



Hørings svar fra Altifiber AS til Nkoms analyse av grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett.

Innhold

1 Innledning	3
1.1 Bakgrunn og rammer for analysen	3
1.2 Forrige analyse av grossistmarkedet for lokal og sentral tilgang til faste aksessnett (tidligere Marked 3a og 3b)	3
2 Markeds – og konkurransesituasjonen i sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess	4
2.1 Dekning og antall kunder i sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess	4
2.2 Kundeutvikling fordelt på ulike aksesseksnologier	4
2.3 Utvikling i bredbåndskundenes valg av aksessprodukter	4
2.4 Ulike kundesegmenter i sluttbrukermarkedet for fast bredbånd	4
2.5 Utviklingstrekk i sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess	4
3 Avgrensning av produktmarkeder	5
3.1 Generelt om avgrensning av produktmarkeder	5
3.2 Avgrensning mellom standardisert bredbåndsaksess og høykvalitets aksessprodukt i sluttbrukermarkedet	5
3.3 Avgrensning av sluttbrukermarkedet for standardisert bredbåndsaksess	5
3.4 Avgrensning av grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett	6
3.5 Konklusjon	6
4 Avgrensning av geografiske markeder	7
4.1 Stedlig virkeområde for avgrensning av geografiske markeder	7
4.2 Vurdering av om markedet er nasjonalt	7
4.3 Geografiske analyser og metoder for avgrensning av geografiske markeder	7
5 Analyse av sterk markedsstilling i de definerte grossistmarkedene	11
5.1 Rammeverk for vurdering av sterk markedsstilling	11
5.2 Analyse av sterk markedsstilling	14
6 Oppsummering og konklusjon	21

1 Innledning

Viser til Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom) sitt høringsdokument datert 14. juni 2023, «Analyse av grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett», samt varsel om vedtak om utpeking av Altifiber AS (Altifiber) som SMP-aktør i Indre Agder og Dalane (IAD).

Altifiber har i dette høringssvaret samlet og systematisert kommentarene til Nkoms markedsanalyse for delmarkedet IAD. Kommentarene i dette høringssvaret er knyttet opp mot de enkelte punktene i Nkoms analyse, og inneholder henvisning til den aktuelle nummereringen benyttet av NKOM i markedsanalysen.

Kommentarene fra Altifiber er begrenset til områder og kapitler som vi mener har betydning for korrekt faktagrunnlag, og vurderinger gjort av Nkom som etter vår oppfatning har betydning for konklusjonen om å utpeke Altifiber som SMP-aktør. Kapitler der Altifiber velger å ikke kommentere innholdet kan ikke tolkes som at vi er enige i det som står der, men at vi mener at innholdet i de aktuelle kapitlene ikke er relevant for Altifiber, eller at de ikke har særlig betydning for vurderingen av Altifibers markedsstilling og konklusjonen i Nkoms analyse.

1.1 Bakgrunn og rammer for analysen

Punkt 11. Nkom opplyser at markedsandeler og annen statistikk i analysen er basert på Nkoms ekomstatistikk og dekningsundersøkelse for 2022.

Til dette punktet vil Altifiber påpeke at det ved innrapporteringen til dekningsanalysen ble avdekket vesentlige feil i innrapporteringen for 2022. Totalt er det avdekket at 9.778 adresser er feilrapportert med fiberdekning fra Altifiber, hvorav 7.367 adresser er feilregistrert som HC. Dette er en feilkilde som fører til at Altifiber ser ut til å ha ca. 20 % bedre dekning enn det som framgår av innrapporteringen for 2023. Ved gjennomgangen av tallene er det også oppdaget mangler i innrapporteringen for 2022 som kan ha betydning for konklusjonene og vurderingene som Nkom har foretatt i markedsanalysen.

Punkt 12. I dette punktet opplyser Nkom at markedsanalysen er begrenset framoverskuende på grunn av et marked med hyppige og omfattende endringer.

Til dette vil Altifiber påpeke at endringene i markedet der Altifiber er utpekt som SMP er så vesentlige at aktøren med nest størst markedsandel i området allerede i løpet av 2023 er i ferd med å bli aktøren med størst markedsandel i det definerte området.

1.2 Forrige analyse av grossistmarkedet for lokal og sentral tilgang til faste aksessnett (tidligere Marked 3a og 3b)

Ingen kommentarer fra Altifiber til dette kapitlet.

2 Markeds – og konkurransesituasjonen i sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess

2.1 Dekning og antall kunder i sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess

Ingen kommentarer fra Altifiber til dette kapittelet.

2.2 Kundeutvikling fordelt på ulike aksessteknologier

Punkt 25. Figur 1 viser at faste bredbåndsabonnement på fiber i privatmarkedet totalt sett har vokst med ca. 60 %, fra 1 million aksesser i 2018 til 1,6 millioner aksesser i 2022. For Altifiber er tilsvarende vekst på knappe 36 %. Dette viser at markedet i perioden fram til markedsanalysen har vokst nesten dobbelt så raskt som Altifiber, noe som er en indikasjon på at Altifibers markedsposisjon og markedsandel er svekket de siste årene. Dette underbygges også av mer detaljerte analyser senere i denne høringsuttalen, jf. kapittel 5 nedenfor.

2.3 Utvikling i bredbåndskundenes valg av aksessprodukter

Ingen kommentarer fra Altifiber til dette kapittelet.

2.4 Ulike kundesegmenter i sluttbrukermarkedet for fast bredbånd

Punkt 48. I dette punktet slår analysen fast at om lag 34 % av norske bredbåndsabonnement er levert gjennom såkalte kollektive avtaler. For Altifiber utgjør leveranser på kollektive andeler en vesentlig lavere andel enn gjennomsnittet for markedet.

2.5 Utviklingstrekk i sluttbrukermarkedet for fast bredbåndsaksess

Punkt 66-69. I disse punktene påpeker analysen at pakkeløsninger, typisk TV og Internett i en pakke, gir en gunstigere pris for sluttkunden enn å abonnere på kun internett.

For en aktør som Altifiber som kun tilbyr sine tjenester over fibernettet er det nødvendig å påpeke at investeringskostnadene og driftsutgiftene per abonnement er noenlunde like, uavhengig av antall tjenester kunden abonnerer på. Fordelingen av et betydelig fastledd på kostnadssiden har derfor stor betydning for antall produkter disse kostnadene skal fordeles på. Fra Altifiber sin side vil vi også understreke at vi, selv om en av våre eiere til en viss grad har en integrert verdikjede, i liten grad har innflytelse på verdikjeden både vertikalt og horisontalt. I motsetning til vår største konkurrent i markedet kan vi derfor ikke sies å være en vertikalt eller horisontalt integrert aktør i markedet. Konkurransen i markedet er også slik at Altifiber i sitt markedsområde opererer med kampanjer og rabatter både på pakkeløsninger og internett som enkeltstående produkt.

3 Avgrensning av produktmarkeder

3.1 Generelt om avgrensning av produktmarkeder

Punkt 85. I dette punktet påpekes det at hypotetiske vurderinger uansett bør suppleres med faktiske opplysninger om adferd på tilbuds- og etterspørselssiden – i den grad slik informasjon er tilgjengelig.

Nkom har i sin analyse forholdt seg til veiledende priser når vurderingene er gjort, og ikke til faktiske priser i markedet. Altifiber mener at denne forenklingen fører til at markedsanalysen ikke fanger opp den faktiske konkurransen i markedsområdet IAD. I stedet for å se på en hypotetisk mulighet for prisøkning, så bør den faktiske prisutviklingen i det aktuelle markedet legges til grunn når den endelige konklusjonen skal gjøres.

3.2 Avgrensning mellom standardisert bredbåndsaksess og høykvalitets aksessprodukt i sluttbrukermarkedet.

Punkt 88. I dette punktet slår markedsanalysen fast at bredbåndstjenester til husstander i utgangspunktet leveres til standard listepreis og med standard vilkår.

Altifiber vil påpeke at selv om standard listepreis er et felles utgangspunkt for prisen til alle våre kunder, så er det en betydelig konkurranse både fra andre aktørers fibernett og FTB. Det bidrar til at den reelle prisen i markedet mange steder er betydelig lavere enn den veiledende. I markedet for boliger hadde Altifiber totalt sett en realnedgang i ARPU på [REDACTED] fra 2021 til 2022. Realnedgangen i ARPU har fortsatt i 2023, med en reduksjon på [REDACTED] per september 2023. På generell basis er det derfor grunnlag for å konkludere med at konkurransen i markedet hindrer Altifiber fra å videreføre kostnadsøkninger for selskapet i salgsprisen til sluttkundene.

3.3 Avgrensning av sluttbrukermarkedet for standardisert bredbåndsaksess.

Punkt 188. I dette punktet konkluderer markedsanalysen med at det er tilstrekkelig grad av substituerbarhet på etterspørselssiden til at aksesser basert på fiber, HFC og FTB tilhører det samme sluttbrukermarkedet for standardiserte bredbåndsaksesser, men at det er usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få i den videre konkurransen.

Som en aktør som per i dag kun tilbyr fiber vil Altifiber påpeke at vi allerede merker konkurranse fra FTB. Denne konkurransen gir seg utslag i priser og kampanjer til sluttkunder, spesielt i forbindelse med oppgraderingsløpet til 5G som Telia og Telenor gjennomfører. Spesielt i fritidsmarkedet er FTB en hard konkurrent, som i noen tilfeller fører til at fibernett ikke blir utbygd selv i tettbygde hyttefelt. Vi har også konkrete eksempler på at prosjekter med fiberutbygging til fast bosatte blir lagt bort på grunn av at de potensielle fiberkundene er fornøyd med FTB basert på 4G og 5G. Altifiber konkluderer derfor med at FTB allerede bidrar til skjerpet konkurranse i markedet, både potensielt og reelt.

3.4 Avgrensning av grossistmarkedet for tilgang til faste aksessnett.

Ingen kommentarer fra Altifiber til dette kapitlet.

3.5 Konklusjon.

Ingen kommentarer fra Altifiber til dette kapitlet.

4 Avgrensning av geografiske markeder

4.1 Stedlig virkeområde for avgrensning av geografiske markeder

Punkt 358. I dette punktet skriver Nkom at det relevante geografiske markedet kan defineres som det området hvor det aktuelle produktet tilbys på tilnærmet tilstrekkelig like eller homogene konkurransemessige betingelser, og at geografiske markeder innen elektronisk kommunikasjon tradisjonelt sett har blitt definert med utgangspunkt i det aktuelle nettets utstrekning og stedlige virkeområde.

Det er Altifiber sin oppfatning at markedsanalysen i vesentlig grad fraviker disse prinsippene, uten at det definert hvilke kriterier som er benyttet for å slå fast om tilstøtende områder har tilstrekkelig like konkurransemessige betingelser, utover hvilke konkurrenter som opererer innenfor den valgte geografiske inndelingen.

4.2 Vurdering av om markedet er nasjonalt

Punkt 365. I dette punktet slår markedsanalysen fast at paralleldekning av fiber på husstands nivå er forholdsvis lite utbredt.

Det er mulig at dette stemmer når man ser på hele det nasjonale markedet samlet, men Altifiber vil likevel påpeke at dette ikke stemmer for store deler av området IAD. I halvparten av de kommunene som er definert som del av dette markedet har allerede de fleste som bor i tettbebyggelsen tilbud fra parallelle fibernett. I tillegg fortsetter antallet husstander med tilbud om tilknytning til to fiberaktører å øke raskt, da både Telenor og Altifiber bygger parallelle fibernett der den andre aktøren har nett. Førstnevnte gjør dette vesentlig raskere og i betydelig større skala enn Altifiber, noe som er en naturlig følge av at Telenor har vesentlig større ressurser enn Altifiber. Dette er en utviklingstrend som Nkom skal kunne lese ut fra ekomstatistikken og dekningsrapporteringen per 1. halvår 2023.

4.3 Geografiske analyser og metoder for avgrensning av geografiske markeder

Punkt 383. I dette punktet står det at analysen av konkurranseforhold har tatt utgangspunkt i følgende indikatorer:

- Antall konkurrerende nett
- Markedsfordeling
- Adferdsmønster og mulighet for tilbudssubstitusjon

Punkt 384. I dette punktet opplyses det at Nkom har valgt å ikke vektlegge prisforskjeller som indikator når kommunene skal aggregeres til geografiske markeder.

Punkt 385. I dette punktet omtaler markedsanalysen hvordan indikatoren antall konkurrerende nett på kommunenivå og omkringliggende kommuner er brukt til å vurdere tilstrekkelig like konkurranseforhold når de geografiske markedene skal defineres. Det opplyses videre at Nkom har analysert utviklingen i nettutbyggingen til de tilstedeværende

infrastrukturbaserte tilbydere, og vurdert grad av klare og stabile grenser for nettutbyggingen til de ulike aktørene i ulike geografiske områder i hvert fylke.

Basert på dette konkluderer Altifiber med at antallet konkurrerende nett, og klare og stabile grenser for dette, er sentrale kriterier når Nkom skal definere geografisk område med tilstrekkelig grad av homogenitet. For markedsområdet IAD vil Altifiber påpeke at de siste årene har vært en stor og vedvarende økning i dupliserte fibernett, samtidig som dekning for FTB er utbygd med 4G de fleste plasser, og med 5G på de fleste sentrale plasser. Denne utviklingen pågår fortsatt, og utvides til stadig nye tettsteder og kommuner med betydelig økning av parallelle fiberaksesser. Bygging av parallelle nett utføres i all hovedsak av selskapet som av Nkom er utpekt som nummer 2 aktør i IAD. Dette innebærer at i et kortsiktig framoverskuende perspektiv vil nummer 2 aktøren være nummer 1 aktør, selv uten regulering av dette regionale markedsområdet. Dersom Kristiansand kommune tas med i dette området, så er allerede nummer 2 aktøren den største aktøren i det regionale markedet som utgjør Altifibers nettområde. Kristiansand kommune er også den eneste kommunen i Altifibers nettområde som ikke er medtatt i markedsanalysens konklusjon av IAD som ett markedsområde. Dette konkluderes det med til tross for at Altifiber har en omfattende fiberutbygging i dette området med en betydelig del av sin kundebase, og at kommunen markedsmessig ligner på nabokommunene Vennesla og Lindesnes som er medtatt i markedsområdet IAD.

Punkt 386. I dette punktet opplyser Nkom at de har kartlagt de tilstedeværende lokale, regionale og nasjonale tilbydernes markedsandeler, og vurdert markedsfordelingen på kommunenivå i de fylkesvise analysene. I forhold til markedsfordeling har Altifibers gjennomgang avdekket at enkelte markedstall som er benyttet i analysen må være feil. Dette gir grunnlag for å stille spørsmål med om tallgrunnlaget er korrekt i områder der Altifiber ikke har nok innsikt til å ettergå dette i detalj, og om ikke oppdaterte og korrekte tall vil ha betydning for konklusjonene i markedsanalysen knyttet til IAD. Når tallgrunnlaget for innrapporterte deknings- og markedstall fra aktørene for 1. halvår 2023 gjennomgås, forventer Altifiber at Nkom kontrollerer tallene for IAD nøye for å avdekke eventuelle mangler og feil. Videre forutsettes det at Nkom gjør en ny vurdering av markeds situasjonen i IAD basert på korrekte tall for 2023.

Detaljer knyttet til tallgrunnlaget og konklusjoner er utredet i kapittel 5 nedenfor, men vi vil allerede her slå fast at utviklingen i markeds situasjonen de siste årene, og den pågående markedsutviklingen fører til at aktøren som Nkom med marginal margin har plassert som nummer 2-aktør i det aktuelle regionale markedet allerede er i ferd med å bli den største aktøren. Dersom analysen hensyntar kriteriet om å følge nettområdet til de aktuelle utpekte aktørene ved definisjon av det relevante regionale markedet, så skal Kristiansand vært en del av området som nå er definert som IAD. Nummer 2 aktøren ville da allerede, med god margin, være den største aktøren i markedsområdet.

Punkt 391. I dette punktet omtaler markedsanalysen fiberutbyggernes vekststrategier generelt, og konkluderer langt på veg med at aktørene i det alt vesentligste fortsatt har vekstambisjoner, og at det finnes eksempler på at aktører har solgt og bygget parallelle fibernett i områder der en aktør allerede har bygd fibernett

Altifiber vil påpeke at i området IAD så er ikke bygging av parallelle fibernett enkeltstående eksempler, men snarere en pågående strategi fra aktørene der stadig flere tettsteder med tilstøtende områder får tilbud om tilknytning til to fibernett. Dette kommer i tillegg til godt utbygd FTB dekning fra to aktører. I markedsområdet er det en sterk pågående konkurranse, som i stor grad er drevet av pågående infrastrukturbygging, og vedlikeholdt av at de aller fleste boliger har et tilfredsstillende bredbåndstilbud fra mer enn en aktør. Både reell og potensiell konkurranse i markedet hindrer derfor alle aktørene i å misbruke sin markedsposisjon. Det påpekes videre at aktøren som i analysen framstår som nummer 2 aktøren i IAD er den aktøren som har har desidert størst vekst de siste årene. Denne aktøren har også størst pågående utvidelse av dekningsområde for fibernett i dette markedsområdet, og mest ressurser til å fortsette denne utvidelsen. I tillegg har denne aktøren allerede 4G dekning i størstedelen av markedsområdet, og en stadig bedre 5G dekning. Disse vurderingene er underbygget med tall og utviklingstrekk i kapittel 5 nedenfor.

Punkt 394 og 395. I disse punktene viser markedsanalysen til kapittel 2 i vedlegg 1 for Nkoms begrunnelse for aggregering av kommuner til geografiske markeder. Videre opplyses det at Nkom har funnet grunn til å skille mellom områder med ulik tilstedeværelse og ulikt styrkeforhold mellom lokale, regionale og nasjonale tilbydere.

I kapittel 2.8 i vedlegg 1 til markedsanalysen omtales markedsområdet Kysten fra Kragerø til Kristiansand. I dette kapittelet omtales Afiber som en mindre utfordrer som er med å drive konkurransen i dette området. Dette er ikke tilfellet for Kristiansand, der det er Altifiber som driver konkurransen sammen med Telenor og Telia. Kristiansand og nabokommunene er også de kommunene der Altifiber har størst potensial for vekst i den kommende perioden. Telenor er i analysen utpekt som SMP i området Kragerø til Kristiansand, og Altifiber utpekt i området fra Vennesla og Lindesnes til Dalane. Det blir da unaturlig å ikke hensynta Altifibers totale nettområde når Kristiansand utgjør en betydelig del av Altifibers kundegrnlag, og Telenor er den største aktøren i Vennesla og Lindesnes som er nabokommuner til Kristiansand, samt videre langs kysten i kommunene Lyngdal og Flekkefjord. En flytting av Kristiansand fra Kysten Kragerø til Kristiansand til markedsområdet for IAD ville, alt annet likt, gi følgende endring i styrkeforholdet mellom disse aktørene i det aggregerte markedsområdet.

Scenario	Markedsandel i privatmarkedet	
	Altifiber	Telenor
Nkom inndeling Indre Agder og Dalane	49 %	44 %
Kristiansand inkluderes i Indre Agder og Dalane	32 %	45 %

I kapittel 2.9 i vedlegg 1 til markedsanalysen omtales markedsområdet IAD. I dette kapittelet skriver Nkom at konkurransesituasjonen er preget av at Altifiber er den største tilbyderen, med Telenor som utfordrer, og at aggregeringen av dette markedsområdet er foretatt primært på bakgrunn av at denne konkurransesituasjonen er relativt homogen på tvers av kommunene, og at den forventes å være slik også i et framoverskuende perspektiv.

Denne konklusjonen mener Altifiber at det ikke er grunnlag for å trekke ut fra grunnlagstallene, selv før de korrigeres for feil i tallgrunnlaget, jf. punkt 5 nedenfor. Tvert imot viser tallgrunnlaget at konkurransen i området drives av to aktører med omtrent like mange kunder innenfor markedsområdet. En regional aktør og en nasjonal aktør. Den regionale aktøren er i sum størst per 2022, mens den nasjonale aktøren er størst i de mest folkerike kommunene. Veksttakten til den nasjonale aktøren er vesentlig større enn den regionale aktøren, og i et framoverskuende perspektiv er det sannsynlig at den nasjonale aktøren i løpet av kort tid vil være den største aktøren i dette markedsområdet uavhengig av regulering. Veksttakten, og framskrivningen av denne, er mer detaljert omtalt i kapittel 5 nedenfor.

Videre legger analysen til grunn at det er få konkurrerende nett i markedsområdet. Dette kriteriet mener Altifiber ikke kan være basert på oppdaterte tall. Per september 2023 har tilnærmet alle tettsteder og omkringliggende områder der Altifiber har bygd fiber i kommunene Flekkefjord, Kvinesdal, Lyngdal, Farsund, Lindesnes, Vennessla, Evje og Hornnes og Åmli også tilbud om fibertilknytning fra Telenor. I tillegg har de fleste i hele området tilbud om FTB via 4G fra to aktører, og stadig flere på 5G. Dette tilsier at et flertall av boligene har tilbud om tilknytning til 3-4 nett fra minst 3 tilbydere, og dermed ikke har dårligere utvalg av konkurrerende nett enn det som er tilfellet mange andre plasser.

Når det gjelder utvalget av kommuner som er med i det aggregerte markedet, så har Altifiber følgende kommentarer:

- Kristiansand hører med til markedsområdet IAD, som kanskje heller burde hete Vest-Agder, Setesdal og Dalane.
- I Bykle kommune eier ikke Altifiber eget nett, men leier aksesser fra Bykle Breiband. Vi ser ikke at Altifiber kan reguleres på et nett vi ikke eier, eller har langsiktig avtale om å disponere. I grossistmarkedet skal derfor Altifibers abonnementstall i Bykle kommune rapporteres sammen med Bykle Breiband sine abonnenter.
- Åseral kommune er utelatt fra området, uten at vi ser noen begrunnelse for det. Da kommunen er tatt med i tallgrunnlaget for området antar vi at dette er en forglemmelse, og at kommunen skal være med i markedsområdet.

Ellers kan det påpekes at det er store forskjeller i kundegrunnlag og befolkningstetthet mellom de kystnære kommunene og innlandskommune som er aggregert til ett område. Foreløpig er det også i de kystnære kommunene det er mest parallelle fibernett og utbygd 5G dekning. Dette tilsier at konkurransesituasjonen ikke er så homogen mellom kysten og innlandet som analysen hevder, og at hvilke aktører som er til stede i en kommune tillegges uforholdsmessig mye vekt i forhold til den reelle konkurransen i den enkelte kommunen. En framskrivning av markedsutviklingen basert på de siste par årene tilsier imidlertid at Altifiber vil øke sin tilstedeværelse med fibernett i Kristiansand, mens Telenor vil bygge fibernett i de tettstedene og som ikke er bygd eller solgt til nå. Slik sett ventes hele området i et framoverskuende perspektiv å bli mer homogent med Telenor som den største aktøren.

5 Analyse av sterk markedsstilling i de definerte grossistmarkedene

5.1 Rammeverk for vurdering av sterk markedsstilling

Punkt 398-402. I disse punktene omtaler analysen det rettslige grunnlaget for å utpeke tilbydere med sterk markedsstilling på bakgrunn av gjennomført markedsanalyse. Før et marked kan reguleres må det påvises en sammenheng mellom fravær av effektiv konkurranse og eksistens av sterk markedsstilling. Sterk markedsstilling er definert på følgende måte i ekomloven:

«En tilbyder har sterk markedsstilling når tilbyder alene eller sammen med andre har økonomisk styrke i et relevant marked som gjør at tilbyder i stor grad kan opptre uavhengig av konkurrenter, kunder og forbrukere. Sterk markedsstilling i ett marked kan føre til at en tilbyder har sterk markedsstilling i et tilgrensende marked.»

Til dette vil Altifiber påpeke at markedet kommer fra en situasjon der utbredelse av fibernett, og de siste årene FTB, har hatt hovedfokus på grunn av stadig økende behov for dataoverføring, og et teknologiskifte bort fra xDSL. I denne situasjonen har aktører som Altifiber kunnet vokse ved stadig å bygge ut nye områder med manglende bredbåndstilbud. Så lenge det var nok nye områder med for dårlig bredbåndstilbud, så besto konkurransen for det meste i hvem som solgte og bygde først. Fra 2020 har det imidlertid, med unntak av en del grisgrendte strøk, ikke vært mulig å finne større tettbygde områder i markedsområdet IAD som ikke har tilbud om fibertilknytning fra minst en aktør. Fra 2019 har Telenor drevet en storstilt og vedvarende fiberutbygging i dette markedsområdet, som i vesentlig grad har ført til at svært mange av Altifibers fiberkunder nå også har tilbud om fibertilknytning fra Telenor. Denne utbyggingen pågår fortsatt, og vil i alle fall fortsette inn i 2024 basert på de salgsprosjektene Telenor har gående høsten 2023. Samtidig som dette har skjedd har Altifiber bygd parallell infrastruktur i noen områder der Telenor har fibernett. Altifibers utbygging er imidlertid mye mindre i omfang enn Telenors. Slik utviklingen har vært de siste årene, så forventer vi at så og si alle tettsteder der Altifiber har fibernett også vil ha et fibertilbud fra Telenor innen utgangen av 2025. I tillegg til dette ruller både Telia og Telenor ut 5G og FTB i høyt tempo, slik at de fleste fiberkundene også har tilbud om FTB som et reelt alternativ allerede i løpet av 2023, og mange av dem på 5G. I perioden fra 2020 og fram til i dag har konkurransen knyttet til innhold, hastighet og spesielt pris blitt stadig hardere. Vi opplever nå at det er en hard konkurranse om kundene, og at prisbevisste kunder krever stadig fornyede kampanjepriser for å forbli kunde. Andelen kunder med kampanjepriser stadig økende. P.t. får [REDACTED] av Altifibers kunder automatisk kampanjetilbud med rabatt dersom de bestiller abonnement, eller binder seg for en ny periode. Til tross for dette har kundechurn i perioden 2020 – september 2023 økt fra [REDACTED] aksesserer til [REDACTED] aksesser. Slik vi opplever dette markedet i 2023, så er det ikke mulig for oss å forstå Nkoms påstand om at det ikke er effektiv konkurranse i dette markedet. Tvert imot mener vi at det er en sterk og økende konkurranse i markedet, som blir drevet fram av aktørene samtidig som tilbudet av aksesser med høy kapasitet øker i markedet. Altifiber har heller ikke mulighet eller økonomisk styrke til å opptre uavhengig av konkurrenter, kunder og forbrukere. Altifiber mener derfor at konkurransesituasjonen i IAD er på god vei til å bli et

velfungerende marked uten regulering, og at det derfor ikke er grunnlag for å regulere dette markedsområdet.

Punkt 410-413. I disse punktene omtaler markedsanalysen retningslinjene for å utpeke en aktør med enkeltdominans i markedet. Altifiber vil spesielt trekke fram punkt 413 hvor Nkom skriver:

Retningslinjene punkt 56 gir ytterligere veiledning angående utvikling og svingninger i markedsandeler:

"[...] the fact that an undertaking with a strong position in the market is gradually losing market share may well indicate that the market is becoming more competitive, but does not preclude a finding of SMP. Significant fluctuation of market share over time may be indicative of a lack of market power in the relevant market. The ability of a new entrant to increase its market share quickly may also reflect that the relevant market in question is more competitive and that entry barriers can be overcome within a reasonable timeframe."

I den grad Nkom skulle konkludere endelig med at det både er hjemmel og ønske om å regulere markedsområdet IAD, så mener Altifiber at det er Telenor som har den sterkeste markedsstillingen, da de med dagens utvikling sannsynligvis allerede er, eller er i ferd med å bli, den største aktøren i dette markedet. I et framoverskuende perspektiv blir det derfor urimelig å utpeke Altifiber som SMP-aktør når det innenfor markedsområdet i praksis er to jevnstore leverandører i dag. Det er sannsynlig at den leverandøren som var minst av disse to aktørene i 2022 vil være størst i løpet av 2023. Telenor, som ifølge analysen er nummer to aktøren i IAD, har vesentlig større ressurser på alle områder enn det Altifiber har. Det er overveiende sannsynlig at dersom markedsanalysen blir gjort på det tidspunktet en eventuell regulering vil tre i kraft, så vil den med samme metodikk som er benyttet på tall for 2022 konkludert med at Telenor er SMP-aktøren i dette markedsområdet.

Punkt 417-424. I disse punktene begrunner Nkom hvilket grunnlag som inngår ved beregning av markedsandeler i grossistmarkedet når eventuell SMP-aktør skal utpekes. For IAD innebærer denne metodikken følgende aksesser inngår i beregningen:

- Aksesser med abonnement i villamarkedet og fritidsmarkedet (SDU)
- Standardiserte bredbåndsaksesser i bedriftsmarkedet anses som en del av det samme grossistmarkedet, men telles ikke med ved beregning av markedsandeler.
- Aksesser med abonnement hos videreselgere av aksesser, som Allente og Nextgentel, telles med i markedsandelen til den netteieren som eier infrastrukturen til aksesspunktet.

Aksesser med abonnement i borettslag og sameier (MDU) utgjør mindre enn 10 % av det totale antallet aksesser i kommunene som utgjør det aggregerte markedsområdet IAD. I praksis innebærer dette at disse abonnementene er tatt med i beregning for den enkelte kommune og i den enkelte aktørens abonnementstall. Deretter er det totale antallet MDU abonnement trukket ut av det totale abonnementstallet for markedsområdet, uten at det totale abonnementstallet til den enkelte aktør er korrigert tilsvarende ved beregning av markedsandelene. Dette gir kunstig høye markedsandeler, og må korrigeres enten av at MDU-abonnement også trekkes fra på den enkelte aktørs abonnementstall, eller ved at

MDU-abonnement tas med som en del av markedet. Det siste gir etter Altifibers oppfatning det mest korrekte bildet av den faktiske konkurransen i markedet.

Nkoms metodikk er benyttet ved presentasjon av tall og andeler i denne høringsuttalen, med mindre noe annet er eksplisitt påpekt. Det er likevel på sin plass å påpeke at Telenor har vesentlig flere bedriftsaksesser enn Altifiber i det aktuelle nettområdet, og at det totale antallet bedriftsabonnement er større enn antallet MDU abonnement i IAD. Når disse to aktørene er så jevnbyrdige i størrelse i dette markedet, så vil den vesentlige størrelsesforskjellen mellom disse to aktørene i bedriftsmarkedet ha betydning både for den enkelte aktørs totale markedsandel, og styrkeforholdet mellom partene. At partene i 2022 er så jevnbyrdige i størrelse at forskjellen i antall standard aksesser til bedrifter kan ha betydning for å avgjøre hvem som er den største aktøren i det relevante markedet, er en svært sterk indikasjon på at ingen av partene kan utpekes som SMP-aktør med enkeltdominans i det aktuelle geografiske markedet. Nkom skriver i punkt 418 at de mener at antall bredbåndsaksesser i privatmarkedet gir et representativt og riktig bilde av markedssituasjonen for standardisert bredbånd. Etter Altifibers vurdering av markedssituasjonen, så fører denne forenklingen i metodikken alene til at Altifiber fremstår som den største aktøren i markedet i stedet for Telenor. Dette forsterker også argumentasjonen i punkt 413 ovenfor om at dersom det skal utpekes en SMP-aktør i dette markedet, så må den aktøren være Telenor.

Punkt 425. I dette punktet omtaler markedsanalysen fem indikatorer som Nkom benytter i tillegg til markedsandeler i sin analyse av sterk markedsstilling. Disse er:

- **Dekning og grad av parallell infrastruktur / Kontroll over infrastruktur som er vanskelig dupliserbar.**

Til dette punktet vil Altifiber påpeke at en stor del av nettet som er bygd i grisgrendte strøk er bygd med offentlig tilskudd, og dermed allerede åpent for andre aktører enn netteier. Altifiber tilbyr VULA tilgang til disse områdene i tråd med de forpliktelsene som følger av vilkårene for mottak av offentlig støtte.

I tillegg har Telenor etter vår erfaring tilgjengelig eksisterende fiberinfrastruktur til å starte en utbygging nærmest hvor som helst.

Når FTB-dekningen tas inn i dekningsanalysen, så vil mesteparten av de eiendommene som har fiberaksess, også ha tilgang på FTB-aksess. Nkom konkluderer i markedsanalysens punkt 108 selv med at 5G FTB dekningen vil bli minst like omfattende som dagens 4G dekning i et framoverskuende perspektiv.

- **Foretakenes størrelse**

Til dette punktet påpekes det at Altifiber på alle områder er en mikroskopisk aktør i forhold til Telenor, og at Telenor selv i Altifibers nettområde, som kun utgjør en liten del av Telenors nett- og markedsområde, har vesentlig flere kunder enn Altifiber.

- **Vertikal og horisontal integrasjon**

Igjen kan det påpekes at Telenor er en aktør som i stor grad er integrert i hele verdikjeden, både horisontalt og vertikalt. For Altifibers del er denne integrasjonen

begrenset til eierskap av fibernettet og relasjonen til sluttkunden.

- **Potensiell konkurranse**

En ekspansiv pågående parallell utbygging av fiber i markedsområdet gir en intens konkurranse der det allerede er bygd eller bygges ut parallelle fibernett. I tillegg bidrar dette til tilstedeværelse av en potensiell og forventet konkurranse i alle tettbygde områder. I mer grisgrendte områder er reell og potensiell konkurranse fra FTB en faktor som bidrar til å holde prisene nede på fiberaksesser, og i praksis er denne potensielle konkurransen en faktor for alle fiberaksesser. Både reell og potensiell konkurranse i markedet hindrer derfor alle aktører fra å utøve dominerende markedsrett.

- **Kjøperrett / Forhandlingsrett på etterspørselssiden**

Tilstedeværelsen av alternative tilbydere i store deler av markedsområdet IAD bidrar til at sluttbrukerne av tjenestene har reelle alternativer når de skal velge tilbyder. En sluttkunde som er misfornøyd med pris, service eller tjenestetilbudet kan velge en annen aktør, eller true med dette for å oppnå en fordel. Viser i denne sammenheng til det som er omtalt i tilknytning til punkt 398-402 ovenfor, der det blant annet opplyses at [redacted] av Altifibers kunder automatisk får kampanjetilbud samtidig som mer enn [redacted] aksess er inaktiv og uten avtale om å levere tjenester. Dette er en sterk indikasjon på at det er reell kjøperrett i markedet, og at Altifiber ikke på noen måte kan ignorere denne makten uten å bli straffet av kundene.

5.2 Analyse av sterk markedsstilling

Det aktuelle markedsområdet for Altifiber i forhold til den varslende reguleringen er IAD. Dette er omtalt i kapittel 5.2.9. punktene 569-590, og Altifibers høringssvar begrenser seg naturlig nok til å kommentere analysen av dette området.

Punkt 569. I dette punktet opplyser Nkom at følgende kommuner utgjør det geografiske markedet IAD:

Bjerkreim, Bygland, Bykle, Eigersund, Evje og Hornnes, Farsund, Flekkefjord, Hægebostad, Iveland, Kvinesdal, Lindesnes, Lund, Lyngdal, Sirdal, Sokndal, Valle, Vennesla og Åmli.

Til dette vil Altifiber påpeke at Åseral er markert i kartet, men ikke nevnt blant kommunene som er en del av det geografiske området. Dette vil vi anta er en feil i teksten, da tallene for Åseral kommune ser ut til å være tatt med i analysene.

I forhold til utpekingen av disse kommunene som et område med homogen konkurransesituasjon, så synes den utelukkende å være basert på hvilke aktører som er representert med betydelige markedsandeler i kommunene. Den faktiske konkurransen i markedet, og hvilken aktør som har størst utbredelse i den enkelte kommune som inngår i det aggregerte markedsområdet ser ikke ut til å ha blitt vurdert eller tillagt vekt. Dersom abonnementsstallene i markedet fra tabellen «Kommuner – Markedsandel 2022» i offentlige

grunnlagsdataene som Nkom opplyser å ha benyttet i analysen legges til grunn, så kan følgende grafiske framstilling settes opp:



Denne oversikten viser at Telenor har størst markedsandel i 4 av de 6 største kommunen, og at de er nest største aktør med over 40% markedsandel i Farsund kommune som også er en av de 6 største kommunen. Etter Altifibers oppfatning tilsier de store forskjellene i aktørenes markedsposisjon i den enkelte kommune at kommunen langs kysten av Agder samt Sirdal er ett marked, og at innlandskommunen i Agder og Dalane er et annet marked. I et framoverskuende perspektiv er det imidlertid mye som tyder på at aktørenes styrkeforhold endrer seg i favør av Telenor i flere kommuner. Dersom det legges til grunn så kan den geografiske inndelingen av området som et homogent marked forsvares, men da må det også legges til grunn at Telenor i det samme perspektivet vil være aktøren med størst markedsandel i området.

Videre må det også påpekes at Altifiber ikke eier eget nett i Bykle kommune, men leier aksesser fra Bykle Breiband. I henhold til metodikken for beregning av markedsandeler, så skal da Altifibers aksesser i Bykle kommune telles med i Bykle Breiband sin markedsandel i denne kommunen, og Altifibers markedsandel i kommunen endrer seg fra 89 % til 0%. I denne sammenheng påpekes det også at aksesser med abonnement fra Bykle Breiband ikke er tatt med i beregningen av markedsandeler for 2022, til tross for at de var største aktør i Bykle kommune i 2021 med 1735 abonnement. Det må legges til grunn at Bykle Breiband har minst tilsvarende antall abonnement i 2022, noe som alt annet likt vil øke det totale antall abonnementer i det aggregerte markedsområdet fra 45.159 til 46.894 abonnement i 2022. Denne økningen er så vesentlig at den har betydning for størrelsen på aktørenes totale markedsandel, og må derfor korrigeres før endelig konklusjon.

Punkt 572. Markedsanalysen legger til grunn at det ved utgangen av 1. halvår 2022 var ca. 45.000 fiber, HFC og FTB abonnementer i IAD.

Altifiber vil påpeke at tall for Bykle Breiband mangler i 2022, og at dersom man i mangelen av andre tall legger til grunn Bykle Breibands tall for 1. halvår 2021, så blir det korrekte antall abonnement ved utgangen av 1. halvår 2022 ca. 47.000. Dette er en vesentlig endring som må tas med i tallgrunnlaget som benyttes.

Punkt 573-574. Tabell 574 oppsummerer markedsaktørene på følgende måte når MDU-abonnement er med i tallgrunnlaget.

Tilbyder	2021	2022
Altifiber	49 %	49 %
Telenor	41 %	44 %
Nextgentel	4 %	4 %
Øvrige	6 %	3 %

Tabell 27: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Agder og Dalane i 2021 og 2022

Når Bykle Breiband tas med i abonnementsgrunnlaget for 2022 med 2021 tall, så reduseres Altifibers markedsandel med 1,8 prosentpoeng, fra 49,4 % til 47,6 %. Telenors markedsandel reduseres med 1,6 prosentpoeng fra 44,0 % til 42,4 %.

Punkt 575. I dette punktet opplyser markedsanalysen at ca. 2.200 av de ca. 45.000 abonnemентаene i IAD inngår i kollektive avtaler. Disse trekkes så ut av de totale abonnemентаstallene for området for å presentere følgende tabell:

Tilbyder	2022
Altifiber	52 %
Telenor	42 %
Nextgentel	4 %
Øvrige	2 %

Tabell 28: Markedsandelsfordelingen i sluttbrukermarkedet i Indre Agder og Dalane i 2022 – Uten kollektive avtaler

I tillegg til at abonnemентаstall for Bykle Breiband i 2022 må legges til det totale antall abonnement, slik at utgangspunktet blir ca. 47.000 abonnement, så må også MDU-abonnemентаstallene for den enkelte aktør trekkes fra når andelen skal beregnes. Når dette tas med i beregningen, så reduseres Altifibers markedsandel med 4,0 prosentpoeng, fra 52,0 % til 48,0 %.

Punkt 577. I dette punktet presenteres følgende tabell for markedsandeler på grossistnivå:

Tilbyder	2022
Altifiber	52 %
Telenor	46 %
Telia	1 %
Øvrige	1 %

Tabell 29: Markedsandeler på grossistnivå

Ved å ta med de 1.735 abonnementene Bykle Breiband hadde i 2021 i abonnementstallene for Bykle i 2022, og fjerne abonnementene som Altifiber har på leide aksesser i Bykle, så blir Altifibers markedsandel på 49,1 % mot Telenors 48,4 % når MDU-antallet fjernes fra de totale abonnementstallene, men ikke fra den enkelte aktøren, jf. metodikken som er benyttet i markedsanalysen. Altifiber har ikke MDU tall for Telenor, men fjernes antall MDU-abonnement fra Altifibers abonnementstall, så var vår markedsandelen på grossistnivå ved utgangen av 1.halvår 2022 på 47,1 %.

Ifølge tabellen «Off grunnlagsdata - geografisk og smp analyse» som Nkom benytter som grunnlagsdata for markedsanalysen, så har Telenor per 1. halvår 2022 ca. 21.600 abonnement i det relevante markedet, noe som gir en markedsandel på 46,1 %. Tilsvarende har Altifiber ca 21.900 abonnement, og en markedsandel på 46,8 %. I absolutte tall er forskjellen i grossistmarkedet mellom Telenor og Altifiber kun på ca. 300 abonnement ved utgangen av 1. halvår 2022. I praksis var da aktørene like store i dette markedet på dette tidspunktet, og tallgrunnlaget på dette tidspunktet gir ikke i seg selv noe saklig grunnlag for å konkludere med at en av aktørene har en sterkere markedsstilling enn den andre.

Punkt 578. I dette punktet konkluderer markedsanalysen med at markedsandelen på 52% gir en presumpsjon for at Altifiber har sterk markedsstilling i IAD.

Altifiber vil hevde, og mener å ha dokumentert, at denne konklusjonen er fattet på grunnlag av feil tall. Tallene per 1. halvår 2022 gir ikke grunnlag for å utpeke noen aktør med enkeltdominans i dette området. Tvert imot viser tallene at markedet er dominert av to jevnstore aktører, jf. punkt 577 ovenfor.

Punkt 581. I dette punktet skriver Nkom følgende:

Altifiber dekker i overkant av 66 % av husstandene i IAD med fiberaksessnett. Til sammenligning dekker Telenor om lag 48 % av husstandene med en kombinasjon av FTB og fiberaksessnett. Sett isammenheng med at Telenor har 46 % markedsandel og at størstedelen av grunnlaget for Telenors markedsandel er fiberbaserte abonnement, tilsier dette at Telenor har tatt ut store deler av sitt potensiale når det gjelder kundevekst i sitt eksisterende fiberaksessnett. Altifibers kontroll over infrastruktur som i omfang er vanskelig dupliserbar i dette markedet, gir dermed selskapet en konkurransefordel som kan utgjøre et etableringshinder. Nkom mener derfor at tilgang til infrastruktur som er vanskelig dupliserbar, er et moment som underbygger at Altifiber har sterk markedsstilling i IAD.

Påstanden om at Altifiber dekker i overkant av 66 % av husstandene i markedsområdet med fiber, og Telenor dekker om lag 48 % med en kombinasjon av fiber og FTB er feil, jf. punkt 11 ovenfor. I forbindelse med innrapporteringen per juni 2023 kom det fram at 9.778 adresser som var registrert med fiberdekning etter innrapporteringen i 2022, ikke hadde dekning i tallene som var innrapportert for 2023. Av disse var hele 7.367 registrert som «homes connected» (HC). Ved kontroll av dataene ble det avdekket at tidligere års innrapporteringer viste feil dekning, og konklusjonen angående de feilregistrerte adressene var at dette var adresser som i all hovedsak tidligere har kommet frem av NKOM sin HP estimator, og på et tidspunkt har fått feil status eller manglende felt/feltverdi i datakilden. Fra 2023 har Altifiber utviklet systemer og dokumentasjon som gjør at vi har god oversikt på HP-dekning, og har

derfor ikke lenger behov for å benytte tilbudet fra Nkom om å estimere «homes past» Status på 2023 data er klarert med Nkom, og rapporteringen for 2023 ansees som korrekt. De oppdaterte tallene innebærer at Altifiber per 1. halvår 2023 har fiberdekning til ca. 61 % av husstandene i markedsområdet.

Videre viser tabellen med offentlige grunnlagsdata som Nkom har lagt ved markedsanalysen at Telenor per 1. halvår 2022 har fiberdekning til 23.729 husstander i IAD. Det innebærer at de har 48 % dekning på kablet nett. I tillegg til dette kommer FTB dekning til de husstandene som ikke har fiberdekning. Altifiber har ikke tilgang til data som gjør det mulig å kartlegge andelen av overlapp mellom fiber og FTB i den enkelte kommunen, og kan derfor ikke si noe sikkert om den faktiske dekningen. Men dersom differansen mellom FTB dekningen og fiberdekningen i de kommunene FTB dekningen er større enn fiberdekningen legges til grunn, så får vi det lavest mulige dekningsanslaget i henhold til tallene som framgår av den nevnte tabellen. Det innebærer at per første halvår 2022 så hadde Telenor minimum 12.195 husstander som kun var dekket med FTB. Dekningen til Telenor var da minimum 35.924 husstander på dette tidspunktet, tilsvarende en dekning på 73 % av husstandene. Det er rimelig å anta at det ikke er 100 % overlapp mellom fiber og FTB, og at Telenors reelle dekning faktisk er vesentlig høyere.

Markedsanalysen konkluderer, på grunnlag av tallene ved utgangen av 1. halvår 2022, feilaktig med at Telenor har tatt ut store deler av sitt potensiale når det gjelder kundevekst i sitt eksisterende fiberaksessnett. Siden tallene for 2022 ble rapportert har Telenor solgt og utvidet fibernettet sitt i stort omfang, og dermed økt både dekningen og antall kunder på fiber vesentlig etter rapporteringen som denne markedsanalysen baserer seg på. Det antas at utviklingen har vært noenlunde lik også på FTB. I det aktuelle markedsområdet hadde Telenor en vekst på 3.300 abonnement (18%) fra 1. halvår 2021 til 1. halvår 2022. I samme periode hadde Altifiber en vekst på 1.998 abonnement (10%). Framskrives denne veksttakten ett år til 1. halvår 2023, så hadde Telenor ca. 25.000 abonnementsaksesser i det relevante markedet ved utgangen av juni 2023, mens Altifiber hadde ca. 24.000 abonnement. Tallene tyder da på at Telenor allerede er en større markedsaktør i IAD enn Altifiber. Nkom sitter på innrapporterte tall for første halvår 2023, og har muligheten til å sjekke disse tallene nøyaktig.

Ellers vil påpekes det at i den grad Altifiber disponerer infrastruktur som er vanskelig dupliserbar for Telenor, så må det i all hovedsak være enkelte perifere husstander som er bygd med offentlig støtte. Disse er allerede åpne for andre aktører, og dermed ikke noe argument for å regulere tilgangen ytterligere.

Punkt 582. I dette punktet framhever Nkom at Altifibers sterke posisjon i aksessmarkedet understøttes av Altibox sin posisjon som nasjonal innholds- og tjenesteleverandør i bredbåndsmarkedet, og at kan gi Altifiber en konkurransefordel i aksessmarkedet og begrense vekstmulighetene for Altifibers konkurrenter IAD.

Disse momentene vil Altifiber tilbakevise med å vise til at Telenor de siste årene har vokst mer enn Altifiber i dette markedet, og at det forventes at denne utviklingen vil fortsette en stund til. Vi kan heller ikke se at partnerskapet med Altibox gir Altifiber noen fordeler i

markedet utover de Telenor har i kraft av sin størrelse, kompetanse og merkevare. Det må i så fall være kundetilfredsheten hos sluttbrukerne der Altiboxpartnerskapet over tid har oppnådd bedre scorer enn Telenor. Som en svært mye større og fullt integrert aktør har imidlertid Telenor noen vesentlige fordeler i markedet som Altifiber ikke har. Der Altifiber har et sterkt avhengighetsforhold til en leverandør, så eier Telenor store deler av verdikjeden selv. Denne sterke avhengigheten til en leverandør gir Altifiber redusert fleksibilitet til å skreddersy innholdspakker og kampanjer til kundene, noe som fører til lavere konkurransekraft for Altifiber. Når konkurransen i markedet nå blir stadig hardere, så havner Altifiber i en skvis mellom en leverandører som vil ta kostnadsøkninger ut i økte priser, samtidig som det blir umulig for Altifiber å ta hele denne prisøkningen videre til sluttbrukerne. Når en sammenligner de to dominerende aktørene i IAD, så er det en rekke momenter som underbygger at Telenor har en sterkere markedsstilling i dette markedet enn Altifiber. Markedsanalysen har i svært liten grad sett på styrkeforholdet mellom Telenor og Altifiber, noe den etter vår oppfatning må gjøre når partene i forhold til markedsandeler i 2022 framstår som jevnbyrdige.

Punkt 585. I dette punktet omtaler markedsanalysen at det er en forholdsvis høy dekningsgrad på fiber i IAD, og at selv om det ikke kan utelukkes en viss grad av dupliserende fibernett i årene framover, så vurderer Nkom det slik at den allerede høye fiberdekningen i markedsområdet bidrar til at potensiell konkurranse i form av ytterligere fiberutbygging neppe vil svekke Altifibers markedsstilling.

I de foregående punktene har Altifiber vist til at Altifibers markedsstilling allerede er svekket til fordel for Telenor. Dette skjer gjennom det som framstår som en systematisk utbygging av fibernett fra Telenor sin side i alle tettsteder og omkringliggende områder innenfor markedsområdet. Med utgangspunkt i dekningsanalysen for 1. halvår 2023 vil en sammenligning av utviklingen fra 1. halvår 2022 til 1. halvår 2023 dokumentere at Telenor har styrket sin markedsposisjon i området, samtidig som Altifiber har svekket sin. Det er ingen tegn til at Telenor trapper ned sin bygging av fiber, og i forhold til potensiell konkurranse må derfor Altifiber regne det som sannsynlig at Telenor vil selge og bygge ut fiberaksesser i alle tettsteder, både store og små, innenfor det aktuelle markedsområdet.

Punkt 586. Dette punktet omhandler potensiell konkurranse fra FTB, og at denne teknologien har fått et visst forfeste i IAD med en 10 % markedsandel. Høy og økende FTB dekning fra Telenor og Telia bidrar til at de fleste abonnentene med fiberaksess også vil ha mulighet til FTB-aksess fra to leverandører. Denne dekningen har en reell innflytelse på Altifibers markedsutvikling, spesielt i fritidsmarkedet der vi opplever at mange i de større hytteområdene nå takker nei til fiberaksess til fordel for trådløse alternativ. Tilgangen på alternativer fører også til at Altifiber opplever reell konkurranse på fiberaksesser som foreløpig ikke er duplisert på fiber av annen aktør. Vi må både svare opp på områdespesifikke FTB-kampanjer, og enkeltkunder som tar kontakt etter å ha sammenlignet tilbud. FTB er dermed en beydelig konkurransefaktor som Altifiber må hensynta i markedet.

I analysen trekkes det fram Altifibers mulighet til å bygge ut FTB gjennom partnermodellen med Altibox. Vi er enige i at dette er en mulighet, men er usikker på vekstpotensialet ved å komme inn som nummer 3 aktør på FTB en god stund etter Telenor og Telia.

Punkt 587. I dette punktet konkluderer Nkom med at den potensielle konkurransen i markedet ikke vil bidra til å svekke Altifibers sterke markedsstilling i vesentlig grad, selv om de understreker at det er en viss usikkerhet knyttet til hvilken betydning FTB vil få for den videre konkurransen i markedet.

Igjen vil Altifiber understreke at denne vurderingen ikke er korrekt, og at Altifibers markedsstilling allerede er så svekket av Telenors bygging av parallell infrastruktur at vi i løpet av 2023 sannsynligvis mister posisjonen som den største markedsaktøren i IAD. I et framoverskuende perspektiv er det grunn til å anta at denne trenden vil fortsette, og i et kortsiktig framoverskuende perspektiv kan vi basert på kjente markedsaktiviteter allerede slå fast at trenden med at Telenor vokser vesentlig mer enn Altifiber fortsetter.

Punkt 588. I dette punktet konkluderer Nkom på en vurdering om at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette markedet som bidrar til å svekke Altifibers markedsstilling i særlig grad.

Som omtalt tidligere i denne høringsuttalen fører tilstedeværelsen av alternative tilbydere i store deler av markedsområdet til at sluttbrukerne av tjenestene har reelle alternativer når de skal velge tilbyder. En sluttkunde som er misfornøyd med pris, service eller tjenestetilbudet kan velge en annen aktør, eller true med dette for å oppnå en fordel. Vi viser i denne sammenheng til det som er omtalt i tilknytning til punkt 398-402 ovenfor, der det blant annet opplyses at [REDACTED] av Altifibers kunder automatisk får kampanjetilbud med rabatt dersom de bestiller abonnement, samtidig som mer enn [REDACTED] aksess er uten avtale om å levere tjenester. Dette er en sterk indikasjon på at det er reell kjøpermakt i markedet, og at Altifiber ikke på noen måte kan ignorere denne makten uten å bli straffet av kundene.

Dersom Nkom skal ha grunnlag for å konkludere med at det ikke foreligger tilstrekkelig kjøpermakt, så må de foreta en kundemobilitetsundersøkelse i det aggregerte markedsområdet, og eventuelt en mer detaljert analyse av sluttkunde konkurransen. Det framgår ikke av markedsanalysen at Nkom har foretatt slike undersøkelser.

Punkt 590. I dette punktet konkluderer Nkom avslutningsvis med at Altifiber har en sterk markedsstilling i IAD.

Altifiber mener at det ikke er noe faktisk grunnlag for denne konklusjonen. Tvert imot er det grunnlag for å hevde at det er effektiv og økende konkurranse i store deler av dette markedet. Videre utvikler markedet seg i retning av at Telenor er den sterkeste markedsaktøren i IAD. Dersom Nkom i sin endelige vurdering likevel skulle stå fast ved sin konklusjon om at det grunnlag for å utpeke en SMP i dette markedsområdet, så må denne aktøren derfor i et framoverskuende perspektiv være Telenor.

6 Oppsummering og konklusjon

I dette høringssvaret mener Altifiber å ha dokumentert feil i tallgrunnlaget for analysen. Disse feilene har faktisk betydning for beregning av markedsposisjonen til aktørene i IAD, og har sannsynligvis ledet til feil vurderinger og konklusjoner på en del punkter i markedsanalysen. Nkom oppfordres derfor på det sterkeste til å oppdatere markedsanalysen med innrapporterte tall per 1. halvår 2023, og korrigere tallene for de feilkildene Altifiber har påpekt i dette høringssvaret. Denne oppdateringen av tallgrunnlaget vil vise at ingen av aktørene har over 50 % markedsandel, at Telenor og Altifiber er jevnstore aktører i IAD og at Telenor har tatt eller er i ferd med å ta posisjonen som den største aktøren.

Feilene i tallkilden, og virkningen disse har hatt på beregning av markedsandelene, er omtalt i detalj i denne analysen. I denne oppsummeringen vises det spesielt til omtalen av punkt 577 ovenfor som viser at Altifibers markedsandel er 47 % i det relevante markedet, og ikke 52 % som analysen hevder. Samtidig viser dette avsnittet at forskjellen i antall abonnemeter i det relevante markedet i IAD kun er på ca. 300 abonnemeter mellom Telenor og Altifiber. I denne sammenheng vises det også til omtalen til punkt 590, der det påpekes at Telenor har vesentlig flere bedriftsaksesser i IAD enn det Altifiber har, og at den forenklete metodikken ved å anta at bedriftsaksesser fordeler seg på samme måte som privatabonnement sannsynligvis alene bidrar til at Altifiber framstår som den marginalt største markedsaktøren i IAD per 1. halvår 2022.

Videre er det dokumentert i tallgrunnlaget til markedsanalysen at Telenor vokser vesentlig raskere i markedet IAD enn det Altifiber gjør, jf. omtalen til punkt 581 ovenfor. Fra 1. halvår 2021 til 1. halvår 2022 vokste Telenor med 1.300 flere abonnemeter enn Altifiber. Tall fra deknings- og markedsundersøkelsen per 1. halvår 2023 vil vise at denne utviklingen fortsetter, og at Telenor har vokst vesentlig raskere enn Altifiber i IAD-markedet også fra 2022 til 2023. Telenor vil med det allerede være den største markedsaktøren i IAD, eller være i ferd med å bli det.

Også når det gjelder dekning er Telenor vesentlig større enn Altifiber i IAD, jf. omtalen til punkt 581 ovenfor som dokumenterer at det for dette markedsområdet er benyttet feil tall i dekningsberegningen i Nkoms markedsanalyse. Altifiber dekker i 2023 ca. 61 % av husstandene i markedsområdet, og ikke 66 % per 2022 slik det står i markedsanalysen. Telenor dekket per 2022 minimum 73 % av markedsområdet, og ikke 48 % slik det står i markedsanalysen.

Når Telenor og Altifiber har en jevnstor markedsandel per 1. halvår 2022, så må Nkom i sin analyse i større grad vektlegge de fem indikatorene som er omtalt i punkt 425 i markedsanalysen og kommentert ovenfor. De tre første punktene som omhandler dekning, foretakenes størrelse og graden av integrasjon i verdikjeden tilsier at Telenor skal vurderes som SMP-aktøren i dette markedet. De to siste punktene som omhandler potensiell konkurranse og kjøpermakt tilsier imidlertid at det er velfungerende konkurranse i området IAD, og at ingen aktør skal utpekes som SMP.

I forhold til konkurransesituasjonen i IAD, så er det Altifibers oppfatning at konkurransen om kundene er hard. Jf. omtalen til punkt 398-402 ovenfor der det konkluderes med at

konkurransesituasjonen i IAD er på god vei til å bli et velfungerende marked uten regulering, og at det derfor ikke er grunnlag for å regulere dette markedsområdet. Dette underbygges med at en stor andel av kundene automatisk får kampanjetilbud, og at de mange kundene med kampanjepris har ført til en betydelig realnedgang i ARPU både for 2022 og 2023. Dette er sterke indikatorer på at tilbyderne ikke har mulighet til å opptre uavhengig av konkurrenter, kunder og forbrukere i dette markedet. Betydelig økning i konkurrentchurn underbygger også at det er hard konkurranse om kundene i markedet, og at kundene benytter seg av at det er forskjellige tilbydere i markedet.

Denne høringsuttalen og oppsummeringen ovenfor gir saklig grunnlag for å trekke følgende konklusjoner om det relevante markedet i IAD:

1. Per 1. halvår 2022 er det to jevnstore aktører som konkurrer om kundene.
2. Telenor er i kraft av sin størrelse og fullintegreert verdikjede en sterkere markedsaktør enn Altifiber, selv om aktørene framstår som jevnstore i antall aksesser per 1. halvår 2022.
3. Telenor har i 2023 passert, eller er i ferd med å passere, Altifiber som største markedsaktør.
4. Ingen av aktørene kan basert på markedsandel per 1. halvår 2022 sies å ha enkeltdominans.
5. Markedet er preget av en hard og økende konkurranse.
6. Realprisen til kundene går ned, samtidig som innholdet i tjenestene øker.
7. Telenor har vesentlig bedre dekning enn Altifiber.
8. I et framoverskuende perspektiv har Telenor den sterkeste markedsposisjonen.

Basert på det som er omtalt og dokumentert ovenfor, så mener Altifiber at det ikke er noe faktisk grunnlag for Nkoms konklusjon om at Altifiber utpekes som SMP-aktør i IAD. Nkom har etter Altifibers oppfatning hverken påvist fravær av effektiv konkurranse eller eksistens av enkeltdominans fra en aktør i dette markedsområdet. Den nødvendige sammenheng mellom disse to tilstandene, som må være til stede for at markedet skal reguleres, er heller ikke påvist. Tvert imot er det grunnlag for å konkludere med at det er effektiv og økende konkurranse i dette markedsområdet. Videre utvikler markedet seg i retning av at Telenor er den sterkeste markedsaktøren i IAD. Dersom Nkom i sin endelige vurdering likevel skulle stå fast ved sin konklusjon om at det er grunnlag for å utpeke en SMP-aktør i dette markedsområdet, så må denne aktøren i et framoverskuende perspektiv være Telenor.