



**Metronet\***

Metronet telekomunikacije d.d.  
Ulica grada Vukovara 269d  
HR-10000 Zagreb  
T + 385 1 6327 000  
F + 385 1 6327 011  
W www.metronet.hr

**HRVATSKA AGENCIJA ZA POŠTU  
I ELEKTRONIČKE KOMUNIKACIJE**

Jurišićeva 13  
10 000 Zagreb

**n/r Predsjednika Vijeća, g. Miljenka Krvišeka**

U Zagrebu, 22.11.2011.godine

**PREDMET: JAVNA RASPRAVA – Prijedlog odluke u postupku analize tržišta maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu**

**PODNEŠAK METRONETA**

I Metronet telekomunikacije d.d., Ulica grada Vukovara 269/d, Zagreb (dalje u tekstu: Metronet) u otvorenom roku dostavlja Naslovu komentare na prijedlog odluke u postupku analize tržišta maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu (dalje u tekstu: Prijedlog analize tržišta).

II Uvodno, Metronet izjavljuje suglasnost na spremnost regulatora za reguliranjem maloprodajnog tržišta, temeljem članka 52. stavka 6. Zakona o elektroničkim komunikacijama (dalje u tekstu: ZEK). Međutim valja istaknuti, da regulacija maloprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa internetu (kao usko povezanog tržišta prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade) stiže prekasno, kada je već uočen znatni tržišni disbalans u korist HT-a i Iskona. Isto tako, valja imati na umu početak pružanja usluge maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu počam od 2004. godine, što je navedeno u Prijedlogu analize tržišta, strana 69, iz čega proizlazi da navedeno tržište nije bilo podložno nikakvoj regulaciji skoro 7 godina. Da je u konkretnom slučaju narušeno tržišno natjecanje potvrđuje izrazito visok postotak tržišnog udjela HT-a i Iskona (postotak prema broju priključaka) koji je na kraju 2010. godine iznosio 81,85 %. Iako je tržišni udio HT-a i Iskona u promatranom razdoblju (Tablica na strani 48. Prijedloga analize tržišta) neznatno smanjen, isti na kraju 2010.g. iznosi izrazito visokih 81, 85 %. Međutim imajući u vidu i velik broj operatora koji pružaju uslugu širokopojasnog pristupa internetu (str. 8. Prijedloga analize tržišta), kao i dalje izrazito visok postotak tržišnog udjela HT-a i Iskona, to samo potvrđuje da unatoč brojnosti, alternativni operatori zbog tržišnih zapreka koje su detaljno objašnjenje u Prijedlogu Analize tržišta, nisu u mogućnosti radi velikih ulaznih troškova, oponirati na cjenovnoj osnovi HT-u i Iskonu.

III Dodatno, Metronet podržava nužnost reguliranja tržišta prijenosa televizijskih programa uz plaćanje naknade (dalje: IPTV usluga) kao tržišta koje je usko vezano uz tržište maloprodajnog tržišta širokopojasnog pristupa internetu, a što je regulator detaljno obrazložio kroz opasnost od prenošenja značajne tržišne snage i mogućnosti iskorištavanja prednosti ekonomije opsega.

Metronet je u cijelosti suglasan sa činjenicom da regulacija na vertikalno povezanim veleprodajnim tržištima nije dovoljna za postizanje tržišnog natjecanja na pripadajućem maloprodajnom tržištu, kao i horizontalno povezanom tržištu na kojem se pruža IPTV usluga.

**IV U odnosu na regulatorne obveze određene Hrvatskom telekomu d.d. (dalje: HT) i povezanom društvu Iskon Internet d.d. (dalje: Iskon) kao povezanim osobama i operatorima sa značajnom tržišnom snagom (dalje zajedno: SMP), Metronet ističe sljedeće:**

A) U okviru regulatorne **obveze nadzora pojedinačnih cijena usluga**, Hakom je obvezao SMP na dostavu dokaza da su postojeće cijene usluga širokopojasnog pristupa internetu i IPTV usluge u skladu s regulatornim obvezama i mjerama koje su propisane analizom, odnosno da su iste troškovno usmjerene. U protivnom za slučaj da SMP ne uspije dokazati troškovnu usmjerenost cijena, Hakom će iste dovesti na tu razinu.

Nadalje, Hakom je za slučaj usklađivanja postojećih cijena zbog regulatorne obveze troškovne usmjerenosti, omogućio SMP do isteka obveznog trajanja ugovora, pružati maloprodajnu uslugu krajnjem korisniku po cijeni koja je bila na snazi na dan sklapanja ugovora. Istekom obveznog trajanja ugovora, na korisnike se primjenjuje nova – troškovno usmjerena cijena.

Metronet ističe da se protivi ovakvoj odredbi, obzirom da ista **predstavlja odgodu regulacije** i protivna je odredbi članka 42. a, st. 10. ZEK-a, stoga je istu potrebno brisati.

Člankom 42. a stavkom 10. ZEK-a, propisano je da: „ *ako su izmjene cjenika usluga za krajnjeg korisnika nepovoljnije u odnosu na ugovorene cijene usluga, krajnji korisnik ima pravo raskinuti pretplatnički ugovor bez naknade, odnosno ima pravo na povrat neiskorištenog novčanog iznosa, osim u slučaju ako su te izmjene cjenika posljedica:*

1. **regulatornih obveza koje proizlaze iz ZEK-a**
2. *izmjene poreza na dodanu vrijednost*
3. *izmjene veleprodajnih cijena na koje operator javnih komunikacijskih usluga nema utjecaja*“

Iz navedenog proizlazi da je zakonom propisano pravo korisnika da u slučaju izmjene cijena, koje su posljedica primjene regulatornih obveza (ovdje nadzora pojedinačnih cijena usluga i troškovne usmjerenosti cijena) korisnik ima pravo na raskid ugovora, međutim u tom slučaju operator ima pravo obračunati krajnjem korisniku naknadu (a riječ je o naknadi radi prijevremenog raskida ugovora), odnosno korisnik u tom slučaju nema pravo na povrat neiskorištenog novčanog iznosa.

Niti odredbom članka 42 a. niti odredbom članka 63. ZEK-a koja regulira nadzor maloprodajnih cijena usluge, nije predviđeno zadržavanje cijena uslugu do isteka ugovorne obveze, jer se time gubi smisao određivanja regulatornih obveza.

Kako upravo sam zakon propisuje koje su posljedice izmjene cijena zbog primjene regulatornih obveza u odnosu na ugovore s krajnjim korisnicima, a obzirom da je odredba iz analize tržišta o istovrsnoj pravnoj stvari u koliziji za kogentnom zakonskom odredbom, to je istu potrebno brisati, odnosno uskladiti s člankom 42 a stavkom 10. ZEK-a.

B) Iz nomotehnike reguliranja promotivnih ponuda proizlazi da se **svih pet odredbi ograničenja** u nuđenju **promotivnih ponuda** na istovjetan način primjenjuju kako na uslugu širokopojasnog pristupa internetu tako i na IPTV uslugu. Međutim, u daljnjem tekstu Prijedloga analize tržišta, navedena je dodatna napomena kako se za IPTV uslugu SMP-u ipak **omogućuje ponavljanje promotivnih ponuda za istu uslugu unutar razdoblja od godine dana**, odnosno isti može imati dvije promotivne ponude za istu uslugu u razdoblju od godine dana. Navedeno Hakom obrazlaže činjenicom da se IPTV usluga počela pružati kasnije (2006.g.) u odnosu na uslugu maloprodajnog širokopojasnog pristupa internetu koja se počela nuditi na tržištu 2004.g. Naime, obzirom da je HT među prvima započeo s pružanjem IPTV usluge čime je stekao prepoznatljiv brand i osigurao značajan tržišni položaj, dok su ostali operatori počeli ciljano nuditi IPTV uslugu tek u 2009. godini te uzevši u obzir velik broj korisnika HT-ove IPTV usluge (MAX tv) usluge (300.000 korisnika, podaci iz Prijedloga analize tržišta) Metronet smatra kako nema opravdane osnove u različitom reguliranju promotivnih ponuda u odnosu na ove dvije usluge. Isto tako, neovisno o činjenici što je IPTV usluga na tržištu započela kasnije s pružanjem nego

usluge širokopojasnog pristupa internetu, Metronet ovdje naglašava kako se ionako radi o periodu od skoro 5 godina bez regulacije tržišnih uvjeta, a koje razdoblje na telekom tržištu primjerice obuhvaća dulji ciklus od samog perioda na koji se odnose analize tržišta. Metronet naglašava kako će upravo u ovom slučaju doći do prenošenja tržišne snage na tržište IPTV usluge, budući da će SMP sve svoje aktivnosti usmjeriti na promotivne ponude i privlačenje korisnika primamljivim promotivnim paketima, a što će im biti omogućeno u naredne tri godine odnosno na period na koji se odnosi ova analiza tržišta.

C) Hakom zaključuje kako je, kao jednu od prepreka razvoju djelotvornog tržišnog natjecanja na tržištu maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu prepoznao i diskriminaciju korisnika na cjenovnoj osnovi. Stoga je SMP određena regulatorna obveza **zabrane davanja neopravdane prednosti pojedinim krajnjim korisnicima usluga**. Navedena regulatorna obveza je nužna kako bi se izbjegla situacija da SMP diskriminira krajnje korisnike pružajući im usluge s jednakim ili sličnim troškovima po različitim cijenama, odnosno odobravajući pojedinim korisnicima određeni popust na cijenu usluge, dok bi drugim korisnicima za koje ima jednake troškove navedeni popust uskratilo (str. 69. Prijedloga analize tržišta).

Iz navedenog nedvojbeno proizlazi da SMP može primijeniti popuste na cijene usluga koje su temeljem članka 63. ZEK-a prethodno dostavljene na uvid Hakomu. Metronet se ovdje ne protivi određivanju ove regulatorne obveze, već se protivi mogućnosti SMP-a da pruža cijenu usluge s popustima, dakle s nižom cijenom od one koja je prethodno Hakomu dostavljena na uvid. Metronet je na pravnu neosnovanost iskazivanja popusta na regulirane cijene već detaljno upozorio u postupku javne rasprave Analize tržišta javno dostupne telefonske usluge u mjesnom i/ili međumjesnom prometu koja se pruža na fiksnoj lokaciji za privatne i poslovne korisnike.

Metronet i ovdje ističe da se mogućnost pružanja usluge za cijenu nižu od objavljene protivi regulatornim obvezama koje su SMP-u određene ovim prijedlogom odluke. Konkretno, iskazivanjem popusta na već objavljene cijene ugrožava se tržišno natjecanje, jer u praksi će SMP pružati usluge po cijenama koje su niže od cijena usluga alternativnih operatora, a što je nelogično i u opreci je s obvezom određivanja i primjenom regulatornih obveza.

Isto tako iz regulacije ove odredbe proizlazi kako mogućnost iskazivanja popusta nije podložna nikakvim ograničenjima niti regulator ima neposredan i aktivan utjecaj na visinu iskaznog popusta.

Slaba mogućnost kontrole regulatora na iskazivanje popusta na objavljene cijene razvidna je iz obveza koje proizlaze iz nadzora pojedinačnih cijena usluga. Naime u slučaju izmjene cijena usluga, SMP je obvezan Hakomu iste dostaviti na uvid 45 dana prije objave. Istoj obvezi podliježu i promotivne ponude, na način da su SMP dužni dostaviti Hakomu obavijest o promotivnim ponudama i uvjetima promotivnih ponuda 45 dana prije objave. Međutim, obveza prethodne dostave obavijesti o namjeri iskazivanja popusta kao i uvjeta za ostvarivanje popusta, nije predviđena prijedlogom Analize tržišta. SMP su samo obvezni na svojim internetskim stranicama objaviti nediskriminirajuće uvjete i cijene usluge širokopojasnog pristupa internetu. Navedeno konkretno znači da SMP teoretski bez znanja regulatora može primijeniti popust na cijenu uslugu, na način da će se usluga konačnici pružati po cijeni ispod troška.

Stoga, Metronet uz uvodno protiviljenje u mogućnosti iskazivanja popusta na usluge koje pruža SMP, predlaže da se Prijedlogom analize tržišta odredi obveza dostave Hakomu obavijesti o namjeri davanja popusta uz obrazloženje uvjeta (ostvarenih ušteda) za ostvarivanje popusta, 45 dana prije objave istih na internetskim stranicama.

Nadalje, sama činjenica da je cijena usluge uz primjenu popusta troškovno orijentirana, nije dovoljan argument kojim se eventualno potkrepljuje mogućnost primjene popusta na cijene usluga SMP, već se isto treba razmatrati u sferi uvjeta na tržištu i same intencije regulatornih obveza. Naime i prema odredbi članka 63. stavka 5. ZEK-a regulator ima ovlast izmjene ili ukidanja cijena usluga, ako utvrdi da su u suprotnosti s regulatornim obvezama i mjerama iz tog članka, primjerice ako je došlo do ograničavanja tržišnog natjecanja ili sprječavanja ulaska na tržište drugih operatora, neovisno o činjenici što je cijena usluge s iskazanim popustom troškovno orijentirana.

Zaključno za ovu točku, nejasno je iz kojeg je razloga je ova obveza određena samo u odnosu na uslugu maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu, a ne i na uslugu IPTV obzirom da i na tom tržištu može doći do diskriminacije na cjenovnoj osnovi. Stoga Metronet predlaže proširenje ove obveze i u odnosu na IPTV uslugu.

D) U odnosu na **zabranu neopravdanog vezivanja usluga**, Metronet pozdravlja činjenicu da je Naslov prepoznao opasnost za telekom tržište od povezivanja reguliranih usluga s nereguliranim, primjerice paket usluga koji se sastoji od usluge nepokretnoj i usluge pokretnoj mreži (a koje cijene usluga ne podliježu regulatornim obvezama), ali i ostale vrste kombinacija usluga. Upravo radi takvog konvergiranja usluga, postoji opasnost od nuđenja paketa ispod troška.

Međutim, obzirom na porast broja pretplatnika 2D i 3D paketa u 2010. godini (Tablica na strani 16. Prijedloga analize tržišta) i prethodno iznesena utvrđenja Hakoma vezano za ovu regulatornu obvezu, nejasno je iz kojeg razloga se ova regulatorna obveza odnosi samo **na budući pakete**? Naime, potrebno je u skladu s određenom obvezom neopravdanog povezivanja određenih vrsta usluga, istu obvezu primijeniti i **na postojeće pakete**, na način da se isti, uz prikaz svih usluga objedinjenih ponudom, kao i njihove pripadajuće cijene i troškove dostave Hakomu u roku od 60 dana od donošenja konačne odluke.

V Zaključno, Metronet predlaže da Naslov pri donošenju konačne odluke i pripadajuće Analize tržišta maloprodaje širokopojasnog pristupa internetu uzme u obzir navode Metroneta iznesene u ovom podnesku.

S poštovanjem,

Metronet telekomunikacije d.d.