TS, ki bo temeljila na ponudbi, skladni s Prilogo 1, ali ponudbi z drugačnim modelom obračuna, ki bo izbranemu ponudniku posredovana na njegovo pisno zahtevo;
 - b) maximum capacity cap ali maksimalen zakup zmogljivosti pomeni 10% mobilnega omrežja Telekom Slovenije, ki se računa glede na število uporabnikov mobilnega omrežja in predstavlja 10% vseh uporabnikov mobilnega omrežja Telekom Slovenije (in ne zgolj naročnikov ter predplačniških uporabnikov TS);
 - c) MCC koda je mobilna koda države (angleško Mobile Country Code);
 - d) MNC koda je koda mobilnega omrežja (angleško Mobile Network Code);
 - e) MVNO je operator navideznega mobilnega omrežja (angleško Mobile virtual network operator – MVNO), ki uporablja enake dele jedrnega omrežja kot operater omrežja z razliko dostopovnega, torej radijskega omrežja. MVNO ne razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc in nima dodeljenega radiofrekvenčnega spektra. Z namenom zagotavljanja storitev mora pridobiti dostop do radijskega, dostopovnega dela omrežja pri MNO. MVNO ima lastno jedrno omrežje in sklenjene medomrežne pogodbe z drugimi operaterji, sam usmerja promet in za svoje uporabnike zaključuje klice, razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom in ima kodo mobilnega omrežja (MNC), uporablja lastne SIM kartice, ima lastne pogodbe o mednarodnem gostovanju za njegove uporabnike, trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja pod svojo blagovno znamko.

¹ Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 Odl.US: U-I-40/12-31, 63/13-ZS-K in 33/14.

- f) NDA ali Non-Disclosure Agreement je pogodba o nerazkrivanju in varovanju poslovne skrivnosti, s katero se stranki zavežeta, da informacij o pogajanjih oziroma o dejstvu, da se pogajata, ter vsebine s pogajanjimi povezanih sporazumov ne bosta razkrivali tretjim osebam, razen v primeru z NDA določenih izjem (na primer v kolikor bi bilo navedeno potrebno na podlagi prislilnih predpisov ali zahteve/poziva državnih organov).
- g) Pogodba o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja TS z izbranim ponudnikom je pogodba med Telekomom Slovenije in izbranim ponudnikom, s katero bo urejeno razmerje dostopa do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije in izvajanja storitev.
- h) Priloga 1 je je priloga k Predlogu korektivnih ukrepov v postopku 3061-3/2015, iz katere so razvidni komercialni pogoji za sklenitev pogodbe o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja TS z izbranim ponudnikom, ki predstavljajo poslovno skrivnost TS.
- i) SP je operater ponudnik storitev / preprodajalec (Service Provider / Reseller – SP), ki ne razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc in nima radiofrekvenčnega spektra, prav tako pa ne uporablja elementov jedrnega omrežja, ki bi mu omogočali usmerjanje in zaključevanje klicev za svoje uporabnike. Z namenom zagotavljanja storitev mora pridobiti dostop do radijskega, dostopovnega in tudi jedrnega dela omrežja pri MNO. SP nima sklenjenih medomrežnih pogodb z drugimi operaterji, ne razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom, temveč ga najema pri MNO, nima lastne kode mobilnega omrežja (MNC), temveč uporablja MNC MNO Telekoma Slovenije, nima lastnih pogodb o mednarodnem gostovanju za svoje uporabnike. SP lahko trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja in oglašuje pod svojo znamko.
- j) Telekom Slovenije ali TS je podjetje Telekom Slovenije, d.d., Cigaletova ulica 15, 1000 Ljubljana, matična številka: 5014018000.
3. Telekom Slovenije se zavezuje, da bo v obdobju naslednjih 5 (pet) let od vključno naslednjega dneva izdaje te odločbe omogočal novim ponudnikom javnih mobilnih elektronskih komunikacijskih storitev, da v obliki MVNO, SP ali katere izmed vmesnih oblik vstopijo na maloprodajni trg mobilnih telekomunikacijskih storitev v Republiki Sloveniji pod naslednjimi pogoji:
- (i) Vsaj en operater ponudnik storitev mobilne telefonije (v obliki MVNO, SP ali katere izmed vmesnih oblik) bo imel po principu *first come, first served* možnost veleprodajnega dostopa do omrežja Telekom Slovenije pod pogoji, ki so zaobjeti v Prilogi 1. Cene drugih storitev, ki niso zaobjete v Prilogi 1, so predmet dogovora med Telekomom Slovenije in izbranim ponudnikom. Interesentov za operaterski dostop do mobilnega omrežja Telekom Slovenije ne bo obravnaval diskriminatorno. Princip *first come, first served* pomeni, da bo Telekom Slovenije pogoje, dogovorjene s predlaganim korektivnim ukrepom, zagotavljal najmanj prvemu podjetju, ki bo izkazalo interes za sklenitev pogodbe o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja od vključno naslednjega dneva izdaje te odločbe, in s katerim bo pogodba sklenjena.
- (ii) Do sklenitve Pogodbe o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije z izbranim ponudnikom in ponovno od dne njenega morebitnega prenehanja dalje, bo Telekom Slovenije ponudbo za dostop do mobilnega omrežja v skladu s pogoji iz Priloge 1 posredoval vsem interesentom za operaterski dostop, ki bodo poslali povpraševanje na Sektor za veleprodajo, Cigaletova 15, 1546 Ljubljana, ter s podjetjem Telekom Slovenije podpisali ustrezen NDA.
- (iii) Telekom Slovenije se, v odvisnosti od interesentovega povpraševanja, izbranemu ponudniku skladno s Prilogo 1 te odločbe zaveže zagotavljati storitve, ki so potrebne za zagotavljanje mobilnih telekomunikacijskih storitev na maloprodajnem trgu, ki jih izbrani ponudnik ne more ponuditi sam z uporabo storitev in orodij, ki so mu na voljo. V okviru navedenega se Telekom Slovenije zaveže zagotavljati najmanj naslednje storitve: (1) fizična vzpostavitev dostopa do omrežja Telekoma Slovenije, (2) operaterski dostop do mobilnega omrežja TS za namen nujenja javnih mobilnih elektronskih komunikacijskih storitev na maloprodajnem trgu; (3) osnovne storitve (v katere sodijo govorni klici, SMS

sporočila, MMS multimedijska sporočila, klicni prenos podatkov (vodovno komutiran prenos podatkov) ter paketni prenos podatkov (paketno komutiran prenos podatkov)), ter (4) dodatne storitve (med katere sodijo preusmeritev klica (CF), prikaz identitete kličočega (CLIP), klic v sili, telefonski predal (VMS), zapore za klice, čakajoči klic (CAW), omejevanje identifikacije kličočega (CLIR), omejevanje identitete kličočega po izbiri (SOCLIR), zadržanje zveze (HOLD), konferenčna zveza (MPTY), prenos faksimilnih sporočil, USSD ukazi in klici na komercialne in posebne številke). Storitve mednarodnega gostovanja (roaming) bo Telekom Slovenije izbranemu ponudniku zagotavljal, v kolikor je to potrebno in dogovorjeno z izbranim ponudnikom.

- (iv) Telekom Slovenije lahko cene iz Priloge 1 spremeni zgolj ob uveljavitvi ukrepov AKOS, AVK, Evropske Komisije ali drugih institucij Evropske Unije, ki bi neposredno ali posredno vplivali ali se nanašali na oblikovanje cen iz Priloge 1 ali v primeru drugih upravnih ali sodnih odločitev, ki bi neposredno ali posredno vplivale ali se nanašale na oblikovanje cen iz Priloge 1.
 - (v) Telekom Slovenije bo tehnologijo svojih omrežij dal na voljo uporabnikom izbranega ponudnika na enak način kot lastnim uporabnikom in jih v zvezi z navedenim ob pogoju enakih okoliščin ne bo diskriminiral.
 - (vi) V kolikor bi interesent za operaterski dostop, po prejetju ponudbe v skladu s točkami (ii) in (iii), želel s strani Telekoma Slovenije prejeti drugačno ponudbo oz. ponudbo, ki bi vključevala model obračuna, ki je drugačen od modela iz Priloge 1, se za takšno ponudbo šteje, da je v bistvenem enaka oz. boljša od pogojev iz Priloge 1.
 - (vii) Telekom Slovenije ne bo obvezan zagotavljati operaterskega dostopa do svojega omrežja pod pogoji, ki izhajajo iz Priloge 1, v kolikor izbrani ponudnik doseže *Maximum capacity cap* (to je, v kolikor skupno število uporabnikov izbranega ponudnika preseže 10% uporabnikov mobilnega omrežja Telekoma Slovenije). V takšnem primeru bi bila brez nadaljnjih dolgoročnih investicij v mobilno omrežje Telekoma Slovenije namreč lahko ogrožena uporabniška izkušnja (vseh) uporabnikov mobilnega omrežja Telekoma Slovenije. V primeru presežka *Maximum capacity cap* se bo Telekom Slovenije ob izteku veljavnosti pogodbe z izbranim ponudnikom v dobri veri pogajal glede novih pogojev dostopa do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije, pri čemer pa ni nujno, da bodo pogoji dostopa z ekonomskega vidika enaki oz. primerljivi ali boljši, kot so pogoji dogovorjeni v Prilogi 1. Telekom Slovenije bo v takšnem primeru vse nadaljnje interesente obravnaval skladno s točkama (ii) in (iii).
 - (viii) Od sklenitve Pogodbe o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja TS z izbranim ponudnikom bodo vse nadaljnje ponudbe za dostop do mobilnega omrežja TS odražale povpraševanje posameznega interesenta, razpoložljive kapacitete TS, obliko dostopa in vsebino dodatnih storitev (po katerih posamezni interesent povprašuje), trajanje pogodbe in poslovni model, ki ga interesent zasleduje.
 - (ix) Telekom Slovenije je skladno s predlaganim korektivnim ukrepom dolžan zagotavljati možnost sklenitve dogovora, ki odraža vsebino korektivnega ukrepa. Zato se šteje, da je korektivni ukrep izpolnjen v kolikor (A) je sklenjena (vsaj ena) Pogodba o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja TS z izbranim ponudnikom, ali (B) je Telekom Slovenije v času, ko točka (A) ni izpolnjena, na vsa povpraševanja odgovoril z zavezujočo prvo ponudbo, ki ustreza ali je boljša od pogojev, ki izhajajo iz Priloge 1.
4. Telekom Slovenije se v času trajanja korektivnega ukrepa, to je v obdobju naslednjih 5 (pet) let od vključno naslednjega dneva izdaje te odločbe, z namenom transparentnega izvrševanja korektivnega ukrepa in za potrebe nadzora nad izvrševanjem korektivnega ukrepa, zaveže izpolnjevati naslednje:
- (i) Telekom Slovenije bo enkrat letno do 31.8., Javni agenciji Republike Slovenije za varstvo konkurence posredoval poročilo, ki bo zajemalo popis vseh, v tekočem letu prejetih povpraševanj, ki se nanašajo na operaterski dostop do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije ter popis in kopije s strani Telekoma Slovenije poslanih prvih zavezujočih ponudb skupaj z v njih posredovanimi komercialnimi

- pogoji, skupaj z zagotovitvijo, da so bile le te v skladu s Prilogo 1 oz. pod boljšimi pogoji.
- (ii) Po sklenitvi Pogodbe o dostopu do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije z izbranim ponudnikom, bo Telekom Slovenije o navedenem nemudoma obvestil Javno agencijo Republike Slovenije za varstvo konkurence in ji v roku osmih (8) dni od sklenitve posredoval kopijo sklenjene pogodbe.
 - (iii) Telekom Slovenije bo Javno agencijo Republike Slovenije za varstvo konkurence nemudoma obvestil, v kolikor bi pogodba o operaterskem dostopu do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije z izbranim ponudnikom prenehala veljati.

5. Med postopkom niso nastali posebni stroški.

Obrazložitev

I. PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA

1. Agencija je dne 30. 3. 2015 prejela priglasitev koncentracije podjetij Telekom Slovenije in Debitel. Koncentracijo je priglasilo podjetje Telekom Slovenije.
2. Predmet transakcije je nakup vseh delnic družbe Debitel na podlagi Pogodbe o prodaji delnic v družbi DEBITEL telekomunikacije d.d. (v nadaljevanju: Pogodba) z dne 27. 2. 2015. Pogodba je sklenjena med podjetji ACH d.d., Ljubljana, Adria Mobil, d.o.o., Novo mesto, in Svema Trade d.o.o. kot prodajalci in podjetjem Telekom Slovenije kot kupcem. Na podlagi navedene pogodbe bo podjetje Telekom Slovenije pridobilo vse delnice podjetja Debitel. Na dan podpisa Pogodbe je znašal osnovni kapital podjetja Debitel 1.932.473,91 eurov in je bil razdeljen na 463.423 delnic.
3. V skladu s prvim odstavkom 43. člena ZPOmK-1 morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti pred začetkom njenega izvrševanja, vendar najpozneje v 30 dneh od sklenitve pogodbe ali objave javne ponudbe ali pridobitve kontrole, pri čemer začne rok za priglasitev teči s prvim od teh dogodkov. Priglasitev mora vsebovati vse elemente, ki jih natančneje določa na podlagi šestega odstavka 43. člena ZPOmK-1 sprejeta Uredba o vsebini obrazca za priglasitev koncentracije podjetij² (v nadaljevanju: Uredba). Ker je bila priglasitev nepopolna, jo je priglasitelj dopolnil dne 21. 4. 2015, 4. 5. 2015, 20. 5. 2015, 26. 5. 2015, 27. 5. 2015, 19. 6. 2015 in 22. 7. 2015.
4. Skladno z določili Zakona o upravnih taksah³ (v nadaljevanju: ZUT) je bila plačana upravna taksa po tarifni številki 48 v znesku 2.000 EUR.
5. Družba Telekom Slovenije je obvladujoča družba Skupine Telekom in se primarno ukvarja z zagotavljanjem z omrežji povezanih storitev v Republiki Sloveniji in v tujini. Med aktivnosti skupine sodi zagotavljanje mobilnih in fiksnih komunikacij, multimedijских storitev in digitalnega oglaševanja. Skupina Telekom Slovenije je dejavna še pri razvoju komercialne televizije, sistemskih integracij, računalništva v oblaku, rešitev za upravljanje poslovnih vsebin in odnosov, orodij za vodenje in spremljanje poslovanja. Podjetje Telekom Slovenije je dejavno tudi na področju ohranjanja naravne in kulturne dediščine preko družbe Soline d.o.o. Večji del svojih storitev nudi pod krovno blagovno znamko Telekom Slovenije. V sklopu komunikacij nudi mobilno in fiksno govorno telefonijo, mobilni in fiksni prenos podatkov, širokopasovni dostop do Interneta ter dostop do televizijskega omrežja. Družba Telekom Slovenije upravlja z blagovnimi znamkami Telekom Slovenije, Itak, Moneta in WiFiFreeLjubljana. Preostale družbe v skupini upravljajo z lastnimi blagovnimi znamkami, med katerimi so najbolj izpostavljene: najdi.si, Planet TV, bizi.si, TiS (vse pod upravljanjem družbe TSmedia), avtenta, GVO, piranske soline, solnce. Odvisne družbe v tujini pa med

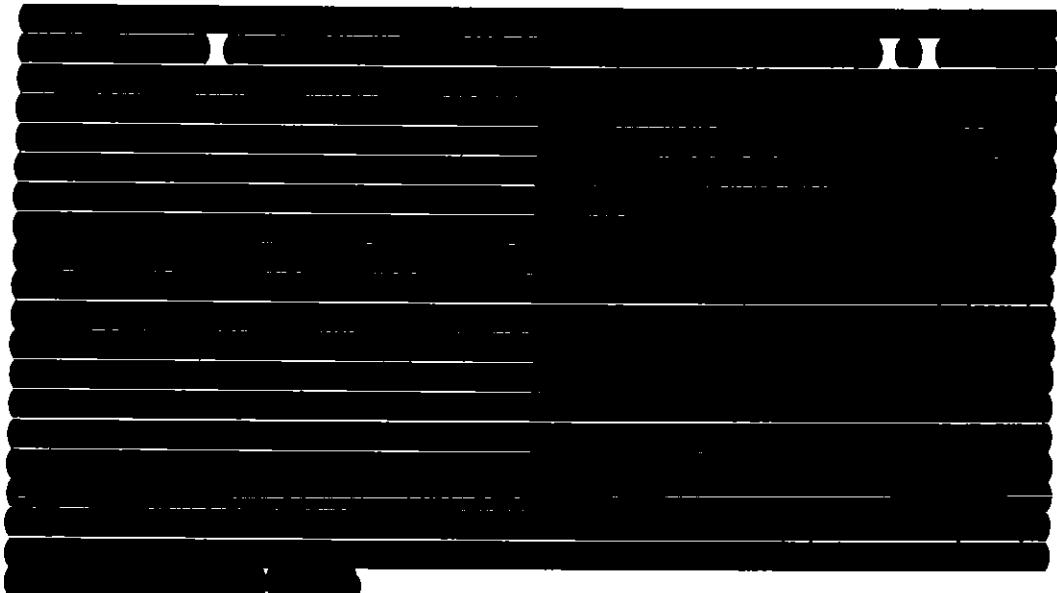
² Uradni list RS, št. 36/09 in 3/14.

³ Uradni list RS, št. 106/10-UPB5.

drugim upravljajo še znamke Blicnet (BiH), ONE (Makedonija) in IPKO (Kosovo).⁴ Največji delničarji družbe Telekom Slovenije so Republika Slovenija (62,54 %), Kapitalska družba, d.d. (5,59 %), ter Slovenska odškodninska družba, d.d. (4,25 %). Odvisne družbe Telekoma Slovenije so (z navedbo lastniškega deleža): a) v Republiki Sloveniji: GVO, gradnja in vzdrževanje telekomunikacijskih omrežij, d.o.o. (100 %)⁵, AVTENTA, napredne poslovne rešitve, d.o.o. (100 %), TSmedia, medijske vsebine in storitve, d.o.o. (100 %)⁶, SOLINE Pridelava soli d.o.o. (100 %), M-PAY, Družba za mobilno plačevanje, storitve in trgovino d.o.o. (50 %) in pridružena družba SETTCE d.o.o. (36 %), b) na Hrvaškem SIOL d.o.o. (100 %), c) v Srbiji SIOL d.o.o. Beograd⁷ (100 %), č) v Bosni in Hercegovini: BLICNET d.o.o. Banja Luka (100 %) in SIOL d.o.o. Sarajevo (100 %), d) v Črni gori SIOL d.o.o. Podgorica (100 %), e) na Kosovu IPKO Telecommunications LLC (93,11 %), ki ima v 100 % lasti še albansko družbo IPKO Net Albania, d.o.o., ki je v likvidaciji, ter v Makedoniji: SIOL DOOEL Skopje⁸ (100 %) in ONE DOOEL Skopje (100 %)⁹ z odvisno družbo DIGI-PLUS MUTIMEDIA DOOEL Skopje (100 %).¹⁰

6. Podjetje Debitel se ukvarja s prodajo storitev mobilne telefonije, je t.i. virtualni mobilni operater¹¹ in omrežje najema pri podjetju Telekom Slovenije¹². Delničarji družbe Debitel pred izvedbo koncentracije so bili: ACH d.d. (70 %), Adria Mobil d.o.o. (26 %) in Svema Trade d.o.o. (4 %). Debitel nima odvisnih družb.

7.



⁴ Priglasitev koncentracije, str. 7, dokument opr. št. 3061-3/2015-1.

⁵ Družba GVO, d.o.o., ima v Nemčiji odvisno družbo GVO Telekommunikation GmbH (100 % lastniški delež).

⁶ S pridruženo družbo Antenna TV SL (49 % lastniški delež).

⁷ Vpis v register 13. 2. 2015.

⁸ Vpis v register 14. 1. 2015.

⁹

¹⁰ Priglasitev koncentracije, str. 15 do 17, dokument opr. št. 3061-3/2015-1.

¹¹ Mobile virtual network operator – MVNO.

¹² Priglasitev koncentracije, str. 9, dokument opr. št. 3061-3/2015-1.

¹³ Priglasitev koncentracije, str. 12, dokument opr. št. 3061-3/2015-1.

8. Agencija je z namenom preveriti navedbe priglasitelja glede upoštevnih trgov vplivov koncentracije na konkurenco na upoštevnih trgih posredovala zahteve za posredovanje podatkov tudi konkurentom podjetij Telekom Slovenije in Debitel.¹⁴ Podjetja so svoje odgovore posredovala od dne 14. 5. 2015 do dne 4. 6. 2015. Dne 27. 5. 2015 je Agencija posredovala podjetjem, ki niso posredovala nezaupne različice odgovora, poziv, da le-to predložijo.
9. Agencija je dne 20. 4. 2015¹⁵ in 18. 5. 2015¹⁶ posredovala zahtevi za posredovanje podatkov tudi Agenciji za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, Stegne 7, 1000 Ljubljana (v nadaljevanju: AKOS), in prejela odgovora dne 21. 4. 2015¹⁷ in 22. 5. 2015¹⁸. Dne 25. 5. 2015¹⁹ je Agencija zahtevo za posredovanje podatkov posredovala podjetju Teletech d.o.o., Poljska ulica 6, Maribor, in prejela odgovor dne 27. 5. 2015²⁰.
10. Dne 21. 4. 2015²¹, 30. 6. 2015²², 24. 7. 2015 in 27. 7. 2015²³ je bil opravljen sestanek med predstavniki Agencije in predstavniki priglasitelja.
11. Dne 29. 6. 2015²⁴ je Agencija na podlagi 12.m člena ZPOmK-1 prejela dopis Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo in naj odgovorila²⁵ istega dne. Dne 3.7.2015 je Agencija od ACH d.d. prejela dopis in kopijo notarskega potrdila notarja Mira Košaka iz Ljubljane, opr. št. SV 1276/15, o trajni hrambi izvirnika Sporazuma o finančnem prestrukturiranju ACH d.d. z navedbo, da iz navedenega sporazuma izhaja, da bo dolžnik delnice prodal najkasneje do 30. 6. 2015.
12. Agencija je dne 13. 5. 2015, dne 9. 6. 2015, dne 16. 6. 2015, dne 23. 6. 2015, 9. 7. 2015, 18. 8. 2015 in 19. 8. 2015²⁶ v spis zadeve vložila dokumente, ki jih je pridobila na podlagi vpogleda v določene spletne strani, relevantne za predmetni postopek.
13. Dne 22. 7. 2015²⁷ je podjetje Telekom Slovenije posredovalo Agenciji osnutek predloga korektivnih ukrepov, dne 27. 7. 2015²⁸ spremenjen predlog v zaupni in nezaupni različici, dne 4. 9. 2015²⁹ pa še končni predlog korektivnega ukrepa.
14. Agencija se je zaradi preveritve ustreznosti predloženega korektivnega ukrepa³⁰ ter zagotavljanja preglednosti in uspešnega posvetovanja s tretjimi osebami³¹ odločila opraviti tržni preizkus predloženega korektivnega ukrepa. Agencija je udeležence na maloprodajnem trgu mobilnih telekomunikacijskih storitev v Republiki Sloveniji in AKOS pozvala, da podajo mnenje, predloge in komentarje na predlog korektivnega ukrepa³². Podjetja so svoje odgovore posredovala od dne 31. 7. 2015³³ do dne 28. 8. 2015³⁴.

¹⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-9 z dne 5. 5. 2015, opr. št. 3061-3/2015-17, opr. št. 3061-3/2015-47, opr. št. 3061-3/2015-53, opr. št. 3061-3/2015-54.

¹⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-2 z dne 14. 3. 2015.

¹⁶ Dokument opr. št. 3061-3/2015-32 z dne 18. 5. 2015.

¹⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-5.

¹⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-36.

¹⁹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-38.

²⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-45.

²¹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-7.

²² Dokument opr. št. 3061-3/2015-72.

²³ Dokument opr. št. 3061-3/2015-80.

²⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-70.

²⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-71.

²⁶ Dokument opr. št. 3061-3/2015-24, opr. št. 3061-3/2015-57, opr. št. 3061-3/2015-66, opr. št. 3061-3/2015-68, opr. št. 3061-3/2015-74, opr. št. 3061-3/2015-104 in opr. št. 3061-3/2015-68.

²⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-76.

²⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-79.

²⁹ Uradni zaznamek opr. št. 3061-3/2015-114 z dne 4. 9. 2015 in dokument opr. št. 3061-3/2015-116.

³⁰ Navedeno je skladno s točko 80 Sporočila Komisije o korektivnih ukrepih, dopustnih po Uredbi Sveta (ES) št. 139/2004 in po Uredbi Komisije (ES) št. 802/2004, Ur. l. C 267/2008, str. 1-27.

³¹ Skladno s točko 30 uvodnega dela Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij, Ur. l. C 24/2004.

³² Dokument opr. št. 3061-3/2015-81.

³³ Dokument opr. št. 3061-3/2015-83.

³⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-111.

Agencija je podjetjem, ki niso posredovala nezaupne različice odgovora, posredovala poziv, da le-to predložijo.

15. Dne 13. 8. 2015 in 19. 8. 2015 je bil priglasiatelju koncentracije omogočen vpogled v spis zadeve³⁵ na podlagi zahteve za pregled spisa zadeve. Priglasiatelj je določene dokumente kopiral³⁶. Dne 18. 8. 2015 je Agencija za stroške fotokopiranja priglasiatelju izdala plačilni nalog³⁷.
16. Dne 20. 8. 2015 je bil senat Agencije seznanjen s predlaganim korektivnim ukrepom ter do dne 20. 8. 2015 prejetimi mnenji, predlogi in komentarji podjetij glede le-tega³⁸.

II. PODREJENOST ZPOmK-1

II.1 Koncentracija

17. ZPOmK-1 v prvem odstavku 10. člena določa, da gre za koncentracijo podjetij pri trajnejših spremembah kontrole nad podjetjem, in sicer: (i) pri združitvi dveh ali več predhodno neodvisnih podjetij ali delov podjetij; (ii) kadar ena ali več fizičnih oseb, ki že obvladuje najmanj eno podjetje, ali kadar eno ali več podjetij z nakupom vrednostnih papirjev ali premoženja, s pogodbo ali kako drugače pridobi neposredno ali posredno kontrolo nad celoto ali deli enega ali več podjetij; ali (iii) kadar dve ali več neodvisnih podjetij ustanovi skupno podjetje, ki opravlja vse funkcije samostojnega podjetja z daljšim trajanjem.
18. Drugi odstavek 10. člena ZPOmK-1 določa, da kontrolo nad podjetjem ali njegovim delom pomenijo pravice, pogodbe ali druga sredstva, ki ločeno ali skupaj in ob upoštevanju okoliščin ali predpisov omogočajo izvajanje odločilnega vpliva nad tem podjetjem ali delom podjetja, in sicer zlasti: (i) lastništvo ali pravice do uporabe celotnega ali dela premoženja podjetja; (ii) pravice ali pogodbe, ki zagotavljajo odločilen vpliv na sestavo, glasovanje ali sklepe organov podjetja.
19. Iz Prečiščenega obvestila Komisije o pravni pristojnosti v okviru Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 o nadzoru koncentracij podjetij³⁹ (v nadaljevanju: Obvestilo Komisije) izhaja, da izključna kontrola obstaja, če lahko samo eno podjetje izvaja odločilni vpliv nad drugim podjetjem. Odločitve, bistvene za strateško gospodarsko ravnanje podjetja, vključujejo odločitve o vprašanih, kot so finančni načrt, poslovni načrt, glavne investicije ali imenovanje višjega vodstva in presegajo odločitve, ki so običajne za zaščito pravic manjšinskih delničarjev (npr. odločitve o bistvu skupnega podjetja, kot so na primer spremembe statuta, povečanje ali zmanjšanje kapitala ali likvidacija).
20. V obravnavanem primeru je koncentracija podjetij po drugi alineji prvega odstavka 10. člena ZPOmK-1 nastala dne 27. 2. 2015, ko je bila sklenjena Pogodba, na podlagi katere bo podjetje Telekom Slovenija pridobilo vse delnice podjetja Debitel in s katero so določeni pogoji, način in postopek pridobitve kontrole nad podjetjem Debitel.

³⁵ Uradni zaznamek opr. št. 3061-3/2015-96 (vpogled je bil omogočen le v nezaupna dele dokumentov) ter uradni zaznamek in potrdilo o prevzemu opr. št. 3061-3/2015-107.

³⁶ Uradni zaznamek opr. št. 3061-3/2015-97) ter uradni zaznamek in potrdilo o prevzemu opr. št. 3061-3/2015-107.

³⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-102.

³⁸ Zapisnik o posvetovanju in glasovanju opr. št. 3061-3/2015-110.

³⁹ UL C 95, 16.4.2008, odst. 54.

izvršeni koncentraciji bo podjetje Telekom Slovenije pridobilo vse delnice podjetja Debitel in s tem izključno kontrolo nad tem podjetjem. Takšna pridobitev kontrole nad podjetjem predstavlja koncentracijo, ki jo je v smislu določbe 10. člena ZPOmK-1 treba v primeru doseganja pragov letnega prometa iz 42. člena ZPOmK-1 obvezno priglasiti Agenciji.

II.2 Preseganje pragov po prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1

21. ZPOmK-1 v prvem odstavku 42. člena določa, v katerih primerih morajo udeleženci koncentracije le-to priglasiti Agenciji. Priglasitev je potrebna, če je skupni letni promet v transakciji udeleženih podjetij skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije presegele 35 mio EUR in če je letni promet prevzetega podjetja skupaj s podjetji v skupini presegele 1 mio EUR.
22. Letni promet družbe Telekom Slovenije v Republiki Sloveniji za leto 2014 znaša [redacted] konsolidirani letni promet skupine Telekom Slovenije za leto 2014 pa 756.454.000,00 EUR. Letni prihodki družbe Debitel v Republiki Sloveniji za leto 2014 znašajo 15.217.953,00 EUR. V primeru presoje pridobitve izključne kontrole podjetja Telekom Slovenije nad podjetjem Debitel je presežen prag 35 milijonov EUR letnega prometa, določen v prvi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1 ter hkrati prag 1 mio EUR letnega prometa prevzetega podjetja skupaj z drugimi podjetji v skupini v predhodnem poslovnem letu na trgu Republike Slovenije, določen v drugi alineji prvega odstavka 42. člena ZPOmK-1.
23. Podrejenost koncentracije določbam ZPOmK-1 in s tem obveznost priglasitve Agenciji nastane, ko sta kumulativno izpolnjena oba pogoja – pravni in ekonomski. V primeru koncentracije podjetij Telekom Slovenije in Debitel sta izpolnjena oba pogoja, zaradi česar je zadevna koncentracija podjetij podrejena določbam ZPOmK-1.

II.3 Pristojnost Agencije

24. Na podlagi tretjega odstavka 21. člena Uredbe Sveta (ES) št. 139/2004 z dne 20. januarja 2004 o nadzoru koncentracij podjetij⁴⁰ (v nadaljevanju: Uredba ES o združitvah) nobena država članica ne sme uporabiti svojega nacionalnega prava o konkurenci za katero koli koncentracijo z razsežnostmi EU. Dolžnost Agencije⁴¹ je torej, da za vsako koncentracijo preveri, ali le-ta nima razsežnosti EU.⁴²
25. Na podlagi drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah ima koncentracija podjetij razsežnost EU, kadar: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 5000 mio EUR skupnega prometa, in (b) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 250 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici. Koncentracija, ki ne doseže pragov iz drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah, ima na podlagi tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah razsežnost EU, če: (a) vsa udeležena podjetja na svetovnem trgu skupno ustvarijo več kakor 2500 mio EUR skupnega prometa, (b) vsa udeležena podjetja v vsaki od vsaj treh držav članic skupno ustvarijo več kakor 100 mio EUR skupnega prometa, (c) vsako od vsaj dveh udeleženih podjetij v vsaki od vsaj treh držav članic za namen odstavka (b) ustvari več kakor 25 mio EUR skupnega prometa in (d) skupni promet na trgu EU vsakega od vsaj dveh udeleženih podjetij presega 100 mio EUR, razen če vsako od udeleženih podjetij ustvari več kakor dve tretjini svojega skupnega prometa na trgu EU v eni in isti državi članici.

⁴⁰ UL L 24, 29.1.2004, str. 1–22.

⁴¹ Dolžnost izhaja tako iz 10. člena načelom lojalnosti iz tretjega odstavka 4. člena Pogodbe o EU (UL C 326, 26.10.2012), kot tudi iz 21. člena Uredbe ES o združitvah.

⁴² Glej sodbo Sodišča EU z dne 14. julija 2006 v zadevi Endesa SA proti Komisiji, T-417/05, Zdl. 2006 str. II-2533, točki 99 in 100.

26. Agencija na podlagi podatkov priglasitelja ter drugih razpoložljivih podatkov ugotavlja, da zadevna koncentracija ne izpolnjuje meril za koncentracijo z razsežnostjo EU, ker je skupni promet vseh udeleženi podjetij na svetovnem trgu v letu 2014 znašal 771,67⁴³ mio EUR. Tako ni presežen prag iz točke (a) drugega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet na svetovnem trgu ne presega 5000 mio EUR), kot tudi ne iz točke (a) tretjega odstavka 1. člena Uredbe ES o združitvah (skupni promet na svetovnem trgu ne presega 2500 mio EUR). Glede na to, da morajo biti pogoji izpolnjeni kumulativno, iz obrazloženega sledi, da zadevna koncentracija nima razsežnosti EU niti po drugem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah niti po tretjem odstavku 1. člena Uredbe ES o združitvah, zato je izključna pristojnost za izvedbo presoje skladnosti zadevne koncentracije s pravili konkurence, na podlagi nacionalnega prava o konkurenci, na Agenciji.

III. SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE

III.1 Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg in upoštevni geografski trg

27. Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg je v skladu s 7. točko 3. člena ZPOMK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje vse tiste proizvode ali storitve, ki jih potrošnik ali uporabnik šteje za zamenljive ali nadomestljive glede na njihove lastnosti, ceno ali namen uporabe. Upoštevni proizvodni trg se lahko določi na podlagi zamenljivosti povpraševanja, zamenljivosti ponudbe, potencialne konkurence ter morebitnih ovir za vstop na trg.
28. Upoštevni geografski trg je v skladu z 8. točko 3. člena ZPOMK-1 definiran kot trg, ki praviloma vključuje območje, na katerem si konkurenti na upoštevni proizvodni oziroma storitveni trgu medsebojno konkurirajo pri prodaji ali nakupu proizvodov ali storitev, na katerem so pogoji konkurence dovolj homogeni in ki ga je mogoče razlikovati od sosednjih območij, ker so pogoji konkurence na njih občutno drugačni. Dejavniki, ki so ključni pri presoji upoštevnege geografskega trga, so različne pravne zahteve, standardi, davčna bremena, transportni stroški, cenovne razlike med različnimi deli trga, tržne navade ipd.
29. Priglasitelj je navedel, da se priglášena koncentracija nanaša na naslednja trga: a) trg mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike (maloprodajne mobilne telekomunikacijske storitve) in b) medoperaterski trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij. Navaja, da transakcija vodi do zanemarljivih vertikalnih povezav tehnične narave, in sicer na potencialno upoštevni trgih: c) veleprodajne storitve mednarodnega gostovanja in c) veleprodajne storitve zaključevanja klicev.
30. Iz podatkov priglasitelja izhaja, da obe v koncentraciji udeleženi podjetji zagotavljata mobilne telekomunikacijske storitve za končne uporabnike v Republiki Sloveniji, pri tem pa je podjetje Telekom Slovenije omrežni operater mobilne telefonije, podjetje Debitel pa storitve opravlja kot t.i. operater ponudnik storitev / preprodajalec – SP, ki lastnega omrežja nima in storitve opravlja na podlagi pogodbe o najemu omrežja s podjetjem Telekom Slovenije, iz česar izhaja, da sta trga, na katerih delujeta podjetji Telekom Slovenije in Debitel, horizontalni in vertikalno povezana. Podjetje Debitel je prisotno le na trgu maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike, medtem ko podjetje Telekom Slovenije opravlja dejavnosti na več trgih, povezanih s telekomunikacijami. Agencija bo preučila vertikalne povezave med veleprodajnim trgom dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij ter trgom maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike. Prav tako pa bo Agencija preučila vertikalne povezave med trgom maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne

⁴³ Priglasitelj navaja, da so letni prihodki podjetja Debitel v letu 2014 znašali 15.217.953 EUR, konsolidirani letni promet skupine Telekom Slovenije je v letu 2014 znašal 756.454.000 EUR (skupaj 771.671.953 EUR).

uporabnike ter naslednjima trgoma: trgom veleprodajnih storitev mednarodnega gostovanja in trgom veleprodajnih storitev zaključevanja klicev.

III.1.1 Trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike

31. Priglasitelj navaja, da ponudbo storitev mobilne telefonije za končne uporabnike predstavljajo storitve nacionalne in mednarodne govorne telefonije (predplačniške in naročniške)⁴⁴, SMS sporočila (vključno z MMS in drugimi sporočili) in mobilne podatkovne storitve preko mobilnega omrežja (na primer dostop do elektronske pošte, storitve dostopa do interneta), in sicer tako za privatne kot za poslovne uporabnike. Storitve se zagotavljajo preko omrežij 2G/GSM, 3G/UMTS, 4G/LTE, pri čemer (zgodovinsko) velja, da ima 2G omrežje boljšo pokritost, medtem ko je omrežje 3G bolj prilagojeno za obsežnejši prenos podatkov in višje hitrosti prenosa. Omrežje 4G/LTE je bilo predstavljeno šele pred kratkim in predstavlja mobilno tehnologijo, ki poveča hitrost in sposobnost omrežja ter je prilagojeno za boljšo kvaliteto govora in višje hitrosti prenosa podatkov iz brezžičnih naprav (npr. za simultani prenos videa (t.i. streaming), internetne TV ali uporabo širokopasovnega interneta).
32. V preteklih odločitvah je Evropska komisija navajala, da mora biti upošteveni trg opredeljen kot enoten trg za mobilne telekomunikacijske storitve za končne uporabnike, ki vključuje vse vrste uporabnikov (fizične osebe ali poslovni uporabniki), vse vrste storitev (predplačniško ali naročniško razmerje) in vse vrste tehnologij (2G/GSM in 3G/UMTS)⁴⁵. Evropska komisija ravno tako ni razlikovala med mobilnim širokopasovnim dostopom do interneta, glasovnimi in podatkovnimi storitvami.⁴⁶
33. Ponudba storitev, namenjenih končnim uporabnikom mobilne telefonije, je zelo raznolika in vključuje govorne storitve, podatkovne storitve ter sporočilne storitve (SMS in MMS storitve). Uporabniki uporabljajo mobilne telefone za telefoniranje, fotografiranje, predvajanje glasbe, pošiljanje in sprejemanje podatkov in elektronske pošte, brskanje po spletu (npr. novice, mobilno nakupovanje, rezervacije, kino sporedi itd.), za uporabo različnih aplikacij ipd.⁴⁷ Končni uporabniki uporabljajo mobilne storitve na tradicionalnih mobilnih telefonih, pametnih telefonih, tablicah in prenosnikih.
34. Končni uporabnik lahko dostopa do mobilnega omrežja in opravlja govorne storitve na podlagi SIM kartice, ki jo prejme pri izbranem operaterju, ko postane njegov naročniški ali predplačniški uporabnik. Operaterji v Sloveniji storitev dostopa in storitev posredovanja klicev ne ponujajo ločeno, kar pomeni, da uporabnik z izbiro uporabniškega paketa dobi možnost dostopa in opravljanja vseh vrst klicev. Z vidika končnega uporabnika kot povpraševalca tvorita dostop in posredovanje klicev celovito storitev in s tem sodita na isti trg. Končni uporabnik dostop do omrežja plača na dva načina. Prvi način pomeni izbiro naročniškega paketa, ki v osnovi lahko vključuje tudi določen nabor in/ali količino zakupljenih storitev, kjer je storitev dostopa do omrežja v določenem fiksnem znesku že zaračunana v naročnini. Drugi način pa pomenijo predplačniški paketi, kjer operaterji končnim uporabnikom običajno ne zaračunavajo fiksnih cen za dostop do omrežja, ampak je cena dostopa vključena v ceno minute odhodnega klica, kar se odraža praviloma v višjih cenah predplačniških storitev na enoto v primerjavi z naročniškimi storitvami. V Sloveniji (enako znotraj Evropske unije in v večjem delu sveta) je uveljavljen CPP (Calling Party Pays) način zaračunavanja, kar pomeni, da znotraj domačega nacionalnega omrežja klic

⁴⁴ Termin »mednarodni klic« je uporabljen za klice, ki so opravljeni s strani domačega uporabnika, ko je v svoji lastni državi, vendar se končajo na destinacijah v tujini, npr. klici, ki so začeti s strani domačega uporabnika, ko je v svoji domači državi, pri čemer je klicna številka tuja.

⁴⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-1, priglasitev, stran 25. Skladno z odločbo Evropske komisije št. COMP/M.6584 Vodafone / Cable & Wireless z dne 3. 7. 2012, točka 36.

⁴⁶ Zadeva št. M.6497 – H3G Austria / Orange Austria z dne 12. 12. 2012, odst. 52.

⁴⁷ AKOS; Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 17.

plača klicoči uporabnik⁴⁸, kar pomeni, da so za končne uporabnike prejeti klici v domačem omrežju brezplačni.⁴⁹

35. Agencija ugotavlja, da upoštevni trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike predstavljajo vse storitve, ki jih mobilni operaterji ponudijo v paketu (govorne storitve, SMS sporočila, podatkovne storitve,...), potrošnik pa jih lahko uporablja na svoji mobilni napravi. Navedena definicija upoštevne trga je skladna z navedbami priglasiatelja kot tudi s prakso Evropske komisije. Z vidika ponudbe mobilnih operaterjev gre za storitve, ki jih ponujajo skupaj in predstavljajo celoto, z vidika končnih uporabnikov storitev pa gre za storitve, ki jim omogočajo različne oblike komuniciranja preko mobilnih naprav. Podatkovni prenos in govorne ter SMS storitve niso medsebojno zamenljive storitve, vendar jih mobilni operaterji, ki ponujajo telekomunikacijske storitve končnim uporabnikom, ponujajo skupaj, prav tako se podatkovne storitve ponujajo na enak način kot govorne in SMS storitve (SIM kartice, ki omogočajo uporabo tako govornih in podatkovnih storitev) in za to mobilni operaterji ne potrebujejo posebne infrastrukture in tehnologije. SIM kartice lahko končni uporabniki uporabljajo za govorne, SMS in podatkovne storitve v mobilnih telefonih in v drugih mobilnih napravah. Zato Agencija na isti upoštevni trg uvršča tako govorne kot SMS in podatkovne storitve, ki jih lahko končni uporabniki na podlagi SIM kartic ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev uporabljajo na svojih mobilnih napravah⁵⁰.
36. Agencija je ugotavljala, ali je smiselno trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike deliti na ožje podtrge. Pri tem je najprej ugotavljala, ali govorne, SMS, MMS in podatkovne storitve, ki jih končni uporabniki uporabljajo preko mobilnih telefonov, predstavljajo ločen upoštevni trg od trga uporabe mobilnega širokopasovnega interneta, ki ga končni uporabniki uporabljajo na drugih napravah. Med končnimi uporabniki mobilne širokopasovne storitve postajajo čedalje bolj priljubljene in njihova uporaba strmo raste⁵¹. Mobilne širokopasovne storitve je mogoče z vidika končnih uporabnikov kupovati tudi povsem ločeno od storitev dostopa do mobilnega omrežja za namen klicev, SMS sporočil, vendar pa so v primerjavi s tradicionalnimi govornimi in sporočilnimi storitvami čedalje bolj pomembne med mobilnimi storitvami. Uporaba mobilnega interneta se povečuje. Vse več uporabnikov mobilne telefonije se odloča za naročniško razmerje, kjer lahko pri večini mobilnih operaterjev uporabljajo paketne storitve, pri katerih so količine prenesenih podatkov, ki jih uporablja povprečni uporabnik, praviloma zajete v paketu, predplačniki pa morajo vsaj podatkovne storitve plačati posebej.⁵² Na maloprodajnem trgu so mobilni operaterji in ponudniki mobilnih govornih, SMS ter MMS storitev obenem tudi ponudniki mobilnega širokopasovnega interneta,⁵³ kar pomeni, da mobilni brezžični širokopasovni dostop ponujajo ista podjetja kot ostale mobilne telekomunikacijske storitve (govorne, SMS in MMS). Tudi iz ponudb operaterjev je razvidno, da postaja ponudba podatkovnih storitev čedalje bolj pomembna.⁵⁴ Tehnično gledano se tako govorne storitve kot storitve mobilnega interneta ponujajo preko SIM kartic⁵⁵, ki

⁴⁸ Klicoči končni uporabnik v maloprodajni ceni odhodnega klica praviloma pokriva tudi veleprodajni strošek zaključevanja klicev, ki si ga operaterji na medoperaterski (veleprodajni) ravni med sabo zaračunavajo.

⁴⁹ AKOS: Analiza upoštevne trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 20 in 21.

⁵⁰ Enako v odločbah Evropske komisije št. COMP/M.7018 Telefonica Deutschland / E-plus, odst. 51 do 55, in COMP/M.6497 Hutchison 3G Austria / Orange Austria.

⁵¹ Razvidno iz analiz trga, ki jih je opravil AKOS, npr. AKOS: Analiza upoštevne trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 28.

⁵² Ugotovitev AKOS-a v letnem poročilu za leto 2014, str. 27.

⁵³ Razvidno iz APEK: Analiza upoštevne trga 5 »Širokopasovni dostop (medoperaterski trg)« s predlaganimi obveznostmi, št. 38241-6/2010/22, november 2010, str. 12, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 38.

⁵⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-57. V ponudbi operaterja Si.mobil za pakete Ultimatevni je npr. navedeno: »Prav vsi paketi poleg neskončnih klicev in sporočil prinašajo ogromne količine interneta v Si.mobilovem hitrem 4G/LTE omrežju.« Debitel pa v ponudbi paketov EnotniD 2000 in D2000, ki oba vključujeta tako govorne storitve, sporočila SMS in MMS ter prenos podatkov, navaja: »Odlična pokritost nacionalnega operaterja in najhitrejši mobilni internet LTE/4G.«

⁵⁵ Za dostop do mobilnega interneta se lahko uporablja tudi USB modem – naprava, ki je podobna USB ključku, v katero se vstavi SIM kartica. Priloga dokumenta opr. št. 3061-3/2015-57, navedeno v ponudbah mobilnega interneta operaterjev Si.mobil in Telekom Slovenije.

omogočajo uporabo tako govornih kot podatkovnih storitev, mobilni operaterji za ponujanje podatkovnih storitev oziroma mobilnega širokopasovnega interneta ne uporabljajo drugačne tehnologije kot za ponujanje govornih in SMS storitev, torej gre z vidika ponudbe za istovrstno storitev. Agencija je na isti upoštevni trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike uvrstila vse storitve, ki jih ponujajo mobilni operaterji in jih končni uporabniki na podlagi SIM kartic uporabljajo na svojih mobilnih napravah (govorne, SMS, podatkovne in druge storitve), ne glede na to, ali jih uporabljajo na mobilnih telefonih ali na drugih napravah.

37. Na predmetni upoštevni trg torej sodijo storitve, ki jih končnim uporabnikom zagotavljajo mobilni operaterji in jih končni uporabniki uporabljajo na svojih mobilnih napravah na podlagi SIM kartic, ne sodijo pa na isti upoštevni trg storitve, ki jih končni uporabniki uporabljajo preko fiksnega dostopa na mobilnih in drugih napravah (npr. klici v fiksnih omrežjih ter druge oblike govornih, podatkovnih in drugih storitev, ki jih končni uporabniki koristijo preko fiksnega dostopa). Tako je npr. iz ugotovitev AKOS-a razvidno, da je razvoj in razširjenost podatkovnih storitev ter mobilnih terminalov v zadnjem času končnim uporabnikom omogočila tudi možnost uporabe programskih aplikacij oziroma storitev na mobilnih terminalih za govorno komuniciranje preko uporabe podatkovnih storitev. Praviloma gre za uporabo aplikacij, ki podatkovno povezavo uporabnikov (bodisi dostop do podatkovnih storitev mobilnega operaterja bodisi brezžični fiksni dostop Wi-Fi) izkoriščajo za omogočanje neupravljanega govornega prometa preko internetnega protokola. Najbolj razširjene in znane tovrstne aplikacije, ki jih je mogoče uporabljati na sodobnih mobilnih terminalih so: Skype, Viber, Google Hangouts in podobni.⁵⁶ Uporabniki torej navedene aplikacije oziroma storitve lahko koristijo na podlagi dostopa z uporabo SIM kartice mobilnega operaterja in na podlagi fiksnega dostopa (npr. Wi-Fi). Omrežja na fiksni lokaciji omogočajo uporabniku dostop in možnost klicanja na zelo omejenem prostoru, obstajajo pa tudi velike razlike med dostopom do fiksnega in mobilnega omrežja. Tehnologije mobilnega širokopasovnega dostopa so v osnovi namenjene uporabi z mobilnimi napravami in v manjši meri uporabi z osebnim računalnikom, ki praviloma niso opremljeni z ustrezno omrežno SIM kartico. Poleg tega se pri uporabi širokopasovnega dostopa preko mobilnih tehnologij praviloma obračunava količina prenesenih podatkov, kar je razvidno tudi iz aktualnih ponudb ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev,⁵⁷ medtem ko je pri drugih oblikah širokopasovnega dostopa (npr. xDSL dostop prek bakrenega dostopnega omrežja ali preko kableskega koaksialnega omrežja) cena dostopanja praviloma neodvisna od trajanja dostopanja⁵⁸. Zato Agencija storitev fiksne telefonije in fiksnega dostopa do interneta ne uvršča na upoštevni trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike, tega pa v priglasitvi tudi ni navajalo podjetje Telekom Slovenije.

38. Agencija je ugotavljala tudi, ali je treba upoštevni trg deliti na naročniške in predplačniške uporabnike. Končni uporabniki dostop do omrežja namreč plačajo na dva načina. Pri izbiri naročniškega paketa, kjer je lahko v naročnino vključen tudi določen nabor in/ali količina zakupljenih storitev, je storitev dostopa v določenem fiksnem znesku že zaračunana v naročnino oziroma delu zakupnine, v določenem delu pa je lahko vključena v ceno uporabe posamezne storitve (npr. ceno minute odhodnega klica). V primeru predplačniških paketov operaterji končnim uporabnikom običajno ne zaračunavajo fiksnih cen za dostop do omrežja (v obliki fiksnega zneska naročnine), ampak je ves znesek dostopa vključen v ceno minute odhodnega klica, kar se praviloma odraža v višjih cenah predplačniških storitev na enoto v

⁵⁶ AKOS: Analiza upoštevnega trga 7 »Zaključevanje govornih klicev v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg)« s predlaganimi obveznostmi (v nadaljevanju: Analiza upoštevnega trga 7), stran 26, dostopno na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odlocbe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

⁵⁷ Dokument 3061-3/2015-57. Tako ima npr. Telekom Slovenije v paketih Mobilni Neomejeni v ceni mesečne naročnine zajeto neomejeno število minut govornih storitev v vsa slovenska omrežja in sporočila SMS in MMS, medtem ko je prenos podatkov omejen na 1GB ali 3GB oziroma se plača po ceniku (razen v paketu NeomejeniD, kjer je tudi neomejena količina prenosa podatkov zajeta v mesečno naročnino). Konkurent Sl.mobil ima v Ultimativnih paketih v ceni mesečne naročnine zajeto neomejeno število minut govornih storitev v vsa slovenska omrežja in sporočila SMS in MMS, medtem ko je prenos podatkov omejen na 1GB, 3 GB, 6 GB ali 15 GB.

⁵⁸ Razvidno iz APEK: Analiza upoštevnega trga 5 »Širokopasovni dostop (medoperaterski trg)« s predlaganimi obveznostmi, št. 38241-6/2010/22, november 2010, str. 120.

primerjavi z naročniškimi storitvami.⁵⁹ Agencija je ugotovila, da ločevanje predplačniških in naročniških storitev ni smiselno, saj je z vidika končnih uporabnikov zamenjava med posameznima oblikama maloprodajnih paketov enostavna in predstavlja le dve različni pogodbeni obliki uporabe podobnih ali enakih storitev. Gre le za drugačen način plačevanja enakih storitev, z vidika uporabnikov so naročniške in predplačniške storitve podobne in zamenljive, zato sodijo na isti upoštevni trg. Na ponudbeni strani mobilni operaterji naročniške in predplačniške storitve ponujajo na enak način, z uporabo iste tehnologije, na veleprodajnem trgu (npr. veleprodajnem trgu zaključevanja klicev) jih ne kupujejo ločeno za naročniške in predplačniške uporabnike.

39. Agencija je ugotavljala tudi, ali je potrebno upoštevni storitveni trg deliti na poslovne in zasebne uporabnike. Osnovna razlika med poslovnimi in zasebnimi uporabniki je v tem, da poslovni uporabniki običajno veliko več uporabljajo storitve mobilne telefonije kot zasebni uporabniki. Nabor storitev ter bistveni pogoji zagotavljanja storitev so z vidika ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev za obe kategoriji enaki, zato so storitve za poslovne in zasebne uporabnike vidika ponudbe popolnoma zamenljive. Tudi z vidika ponudbe poslovni in zasebni uporabniki lahko prosto izbirajo med paketi, ki ustrezajo njihovim potrebam. Na podlagi navedenega Agencija ugotavlja, da poslovni in zasebni uporabniki mobilnih telekomunikacijskih storitev ne predstavljajo ločenega upoštevnega trga.
40. Mobilni operaterji lahko storitve ponujajo na različnih generacijah mobilnih omrežij (GSM ali 2G, 2,5G, UMTS ali 3G, LTE ali 4G). Določene vrste omrežij ponujajo kakovostnejše in hitrejše storitve. Do konca leta 2003 končni uporabniki mobilnih storitev v Sloveniji niso mogli dostopati do omrežij tretje generacije (UMTS ali 3G), ker je Telekom Slovenije (tedaj kot Mobitel d.d.) takrat šele komercialno vzpostavil delovanje lastnega UMTS omrežja. Trenutno v Sloveniji vsi štirje infrastrukturni operaterji (Telekom Slovenije, Si.mobil d.d. (v nadaljevanju: Si.mobil), T-2 d.o.o. (v nadaljevanju: T-2) in Tušmobil d.o.o. (v nadaljevanju: Tušmobil) ponujajo dostop do omrežja UMTS oziroma 3G. Tehnologija LTE se je v Sloveniji pojavila sredi leta 2012, ko jo je pričelo ponujati podjetje Si.mobil. Poleg podjetja Si.mobil jo trenutno ponuja še podjetje Telekom Slovenije.⁶⁰ Tehnologija LTE omogoča hitrejše in obsežnejše transferje podatkov preko omrežij mobilne telefonije in se trenutno uporablja le za širokopasovni podatkovni prenos.
41. Z vidika uporabnikov ni razlike pri dožemanju dostopa in posredovanja klicev glede na tehnologijo, pomembno je dejstvo, da mu lahko mobilni operater zagotavlja dostop na čim večjem geografskem območju, neodvisno od tehnologije, na kateri takšno javno mobilno telefonsko omrežje temelji. Končni uporabniki na podlagi SIM kartice dostopajo tako do GSM kot do UMTS omrežja operaterja ter uporabljajo telekomunikacijske storitve. Pri tem končni uporabniki prehajajo med omrežjema GSM (2G) in UMTS (3G), ne da bi ta prehod sploh opazili, saj jim je pomembno, da imajo dostop do omrežja in da lahko uporabljajo storitve. Z vidika uporabnikov se ne dogaja, da bi kupovali dostop do enega ali drugega omrežja ločeno (npr. posebej za 2G in posebej za 3G omrežje). Prav tako je tudi ponudnikom mobilnih telekomunikacijskih storitev, ki kupujejo dostop do omrežja (npr. podjetju Debitel), pomembno, da jim je na podlagi dostopa do mobilnega omrežja omogočeno ponujanje storitev na maloprodajnem trgu neodvisno od tehnologije, na kateri temelji javno mobilno telefonsko omrežje. Na podlagi tega Agencija ugotavlja, da različne tehnologije, na katerih temeljijo javna mobilna telefonska omrežja, ne predstavljajo ločenih upoštevnehi trgov.
42. Priglasitelj navaja, da je skladno s prakso Evropske komisije potrebno trg maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike opredeliti kot nacionalen trg⁶¹. Agencija

⁵⁹ AKOS: Analiza upoštevnehi trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urađa Republike Slovenije za varstvo konkurence, Junij 2012, str. 20 in 21.

⁶⁰ Analiza upoštevnehi trga 7, stran 32, dostopno na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odločbe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

⁶¹ Odločbe Evropske komisije št. COMP/M.4748 T-Mobile / Orange Netherlands, COMP/M.3916 T-Mobile Austria / Tele.ring.

soglašja z navedbo priglasiatelja in ugotavlja, da trg maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike obsega območje Republike Slovenije.

43. Na področju elektronskih komunikacij se geografski obseg ustreznega trga skladno z uveljavljeno prakso določa na podlagi dveh meril⁶²: a) območje, ki ga pokriva omrežje in b) obstoj pravnih in drugih normativnih instrumentov. Odločbe o dodelitvi radijskih frekvenc so mobilnim operaterjem v Sloveniji izdane za geografsko območje Republike Slovenije in jim omogočajo delovanje na celotnem geografskem območju znotraj meja države. Omrežni operaterji na navedenem maloprodajnem trgu (kot tudi ne na veleprodajnih trgih) znotraj območja Republike Slovenije ne postavljajo različnih pogojev ali cen niti praviloma ne omejujejo svojega delovanja zgolj na posamezna geografska območja v Republiki Sloveniji. Zato ni razlogov, da bi geografsko območje upoštevne trga ožili na regionalne ali lokalne trge ali širili preko nacionalnega obsega.

III.1.2 Veleprodajni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij

44. Priglasitelj navaja, da je medoperaterski trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij veleprodajni trg, preko katerega je operaterjem brez lastnega omrežja omogočeno, da končnim uporabnikom ponujajo mobilne telekomunikacijske storitve in s tem vstopijo na maloprodajni trg. Navaja, da je Evropska komisija medoperaterski trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij opredelila v več nedavnih primerih obravnavanja koncentracij⁶³ in da je enaki delitvi sledila Agencija⁶⁴. Navaja, da je bil navedeni trg v Republiki Sloveniji do leta 2012 reguliran, vendar je AKOS trg dereguliral⁶⁵.
45. Na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij omrežni operaterji mobilne telefonije - MNO⁶⁶ prodajajo dostop do svojih mobilnih omrežij in sposobnost za izvajanje klicev iz omrežij⁶⁷. Omrežni operaterji mobilne telefonije so operaterji z dovoljenjem za uporabo radijskih frekvenc za storitve mobilne telefonije z lastnim radijskim in jedrnim omrežjem. Obenem so ponudniki storitev mobilne telefonije⁶⁸ in predstavljajo ponudbeno stran navedenega trga. Kupci navedenih storitev so operaterji, ki sami nimajo lastnega mobilnega omrežja in na medoperaterskem trgu kupujejo storitev dostopa do mobilnega omrežja.
46. Navedena definicija trga je v skladu s preteklo prakso Evropske komisije⁶⁹ in priporočili Komisije o definiranju upoštevni trgov s področja elektronskih komunikacij.⁷⁰
47. Skladno s prakso Evropske komisije⁷¹ in Agencije⁷² priglasitelj predlaga, da se medoperaterski trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij za potrebe predmetne koncentracije definira kot nacionalni trg.

⁶² Smernice Komisije o analizi trga in oceni pomembne tržne moči v skladu z ureditvenim okvirom Skupnosti za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (2002/C 165/03).

⁶³ Odločbe Evropske komisije št. COMP/M.5650 T-Mobile / Orange, odst. 28, COMP/M.6497 Hutchison 3G Austria/Orange Austria, odst. 59, COMP/M.6992 Hutchison 3K UK/Telefonica Ireland, odst.155.

⁶⁴ Odločba Agencije opr. št. 3061-20/2014-16 Telemach /Tušmobil.

⁶⁵ Odločba AKOS-a opr. št. 38244-1/2012/3 z dne 17. 9. 2012.

⁶⁶ Omrežni operater mobilne telefonije/infrastrukturni operater oz. angl. »mobile network operator« ali t.i. MNO

⁶⁷ Angl. »call origination«.

⁶⁸ Analiza upoštevne trga 7, stran 4 in 5, dostopna na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odloambe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

⁶⁹ Zadeva št. M.7109 Deutsche Telekom / GTS z dne 14. 4. 2014, odst. 110, zadeva št. M.6992 HUTCHISON 3G UK / TELEFONICA IRELAND z dne 28. 5. 2014, odst. 155; zadeva št. M.6497 – H3G Austria / Orange Austria z dne 12. 12. 2012, odst. 63; zadeva št. M.4947 – Vodafone / Tele2 Italy / Tele2 Spain z dne 27. 11. 2007, odst. 15; zadeva št. M.4748 – T-Mobile / Orange Netherlands z dne 20. 8. 2007, odst. 17.

⁷⁰ Priporočilo o upoštevni trgih produktov in storitev in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodnega urejanja v skladu z Direktivo 2002/21/ES Evropskega parlamenta in Sveta o skupnem ureditvenem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve.

⁷¹ Razvidno npr. Iz odločbe št. M.7109 Deutsche Telekom / GTS z dne 14. 4. 2014, odst. 114.

⁷² Odločba Agencije opr. št. 3061-20/2014-16 Telemach / Tušmobil, odst. 58.

48. Mobilna omrežja, do katerih omrežni operaterji mobilne telefonije zagotavljajo dostop in sposobnost za izvajanje klicev iz omrežij operaterjem, ki na trgu povprašujejo po dostopu do mobilnih omrežij, pokrivajo le območje Republike Slovenije, ker AKOS podeljuje licence le za teritorij Republike Slovenije. Skladno s tem Agencija ugotavlja, da upoštevni geografski veleprodajnega trga dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij obsega območje Republike Slovenije.

III.1.3 Veleprodajni trg storitev mednarodnega gostovanja

49. Priglasitelj navaja, da je mednarodno gostovanje storitev, ki uporabnikom mobilnih storitev omogoča, da svoje mobilne naprave in kartice SIM tudi v tujini lahko uporabljajo za dohodne ter odhodne klice, pošiljanje in sprejemanje sporočil in podatkovni prenos. Navedena storitev je del maloprodajne ponudbe za končne uporabnike in je vključena v maloprodajni trg zagotavljanja storitev mobilne telefonije. Z namenom zagotavljanja te storitve svojim uporabnikom, operaterji mobilnih omrežij drug z drugim sklepajo veleprodajne dogovore, s katerimi si zagotavljajo dostop in kapacitete na omrežjih v tujih državah⁷³. Gostovanje obsega tako zaključevanje kot vzpostavljanje klicev (»originating calls«). Za vzpostavljanje odhodnih klicev med gostovanjem se uporabi tuje oziroma gostujoče mobilno omrežje in veleprodajna marža za gostovanje (»wholesale roaming charge«), ki je plačana s strani domačega gostujočemu omrežju⁷⁴.
50. Povpraševanje po veleprodajnih storitvah mednarodnega gostovanja pride s strani tujega mobilnega operaterja, ki želi svojim strankam ponuditi mobilne storitve izven svojega lastnega omrežja in posledično s strani uporabnikov, ki želijo uporabljati svoje mobilne telefone izven lastne države.⁷⁵ Veleprodajne storitve mednarodnega gostovanja (»wholesale market for international roaming«) so v notranjem EU trgu predmet regulacije Evropske komisije na podlagi Uredbe o gostovanju⁷⁶, ki med drugim določa maloprodajne in veleprodajne cene gostovanja ter ostale pogoje v zvezi z mednarodnim gostovanjem v notranjem EU trgu.
51. Agencija sledi predlogi priglasitelja, ki je skladno s prakso Evropske komisije, da se trg veleprodajnih storitev mednarodnega gostovanja za potrebe predmetne koncentracije definira kot nacionalni trg. Po mnenju Evropske komisije to izhaja iz dejstva, da je sporazume o mednarodnem gostovanju možno skleniti zgolj s podjetji, ki imajo veljavno licenco v posamezni državi, saj so licence za opravljanje mobilnih storitev omejene na teritorij posamezne države⁷⁷. Tudi iz analize trga 17 »Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg)«, ki jo je opravil AKOS⁷⁸, izhaja, da navedeni trg obsega območje Republike Slovenije.

III.1.4 Veleprodajni trg storitev zaključevanja klicev

52. Priglasitelj navaja, da je zaključevanje klicev definirano kot storitev, ki jo zagotavlja operater omrežja B operaterju omrežja A, kadar je odhodni klic iz omrežja operaterja A prenesen do uporabnika v omrežju operaterja B. Zaključevanje klicev zagotavlja uporabnikom različnih omrežij, da komunicirajo drug z drugim. Če želi operater omrežja zagotavljati klice v drugo omrežje mora zakupiti veleprodajne storitve zaključevanja klicev v tistem omrežju. Zaključevanje klicev je veleprodajna storitev, ki jo različni operaterji zagotavljajo na podlagi

⁷³ COMP/M.5650 T-Mobile / Orange, točka 32.

⁷⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-3, priglasitev, stran 27.

⁷⁵ COMP/M.5650 T-Mobile / Orange, odst. 33 in COMP/M.4748 T-Mobile / Orange Netherlands.

⁷⁶ Uredba (EU) št. 531/2012 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. junija 2012 o gostovanju v javnih mobilnih komunikacijskih omrežjih v Uniji (prenovitev), UL L št. 172 z dne 30. 6. 2012, str. 10.

⁷⁷ COMP/M.5650 T-Mobile / Orange, točka 35.

⁷⁸ AKOS: Obvestilo o zaključku analize trga 17 »Nacionalni trg za mednarodno gostovanje v javnih mobilnih telefonskih omrežjih (medoperaterski trg)«, številka 38241-17/2006-22 z dne 21. 8. 2006, javno dostopna na spletni strani AKOS.

sklenjenih medoperaterskih sporazumov, na predhodnem (»upstream«) trgu zagotavljanja telekomunikacijskih storitev končnim uporabnikom.

53. Iz Obvestila Komisije⁷⁹ izhaja, da se na primer storitve dokončanja klica opravljajo v primerih, ko se klic, ki izhaja od evropskega operaterja, konča v Združenih državah Amerike. Čeprav ne potuje niti evropski niti ameriški operater, pa potuje signal in storitev za evropskega operaterja v Združenih državah opravi ameriško omrežje. To je tudi kraj, kjer poteka konkurenca (če sploh). Zato za ta promet velja, da ne pripada evropskemu operaterju⁸⁰.
54. Povpraševanje na veleprodajnem trgu izhaja neposredno iz potreb in povpraševanja končnih uporabnikov na maloprodajnem trgu, saj je zaključevanje govornih klicev sestavni del govornega klica, ki izvira iz javnih mobilnih telefonskih omrežij ali javnih telefonskih omrežij na fiksni lokaciji.⁸¹ Operater omrežja, iz katerega govorni klic izvira, sam ne more zaključiti takšnega govornega klica, če se končni uporabnik nahaja v drugem omrežju, tega pa zanj ne more storiti noben drug operater, ki ni operater omrežja, kjer se nahaja klicani uporabnik. Zato mora operater omrežja, iz katerega govorni klic izvira, pri operaterju omrežja, kjer se nahaja klicani uporabnik, kupiti veleprodajno storitev zaključevanja klicev v njegovem telefonskem omrežju z namenom, da svojemu končnemu uporabniku zagotovi ustrezno storitev.⁸² AKOS je ugotovil, da se na ozemlju Republike Slovenije govorni klici zaključujejo v štirih omrežjih: a) javnem mobilnem telefonskem omrežju podjetja Telekom Slovenije, b) javnem mobilnem telefonskem omrežju podjetja Si.mobil, c) javnem mobilnem telefonskem omrežju podjetja Tušmobil in č) javnem mobilnem telefonskem omrežju podjetja T-2.⁸³
55. Veleprodajni trg storitev zaključevanja klicev obsega storitve zaključevanje govornih klicev v posamičnih javnih mobilnih omrežjih drugim operaterjem, kot tudi storitve zaključevanja govornih klicev samemu sebi oziroma tistemu svojemu vertikalno integriranemu delu, ki deluje v smislu maloprodajnega nujenja javnih mobilnih telefonskih storitev (self-supply) svojim končnim uporabnikom.
56. Agencija sledi predlogu priglasiatelja, da se skladno s prakso Evropske komisije trg veleprodajnih storitev zaključevanja klicev za potrebe predmetne koncentracije definira kot nacionalni trg, saj ustreza geografski dimenziji omrežja, ki je načeloma omejeno z nacionalnimi mejami. Tudi AKOS je v Analizi upoštevnega trga 7, navedel, da geografski upoštevni trg obsega območje celotnega ozemlja Republike Slovenije.

III.2 Ponudniki mobilnih telekomunikacijskih storitev na slovenskem trgu

III.2.1 Ponudniki mobilnih telekomunikacijskih storitev končnim uporabnikom

57. Končnim uporabnikom maloprodajne mobilne telekomunikacijske storitve ponujajo različni ponudniki navedenih storitev, ki so lahko operaterji javnega mobilnega telefonskega omrežja, operaterji navideznega mobilnega omrežja, preprodajalci oziroma ponudniki storitev ali operaterji, ki uporabljajo nacionalno gostovanje. Agencija je v nadaljevanju navedla opis ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev kot jo navaja AKOS v svojih analizah upoštevnega trga (npr. v analizi upoštevnega trga 7).
58. Operater javnega mobilnega telefonskega omrežja ali operater mobilnega omrežja oziroma infrastrukturni operater (v nadaljevanju MNO⁸⁴) razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih

⁷⁹ Obvestilo Komisije, odst. 202.

⁸⁰ To pa ne vpliva na promet, ki ga evropski telefonski operater s tem klicem ustvari do svoje stranke.

⁸¹ AKOS: Analiza upoštevnega trga 7, str. 24, dostopna na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odlocbe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

⁸² Analiza upoštevnega trga 7, str. 28 in 29, dostopna na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odlocbe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

⁸³ Analiza upoštevnega trga 7, str. 51, dostopna na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odlocbe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

⁸⁴ Angl. Mobile Network Operator.

frekvenc, ki mu omogoča uporabo dodeljenega mu frekvenčnega spektra, ter z radijskim in jedrnim delom mobilnega omrežja, ki mu omogoča ponujanje storitev. MNO je običajno vertikalno integriran, kar pomeni, da njegova veleprodajna enota zagotavlja njegovi maloprodajni enoti veleprodajne storitve za potrebe delovanja na maloprodajnem trgu, kar pomeni, da je obenem tudi ponudnik storitev. MNO za delovanje uporablja svoje omrežje, ki deluje v frekvenčnem spektru, za katerega je pridobil odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc od AKOS⁶⁵, ima lastno jedrno omrežje in sklenjene medomrežne pogodbe z drugimi operaterji, sam usmerja promet in za uporabnike na svojem omrežju zaključuje klice, razpolaga z njemu dodeljenim številskim blokom in kodo mobilnega omrežja (MNC), uporablja lastne SIM kartice, ima sklenjene pogodbe o mednarodnem gostovanju za uporabnike njegovega omrežja, trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja pod svojo znamko. Na slovenskem trgu v času izdaje odločbe delujejo štiri operaterji, ki ustrezajo definiciji MNO, in sicer: Telekom Slovenije, Si.mobil, Tušmobil in T-2.⁶⁶

59. Operater navideznega mobilnega omrežja - MVNO⁶⁷ uporablja vse, ali nekatere enake dele jedrnega omrežja kot MNO, z razliko radijskega dela omrežja, ker MVNO ne razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc in nima dodeljenega frekvenčnega spektra. Z namenom zagotavljanja storitev na maloprodajnem trgu mora pridobiti dostop do radijskega dela omrežja pri MNO. Tudi MVNO je običajno vertikalno integriran, kar pomeni, da njegova veleprodajna enota zagotavlja njegovi maloprodajni enoti veleprodajne storitve za potrebe delovanja na maloprodajnem trgu, kar pomeni, da je tudi ponudnik storitev, obenem pa na medoperaterskem trgu pri MNO kupuje storitve dostopa do radijskega dela omrežja. MVNO ima lastno jedrno omrežje in sklenjene medomrežne povezave z drugimi operaterji, sam usmerja promet in za svoje uporabnike zaključuje klice, razpolaga z njemu dodeljenim številskim spektrom in kodo mobilnega omrežja (MNC), uporablja lastne SIM kartice, ima lastne pogodbe o mednarodnem gostovanju za svoje uporabnike, trži in zagotavlja lastne storitve, ki jih prodaja pod svojo znamko. Na slovenskem trgu ne deluje operater, ki bi ustrezal navedeni definiciji MVNO.
60. Operater ponudnik storitev / preprodajalec – SP⁶⁸ ne razpolaga z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc, nima frekvenčnega spektra in nima lastnega jedrnega omrežja, ki bi mu omogočalo usmerjanje in zaključevanje klicev za svoje uporabnike, zato nima sklenjenih medomrežnih pogodb z drugimi operaterji. Z namenom zagotavljanja storitev mora pridobiti dostop do radijskega in tudi jedrnega dela omrežja pri MNO, uporablja MNC kodo od MNO-ja, SIM kartice pridobi pri MNO in jih prodaja pod lastno znamko. Prav tako nima sklenjenih pogodb o mednarodnem gostovanju za svoje uporabnike. Na slovenskem trgu delujeta dva operaterja ponudnika storitev: Debitel in Izi mobil.
61. Operater, ki uporablja nacionalno gostovanje – NR⁶⁹, je MNO, ki lastnega mobilnega dostopovnega telefonskega omrežja nima razvitega do te mere, da bi zgolj preko njega komercialno deloval na trgu. Iz tega razloga na medoperaterskem trgu pri MNO kupuje storitev dostopa do radijskega dela omrežja, vendar običajno le za omejen čas, dokler lastnega omrežja ne izgradi do te mere, da lahko izključno preko njega deluje na trgu. Operater lahko nacionalno gostovanje uporablja v celoti ali v določenem obsegu in na določenem geografskem omrežju. Na slovenskem trgu delujeta dva MNO-ja, ki uporabljata storitev nacionalnega gostovanja: T-2 in Tušmobil.
62. Na maloprodajnem trgu so prisotni tudi t.i. »Branded Resellerji« oziroma preprodajalci paketov⁹⁰, ki sami nimajo lastne jedrne infrastrukture niti nimajo sklenjenih lastnih komercialnih pogodb. Preprodajalci storitev le prodajajo telekomunikacijske storitve

⁶⁵ AKOS podeljuje licence za uporabo ustreznih delov radio frekvenčnega spektra, ki predstavlja omejeno naravno dobrino v javni lasti, s katero upravlja.

⁶⁶ AKOS: Analiza upoštevne trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 31.

⁶⁷ Angl. Mobile Virtual Network Operator.

⁶⁸ Ang. Service Provider / Reseller.

⁶⁹ Angl. National Roaming.

⁹⁰ Evropska komisija jih je polmenovala »Branded Resellers«, primer v odločbi M.7018 Telefonica Deutschland / E-plus, odst. 187 in 188.

infrastrukturnih operaterjev – MNO-jev, navedene storitve pa lahko opravljajo pod lastno blagovno znamko. Običajno se za tovrstno ponudbo obliko ponudnika telekomunikacijskih storitev odločajo podjetja z močno blagovno znamko in distribucijsko mrežo, ki svoj močan tržni položaj prenesejo tudi na področje prodaje mobilnih storitev (npr. podjetje Mercator, ki je preprodajalo storitve mobilne telefonije pod blagovno znamko M mobil).⁹¹

III.2.2 Kratek opis mobilnega telekomunikacijskega trga v Sloveniji

63. Na trgu javnih mobilnih telefonskih omrežij v Sloveniji so med 1. 7. 2004 in 31. 5. 2006 delovali trije operaterji z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem: Telekom Slovenije (pred 1. 7. 2011 kot Mobitel), Si.mobil in Western Wireless International, družba za telekomunikacije, d.o.o. (v nadaljevanju: WWI). Vsi navedeni so imeli status operaterjev mobilnih javnih telefonskih omrežij. Z dnem 31. 5. 2006 je operater WWI prenehal komercialno delovati na slovenskem trgu in je izključil svoje javno mobilno telefonsko omrežje. Od tega dne do 31. 10. 2007, ko je na mobilnem telekomunikacijskem trgu pričelo komercialno delovati tudi podjetje Tušmobil, sta v Republiki Sloveniji delovala in ponujala lastne storitve le še dva operaterja z lastnim omrežjem: Telekom Slovenije (takrat kot Mobitel) in Si.mobil, ki imata status operaterjev javnih mobilnih telefonskih omrežij. Od 1. 6. 2008 dalje na slovenskem trgu deluje še četrti operater javnih mobilnih telefonskih omrežij, T-2. Od začetka delovanja sta podjetji Tušmobil in T-2 pri Telekomu Slovenije (takrat Mobitelu) uporabljala veleprodajno storitev nacionalnega gostovanja. Podjetje T-2 je z 8. 4. 2012 pričelo uporabljati storitev nacionalnega gostovanja pri podjetju Si.mobil⁹², dne 8. 4. 2015 pa je podjetje T-2 namesto pri Si.mobilu ponovno pričelo uporabljati storitev nacionalnega gostovanja pri podjetju Telekom Slovenije.
64. Do 17. 11. 2005 je na slovenskem maloprodajnem trgu storitev zagotavljanja mobilne telefonije kot ponudnik storitev / preprodajalec deloval le en operater, to je Debitel, ki je za opravljanje in ponujanje maloprodajnih storitev končnim uporabnikom ves čas delovanja uporabljal javno mobilno telefonsko omrežje podjetja Telekom Slovenije. Družba Volja mobil d.d., ki se je dne 28. 8. 2006 preimenovala v družbo IZI mobil d.d. (v nadaljevanju: Izi mobil), je z dnem 17. 11. 2005 pod blagovno znamko Izimobil pričela ponujati predplačniške storitve. Podjetje Izi mobil deluje kot ponudnik storitev / preprodajalec in za opravljanje svojih storitev uporablja javno mobilno telefonsko omrežje Telekom Slovenije (prej poimenovano Mobitel). Dne 14. 6. 2012 je pričelo ponujati storitve mobilne telefonije tudi podjetje Telemach d.o.o. (v nadaljevanju: Telemach), ki je dne 16. 10. 2014 pridobilo 100 % poslovni delež podjetja Tušmobil. Glede na to, da je podjetje Telemach gospodujoče podjetje, podjetje Tušmobil pa je njegovo odvisno podjetje, Agencija podjetji Telemach in Tušmobil šteje za enotni gospodarski subjekt.⁹³
65. V Sloveniji delujejo štirje infrastrukturni operaterji z lastnimi javnimi mobilnimi telefonskimi omrežji: Telekom Slovenije, Si.mobil, Tušmobil (od 16. 10. 2014 dalje Telemach) in T-2, pri tem pa Tušmobil in T-2 za svoje komercialno delovanje uporabljata storitev nacionalnega gostovanja pri Telekomu Slovenije, in sicer Tušmobil le deloma, T-2 pa na celotnem ozemlju Republike Slovenije⁹⁴.
66. Priglasitelj navaja, da predstavlja podjetje Debitel t.i. lght MVNO⁹⁵. Navaja, da MVNO⁹⁶ upravlja z lastno jedrno infrastrukturo (to pomeni, da ima v lasti vsaj telefonsko centralo – MSC in HLR, paketno jedrno in hrbtnično omrežje, tranzitne centrale, ...), da ima

⁹¹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-8, str. 5 in 6.

⁹² AKOS: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 14.

⁹³ Koncentracija podjetij Telemach d.o.o. in Tušmobil d.o.o. Je razvidna iz odločbe Agencije z opr. št. 3061-20/2014-16 z dne 23. 12. 2014.

⁹⁴ Dokument 3061-3/2015-6. [redacted]

⁹⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-1 in opr. št. 3061-3/2015-8.

⁹⁶ Priglasitelj ga imenuje Full MVNO.

sklenjene lastne medomrežne pogodbe z drugimi operaterji, na podlagi česar lahko sam usmerja promet in zaključuje klice in tudi sam sklepa samostojne pogodbe za mednarodno gostovanje. Od operaterjev mobilnih omrežij (MNO) se MVNO razlikuje zgolj po tem, da ne upravlja z lastnim dostopovnim omrežjem (zaradi navedenega nima baznih postaj, anten, ne potrebuje radijskih frekvenc). Preko lastne infrastrukture pa lahko sam opravlja in oblikuje vse vrste mobilnih storitev, med drugim: uporabnikom izdaja SIM kartice z lastno kodo omrežja, ima lasten številski prostor, katerega pridobi neposredno od regulatorja, sklepa lastne dogovore o mednarodnem gostovanju. Tudi po mnenju priglasitelja takšnega operaterja v Sloveniji ni, vendar pa tehnično enako obliko dostopa predstavlja nacionalno gostovanje, ki ga koristita operaterja Tušmobil in T-2. Slednja sicer imata tudi lastno dostopovno radijsko omrežje, ki pa ga iz komercialnih razlogov (uporaba storitev nacionalnega gostovanja je na ruralnih območjih znatno cenejša od lastne gradnje) trenutno še nista razvila do te mere, ki bi jima omogočala nudenje maloprodajnih storitev le preko lastnega omrežja. Light MVNO ali »Enhanced service provider« se po navedbi priglasitelja od MVNO razlikuje v tem, da nima lastne jedrne infrastrukture. Te storitve za njih na podlagi pogodbe o uporabi omrežja opravlja operater mobilnega omrežja, na katerem gostuje. Prav tako light MVNO (praviloma) nima lastnega številskega bloka in le-tega zakupi od operaterja, pri katerem gostuje. Ne glede na navedeno so po mnenju priglasitelja light MVNO-ji še vedno operaterji v pravem pomenu besede s komercialnega vidika, saj imajo lastne »customer care and billing« rešitve, ki jim omogočajo oblikovanje lastne maloprodajne ponudbe za svoje uporabnike ter za svoje storitve tudi sami izdajajo račune, imajo sklenjene pogodbe s ponudniki mobilnih aparatov in sami oblikujejo pakete z vključeno opremo. Preko ustreznih IT vmesnikov jim je omogočen dostop do jedrnega dela omrežja gostitelja, preko katerega izvajajo administriranje lastnih končnih uporabnikov (vklop, izklop, o(ne)mogočanje posameznih storitev,...). Po mnenju priglasitelja v Sloveniji takšnega operaterja predstavljajo podjetja Debitel, Izimobil in Telemach.

67. Agencija ugotavlja, da podjetje Debitel na slovenskem trgu maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike dejansko deluje kot ponudnik storitev / preprodajalec, saj nima lastnega jedrnega omrežja, [REDACTED]

Agencija ugotavlja, da opredelitev light MVNO, ki jo navaja priglasitelj, ustreza definiciji ponudnika storitev / preprodajalca - SP, ki jo je predhodno navedla Agencija. Samo poimenovanje vrste ponudnika maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev v tem primeru (ali light MVNO ali ponudnik storitev / preprodajalec - SP) nima vpliva na vsebino definicije vrste ponudnika. V nadaljevanju je Agencija za ponudnike storitev, ki ne razpolagajo z odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc, nimajo frekvenčnega spektra in nimajo lastnega jedrnega omrežja, ki bi jim omogočalo usmerjanje in zaključevanje klicev za svoje uporabnike, oblikujejo pa lastne maloprodajne ponudbe za končne uporabnike (pakete storitev), uporabljala naziv, ki ga je predlagal priglasitelj, to je light MVNO, v določenih primerih pa tudi naziv ponudnik storitev - SP.

68. V Sloveniji sta v letu 2014 delovala dva operaterja, ki ustrezata definiciji light MVNO, in sicer Debitel in Izi mobil. Debitel je novembra 1998 na slovenskem trgu začel delovati kot prvi light MVNO brez lastne omrežne infrastrukture. Od sredine septembra 2006 Debitel ponuja tudi predplačniške storitve, do takrat pa je ponujal zgolj naročniške storitve. Avgusta 1998 je Debitel z Mobitelom (podjetje Telekom Slovenije), ki je bil tedaj edini operater z lastnim javnim mobilnim telefonskim omrežjem, podpisal pogodbo o izvajanju storitev, kar mu je omogočalo trženje mobilnih storitev na mobilnem omrežju Telekoma Slovenije. Kot drugi light MVNO je dne 17. 11. 2005 pričel poslovati Izi mobil, ki pod blagovno znamko Izi mobil trži predplačniške mobilne storitve, za kar uporablja javno mobilno omrežje Telekoma Slovenije.⁹⁸ Kot tretji ponudnik storitev je od junija 2012 do 16. 10. 2014 mobilne

97

[REDACTED] Dokument opr. št. 3061-3/2015-8, zadnja stran.

⁹⁸ AKOS: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 15 in 16.

telekomunikacijske storitve kot light MVNO zagotavljalo tudi podjetje Telemach na omrežju Tušmobil, vendar pa podjetje Telemach od dne 16. 10. 2014, ko je prišlo do koncentracije podjetij Telemach in Tušmobil, predstavlja Infrastrukturnega operaterja, saj gre za enotni gospodarski subjekt.

69. Agencija ugotavlja, da so v letu 2014 na slovenskem trgu delovali trije »Branded reseller-ji« oziroma preprodajalci paketov, ki prodajajo telekomunikacijske storitve pod lastnimi blagovnimi znamkami, in sicer Amis d.o.o. (v nadaljevanju: Amis), Mercator d.d. (v nadaljevanju: Mercator) in Teleing d.o.o. (v nadaljevanju: Teleing)⁹⁹. Podjetje Amis prodaja telekomunikacijske storitve v sodelovanju z infrastrukturnim operaterjem Si.mobil, Teleing pa v sodelovanju z operaterjem T-2. Podjetje Mercator je marca 2007 pričelo prodajati telekomunikacijske storitve v sodelovanju s podjetjem Si.mobil pod blagovno znamko M mobil, pod katero je ponujalo predplačniško storitev mobilne telefonije, ki jo je nudilo podjetje Si.mobil. Dne 1. 4. 2015 je podjetje Mercator prenehalo tržiti oziroma ponujati telekomunikacijske storitve¹⁰⁰.
70. Storitve mobilne telefonije, ki se na maloprodajnem trgu ponujajo kot ločene blagovne znamke infrastrukturnih operaterjev, samostojno ali v povezavi z drugimi podjetji (npr. »Bob« kot ločena blagovna znamka mobilnih storitev podjetja Si.mobil ali »M mobil« kot ponudba podjetja Si.mobil v povezavi s trgovskim podjetjem Mercator d.d.) ter storitve, kjer gre za skupno oblikovanje paketov mobilnih storitev (npr. »Amis Mobil«), predstavljajo le posebno obliko označevanja in prodaje maloprodajnih paketov infrastrukturnih operaterjev. Operater Si.mobil je skupaj s podjetjem Mercator oblikoval skupni maloprodajni paket pod blagovno znamko M mobil. Prav tako sta podjetji Amis in Si.mobil v začetku februarja 2012 skupaj oblikovali in predstavili maloprodajni paket storitev mobilne telefonije in mobilnih telefonov, namenjen izključno za naročnike fiksnih telefonskih in širokopasovnih telekomunikacijskih storitev Amis in povezane uporabnike. Ponudba, poimenovana »Amis Mobil«, je sestavljena iz paketov in storitev, ki jih ponuja Si.mobil, in dodatnih ugodnosti s strani podjetja Amis, ki so namenjene končnim uporabnikom storitev Amis.¹⁰¹ Prav tako podjetje Teleing ponuja mobilne telekomunikacijske storitve v sodelovanju s podjetjem T-2 in samo v kombinaciji z ostalimi Teleing storitvami (televizija, Internet)¹⁰².
71. Iz tabele 1 so razvidni udeleženci na trgu maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike v letu 2014.

Tabela 1: Ponudniki na trgu maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike v letu 2014¹⁰³

Podjetje	Blagovna znamka	Omrežje	Tip operaterja
Telekom Slovenije	Telekom Slovenije	Telekom Slovenije	MNO
Si.mobil d.d.	Si.mobil, Bob	Si.mobil	MNO
Telemach (Tušmobil)	Telemach mob. Tušmobil	Tušmobil	MNO + NR Telekom Slovenije
T-2 d.o.o.	T2	T-2	MNO + NR Telekom Slovenije
Debitel d.d.	debitel	Telekom Slovenije	Light MVNO
Izi mobil d.d.	Izi mobil	Telekom Slovenije	Light MVNO
Amis	AmisMobil	Si.mobil	Preprodajalec
Mercator	M mobil	Si.mobil	Preprodajalec
Teleing	Teleing	T-2	Preprodajalec

Vir: podatki priglasiatelja, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, str. 29, in opr. št. 3061-3/2015-6.

⁹⁹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-1, str. 30.

¹⁰⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-28 in opr. št. 3061-3/2015-29.

¹⁰¹ AKOS: Analiza upošleavnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje ključev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 10 in 16.

¹⁰² Spletna stran podjetja Teleing <http://teleing.com/telefonija/digitalna-telefonija/>, dostop dne 6. 5. 2015.

¹⁰³ Mobilni operaterji v Sloveniji, dostopno dne 24. 4. 2015 na spletni strani <http://www.mobilna-telefonija.com/mobilni-operaterji.html>, ter dokument opr. št. 3061-3/2015-6 in opr. št. 3061-3/2015-1, priglasiitev, str. 30.

72. V letu 2015 je prišlo do nekaterih sprememb na trgu maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike. Poleg priglašene predmetne koncentracije podjetij Telekom Slovenije in Debitel, se je podjetje Mercator umaknilo s trga s 1. 4. 2015, konec avgusta je na trg vstopil nov preprodajalec predplačniških paketov SPAR SLOVENIJA d.o.o. (v nadaljevanju: Spar) z blagovno znamko Spar Mobil, podjetje T-2 je v stečaju¹⁰⁴, podjetje Telekom Austria AG, ki ima kontrolo nad podjetjem Si.mobil, je priglasilo koncentracijo z Amisco NV, ki ima kontrolo nad podjetjem Amls¹⁰⁵.

III.2.3 Frekvenčni pasovi, ki jih imajo v uporabi posamezni infrastrukturni operaterji

73. V tabeli 2 je naveden seznam posameznih frekvenčnih pasov (800, 900, 1800 in 2600 MHz), ki jih imajo v uporabi posamezni infrastrukturni operaterji – MNO-ji, datum začetka in konca pravice do uporabe. Frekvence v pasovih 700, 1400, 2300, 3500 in 3700 MHz še niso bile predmet podeljevanja in se razpis zanje šele pripravlja.¹⁰⁶ Podrobnosti o frekvencah ki so uporabljajo za mobilne storitve so razvidne na spletni strani AKOS¹⁰⁷.

Tabela 2: Seznam frekvenčnih pasov, ki jih uporabljajo MNO

Operater	Frekvenčni pas	Pasovna širina
Telekom Slovenije	800 MHz	2 x 10 MHz
	900 MHz	2 x 12,4 MHz in 2 x 15 MHz
	1800 MHz	2 x 15 MHz in 2 x 25 MHz
	2100 MHz	2 x 15 MHz in 5 MHz
	2600 MHz	2 x 35 MHz in 25 MHz
Si.mobil d.d.	800 MHz	2 x 10 MHz
	900 MHz	2 x 12,4 MHz in 2 x 15 MHz
	1800 MHz	2 x 15 MHz in 2 x 30 MHz
	2100 MHz	2 x 15 MHz, 5 MHz in 20 MHz
	2600 MHz	2 x 35 MHz in 25 MHz
Tušmobil	800 MHz	2 x 10 MHz
	900 MHz	2 x 9,8 MHz in 2 x 5 MHz
	1800 MHz	2 x 5,2 MHz in 2 x 10 MHz
T-2 d.o.o.	2100 MHz FDD	2 x 15 MHz
	2100 MHz TDD	5 MHz

Vir: podatki AKOS, dokument opr. št. 3061-3/2015-5.

74. Iz obvestila AKOS¹⁰⁸ o aprila 2015 zaključeni dražbi frekvenc za zagotavljanje javnih mobilnih telekomunikacijskih storitev je razvidno, da skladno s pogoji dražbe morajo operaterji Si.mobil, Telekom Slovenije in Tušmobil, ki so pridobili spekter pod 1 GHz, mobilne javne komunikacijske storitve omogočiti za 25% prebivalstva po 1. letu, 50% prebivalstva Republike Slovenije po 2 letih in 75% prebivalstva po 3 letih. Operaterji Si.mobil, Telekom Slovenije in Tušmobil, ki so pridobili spekter nad 1 GHz, morajo mobilne javne komunikacijske storitve omogočiti za 25% prebivalstva po 3 letih in 40% prebivalstva Republike Slovenije po 5 letih s katerokoli frekvenco nad 1 GHz. Blok frekvenc v pasu 800 MHz s posebno obveznostjo pokrivanja je pridobil Si.mobil. AKOS je ta blok frekvenc velikosti 2 x 10 MHz v pasu 800 MHz vezal na obveznost pokrivanja vsaj 95% prebivalcev Slovenije v najkasneje treh letih, pri čemer zahteva pasovno širino najmanj 10 Mbps od bazne postaje do mobilnega uporabniškega terminala zunaj zgradb, kar pomeni približno 1

¹⁰⁴ Na podlagi sklepa Višjega sodišča v Ljubljani, opr. št. Csl 456/2015 z dne 5. 8. 2015, ki je bil objavljen dne 7. 8. 2015 je bil vpisan začetek slečajnega postopka.

¹⁰⁵ Odločba Agencije opr. št. 3061-16/2015-21 z dne 20. 8. 2015.

¹⁰⁶ Dokument 3061-3/2015-5, podatki AKOS.

¹⁰⁷ Spletna stran www.akos-rs.si/4q (dostop dne 6. 5. 2015).

¹⁰⁸ AKOS: Uspešno zaključena dražba frekvenc za zagotavljanje javnih mobilnih komunikacijskih storitev, dostopno na spletni strani <http://www.akos-rs.si/uspesno-zakljucena-drazba-frekvenc-za-zagotavljanje-javnih-mobilnih-komunikacijskih-storitev>, razvidno tudi iz dokumenta opr. št. 3061-3/2015-6.

Mbps znotraj zgradb. Si.mobil lahko to obveznost izpolni z uporabo katerih koli frekvenčnih pasov, ki so mu dodeljeni. Obenem mora Si.mobil zagotoviti tudi pokrivanje posebej določenih ruralnih naselij, v katerih je zelo slaba pokritost s fiksnim širokopasovnim dostopom. V njih mora zagotoviti tako mobilne storitve, kot tudi storitve ustreznega nadomestka fiksnega širokopasovnega dostopa. Frekvenčni pas 800 MHz je bil po prehodu na digitalno televizijsko oddajanje odvzet radiodifuziji s ciljem, da se zagotovi možnost mobilnega interneta čim večjemu številu prebivalcev oziroma, da se doseže čim večje pokrivanje, med drugim tudi listih področij, ki so za operaterje komercialno manj zanimiva.

75. AKOS navaja, da je zaradi izjemne asimetrije moči operaterjev na slovenskem trgu rezerviral dva bloka (2 x 5 MHz) v pasu 800 MHz, ki sta bila na voljo samo obstoječim operaterjem z največ 15 odstotnim tržnim deležem aktivnih končnih uporabnikov javnih mobilnih storitev in morebitnim novim ponudnikom, ki bi vstopili na slovenski trg. S tem je želel preprečiti morebitno izrivanje šibkejših operaterjev in posledično ustvarjanje premalo konkurenčnega trga mobilnih javnih komunikacijskih storitev. Glede na prijavljene dražitelje je imelo pravico nakupa rezerviranega spektra podjetje Tušmobil, ki je to pravico tudi izkoristilo.

III.3 Presoja koncentracije

76. V skladu z 11. členom ZPOmK-1 so prepovedane koncentracije, ki bistveno omejujejo učinkovito konkurenco na ozemlju Republike Slovenije ali njegovem znatnem delu, zlasti kot posledica ustvarjanja ali krepitve prevladujočega položaja. Agencija presoja koncentracije zlasti glede na tržni položaj v koncentraciji udeleženih podjetij, njihovo možnost za financiranje, strukturo trga, izbiro, ki jo imajo na voljo dobavitelji in uporabniki, ter njihov dostop do virov ponudbe oziroma do samega trga, obstoj morebitnih pravnih ali dejanskih vstopnih ovir, gibanje ponudbe in povpraševanja na upoštevni trgih, koristi vmesnih in končnih uporabnikov ter glede na tehnični in gospodarski razvoj pod pogojem, da je v korist potrošnikom in ne ovira konkurence.

III.3.1 Presoja na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike

III.3.1.1 Enostranski protikonkurenčni učinki

77. Horizontalne koncentracije podjetij je mogoče opredeliti kot koncentracije, v katerih udeležena podjetja poslujejo na istih upoštevni trgih. Podjetje Debitel je prisotno le na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije, na katerem je prisotno tudi podjetje Telekom Slovenije, tako da prihaja do horizontalnega prekrivanja dejavnosti v koncentraciji udeleženih podjetij le na tem trgu.
78. Priglasitelj navaja, da bo imela priglašena koncentracija na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije zanemarljiv učinek zaradi majhnega in stagnirajočega tržnega deleža podjetja Debitel ter močne in agresivne konkurence s strani podjetij Si.mobil in Tušmobil. Navaja, da je na podlagi prakse Evropske komisije mogoče zaključiti, da transakcija ne bo vodila do negativnih učinkov na konkurenco na navedenem upoštevni trgu, in sicer zaradi naslednjih razlogov: a) za slovenski trg mobilnih telekomunikacij je značilna visoka konkurenčnost, pri tem pa so maloprodajne cene nižje kot v večini držav članic, b) obe podjetji sta konkurenta le pri ponujanju storitev na maloprodajnem trgu, medtem ko bo število ponudnikov omrežne infrastrukture ostalo nespremenjeno in zato transakcija ne bo vodila niti do enostranskih niti koordiniranih protikonkurenčnih učinkov. Priglasitelj še navaja, da bo na podlagi transakcije njegovo omrežje zasedeno do enake mere kot do sedaj, [redacted] hkrati pa je še vedno zainteresiran, da preko [redacted]

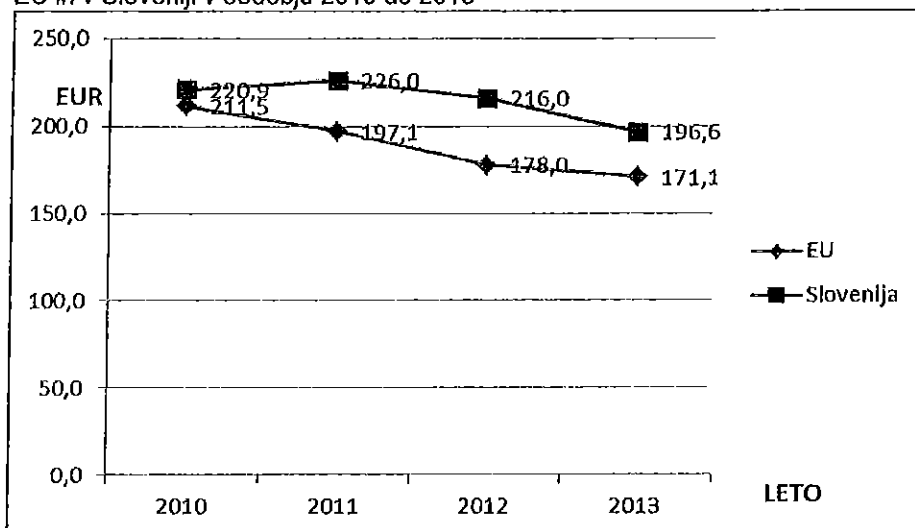
svoje omrežja ponudi dostop morebitnim novim MVNO ali ponudnikom storitev na maloprodajnem trgu¹⁰⁹.

79. Agencija se strinja z navedbo priglasitelja, da sta Telekom Slovenije in Debitel konkurenta pri ponujanju storitev na maloprodajnem trgu, to je trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike. Ne more pa potrditi navedbe, da so maloprodajne cene v Republiki Sloveniji nižje kot v večini držav članic EU.

80. Priglasitelj navaja, da so v primerjavi z ostalimi državami EU cene mobilnih storitev v Sloveniji nizke. Navaja, da je v ta namen pripravil pregled cen predvideno najbolj tipičnega potrošniškega paketa v Sloveniji¹¹⁰, v Avstriji, na Hrvaškem, v Italiji, Belgiji, na Češkem, v Nemčiji, Portugalski, Slovaški, Španiji in Veliki Britaniji ter da je iz primerjave razvidno, da je v glede na preostale države EU trg v Republiki Sloveniji visoko konkurenčen in da imajo trije največji operaterji cene na primerjalno nižji ravni kot operaterji v drugih državah članicah EU. Paketi na slovenskem trgu zagotavljajo razmeroma veliko količino zakupljenih v celotnem spektru ponujenih storitev, pri tem pa so cene primerljivo visoke zgolj pri določenih operaterjih, in sicer v Avstriji, na Hrvaškem in v Italiji. V vseh ostalih državah članicah EU je po navedbi priglasitelja nivo cen precej višji. Priglasitelj še navaja, da cene mobilnih telekomunikacij v Republiki Sloveniji konstantno padajo, pri tem pa (absolutna) primerjava cen na trgu ni primerna zaradi inflacije niti zaradi uvedbe vedno novih storitev, paketov in tehnologij. V letih 2011, 2012 in 2013 je v Republiki Sloveniji opazen trend padanja ravni skupnih prihodkov iz naslova mobilnih telekomunikacij, istočasno pa raste število priključkov, kar pomeni, da je donosnost na vsakega uporabnika vedno nižja.¹¹¹

81. Agencija ne more potrditi navedb priglasitelja, da je nivo cen v drugih državah članicah EU precej višji, in ugotavlja, da so povprečni prihodki na uporabnika (ARPU¹¹²) na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev v Republiki Sloveniji višji kot znaša povprečje EU (razvidno iz spodnjega grafa).

Graf 1: Primerjava povprečnega prihodka na uporabnika telekomunikacijskih storitev (ARPU) v EU in v Sloveniji v obdobju 2010 do 2013¹¹³



Vir: https://digital-agenda-data.eu/datasets/digital_agenda_scoreboard_key_indicators/visualizations, dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

¹⁰⁹ Dokument 3061-3/2015-3, priglasitev, stran 28 in 29.

¹¹⁰ Na slovenskem trgu je priglasitelj navedel podatke za paket Neomejeni B ponudnika Telekom Slovenije, paket GIGANT ponudnika SI.mobil in paket Premium L ponudnika Tušmobil.

¹¹¹ Navedbe priglasitelja, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, odst. 90 do 94.

¹¹² Average Revenue per User (ARPU).

¹¹³ https://digital-agenda-data.eu/datasets/digital_agenda_scoreboard_key_indicators/visualizations, dostop na dan 16. 6. 2015, dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

82. Leta 2013 so znašali povprečni prihodki na uporabnika na maloprodajnem trgu v Sloveniji 196,6 EUR, v EU pa povprečno 171,1 EUR. Tako v Republiki Sloveniji kot v EU je prisoten trend padanja ravni skupnih prihodkov na uporabnika mobilnih telekomunikacijskih storitev, vendar pa ostajajo povprečni prihodki na uporabnika v Republiki Sloveniji višji kot znaša povprečje v EU. Tudi skupni povprečni prihodki na minuto govornega ključa so bili v Republiki Sloveniji v letih 2010 in 2011 višji kot je znašalo povprečje EU, in sicer so v letu 2010 v Republiki Sloveniji znašali 10,7 centov na minuto, povprečje EU pa je znašalo 10,3 centov na minuto. V letu 2011 so v Republiki Sloveniji znašali povprečni prihodki na minuto govornega ključa 10,6 centov na minuto, povprečje EU pa je 9,1 centov na minuto.¹¹⁴
83. Obstajata dva glavna načina, po katerih lahko horizontalne združitve bistveno ovirajo učinkovito konkurenco, zlasti z ustvarjanjem ali krepitevijo prevladujočega položaja. Prvi način je odstranitev pomembnega konkurenčnega pritiska za eno podjetje ali več podjetij, ki bi posledično povečala tržno moč brez usklajenega ravnanja (enostranski protikonkurenčni učinki). Drugi način pa so koordinirani protikonkurenčni učinki.
84. Smernice o presoji horizontalnih združitev na podlagi uredbe sveta o nadzoru koncentracij podjetij¹¹⁵ definirajo enostranske protikonkurenčne učinke na naslednji način: *»Združitev lahko bistveno ovira učinkovito konkurenco na trgu z odpravo znatnega konkurenčnega pritiska za enega prodajalca ali več prodajalcev, ki posledično povečajo tržno moč. Najbolj neposredni učinek združitve je izguba konkurence med podjetji, ki se združujejo. Če bi na primer pred združitvijo eno od podjetij, ki se združuje, dvignilo svoje cene, bi izgubilo del prodaje v korist drugega podjetja, ki se združuje. Z združitvijo se ta posebna omejitev odpravi. Tudi podjetja na istem trgu, ki se ne združujejo, imajo lahko korist od združitve zaradi zmanjšanja konkurenčnega pritiska, ki je posledica združitve, ker lahko povečanje cen pri podjetjih, ki se združujejo, preusmeri del povpraševanja h konkurenčnim podjetjem, ki ugotovijo, da se jim splača povečati svoje cene. Zmanjšanje tega konkurenčnega pritiska lahko privede do bistvenih zvišanj cen na upoštevem trgu.«*
85. Smernice o presoji horizontalnih združitev določajo, da običajno združitve, ki sproži take enostranske protikonkurenčne učinke, bistveno ovira učinkovito konkurenco z ustvarjanjem ali krepitevijo prevladujočega položaja posameznega podjetja, praviloma tistega, ki ima po združitvi znatno večji tržni delež v primerjavi z naslednjim konkurentom. Poleg tega lahko združitve na oligopolnih trgih, ki vključujejo odpravo pomembnega konkurenčnega pritiska, ki so ga udeleženci združitve pred tem izvajali drug na drugega, skupaj z zmanjšanjem konkurenčnega pritiska na preostale konkurente, povzročijo bistveno oviranje konkurence celo tam, kjer obstaja majhna verjetnost usklajenega delovanja med člani oligopola. Uredba o združitvi pojasnjuje, da se tudi vse združitve, ki sprožijo take enostranske protikonkurenčne učinke, razglasijo za neskladne s skupnim trgom¹¹⁶.
86. Na slovenskem maloprodajnem trgu trenutno delujejo štirje ponudniki mobilnih komunikacijskih storitev, ki delujejo kot MNO, ter samo dva operaterja, ki ustrezata definiciji light MVNO, to sta Debitel in Izimobil. Na podlagi priglašene koncentracije pa bodo na trgu ostali štirje MNO-ji ter samo en light MVNO. Slovenski trg maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike je bil že pred priglaseno koncentracijo visoko koncentriran, po koncentraciji podjetij Telekom Slovenije in Debitel se bo koncentracija trga povečala, združeno podjetje pa bo glede na tržne deleže konkurentov razpolagalo z veliko bazo uporabnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev. Zato je Agencija preučila možne enostranske protikonkurenčne učinke priglašene transakcije.

¹¹⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

¹¹⁵ Ur. l. EU C 31/03, 2004, v nadaljevanju: Smernice o presoji horizontalnih združitev, odst. 24.

¹¹⁶ Smernice o presoji horizontalnih združitev, odst. 25.

III.3.1.2 Tržni deleži udeležencev na maloprodajnem trgu in stopnja koncentracije trga

87. Iz tabele 3 so razvidni podatki o ponudnikih na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji in o njihovih maloprodajnih tržnih deležih končnih aktivnih uporabnikov (stanje ob koncu vsakega koledarskega leta po podatkih AKOS).

Tabela 3: Ponudniki na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji in njihovi maloprodajni tržni deleži končnih aktivnih uporabnikov (naročniki in predplačniki, stanje ob koncu vsakega koledarskega leta)

Ponudnik	Leto 2012, v %	Leto 2013, v %	Leto 2014, v %
Telekom Slovenije	50,4	49,2	48,4
Si.mobil	29,6	29,7	29,3
Tušmobil + Telemach	11,2 + 0,1	11,9 + 0,2	12,7 + 0,6
Debitei	4,0	3,8	3,9
T-2	2,2	2,5	2,8
Izi mobil	2,4	2,5	2,4

Vir: podatki AKOS, dokument opr. št. 3061-3/2015-5.

88. V opazovanem obdobju ima po podatkih AKOS-a na segmentu mobilne telefonije glede na aktivne uporabnike največji tržni delež podjetje Telekom Slovenije. Njegov maloprodajni tržni delež končnih uporabnikov je od leta 2006, ko je znašal skoraj 72%, zabeležil velik padec¹¹⁷. Ne glede na to pa ima Telekom Slovenije še vedno visok tržni delež (48,4%). Evropska komisija beleži tudi podatke o tržnih deležih vodilnih mobilnih operaterjev držav članic EU. Zadnji podatki so razpoložljivi za leto 2013 in kažejo, da je v EU povprečni tržni delež vodilnega mobilnega operaterja 35,4% (v letu 2012 pa 35,9%)¹¹⁸. Torej je tržni delež podjetja Telekom Slovenije tudi glede na povprečje tržnih deležev vodilnih mobilnih operaterjev v EU visok.
89. Podjetje Telekom Slovenije v letnem poročilu za leto 2013¹¹⁹ ugotavlja, da je za slovenski telekomunikacijski trg značilna visoka stopnja konkurenčnosti, kjer uporabniki izbirajo med konkurenčnimi ponudbami številnih operaterjev, ter da Telekom Slovenije ohranja najvišji tržni delež v vseh segmentih. Navaja, da alternativni operaterji pridobivajo tržni delež predvsem z agresivno cenovno politiko, čemur Telekom Slovenije ne sledi zaradi omejitev s strani regulatorja in načel dobrega gospodarjenja ter da položaj na trgu brani s ponudbo novih, naprednih storitev in z vlaganji v omrežje.
90. Drugi največji operater mobilne telefonije v Sloveniji je podjetje Si.mobil, katerega tržni delež je razmeroma stabilen, v letu 2014 je opaziti rahel padec tržnega deleža, saj konec leta 2014 znaša 29,3%, medtem ko je konec leta 2012 znašal 29,6%. V opazovanem obdobju pa se konstantno glede na število aktivnih uporabnikov povečuje tržni delež podjetja Tušmobil, prav tako podjetja T-2.
91. Agencija je udeležencem na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev poslala vprašalnike in na podlagi odgovorov ugotovila tržne deleže ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev glede na število uporabnikov in glede na prihodke. Iz odgovorov podjetij je razvidno, da prihodkov iz naslova govornih, SMS, MMS in podatkovnih storitev praviloma ne ločujejo (v mesečnih naročninah so vključene tako zakupljene količine govornih storitev kot SMS, MMS in podatkovnih storitev). Prav tako pa ponudniki mobilnih telekomunikacijskih storitev praviloma nimajo evidenc o tem, koliko uporabnikov, ki imajo v mesečnih naročninah vključen določen nabor storitev, je dejansko koristilo določene storitve.

¹¹⁷ Analiza upoštevnega trga 7, str. 41, dostopna na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odlocbe-na-reguliranih-upostevnih-irgih>.

¹¹⁸ <https://digital-agenda-data.eu/datasets/digital-agenda-scoreboard-key-indicators/visualizations>, dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

¹¹⁹ Priloga dokumentu opr. št. 3061-3/2015-1, str. 63 letnega poročila.

Tabela 4: Tržni deleži udeležencev na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike glede na število uporabnikov (skupaj z Branded Resellerji, to so Amis, M mobil in Teleing) v %

Operater	Leto 2012, v %	Leto 2013, v %	Leto 2014, v %
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Vir: izračun Agencije na podlagi podatkov operaterjev.

92. Na maloprodajnem trgu so prisotni še preprodajalci paketov (Branded Resellers), vendar pa je njihov tržni delež zanemarljiv. Med njimi je imelo ravno podjetje Mercator največje število uporabnikov. Podjetje Mercator je lastnik blagovne znamke M mobil, pod katero je ponujal predplačniško storitev mobilne telefonije, ki je delovala kot lojalnostni program v povezavi s Pika kartico, storitev mobilne telefonije pa je zagotavljalo podjetje Si.mobil. Podjetje Mercator je na trg maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike vstopilo dne 14. 3. 2007, ko je s podjetjem Si.mobil sklenilo Pogodbo o prodaji blaga in o medsebojnem sodelovanju (ter dne 1. 12. 2009 Dodatek št. 1), na podlagi katere je podjetje Mercator vstopilo na maloprodajni trg: a) kot preprodajalec dveh predplačniških paketov (M mobil in M mobil plus) pod lastno blagovno znamko M mobil, b) z namenom nadaljnje prodaje prenosnih telefonskih aparatov, kartic SIM in vrednostnic pod blagovno znamko podjetja Mercator in kupljeno od podjetja Si.mobil, c) s ponudbo, ki je bila namenjena izključno končnim kupcem blaga podjetja Mercator in uporabnikom storitev podjetja Si.mobil, praviloma na določenih mestih v maloprodajni mreži podjetja Mercator na območju Republike Slovenije in č) s ciljem trženja personaliziranega blaga in trženja predplačniške ponudbe elektronskih komunikacijskih storitev podjetja Si.mobil. Podjetje Mercator je z dnem 1. 4. 2015 prenehalo tržiti oziroma prodajati izdelke pod blagovno znamko M mobil in namerava ukiniti klub M mobil.¹³⁰ V dogovoru med podjetjema Si.mobil in Mercator se uporabniki storitev M mobil prenesejo k Si.mobilu in se jim namesto njihovega dosedanjega paketa M mobil samodejno vključi predplačniški paket SIMPL.¹³¹ Amis preprodaja naročniške pakete podjetja Si.mobil pod blagovno znamko Amis mobil, podjetje Teleing pa preprodaja mobilne telekomunikacijske storitve v sodelovanju s podjetjem T-2.

93. Agencija je na podlagi vprašalnikov, ki jih je posredovala udeležencem na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike, ugotovila, da je na navedenem trgu tržni delež podjetij [redacted] in [redacted] [redacted] glede na dosežene prihodke nižji kot pa je tržni delež glede na število uporabnikov, [redacted]

¹²⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-34 in opr. št. 3061-3/2015-48.

¹²¹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-42.

¹²² Dokument opr. št. 3061-3/2015-41.

¹²³ Dokument opr. št. 3061-3/2015-43.

¹²⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-34 in opr. št. 3061-3/2015-48.

¹²⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-30.

¹²⁶ Dokument opr. št. 3061-3/2015-35.

¹²⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-55.

¹²⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-55.

¹²⁹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-56.

¹³⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-17.

¹³¹ Obvestilo podjetja Mercator na spletni strani <http://www.mmobil.si/>.

Tabela 5: Tržni deleži udeležencev na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike glede na prihodke

Operater	Leto 2012, v %	Leto 2013, v %	Leto 2014, v %
Telekom Slovenije ¹³²			
Si.mobil ¹³³			
Tušmobil ¹³⁴ + Telemach ¹³⁵			
Debitel ¹³⁶			
Izimobil ¹³⁷			
T-2 ¹³⁸			

Vir: izračun Agencije na podlagi podatkov operaterjev.

94. Tržni deleži se pogosto uporabijo kot nadomestek za tržno moč. Visok tržni delež sam po sebi ni dovolj za ugotovitev, da ima podjetje znatno tržno moč.

95. V zgornjih tabelah navedeni tržni deleži (še posebno glede na dosežene prihodke) kažejo, da je slovenski trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike duopolen¹³⁹, saj imata Telekom Slovenije in Si.mobil zadnja leta izrazito visoke tržne deleže, tržni deleži ostalih podjetij pa so nizki, po prihodkih nižji od 5%. Tako Telekom Slovenije kot Si.mobil sta infrastrukturna operaterja – MNO in imata edina svoje omrežje izgrajeno do te mere, da lahko neodvisno delujeta na trgu. Obe podjetji imata tudi podobno pokritost z najsodobnejšo tehnologijo LTE/4G. Telekom Slovenije pokriva z LTE/4G signalom več kot 80% prebivalstva in ocenjuje, da bo do konca leta 2015 dosegel 92% pokritost prebivalstva Slovenije z LTE/4G signalom¹⁴⁰. Si.mobil s tehnologijo LTE pokriva več kot 78% prebivalstva in načrtuje, da bodo do sredine leta 2017 širokopasovne mobilne storitve na voljo vsaj 95% prebivalcem Republike Slovenije¹⁴¹. Tako Tušmobil kot T-2 zagotavljata storitve končnim uporabnikom kot MNO in kot operater, ki uporablja nacionalno gostovanje, saj lastnega jedrnega omrežja nimata razvitega do te mere, da bi jima omogočalo zadostno pokritost ozemlja in prebivalstva ter neodvisno delovanje na trgu, in zaradi navedenega na medoperaterskem trgu kupujeta storitve dostopa do omrežja. Podjetje Tušmobil z omrežjem LTE pokriva 25% prebivalstva¹⁴² in navaja, da pričenja s temeljito posodobitvijo in nadgradnjo Tušmobilovega mobilnega omrežja, in sicer naj bi do konca leta 2015 dosegli 99% pokritost z omrežjem 3G in 75% pokritost prebivalstva na ozemlju Slovenije z omrežjem LTE¹⁴³. Če bo Tušmobil svoje omrežje izgradil do te mere, da bo enakovredno omrežju podjetij Telekoma Slovenije in Si.mobila, bodo na slovenskem trgu trije neodvisni infrastrukturni operaterji in bo ob morebitnem pomembnem povečanju tržnih deležev podjetja Tušmobil na račun tržnih deležev podjetij Si.mobil in Telekom Slovenije prišlo do oligopolne strukture trga s tremi neodvisnimi operaterji.

96. Povprečni prihodi na uporabnika (ARPU) so na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev v Republiki Sloveniji višji kot znaša povprečje EU¹⁴⁴. Leta 2013 so povprečni prihodki na uporabnika na slovenskem trgu znašali 196,6 EUR, medtem ko je

¹³² Dokument opr. št. 3061-3/2015-34 in opr. št. 3061-3/2015-48.

¹³³ Dokument opr. št. 3061-3/2015-51.

¹³⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2016-49.

¹³⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-52.

¹³⁶ Dokument opr. št. 3061-3/2015-34 in opr. št. 3061-3/2015-48.

¹³⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-30.

¹³⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-35.

¹³⁹ Duopol je posebna oblika oligopola. Pri duopolu sta na trgu dva ponudnika, ostalih ni ali pa je njihova tržna moč zanemarljiva.

¹⁴⁰ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za prvo četrtletje 2015, str. 16, dokument opr. št. 3061-3/2015-68.

¹⁴¹ Spletna stran podjetja Si.mobil <https://www.simobil.si/omrežje/nadgradnja-omrežja>, dostop dne 23. 6. 2015, dokument opr. št. 3061-3/2015-68.

¹⁴² Spletna stran <http://nadgradnje.telemach.si/ite/>, dostop dne 23. 6. 2015, dokument opr. št. 3061-3/2015-68.

¹⁴³ Spletna stran <http://nadgradnje.telemach.si/>, dostop dne dne 23. 6. 2015, dokument opr. št. 3061-3/2015-68.

¹⁴⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

povprečje EU znašalo 171,1 EUR. Podjetje Si.mobil v letnem poročilu za 2014¹⁴⁵ navaja, da je konec leta povprečni prihodek na uporabnika znašal 19,1 EUR (kar na letni ravni pomeni 229,20 EUR¹⁴⁶, kar je še višje kot je povprečje na slovenskem trgu), ki se je v primerjavi z letom 2013 znižal za 4%.

97. Za merjenje stopnje koncentracije se pogosto uporablja Herfindahl-Hirschman indeks (HHI)¹⁴⁷. HHI se izračuna tako, da se seštejejo kvadrati posameznih tržnih deležev vseh podjetij na trgu. HHI daje sorazmerno večjo težo tržnim deležem večjih podjetij. Čeprav je najbolje vključiti vsa podjetja, pomanjkanje podatkov o zelo majhnih podjetjih ne more biti pomembno, ker taka podjetja nimajo bistvenega vpliva na HHI. Medtem ko lahko da absolutna vrednost HHI začetni podatek o konkurenčnem pritisku na trgu po združitvi, je sprememba HHI (znana kot 'delta') koristen približek spremembe v koncentraciji, ki je neposredna posledica združitve.¹⁴⁸

Tabela 6: HHI na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike v Republiki Sloveniji glede na število vseh uporabnikov (brez upoštevanja preprodajalcev paketov – Branded Resellerjev)

	Leto 2012	Leto 2013	Leto 2014
HHI sedaj	3.583,07	3.520,29	3.465,92
HHI po izvedeni koncentraciji Telekom Slovenije + Debitel	3.999,18	3.912,44	3.861,17
Sprememba v HHI – delta	416,12	392,16	395,25

Vir: izračun Agencije na podlagi podatkov operaterjev.

98. Iz zgornje tabele izhaja, da je že sedaj na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji visoka stopnja koncentracije, ki se s koncentracijo podjetij Telekom Slovenije in Debitel še dodatno poveča. Iz ustaljene prakse Evropske komisije izhaja, da v primeru horizontalnih združitve na trgu, kjer je po združitvi HHI pod 1000, običajno ni potrebna poglobljena analiza. Malo verjetno je tudi, da bi horizontalne koncentracije bistveno ovirale učinkovito konkurenco v primerih, ko je HHI po združitvi med 1000 in 2000 in delta pod 250 ali v primerih, ko je HHI po združitvi nad 2000 in delta pod 150.¹⁴⁹ V primeru presoje koncentracije podjetij Telekom Slovenije in Debitel bi na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji po združitvi HHI presegal navedene mejne vrednosti, enako tudi delta v HHI (na podlagi podatkov o tržnih deležih za leto 2014 znaša HHI po združitvi 3.861,17 in delta 395,25).

III.3.1.2.1 Deleži predplačnikov in naročnikov po operaterjih

99. Število naročnikov je bistveno višje od števila predplačnikov, pri tem pa je iz podatkov AKOS za obdobje od 2012 do 2014 razvidno, da število naročnikov še dodatno narašča, medtem ko število predplačnikov počasi upada.

100. Iz tabele 7 je razvidno skupno število naročnikov in predplačnikov, iz tabele 8 pa število naročnikov in predplačnikov podjetja Debitel v letih 2012, 2013 in 2014.

¹⁴⁵ Letno poročilo podjetja Si.mobil za leto 2014, str. 13.

¹⁴⁶ 19,1 EUR pomnoženo z 12 mesecev = 229,20 EUR.

¹⁴⁷ HHI – Herfindal-Hirschmanov indeks je merilo za velikost podjetij v odnosu do celotne panoge in je indikator stopnje konkurenčnosti med podjetji. Njegova vrednost se nahaja med 0 (razmere popolne konkurence) in 10000 (monopol). Višji kot je indeks, višja je stopnja koncentracije in nižji kot je indeks, nižja je stopnja koncentracije tržne moči. Na podlagi vrednosti indeksa je mogoče sklepati na konkurenčnost v panogi. Višje vrednosti so lahko znak manjše konkurenčnosti, in obratno, nižje vrednosti lahko pomenijo višjo konkurenčnost (Vir: Grilc Peter et al: Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence (ZPOMK-1): s komentarjem, Ljubljana: GV Založba, 2009, stran 191).

¹⁴⁸ Smernice o presoji horizontalnih združitve na podlagi uredbe sveta o nadzoru koncentracij podjetij, (2004 / C 31/03), odst. 16.

¹⁴⁹ Smernice o presoji horizontalnih združitve, odst. 19 in 20.

Tabela 7: Število naročnikov in predplačnikov v Republiki Sloveniji, stanje ob koncu leta¹⁵⁰

Uporabniki mobilnega omrežja	2012	2013	2014	I-III 2015
Število naročnikov			1.712.682	1.725.589
Število predplačnikov			613.704	600.669
Skupaj uporabniki	2.241.160	2.283.573	2.326.386	2.326.258

Vir: podatki AKOS-a in SURS-a.

Tabela 8: Število naročnikov in predplačnikov podjetja Debitel, stanje ob koncu leta

Uporabniki Debitela	2012 ¹⁵¹	2013 ¹⁵²	2014 ¹⁵³
Število naročnikov	83.146	81.775	85.351
Število predplačnikov	6.968	5.712	4.956
Skupaj uporabniki	90.114	87.487	90.307

Vir: letna poročila podjetja Debitel.

101. Konec leta 2014 se je število predplačnikov zmanjšalo, skupno gledano za 1,7%. Podjetje Telekom Slovenije ima najvišji tržni delež predplačnikov in je s 50,6% tržnim deležem edino, kateremu se je tržni delež v primerjavi s predhodnim četrtletjem zvečal (konec tretjega četrtletja leta 2014 je navedeni tržni delež znašal 50,1%). Podjetje Telekom Slovenije je v letu 2014 imelo 1.125.365 uporabnikov (od tega 310.470 predplačnikov in 814.895 naročnikov), podjetje Debitel pa 90.307 uporabnikov (od tega 85.351 predplačnikov in 4.956 naročnikov¹⁵⁴).

Tabela 9: Deleži predplačnikov po operaterjih (stanje ob koncu vsakega koledarskega leta)¹⁵⁵

Ponudnik	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Telekom Slovenije	49,2	50,0	49,9	50,6
Si.mobil	26,0	24,5	24,1	22,9
Tušmobil	14,9	15,8	15,7	16,7
Izi mobil	8,6	8,6	9,3	9,0
Debitel	1,2	1,1	0,9	0,8

Vir: podatki AKOS-a.

102. Iz tabele 9 je razvidno, da ima podjetje Telekom Slovenije močan tržni delež na segmentu predplačnikov, medtem ko je tržni delež podjetja Debitel na tem segmentu nizek in še pada (znaša manj kot 1%). Tržni delež podjetja Telekom Slovenije je na segmentu predplačnikov od leta 2011 naraščal, in sicer je od 49,2%, kolikor je znašal konec leta 2011, narasel na 50,6% konec leta 2014. Naraščal je tudi tržni delež podjetja Tušmobil in Izi mobil, medtem ko je tržni delež podjetja Si.mobil upadel z 26,0% na 22,9%. Podjetje Debitel je na tem segmentu trga zabeležilo padec tržnega deleža, in sicer z 1,2% na 0,8%.

Tabela 10: Deleži naročnikov po operaterjih (stanje ob koncu vsakega koledarskega leta)¹⁵⁶

Ponudnik	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Telekom Slovenije	52,9	50,5	49,0	47,6
Si.mobil	30,9	31,5	31,8	31,6
Tušmobil	8,1	9,4	10,5	11,2
Debitel	5,7	5,2	4,9	5,0
T-2	2,4	3,4	3,5	3,8
Telemach	0,0	0,1	0,3	0,8

Vir: podatki AKOS-a.

¹⁵⁰ Število naročnikov in predplačnikov za leti 2012 in 2013 po podatkih AKOS-a, dokument opr. št. 3061-3/2015-36, str. 2, podatki za leto 2014 in prvo četrtletje 2015 ter skupno število uporabnikov mobilnega omrežja po podatkih Statističnega urada, dostopno na spletni strani <http://www.stat.si/StatWeb/glavnanavigacija/podatki/podro%C4%B0jih>, dokument opr. št. 3061-3/2015-74.

¹⁵¹ Letno poročilo podjetja Debitel za leto 2012, str. 4.

¹⁵² Letno poročilo podjetja Debitel za leto 2013, str. 20.

¹⁵³ Letno poročilo podjetja Debitel za leto 2014, str. 21.

¹⁵⁴ Letno poročilo podjetja Debitel za leto 2014, str. 21, dostopno dne 29. 6. 2015 na spletni strani AJ PES.

¹⁵⁵ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 22, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 20.

¹⁵⁶ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 21, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 19.

103. Na segmentu naročnikov tržni delež podjetja Telekom Slovenije od leta 2011 pada, in sicer od 52,9% konec leta 2011 na 47,6% konec leta 2014. Na segmentu naročnikov ima podjetje Debitel bistveno višji tržni delež kot na segmentu predplačnikov, vendar mu tržni delež od leta 2011 postopoma pada. Istočasno s padanjem tržnega deleža podjetja Telekom Slovenije na tem segmentu trga je opaziti rast tržnih deležev podjetij Tušmobil, Si.mobil, T-2 in Telemach.

III.3.1.2.2 Tržni deleži posredovanega in zaključenega govornega prometa po operaterjih

104. Podjetje Telekom Slovenije ima največji tržni delež vseh odhodnih klicev opravljenih znotraj lastnega omrežja, ta delež pa pada (iz 38,8% v zadnjem kvartalu leta 2011 na 31,5% v zadnjem kvartalu leta 2014). Prav tako se je tržni delež vseh odhodnih klicev, opravljenih znotraj lastnega omrežja, v obdobju od leta 2011 do 2014 znižal podjetju Debitel.

Tabela 11: Tržni deleži posredovanega govornega prometa po operaterjih (podatki za zadnji kvartal koledarskega leta)¹⁵⁷

Operater	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Telekom Slovenije (iz lastnega)	38,8	35,4	33,1	31,5
Telekom Slovenije (v druga)	12,7	13,9	15,1	16,1
Si.mobil (iz lastnega)	20,5	20,9	20,2	18,6
Si.mobil (v druga)	14,1	15,3	16,5	17,6
Tušmobil (iz lastnega)	2,8	3,7	4,1	4,2
Tušmobil (v druga)	6,3	6,4	6,7	7,4
Debitel (v lastno)	2,1	1,8	1,6	1,7
Debitel (v druga)	1,0	1,0	1,1	1,1
T-2 (iz lastnega)	0,4	0,4	0,3	0,3
T-2 (v druga)	0,6	0,5	0,6	0,6
Izi mobil (iz lastnega)	0,4	0,3	0,3	0,2
Izi mobil (v druga)	0,3	0,3	0,3	0,3
Telemach (iz lastnega)	-	0,0	0,0	0,1
Telemach (v druga)	-	0,0	0,1	0,4

Vir: podatki AKOS-a.

105. Podjetje Telekom Slovenije ima še vedno največji tržni delež vseh minut zaključenih klicev iz lastnega omrežja.

Tabela 12: Tržni deleži zaključenega govornega prometa po operaterjih (podatki za zadnji kvartal koledarskega leta)¹⁵⁸

Operater	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Telekom Slovenije (v lastno)	41,9	38,1	35,6	34,0
Telekom Slovenije (iz drugih)	15,5	16,6	17,6	18,3
Si.mobil (v lastno)	20,9	20,9	20,2	18,6
Si.mobil (iz drugih)	13,1	14,0	15,0	16,1
Tušmobil (v lastno)	2,8	3,8	4,2	4,4
Tušmobil (iz drugih)	4,9	5,8	6,5	7,5
T-2 (v lastno)	0,4	0,4	0,3	0,3
T-2 (iz drugih)	0,5	0,5	0,6	0,7

Vir: podatki AKOS-a.

¹⁵⁷ APEK: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2012, str. 21, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 23.

¹⁵⁸ APEK: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2012, str. 22, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 24.

III.3.1.2.3 Tržni deleži poslanih SMS in MMS sporočil po operaterjih

106. SMS sporočila se vse bolj pogosto uporabljajo za neposredno trženjsko komuniciranje preko mobilnega telefona, zato je v prihodnje za pričakovati nadaljnji trend zviševanja števila SMS sporočil. Med ponudniki storitev je mobilno trženje vse bolj zanimivo, ker omogoča osebno trženje na mobilnem telefonu, ki ga ima uporabnik praviloma vse čas pri sebi.¹⁵⁹

Tabela 13: Tržni deleži poslanih SMS sporočil po operaterjih (stanje ob koncu vsakega koledarskega leta)¹⁶⁰

Operater	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Si.mobil	44,2	45,6	45,5	44,5
Telekom Slovenije	43,9	41,0	39,1	37,8
Tušmobil	9,4	11,4	13,3	15,3
Debitel	1,3	1,0	1,1	1,3
Izi mobil	0,9	0,7	0,6	0,5
T-2	0,3	0,3	0,4	0,4
Telemach	-	0,0	0,1	0,2
Compatel Limited*	-	0,0	-	-

*V zadnjem četrtletju 2012 je o poslanih SMS sporočilih AKOS-a poročala tudi družba Compatel Limited, vendar tržni delež ni bil opazen.

Vir: podatki AKOS-a.

Tabela 14: Tržni deleži poslanih MMS sporočil po operaterjih (stanje ob koncu vsakega koledarskega leta)¹⁶¹

Operater	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Telekom Slovenije	43,2	43,9	44,6	45,1
Si.mobil	46,3	45,5	43,4	41,7
Tušmobil	8,1	8,7	10,3	11,0
Debitel	1,5	1,2	1,3	1,5
Telemach	-	0,0	0,1	0,3
T-2	0,7	0,6	0,2	0,2
Izi mobil	0,2	0,2	0,1	0,1

Vir: podatki AKOS-a.

III.3.1.2.4 Tržni deleži ponudnikov mobilnega širokopasovnega dostopa do interneta

107. Končni uporabniki interneta iščejo vedno hitrejša in zanesljivejša povezava, kar se odraža tudi v vedno bolj raznoliki izbiri načinov dostopa do interneta, ki se medsebojno razlikujejo po dosegu, hitrosti in načinu prenosa. V Sloveniji so storitve širokopasovnega dostopa dostopne preko bakrenega omrežja, kableskega koaksialnega omrežja, fiksnega brezžičnega omrežja, mobilnega brezžičnega omrežja, zakupljenih vodov in optičnega omrežja. Vse bolj se uveljavljajo brezžične tehnologije, predvsem mobilne.¹⁶²

108. Iz raziskave, ki jo je opravil AKOS¹⁶³, izhaja, da je bila v letu 2014 uporaba mobilnih podatkovnih storitev v letu 2014 nekoliko manjša, 82% anketirancev je navedlo, da ne uporablja mobilnega dostopa do interneta (za leto 2013 je enako navedlo 73% anketirancev), 18% anketirancev pa je navedlo, da uporablja vsaj eno obliko mobilnega dostopa do interneta. Najbolj se je zmanjšal delež tistih uporabnikov, ki mobilne podatkovne

¹⁵⁹ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 25, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 23.

¹⁶⁰ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 25, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 23.

¹⁶¹ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 26, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 24.

¹⁶² AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 28.

¹⁶³ AKOS: Mesečni izdatki gospodinjstva za storitve elektronskih komunikacij, poročilo, 2014, stran 16 in 17. Priloga dokumenta opr. št. 3061-3/2015-24.

storitve uporablja samo preko mobilnega telefona (z 21% v letu 2013 na 14% v letu 2014). Preostali do mobilnih podatkovnih storitev dostopajo preko podatkovne kartice (3%) ali pa kombinirajo uporabo prenosa podatkov prek mobilnega telefona in podatkovne kartice (81%). Povprečno gospodinjstvo je za potrebe mobilnih podatkovnih storitev v oktobru 2014 porabilo 25,50 EUR, kar je za 6,40 EUR več kot lansko leto, vendar pa je 68% anketirancev navedlo, da ne vedo, kakšen je bil njihov izdatek za mobilne podatkovne storitve oziroma so te vključene v paketu (leta 2013 je enako navedlo 58% anketirancev).

109. Iz naslednje tabele so razvidni tržni deleži ponudnikov mobilnega širokopasovnega dostopa do interneta. Pri tem pa so upoštevani: a) paketi z zakupljeno storitvijo prenosa podatkov (paketi, pri katerih je bila storitev prenosa podatkov zakupljena dodatno), b) standardni paketi z govorno storitvijo (paketi, ki lahko poleg govorne storitve omogočajo tudi storitev prenosa podatkov, pri čemer pa ti ne vključujejo zakupljenih količin prenosa podatkov), c) podatkovni paketi, namenjeni uporabi v drugih napravah (paketi, ki so namenjeni uporabi storitve prenosa podatkov v drugih napravah, npr. osebni, prenosni oziroma tablični računalnik ipd.).

Tabela 15: Tržni deleži ponudnikov mobilnega širokopasovnega dostopa do interneta (stanje ob koncu vsakega koledarskega leta)¹⁶⁴

Operater	2011, v %	2012, v %	2013, v %	2014, v %
Telekom Slovenije	49,1	42,6	44,8	44,3
Si.mobil	29,2	31,3	32,2	31,7
Tušmobil	8,8	10,1	11,0	11,8
T-2	6,3	7,3	6,9	6,7
Debitel	6,4	8,2	4,6	4,2
Telemach	-	0,1	0,2	0,9
Izi mobil	0,2	0,5	0,2	0,3

Vir: podatki AKOS-a.

III.3.1.3 Menjava ponudnika storitev mobilne telefonije

110. Eden od pomembnih dejavnikov konkurence na trgu je prenosljivost števil, ki uporabnikom omogoča lažje prehajanje med operaterji. Slovenija je prenosljivost mobilnih telefonskih števil uvedla s takrat veljavnim Zakonom o elektronskih komunikacijah 1. januarja 2006. Večina uporabnikov (92%) je seznanjenih s tem, da uporabnik ob menjavi mobilnega operaterja lahko prenese tudi lastno telefonsko številko. Za menjavo ponudnika mobilne telefonije se je v preteklosti odločilo 39% gospodinjstev oziroma je bilo od uvedbe prenosljivosti prenesenih skupaj 420.824 števil, po podatkih upravljavca centralne baze na dan 26.1.2015 je bilo na četrtem četrtletju 2014 prenesenih 33.252 števil. Mesečni stroški gospodinjstva za mobilno telefonijo so se v letu 2014 v primerjavi s preteklim letom precej znižali in so najmanjši v obdobju zadnjih petih let. Slovensko gospodinjstvo je oktobra 2014 v povprečju za plačilo stroškov mobilne telefonije namenilo 40,80 EUR, leto prej pa 49,10 EUR.¹⁶⁵

111. Menjava ponudnika storitev mobilne telefonije oziroma operaterja je nezahtevna, postopek menjave pa mora operater izvesti v roku enega delovnega dne. Menjava operaterja je zakonsko urejena z Zakonom o elektronskih komunikacijah (v nadaljevanju: ZEKom-1)¹⁶⁶ in Splošnim aktom o prenosljivosti števil¹⁶⁷, na podlagi katerih je potrošnikom omogočen enostaven postopek menjave operaterja. Operater lahko za prenos številke k drugemu operaterju zaračuna samo enkratni znesek, ki krije dejanske stroške prenosa številke, vendar največ v višini 5 EUR za vsak zahtevek¹⁶⁸.

¹⁶⁴ APEK: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2012, str. 38, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 38.

¹⁶⁵ AKOS: Mesečni Izdatki gospodinjstva za storitve elektronskih komunikacij, poročilo, 2014, stran 12, 13, 14 in 15, ter AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, marec 2014, str. 27.

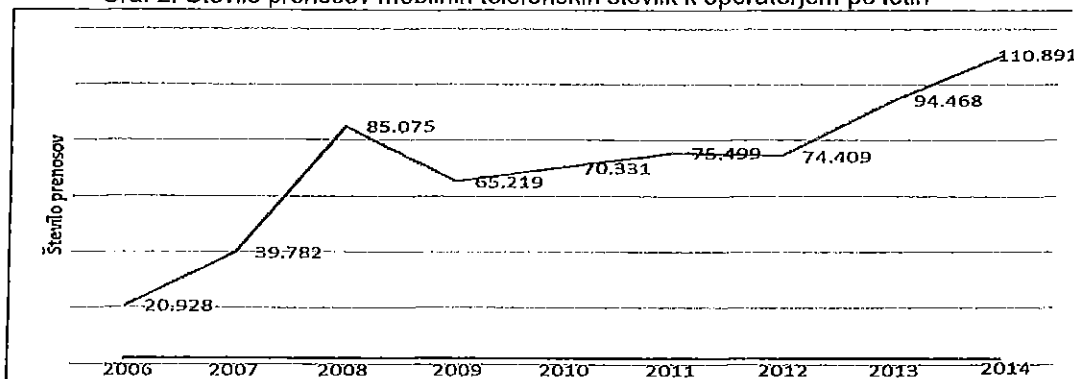
¹⁶⁶ Zakon o elektronskih komunikacijah – ZEKom-1, Ur. l. RS, št. 109/12, 110/13, 40/14 – ZIN-B in 54/14 – odi. US.

¹⁶⁷ Ur. l. RS, št. 62/13.

¹⁶⁸ Določba 16. člena Splošnega akta o prenosljivosti števil.

112. Najpogostejši razlog za menjavo ponudnika mobilne telefonije v preteklosti je cena (59%), na drugem mestu je pokritost s signalom (44%), temu sledijo kvaliteta storitev (25%), dobra ponudba (22%), paketna ponudba (14%), priporočilo prijateljev (3%), visoka hitrost interneta (3%), navada oziroma tradicija (1%), podpora končnim uporabnikom (1%), ponudnik, ki ga imajo tisti, ki jih največ kličejo (0%), brezplačni medsebojni klici (0%), spletno mesto ponudnika (0%), drugo (3%), medtem ko je 4% uporabnikov navedlo, da ne ve, kaj je razlog za menjavo ponudnika mobilne telefonije.¹⁶⁹

Graf 2: Število prenosov mobilnih telefonskih števil k operaterjem po letih¹⁷⁰



Vir: podatki AKOS-a.

113. Iz spodnje tabele so razvidni podatki o pridobljenih mobilnih telefonskih številkah na podlagi prenosa teh števil za podjetji Telekom Slovenija in Debitel za leta 2012, 2013 in 2014. V prvem trimesečju leta 2015 je podjetje Telekom Slovenija na podlagi prenosa pridobilo [redacted] novih mobilnih telefonskih števil oziroma [redacted] vseh prenesenih števil. Na podjetje Debitel pa je bilo v prvem trimesečju leta 2015 preneseno [redacted] števil oziroma [redacted].

Tabela 16: Podatki o pridobljenih številkah podjetij Telekom Slovenije in Debitel¹⁷¹

Podjetje	Leto 2012		Leto 2013		Leto 2014	
	Število prid. števil	% vseh prid. števil	Število prid. števil	% vseh prid. št.	Število prid. števil	% vseh prid. št.
Telekom Slovenije	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Debitel	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

Vir: podatki AKOS-a.

114. Iz spodnje tabele so razvidni podatki za podjetji Telekom Slovenije in Debitel o številkah, ki so bile z omenjenih dveh podjetij prenesene na druge mobilne operaterje. Iz navedenih podatkov (skupaj s podatki o pridobljenih številkah podjetij Telekom Slovenije in Debitel) je za opazovano obdobje razvidno, da je [redacted]

[redacted]

¹⁶⁹ AKOS: Mesečni izdatki gospodinjstva za storitve elektronskih komunikacij, poročilo, 2014, stran 13.

¹⁷⁰ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 27, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, str. 25.

¹⁷¹ Podatki AKOS, dokument opr. št. 3061-3/2015-36.

Tabela 17: Podatki o prenesenih številkah podjetij Telekom Slovenije in Debitel na druge mobilne operaterje¹⁷²

Obdobje	Podjetje	Skupno št. prenesenih števil	Prenos k podjetju					
			Telekom Slovenije	Debitel	Si.mobil	Tušmobil, Telemach	T-2	Izimobil
2012	Telekom Slovenije	██████	-	██████	██████	██████	██████	██████
2013	Telekom Slovenije	██████	-	██████	██████	██████	██████	██████
2014	Telekom Slovenije	██████	-	██████	██████	██████	██████	██████
1.1.-30.4.2015	Telekom Slovenije	██████	-	██████	██████	██████	██████	██████
2012	Debitel	██████	██████	██████	██████	██████	██████	██████
2013	Debitel	██████	██████	██████	██████	██████	██████	██████
2014	Debitel	██████	██████	██████	██████	██████	██████	██████
1.1.-30.4.2015	Debitel	██████	██████	██████	██████	██████	██████	██████

Vir: podatki podjetja Teletech.

115. Tudi podjetje Si.mobil v svojih letnih poročilih za leta 2012, 2013 in 2014 ugotavlja, da je v vseh treh letih Si.mobil med vsemi ponudniki mobilnih storitev pridobil največ novih števil. Navaja, da izsledki tržnih raziskav o zvestobi uporabnikov kažejo, da so uporabniki Si.mobila najbolj zvesti in najmanj razmišljajo o menjavi mobilnega operaterja. Med listimi, ki razmišljajo o zamenjavi ponudnika mobilnih storitev, pa je najpogostejša izbira Si.mobil. Obenem Si.mobil ugotavlja, da je delež prodanih pametnih telefonov v letih 2012 in 2013 pri podjetju Si.mobil višji kot je povprečje slovenskega mobilnega trga ter da je v letu 2014 več kot 80% uporabnikov podjetja Si.mobil uporabljalo pametni telefon.¹⁷³

116. Glavnina pogodbenih naročnikov podjetja Debitel so fizične osebe. Povprečen Debitelov uporabnik prihaja iz segmenta družinskega človeka, ki pripada starostnemu razredu med 30 in 45 let. Pri podjetjih glavnino predstavljajo samostojni podjetniki, mala in srednja podjetja.¹⁷⁴ Celotno število uporabnikov Debitela se je iz 31. decembra 2013 na 30. november 2014 povečalo za cca. 2.800 končnih uporabnikov. ██████████

██████████ Podjetje Debitel pa ima z aneksi k pogodbi zaradi subvencioniranja opreme ali posebnih popustov oziroma posebnih ugodnosti vezanih ██████████ naročniških razmerij za dobo 12 do 24 mesecev, pri tem pa je za najmanj 12 mesecev vezanih ██████████ naročnikov, za najmanj 18 mesecev vezanih ██████████ naročnikov in za dobo do 24 mesecev vezanih ██████████ naročnikov.¹⁷⁶

117. Iz navedenega je razvidno, da končni uporabniki relativno enostavno lahko zamenjajo operaterja in pri tem ohranijo isto mobilno telefonsko številko (v kolikor to želijo). Od leta 2006 naprej je opazen tudi trend naraščanja števila prenosov števil (od 20.928 prenosov v letu 2006 do 110.891 v letu 2014). Vendar pa se uporabniki v primeru pogodbene vezave le redko odločajo za menjavo ponudnika. Podjetje Debitel pa ima večino uporabnikov vezanih s pogodbo.

¹⁷² Podatki podjetja Teletech d.o.o., dokument opr. št. 3061-3/2015-45.

¹⁷³ Letno poročilo podjetja Si.mobil za leto 2012, str. 15, letno poročilo podjetja Si.mobil za leto 2013, str. 22 in 23, in letno poročilo podjetja Si.mobil za leto 2014, str. 20.

¹⁷⁴ Letno poročilo podjetja Debitel za leto 2013, str. 20.

¹⁷⁶ Priloga dokumenta 3061-3/2015-1 ██████████

¹⁷⁶ Dokument opr. št. 3061-3/2015-34 in opr. št. 3061-3/2015-39.

III.3.1.4 Penetracija uporabnikov

118. Priglasitelj navaja, da glede na relativno nizko raven penetracije¹⁷⁷ uporabnikov v Sloveniji (112,8 % v Sloveniji, medtem ko znaša povprečje v EU 126 %) ocenjuje, da bodo v prihodnjih letih na trg vstopili novi ponudniki telekomunikacijskih storitev. Navedeno utemeljuje z vzpostavljanjem enotnega trga mobilnih telekomunikacij, ki je del digitalne agende Evropske komisije, katere cilj je, da se na evropskem trgu telekomunikacij izoblikujejo evropski ponudniki storitev, ki bodo imeli možnost izkoriščanja ekonomije obsega in bodo s tem postali konkurenčni ponudnikom mobilnih telekomunikacijskih storitev v ZDA. Navaja, da so investicije v omrežje in njegov razvoj neposredno odvisne od kapitalske moči operaterja mobilnega omrežja.¹⁷⁸ Največja konkurenta podjetja Telekom Slovenije, podjetji Si.mobil in Telemach skupaj s Tušmobilom, sta v lasti mednarodnih operaterjev oziroma naložbenih skladov, ki upravljajo z neprimerljivo večjim kapitalskim zaledjem¹⁷⁹. Navaja, da sta podjetji Si.mobil in Telemach v primerjavi z njim v ugodnejšem položaju, saj lahko pri financiranju nabav, investicij in nadaljnjem razvoju podjetja računata na podporo svojih kapitalsko močnih lastnikov,

119. V 92% gospodinjstev v Republiki Sloveniji je v uporabi vsaj en mobilni telefon. Z večanjem števila članov v gospodinjstvu narašča število mobilnih telefonov v gospodinjstvu. Večina slovenskih gospodinjstev ima toliko mobilnih telefonov, kot je število članov v gospodinjstvu.¹⁸⁰

120. Leta 2014 je imelo 65% gospodinjstev v uporabi vsaj en mobilni telefon ponudnika Telekom Slovenije, 37% gospodinjstev je imelo vsaj en mobilni telefon pri podjetju Si.mobil, 16% gospodinjstev pa je uporabljalo storitve ponudnika Tušmobil. Podjetje Debitel je prisotno v 8% gospodinjstev, T-2 in Telemach pa sta prisotna v 3% gospodinjstev.¹⁸¹ Iz navedenega je razvidno, da sta podjetji Telekom Slovenije in Debitel prisotni v večini slovenskih gospodinjstev (Telekom Slovenije v 65% gospodinjstev, Debitel pa v 8%, skupaj v 73% gospodinjstev).

121. V obdobju od leta 2011 do leta 2014 je zaslediti trend naraščanja penetracije¹⁸² aktivnih uporabnikov mobilne telefonije na prebivalstvo¹⁸³. Po podalkih AKOS-a je konec prvega četrtletja leta 2011 penetracija uporabnikov mobilne telefonije v Sloveniji znašala 103,9% nato je postopoma naraščala, tako da je konec leta 2014 znašala 112,8%.¹⁸⁴ Navedena stopnja penetracije kaže na zrelost trga mobilnih storitev, lahko pa je tudi znak določene nasičenosti trga. Ponudnik Si.mobil v letnem poročilu za leto 2014¹⁸⁵ ugotavlja, da visok odstotek penetracije nakazuje počasno rast telekomunikacijskega trga v prihodnosti in da so se hkrati izoblikovali jasni signali na trgu, da je intenzivnejša rast tržnih deležev v prihodnje mogoča le s prevzemi in s konsolidacijo trga.

¹⁷⁷ Podatek o penetraciji pove, kolikšen delež prebivalstva aktivno uporablja mobilno telefonijo. Če je penetracija več kot 100-odstotna, to pomeni, da nekateri uporabniki oziroma prebivalci uporabljajo tudi po več mobilnih telefonov, na primer enega za zasebne in enega za službene potrebe.

¹⁷⁸ Dokument 3061-3/2015-3, priglasitev, stran 30.

¹⁷⁹ Lastnik podjetja Si.mobil je skupina Telekom Austria, ki je v lasti družbe América Móvil, medtem ko je v letu 2014 celotni poslovni delež podjetja Tušmobil pridobilo podjetje Telemach, ki je v lasti naložbenega sklada KKR & Co. L.P.

¹⁸⁰ AKOS: Mesečni izdatki gospodinjstev za storitve elektronskih komunikacij, poročilo, 2014, stran 11. Priloga dokumenta opr. št. 3061-3/2015-24.

¹⁸¹ AKOS: Mesečni izdatki gospodinjstev za storitve elektronskih komunikacij, poročilo, 2014, stran 12. Priloga dokumenta 3061-3/2015-24.

¹⁸² Stopnja penetracije je izražena kot število aktivnih SIM kartic na 100 prebivalcev.

¹⁸³ AKOS meri penetracijo aktivnih uporabnikov. To so uporabniki, ki imajo kot naročniki sklenjeno veljavno pogodbo in so kot predplačniki vsaj enkrat v zadnjih treh mesecih opravili ali prejeli klic, poslali SMS sporočilo oziroma uporabljali podatkovne storitve. Penetracija aktivnih mobilnih uporabnikov je izračunana kot število aktivnih uporabnikov na število prebivalcev v Republiki Sloveniji, pri tem pa se upošteva vsakokratne podatke števila prebivalstva, kot jih poroča Statistični urad Republike Slovenije.

¹⁸⁴ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2012, stran 17, in AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2014, stran 19. Priloga dokumenta opr. št. 3061-3/2015-24.

¹⁸⁵ Letno poročilo podjetja Si.mobil za leto 2014, str. 19.

122. V letu 2012 so vse države Evropske unije presegle 100% penetracijo. Najvišjo stopnjo penetracije je oktobra 2012 imela Latvija (190%), Francija pa je imela najnižjo (106%). Vendar pa nižja stopnja penetracije ne pomeni, da je zato uporaba mobilnih naprav manjša.¹⁸⁶ V Evropski uniji je penetracija aktivnih uporabnikov SIM kartic¹⁸⁷ dosegla 134,2% v letu 2014¹⁸⁸.
123. Med mobilnimi storitvami so čedalje bolj pomembne podatkovne storitve v primerjavi s tradicionalnimi govornimi in sporočilnimi storitvami. Mobilni operaterji in ponudniki storitev vse bolj postajajo ponudniki dostopa do širokopasovne povezave. Večina mobilnih operaterjev je pričela ponujati mobilne televizije.¹⁸⁹ V Evropski uniji je stopnja penetracije mobilnega širokopasovnega dostopa do interneta dosegla 54,5% (podatek za januar 2013), medtem ko je v Sloveniji v istem obdobju znašala 37%. Najvišjo stopnjo penetracije imajo nordijske države, kjer je stopnja penetracije okoli 100%.¹⁹⁰
124. Tudi podjetje Telekom Slovenije v letnem poročilu za leto 2013¹⁹¹ ugotavlja, da je v Sloveniji več aktivnih SIM kartic kot je njenih prebivalcev ter da se število teh uporabnikov povečuje zaradi dvojnih SIM kartic (tudi zaradi rasti podatkovnih storitev).
125. AKOS ugotavlja, da je treba glede na upravičeno domnevo, da storitev mobilne telefonije ne uporabljajo vsi prebivalci Slovenije, razloge za navedeno stopnjo penetracije iskati v dejstvu, da del končnih uporabnikov uporablja več kot en mobilni terminal, torej imajo z enim ali več ponudniki telekomunikacijskih storitev sklenjeno več kot le eno naročniško in/ali predplačniško razmerje oziroma uporabljajo telekomunikacijske storitve ločeno za osebno in poslovno rabo. Delež penetracije pa je potrebno pripsati tudi dejstvu, da se SIM kartice in mobilne storitve v vedno večji meri uporabljajo tudi za namene uporabe podatkovnih storitev, pa tudi upravljanja in nadzorovanja strojev ter naprav, v alarmnih in signalizacijskih napravah ter telemetrijo v različnih merilnikih in števcih. Uporaba SIM modulov za tako imenovano komuniciranje s in med stroji je v vedno večjem porastu, posebej z razvojem in geografsko razširjenostjo širokopasovnih mobilnih omrežij za prenos podatkov¹⁹².
126. Agencija ugotavlja, da gre v primeru trga maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike za zrel trg, saj je stopnja penetracije na področju telefonije višja od 100%, kar pomeni, da je v Sloveniji aktivnih več SIM kartic kot je prebivalcev. Glede na to, da je v Evropski uniji povprečna stopnja penetracije višja kot v Sloveniji (tako na področju mobilne telefonije kot na področju mobilnega širokopasovnega dostopa do interneta), Agencija meni, da uporaba mobilnih telekomunikacijskih storitev še ni dosegla stopnje zasičenosti in je mogoče pričakovati, da bo penetracija uporabnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev še (rahlo) naraščala.

III.3.1.5 Vstop na trg

127. Kadar je vstop na trg dovolj lahek, je malo verjetno, da bi združitev pomenila kakršno koli večje protikonkurenčno tveganje. Zato je analiza vstopa pomemben element celovite konkurenčno-pravne presoje. Če naj bi šteli vstop za zadostni konkurenčni pritisk za stranke, ki se združujejo, mora biti razvidno, da je verjeten, pravočasen in zadosten, da odvrča ali preprečuje potencialne protikonkurenčne učinke združitve.¹⁹³

¹⁸⁶ European Commission: Digital Agenda Scoreboard 2013, str. 63 in 64.

¹⁸⁷ Vključuje tako glasovne kot podatkovne storitve, ki se uporabljajo na mobilnih telefonih, modemih in drugih napravah.

¹⁸⁸ Digital Agenda Scoreboard key indicators, dostopno na spletni strani <https://digital-agenda-data.eu/datasets/digital-agenda-scoreboard-key-indicators/visualizations>, izpils dne 16. 6. 2015, dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

¹⁸⁹ Letno poročilo AKOS za leto 2011, str. 18.

¹⁹⁰ European Commission: Digital Agenda Scoreboard 2013, str. 74.

¹⁹¹ Priloga dokumentu opr. št. 3061-3/2015-1, str. 65 letnega poročila.

¹⁹² Analiza upoštevne trga 7, str. 39, dostopno na spletni strani <http://www.akos-rs.si/analize-in-odlocbe-na-reguliranih-upostevnih-trgih>.

¹⁹³ Smernice o presoji horizontalnih združitve, odst. 68.

128. Priglasitelj navaja, da MVNO oziroma ponudniki storitev brez lastne infrastrukture nimajo ne tekočih ne drugih stroškov z izgrajevanjem, vzdrževanjem ter posodobitvijo infrastrukture. V zadevnem primeru Debitelu dostop do vse zahtevane infrastrukture omogoča podjetje Telekom Slovenije, [redacted]

[redacted] MVNO že po svoji naravi, svojo ponudbo oblikuje na podlagi sistemskih rešitev in storitev, ki so že razvite in z implementacijo katerih nima dodatnih stroškov, razen tistih, določenih v pogodbi z operaterjem, ki mu omogoča dostop do omrežja. [redacted]

129. Priglasitelj navaja, da že več kot 15 let v svojem omrežju gosti MVNO operaterje oziroma nudi storilve nacionalnega gostovanja. Svojo pripravljenost za sklepanje tovrstnih pogodbenih razmerij izraža z objavo na spletnih straneh¹⁹⁵. Razpoložljive kapacitete podjetja Telekom Slovenije se s predmetno koncentracijo ne bodo spremenile. Debitelovi uporabniki že vse od pričetka poslovanja podjetja Debitel gostujejo na omrežju Telekoma Slovenije, obremenjenost omrežja tudi po predmetni koncentraciji ostaja enaka kot doslej. [redacted]

130. Glavne pravne ovire, prisotne na trgu elektronskih komunikacij so: a) potreba po pridobitvi upravne odločbe oziroma dovoljenja, da lahko operater začne delovati na trgu, b) omejitve in pogoji, povezani z uporabo frekvenčnega spektra, in c) učinki splošne regulacije na nove vstopnike¹⁹⁷. Podjetje, ki želi postati operater, o nameri izvajanja javnih komunikacijskih storitev pisno obvesti AKOS, ki ga vpiše v uradno evidenco (register)¹⁹⁸. Operater, ki želi vstopiti na trg z lastnim omrežjem, mora s strani AKOS-a pridobiti odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc ter zgraditi omrežje, poleg tega se srečuje tudi z drugimi pravnimi ovirami (sklepanje najemnih in služnostnih pogodb, pravne ovire v zvezi z vpisi v zemljiško knjigo ter ovire v zvezi s pridobivanjem dovoljenj za postavitve objektov)¹⁹⁹.

131. Agencija ugotavlja, da so pravne in druge ovire za vstop na maloprodajni trg odvisne od oblike vstopa na navedeni trg: kot MNO, kot MVNO, kot SP ali kot preprodajalec storitev. Podjetje, ki želi vstopiti na trg kot MNO, se srečuje z relativno visokimi pravnimi in finančnimi ovirami, saj mora pri AKOS-u pridobiti odločbo o dodelitvi radijskih frekvenc ter zgraditi omrežje. Podjetje, ki vstopa na trg kot SP ali preprodajalec storitev, pa nima lastnega omrežja in ne razpolaga z odločbo AKOS o dodelitvi radijskih frekvenc, vendar pa mora pri infrastrukturnem operaterju (MNO) pridobiti dostop do omrežja. Potencialnim ponudnikom predstavlja visoko vstopno oviro tudi visoka stopnja penetracije ter obstoječe stanje na trgu, kjer so že uveljavljeni oziroma obstoječi ponudniki, ki na trgu delujejo dlje časa oziroma so na trg vstopili prvi.

132. Vstopne ovire obstajajo, kadar so za prodor na določen trg potrebne velike naložbe in načrtovanje zmogljivosti v daljšem časovnem obdobju, da bi bile donosne. Pri presojanju, ali bi bil vstop dobičkonosen ali ne, je treba upoštevati pričakovan razvoj trga. Verjetnost, da

¹⁹⁴ Priglasitev koncentracije, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, odst. 106 in 242.

¹⁹⁵ Spletna stran <http://www.telekom.si/operaterji/operaterski-dostop>, vpogled dne 15. 6. 2015.

¹⁹⁶ Priglasitev koncentracije, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, odst. 114 do 116 in 121.

¹⁹⁷ Razvidno Iz ugotovitev AKOS-a: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 51 in 52.

¹⁹⁸ Spletna stran AKOS <http://www.akos-rs.si/status-operaterja-in-stevilski-prostor> ter Zakon o elektronskih komunikacijah – ZEKom-1, 5. člen.

¹⁹⁹ Razvidno Iz ugotovitev AKOS-a: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 52.

bo vstop dobičkonosen, je večja na trgu, ki naj bi prihodnosti doživel visoko rast, kakor na trgu, ki je zrel ali se pričakuje, da bo upadal. Zaradi ekonomij obsega ali učinkov mreže je lahko vstop nedobičkonosen, razen če lahko podjetje, ki vstopi na trg, pridobi dovolj velik tržni delež.²⁰⁰

133. Izgradnja mobilnega omrežja predstavlja veliko investicijo, obenem pa zahteva veliko časa. Potencialni novi vstopniki na trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev v obliki MNO bi morali že ob pričetku ponujanja komercialnih storitev razpolagati z mobilnim omrežjem, ki bi bilo takoj primerljivo z omrežji obstoječih operaterjev. Zato bi bil vstop na trg zgolj z lastnim omrežjem verjetno nedobičkonosen, saj je stopnja penetracije visoka, izgradnja mobilnega omrežja pa traja nekaj let in zahteva velika finančna vlaganja, operater pa bi določene že izgrajene dele omrežja lahko pričel uporabljati šele, ko bi bilo njegovo celotno omrežje popolnoma izgrajeno in sposobno konkurirati obstoječim omrežjem. Stroški, povezani z izgradnjo novega mobilnega omrežja, se zmanjšajo z delitvijo infrastrukture (npr. skupna lokacija, souporaba stolpov oziroma objektov), kar je med infrastrukturnimi operaterji v Sloveniji praksa²⁰¹.
134. Infrastrukturni operaterji oziroma MNO-ji se pri vstopu na trg srečujejo tudi z visokimi potopljenimi stroški, to je stroški, ki ne bodo povrnjeni ob morebitnem izstopu s trga in zato predstavljajo visoko vstopno oviro, saj so za izgradnjo omrežja in infrastrukture potrebne velike vstopne investicije. Višina potopljenih stroškov raste praviloma sorazmerno z velikostjo omrežja, npr. z zagotavljanjem ustrezne pokritosti in dodatno z zagotavljanjem kapacitet omrežja, pod pogojem, da operater ob hipotetičnem izstopu s trga tega omrežja ne bi mogel prodati. Vstopne ovire zaostrejata dodatno še ekonomija obsega in gostota. Ekonomije obsega obstajajo takrat, ko povečanje proizvodnje pripelje do padca stroškov na enoto. To je značilnost proizvodenj, ki temeljijo na tehnologijah z relativno visokimi fiksnimi stroški in nizkimi variabilnimi stroški, kamor sodijo tudi mobilne telekomunikacijske storitve. Nov operater mobilnega omrežja potrebuje precej časa, da pridobi zadostno bazo uporabnikov, zato se lahko na trgu srečuje s situacijo, da zaradi majhnega nabora uporabnikov ne more pokriti niti fiksnih stroškov, ki so na tem trgu visoki, in je zaradi navedenega bistveno manj konkurenčen od obstoječih operaterjev. Novi operater bi si lahko poskušal znižati stroške na način, da bi omrežje postavljale na območjih, ki so gosto naseljena in je izgradnja omrežja cenejša ter z drugih vidikov manj zahtevna. Vendar pa je glede na razvitost trga v Sloveniji in pričakovanja končnih uporabnikov neupravičeno pričakovati, da bi le-ti sprejeli takšno »racionaliziranje« novega ponudnika storitev. Glede na visoko stopnjo penetracije na maloprodajnem trgu, kar pomeni, da večina prebivalcev Slovenije ima mobilni terminal in s tem obstoječega ponudnika storitev, bi moral novi vstopnik na trg skoraj v celoti računati na uporabnike, ki bi od obstoječih uporabnikov prešli k novemu vstopniku na trg. Da bi uporabniki zapustili trenutne ponudnike storitev, bi moral novi vstopnik ponuditi najmanj enakovredno ponudbo (ne le s cenovnega vidika, ampak tudi z vidika pokritosti z omrežjem ter kakovostjo storitev), kar pomeni, da novi vstopnik tudi v urbanih območjih ne bi imel uporabnikov (ostali bi pri obstoječih operaterjih) v primeru »racionaliziranja« in s tem slabše kakovosti storitve s strani novega vstopnika na trg.²⁰² Glede na velikost Slovenije in skoncentriranost prebivalstva v mestih se pokritost slovenskega prebivalstva s signalom GSM, UMTS in LTE razmeroma hitro doseže, vendar pa z vidika uporabnika ne zagotavlja tudi zelo pomembne zadostne kakovosti signala, če ni obenem zadostna pokritost ozemlja.

²⁰⁰ Smernice o presoji horizontalnih združitvev, odst. 72.

²⁰¹ Razvidno iz ugotovitev AKOS-a: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 39, in odgovorov preostalih infrastrukturnih operaterjev (dokument opr. št. 3061-3/2015-49, str. 7, dokument opr. št. 3061-3/2015-42 in opr. št. 3061-3/2015-35).

²⁰² AKOS: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 44 do 47.

135. Ponudniki storitev, ki na maloprodajni trg ne bi vstopili zgolj z lastnim omrežjem, se morajo za dostop dogovoriti (pogajati) z enim od obstoječih infrastrukturnih operaterjev²⁰³, pri čemer pa za vstop na navedeni trg kot ponudniki storitev – SP oziroma light MVNO (kot npr. Debitel) ne potrebujejo infrastrukture. Veleprodajni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij od leta 2012 ni več reguliran, tako da sta vstop novega ponudnika in njegova konkurenčnost na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev predvsem odvisna od pogojev, ki jih le-ta pridobi na veleprodajnem trgu pri enem od infrastrukturnih operaterjev – MNO. V Sloveniji pa imata ravno infrastrukturna operaterja, ki imata največji delež na veleprodajnem trgu in omrežje, izgrajeno do mere, da lahko neodvisno delujeta (Telekom Slovenije in Si.mobil) tudi na maloprodajnem trgu, najvišje tržne deleže. Na zrelem trgu zato novi ponudnik potrebuje precej časa, da pridobi zadostno bazo uporabnikov (ker je stopnja penetracije že visoka, mora računati predvsem na obstoječe uporabnike, ki bi se odločili za menjavo operaterja, najpogostejši razlog za menjavo ponudnika pa je cena). Pri morebitnih visokih fiksnih stroških (med drugim tudi dostopa) bi se zato novi ponudnik lahko srečeval s situacijo, da zaradi nizkega števila uporabnikov ne bi pokrival niti fiksnih stroškov, saj relativno visoki fikсни stroški praviloma predstavljajo visoko vstopno oviro²⁰⁴.

136. Tudi iz odgovorov ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev je razvidno, da so ovire na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev visoke, odvisne so od oblike vstopa na ta trg in so predvsem povezane z visokimi stroški gradnje omrežja. Tako npr. navajajo, da so ovire za vstop visoke in da je v zadnjih treh letih na maloprodajni trg vstopilo podjetje Telemach, vendar ne z gradnjo lastnega mobilnega omrežja²⁰⁵ (podjetje Telemach je od leta 2012 do koncentracije s podjetjem Tušmobil ponujalo mobilne telekomunikacijske storitve kot MVNO preko Tušmobilovega omrežja mobilne telefonije²⁰⁶) oziroma navajajo: *»Ovire za vstop na trg maloprodajnih storitev za končne uporabnike so načelno pravno ali regulatorno na dokaj nizkem nivoju. Na trg namreč lahko vstopi vsakdo, ki se ustrezno registrira za opravljanje teh storitev. Največja dejanska ovira za vstop na ta trg je višina investicij za zagotovitev omrežja oziroma dostopa do omrežja mobilne telefonije za uporabnike storitev vstopnika na trg. Poleg tega je znatna investicijska sredstva potrebno vložiti tudi v zagotovitev zadostne stopnje povpraševanja po storitvah in s tem nujne ekonomije obsega za doseganje pozitivnih poslovnih rezultatov na trgu.«*²⁰⁷ Ponudniki ovire na maloprodajnem trgu ocenjujejo kot visoke zaradi visokih stroškov investicij v infrastrukturo, izredno konkurenčnega maloprodajnega trga in s tem pričakovane nizke donosnosti investicije in majhnega absolutnega obsega potencialnih uporabnikov.²⁰⁸ Eden izmed ponudnikov navaja, da so ovire za vstop na maloprodajni trg nizke, pri tem pa svojo pogajalsko moč pri nabavi storitev dostopa do omrežja na medoperaterskem (veleprodajnem) trgu ocenjuje kot majhno.²⁰⁹

III.3.1.6 Koordinirani protikonkurenčni učinki

137. Združitev na koncentriranem trgu lahko bistveno ovira učinkovito konkurenco z ustvarjanjem ali krepljenjem skupnega prevladujočega položaja, ker povečuje verjetnost, da bodo podjetja na ta način uskladila svoje ravnanje in dvignila cene celo brez sklenitve sporazuma ali usklajenega ravnanja v smislu 101. člena Pogodbe o delovanju Evropske unije – PDEU²¹⁰. Zaradi združitve je lahko usklajevanje lažje, stabilnejše ali učinkovitejše za

²⁰³ Iz odgovorov udeležencev na maloprodajnem trgu mobilnih telekomunikacijskih storitev je razvidno, da ponudniki lahko izbirajo med dvema ponudnikoma nacionalnega gostovanja (Telekom Slovenije in Si.mobil), dokument opr. št. 3061-3/2015-35, str. 6.

²⁰⁴ Podjetje Tušmobil v letnem poročilu za leto 2013, str. 9, navaja, da je v letu 2013 prvič po šestih letih od vstopa na trg doseglo dobiček (2 mio EUR).

²⁰⁵ Tako tudi v dokumentu opr. št. 3061-3/2015-42.

²⁰⁶ Tako v odločbi Agencije opr. št. 3061-20/2014-16 z dne 23. 12. 2014, str. 3.

²⁰⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-50.

²⁰⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-35.

²⁰⁹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-58.

²¹⁰ Ur.l. C 115, z dne 9. maja 2008.

podjetja, ki so se usklajevala že pred združitvijo, bodisi ker je usklajevanje čvrstejše bodisi ker dopušča podjetjem, da se usklajujejo celo glede višjih cen.²¹¹

138. Za usklajevanje je verjetneje, da se pojavi na trgih, kjer je sorazmerno preprosto doseči skupen dogovor o pogojih usklajevanja. Za trajno usklajevanje pa so potrebni trije pogoji. Prvič, podjetja, ki se usklajujejo, morajo biti sposobna zadovoljivo spremljati, ali so izpolnjeni pogoji usklajevanja. Drugič, zaradi discipline je potrebna neka oblika verodostojnega mehanizma odvrčanja, ki ga je mogoče aktivirati, če se odkrije odstopanje. Tretjič, odzivi zunanjih, to je sedanjih in prihodnjih konkurentov, ki ne sodelujejo pri usklajevanju, pa tudi kupcev, ne bi smeli ogroziti pričakovanih rezultatov usklajevanja.
139. Priglasitelj navaja, da je slovenski trg mobilnih komunikacij zelo konkurenčen trg, saj se operaterji trudijo ponujati najnovejšo tehnologijo in vedno nove storitve, obenem pa se veliko uporabnikov odloča za zamenjavo operaterja, kar pomeni, da je trg volatilen in ne zagotavlja pogojev, da bi se operaterji medsebojno usklajevali. Navedeno potrjujejo tudi ugotovitve AKOS, da je glavni razlog za menjavo ponudnika telekomunikacijskih storitev cena. Navaja še, da bodo glavni faktorji učinkovite konkurence prisotni tudi z izvedbo koncentracije in transakcija ne bo vodila do koordiniranih protikonkurenčnih učinkov, in sicer: a) pogoji za usklajevanje ne obstajajo in ne bodo doseženi kot posledica transakcije; b) številčnost in kompleksnost ponudb ter pogostost menjave operaterja kažejo, da je usklajevanje ponudnikov preveč zahtevno; c) slovenski trg mobilnih komunikacij je podvržen stalnemu napredku in inovacijam; d) operaterji mobilnih omrežij konkurirajo tako s ceno kot na podlagi drugih faktorjev, kar onemogoča njihovo sposobnost in voljo doseči stalno sodelovanje oziroma koordinacijo.²¹²
140. Agencija ugotavlja, da je trg maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike močno koncentriran, zato je zmanjšanje števila podjetij lahko že samo po sebi dejavnik, ki spodbuja usklajevanje podjetij. Za presojo učinkov koncentracije je treba upoštevati spremembe, ki jih povzročijo združitve podjetij. Proučiti je potrebno, ali je mogoče doseči pogoje usklajevanja in ali je verjetno, da bo usklajevanje trajno.²¹³
141. S koncentracijo podjetij Telekom Slovenije in Debitel bo prišlo do spremembe le na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike, na drugih trgih pa ne, saj je podjetje Debitel ponudnik storitev oziroma preprodajalec mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike (light MVNO). Za ponujanje storitev na maloprodajnem trgu mora kupiti vsaj storitev dostopa do omrežja na veleprodajnem trgu. Podjetje Debitel vse od novembra 1998, ko je na slovenskem trgu začel delovati kot prvi ponudnik storitev / preprodajalec oziroma light MVNO, za svoje delovanje uporablja javno mobilno telefonsko omrežje podjetja Telekom Slovenije. Podjetje Debitel ima konstanten tržni delež glede na aktivne uporabnike mobilne telefonije (4,0% leta 2012 in 3,9% leta 2014) oziroma mu tržni delež rahlo pada, saj je imelo podjetje Debitel konec leta 2010 in 2011 glede na aktivne uporabnike mobilne telefonije tržni delež 4,4%.²¹⁴
142. Usklajevanje je težje na trgih, kjer je pomembna inovativnost, ker lahko inovacije, zlasti pomembnejše, omogočajo enemu podjetju, da pridobi pomembno prednost pred svojimi tekmeci. Prav tako je usklajevanje o ceni težje, če se pogoji ponudbe in povpraševanja nenehno spreminjajo.²¹⁵ Za telekomunikacijske storitve je značilno, da se hitro spreminjajo, ponudba mobilnih telekomunikacijskih storitev, namenjena končnim uporabnikom, je čedalje bolj raznolika, povečuje se tudi zmogljivosti omrežij, raste tudi konvergenca teh storitev.
143. Velika baza naročnikov glede na velikost trga pa običajno zmanjša spodbude za nadaljnje pridobivanje novih kupcev oziroma naročnikov, saj podjetje s ponujanjem

²¹¹ Smernice o presoji horizontalnih združitvev, odst. 39.

²¹² Priglasitev koncentracije, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, odst. 123 in 124.

²¹³ Smernice o presoji horizontalnih združitvev, odst. 42.

²¹⁴ AKOS: Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za četrto četrtletje 2011, str. 16, dostopno na spletni strani http://www.akos-rs.si/files/Telekomunikacije/Porocila_in_raziskave/Cetrtaletna_porocila/2011/Porocilo-Q4-2011.pdf dne 25. 5. 2015.

²¹⁵ Smernice o presoji horizontalnih združitvev, odst. 45.

atraktivnih cen oziroma nižjih cen novim naročnikom v maloprodaji z namenom pridobivanja višjega tržnega deleža oziroma novih naročnikov tvega izgubo dobička na že obstoječih naročnikih²¹⁶. Glede na visoko penetracijo uporabnikov na maloprodajnem trgu mobilnih telekomunikacijskih storitev in visok tržni delež podjetja Telekom Slovenije lahko konkurenti le s stalnim zniževanjem maloprodajnih cen svojih storitev pridobivajo nove uporabnike, zaradi česar je zelo pomembna cena, ki jo dobijo od operaterjev na veleprodajnem trgu.

144. Podjetja lažje dosežejo skupni dogovor o pogojih usklajevanja, če so razmeroma simetrična, zlasti o strukturi stroškov, tržnih deležih, stopnji zmogljivosti in stopnjah vertikalnega povezovanja. Na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev ima najvišji tržni delež podjetje Telekom Slovenije, kateremu pa se tržni delež po koncentraciji s podjetjem Debitel še poveča. Ponudniki omenjenih storitev se razlikujejo po stopnjah zmogljivosti in stopnjah vertikalnega povezovanja. Najbližji konkurent podjetja Telekom Slovenije glede na zmogljivosti (omrežna infrastruktura, dodeljene radijske frekvence) in tržni delež je podjetje Si.mobil, sledi pa mu Tušmobil, ki skupaj s Telemachom predstavlja enotni gospodarski subjekt (13,3% tržni delež glede na aktivne uporabnike v letu 2014). Podjetje Debitel je prisotno le na maloprodajnem trgu kot ponudnik storitev – SP z razmeroma nizkim tržnim deležem (3,9% v letu 2014 glede na aktivne uporabnike).

145. Agencija ugotavlja, da je zelo malo verjetno, da bi koordinirani protikonkurenčni učinki nastali kot posledica koncentracije podjetij Telekom Slovenije in Debitel.

146. Iz odgovorov ostalih ponudnikov mobilnih telekomunikacijskih storitev je razvidno, da različno ocenjujejo vpliv predmetne koncentracije. Nekateri ponudniki telekomunikacijskih storitev navajajo, da bi se prevladujoči položaj podjetja Telekom Slovenije le še bistveno povečal in mu omogočil, da svojo tržno dominanco pri cenah in obsegu storitev uveljavlja še bolj izrazito, pri tem pa bi se ponudba končnim uporabnikom skrčila²¹⁷. Drugi ponudniki navajajo, da je tržni delež podjetja Debitel premajhen, da bi predmetna koncentracija bistveno zmanjšala ali onemogočila konkurenco na maloprodajnem trgu, prav tako ne na veleprodajnem, saj Debitel nima lastnega omrežja, ter da prevzem ne bo imel večjega vpliva zaradi preostalega velikega števila operaterjev na trgu, vendar da obstaja nevarnost, da prične Telekom Slovenije pozicionirati Debitel kot nizko cenovnega ponudnika mobilnih in fiksnih storitev.²¹⁸

III.3.2 Vertikalni učinki

147. Vertikalne združitve zadevajo podjetja, ki so dejavna na različnih stopnjah oskrbne verige. Kadar se na primer proizvajalec določenega proizvoda (»podjetje na zgornjem delu oskrbne verige«) združi z enim od svojih distributerjev (»podjetje na spodnjem delu oskrbne verige«), se to imenuje vertikalna združitev.

148. V primerjavi s horizontalnimi združitvami je za nehorizontalne združitve (vertikalne ali konglomeratne) na splošno manj verjetno, da bi bistveno ovirale učinkovito konkurenco. Nehorizontalne združitve ovirajo učinkovito konkurenco predvsem na dva načina: z neusklajenimi (izključitev) in usklajenimi učinki.²¹⁹

²¹⁶ Tako tudi v odločbi Evropske komisije COMP/M.6497, odst. 307.

²¹⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-50

²¹⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-35.

²¹⁹ Smernice o presoji nehorizontalnih združitve na podlagi uredbe Sveta o nadzoru koncentracij podjetij, Ur.l. EU 2008/C 265/07, odst. 11, 17, 18 in 19.

III.3.2.1 Veleprodajni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij – trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike

149. Trg maloprodajnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike, na katerem sta prisotni obe v koncentraciji udeleženi podjetji, je vertikalno povezan s trgom dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij, na katerem pa podjetje Debitel ni prisotno. Iz naslednje tabele so razvidni tržni deleži na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij. Iz podatkov v navedeni tabeli je razvidno, da glede na posredovanje klicev tržni delež podjetja Telekom Slovenije v zadnjih treh letih pada, naraščata pa tržna deleža podjetij Si.mobil in Tušmobil. Glede na to, da T-2 od aprila 2015 uporablja dostop in storitve nacionalnega gostovanja pri podjetju Telekom Slovenije in ne več pri podjetju Si.mobil in da novi ponudnik storitev na maloprodajnem trgu uporablja omrežje Telekom Slovenije, je pričakovati, da se bo tržni delež podjetja Telekom Slovenije na veleprodajnem trgu povečal.

Tabela 18: Udeleženci in njihovi tržni deleži na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij²²⁰

Posredovanje klicev (promet v minutah)	2012	2013	2014
Telekom Slovenije (+ Debitel in Izi mobil) ²²¹	53,6 %	52,0 %	50,5 %
Si.mobil	35,4 %	36,6 %	36,9 %
Tušmobil (+ Telemach)	10,0 %	10,5 %	11,7 %
T-2	0,9 %	0,9 %	0,9 %

Vir: podatki AKOS-a.

150. Podjetje Telekom Slovenije omogoča podjetju Debitel dostop do svojega mobilnega telefonskega omrežja in posredovanje klicev za namene preprodaje na maloprodajnem trgu. Obseg vertikalne povezave med podjetjema Telekom Slovenije in Debitel je definiran s Pogodbo o dostopu do mobilnega omrežja Telekoma Slovenije in izvajanju storitev [redacted] (v nadaljevanju: Pogodba o dostopu do mobilnega omrežja). Osnovna storitev, ki jo na podlagi navedene pogodbe Telekom Slovenije nudi Debitelu, je [redacted]

[redacted]²²³. Dostop uporabnikov Debitela do omrežja Telekoma Slovenije je omejen za SIM kartice z IMSI-ji, ki so dodeljene in imajo kodo Slovenije in kodo omrežja podjetja Telekom Slovenije, kot jo definirajo ETSI standardi²²⁴. Debitel naroča SIM kartice pri podjetju Telekom Slovenije v svojem imenu in za svoj račun. Telekom Slovenije pa za naročnike Debitela določi tehnične značilnosti in parametre SIM kartic, ki so potrebni za delovanje v njegovem omrežju in omrežjih njegovih roaming partnerjev²²⁵. Iz navedenega je razvidno, da podjetje Debitel na veleprodajnem trgu ni prisotno kot ponudnik storitev, ampak le kot kupec.

151. AKOS je do leta 2012 reguliral veleprodajni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij. V letu 2012 je AKOS analiziral navedeni trg in ugotovil obstoj učinkovite konkurence²²⁶ ter trg dereguliral²²⁷. Ugotovil je, da ob prisotnosti

²²⁰ Podatki AKOS-a, dokument opr. št. 3061-3/2015-5.

²²¹ Telekom Slovenije je omogočal dostop do svojega omrežja Debitelu in Izi mobilu, Tušmobilu pa Telemachu.

²²² [redacted]

²²³ Navedbe priglasiatelja, dokument opr. št. 3061-3/2015-34.

²²⁴ Točka 3.2 Pogodbe o dostopu do mobilnega omrežja.

²²⁵ Točka 3.5 Pogodbe o dostopu do mobilnega omrežja.

²²⁶ AKOS: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, Junij 2012.

²²⁷ Odločba AKOS št. 38244-1/2012/3 z dne 17. 9. 2012.

treh infrastrukturnih mobilnih operaterjev primerljivih omrežij (Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil), ki so vsi sposobni na veleprodajnem trgu dostopa omogočiti povpraševalcem primerljive storitve, ni podlage za nadaljnjo regulacijo tega trga. Obstoječi in novi povpraševalci po veleprodajnih storitvah dostopa lahko izbirajo najustreznejšega ponudnika.²²⁸ Infrastrukturni operaterji so sami po sebi vedno bolj zainteresirani za omogočanje dostopa do infrastrukture, predvsem v smislu souporabe antenskih stolpov, pripadajočih prostorov, energije in povezav. Medsebojno sklepajo dogovore o recipročni menjavi navedene infrastrukture, praviloma v smislu omogočanja enakovrednega dostopa enega operaterja na določeni lokaciji za enakovreden dostop drugega operaterja na drugi lokaciji.²²⁹

152. AKOS je ugotovil, da konkurenca na veleprodajnem trgu ne izhaja le iz števila infrastrukturnih operaterjev, ki na veleprodajnem trgu lahko ponudijo in zadostijo povpraševanju, ampak izhaja iz dejanske ponudbe, ki se tudi v praksi izvaja. V Republiki Sloveniji trije od štirih infrastrukturnih operaterjev dejansko nudijo in v praksi izvajajo dostop do lastnega javnega mobilnega telefonskega omrežja. Telekom Slovenije tak dostop v praksi omogoča Debitelu, Izimobilu in Tušmobilu (sedaj tudi T-2²³⁰), podjetje Si.mobil je dostop omogočalo podjetju T-2, Tušmobil pa do 14. 6. 2012 operaterju Telemach. Iz navedenega izhaja, da konkurenca na trgu ni le navidezna in da tudi hipotetično onemogočanje dostopa s strani enega operaterja ne pomeni izključitve konkurentov s trga.²³¹
153. Naknadno je AKOS navedel še, da je kot ex ante regulator elektronskih komunikacij veleprodajni trg, ki ga zadeva predloženi korektivni ukrep, dereguliral na podlagi analize in izvedenega preizkusa treh meril leta 2012 z odločbo št. 38244-1/2012/3 z dne 17. 9. 2012. Gre za tako imenovani nekdanji trg 15 »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« kot je bil definiran skladno s priporočilom Evropske komisije o upoštevni trgih elektronskih komunikacij, primernih za predhodno regulacijo²³². Pred tem je bil navedeni upoštevni trg reguliran od leta 2005. AKOS navaja, da je opravil preizkus treh meril, s katerim je ugotavljal, ali navedeni upoštevni trg ustreza merilom za predhodno (ex ante) regulacijo. Preizkus prvega merila je pokazal neobstoje visokih in stalnih ovir za vstop na trg, preizkus drugega merila je pokazal, da struktura predmetnega upoštevnega trga ni takšna, da se trg ne nagiba k učinkoviti konkurenci v ustreznem časovnem obdobju, preizkus tretjega merila pa je pokazal, da samo konkurenčno pravo ni dovolj za zagotovitev učinkovite konkurence na dolgi rok.²³³
154. AKOS navaja, da je ključna za zaključke glede preizkusa prvega merila ugotovitev, da so javna mobilna telefonska omrežja podvojljiva, kar kaže na prisotnost učinkovite konkurence na tem trgu in na odsotnost strukturnih ovir nadzora nad infrastrukturo, ki se je ne da zlahka podvojliti. Obenem je AKOS ugotovil, da ekonomije povezanosti in ekonomije obsega predstavljajo določeno vstopno oviro za potencialne nove vstopnike, poudarja pa, da so tako ene kot druge prisotne pri večini trgov elektronskih komunikacij in zato ne predstavljajo posebne specifične. AKOS poudarja, da ob prisotnosti učinkovite konkurence na trgu, kjer lahko enakovredne veleprodajne storitve ponuja več kot zgolj en operater, lahko potencialni novi vstopnik, ali obstoječi povpraševalci s pogajanjem lažje dosežejo dostop do enega izmed obstoječih omrežij. V tem primeru operaterji, ki takšne veleprodajne storitve ponujajo, v tem veleprodajnem trgu vidijo možnost dodatnega veleprodajnega zaslužka in

²²⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-36.

²²⁹ AKOS: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 52.

²³⁰ Od 8. aprila 2015 podjetje T-2 uporablja storitev nacionalnega mobilnega gostovanja pri Telekomu Slovenije in ne več pri podjetju Si.mobil. Razvidno tudi s spletne strani podjetja T-2 <http://www.t-2.net/novice/2015/04/t-2-z-nacionalnim-mobilnim-gostovanjem-pri-druzbi-telekom-slovenije.html>, dostop dne 1. 6. 2015.

²³¹ AKOS: Analiza upoštevnega trga »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)«, preizkus treh meril z mnenjem Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence, junij 2012, str. 12.

²³² Priporočilo z dne 11. februarja 2003 o upoštevni trgih produktov in storitev v sektorju elektronskih komunikacij, ki so lahko predmet predhodnega urejanja v skladu z Direktivo 2002/21/ES Evropskega parlamenta in Sveta o skupnem ureditvenem okviru za elektronska komunikacijska omrežja in storitve (OJ L 114, 8. 6. 2003).

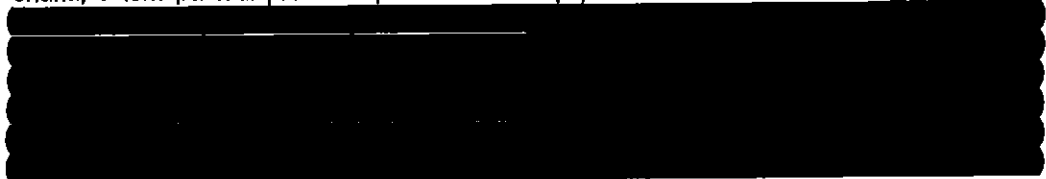
²³³ Dokument opr. št. 3061-3/2015-100.

ne več grožnje na maloprodajnem trgu, ki ji je treba skozi vzvod vertikalne integracije preprečiti vstop na trg in tako onemogočiti poseganje v lastne maloprodajne tržne deleže ter prihodke, ki jih ti dolgoročno zagotavljajo.

155. Glede drugega kriterija AKOS navaja, da je v okviru presoje kriterija obstoja potencialne konkurence ugotovil, da se medoperaterski trg nagiba k učinkoviti konkurenci v določenem časovnem okviru oziroma se je v obdobju od predhodne analize leta 2009 že nagnila k učinkoviti konkurenci, ta trend pa se z nadaljnjim dodatnim razvojem tretjega vstopnika, operaterja Tušmobil, še nadaljuje. Glede tretjega merila pa AKOS navaja, da je analiza pokazala, da ex ante regulacija ni več primerna, temveč bi imelo njeno vztrajanje na trg in njegov nadaljnji razvoj negativne učinke, ex ante regulacija bi bila povsem nesorazmerna, morebitno urejanje trga pa lahko ustrezno nadaljuje splošno konkurenčno pravo z ex post ukrepi.

156. AKOS navaja, da po izvedbi analize s preizkusom treh meril ni ugotovil sprememb na predmetnem veleprodajnem upoštevnem trgu. Trendi glede obravnavanih kriterijev ne kažejo negativnih sprememb, prav tako se na veleprodajnem trgu kljub nekaterim konsolidacijam (npr. Tušmobil in Telemach) ne spreminja število veleprodajnih subjektov (mobilnih operaterjev z lastnim radijskim omrežjem), ki je razvito do te mere, da lahko ponuja obravnavane veleprodajne storitve. Potencialna konsolidacija podjetij Telekom Slovenije in Debitel na predmetni veleprodajni trg v ničemer ne vpliva, saj se načeloma okoliščine na navedenem veleprodajnem trgu ne spreminjajo z vidika ponudba (ob morebitnem dodatnem povpraševanju). Bistveno za ustrezno konkurenčno stanje na obravnavanem veleprodajnem trgu je, da obstaja zadostna ponudba glede na trenutno in bodoče povpraševanje. Glede na to, da ni razlogov, na podlagi katerih bi AKOS sklepal, da so se okoliščine spremenile (da so manj konkurenčne od ocenjenih leta 2012), sklepa, da so trije infrastrukturni operaterji vsak zase še naprej zainteresirani nuditi katero od oblik dostopa obstoječim in potencialnim povpraševalcem. Na to kaže tudi dejstvo, da so vsi trije infrastrukturni operaterji (Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil) takšen dostop ponujali in so v vmesnem času povpraševalci tudi menjali ponudnike (T-2 prešel od Telekoma Slovenije k Si.mobilu in po nekaj letih ponovno k Telekomu Slovenije). Slednje je po mnenju AKOS pokazatelj obstoja konkurence in dejstva, da imajo povpraševalci na voljo več ponudnikov, ki so jih sposobni zamenjati in na ta način več časa tudi uveljavljati izravnalno kupno moč, s čimer se preprečuje samovoljna dejanja posameznih ponudnikov.

157. Priglasitelj navaja, da se z zadevno koncentracijo na medoperaterskem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij ne bo nič spremenilo, razmerja med operaterji z lastnim mobilnim omrežjem bodo ostala enaka. Zasedenost omrežja Telekoma Slovenije bo ostala enaka, s tem pa tudi proste kapacite za vstop potencialnih novih MVNO.



Agencija pa je ugotovila, da se je v času pred izdajo te odločbe na maloprodajnem trgu pojavil nov preprodajalec paketov (Branded Reseller) podjetja Telekom Slovenije, in sicer podjetje Spar, ki predplačniške storitve, namenjene fizičnim osebam, nudi pod blagovno znamko Spar mobil²³⁵.

158. Na slovenskem veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij so prisotni štirje infrastrukturni operaterji: Telekom Slovenije, Si.mobil, Tušmobil in T-2, od tega so trije (Telekom Slovenije, Si.mobil in Tušmobil) dosegli takšno stopnjo razvoja svojega omrežja, ki jim omogoča ponujanje dostopa do svojega mobilnega omrežja na veleprodajnem trgu.

²³⁴ Priglasitev, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, str. 47 in 48.

²³⁵ Informacije o ponudbi Spar Mobil na spletni strani <http://www.spar-mobil.si/koristne-informacije>, dokument opr. št. 3061-3/2015-112.

159. V konkretnem primeru gre za koncentracijo infrastrukturnega operaterja – MNO (Telekom Slovenije) s ponudnikom storitev (Debitel), ki na konkurenco na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij nima vpliva. Podjetje Debitel vse od vstopa na maloprodajni trg za svoje delovanje uporablja javno mobilno telefonsko omrežje Telekoma Slovenije. Glede na navedeno Agencija ugotavlja, da se vertikalne povezave med podjetjema Telekom Slovenije in Debitel ne bodo spremenile in so negativni učinki predmetne vertikalne koncentracije malo verjetni, saj se ponudba na veleprodajnem trgu za obstoječe in potencialne nove povpraševalce ne spremeni, zaradi česar do zmanjšanja učinkovite konkurence na veleprodajnem trgu dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanjem klicev iz teh omrežij in maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije ne bo prišlo.

III.3.2.2 Veleprodajni trg storitev mednarodnega gostovanja in veleprodajni trg storitev zaključevanja klicev – trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike

160. Priglasitelj je navedel, da transakcija vodi do zanemarljivih vertikalnih povezav tehnične narave trga maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike z veleprodajnim trgom storitev mednarodnega gostovanja in veleprodajnim trgom storitev zaključevanja klicev.

161. Po navedbi priglasitelja bo s predmetno koncentracijo prišlo le do navideznih sprememb na veleprodajnem trgu storitev mednarodnega gostovanja in na veleprodajnem trgu storitev zaključevanja klicev.

Debitel na veleprodajnem trgu storitev mednarodnega gostovanja ni sklepal lastnih pogodb, saj za to nima primerne infrastrukture. Debitel predstavlja ponudnika storitev ali po navedbah priglasitelja t.m.i. light MVNO-ja, ki se od MVNO razlikuje v tem, da nima lastnega jedrnega omrežja in sklenjenih medomrežnih pogodb z drugimi operaterji.²³⁶

162. Veleprodajne storitve mednarodnega gostovanja so v notranjem EU trgu predmet regulacije Evropske komisije na podlagi Uredbe o gostovanju²³⁷, ki med drugim določa maloprodajne in veleprodajne cene gostovanja za klice, SMS sporočila in prenos podatkov ter ostale pogoje v zvezi z mednarodnim gostovanjem v notranjem EU trgu. Cilj Uredbe o gostovanju je zmanjšati razlike med nacionalnimi tarifami in tarifami gostovanja, s 1. julijem 2014 pa so se nekatere veleprodajne in maloprodajne regulirane cene gostovanja dodatno znižale. Glede na zahteve navedene uredbe in njene izvedbene uredbe²³⁸ morajo domači ponudniki od 1. julija 2014 omogočiti ločeno prodajo reguliranih maloprodajnih storitev gostovanja, kar pomeni, da morajo domači ponudniki svojim uporabnikom omogočiti dostop do reguliranih storitev gostovanja, ki jih v paketu ponuja katerikoli alternativni ponudnik storitev.

163. AKOS je v prvi polovici leta 2014 izvedel ponovno analizo veleprodajnega trga storitev zaključevanja klicev oziroma medoperaterskega upoštevne trga 7 »Zaključevanje govornih klicev v posamičnih javnih mobilnih telefonskih omrežjih«, v kateri je ugotovil, da so na tem upoštevne trgu operaterji s pomembno tržno močjo naslednji: Telekom Slovenije, Si.mobil, Tušmobil in T-2. Vsem navedenim operaterjem je AKOS julija 2014 izdal regulatorne odločbe z vključenimi naslednjimi obveznostmi: obveznost dopustitve operaterskega dostopa za namene zaključevanja klicev, obveznost enakega obravnavanja, obveznost zagotavljanja preglednosti, vključno z obveznostjo objave vzorčne ponudbe ter obveznost cenovnega nadzora in stroškovnega računovodstva. Operaterji morajo skladno z

²³⁶ Priglasitev, dokument opr. št. 3061-3/2015-1, str. 48 in 54.

²³⁷ Uredba (EU) št. 531/2012 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 13. junja 2012 o gostovanju v javnih mobilnih telekomunikacijskih omrežjih v Uniji (prenovitev), UL L št. 172 z dne 30. 6. 2012, str. 10.

²³⁸ Izvedbena uredba Komisije (EU) št. 1203/2012 z dne 14. decembra 2012 o ločeni prodaji reguliranih maloprodajnih storitev gostovanja v Uniji, UL L 347 z dne 15. 12. 2012, str. 1.

odločbami AKOS ustrezno prilagoditi in znižati veleprodajne cene zaključevanja klicev v svoja mobilna omrežja, pri tem velja simetrična cena za vse štiri infrastrukturne operaterje, ki od začetka septembra 2014 dalje znaša 0,0114 EUR na minuto. Pred uveljavitvijo te stroškovne cene zaključevanja mobilnih klicev na veleprodajnem nivoju je za vse štiri operaterje veljala cena v višini 0,0324 EUR na minuto.²³⁹

164. Tako veleprodajni trg storitev mednarodnega gostovanja kot veleprodajni trg storitev zaključevanja klicev sta ex-ante regulirana, na nobenem od teh trgov pa podjetje Debitel ne nastopa, saj nima lastnega radijskega in jedrnega omrežja, ki bi mu omogočalo delovanje na navedenih trgih.

165. Veleprodajne storitve mednarodnega gostovanja in veleprodajne storitve zaključevanja klicev lahko opravljajo le operaterji z lastnim javnim telefonskim omrežjem. Navedene storitve podjetju Debitel že vse od njegove ustanovitve v celoti zagotavlja podjetje Telekom Slovenije. Glede na navedeno se konkurenčni pogoji na veleprodajnem trgu storitev mednarodnega gostovanja in veleprodajnem trgu storitev zaključevanja klicev kot posledica priglašene koncentracije ne bodo spremenili. Agencija ugotavlja, da koncentracija podjetij Telekom Slovenije in Debitel na veleprodajnih trgih storitev mednarodnega gostovanja in zaključevanja klicev ne bo povzročila nastanka potencialnih protikonkurenčnih učinkov.

IV. KOREKTIVNI UKREP

IV.1 Predlagani korektivni ukrep

166. V prvi fazi presoje predmetne koncentracije je dne 22. 7. 2015²⁴⁰ Agencija prejela osnutek predloga korektivnega ukrepa podjetja Telekom Slovenije, dne 27. 7. 2015²⁴¹ je prejela spremenjen predlog v zaupni in nezaupni različici, dne 4. 9. 2015²⁴² pa še končni predlog korektivnega ukrepa. Priglasitelj je navedel, da skladno z dogovorom na sestankih dne 30. 6. 2015 in 24. 7. 2015 ter 51. členom ZPOmK-1 z namenom omogočiti čim hitrejšo odločitev o skladnosti koncentracije s pravili konkurence predlaga korektivni ukrep kljub dejstvu, da s predmetno koncentracijo ne bo prišlo do združitve dveh konkurenčnih omrežij. Glede na to, da cene veleprodajnega dostopa predstavljajo poslovno skrivnost Telekoma Slovenije in bi razkritje oz. javna objava cen iz Priloge 1 pomenila nastanek občutne škode za Telekom Slovenije, priglasitelj predlaga, da javno objavljena vsebina korektivnega ukrepa ne zaobjema Priloge 1. Navedeno je skladno tudi s prakso Evropske komisije.²⁴³

IV.2 Prejeta mnenja glede predlaganega korektivnega ukrepa

167. Agencija je s tržnim testom²⁴⁴ skušala pri ponudnikih storitev na maloprodajnem trgu zagotavljanja storitev mobilne telefonije v Republiki Sloveniji ter pri AKOS preveriti, ali predloženi korektivni ukrep odpravlja sum o skladnosti koncentracije podjetij in olajšuje vstop novih ponudnikov na trg.

168. Agencija je prejela odgovore šestih podjetij glede predlaganega korektivnega ukrepa, pri tem pa sta dve podjetji navedli, da nista zavzeli stališča do predlaganega ukrepa²⁴⁵ oziroma premalo poznata upoštevni trg, da bi lahko podali predloge in stališča²⁴⁶.

²³⁹ Letno poročilo AKOS za leto 2014, str. 34 in 35.

²⁴⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-76.

²⁴¹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-79.

²⁴² Dokument opr. št. 3061-3/2015-116.

²⁴³ Odločba Evropske komisije z dne 2.7.2014 v zadevi COMP/M.7018 – Telefonica Deutschland / E-Plus, odločba Evropske komisije z dne 28.5.2014 v zadevi – Hutchison 3G UK / Telefonica Ireland.

²⁴⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-81.

²⁴⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-87.

²⁴⁶ Dokument opr. št. 3061-3/2015-83.

169. Glede predloga korektivnega ukrepa so preostala podjetja navedla, da Telekom Slovenije že sedaj omogoča dostop do dostopovnega omrežja, da je to v očitnem komercialnem interesu podjetja, ki zasleduje čim večjo utilizacijo omrežja in s tem povrnitev potopljenih in drugih stroškov, povezanih z zagotavljanjem omrežja (izgradnjo, pridobitvijo frekvenčnega spektra in operativnimi stroški, ki so z omrežjem povezani – najemnine in služnosti za bazne postaje, stroški napajanja in hlajenja ter tekoči vzdrževalni stroški). Vsi navedeni stroški obstajajo ne glede na ponudbo dodatnim podjetjem za katerokoli obliko gostovanja. Zato je v interesu predlagatelja, da gostovanje (v lastnem interesu) ponuja vsem zainteresiranim subjektom. Navajajo, da Agencija prevelik poudarek namenja novim vstopnikom na trg, kar zanemarljivo trenutna gibanja v EU v smeri konsolidacije in ne drobljenja. Poleg cene dostopa je pomemben (če ne celo pomembnejši) faktor finančna moč, ki je potrebna za vstop na trg, kjer prevladujejo subvencije mobilnih terminalov in vezane ponudbe heterogenih komunikacijskih storitev. Rešitev za ohranjanje konkurence in zagotavljanje koristi potrošnikom ni le olajševanje vstopa na trg, temveč je v položaju, kjer je prevzemnik superdominanten na več medsebojno povezanih trgih, pomembno ustvarjanje okoliščin za izravnavo tržne moči med superdominantnim infrastrukturnim operaterjem in podrejenimi tržnimi igralci. Zaradi zgodovinskih okoliščin (olajšano pridobivanje služnosti Telekoma Slovenije na nepremičninah in s tem nemotena gradnja in širitev omrežja, praktično neomejen dostop do kapitala, odsotnost regulatornih ovir, »first-mover advantage«), velikosti teritorija, geografskih značilnosti, penetracije in števila potencialnih uporabnikov ima slovenski trg mobilnih telekomunikacijskih storitev določene specifičnosti, katerih posledica je zlasti ne dovolj razvita infrastrukturna konkurenca med ponudniki storitev mobilne telefonije. To se odraža zlasti v dejstvu, da pri tretjem in četrtem operaterju še vedno obstaja potreba po uporabi nacionalnega gostovanja kot ene izmed oblik operaterskega dostopa, ki omogoča, da na trgu obstaja konkurenca in ne duopol, ki sicer obstaja na trgu storitev nacionalnega gostovanja na medoperaterskem trgu.²⁴⁷
170. Podjetja menijo, da predlagani ukrep predstavlja »dlmno zaveso«, ki lahko negativne učinke predvidene koncentracije na trgu še poslabša. Hipotetično bi lahko Telekom Slovenije s predlaganim ukrepom dosegal skorajda pozicijo, ko bi s ponujanjem dostopa do svojega omrežja po predlaganih (posebej ugodnih) pogojih preko »tretjega« zlorabljal v namene t.i. »fighting ship« oz. »fighting brand« strategije nasproti svojim največjim konkurentom. V telekomunikacijskem omrežju Telekoma Slovenije bi gostoval ponudnik storitev mobilnih telekomunikacij na maloprodajnem trgu, ki bi za Telekom Slovenije generiral omrežni promet, konkurentom pa odzema končne uporabnike preko ugodnih cen. Navajajo, da je bil z odločbo AKOS številka 38244-1/2012/3 z dne 17. 9. 2012 trg 15 »Dostop do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanje klicev iz teh omrežij (medoperaterski trg)« dereguliran. Navajajo ugotovitve AKOS iz navedene odločbe, med drugim navajajo, da konkurenca na medoperaterskem trgu obstaja, da so trije mobilni operaterji pripravljeni in sposobni ponuditi storitve dostopa do omrežja drugim zainteresiranim operaterjem. Zaradi navedenega menijo, da gre v primeru predlaganega korektivnega ukrepa za preusmerjanje pozornosti Agencije na področje, ki ne predstavlja nikakršnega konkurenčnega problema in ne rešuje posledic priglašene koncentracije. Najboljši dokaz je omejitev v obsegu 10% kapacitet in princip »first come first served«, saj gre za zelo majhne kapacitete in posledično omejitev na le enega novega ponudnika, ki je lahko celo »predizbran«, s čimer bi se enostavno zaobšlo namen in cilje sprejema korektivnega ukrepa s strani Agencije. Posledica sprejetega korektivnega ukrepa bi bila, da bi podjetje Debitel (skupaj z maloprodajnimi uporabniki in blagovno znamko) prešlo pod Telekom Slovenije, kar pomeni, da bi se še več telekomunikacijskega prometa v Republiki Sloveniji izvajalo preko omrežja Telekoma Slovenije. Navedeno bi predstavljalo učinkovit način za izrivanje konkurentov podjetja Telekom Slovenije z veleprodajnega trga in za pridobivanje čim večjega števila končnih uporabnikov na omrežju (vice versa znižanje števila uporabnikov na omrežjih konkurentov). Telekom Slovenije bi s korektivnim ukrepom zelo enostavno dosegel cilj krepitve svojega tržnega položaja, s čimer bi bilo stanje konkurence slabše.²⁴⁸

²⁴⁷ Dokument opr. št. 3061-3/2015-101.

²⁴⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-99.

171. Glede oblike dostopa in cen podjetja navajajo, da iz Priloge 1 ni razvidno, ali so cene storitev različne za različne oblike sodelovanja in da bi morale biti različne glede na obliko dostopa (MVNO brez jedrnega omrežja, MVNO z jedrnim omrežjem, SP), saj različne oblike dostopa predstavljajo različne stroške. Zato se težko opredelijo o nominalnih vrednostih, potrebovali bi še podatek o metodologiji, po kateri bi pripravili stroškovni model. Navajajo še, da je določitev maximum capacity cap sporna, saj lahko omejuje vstop novih ponudnikov na trg, in da bi morale podjetje Telekom Slovenije stroške vključiti v cene storitev, navedene v Prilogi 1.²⁴⁹ Podjetja navajajo, da je model obračunavanja vsaj tako pomembna kategorija kot cene, da je predlagatelj predlagal zastarel in ekonomsko manj učinkovit način obračunavanja storitev. Trendi ex ante regulacije gredo v smeri odmika od tradicionalnega obračunavanja po porabi na enoto storitve v smer ponujanja kapacitet, kar dejansko predstavlja simulacijo MNO, obenem pa MVNO ponudniku omogoči večjo svobodo in odgovornost pri vzpostavitvi poslovnega modela in tržnih strategij. Taka oblika predstavlja spodbudo za MVNO-je za ponujanje širokega spektra storitev po konkurenčnih cenah, kar je v korist konkurenci in potrošnikom.²⁵⁰ Podjetja navajajo, da je oblikovanje cen odvisno od regulacije sorodnih storitev, zlasti zaključevanja govornih klicev. V primeru prenosa podatkov je še vedno smiselna opredelitev po modelu Retail-minus glede na aktualno maloprodajno ponudbo oziroma razvoj te ponudbe v času. Ob morebitnem sprejemu korektivnega ukrepa bi morale biti cene dostopa opredeljene na način, da jih je mogoče prilagajati vsakokratnim tržnim razmeram in/ali spremembi stanja na trgu in ne v absolutnih zneskih. Agencija bi morala periodično, npr. vsake 3 ali 6 mesecev, v času trajanja korektivnega ukrepa, na podlagi stanja na trgu in metode izračuna cen izračunati cene dostopa, navedene v korektivnem ukrepu, v absolutnih zneskih. Navedene cene pa bi moral Telekom Slovenije javno objaviti. Ob tem bi morala Agencija imeti upravičenje, da v primeru uveljavitve novih tehnologij korektivni ukrep razširi tudi na nove omrežne tehnologije ali novo izgrajena omrežja. Predlagajo naslednje cene:

- od 1 do 1,3 evro centov na 1 SMS omogoča pripravo konkurenčnih maloprodajnih ponudb,
- cena za MMS sporočila je opredeljena v okviru podatkovnega prometa,
- za govorne klice 40% približno na vsakokrat veljavno regulirano ceno zaključevanja klicev, a ne manj kot 1,3 evro centov na minuto (cena velja za vsak del klica (MOC, MTC), kar pomeni, da se v primeru on-net klica obračunata oba dela klica, dohodni in odhodni del),
- model Retail-minus za prenos podatkov na način, da se lahko zagotovi replikabilnost (ponovljivost) redne stalne maloprodajne ponudbe Telekoma Slovenije. To pomeni, da se kot osnova upošteva redna stalna ponudba Telekoma Slovenije, povprečna izkoriščenost paketa zakupa podatkov (bundle) ter aplicira 20% diskont, pri čemer se cena izrazi v EUR/GB).²⁵¹

172. Vstop novih ponudnikov na maloprodajni trg bi po mnenju udeležencev na maloprodajnem trgu mobilnih telekomunikacijskih storitev omogočili transparentni pogoji dostopa in najema infrastrukture za ponudbo dogovorjenih mobilnih storitev.²⁵² Podjetja namesto predlaganega korektivnega ukrepa predlagajo: a) odprodajo dela frekvenčnega spektra, zlasti dela, katerega imetnik je predlagatelj, saj je količina spektra nesorazmerna glede na ostale operaterje in onemogoča vstop novega MNO²⁵³, b) prepoved trženja fiksnih storitev pod blagovno znamko Debitel ali preko podjetja Debitel (to bi otežilo cenovno predatorstvo ali »margin squeeze« pristopa pri pridobivanju novih maloprodajnih naročnikov ali večjih poslovnih uporabnikov), c) omejitev funkcionalnosti podatkovnih storitev, npr. omejitev pri ponujanju maksimalne hitrosti prenosa podatkov (morda brez LTE), d) zagotovitev, da podjetje Debitel ne sme ponujati paketov mobilne telefonije in/ali opcij, dodatkov k paketom (in podobno), ki bi imeli nižjo ceno od enakih ali primerljivih storitev Telekoma Slovenije ali da bi za isto ceno ponujali večjo količino posamezne storitve (npr. količina zakupljenih enot prenosa podatkov v domačem omrežju ali v gostovanju), e) prepoved nastopanja na razpisih za maloprodajne mobilne storitve za poslovne uporabnike

²⁴⁹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-105.

²⁵⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-101.

²⁵¹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-99.

²⁵² Dokument opr. št. 3061-3/2015-105.

²⁵³ Dokument opr. št. 3061-3/2015-101.

(če ponudbo oddata tako Telekom Slovenije kot Debitel se s tem lahko navidezno prikazuje konkurenca, čeprav za ponudbami stoji le en operater).²⁵⁴

173. Podjetja navajajo, da potencialne oz. očitne negativne posledice predmetne koncentracije učinkujejo tudi na obstoječe operaterje, ugodnosti predlaganega korektivnega ukrepa pa se nanašajo le na nove vstopnike na trg. V kolikor se Agencija odloči sprejeti korektivni ukrep, podjetja predlagajo naslednje: a) »maximum capacity cap« v višini 25%, b) pogoji iz korektivnega ukrepa bi morali biti na voljo vsaj prvim trem novim vstopnikom na trg, c) časovno neomejena ponudba operatorskega dostopa iz ukrepa, d) nekontradiktornost ponudbe, ki naj se izraža v fiksno postavljenih okvirjih (predvsem cenovnih) in mehanizmu spreminjanja takih cen s strani Agencije v primeru razvoja trga in novih tehnologij, tako da se Telekomu Slovenije onemogoči izogibanje sprejetim ukrepom preko novih tehnologij oz. novega (dela) omrežja, e) javna objava pogojev takšne ponudbe in javna objava vseh sklenjenih pogodb o takšnem dostopu, f) ponudba ne velja operaterja, ki že ponuja maloprodajne mobilne storitve končnim uporabnikom (do dneva poslanega zahtevka na Telekom Slovenije), g) novi vstopnik na trg ne sme biti zaklenjen na Telekom Slovenije s številskimi prostorom in IMSI range-om, h) cene in pogoji iz Priloge 1 ne morejo predstavljati poslovne skrivnosti, saj bi morale biti javno objavljene, i) ustrezni nadzor Agencije (Agencija bi morala vsaj enkrat letno preveriti ustreznost izvajanja korektivnega ukrepa, med drugim tudi z vpogledom v dejansko izdane račune za opravljene storitve in ostale relevantne dokaze).²⁵⁵

174. Podjetja menijo, da je ključni dejavnik zagotavljanja učinkovite konkurence zlasti možnost, da lahko ponudnik storitev (MVNO ali SP) kadarkoli izbira med različnimi infrastrukturnimi operaterji omrežij in da morebiten prehod k drugemu infrastrukturnemu operaterju ne predstavlja nesorazmernega stroška in/ali tehničnih ovir. V tem smislu mora biti jasno prepovedan način izvedbe, ki bi potencialnemu MVNO/SP v prihodnosti onemogočal brez večjih ovir zamenjati operaterja. To zlasti pomeni, da mora imeti ponudnik storitev lasten številski blok, ki ga lahko brez težav prenese k drugemu infrastrukturnemu operaterju, in lasten razpon IMSI. Samo na ta način se lahko prepreči »zaklepanje na omrežje«, kot je to v primeru Debitela in Izimobila, kjer menjava infrastrukturnega operaterja praktično ni možna. Dodatno bi moral ukrep zelo jasno prepovedati vse ostale poslovne prakse, s katerimi lahko Telekom Slovenije »zaklene« ponudnika storitev na svoje omrežje, npr.:

- Minimalne količine prometa oz. plačila za storitev, zlasti v primerih, ko minimalna količina predstavlja praktično celotno pričakovano mesečno porabo storitev ponudnika storitev. Če pogodba vsebuje še določilo, da je minimalna količina plačljiva ne glede na dejansko porabo (»polno za prazno«) to onemogoča ponudniku storitev menjavo infrastrukturnega operaterja, četudi bi le-ta ponujal ugodnejše cene in/ali ostale tehnične in komercialne pogoje. Predlagajo, da količina ali denarno ovrednoteno plačilo minimalne porabe ne sme presegati ene tretjine običajnega mesečnega prometa.
- Visoke pogodbene kazni v primeru predčasne odpovedi pogodbe. Predlagajo, da se Telekomu Slovenije predpiše omejitev, da operaterju ne sme nalagati nobene pogodbene kazni oz. najmanj, da pogodbena kazen ne sme znašati več, kot je znašala denarno ovrednotena poraba storitev v zadnjih treh mesecih pred prejemanjem odpovedi pogodbe. V primeru ovrednotenja v primeru odpovedi pogodbe se ne smejo uporabiti posebne cene, temveč cene vključno z vsem popustil in drugimi ugodnostmi (npr. brezplačne začetne količine enot ipd.), kot so se obračunavale v času izvajanja pogodb.

175. Podjetja še navajajo, da je Telekom Slovenije pričel izvajati nedovoljene aktivnosti na veleprodajnem trgu in povezanem maloprodajnem trgu. Navajajo, da je očitno, da je Telekom Slovenije ponudil podjetju Izi mobil in Spar izredno nizke cene dostopa do omrežja, saj je Izi mobil podvojil količine vključenih enot v paketu Izimesec²⁵⁶ in Izimesec M²⁵⁷, podjetje Spar pa ravno tako ponuja maloprodajna paketa po izredno ugodni ceni. Predlagajo, da Agencija z začasnim ukrepom podjetju Telekom Slovenije prepove

²⁵⁴ Dokument opr. št. 3061-3/2015-99.

²⁵⁵ Dokument opr. št. 3061-3/2015-99.

²⁵⁶ Paket vključuje 900 enot na mesec za ceno 6,9 EUR.

²⁵⁷ Paket vključuje 1.800 enot na mesec za ceno 8,9 EUR.

ponujanje paketov Spar Mobil v sedanji obliki in v vseh drugih oblikah, v katerih bi ta storitve v omrežju Telekom Slovenije ponujal pod stroški zagotavljanja storitev (prepoved plenilskih cen). Prav tako predlagajo, da naj se podjetju Telekom Slovenije dodatno naloži javna objava veleprodajnih ponudb preprodajalcem storitev ter prejeta dejanska plačila.²⁵⁸

176. Glede predloženega korektivnega ukrepa AKOS²⁵⁹ navaja, da je v stanju ugotovljene veleprodajne konkurence nekoliko redundanten, saj določena omejitvena dejanja posameznega ponudnika »regulira« ali onemogoča konkurenčni trg in se zdi določena oblika »samoregulacije« bolj primerna za manj ali ne-konkurenčne trge. Navaja, da predlagani korektivni ukrepi niti niso nujni, načeloma nimajo nobenega negativnega vpliva na konkurenco, v kolikor je nimajo namena omejevali. Nikakor pa v primeru, da obravnavani veleprodajni trg dostopa ne bi bil konkurenčen, predloženi korektivni ukrep ne bi mogel zadostiti minimalnim ukrepom, ki bi zagotavljali nujne pogoje za ustrezno konkurenco na maloprodajnem trgu in ne bi bili zadostni za zagotavljanje takšne konkurence. V tem primeru bi bil nujen dodaten poseg ex post ali (če bi tako ugotovila analiza in preizkus treh meril) ex ante regulatorja.
177. AKOS navaja, da si Telekom Slovenije omogoči zavrtni vse nadaljnje povpraševalce, ki bi sledili prvemu. V stanju konkurence veleprodajnega trga to ni problematično, saj lahko povpraševalci zadostijo svojim potrebam pri drugih operaterjih (npr. pri Si.mobilu in Tušmobilu), Telekom Slovenije pa bi bil stimuliran ponuditi dostop več kot zgolj enemu povpraševalcu. Takšna omejitev pa je lahko sporna v okolju, ki ne zagotavlja ustrezne veleprodajne konkurence, saj nujno negativno vpliva na maloprodajno konkurenco in lahko predstavlja t.i. market foreclosure.
178. Telekom Slovenije je taksativno navedel storitve, ki bi jih povpraševalcem nudil, kar je z vidika transparentnosti primerno, po mnenju AKOS pa je to potencialno sporno v primeru, ko bi se ob nekonkurenčnih razmerah na veleprodajnem trgu dostopa Telekom Slovenije omejil »zgolj« na zagotavljanje teh storitev tudi v obdobju, ko bi tehnologija omogočala druge in napredne storitve. S tem bi lahko v okoliščinah neučinkovite konkurence sebe in/ali svojo maloprodajno enoto postavil v superioren položaj nasproti povpraševalcu na svojem omrežju.
179. AKOS navaja, da ne razume povsem navedb Telekom Slovenije glede možnosti bodočih sprememb cen iz Priloge 1. Ni povsem razumljivo, ali klavzula, da se veleprodajne cene spremenijo ob uveljavitvi ukrepov AKOS, AVK, EK ali drugih institucij, preprečuje samovoljno dviganje cen s strani Telekom Slovenije ali kakršnokoli spreminjanje cen med pogodbenima partnerjema. Če to pomeni slednje, je lahko v okoljih z omejeno stopnjo konkurence to problematično, saj a priori onemogoča bodoča pogajanja in usklajevanja okrog osnovnega predmeta pogodbe, to je veleprodajne cene za storitve. V konkurenčnem okolju je takšna klavzula precej nepredmetna, saj lahko povpraševalec uporabi izravnalno moč in poišče ponudnika, ki se je z njim pripravljen pogajati o komercialnih pogojih.
180. AKOS navaja, da vstop na trg ni odvisen samo od učinkovite konkurence na veleprodajnem trgu (ki je sicer predpogoj), ampak je odvisen tudi od kopice ostalih tržnih razmer (denimo zasičenosti trga, ekonomij obsega, vzdržnosti poslovnega načrta itd.). Glede veleprodajnih cen, ki bi zagotavljale možnost učinkovitega vstopa novega ponudnika na maloprodajni trg, AKOS navaja, da so to cene, ki omogočajo učinkovitemu ponudniku storitev/povpraševalcu ob oblikovanju konkurenčnih maloprodajnih cen ustvariti ustrezno maržo. To lahko pomeni tudi, da med cenami veleprodajnih in maloprodajnih storitev ne prihaja do preizkone razlike ali celo, da bi bile veleprodajne cene ponudnika višje od njegovih maloprodajnih cen ali maloprodajnih cen njegovih vertikalno integriranih ali lastniško povezanih maloprodajnih enot. AKOS ne razpolaga z ustreznim izračunom za veleprodajne cene storitev. Opominja, da je treba za hipotetičen izračun teh veleprodajnih cen najprej doreči metodologijo, po kateri bi jih izračunali (»retail minus«, »FAC HCA ali CCA«, »LRIC bottom up ali top down«, »benchmark« itd.). Veleprodajne cene za namene ex post

²⁵⁸ Dokument opr. št. 3061-3/2015-111.

²⁵⁹ Dokument opr. št. 3061-3/2015-100.

regulacije se izračunajo na podlagi ekonometričnih modelov določene metodologije glede na cilje, ki jih želimo s takšno regulacijo doseči, in tržne anomalije, ki jih želimo odpraviti, seveda ob predpostavki, da so za določene upoštevne trge določene metodologije bolj ustrezne od drugih. Takšen ekonometrični model je nato treba izdelati, kar AKOS običajno izvede ob pomoči zunanjih izvajalcev, in traja tudi do enega leta, saj predstavljajo takšni modeli zelo podrobno obravnavo vseh omrežnih elementov operaterja, geografskih značilnosti države, topografije, poseljenosti, prometne obremenjenosti, tržnih deležev operaterjev ipd. Glede na navedeno je nemogoče podati odgovor v obliki absolutnih številik.

IV.3 Sprejem korektivnega ukrepa

181. Drugi odstavek 51. člena ZPOMK-1 določa, da Agencija sprejme liste korektivne ukrepe, za katere presodi, da lahko glede na naravo, obseg in verjetnost uspešne in pravočasne izvedbe odpravijo resen sum o skladnosti koncentracije s pravili konkurence.
182. Na podlagi razpoložljivih podatkov je Agencija ugotovila, da so povprečni prihodki na uporabnika (ARPU) na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev v Republiki Sloveniji višji kot znaša povprečje EU²⁶⁰. Agencija je ugotovila še, da gre v primeru slovenskega trga maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za zrel trg z visoko stopnjo penetracije in z visokimi ovirami za vstop. Na omenjenem trgu ima podjetje Telekom Slovenije veliko bazo uporabnikov in visok tržni delež (49,53% glede na število uporabnikov v letu 2014), ki se mu s koncentracijo še poveča. Agencija je ugotovila, da je navedeni trg glede na prihodke duopolen (visok tržni delež podjetij Telekom Slovenije in Si.mobil po prihodkih). Podjetji Telekom Slovenije in Si.mobil imata edina svoje omrežje izgrajeno do te mere, da lahko delujeta neodvisno, kar pomeni, da sta neodvisna tako na veleprodajnem kot maloprodajnem trgu. Za slovenski trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev je značilno tudi, da ni nobenega ponudnika v obliki MVNO oziroma full MVNO, kot ga imenuje prigrasitelj²⁶¹. Pred predmetno koncentracijo sta na maloprodajnem trgu delovala le dva operaterja ponudnika storitev – SP (oziroma light MVNO-ja), to sta podjetji Izi mobil in Debitel, po predmetni koncentraciji bi na maloprodajnem trgu kot light MVNO samostojno poslovalo le podjetje Izi mobil. Če upoštevamo preprodajalce paketov (Branded Resellerje) kot samostojne ponudnike, le-ti imajo na slovenskem trgu zanemarljive tržne deleže, najvišjega je imelo podjetje Mercator, ki se je letos umaknilo s trga.
183. Podjetji Debitel in Izi mobil sta light MVNO-ja, ki oba uporabljata omrežje Telekoma Slovenije, vendar se bistveno razlikujeta. Podjetje Izi mobil pod blagovno znamko Izimobil ponuja predplačniške storitve, podjetje Debitel pa ponuja predvsem naročniške storitve. Primerjava računovodskih izkazov obeh podjetij pa pokaže, da podjetje Izi mobil v bilanci stanja na dan 31. 12. 2014 izkazuje čisto izgubo poslovnega leta (tako za leto 2014 kot za 2013)²⁶², medtem ko je iz bilance stanja na dan 31. 12. 2014 podjetje Debitel razvidno, da podjetje izkazuje dobiček tako v letu 2013 kot v letu 2014, prav tako ima v obeh letih izkazan preneseni čistil dobiček iz preteklih let. V bilanci stanja podjetje Izi mobil izkazuje relativno visoke kratkoročne obveznosti glede na celotno stanje sredstev oziroma obveznosti do virov sredstev, iz pojasnil k računovodskim izkazom podjetja Izi mobil za leto 2014 je poleg tega še razvidno, da med kratkoročnimi poslovnimi obveznostmi do dobaviteljev največji delež predstavlja obveznost za opravljene storitve v omrežju Telekoma Slovenije. Med poslovnimi odhodki podjetja Izi mobil za leto 2014 so največji delež predstavljali stroški storitev, med temi pa največji delež predstavljajo stroški storitev, opravljenih v omrežju Telekoma Slovenije. [REDACTED]

²⁶⁰ Dokument opr. št. 3061-3/2015-66.

²⁶¹ Iz odločbe Agencije o koncentraciji podjetij Telemach in Tušmobil, opr. št. 3061-20/2014-16 z dne 23. 12. 2014, je razvidno, da je podjetje Telemach navedlo, da deluje kot MVNO, vendar pa Agencija podjetji Telemach in Tušmobil šteje za enotni gospodarski subjekt.

²⁶² Iz izkaza poslovnega izida je razvidno, da je podjetje Izi mobil v letu 2013 izkazalo 8.680 EUR čistega dobička, vendar je imelo pred tem v bilanci stanja iz prejšnjih let nepokrito izgubo. Razvidno iz računovodskih izkazov za leto 2014 podjetja Izi mobil, dokument opr. št. 3061-3/2015-108.

[REDACTED]
[REDACTED] Koliko je za dostop do omrežja plačevalo podjetje Izi mobil, Agencija ni preverjala, prav tako ni preverjala pogojev dostopa do omrežja za ostale ponudnike storitev (Izi mobil, Spar ter druge preprodajalce paketov).

184. Agencija je ugotovila, da podjetje Debitel na slovenskem trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev uspešno posluje. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

185. Skladno z navedenim Agencija meni, da korektivni ukrep, s katerim se podjetje Telekom Slovenije zaveže, da bo po izdaji odločbe Agencije v času trajanja korektivnega ukrepa najmanj enemu novemu operaterju ponudilo dostop do omrežja pod navedenimi pogoji oziroma za novega operaterja bolj ugodnimi pogoji od navedenih, odpravlja pomisleke Agencije glede skladnosti koncentracije podjetij Telekom Slovenije in Debitel.

186. Kadar predlagana koncentracija grozi, da bo bistveno ovirala učinkovito konkurenco, je najučinkovitejši način za ohranitev učinkovite konkurence, razen prepovedi, ustvarjenje pogojev za pojav novega konkurenčnega subjekta ali okrepitev obstoječih konkurentov. Korektivni ukrepi o odobritvi dostopa do infrastruktur in omrežij se lahko predložijo, da se konkurentom olajša vstop na trg. Kot primerne se jih lahko sprejme, kadar je dovolj jasno, da bodo na trg dejansko vstopili novi konkurenti, s čimer bi bile odpravljene kakršne koli bistvene ovire za učinkovito konkurenco.²⁶⁶ [REDACTED]
[REDACTED]

187. Glede navedbe podjetij, da gre v primeru korektivnega ukrepa za zastarel in ekonomsko manj učinkovit način obračunavanja storitev in da bi bil bolj primeren korektivni ukrep s cenovnim modelom zakupa kapacitet (MVNO ponudnik), Agencija navaja, da se bo lahko novi ponudnik storitev sam odločil, kateri model mu bolj ustreza (cenovni model, model zakupa kapacitet ali drugi modeli), Telekom Slovenije pa se zavezuje, da mu ne bo nudil manj ugodnih pogojev dostopa od navedenih (tako glede cen kot ostalih pogojev).

188. Predloge podjetij glede omejitve funkcionalnosti podatkovnih storitev oziroma prepovedi ponujanja paketov z nižjo ceno od primerljivih storitev in podobno, Agencija ocenjuje kot neprimerne, saj bi bili takšni korektivni ukrepi v škodo in ne v korist potrošnikov kot končnih uporabnikov mobilnih storitev. Prav tako kot neprimerne ukrepe Agencija ocenjuje predloge glede prepovedi trženja fiksnih storitev, saj Debitel ne ponuja fiksne telefonije.

189. Agencija meni, da predlagani korektivni ukrep odpravlja vse pomisleke glede skladnosti koncentracije s pravili konkurence in zato drugačni korektivni ukrepi (kot jih npr. predlagajo podjetja v odgovorih glede predlaganega korektivnega ukrepa) niso potrebni oziroma primerni. Novi ponudnik pri vstopu na trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev lahko s pogajanjem doseže bolj ugodne pogoje dostopa (vključno z nižjimi cenami, kot so navedene v korektivnem ukrepu, in drugačnimi oblikami dostopa), zato bo lahko npr. tudi novi neodvisni ponudnik sodeloval na morebitnih prihodnjih razpisih za maloprodajne mobilne storitve za poslovne uporabnike, kar pomeni, da se bo konkurenčnost na razpisih v prihodnje lahko povečala. Agencija zato meni, da korektivni ukrepi v smislu prepovedi, npr.

²⁶³ [REDACTED]
[REDACTED]

²⁶⁴ [REDACTED]
[REDACTED]

²⁶⁵ [REDACTED]
[REDACTED]

²⁶⁶ Sporočilo Komisije o korektivnih ukrepih, dopustnih po Uredbi Sveta (ES) št. 139/2004 in po Uredbi Komisije (ES) št. 802/2004, Ur. l. C 267 z dne 22. 10. 2008, str. 0001 – 0027, odst. 22 in 63.

prepovedi nastopanja na razpisih z blagovno znamko Debitel, niso potrebni. Kot neprimeren ukrep ocenjuje tudi predlog odprodaje dela frekvenčnega spektra, katerega imetnik je Telekom Slovenije, saj podjetje Debitel predstavlja light MVNO in ne razpolaga s frekvenčnim spektrom, kar pomeni, da koncentracija ne vpliva na stanje razporeditve frekvenčnega spektra. Javna objava cen iz Priloge 1, veleprodajnih ponudb in prejetih plačil za dostop do omrežja po mnenju Agencije prav tako ni niti potrebna niti primerna, saj gre za poslovno občutljive podatke, Telekom Slovenije pa bo v času trajanja korektivnega ukrepa Agenciji letno pošiljal popis in kopije posredovanih prvih zavezujočih ponudb, skupaj s komercialnimi pogoji, in po podpisu pogodbe z izbranim ponudnikom še kopijo sklenjene pogodbe, na podlagi tega pa bo Agencija izvajala nadzor nad izvajanjem korektivnega ukrepa.

190. Glede povečanja »maximum capacity cap« z 10% na 25% Agencija navaja, da podjetje Debitel z 90.307 uporabnikov konec leta 2014 ne dosega niti 10% vseh uporabnikov mobilnega omrežja Telekoma Slovenije, saj ima samo podjetje Telekom Slovenije več kot milijon uporabnikov (brez upoštevanja uporabnikov podjetja Debitel in ostalih, ki uporabljajo omrežje Telekoma Slovenije). Ker pa gre v primeru slovenskega trga maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za zrel trg, Agencija meni, da bo novi ponudnik potreboval precej časa, da bo pridobil zadostno bazo uporabnikov in da maximum capacity cap oziroma maksimalen zakup zmogljivosti v višini 10% vseh uporabnikov mobilnega omrežja Telekoma Slovenije ne bo zlahka doseči oziroma se bo novi ponudnik, ki ga bo dosegel, izkazal za zelo uspešnega. V primeru dosega navedenega maksimalnega zakupa zmogljivosti s strani novega ponudnika, to pomeni, da bo v bodoče na maloprodajnem trgu deloval nov, uspešen in dobro delujoč ponudnik storitev, ki se bo lahko pogajal tudi z drugimi infrastrukturnimi operaterji (Si.mobil in Tušmobil) za dostop do omrežja.

191. S predmetno koncentracijo se stanje konkurence na veleprodajnem trgu ne spremeni, saj je Debitel light MVNO. Po navedbah AKOS na veleprodajnem trgu obstaja zadostna ponudba glede na trenutno in bodoče povpraševanje, vsi trije infrastrukturni operaterji so vsak zase zainteresirani nuditi katero od oblik dostopa obstoječim in potencialnim povpraševalcem. Kot izhaja iz navedb AKOS, ki deluje kot ex ante regulator trgov elektronskih komunikacij, predloženi korektivni ukrep ni problematičen. Iz predloženega korektivnega ukrepa tudi ne izhaja, da bi bila novemu ponudniku onemogočena zamenjava infrastrukturnega operaterja, ki mu bo nudil dostop do omrežja (podjetja predlagajo, da bi moral imeti novi ponudnik lasten številski blok, ki bi ga lahko brez težav prenesel k drugemu infrastrukturnemu operaterju). Skladno s korektivnim ukrepom lahko potencialni novi ponudnik storitev sam izbere obliko dostopa do omrežja, vključno s tem, ali bo razpolagal z lastnim številskim blokom oziroma kodo omrežja. Prav tako so s korektivnim ukrepom določene storitve, ki se jih je zavezal zagotavljati Telekom Slovenije in so potrebne za zagotavljanje mobilnih telekomunikacijskih storitev na maloprodajnem trgu, pri tem pa je navedeno, da bo zagotavljal najmanj navedene storitve, kar pomeni, da zagotavljanje storitev, ki so potrebne za delovanje na maloprodajnem trgu ni omejeno le na navedene storitve. Iz predloženega ukrepa tudi ne izhaja, da bo Telekom Slovenije zavrnil vse naslednje povpraševalce po dostopu do omrežja, saj je navedeno, da bo pod pogoji iz Priloge 1 dostop nudil vsaj enemu novemu ponudniku storitev na maloprodajnem trgu.

V. ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA

192. V skladu s prvim odstavkom 118. člena Zakona o splošnem upravnem postopku²⁶⁷ mora organ odločiti o stroških postopka. Glede na to, da posebni stroški v postopku niso nastali, je organ odločil, kot izhaja iz tretje točke izreka.

²⁶⁷ Uradni list RS, št. 24/06-UPB2, 105/06-ZUS-1, 126/07, 65/08, 47/09 Odl.US: U-I-54/06-32 (48/09 popr.), 8/10 In 82/13.

VI. ZAKLJUČEK

193. Na podlagi vsega zgoraj obrazloženega, Agencija ugotavlja, da koncentracija podjetij Telekom Slovenije in Debitel ob izpolnjevanju navedenega korektivnega ukrepa ne bo povzročila učinkov, ki bi lahko bistveno zmanjšali obstoječo konkurenco na horizontalno povezanem trgu. Zato je Agencija na podlagi 3. odstavka 51. člena in 3. odstavka 46. člena ZPOmK-1 odločila, kot izhaja iz izreka te odločbe.

VII. POUK O PRAVNEM SREDSTVU

Zoper to odločbo je dovoljeno vložiti tožbo pri Upravnem sodišču Republike Slovenije, Fajfarjeva 33, 1000 Ljubljana, v roku tridesetih dni od dneva vročitve odločbe. Tožba se v dveh izvodih vloži pri sodišču all pa se pošlje po pošti. Šteje se, da je bila tožba vložena pri sodišču tisti dan, ko je bila priporočeno oddana na pošto.

Postopek vodila:

mag. Mirjana Rozman

M. Rozman



Andrej Krašek
Predsednik senata

A. Krašek

Vročiti:

- Telekom Slovenije d.d., Cigaletova ulica 15, 1000 Ljubljana, po pooblaščenju: Eva Škufca, Odvelniška pisarna Schönherr – podružnica v Sloveniji, Tomšičeva ulica 3, 1000 Ljubljana - osebno po ZUP.

Vložiti:

- zbirka dokumentarnega gradiva, tu.

Objaviti:

- Izrek odločbe se objavi na spletni strani Javne agencije Republike Slovenije za varstvo konkurence.

VIII. PRILOGA 1

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

IX. PRILOGA 2: KAZALO VSEBINE

I.	PRIGLASITEV IN UDELEŽENCI POSTOPKA	4
II.	PODREJENOST ZPOmK-1	7
II.1	Koncentracija	7
II.2	Preseganje pragov po prvem odstavku 42. člena ZPOmK-1	8
II.3	Pristojnost Agencije	8
III.	SKLADNOST S PRAVILI KONKURENCE	9
III.1	Upoštevni proizvodni oziroma storitveni trg in upoštevni geografski trg.....	9
III.1.1	Trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike.....	10
III.1.2	Veleprodajni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij	14
III.1.3	Veleprodajni trg storitev mednarodnega gostovanja.....	15
III.1.4	Veleprodajni trg storitev zaključevanja klicev	15
III.2	Ponudniki mobilnih telekomunikacijskih storitev na slovenskem trgu	16
III.2.1	Ponudniki mobilnih telekomunikacijskih storitev končnim uporabnikom	16
III.2.2	Kratek opis mobilnega telekomunikacijskega trga v Sloveniji	18
III.2.3	Frekvenčni pasovi, ki jih imajo v uporabi posamezni infrastrukturni operaterji	21
III.3	Presoja koncentracije	22
III.3.1	Presoja na trgu maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike.....	22
III.3.1.1	Enostranski protikonkurenčni učinki	22
III.3.1.2	Tržni deleži udeležencev na maloprodajnem trgu in stopnja koncentracije trga	25
III.3.1.3	Menjava ponudnika storitev mobilne telefonije.....	32
III.3.1.4	Penetracija uporabnikov	35
III.3.1.5	Vstop na trg.....	36
III.3.1.6	Koordinirani protikonkurenčni učinki	39
III.3.2	Vertikalni učinki.....	41
III.3.2.1	Veleprodajni trg dostopa do javnih mobilnih telefonskih omrežij in posredovanja klicev iz teh omrežij – trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike	42
III.3.2.2	Veleprodajni trg storitev mednarodnega gostovanja in veleprodajni trg storitev zaključevanja klicev – trg maloprodajnih mobilnih telekomunikacijskih storitev za končne uporabnike	45
IV.	KOREKTIVNI UKREP	46
IV.1	Predlagani korektivni ukrep	46
IV.2	Mnenja glede predlaganega korektivnega ukrepa.....	46
IV.3	Sprejem korektivnega ukrepa	51
V.	ODLOČITEV O STROŠKIH POSTOPKA	53
VI.	ZAKLJUČEK	54
VII.	POUK O PRAVNEM SREDSTVU	54
VIII.	PRILOGA 1	55
IX.	PRILOGA 2: KAZALO VSEBINE	57

