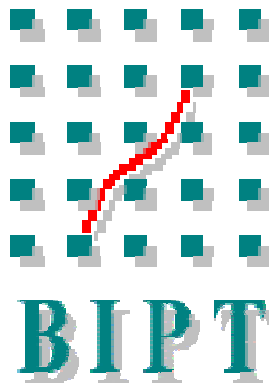


MA
ALGEMEEN MARKTDOCUMENT
ALGEMENE OPMERKINGEN



U kunt reageren op dit document tot en met vrijdag 11 april 2003. Voor vragen over deze consultatie kunt u terecht bij E. Verbeke (eduard.verbeke@ibpt.be, tel. 02-226 89 03).

Attentie! Dit is geen vragenlijst: de tabellen met betrekking tot de indicatoren moeten niet in dit stadium ingevuld worden.

Dit is een consultatiedocument dat als doel heeft de belanghebbenden te informeren over de komende marktanalyses. De inhoud is **niet** bindend en er kunnen geen rechten aan worden ontleend.

1 INLEIDING

1.1 Doel van het consultatiedossier

Het consultatiedossier, waarvan dit document deel uitmaakt, heeft als bedoeling de methode te verduidelijken die het BIPT zal volgen bij het uitvoeren van de marktanalyses en de belanghebbenden de kans te geven zich daarover uit te spreken.

Aangezien het hier om een consultatie gaat, zijn de in dit en de overige documenten voorgestelde methodes en definities **voorlopig** en **niet-bindend**.

De belanghebbenden kunnen reageren op elk onderdeel van het dossier in de vorm van een voorstel tot aanvulling of correctie of een vraag om verduidelijking of opheldering. Op sommige plaatsen in dit dossier zijn er expliciet vragen gesteld waarop de belanghebbenden uitgenodigd worden te antwoorden. Die vragen hebben de vorm:

Nummer: Vraag?

1.2 Inhoud van dit marktdocument

Dit marktdocument beschrijft die onderwerpen die van toepassing zijn op alle markten. Het bevat ook praktische aanwijzingen hoe de overige marktdocumenten gebruikt moeten worden.

Onderwerpen die in dit document aan bod komen, worden niet meer behandeld in de overige documenten.

1.3 Structuur van de documenten

Het dossier dat u zal worden voorgelegd bestaat uit dit algemene document en een aantal specifieke marktdocumenten met betrekking tot een relevante markt of, indien toepasselijk, een marktcluster.

1.4 Gebruikte teksten

In dit marktdossier wordt naar de volgende teksten verwezen met de naam tussen de vierkante haakjes.

William H. Greene. *Econometric Analysis*. Fourth Edition. New York University. Prentice Hall International. 2000 [**Econometric**]

Richtlijn 2002/19/EG van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake de toegang tot en interconnectie van elektronische-communicatienetwerken en bijbehorende faciliteiten (Toegangsrichtlijn) Publicatieblad L 108 van 24-04-2002 blz. 0007-0020 [**Toegangsrichtlijn**]

Richtlijn 2002/20/EG van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 betreffende de machtiging voor elektronische-communicatienetwerken en -diensten (Machtigingsrichtlijn) Publicatieblad L 108 van 24-04-2002 blz. 0021-0032 [**Machtigingsrichtlijn**]

Richtlijn 2002/21/EG van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronische-communicatienetwerken en -diensten (Kaderrichtlijn) Publicatieblad L 108 van 24-04-2002 blz. 0033-0050 [**Kaderrichtlijn**]

Richtlijn 2002/22/EG van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake de universele dienst en gebruikersrechten met betrekking tot elektronische-

communicatienetwerken en -diensten (Universeledienstrichtlijn) Publicatieblad L 108 van 24-04-2002 blz. 0033-0050 [**UDrichtlijn**]

RICHTSNOEREN VAN DE COMMISSIE voor de marktanalyse en de beoordeling van aanmerkelijke marktmacht in het bestek van het gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronische communicatienetwerken en -diensten; Brussel, 11 juli 2002 [**Richtsnoeren 2002/07**]

Voorontwerp van wet betreffende elektronische communicatie; Brussel, oktober 2002 [**Voorontwerp 2002/10**]

Lijst van normen en/of specificaties voor elektronische communicatienetwerken en -diensten en bijbehorende faciliteiten en diensten - (Voorlopige uitgave) - (Publicatieblad 2002/C 331/04); Brussel, 31 december 2002 [**Lijst 2002/12**]

Aanbeveling van de Commissie van 11/02/2003 betreffende relevante producten- en dienstenmarkten in de elektronische communicatiesector die overeenkomstig Richtlijn 2002/21/EG van het Europees Parlement en de Raad inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronische-communicatienetwerken en -diensten aan regelgeving ex ante kunnen worden onderworpen - (Publicatieblad 2003/C 497) - Brussel, 11 februari 2003 [**Aanbeveling 2003/02**]

Toelichting bij de Aanbeveling van de Commissie van 11/02/2003 betreffende relevante producten- en dienstenmarkten in de elektronische communicatiesector die overeenkomstig Richtlijn 2002/21/EG van het Europees Parlement en de Raad inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronische-communicatienetwerken en -diensten aan regelgeving ex ante kunnen worden onderworpen - (Publicatieblad 2003/C 497) - Brussel, 11 februari 2003 [**Toelichting 2003/02**]

1.5 Gebruikte afkortingen

⇒	Zie (ook)	Ma#	Markt #
BSS	Base Station System (MT)	MCC	Mobile Country Code (MT)
CDMA	Code Division Multiple Access	MNC	Mobile Network Code (MT)
CPP	Calling party pays (de oproeper betaalt)	MNO	Mobile Network Operator (mobiele-netwerkoperator)
CPS/CS	Carrier PreSelect/Carrier Select (carrier(voor)keuze)	MSC	Mobile Switching Centre (MT)
F2M	Fixed to mobile	MSIN	Mobile Subscriber Identity Number (MT)
FNO	Fixed Network Operator (vast-netwerkoperator)	MT	Mobile Telephony (mobiele telefonie)
FT	Fixed Telephony (vaste telefonie)	Q	Quarter (kwartaal): Q1 = 01/01 – 31/03, Q2 = 01/04 – 30/06, Q3 = 01/07 – 30/09, Q4 = 01/10 – 31/12
GPRS	General Packet Radio Service	NRA	National Regulatory Authority (Nationale Reguleringsinstantie) (in België BIPT)
GRX	GPRS Roaming Exchange	RAC	Random Access Channel (MT)
HLR	Home Location Register (MT)	SMP	Sterke marktpositie of Significant Market Position
HNw	Home Network (MT)	TAP	Transferred Account Procedure (MT)
IMSI	International Mobile Subscriber Identity (MT)		
IOT	Inter-Operator Tariff (MT)		
LEX	Local Exchange (FT)		
LUR	Location Update Request (MT)		
M2F	Mobile to fixed		
M#(-#)	Marktbeschrijving # (en t/m #)		

TEX	Transit Exchange
VLR	Visitor Location Register (MT)
VNw	Visited Network (MT)

W-CDMA
Wideband CDMA

2 JURIDISCHE ONDERBOUW

2.1 Inleiding.

Bij de juridische onderbouw wordt er gerefereerd aan zowel de Europese als de Belgische regelgeving.

Wat de Belgische regelgeving aangaat, is er wel een voorbehoud op zijn plaats: de Wet betreffende Elektronische Communicatie is nog niet door het Parlement goedgekeurd en is dus nog niet rechtsgeldig. Hij is in het stadium van een voorontwerp.

2.2 Marktanalyse gebaseerd op mededingingsrecht.

NRA's doen aan een "voorafgaande" regulering van de telecommunicatiesector. Een belangrijke hoeksteen van die regulering is de aanwijzing van ondernemingen met een aanmerkelijke marktmacht.

Daarvoor moeten er marktanalyses worden uitgevoerd volgens instructies vervat o.a. in Richtsnoeren 2002/07.

De marktanalyses worden vanaf 2003 op een nieuwe leest geschoeid. De voorafgaande regulering in aanmerking komende marktgebieden worden niet meer vastgelegd in specifieke richtlijnen¹ maar gedefinieerd overeenkomstig de principes van het Europese mededingingsrecht. De markten worden in eerste instantie gedefinieerd door de Commissie in zijn Aanbeveling; afwijking van die lijst om die aan te passen aan de nationale omstandigheden is mogelijk mits een bepaalde procedure wordt gevolgd².

2.3 Criteria.

In het regelgevingskader van 1998 stond het marktaandeel centraal - met eventueel de mogelijkheid om andere criteria in aanmerking te nemen - zoals staat in punt 3 van Richtsnoeren 2002/07:

[...] Op deze gebieden hadden de NRA's krachtens het regelgevingskader van 1998 de bevoegdheid om een onderneming aan te wijzen als onderneming met aanmerkelijke marktmacht wanneer zij een marktaandeel had van ten minste 25 %, met de mogelijkheid om van deze drempelwaarde af te wijken op grond van het vermogen van de onderneming om de markt te beïnvloeden, haar oomzet in verhouding tot de markt, de controle die zij over de toegangsmiddelen voor de eindgebruikers had, haar toegang tot financiële middelen en haar ervaring met het leveren van producten en diensten aan de markt.

In punt 75 van Richtsnoeren 2002/07 staat er dat er in het nieuwe kader ook rekening gehouden moet worden met andere criteria:

Zoals in de volgende punten wordt uitgelegd, wordt het bestaan van een machtspositie aangetoond aan de hand van een aantal criteria [...].

Marktaandeel blijft evenwel nog altijd een belangrijk criterium zoals verderop in punt 75 staat:

Ofschoon een groot marktaandeel op zichzelf niet volstaat als criterium voor aanmerkelijke marktmacht (een machtspositie), is het onwaarschijnlijk dat een onderneming zonder significant marktaandeel een machtspositie heeft. Ondernemingen met een marktaandeel van maximaal 25 % hebben waarschijnlijk geen (individuele) machtspositie op de betrokken markt. In de beschikkingpraktijk van de Commissie is er doorgaans pas sprake van gevaar voor een individuele

¹ Richtsnoeren 2002/07 punt 3.

² Richtsnoeren 2002/07 punt 4.

marktpositie ingeval een onderneming een marktaandeel van meer dan 40 % bezit, ofschoon de Commissie soms ook al bij een lager marktaandeel een vermoeden kan hebben van het bestaan van een machtspositie. Volgens de jurisprudentie vormt een zeer groot marktaandeel – meer dan 50 % - op zichzelf reeds het bewijs van een machtspositie, uitzonderlijke omstandigheden daargelaten. Een onderneming met een groot marktaandeel mag geacht worden over aanmerkelijke marktmacht te beschikken [...] wanneer haar marktaandeel over lagere tijd stabiel is gebleven. Het feit dat een onderneming met een groot marktaandeel op een bepaalde markt geleidelijk marktaandeel verliest, kan erop wijzen dat de markt concurrerender wordt, maar hoeft niet uit te sluiten dat aanzienlijke marktmacht wordt vastgesteld. Marktaandelen die over een periode fluctueren, kunnen dan weer een aanwijzing zijn dat marktmacht op de betrokken macht ontbreekt.

2.4 Prospectieve marktanalyse.

Bij de beoordeling of een onderneming een aanmerkelijke marktmacht heeft, kan men niet meer volstaan met een momentopname van het verleden, men moet kijken naar wat er in de nabije toekomst voorzien kan worden. Punt 20 van Richtsnoeren 2002/07 verwoordt dat:

Wanneer een NRA krachtens artikel 16 van de kaderrichtlijn een marktanalyse uitvoert, dient zij een prospectieve, structurele beoordeling van de relevante markt te maken op basis van de bestaande marktvoorwaarden. De NRA moet onderzoeken of de markt in de toekomst concurrerend zal zijn en dus of een eventueel gebrek aan daadwerkelijke mededinging blijvend is, gelet op de op redelijke termijn te verwachten of te voorspellen marktontwikkelingen. Bij de vaststelling van de termijn dient te worden gelet op de specifieke kenmerken van de markt en het vermoedelijke tijdstip van de volgende analyse van de betrokken markt door de NRA. De NRA's dienen bij hun analyse rekening te houden met gegevens uit het verleden wanneer dergelijke gegevens relevant zijn voor de ontwikkelingen van de markt in de nabije toekomst.

2.5 Maatregelen

De maatregelen die opgelegd kunnen worden, zijn zowel beschreven in de Europese regelgeving als in de Belgische wet.

2.5.1 Europese regelgeving

In hoofdstuk III van de Universele Dienstenrichtlijn staat bepaald dat een onderneming met een SMP die een vast netwerk exploiteren, carrierkeuze en carriërvoorkeuze opgelegd kunnen worden³. Op basis van de marktanalyseprocedure en in het kader van de toepassing van de toegangsverplichtingen opgenomen in artikel 12 van de Toegangsrichtlijn is het mogelijk een andere wijze van beschikbaarstelling van deze faciliteiten op te leggen of is het mogelijk de verplichting carrierkeuze of carriërvoorkeuze aan te bieden op te leggen op andere netwerken dan de vaste openbare netwerken.

Wanneer die maatregel of de overige maatregelen uit de Toegangsrichtlijn niet voldoende zijn, kunnen bovendien op grond van de UDRichtlijn, nog andere verplichtingen worden opgelegd⁴, die voorkomen dat buitensporige prijzen worden gevraagd, de markt wordt belemmerd, de mededinging wordt beperkt door middel van afbraakprijzen, een ongegronde voorkeur voor eindgebruikers aan de dag wordt gelegd en diensten op onredelijke wijze worden gebundeld. Die verplichtingen kunnen bestaan in het opleggen van passende prijsplafonds, het controleren van individuele tarieven of het afstemmen van de tarieven op de kosten of prijzen op vergelijkbare markten⁵.

Een onderneming aan wie die verplichtingen zijn opgelegd, kan tevens een kostentoerekeningsmodel worden opgelegd⁶:

³ UDRichtlijn art. 19

⁴ UDRichtlijn art. 17

⁵ UDRichtlijn art. 17

⁶ UDRichtlijn art. 18

4. De NRA's zorgen ervoor dat, indien een onderneming aan regulering van de eingebruikerstarieven of andere desbetreffende controles van de eindgebruikerstarieven is onderworpen, de noodzakelijke en geëigende kostentoerekeningssystemen worden toegepast.

Ondernemingen met een SMP kunnen volgens dezelfde richtlijn verplicht worden bepaalde huurlijnen aan te bieden⁷.

In de Toegangsrichtlijn staan eveneens een aantal verplichtingen met betrekking tot interconnectie en/of toegang opgesomd die de NRA's de operatoren met een SMP op kunnen leggen. Artikel 9 heeft het over de verplichting tot transparantie⁸, artikel 10 voorziet in de mogelijkheid om non-discriminatie op te leggen⁹. Combinatie van die beide verplichtingen kan leiden tot de eis om een referentieofferte op te stellen die voldoende gespecificeerd moet zijn zodat gebruikers niet hoeven te betalen voor onnodige diensten¹⁰.

Artikel 11 van de Toegangsrichtlijn heeft het over het voeren van gescheiden boekhoudingen¹¹ met betrekking tot interconnectie en/of toegang. Een dergelijke boekhouding moet het onder meer mogelijk maken na te gaan of aan de non-discriminatieverplichting wordt voldaan. Het BIPT heeft bovendien de bevoegdheid operatoren te verzoeken om boekhouddocumenten overgelegd te krijgen om het toezicht op de naleving van verplichtingen inzake transparantie en non-discriminatie te vergemakkelijken en om dergelijke informatie onder bepaalde voorwaarden te publiceren.

Artikel 12 van de Toegangsrichtlijn regelt de verplichtingen inzake toegang tot en het gebruik van netwerkfaciliteiten. Die kunnen onder meer inhouden dat derden toegang wordt verleend tot bepaalde netwerkelementen of faciliteiten, te goeder trouw wordt onderhandeld, bestaande toegang niet ingetrokken wordt, wholesale diensten aangeboden worden, toegang verleend wordt tot technische interfaces, protocollen of andere, collocatie of andere vormen van gedeeld gebruik van faciliteiten aangeboden worden, bepaalde diensten aangeboden worden die nodig zijn voor de interoperabiliteit van de aan gebruikers geleverde eind-tot-eind-diensten, toegang verleend wordt tot operationele ondersteuningssystemen of vergelijkbare softwaresystemen en gezorgd wordt voor interconnectie van netwerken of netwerkfaciliteiten¹².

Artikel 13 van de Toegangsrichtlijn regelt de verplichtingen inzake prijscontrole en kostentoerekening voor het verlenen van specifieke interconnectie en/of toegangstypes¹³.

2.5.2 Belgische wetgeving

In Titel III van het Voorontwerp 2002/10 staan een aantal bepalingen over de toepasbare maatregelen. Die maatregelen zijn in principe dezelfde als die in de UDRichtlijn en de Toegangsrichtlijn.

Artikel 68 § 3 heeft het over de bevoegdheid van het BIPT om geschikte maatregelen op te leggen¹⁴:

[...] en legt hem van de verplichtingen als beschreven in de artikelen 71 tot 78, diegene op die het gepast acht.

Artikel 71 voorziet in de mogelijkheid om een verplichting tot non-discriminatie met betrekking tot toegang op te leggen.

⁷ UDRichtlijn art. 17

⁸ Toegangsrichtlijn art. 9

⁹ Toegangsrichtlijn art. 10

¹⁰ Toegangsrichtlijn art. 9

¹¹ Toegangsrichtlijn art. 11

¹² Toegangsrichtlijn art. 12

¹³ Toegangsrichtlijn art. 13

¹⁴ Voorontwerp 2002/10 art. 68 + Memorie van Toelichting

Artikel 72 omschrijft de verplichting inzake transparantie, de beschikbaar te stellen informatie, de gedetailleerdheid daarvan en de wijze van publicatie. Artikel 72 bepaalt ook dat in combinatie met non-discriminatie een referentieaanbod opgelegd kan worden. Indien een verplichting tot het verlenen van toegang tot netwerkelementen en/of faciliteiten werd opgelegd kan de publicatie van een referentieaanbod betreffende interconnectie, volledig ontbundelde of gedeelde toegang, toegang tot een binair debiet of een andere vorm van toegang opgelegd worden. Beide types van referentie-aanbiedingen kunnen bovendien op last van het BIPT gewijzigd worden¹⁵.

Artikel 73 betreft de verplichting een gescheiden boekhouding te voeren en openheid van zaken te geven over haar interne groothandelsprijzen en verrekenprijzen. Ook de boekhoudmethode kan worden opgelegd en de overleggingsplicht van boekhoudkundige documenten wordt in artikel 73 bepaald¹⁶.

De verplichting toegang te verlenen wordt omschreven in artikel 74¹⁷.

Artikel 75 regelt de prijscontrole waarbij aan operatoren met een SMP bepaalde beperkingen opgelegd kunnen worden aan de prijzen op het gebied van toegang die zij op een bepaalde markt hanteren¹⁸.

Artikel 76 handelt over de verplichting tot het aanbieden van carrierselectie en carriërvoorselectie¹⁹.

Artikel 77 heeft het over bijkomende verplichtingen die opgelegd kunnen worden als de verplichtingen uit hoofde van de artikelen 71 tot en met 76 niet het gewenste resultaat zouden boeken. Die maatregelen kunnen betrekking hebben op²⁰:

- aanpassen van abnormaal hoge of abnormaal lage prijzen;
- het verbod de toegang tot de markt te belemmeren;
- mededingingsbeperkende afbraakprijzen;
- ongegronde voorkeuren voor bepaalde gebruikers;
- het bundelen van diensten;
- het opleggen van maximumtarieven;
- het controleren van individuele retailtarieven;
- het afstemmen van de tarieven op de kosten en prijzen op vergelijkbare markten.

Artikel 78 heeft betrekking op de huurlijnenmarkt: operatoren met een SMP op deze markt dienen het minimumpakket aan te bieden tegen kostengeoriënteerde prijzen. Bovendien kunnen normen opgelegd worden ten aanzien van de publicatie, de technische karakteristieken en de leveringsvoorwaarden van die huurlijnen²¹. Artikel 79 voorziet in de mogelijkheid de verplichting kostengeoriënteerd en niet-discriminerend te werken uit te breiden naar andere types van huurlijnen, wanneer dat nodig is.

¹⁵ Voorontwerp 2002/10 art. 72

¹⁶ Voorontwerp 2002/20 art. 73

¹⁷ Voorontwerp 2002/20 art. 74

¹⁸ Voorontwerp 2002/20 art. 75

¹⁹ Voorontwerp 2002/20 art. 76

²⁰ Voorontwerp 2002/20 art. 77

²¹ Voorontwerp 2002/20 art. 78

2.6 Vertrouwelijkheid

Het BIPT behoudt zich het recht voor om op wholesale markten met betrekking tot de gegevens omtrent transacties tussen twee operatoren A en B, de gegevens van A te vergelijken met die van B en, als er een significant verschil is, operator A te confronteren met de betreffende gegevens van B en omgekeerd.

3 LIJST VAN RELEVANTE MARKTEN

3.1 Lijst van relevante markten zoals gedefinieerd door de Commissie

In zijn aanbeveling van 11-02-2003²² somt de Commissie 18 markten op.

- Markt 1: Toegang tot het openbare telefoonnet op een vaste locatie voor particuliere gebruikers;
- Markt 2: Toegang tot het openbare telefoonnet op een vaste locatie voor niet-particuliere gebruikers;
- Markt 3: Openbare beschikbare locale en/of nationale telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere gebruikers;
- Markt 4: Openbare beschikbare internationale telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere gebruikers;
- Markt 5: Openbare beschikbare locale en/of nationale telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere gebruikers;
- Markt 6: Openbare beschikbare internationale telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere gebruikers;
- Markt 7: De minimumverzameling van huurlijnen
- Markt 8: Gespreksopbouw op het openbare telefoonnetwerk, verzorgd op een vaste locatie;
- Markt 9: Gespreksafgifte op afzonderlijke openbare telefoonnetwerken, verzorgd op een vaste locatie;
- Markt 10: Gespreksdoorgiftdiensten in het vaste openbare telefoonnetwerk;
- Markt 11: Ontbundelde toegang op wholesale-niveau (inclusief gedeelde toegang) tot metalen netten en subnetten, voor het verzorgen van breedband- en spraakdiensten;
- Markt 12: Wholesale-breedbanddiensten;
- Markt 13: Afgevend segmenten van huurlijnen op wholesale-niveau;
- Markt 14: Bundelsegmenten van huurlijnen op wholesale-niveau;
- Markt 15: Toegang en gespreksopbouw op openbare mobiele telefoonnetwerken;
- Markt 16: Gespreksafgifte op afzonderlijke mobiele telefoonnetwerken;
- Markt 17: De nationale wholesale-markt voor internationale roaming via openbare mobiele netwerken;
- Markt 18: Omroeptransmissiediensten, voor het leveren van omroepinhoud aan eindgebruikers.

²² Aanbeveling 2003/02 p. 56-58

3.2 Koppeling met het kader van 1998

In de Aanbeveling staat welke markten, opgesomd in de Kaderrichtlijn, gekoppeld zijn met welke markten onder het regelingskader van 1998²³:

Marktgebieden onderworpen aan verplichtingen krachtens het regelingskader 1998	Marktgebieden vermeld in bijlage I van de Kaderrichtlijn
LEVERING AAN EINDGEBRUIKER (RETAIL)	
Vaste openbare telefoonnetwerken en spraaktelefonie Richtlijn 98/10/EC	Het aanbieden van aansluiting op en het gebruik van het openbare telefoonnetwerk op een vaste locatie.
Huurlijnen, inclusief het minimumpakket van huurlijnen Richtlijn 92/44/EEC	De levering van huurlijnen aan eindgebruikers.
LEVERING VOOR DOORVERKOOP (WHOLESALE)	
Vaste openbare telecommunicatienetwerken – interconnectie Richtlijn 97/33/EC artikel 7.1, bijlage I deel 1	Gespreksopbouw op het vaste openbare telefoonnetwerk Gespreksafgifte op het vaste openbare telefoonnetwerk Doorgiftdiensten op het vaste openbare telefoonnetwerk
Vaste openbare telecommunicatienetwerken – ontbundeling van het aansluitnet Verordening 2887/2000/EC	Toegang tot het vaste openbare telefoonnet, met inbegrip van ontbundelde toegang tot het aansluitnet
Vaste openbare telecommunicatienetwerken – carrierselectie/-preselectie Richtlijn 97/33/EC artikel 12, lid 7, geïntroduceerd middels 98/61/EC	Gespreksopbouw op het vaste openbare telefoonnetwerk
Huurlijndiensten – interconnectie Richtlijn 97/33/EC artikel 7, lid 1, bijlage I deel 2	De levering van huurlijncapaciteit op wholesale-niveau aan andere aanbieders van communicatienetwerken of -diensten Interconnectie van huurlijnen (interconnectie van deelcircuits)
Mobiele openbare geschakelde telecommunicatienetwerken – interconnectie (gekoppeld aan nationale markt voor interconnectie) Richtlijn 97/33/EC artikel 7, lid 1, bijlage I deel 3	Gespreksopbouw op openbare mobiele telefoonnetwerken Gespreksafgifte op openbare mobiele telefoonnetwerken

3.3 Afwijkende markten

Het staat een NRA vrij om van de in de Aanbeveling staande lijst (⇒3.1) af te wijken, hetzij door nieuwe markten te definiëren, hetzij door markten te segmenteren, hetzij door verschillende markten samen te nemen.

²³ Aanbeveling 2003/02 p. 6

Een dergelijke marktdefinitie moet echter eerst voorgelegd worden aan de Europese Commissie en de overige Europese NRA's.

Een geografische segmentering valt echter niet onder die verplichting. (⇒ 3.5)

3.4 Afbakening van verschillende markten

3.4.1 Onderscheid tussen particuliere en niet-particuliere gebruikers: de scheidingslijn tussen de markten 1, 3 en 4 enerzijds en 2, 5 en 6 anderzijds.

Dat onderscheid wordt gemaakt om retailmarkt 1 van 2 te onderscheiden en de markten 3 en 4 van 5 en 6. Het is logisch dat hetzelfde onderscheid gemaakt wordt.

De redenering achter die segmentering is dat er op de markt van de bedrijven andere concurrentievoorwaarden zijn dan op de markt van de particuliere gebruikers.

Een **administratieve** scheidingslijn is het wel of niet hebben door de eindgebruiker van een BTW-nummer. Dat is een objectief criterium. Het is wel de vraag of het aan een economische realiteit beantwoordt: als wij de opdeling van de klanten op grond van het BTW-nummer voorstellen als en die op grond van een (theoretisch) economisch criterium als dan is er een soort grijs gebied met aan de ene kant kleine zelfstandigen en bedrijven, die vanuit een economisch oogpunt niet wezenlijk verschillen van particuliere klanten en aan de andere kant overheidsdiensten die geen BTW-nummer hebben.

3.4.1a: Als u als operator het BTW-nummer gebruikt om een onderscheid te maken tussen particuliere en zakelijke klanten, hebt u dan een oplossing voor voornoemd grijs gebied (kleine bedrijven en overheidsdiensten) en zo ja, welke?

Er zijn nog andere scheidingslijnen mogelijk die wij hier volledigheidshalve opnoemen en door sommige andere NRA's overwogen zijn of worden, namelijk technische en economische.

Bij het leggen van een **technische** scheidingslijn gaat men ervan uit dat in bepaalde marktsegmenten bepaalde technieken gebruikt worden. Onderstaande tabel geeft een mogelijk onderscheid weer.

Technologie	Particulier	Niet-part.
PSTN	x	-
ISDN BA	x	-
ISDN PRA	-	x
Kabel	x	-
WLL	-	x

Dat onderscheid is echter allesbehalve perfect: ook ondernemingen hebben PSTN-aansluitingen.

Een **economische** scheidingslijn is bijvoorbeeld de hoogte van de telefoonrekening: boven een bepaald periodiek bedrag gaat het om een niet-particuliere klant en daaronder om een particuliere klant. Een eerste complicatie doet zich voor op Ma3, Ma4, Ma5 en Ma6: een onderneming die gebruik maakt van CS/CPS, spreidt haar telefonie-uitgaven over verschillende telefoonrekeningen: zij kan zo bij sommige of alle operatoren onder het grensbedrag komen terwijl het totaalbedrag boven de grenswaarde ligt. Een tweede moeilijkheid is dat bedrijven met telefonie-uitgaven die om het grensbedrag schommelen, nu eens wel en dan weer niet tot de particuliere gebruikers gerekend zouden worden.

Een tweede mogelijke economische scheidingslijn is het type contract dat met een eindgebruiker afgesloten is: bepaalde contracten zijn bestemd voor niet-particuliere gebruikers en andere alleen voor particuliere gebruikers. Zo'n onderscheid is echter alleen toepasbaar als alle marktspelers dezelfde contractenmix hebben.

Er moet een scheidingslijn komen die **alle** operatoren kunnen trekken. Als een operator een administratief onderscheid gebruikt, een andere een technisch en een derde een economisch, zullen de door hun opgegeven gegevens onmogelijk vergelijkbaar zijn.

Er is daarom besloten om als criterium het BTW-nummer te hanteren met eventueel een correctie voor voornoemd grijs gebied voor zover alle operatoren dat kunnen toepassen.

3.4.1b: Is u het eens met die keuze? Welk criterium gebruikt u zelf bij het onderscheiden van particuliere en niet-particuliere gebruikers? Welk algemeen toepasbaar criterium zou u zelf voorstellen?

3.5 Mogelijke geografische segmentering

Een geografische markt kan gedefinieerd worden als het “gebied waar de betrokken ondernemingen diensten verlenen en producten leveren, waar de concurrentieomstandigheden waaronder zij werken, gelijk of nagenoeg homogeen zijn en dat zich onderscheidt van aangrenzende gebieden waar de concurrentieomstandigheden significant verschillend zijn.”

De aanbodsubstitutie is een belangrijk element in het vaststellen van een geografisch beperkte markt. Als een dominant operator binnen een bepaald gebied zijn tarieven significant verhoogt, kan een operator in een naburig gebied zijn netwerk of dienstverlening dan uitbreiden?

Tegenover de theoretische wenselijkheid om markten te segmenteren, staat de praktische haalbaarheid en nut van zo'n aanpak. Er zal altijd een afweging gemaakt moeten worden tussen enerzijds de eis om te reguleren waar het nodig is en nergens anders en anderzijds de grote hoeveelheid informatie die van de operatoren wordt verlangd en door het Instituut moet worden verwerkt.

Per relevante markt of marktcluster zal er worden aangegeven welke geografische segmentering er op die markt of dat cluster toegepast zal worden.

4 MARKTDEFINITIE

4.1 Marktpartijen

Er zijn bij een transactie altijd twee marktpartijen: de **klant** die een bepaalde dienst koopt en de **leverancier** die een bepaald product of een bepaalde dienst levert. Wij zullen in de marktbeschrijvingen doorgaans de leverancier als marktpartij **B** omschrijven en de klant als marktpartij **A**. Er zijn eventueel nog andere marktpartijen mogelijk, hetzij andere operatoren, hetzij andere retailklanten, die de dienstverlening van **B** aan **A** mogelijk maken en die een invloed hebben op de omzet op die markt.

4.2 Respondenten

Bij de marktanalyse richt het BIPT zich tot de als operatoren geregistreerde bedrijven. De mogelijkheid om met consumenten-enquêtes te werken wordt niet overwogen voor de nabije toekomst.

Op de retailmarkten betekent dat dus dat het onderzoek zich in principe alleen tot de leveranciers richt.

Op de wholesalemakten is doorgaans zowel de klant als de leverancier een bij het BIPT geregistreerde operator – buitenlandse operatoren zijn een uitzondering. De vragenlijst kan dus uit twee gedeelten bestaan: een deel dat een operator invult als leverancier en een deel dat hij invult als klant. Dat geeft een extra controlemogelijkheid op de juistheid van de verkregen informatie doordat kruisvergelijkingen toegepast kunnen worden.

5 INDICATOREN

5.1 Inleiding

5.1.1 Prospectieve beoordeling

Bij de marktanalyses wordt er uitgegaan van informatie uit het verleden. De bedoeling is echter de toekomstige evolutie van de sector te voorspellen, zoals gesteld wordt in punt 20 van Richtsnoeren 2002/07²⁴:

Wanneer een NRA krachtens artikel 16 van de kaderrichtlijn een marktanalyse uitvoert, dient zij een prospectieve, structurele beoordeling van de relevante markt te maken op basis van de bestaande marktvoorwaarden. De NRA moet onderzoeken of de markt in de toekomst concurrerend zal zijn en dus of een eventueel gebrek aan daadwerkelijke mededinging blijvend is, gelet op de op redelijke termijn te verwachten of te voorspellen marktontwikkelingen. Bij de vaststelling van de termijn dient te worden gelet op de specifieke kenmerken van de markt en het vermoedelijke tijdstip van de volgende analyse van de betrokken markt door de NRA. De NRA's dienen bij hun analyse rekening te houden met gegevens uit het verleden, wanneer dergelijke gegevens relevant zijn voor de ontwikkelingen op die markt in de nabije toekomst.

Dat betekent dat de opgevraagde gegevens het mogelijk moeten maken om een trend te berekenen. De informatie moet dus een voldoende lange periode bestrijken (als vuistregel minstens even lang als de door de voorspelling te overbruggen periode) en per kwartaal of zelfs per maand onderverdeeld zijn. Die informatie kan gecompleteerd worden met recenter cijfermateriaal dan afkomstig uit de referentieperiode en eventueel met plannen en projecten die een beter beeld kunnen werpen op de toekomst, al moeten vooral de niet verifieerbare gegevens, zoals plannen en projecten, wel met meer omzichtigheid behandeld worden. Het Instituut heeft ervoor gekozen om de gegevens op te vragen over de **twee voorbijaande jaren per kwartaal**. Dat levert 8 waarnemingen op.

Indicatoren die een stand aangeven, zoals het aantal abonnees, moeten de toestand weergeven op het midden van de periode. Indicatoren die een continue stroom aangeven, zoals betalingen, moeten uiteraard over de hele periode gelden. Wat geldstromen betreft: zij worden geacht toegerekend te worden aan de periodes waarop de feiten zich hebben voorgedaan en waarop de vergoedingen betrekking hebben.

De toekomst voorspellen is uiteraard geen eenvoudige onderneming. Veel hangt af van de stabiliteit van de markt en de waargenomen trend. Daarbij zal regressieanalyse worden gebruikt. In eerste instantie zal de volgende formule gehanteerd worden²⁵:

$$y_t = \mu + \gamma y_{t-1} + \varepsilon_t$$

waarin y_t de onderzochte tijdreeks is, μ en γ de met regressieanalyse te schatten coëfficiënten en ε_t de restwaarde, het verschil tussen de werkelijke waarde van y_t en de berekende :

$$\begin{aligned}\varepsilon_t &= y_t - \hat{y}_t \\ \hat{y}_t &= \mu + \gamma y_{t-1}\end{aligned}$$

Er is gebleken dat zo'n eenvoudige tijdreeks vaak betere resultaten oplevert dan ingewikkelde modellen met gelijktijdige vergelijkingen²⁶. Uiteraard zal de gevonden formule niet kritiekloos toegepast worden om trends te berekenen. Er zal telkens gekeken worden naar de

²⁴ Richtsnoeren 2002/07 al. 20

²⁵ Econometric p. 750

²⁶ Econometric p. 748

correlatiecoëfficiënt (die weergeeft hoe goed de geschatte waarden de werkelijke benaderen). Eventueel kunnen ook formules worden gebruikt als:

$$y_t = \mu + \beta x_t + \varepsilon_t$$

waarin x_t een van y_t verschillende geschikte (voorspelbare) tijdreeks is en β de daarmee overeenstemmende, te schatten coëfficiënt, of een combinatie van beide:

$$y_t = \mu + \beta x_t + \gamma y_{t-1} + \varepsilon_t$$

5.1.2 Lijst van te onderzoeken indicatoren

In de Richtsnoeren 2002/07 staan een aantal indicatoren opgesomd waarmee “onder andere” rekening gehouden kan worden²⁷.

5.1.2.1 Individuele machtspositie

De criteria zijn:

- Marktaandelen (R)
- Totale omvang van de onderneming (R)
- Controle over niet gemakkelijk te reproduceren infrastructuur (R)
- Technologische voorsprong of superioriteit (R)
- Een kopersmacht die een tegengewicht kan vormen (R)
- Toegang tot kapitaalmarkten of financiële middelen (R)
- Diversificatie van het dienstenpakket
- Schaalvoordelen (R)
- Breedtevoordelen (R)
- Vertikale integratie (R)
- Distributie- en verkoopnetwerk (R)
- Potentiële concurrentie (R)
- Grenzen aan de expansie (R)
- Toegangsdrempels (R)

5.1.2.2 Gezamenlijke machtspositie van ondernemingen

Gezamenlijke machtspositie wordt uitgeoefend door ondernemingen die wettelijk en economisch onafhankelijk zijn van elkaar. Ondernemingen zien ervan af om elkaar te beconcurreren maar coördineren hun gedragingen en handelen als waren zij een enkele onderneming. Dat wordt stilzwijgende coördinatie genoemd. Die komt vooral voor op markten met bepaalde kenmerken.

- Een volgroeide markt (R)
- Stagnerende of matige groei aan de vraagzijde (R)
- Geringe elasticiteit van de vraag (R)
- Een homogeen product (R)
- Vergelijkbare kostenstructuren (R)

²⁷ Richtsnoeren 2002/07 punt 78 en punt 97

- Vergelijkbare marktaandelen (R)
- Het ontbreken van technische innovatie, volgroeide technologie (R)
- Geen overcapaciteit (R)
- Hoge drempels bij het betreden van de markt (R)
- Geen tegengewicht aan de koperszijde (R)
- Geen potentiële concurrentie (R)
- Verschillende informele of andersoortige banden tussen de betrokken ondernemingen (R)
- Vergeldingsmechanismes (R)
- Het geheel ontbreken van of weinig ruimte voor prijsconcurrentie. (R)

Het kunnen aantonen dat een markt bovengenoemde kenmerken heeft, is op zichzelf niet voldoende om te bewijzen dat er een gezamenlijke machtspositie is. Er moet bovendien worden onderzocht of de marktpartijen sterke drijfveren hebben om tot coördinatie van de ontwikkelingen te komen en zich van concurrerende gedragingen te onthouden.

Er zal dus nagegaan moeten worden of er in de eerste plaats van daadwerkelijk coördinerend gedrag sprake is en in de tweede plaats of de markt van het type is waarop zulk coördinerend gedrag tot stand komt en of er mechanismes zijn dat zulk gedrag bestendigt.

5.1.3 Bronnen

Het BIPT kan zijn informatie uit verschillende bronnen halen. In de marktdocumenten wordt naar sommige van die bronnen verwezen en wel met de afkortingen:

- **me**: marktenquête, het document dat de bedrijven in moeten vullen;
- **jr**: jaarrekening van de ondernemingen.

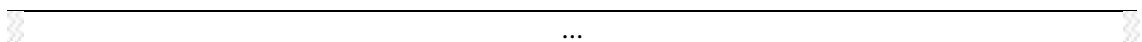
5.1.4 Conventies inzake tabellen

In de marktdocumenten, in het bijzonder die van de wholesale-markten, wordt een onderscheid gemaakt tussen tabellen die de operatoren als leverancier moeten invullen en die omrand zijn met een dubbele lijn waarvan de buitenste de dikste is:

De tabellen die zij als klant moeten invullen, zijn omrand met een dubbele lijn waarvan de binnenste de dikste is:

De overige tabellen zijn omrand met een gewone dubbele lijn:

In de consultatiedocumenten worden niet alle tabellen volledig uitgewerkt. De repetitierij geeft aan waar delen van een tabel zijn weggevallen die de lezer zelf gemakkelijk aan kan vullen.



5.2 Bespreking van de indicatoren

In dit onderdeel wordt besproken wat de indicatoren inhouden en met welk doel ze gevraagd kunnen worden. In de overige marktdocumenten zullen deze indicatoren alleen nog besproken worden als er marktspecifieke opmerkingen over moeten worden gemaakt.

5.2.1 Individuele machtspositie van ondernemingen

5.2.1.1 Marktaandeel

Marktaandelen zijn in het nieuwe kader, net zoals andere criteria, niet alleenbepalend of een onderneming een SMP heeft of niet. Wel wordt er in de Richtsnoer 2002/02 gesteld dat het onwaarschijnlijk is dat ondernemingen met een marktaandeel van minder dan 25 pct een machtspositie zouden hebben. 50 pct geldt dan weer als een niveau waarboven een machtspositie verondersteld wordt. In de praktijk geldt 40 pct als een niveau waarboven er sprake kan zijn van een individuele machtspositie.

Een momentopname van de markt is minder relevant dan de evolutie over de tijd. Een blijvend hoog marktaandeel wijst op een machtspositie, een afnemend marktaandeel op een steeds groter wordende concurrentie. Een sterk fluctuerend marktaandeel wijst op een zwakke machtspositie. De fase waarin de markt zich bevindt, is bovendien een factor die de interpretatie van de marktaandelen beïnvloedt.

5.2.1.2 Totale omvang van de onderneming

Een groot bedrijf kan een blijvende voorsprong hebben op zijn kleinere concurrenten. Naast de hierna vermelde schaal- en breedtevoordelen, zijn er een betere toegang tot financiering, betere voorwaarden bij het aan- of inkopen of inhuren van kostenelementen, betere dimensionering van productieapparaat. Een gespecialiseerd en kleiner bedrijf heeft minder ruimte om een concurrentiestrijd het hoofd te bieden. Hoe groter het bedrijf, hoe groter de kans dat het zich op een bepaalde markt onafhankelijk op kan stellen van zijn klanten.

Gegevens over de bedrijven kunnen verkregen worden uit de jaarrekeningen. Voor zover dat mogelijk is zou er een opsplitsing moeten komen tussen de onderneming als geheel en de afdelingen die zich met telecommunicatie bezig houden. In sommige gevallen is dat een verplichting (bijvoorbeeld in het kader van artikel 80 van Voorontwerp 2002/10, dat de omzetting beoogt van artikel 13 van de Kaderrichtlijn).

5.2.1.3 Controle over niet gemakkelijk te reproduceren infrastructuur

De aanleg van netwerken is duur en vergt veel tijd, en is dus een belangrijke toegangsdrempel. Voor zover een netwerk een exclusieve toegang verschaft tot bepaalde gebruikers, geeft het de netwerkbeheerders een machtspositie en biedt hen de mogelijkheid zich onafhankelijk op te stellen tegenover hun concurrenten en hun klanten.

5.2.1.4 Technologische voorsprong of superioriteit

Dit criterium lijkt vooral van toepassing op een sector, waar er processen zijn die door octrooien langdurig beschermd kunnen worden.

Zonder een dergelijke bescherming is elke technologische voorsprong of superioriteit van korte duur.

5.2.1.5 Een kopersmacht die een tegengewicht kan vormen

Als klanten een sterke onderhandelingspositie hebben, hetzij individueel, hetzij via een belangengroep, heeft een bedrijf minder manoeuvreerruimte in het bepalen van zijn prijs of niveau van dienstverlening.

Die kopersmacht is dus des te groter naarmate een klant of een georganiseerde groep klanten een belangrijk deel van de omzet vertegenwoordigen, goed geïnformeerd zijn, gemakkelijk en goedkoop over kunnen schakelen op andere leveranciers of zelf de dienst kunnen leveren.

Op sommige markten, namelijk Ma9 en Ma16, waar het om individuele netwerken gaat en het marktaandeel van een operator dus altijd 100 pct bedraagt, is de kopersmacht een belangrijk criterium om de machtspositie te bepalen.

5.2.1.6 Toegang tot kapitaalmarkten en financiële middelen

Wie over voldoende financiële middelen beschikt, of die gemakkelijk kan krijgen, is beter in staat om concurrentie te weren door zwaar te investeren op die marktonderdelen waar de concurrentie een voet aan de grond wil krijgen.

Beursgenoteerde bedrijven hebben een andere toegang tot kapitaalmarkten en financiële middelen dan de overige bedrijven. Bovendien worden van belangrijke bedrijven ratings opgesteld, die een idee geven van hun kredietwaardigheid.

5.2.1.7 Diversificatie van het dienstenpakket

Het bundelen van diensten kan ertoe leiden dat gespecialiseerde concurrenten, die niet het hele pakket kunnen leveren, benadeeld worden. Het fungeert als een hefboom waardoor een machtspositie op één markt overgeheveld wordt naar een andere.

5.2.1.8 Schaalvoordelen

In markten met ten opzichte van variabele kosten hoge vaste kosten, zoals netwerkkosten, daalt de kostprijs per eenheid drastisch als er meer afgenomen wordt. Gevestigde operatoren met een groot klantenbestand hebben een kostprijsvoordeel ten opzichte van nieuwkomers die nog een klantenbestand moeten aanleggen.

5.2.1.9 Breedtevoordelen

Als de kostprijs van een dienst laag gehouden kan worden, doordat er ook andere diensten aangeboden kunnen worden, die gedeeltelijk van dezelfde infrastructuur gebruik maken, spreekt men van breedtevoordelen. Telecommunicatienetwerken zijn daar een voorbeeld van. Op het netwerk kunnen er zowel gesprekken als data verstuurd worden.

5.2.1.10 Distributie en verkoopnetwerk

Een uitgebreid distributie- en verkoopnetwerk is duur om op te zetten en in stand te houden. Wie het heeft, heeft een voordeel boven de andere bestaande of toekomstige marktspelers.

5.2.1.11 Potentiële concurrentie

De aanwezigheid van bedrijven die op een korte termijn op de markt kunnen komen, kunnen de manoeuvreerruimte van de huidige marktspelers beperken. Dit criterium is nauw verwant met toegangsdrempels en de grenzen aan de expansie.

5.2.1.12 Grenzen aan de expansie

Er is meer ruimte om te concurreren op een markt met behoorlijke groeimogelijkheden. Verzadigde markten trekken geen nieuwe concurrenten aan.

5.2.1.13 Toegangsdrempels

Een bedrijf kan gedwongen worden zijn prijzen te matigen of zijn dienstverlening op een behoorlijk niveau te houden als het bang is dat een hoge prijs of een ondermaatse dienstverlening nieuwe concurrenten aan kan trekken. Als de toegangsdrempels tot een markt echter hoog zijn, is er die dreiging niet en kunnen de bestaande operatoren min of meer hun gang gaan.

5.2.2 Gezamenlijke machtspositie van ondernemingen

Bij het beoordelen van een gezamenlijke machtspositie wordt er sterk rekening gehouden met het markttype. In dat geval zijn niet zozeer de individuele gegevens van de ondernemers belangrijk maar wel de totalen van die gevraagde informatie.

5.2.2.1 Een volgroeide markt

5.2.2.2 Stagnerende of matige groei aan de vraagzijde

5.2.2.3 Geringe elasticiteit van de vraag

Die drie criteria bepalen of het voor een onderneming interessant is om een prijsverlaging door te voeren. Een prijsverlaging is pas dan interessant als er per saldo een omzetsijging is: de extra vraag tegen de nieuwe prijs moet m.a.w. groter zijn dan de huidige vraag tegen het prijsverschil. Als de markt verzadigd is, de groei van de vraag gering is, of de vraag nauwelijks reageert op een prijsverandering, is de kans op een omzetgroei eveneens klein.

5.2.2.4 Homogeen product

Als prijs het enige is wat diensten op een markt differentieert, is onderlinge controle van de ondernemingen gemakkelijker. Markten met homogene producten kunnen dus eerder leiden tot een gezamenlijke machtspositie door onderlinge controle.

5.2.2.5 Vergelijkbare kostenstructuren

Als de ondernemingen dezelfde kostenstructuur hebben, hebben zij bij een gegeven prijs ook dezelfde winstmogelijkheden. Het is dan voor die ondernemingen gemakkelijker een prijsniveau te vinden waarop zij allemaal hun winst maximaliseren.

5.2.2.6 Vergelijkbare marktaandelen

Een gezamenlijke machtspositie is waarschijnlijker op markten waar ondernemingen ongeveer dezelfde marktaandelen hebben. Er is dan geen enkele onderneming die er ter wille van schaalvoordelen een dringend belang bij heeft om een hoger marktaandeel te halen.

5.2.2.7 Het ontbreken van technische innovatie, volgroeide technologie

Hiervoor geldt wat al bij 5.2.2.4 is gezegd: innovatie valt dan weg als een alternatief voor prijs om nieuwe klanten aan te trekken.

5.2.2.8 Geen overcapaciteit

De pendant aan de aanbodzijde van 5.2.2.1 t/m 5.2.2.3: als een prijsverlaging leidt tot een hogere vraag maar het aanbod niet kan volgen, is de kans op een omzetvergroting laag tot onbestaande.

5.2.2.9 Hoge drempels bij het betreden van de markt

5.2.2.10 Geen tegengewicht aan koperszijde

5.2.2.11 Geen potentiële concurrentie

De marktomstandigheden, waarop die drie criteria betrekking hebben en die individuele ondernemers ertoe verleiden hun prijzen hoog te houden en/of hun kwaliteit laag, gelden uiteraard ook voor een groep ondernemers die van onderlinge concurrentie hebben afgezien.

5.2.2.12 Verschillende informele of anderssoortige banden tussen de betrokken ondernemingen

5.2.2.13 Vergeldingsmechanismes

Die beide criteria betreffen de manier waarop binnen een groep bedrijven de gezamenlijke machtspositie bestendigd kan worden. Dat is uiteraard gemakkelijker als er banden zijn tussen de ondernemingen en als er vergeldingsmechanismes zijn om ondernemers die niet in de pas lopen tot de orde te roepen.

5.2.2.14 Het geheel ontbreken van of weinig ruimte voor prijsconcurrentie

Als de prijzen niet of slechts in geringe mate door de marktspelers bepaald kunnen worden, dan kan er alleen geconcurrereerd worden door kwaliteits- of imagoverschillen. Zo'n prijszetting komt bovendien dikwijls voor op markten voor essentieel geachte diensten en dergelijke prijzen zijn veelal kostengeoriënteerd. Een omzetstijging moet afgewogen worden tegen de hogere kosten die een kwaliteitsverbetering en/of een reclamecampagne meebrengen.

5.3 Algemene indicatoren.

In dit onderdeel wordt per indicator aangegeven welke informatie het BIPT van plan is te vragen. Het betreft hier indicatoren die betrekking hebben op alle markten of op verschillende markten tegelijk en waarvoor het minder zinvol zou zijn om ze per markt(cluster) op te vragen.

5.3.2 Gemakkelijke of bevoorrechte toegang tot kapitaalmarkten of financiële middelen

Indicatoren toegang tot kapitaal (1)					Bron
Beursnotering	Naam beurs		vanaf	(tot)	
					me
					me
Credit Rating	Naam ratingbedrijf	Rating	vanaf*	(tot)	
					me
					me
Aandeelhouders (>10 %)	Naam	%	vanaf*	(tot)	
					me
					me

* Eventuele evolutie in de tijd weergegeven (vanaf 1-1-2001)

Een tweede indicator is de schuldverhouding.

Indicatoren toegang tot kapitaal (3)	2001 Q1	2001 Q2	2001 Q3	2001 Q4	2002 Q1	2002 Q2	2002 Q3	2002 Q4	Bron
Netto schuld/eigen vermogen									me/jr
Netto schuld/totaal kapitaal									me/jr

5.3.3 Diversificatie

Diversificatie kan gemeten worden aan de hand van de Berry index. Daartoe moet de omzet berekend worden op alle markten waar de onderneming actief is. Men kan niet volstaan met de relevante markten alleen: een belangrijk deel van de omzet kan ook verkregen worden op markten die wel als concurrentieel worden beschouwd. De Berry index (D) voor een onderneming i is:

$$D_i = 1 - \sum_j \frac{x_{ij}^2}{x_i^2}$$

met x_{ij} de omzet van onderneming i op markt j en x_i de totale omzet van onderneming i.

De Berry index varieert van 0 tot 1. Een variant is het van de Berry index afgeleide aantal-equivalent:

$$ND_i = \frac{1}{1 - D_i}$$

die varieert van 1 tot k (k is het aantal markten waarop de onderneming actief is).

5.3.4 Sterk ontwikkeld distributie- en verkoopnetwerk

Op iedere markt worden de klanten op een aparte manier benaderd. Toch zijn er een aantal indicatoren die voor alle markten gelden.

In de eerste plaats is er de vraag hoeveel procent van de omzet gerealiseerd wordt door eigen klanten en hoeveel procent door resellers.

In de tweede plaats is het aantal exclusieve en niet-exclusieve verkooppunten een indicator.

Indicatoren distributie- en verkoopnetwerk	2001	2002	Bron
Percentage directe omzet			me
Percentage omzet via resellers			me
Aantal exclusieve verkooppunten*			me
Aantal niet-exclusieve verkooppunten*			me
* Gemiddelde over de periode			