

Nasjonal kommunikasjonsmyndighet  
Postboks 93  
4791 Lillesand

Sendes per e-post til: [firmapost@nkom.no](mailto:firmapost@nkom.no)

27. april 2022

## GlobalConnect og HomeNets innspill til høring av metode for geografisk markedsavgrensning

### 1. Bakgrunn

GlobalConnect AS og HomeNet AS (i felleskap "**GlobalConnect**") viser til Nasjonal kommunikasjonsmyndighets ("**Nkom**") høringsnotat 23. mars 2022 om metode for avgrensning av geografiske markeder for fast bredbåndsaksess. Her beskriver tilsynet det metodiske utgangspunktet for om Nkom skal definere ett eller flere geografiske markeder i et fremadskuende perspektiv samt de foreløpige vurderingene. Dette skal danne grunnlag for nye vedtak om eventuell grossistregulering i markedet for fast bredbåndsaksess.

Vi har i vårt høringsvar 18. januar 2022 redegjort grundig for hvorfor vi mener fiberbaserte aksesser utgjør et eget, separat marked, konsekvensene dersom Nkom skulle inkludere Fast Mobilt Bredbånd ("**FMB**") og hvorfor analysene også må omfatte bedriftsmarkeder. Metoden for geografisk markedsavgrensning henger tett sammen med hvordan tilsynet velger å avgrense de tilhørende produktmarkedene. Vi vil derfor innledningsvis i punkt 2 kort beskrive disse sentrale driverne holdt opp mot tilsynets uttalelser i det siste høringsnotatet.

GlobalConnect vil deretter i punkt 3 – 6 redegjøre for våre synspunkter på, og innspill til, det videre arbeidet med geografiske avgrensninger av det norske markedet for bredbåndsaksess. Som det fremgår under, er de geografiske markedene for bredbåndsaksess ikke nasjonale. Både markedsstrukturen og den fremtidige konkurransen mellom aktørene tilsier at de skal avgrenses regionalt eller i mindre områder.

Som grunnlag for analysen mener GlobalConnect at Nkom bør velge den geografiske enheten som best fanger opp de reelle forholdene på etterspørsels- og tilbudssiden. I Norge er postnummer den best egnede enheten for å få et korrekt analysegrunnlag for hva som bør være relevante geografiske markeder for en fremtidig markedsregulering. Vi har under beskrevet hvordan tilsynet kan gå frem med dette som utgangspunkt.

## 2. Kommentarer til de regulatoriske rammene for den geografiske markedsavgrænsningen

### **(a) Innledning**

Innledningsvis ønsker vi å gjenta tre viktige elementer fra vårt innspill til høringen av produktmarkedsavgrænsningen som også har betydning for den geografiske avgrænsningen: (a) Substituerbarheten på tilbuds- og etterspørselssiden tilsier at fiberaksess utgjør et eget, relevant produktmarked; (b) markedsdata tilsier at FTB ikke inngår i dette produktmarkedet og (c) Nkom skal og må også analysere begge de relevante bedriftsmarkedene.

### **(b) Fiberaksess vil være et eget, relevant marked i Norge innenfor analysens tidshorisont**

Markedsforholdene, sluttkundernes etterspørsel og den tekniske utviklingen tilsier at "høyhastighetsbredbånd" bør være forbeholdt tjenester med en minste nedlastingshastighet og opplastingshastighet på 1 Gbit/s i den kommende reguleringsperioden.

Fiber utgjør 63 % av de totale antallet aksesser i privat- og bedriftsmarkedet. Andelen er sterkt voksende. Dette er en tydelig melding fra markedet om at fiber er sluttkundernes foretrukne bredbåndsaksessteknologi. Til illustrasjon har andelen privatkunder med 1 Gbit/s-abonnement økt fra 8 % i 2016 til 87 % i 2021 i HomeNets fiberkundebase. Vi forventer at denne trenden vil fortsette, om ikke styrke seg innenfor analysens tidshorisont.

Gitt en oppgradering med XGS-PON/P2P-teknologi, er fiber i praksis den eneste infrastrukturen som kan levere stabile sluttbrukerhastigheter opp mot 10.000/10.000 Mbps og dermed dekke etterspørselen. Fiber vil dermed være bærebjelken i digitaliseringen av Norge i den neste reguleringsperioden. Dette er også i tråd med EU-kommisjonens forventninger i den reviderte anbefalingen.

Når det gjelder andre aksessformer, vil HFC blir stadig mindre relevant for sluttkundene og overbygges med fiber. Det er tydelig allerede i dag. Vi har i flere år sett at HFC-områder ikke bare overbygges med fiber, men at om lag 3/4 av kundene velger å bytte til fiber. Videre observerer vi at også HFC-tilbydere slik som Telenor overbygger egen infrastruktur med fiber. For helhetens skyld, vil vi presisere at nettverket noen få steder er oppgradert til DOCSIS 3.1. Aksessen kan dermed levere hastigheter på 1.250/1.000 Mbps. Vi tror vi fortsatt vil se slik oppgraderinger innenfor analysens tidshorisont, men kun i noen få, utvalgte områder.

Som det fremgår under mener vi videre at FTB vil være et godt alternativ for dem som fortsatt benytter kobberbaserte DSL-linjer eller gamle coax-nettverk, men er ikke et fullgodt substitutt til fiber uavhengig av bæretjeneste (4G, 5G eller fremtidige oppgraderinger).

GlobalConnect mener derfor at fiber utgjør et eget, separat og produktmarked og at dette vil være den dominerende aksessteknologien i et fremadskuende perspektiv.

**(c) Konsekvensene dersom FMB inntas i markedet for fiberaksess**

GlobalConnect mener FMB ikke er et substitutt til fiber, men en komplementær tjeneste. Det inngår derfor ikke i det samme markedet.

Dagens situasjon gir et godt bilde av hvilken betydning FTB vil få også for markedsforholdene fremover. Per nå tilbys FTB primært med 10-60 Mbps hastigheter, og kun unntaksvis med midband 5G og tilstrekkelig kapasitet i noen få områder.

Bransjen har i flere år snakket om lansering av høyhastighets bredbåndsaksess (1.000 Mbps og høyere) over FTB ved hjelp av 5G. Vi har likevel til gode å se om aktørene omsetter disse utsagnene til handling, eller konkrete eksempler på strukturert utbygging av høyhastighets-FTB bygges i større områder. Reell dekning for en større andel av Norges befolkning vil kreve en helt annen granularitet på basestasjonsnivå og en massiv infrastrukturbygging. Vi kan ikke se at verken Telenor, Telia eller Lyse/Ice har planlagt for, eller budsjettert med, slike investeringer. Tvert om tilbys FTB med høyere hastigheter kun i utvalgte områder innad i byer eller veldig tettbygde strøk der tilbyderen har restkapasitet i mobilnettet.

WIK-Consults rapport 18. januar 2022 vedlagt RiksTVs hørings svar støtter opp under dette. Her fremgår det blant annet: *"The product characteristics and capabilities of FWA provided over 4G as well as over 5G networks are limited and constrained in particular in comparison to FTTH so that these access technologies are not substitutable. This is also the conclusion which WIK-Consult has developed within the study to advise the European Commission on the new Recommendation on relevant markets in 2020"*.

Vi tillater oss også å minne om myndighetenes eget målbilde for robuste nett i Norge som sier at i 2030 skal *"alle husstander og virksomheter ha tilbud om minst to uavhengige bredbåndstilknytninger"*. I dette målbildet vil FTB kunne bli helt avgjørende som en sekundær aksess, dog med lavere hastigheter, asymmetri og et delt medium kontra primæraksess på fiber. En overbygging av fiber til alle husstander er ikke et realistisk økonomisk scenario og vil heller ikke øke robustheten da alle fiberkabler vil bli liggende i da samme rørene og føringsveiene.

**(d) Nkom skal og bør analysere de to bedriftsmarkedene for tilgang til generiske datatjenester på en fast adresse**

I høringsnotatet skriver Nkom på side 4 at tilsynet nå vil gjennomføre "en tre-kriterie-test for den delen av sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess som ikke omfattes av markedet for standardisert bredbåndsaksess." Hensikten er å vurdere om sluttbrukermarkedet for høykvalitets aksessprodukter oppfyller de tre kriteriene som må være oppfylt for å pålegge sektorspesifikk forhåndsregulering. I 2018 konkluderte Nkom med at disse tre kriteriene ikke var oppfylt for sluttbrukermarkedet for høykvalitets aksessprodukter.

Dette synes å være i tråd med våre innspill til produktmarkedsavgrensningen og kommisjonens/ESA føringer. Vi støtter derfor fremgangsmåten.

De standardiserte høyhastighets B2B-produktene inngår allerede som en naturlig del av de relevante produktmarkedene i Norge og vil i enda større grad vil gjøre det i

fremtiden. Nkom må ta høyde for dette i sine analyser. I praksis vil det omfatte standardiserte, fiberbaserte aksesser med L2 symmetriske ethernet-produkter basert på fiber tilsvarende Telenors VULA/VULA Proff-produkt, og hvor dette markedet på lik linje med B2C vurderes i forhold dekning av næringsbygg/næringsadresser og offentlige bygg. Det vil da også innebære at Telenors «usystematiske» fiber aksessnett som ikke inngår i dagens VULA-dekning også må inngå i en slik analyse. Denne B2B-må ikke forveksles med eller vurderes som en del av det gamle Marked 4 "Sluttbrukermarkedet for høykvalitets aksess".

Skulle Nkom velge å holde slike B2B aksesser utenfor de relevante produktmarkedene, risikerer myndighetene å feilaktig overse sentrale deler av etterspørselssiden i både bedriftsmarkedet og offentlig sektor. En slik tilnærming passer dessuten dårlig med den nasjonale markedsstrukturen, nettverkstopologien i Norge og de iboende forskjellene mellom konkurransesituasjonen i distrikter og tettbygde strøk. I de øvre delene av bedriftsmarkedet finnes det i realiteten kun én tilbyder som tilbyr faste bredbåndstjenester over egen aksessinfrastruktur til lokasjoner over hele landet. Vi forventer at Nkom i sine kommende analyser ser på tre separate produktmarkeder, hhv. det private massemarkedet, sluttbrukermarkedet for små- og mellomstore bedrifter og sluttbrukermarkedet for store eller teknisk avanserte bedriftskunder, hvor et relevant sluttbrukermarked skal defineres basert på at det finnes tilgang til generiske datatjenester (særlig internettilgang) på en fast adresse.

### **3. Kommentarer til Nkoms beskrivelse av det metodiske utgangspunktet (kapittel 4)**

#### **(a) Valg av geografiske enhet**

GlobalConnect er enig med Nkom i at en markedsregulering ikke bør utformes på en måte som gjøre den uforholdsmessig ressurs- og tidkrevende å *oppretholde over tid*. Samtidig bør dette hensynet ikke hindre tilsynet i å gjennomføre en solid og *grundig analyse* av markedsforholdene på riktig detaljnivået. Regulering vil prege det norske bredbåndsmarkedet det neste tiåret og vil være helt avgjørende for å sikre god konkurranse og et godt tjenestetilbud til de norske forbrukerne, uten at disse skal være innelåst i monopoler med lite valgfrihet og unødvendig høye priser.

GlobalConnect er videre enig med tilsynet i at de norske markedene for bredbåndsaksess ikke nødvendigvis er nasjonale i et fremadskuende perspektiv, men kan måtte deles inn i mindre geografiske enheter. I punkt 5 under går vi nærmere inn på hvilke regionale enheter som gir myndighetene det beste utgangspunktet for å analysere forholdene på tilbuds- og etterspørselssiden.

#### **(b) Vurdering av konkurranseforholdene i de valgte geografiske enhetene**

Antall infrastrukturtilbydere: GlobalConnect mener det er antallet eksisterende og potensielle infrastrukturtilbydere i et område som avgjør konkurranseintensiteten. Samtidig er det viktig at Nkom i sine analyser tar hensyn til ikke bare antallet aktører i de ulike geografiske enhetene, men også hvilke tilbydere som er til stede her. Hvis ikke, kan konsekvensen være at to geografiske områder med to ulike monopolister vil defineres som lik konkurransesituasjon og slås sammen til en geografisk enhet

hvor det da feilaktig kan se ut til at sluttbrukeren har to tilbydere. Vi tolker det som Nkom presiserer dette i kapittel 4.3.

Dekningsdata: Nkoms dekningsdata for aktører hvor HP (Homes Passed) ikke er rapportert overestimerer per definisjon de reelle dekningsområdene og dermed konkurranseintensiteten. Det er rimelig å anta at HC (Homes Connected) er jevnt fordelt i et HP-nett. GlobalConnect mener det er mest presist å benytte alle adresser mellom en aktørs HC-er som definisjon/proxy for en aktørs dekningsområde i de tilfeller reelle HP-tall ikke er rapportert.

Utbyggingsplaner: Alle aktører, inkludert GlobalConnect, legger utbyggingsplaner som ender opp med å ikke bli realisert. For å ikke overestimere betydningen av utbyggingsplaner og dermed konkurransen, er det viktig å ha et tydelig regelsett for hva som er en utbyggingsplan. Vi foreslår at en regel kan være at fysisk HP-utbygging har startet.

Relevant produktmarked: I vurderingen av antall tilbydere, vil antallet alternative tilbydere en sluttbruker har tilgang til være svært avhengig av produktmarkedsavgrensning. GlobalConnect mener fiber i praksis utgjør et eget, relevant produktmarked for høyhastighetsbredbånd.

***(c) Aggregering av geografiske enheter i ett eller flere relevante geografiske markeder basert på vurderingene av konkurransemessige forhold i hver av de geografiske enhetene***

Oppbygging av geografiske enheter: Nkom påpeker i punkt 4.2 at tilsynet har besluttet å gjennomføre en dekningsanalyse. Vi mener tilsynet i denne forbindelse også bør starte med å analysere forholdene på tilbuds- og etterspørselssiden på postnummernivå. Postnummer er i Norge den enheten som gir best innsikt i den faktiske aksessinfrastruktursituasjonen til alle husstander og næringsbygg i et avgrenset geografisk område og dermed de reelle konkurranseforholdene. Et datagrunnlag på postnummernivå er dessuten godt egnet for videre aggregering slik at Nkom kan slå sammen et sett av postnummer som ligger inntil hverandre til større geografiske enheter basert på hvilke og hvilket antall aktører som opererer innenfor de ulike geografiske områder. For å hensynta tilsynets ressursbruk og kapasitet for grundig analyse, kan det være fornuftig å avgrense analysen til aktører som utfra sammenslåing av postnummer kommer ut med mer enn f.eks. 5.000 kunder.

Prisforskjeller: Listepriene til de tre store aktørene i SDU-segmentet ("Single Dwelling Units", villamarkedet) er i stor grad harmonisert på nasjonalt nivå. Dersom Nkom skal basere indikatorer på regionale markeder på prisforskjeller, burde dette kun gjøres dersom tilsynet har tilgang til reelle priser i de ulike geografiske områdene. Dette for å unngå en feilaktig analyse med listepriene hvor det vil se ut som om prisene er like i hele landet, uavhengig av konkurranse (overbygging eller Telenor VULA Fiber). Vi bemerker også at det er svært betydelige prisforskjeller mellom SDU og MDU ("Multi Dwelling Units", borettslagsmarkedet) (borettslag). Denne forskjellen kan enkelt elimineres ved å begynne analysen på postnummernivå og arbeide seg utover. Årsaken til dette er at MDU-er ofte ligger i klynger innad i postnumre, som f.eks. Oslo sentrum.

Partnerskap: For at analysen skal gi et korrekt bilde av aktørlandskapet og markedsandeler er det svært viktig at Nkom tar hensyn til at en rekke lokale fiberaktører ikke opptrer som uavhengige konkurrenter, men hører hjemme i en større gruppering gjennom eksklusive franchise- og/eller partnerskapsavtaler. Deres markedsandeler må legges sammen med markedsandelen til den nasjonale aktøren de er bundet til. Dette er også i tråd med konkurranserettslig metode. Ettersom partnerskapsavtaler normalt definerer hvilke postnumre de ulike partnerne kan operere i for å unngå at de konkurrerer med hverandre. Et naturlig eksempel her vil kunne være Lyse/Altibox partnerskapet.

Nye forretningsmodeller: Vi er enige med Nkom i at tilbydere som baserer seg på nye forretningsmodeller skal kunne etablere seg som en konkurrent til de etablerte aktørene. Dette er i råd med EU-rammeverkets målsetninger om å stimulere til innovasjon og tjenesteutvikling uavhengig av infrastruktur, samt snu bildet av at Norge i sterk kontrast med de fleste andre Europeiske land et land uten infrastrukturuavhengige tjenestetilbydere. Dette løses ved å definere produktmarkedet som fiber og å gjøre en grundig og virkelighetsgjenspeilende analyse av de geografiske områdene slik at flest mulig reelle monopoler åpnes opp for konkurranse.

***(d) Vurdering av om eventuelle geografiske forskjeller i konkurranseforhold skal reflekteres i markedsdefinisjonene i form av at det defineres mer enn ett relevant geografisk marked, eller i form av geografisk differensiert virkemiddelbruk i et nasjonalt marked***

Effekten av de to ulike modellene bør i teorien bli den samme. GlobalConnect tror den tryggeste og enkleste løsningen vil være å bruke en modell som definerer mer enn ett relevant geografisk marked, enten basert på geografisk størrelse eller aktørers størrelse. En modell basert på geografisk differensiert virkemiddelbruk i et nasjonalt marked vil kunne være ressurskrevende å håndheve over tid.

#### **4. Kommentarer til Nkoms foreløpige vurderinger av om markedet for fast bredbåndsaksess i Norge er nasjonalt (kapittel 5)**

##### ***(a) Teknologisk utvikling***

GlobalConnect er enig med Nkom i at kobberaksess bør vurderes som et eget produktmarked i et framoverskuende perspektiv. Videre må tilsynet videreføre dagens regulering inntil infrastrukturen legges ned. Vi har begrunnet dette nærmere i vårt hørings svar om den videre reguleringen av kobbernettet.

Som det fremgår over mener vi videre at FTB kan være et alternativ for dem som ikke har fått, eller kan få, fiber, men at det ikke er et fullverdig substitutt innenfor analysens tidshorisont. HFC-basert bredbåndsaksess vil trolig heller ikke inngå i samme marked som fiberbasert bredbåndsaksess.

##### ***(b) Geografiske forskjeller***

Det er store geografiske forskjeller i de norske markedene for fast bredbåndsaksess. Dette kan enkelt sees ved å sammenligne prisene for MDU ("Multi Dwelling Units", borettslagsmarkedet) med SDU ("Single Dwelling Units",

villamarkedet). I de større byene er det en overvekt av MDU-er og dermed et tydelig skille mellom hva man betaler for bredbånd i større byer sammenlignet med på landet. Denne utviklingen innebærer at konkurransen er sterkere i tettbygde strøk enn i distriktene, noe som blant annet gir kundene bedre produkter (eks. flere TV-kanaler, lavere etableringskostnader, særskilte rabatter) og større valgfrihet. Dette understreker behovet for å starte analysen av de geografiske markedene med utgangspunkt i en regional enhet som er mindre enn det Nkom legger opp til å ende opp med som regionalt marked, f.eks. ved bruk av postnummer.

### **(C) Nasjonalt marked for fast bredbåndsaksess**

Nkom mener det er for tidlig å konkludere med hensyn til om markedet for fast bredbåndsaksess i Norge er nasjonalt eller ikke. Tilsynet vil derfor gjennomføre en etterspørselsanalyse mv. før det tar endelig stilling til valg av enhet.

GlobalConnect mener dette kan være overflødig. Tilgjengelige data fra Nkoms egne statistikk og åpne kilder underbygger at de norske markedene ikke lengre er nasjonale. På kort og mellomlang sikt vil det bli enda tydeligere at konkurransen ikke skjer på nasjonalt nivå, men varierer mellom de ulike geografiske områdene i landet.

Dersom tilsynet skulle legge et for stort geografisk område til grunn for sine markedsanalyser, uten å ha innhente faktiske data og startet analysen på et reelt lokalt nivå, så vil Nkom ikke klare å fange opp tilbydernes reelle markedsmakt. Til illustrasjon er flere aktører jevnstore regnet etter antall abonnement uavhengig av teknologi.

Som et underlag til dette høringsinnspillet har vi gjennomført stikkprøver av markedsforholdene ved bruk av sammensatte data for mindre geografiske enheter (postnummer). I [vedlegg 1](#) har vi forklart hvordan vi har gått frem og illustrert aktørenes reelle tilstedeværelse i ulike områder. Som det fremgår av disse eksemplene, kan sluttbrukerne tilsynelatende velger mellom en rekke, ulike tilbydere på et regionalt nivå (eks. Trondheim). En mer detaljert analyse avdekker samtidig at enkeltaktører har et tilnærmet monopol i mange av de områdene som inngår i regionen. Dette går igjen over store deler av landet.

GlobalConnect mener Nkom må starte med helt lokale data for eksempel på postnummernivå for å fange opp det reelle markedet bredbåndsaksess, og deretter starte en aggregering for å ende opp med en relevant geografisk størrelse/enhet som grunnlag for videre SMP analyse. Som nevnt foran kan dette for eksempel gjøres ved å summere postnummer som ligger inntil hverandre inntil man kommer opp i et antall aksesser totalt og/eller pr aktør. Man kan da se for seg at man ender opp i noen størrelser som for eksempel er større enn kommuner, men mindre enn fylker og hvor det vil være langt flere postnummer som inngår i den geografiske enheten i grisgrendte strøk kontra byer og tettbygde strøk.

## **5. Kommentarer til Nkoms foreløpige vurderinger av alternative geografiske enheter (kapittel 6)**

### ***(a) Landsdeler, fylker og kommuner***

Nkom har gjort flere vurderinger knyttet til alternative geografiske enheter.

GlobalConnect er enig med tilsynet i at de norske markedene for bredbåndsaksess ikke er nasjonale i et fremadskuende perspektiv, men må deles inn i mindre geografiske enheter.

Videre stiller vi oss også bak den foreløpige konklusjonen om at de fem landsdelene ikke er en egnet, geografisk målestokk for å vurdere konkurranseforholdene. Det samme er tilfellet for de 11 fylkene (mulige 14-15 fremtidige). Slik områder blir for store til å gi en meningsfylt analyse av de relevante forholdene på tilbuds- og etterspørselssiden på sluttbruker og grossistnivå.

Samtidig er vi enig med Nkom i at det ikke er hensiktsmessig å ta utgangspunkt i Norges 356 kommuner.

### ***(b) Geografisk enhet som er større enn kommuner og mindre enn fylker***

GlobalConnect mener Nkom har tilstrekkelig datagrunnlag og forutsetninger for å definere geografiske enheter basert på en aggregert analyse av postnumre, se kommentarer over og punkt (c) under. Det er nærliggende å tro at en slik fremgangsmåte vil gi geografiske enheter som er større enn kommuner og mindre enn fylker. Videre mener vi en slik inndeling best reflekterer de faktiske markedsforholdene, samtidig som det ikke blir uforholdsmessig ressurs- og tidkrevende å opprettholde dem.

### ***(c) Andre mulige geografiske enheter***

Postnummer: Selv om vi er enige med Nkom i at isolerte postnumre kan gi for små geografiske områder for en fremtidig regulering, kan de som beskrevet over lett aggregeres til større geografiske områder. GlobalConnect mener bruk av postnumre, eventuelt sammen med grunnnummer, gir en mer treffsikker og riktig analyse av likehetet og forskjeller mellom konkurransen i ulike områder. Det er derfor en bedre geografisk enhet enn et område som er større enn kommuner og mindre enn fylker. Vi har i vedlegget til dette høringssvaret beskrevet hvordan Nkom kan gå frem for å avgrense markedet ved hjelp av postnummer i stedet for en enhet som er større kommuner og mindre enn fylker.

Konsesjonsområder for energi: Vi er enige med Nkom i at konsesjonsområder i energimarkedet som geografisk enhet ikke er like egnet i Norge som i Danmark og slutter oss til tilsynets begrunnelse.



## **6. Andre innspill til Nkoms videre arbeid med geografiske avgrensninger av det norske markedet for fast bredbåndsaksess**

### ***(a) Markedsavgrensningen må ta hensyn til regulering av geografiske områder i franchiser og partnerskap***

Det er ikke uvanlig at eksklusive franchise- og partnerskapsavtaler forsøker å definere hvilke postnumre de ulike partnerne kan operere for å unngå at de konkurrerer med hverandre direkte. Dette har to viktige implikasjoner for Nkoms markedsavgrensningen:

- 1) Medlemmer i slike partnerskap må behandles som én markedsaktør så lenge partnerskapsavtalene er eksklusive for en tjenestetilbyder.
- 2) Konkurransesanalysen bør basere seg på aggregering av postnumre slik at analysen tar hensyn til de reelle markedsforholdene som den enkelte sluttkunde står overfor.

## **7. Avsluttende kommentarer**

Uavhengig av hvilken metodikk Nkom velger for å avgrense de geografiske markedene, er det viktig at den fanger opp det faktum at det norske bredbåndsmarkedet basert på fiberaksesser i praksis består av en rekke lokale monopoler. Våre analyser viser at tilnærmet alle villaer i Norge ligger i et lokalt monopol. Dette er ikke tilfeldig, men et naturlig resultat av måten operatørene har bygget nettene opp over tid. Det er også denne dekkningen som avgjør konkurransesintensiteten. Penetrasjonen av fiberaksesser i Norge er høy og utbyggingen av ny fiberinfrastruktur nærmer seg nå slutten. Dette bildet vil dermed ikke endres i nevneverdig grad innenfor det nye vedtakets tidshorison. I fravær av relevant regulering vil dette i ytterste konsekvens føre til et permanent oligopol med en perfekt markedsdeling mellom de tre store tilbydergruppene (Telenor, Telia og Lyse/Altibox).

Vi stiller gjerne til et møte med Nkom for å gå grundigere igjennom våre analyser av konkurransesituasjonen i hvert av områdene hvor disse aktørene opererer. Her kan vi også demonstrere hvordan vi har analysert fiberdekkningen i ulike områder, validere dataene og gjennomgå evt. feilmarginer.

Eventuelle spørsmål kan rettes til undertegnede på telefon +47 93 08 10 17 eller e-post [metjoh@globalconnect.no](mailto:metjoh@globalconnect.no).

Med hilsen

**GlobalConnect AS og Homenet AS**



**Mette E. Johansen**  
Head of Group Legal & Regulatory

## VEDLEGG 1

Som underlag til dette høringsinnspillet har GlobalConnect brukt tilgjengelige datakilder til å analysere de geografiske forskjellene i det norske markedet for bredbåndsaksess (kun fiber). Denne informasjonen bygger på en rekke datakilder og er opprinnelig satt sammen for å kartlegge fiberbasert internettaksess til bruk i den operative virksomheten. Det gir derfor ikke nødvendigvis ikke et helt presist bilde av markedsforholdene. Våre stikkprøver bekrefter vår opplevelse av konkurransesituasjonen over hele landet – vi konkurrer ikke med andre aktører i et felles nasjonalt marked, men i en rekke lokale/regionale områder der markedsforholdene varierer. Vi vil i dette vedlegget redegjøre for (1) hvilken metode vi har brukt i analysen, (2) hvilke funn den gir (visuelt) og (3) hvilke funn den gir (kvantitativt).

### **(1) Analysemetodikken.**

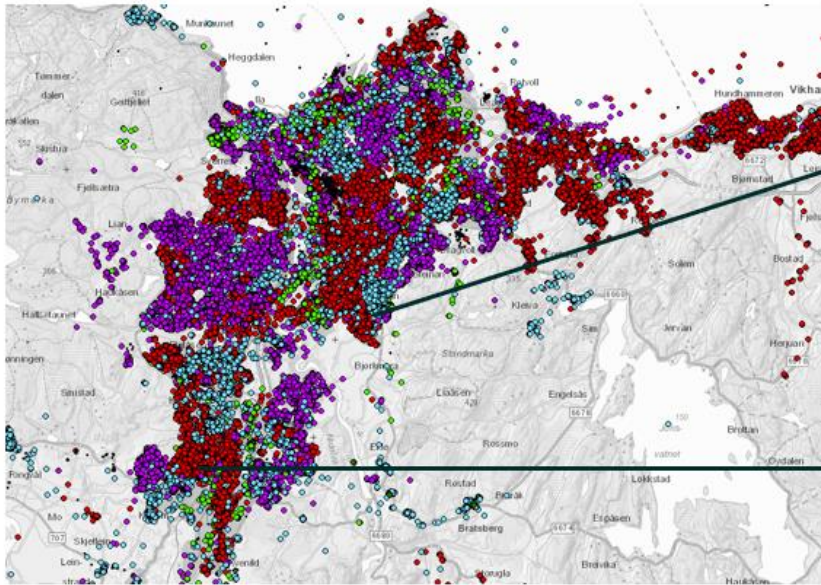
Den grunnleggende data vi bruker er offentlig tilgjengelig matrikkelinformasjon. I tillegg anvendes andre tilgjengelig datakilder. Som vi ser av kartutklippene under, er ikke den geografiske posisjonen geografisk tagget til de enkelte hus. Dette vil si at enkelte målinger som ligger alene utenfor klynger må behandles som «outliers». Likevel vil summen av målinger gi et objektivt og tilnærmet korrekt bilde av markedssituasjonen. Vi oppfordrer Nkom til å gjøre tilsvarende analyser med sitt dataunderlag for å få en helt korrekt analyse.

I den videre analysen ser vi kun på markedene for høyhastighets fiber.

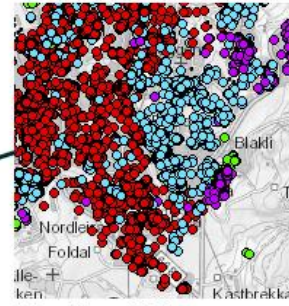
### **(2) Visuell beskrivelse av forholdene på lokalt/regionalt nivå**

Dekningsdataen som beskrevet over er lagt inn i vårt interne kartverktøy, hvor hver farge på en prikk representerer en sluttbruker. Om en blar seg gjennom Norge i vårt verktøyet, vil en se et tydelig mønster av markedssituasjonen: På et utzoomet regionalt bilde er det flere aktører i regionen, og det er tilsynelatende konkurranse. Om en zoomer inn, vil en se at de ulike aktørene har delt regionen seg imellom i mindre, lokale monopoler, gjerne på nabolagsnivå. Det er dette som er det relevante bildet for å analysere markedssituasjonen; det ikke har noe å si for en innbygger at aktør B er etablert et annet sted i regionen, når denne innbyggeren kun har tilbud om internett fra aktør A på sin adresse. Denne innbyggeren er fortsatt innelåst i et rent monopol på sin adresse.

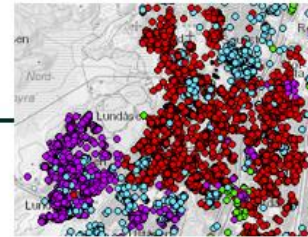
Vi vil her vise at utvalg av slike eksempler. Vi inviterer gjerne Nkom til å selv navigere i vårt dekningsverktøy for å bekrefte at disse eksemplene er representative for hele landet.



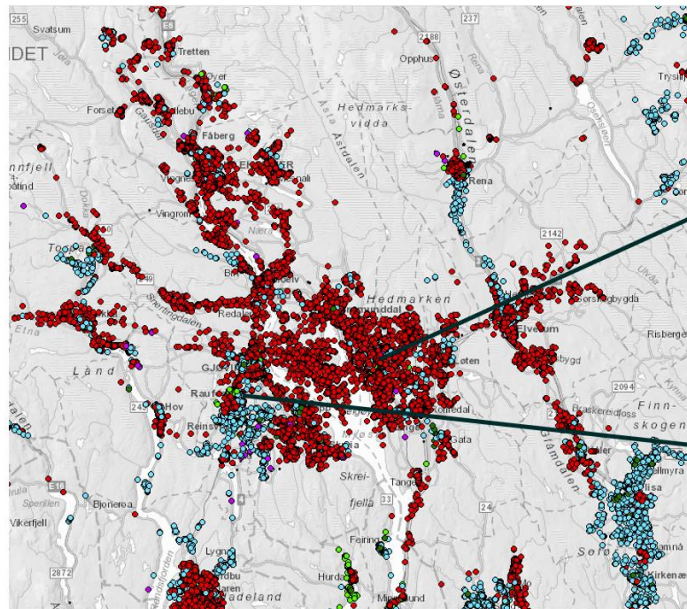
**Trondheim**



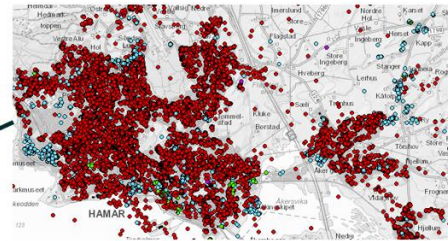
**Risvollan - Utleira**



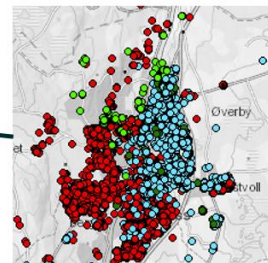
**Heimdal**



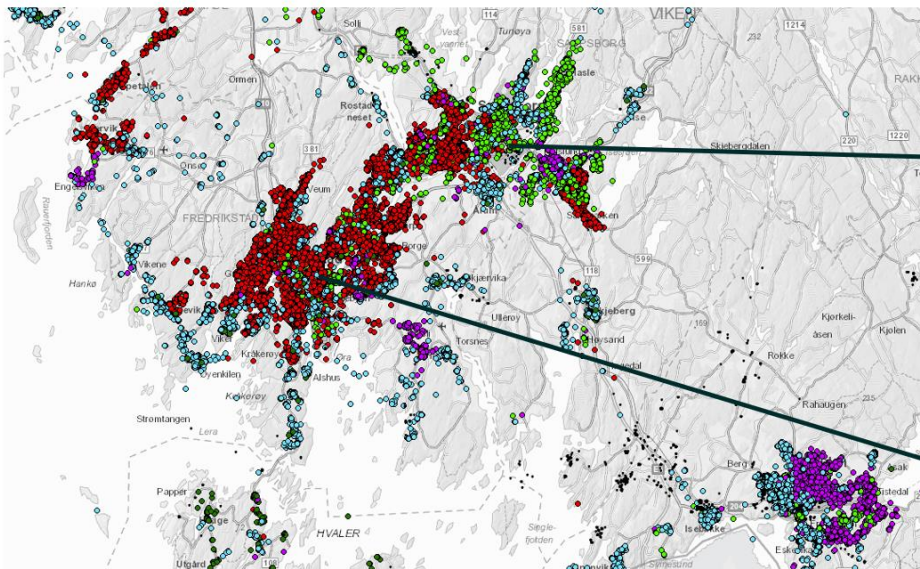
**Mjøsregionen / Innlandet Sør**



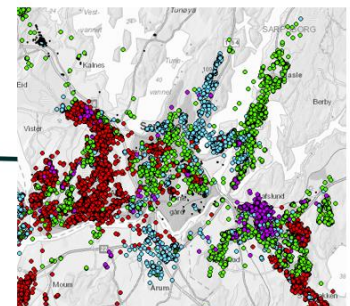
**Hamar**



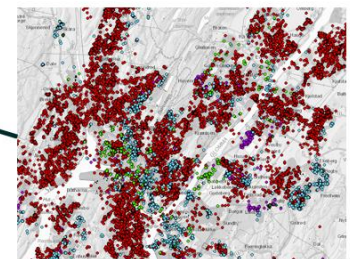
**Raufoss**



**Fredrikstad - Sarpsborg - Halden**



**Sarpsborg**



**Fredrikstad**

Eksemplene viser at det på regionalt nivå tilsynelatende er en rekke ulike aktører med overlappende infrastruktur, noe som kan være en indikator for konkurranse. Går vi mer detaljert til verks ser vi at hver regional består av det som i praksis er flere mindre på regionalt nivå. Tilbudssiden er med andre ord langt mer konsentrert i en noe mindre, geografisk enhet. Den enkelte kunde kan dermed sort sett bare etterspørre tjenester fra én tilbyder, noe som har direkte konsekvenser for prissetting, rabatter, kvalitet mv. Det geografiske markedet bør avgrenses på en måte som fanger opp dette.

### (3) Kvantitativ beskrivelse av de lokale/regionale monopolene

Våre kvantitative analyser av de samme dataene trekker i samme retning.

Tabellen under viser resultat av følgene analyse: Vi har inndelt Norge i hhv. to ulike geografiske definisjoner: Postnummer og unike kombinasjoner av postnummer og grunnkrets. Den siste definisjonen er en tilnærming på å lage en enhet mindre enn postnummer basert på offentlig tilgjengelig data som alle enkelt har tilgang til. Basert på de data vi har tilgjengelig har vi estimert HP-nettet til de ulike adressene Norge.

Deretter har vi identifisert hvem som er den største aktøren i hver av disse geografiske enhetene, og estimert hvor stor andel av SDU fiber HP i området den største aktøren har. Resultatene er tydelige:

Definisjon av geografisk område	Andel av Norske SDU-boliger som ligger i geografiske områder hvor den største aktøren har over X % av SDU fiber HP				
	X=50%	X=55%	X=65%	X=70%	X=75%
Postnummer	86%	78%	65%	58%	51%
Unike kombinasjoner av postnummer og grunnkrets	94%	89%	81%	76%	71%

Denne stikkprøven peker på at de norske fibermarkedet består av en rekke lokale/mindre regionale monopoler. En mer granulær analyse fanger opp dette.

Våre estimater baserer seg på et begrenset utvalg data. Etersom Nkom disponerer langt bedre og mer omfattende statistikk, vil tilsynet kunne få langt mer treffsikre hvis Nkom går frem på samme måte.