

# Ontwerpbesluit van de VRM betreffende de wholesaletarieven voor toegangsdiensten tot de kabelnetten op het grondgebied van Brussel-Hoofdstad

## Antwoord van Proximus – *niet-vertrouwelijke versie*

15 juli 2015

### Inleiding

[VERTROUWELIJK]

#### 1. Waardebepaling van de elementen die niet in het wholesaleaanbod opgenomen zijn

Het gaat om elementen die inbegrepen zijn in het retailaanbod (zonder toeslag), maar die niet in het wholesaleaanbod zijn opgenomen. Aangezien ze geen deel uitmaken van het wholesaleaanbod moet de waarde ervan, van de toepassingsbasis van de retail-minus worden afgetrokken.

De VRM identificeert de volgende elementen als elementen die in mindering moeten worden gebracht: toegang tot gemeenschappelijk gebruikte wifi, tweede of multiscreen, e-mailadressen en webhosting.

De VRM legt uit dat deze elementen volgens hun marktwaarde gewaardeerd moeten worden. Deze waarde wordt bepaald door de retailtarieven die worden gehanteerd door de kabelnetwerk- of andere operatoren, of in afwezigheid daarvan, door de productiekost.

De VRM komt aldus tot de volgende waarden (incl. btw):

	Brut�� (VOO)	Numéricable	Telenet
Hotspot en homespot	� 2	� 2	� 2
2 <sup>nd</sup> screen	� 2	� 5	� 5
e-mail	n.v.t.	� 0,3	� 0,5
Webspace	n.v.t.	n.v.t.	� 1

Proximus kan begrijpen dat het nodig is om van de wholesaletarieven de elementen uit te sluiten die er geen uitstaans mee hebben, maar heeft vragen bij de waarden die in rekening worden genomen.

Voor Proximus vereist de retail-minusbenadering dat vermijdbare kosten en niet prijzen worden afgetrokken van de retailtarieven. De toepassingsbasis van de retail-minus moet immers worden gezuiverd van alles wat gratis aan de klanten wordt aangeboden in de packs, maar niet in de wholesaleaanbiedingen is opgenomen. Door evenwel de prijzen in plaats van de kosten in rekening te nemen, brengt de VRM ook de marges in mindering, wat niet correct is. Een correctie m.b.t. de marge kan eventueel worden doorgevoerd aan de hand van het (echte) minus, maar dit is zeker nog niet het

geschikte moment, en er moet ook eerst een analyse gebeuren van de genoemde marges voor de verschillende elementen die in rekening worden genomen, en de desbetreffende waarde.

Bovendien is het zo dat, als een operator deze diensten aan zijn klanten wil aanbieden op basis van het wholesaleaanbod, hij de overeenkomstige kosten in laste moet nemen. Het zijn dus wel de productiekosten die in aanmerking moeten worden genomen en niet de prijzen.

**[VERTROUWELIJK]** Zoals de VRM zelf opmerkt, gaat het om een applicatie die gratis beschikbaar is bij alle en slechts heel zelden wordt gefactureerd. Welnu, het is nochtans deze prijs, die vrijwel nooit wordt gefactureerd, die in rekening wordt genomen en die de VRM als representatief voor een marktwaarde aanziet. Deze hoge prijs wordt dan opgenomen in de individuele elementen, die vervolgens worden vergeleken met de prijs van de pack om de pack-korting te bepalen. Deze benadering leidt er bijgevolg toe dat de pack-korting kunstmatig wordt overschat.

Dezelfde redenering gaat ook op voor de andere diensten (wifi, e-mail en webspace), die alle een marge omvatten, die niet in rekening zou mogen worden genomen voor de berekening van de referentieretailtarieven. De VRM past er vervolgens de pack-korting op toe, wat de impact op de marges wel vermindert, maar daarom nog niet volledig uitschakelt. Door verschillende prijzen aldus te manipuleren, kan de VRM uiteindelijk niet uitmaken hoeveel de in rekening genomen waarde bedraagt en of ze al dan niet de kosten dekt en al dan niet een marge omvat.

Het spreekt voor zich dat indien de VRM zou opteren om, in plaats van de prijzen, de kosten in rekening te nemen - zoals Proximus voorstelt te doen - het niet langer nodig zou zijn om de pack-korting erop toe te passen.

Samengevat: het ware te rechtvaardigen om voor al deze diensten de productiekosten in mindering te brengen, daar de toegangsoperator deze productiekosten in rekening moet nemen als hij deze diensten ook aan zijn klanten wil leveren. Er kan eventueel een correctie van de marge worden toegepast, maar die moet op coherente en doordachte wijze op het einde van de berekening gebeuren door ze in de minus te integreren. Anderzijds is het zo dat, als rekening wordt gehouden met de prijzen van de individueel verkochte producten om ze in mindering te brengen van de toepassingsbasis van de retail-minus, dit erop neerkomt dat de marges willekeurig worden vermindert, en dit voor een in fine onbekend aandeel. Dit stelt de aldus verkregen eindresultaten in vraag.

## 2. Herziening van de methode om de decoder en de modem in rekening te nemen

De VRM stelt voor om de wijze waarop de decoder en de modem in rekening worden genomen, te herbekijken. In haar besluit van 2013 beschouwde het de kosten van decoders en modems als vermijdbare kosten, terwijl de overeenkomstige opbrengsten in de ARPU in rekening werden genomen.

De VRM stelt nu voor om de opbrengsten en de kosten van de decoders en de modems van de berekening van de minus uit te sluiten en de waarde van de decoder af te trekken van de prijs van de pack. Voor wat de modem betreft, aangezien deze in het internetabonnement inbegrepen is (individueel of in een pack), wordt hij aldus van de toepassingsbasis van de retail-minus in mindering gebracht na verrekening van de pack-korting (zoals voor wifi, webspace en e-mail). Daartoe neemt de VRM de volgende waarden in rekening, die ook hier prijzen zijn en geen kosten.

	Brut�� (VOO)	Numéricable	Telenet
Decoder	� 7,45	� 10	� 8,7
Modem	� 2,5	n.v.t.	� 2,5

Proximus kan de logica van de VRM begrijpen wanneer het de prijs van de decoder in mindering brengt van de pack, aangezien die altijd duidelijk is geïdentificeerd en ook afzonderlijk wordt gefactureerd.

Anderzijds meent Proximus dat, wat de modem betreft, dit, net als voor wifi, webspace, e-mail en second of multiscreen, een kost is die in rekening had moeten worden genomen, en geen prijs.

### 3. Impact op de minus en de bevoorrechte minus voor nieuwkomers

Bepaalde van de doorgevoerde wijzigingen hebben een impact op het niveau van de minus, maar hierover is geen cijferinformatie beschikbaar. Proximus beschikt immers alleen over de finale waarden en kan dus geen gedetailleerd standpunt innemen over de manier waarop de minus wordt (her)berekend.

Toch hebben we, wanneer we de eindwaarden vergelijken met de beginwaarden zoals vastgelegd in het besluit van 2013, vragen bij de omvang van de variaties, alsook bij de belangrijke verschillen voor de minus in de opstartfase en deze na de opstartfase, in het bijzonder bij VOO. Daar waar de minussen voorheen schommelden tussen 20% en 30%, schommelen ze nu tussen 21% en 45%. Wij vermoeden bovendien dat de genoteerde 7% voor digitale tv bij Numéricable na de opstartfase een vergissing is. Dit punt zou moeten worden gecontroleerd en zo nodig rechtgezet.

	Decision 2013	After start-up phase	During start-up phase
<b>Minus 2P</b>			
Telenet	23%	21%	28%
Voo - Brutélé	23%	23%	35%
Voo - Nethys	23%	28%	40%
Numericable	20%	22%	27%

	Decision 2013	After start-up phase	During start-up phase
<b>Minus TV numérique</b>			
Telenet	30%	25%	37%
Voo - Brutélé	30%	31%	44%
Voo - Nethys	30%	30%	43%
Numericable	20%	7%	20%

	Decision 2013	After start-up phase	During start-up phase
<b>Minus TV analogique</b>			
Telenet	30%	27%	37%
Voo - Brutélé	30%	35%	45%
Voo - Nethys	30%	34%	44%
Numericable	20%	24%	24%

De VRM rechtvaardigt de genoteerde variaties in de minussen door middel van twee wijzigingen:

- De ene betreft een herziening van het in rekening nemen van decoders.

*'De opbrengsten en kosten van de decoders uitsluiten van de berekening van de minus (waardoor ze uitgesloten worden van de vermijdbare kosten en van het referentieretailtarief). Dit zal leiden tot een verlaging van de minussen die werden vastgelegd ingevolge de beslissing van de CRC van 11 december 2013.'*

- De andere betreft een herziening van het in rekening nemen van promoties. In het besluit van 2013 werden de promoties in rekening genomen, hetzij in de ARPU (gratis aanbod of prijsverminderingen), hetzij in de commerciële en dus vermijdbare kosten ('geschenken'). De VRM stelt nu voor om:

*'... de minus te bepalen door de som van de vermijdbare kosten en de promoties te delen door de bruto-ARPU, berekend op het totale aantal klanten. Deze wijziging van de methode vertaalt zich – bij verder gelijkblijvende omstandigheden – in een verhoging van de minus.'*

Daarenboven, stelt de VRM voor om voorlopig (bijvoorbeeld gedurende 2 of 3 jaar), en enkel voor de nieuwkomer operatoren, een hogere minus te hanteren dat enkel op de nieuwe klanten is gebaseerd. Proximus beschouwt deze benadering als volledig discriminatoir en ongerechtvaardigd.

Vooreerst baseert de VRM zich wat betreft het statuut van de nieuwkomers enkel op de marktaandelen inzake omroep en breedband. De ARPU van de klanten kan echter ook andere opbrengsten omvatten (zoals die voor mobiele diensten bijvoorbeeld, die aanzienlijk kunnen zijn voor een begunstigde zoals Mobistar, bijvoorbeeld). Een nieuwkomer op de omroepmarkt kan dus ook beschikken over een bestaande klantenbasis, waarop hij zich in een eerste stadium kan concentreren met een verkoop van tv en/of internettoegang. Deze operator kan dus ook profiteren van schaal- of scopevoordelen en zijn kosten voor promotieacties voor klantenwerving 'verdunnen' op een bestaande klantenbasis met een hogere ARPU.

Daarnaast, hoe rechtvaardigt de VRM de toepassing van wezenlijk verschillende wholesaletarieven, en dit gedurende een periode van 2 à 3 jaar (periode niet vastgelegd op basis van de beschikbare elementen), tussen een operator met een heel laag aandeel tv-klanten en een operator die nog helemaal geen klanten heeft? Dit benadeelt op onrechtvaardige wijze de operatoren die er alles aan gedaan hebben om marktaandeel trachten te verwerven. Deze benadering benadeelt tevens de netwerkoperatoren. Het businessplan van een netwerkoperator die een nieuwe markt betreedt, is de eerste jaren per definitie altijd negatief, gezien de hoge vaste kosten en de promotie-inspanningen voor klantenwerving die hij bij de start moet leveren. Welnu, door aan nieuwkomers gedurende 2 of 3 jaar een bevoorrecht wholesaletarief toe te kennen, vraagt de VRM aan de kabelnetwerkoperatoren om de promotie-inspanningen van deze toegangsoperatoren te subsidiëren. Dit leidt er dus toe dat de machtsverhouding tussen deze twee types operatoren wordt verstoord ten voordele van de operatoren die toegang vragen. Dit systeem promoot immers een niet-duurzame toetreding tot de markt, of wentelt op zijn minst, op niet-gerechtvaardigde wijze, het risico van de alternatieve operator op de netwerkoperator af.

Proximus stelt ook vast dat het uitgerekend de 'minussen' van toepassing gedurende de opstartfase zijn die het meest afwijken van het besluit van 2013, maar ook tussen de kabeloperatoren. Deze vaststelling roept ook heel wat ernstige vragen op. Is het immers gerechtvaardigd om aanzienlijk lagere wholesaletarieven op te leggen met betrekking tot de kabeloperatoren die zelf de grootste promotie-inspanningen voor klantenwerving leveren? In de veronderstelling dat een subsidiëring van nieuwkomers noodzakelijk zou zijn – quod non – is het dan uitgerekend in die regio's dat de toegangsoperatoren de

laagste tarieven nodig hebben om ze te helpen deze markt te penetreren? Er kan worden opgemerkt dat de VRM zelf het probleem erkent wanneer de verkregen minus voor Brutélé deels corrigeert omdat dit te hoog zou zijn, als gevolg van een hogere promotie/opbrengstenratio. Voor deze operator stelt de VRM immers voor om een promotie/opbrengstenratio toe te passen die overeenkomt met het gemiddelde van de markt, in plaats van zijn eigen ratio. De VRM stelt voor om hetzelfde te doen voor Numéricable, gezien het ontbreken van gedetailleerde informatie in verband met deze operator. Deze aanpassingen, correcties en andere acties maken het moeilijk aan te nemen dat de voorgestelde methode ernstig en betrouwbaar is.

Ten slotte, en in bijkomend orde, meent Proximus dat de categorie van begunstigen van deze bevoorrechte minus uitermate betwistbaar is en onvoldoende rechtszekerheid biedt. De VRM definieert een nieuwkomer operator immers als een operator die geen klanten heeft inzake omroepdiensten en slechts een beperkte klantenbasis heeft inzake breedband. Wat houdt een beperkte klantenbasis voor breedband in: 1%, 5%, 10%? Dit is hoegenaamd niet duidelijk.

## 4. Levering van content

In tegenstelling tot wifi, webspace en e-mailadressen wordt content (voetbal en andere) niet gratis ter beschikking gesteld, maar tegen uiteenlopende tarieven, soms in standalone of soms in een pack verkocht (content is minder duur in packs). Enkel Numéricable biedt zijn contentdiensten tegen een identieke prijs aan, ongeacht het product waarover de klant beschikt (TV in standalone of in een pack).

De VRM acht het nodig om rekening te houden met de prijsverschillen, wat het heeft gedaan door ze op te nemen in de berekening van de pack-korting. Daar deze content afzonderlijk wordt verkocht en niet alle klanten content afnemen, corrigeert de VRM de berekening ervan door een geraamde 'intake rate' van 25% in rekening te nemen. We gaan ervan uit dat over dit percentage nog kan worden gediscussieerd en dat het in de eindberekening nog kan worden gewijzigd.

Overigens meent Proximus dat de VRM abstractie had moeten maken van de betalende opties. De VRM voert immers een bijkomende pack-korting in, die in fine niets te maken heeft met de verstrekking van wholesalediensten, aangezien ze geen content omvat.

Ten slotte merkt Proximus in de marge nog op dat er een foutieve berekening in de Excel-file is geslopen en dat de VRM heeft verzuimd de tarieven van VOOFoot en Mini Premium (Numéricable) op te nemen in de prijs van zijn pack (in de rubriek 'Wholesale tariffs – multiplay' wordt lijn 25 in rekening genomen voor de berekening van Telenet, maar die werd vergeten voor de berekening van VOO en Numéricable).

## 5. Tarifiering van de specifieke profielen van een begunstigde

Wat de tarifiering van de specifieke profielen van een begunstigde betreft, stelt Proximus vast dat er nogal wat vragen en problemen rijzen in verband met de te volgen methode.

De VRM voorziet de mogelijkheid om een breedbandtoegang af te nemen, zelfs voor toegangsprofielen die niet beschikbaar zijn in het retailaanbod van de SMP - operator. Daartoe legt de VRM een multilineaire formule vast op basis van 3 coëfficiënten en 1 onafhankelijke factor, waarmee het wholesaletarief voor

willekeurige profielen kan worden berekend. Deze coëfficiënten zijn voor elke operator specifiek en volgens de VRM zouden ze op basis van 5 gemeenschappelijke profielen zijn vastgesteld.

Het is opmerkelijk dat de VRM wil gebruikmaken van een multivariabel lineair model met 4 onbekenden en dat gebruikmaakt van slechts 5 meetpunten. Niet alleen hebben 5 meetpunten geen enkele statistische betekenis voor het ramen van 4 onbekenden, maar bovendien blijkt dat er in werkelijkheid slechts 3 meetpunten (3 profielen) worden gebruikt bij Telenet. Proximus vraagt zich dan ook af hoe de VRM erin slaagt om aan de hand van 3 metingen 4 onbekenden te bepalen.

De tariefformule voor elke operator heeft bijgevolg een hele zwakke basis en creëert nu al problemen met de toepassing. Bijvoorbeeld:

- Volgens de formule leidt het tarief dat van toepassing is op een profiel met onbeperkt downloadvolume, tot een tarief dat neigt naar oneindig.
- Voor hogere profielen dan de retailprofielen van de kabeloperatoren levert het resultaat van de tariefformule waarden op die 38% lager liggen dan de waarden die rechtstreeks worden bepaald door de retail-minusmethode. Dit is onder meer het geval voor het (40/3/150)-profiel bij Voo, in vergelijking met het DUOTV Beaucoup-profiel.
- Voor de iets lagere profielen dan de retailprofielen is het (29/3/100)-profiel bij Telenet bijvoorbeeld 9% minder duur dan het Internet&TV-profiel en zien we niet in waarom een vermindering van de downloadsnelheid met 1 Mbit/s een verlaging van het tarief met 9% zou rechtvaardigen.

Bovendien merkt Proximus op dat de tariefformules die op de site van de CSA worden gepubliceerd in het kader van deze raadpleging betrekking hebben op Voo-Brutélé en niet op Voo-Nethys. Daar de minus die wordt toegepast op de tarieven van Nethys groter is dan de minus die wordt toegepast op de tarieven van Brutélé, kan de formule onmogelijk dezelfde zijn voor deze twee entiteiten, waarvan de retailtarieven gelijk zijn.

--- einde van het document ---