



**Belgisch Instituut voor postdiensten en  
telecommunicatie**

---

**Besluit van de Raad van het BIPT**  
van 17 oktober 2005  
betreffende het tariefplan Happy Time van Belgacom  
openbare versie

# Inhoudsopgave

1 Doel .....	4
2 Retroacta.....	4
3 Juridische basis.....	5
4 Concurrentiële context.....	6
5 Standpunt van de alternatieve operatoren .....	7
5.1 TELE2 .....	7
5.1.1 Aanvankelijk verzoek.....	7
5.1.2 Opmerkingen over de ontwerpbesluiten .....	8
5.2. PLATFORM VAN OPERATOREN EN DIENSTENLEVERANCIERS .....	10
5.3 OVERIGE RESPONDENTEN .....	11
6 STANDPUNT VAN Belgacom .....	12
6.1 REACTIES VAN VOOR HET ONTWERPBESLUIT VAN 4 JULI 2005 .....	12
6.2 OPMERKINGEN OVER DE ONTWERPBESLUITEN .....	12
<i>Opmerkingen van juridische aard</i> .....	12
<i>Algemene opmerkingen</i> .....	13
<i>Begrip "kostenbasing"</i> .....	13
<i>Ophalen en termineren van oproepen</i> .....	13
<i>Oproepen naar Telenet en Versatel</i> .....	14
<i>Vaste interconnectiekosten</i> .....	15
<i>Commerciële kosten</i> .....	15
<i>Consumptiepatroon en elasticiteit</i> .....	15
<i>Mogelijkheid om het Happy-Timeaanbod te dupliceren</i> .....	15
7 Analyse van het bipt en motivering .....	16
7.1 IMPACT VAN HET AANBOD HAPPY TIME OP DE MARKT .....	16
7.2 KOSTENBASERING .....	18
7.2.1 <i>Kosten voor ophaling en afgifte van de oproepen</i> .....	19
7.2.2 <i>Oproepen naar Telenet en Versatel</i> .....	19
7.2.3 <i>Vaste interconnectiekosten</i> .....	20
7.2.4 <i>Commerciële kosten</i> .....	21
7.2.5 <i>Consumptiepatroon en elasticiteitseffecten</i> .....	23
7.2.6 <i>Conclusie wat de kostenbasing betreft</i> .....	25
7.3 MOGELIJKHEID VOOR EEN ALTERNATIEVE OPERATOR OM HET AANBOD VAN BELGACOM TE DUPLICEREN..	26
7.3.1 <i>Kosten voor ophaling en afgifte van de oproepen</i> .....	27
7.3.2 <i>Vaste interconnectiekosten</i> .....	28
7.3.3 <i>Consumptiepatroon</i> .....	29
7.3.4 <i>Oproepen naar Telenet en Versatel</i> .....	29
7.3.5 <i>Commerciële kosten</i> .....	30
7.3.6 <i>Conclusie wat betreft de mogelijkheid om het aanbod Happy Time te dupliceren</i> .....	30
7.4 OVERIGE VERPLICHTINGEN .....	32
7.4.1 <i>Transparantie</i> .....	32
7.4.2 <i>Objectiviteit</i> .....	32
7.4.3 <i>Openbaarheid van de tarieven</i> .....	32
7.4.4 <i>Non-discriminatie</i> .....	32
7.4.5 <i>Splitsing van de tarieven</i> .....	32
8 Besluit.....	33
Bijlage: analysemodel .....	34

## Lijst van de tabellen

Tabel 1: verplichtingen die op Belgacom rusten .....	6
Tabel 2: vergelijking van de voornaamste retailaanbiedingen inzake gratis bellen .....	7
Tabel 3: impact van het aanbod Happy Time op de inkomsten .....	16
Tabel 4: ontwikkeling van het aantal Happy-Timeklanten [vertrouwelijk] .....	16
Tabel 5: gemiddeld patroon verwacht voor Happy Time [vertrouwelijk].....	23
Tabel 6: gemiddeld patroon van de eerste Happy-Timeklanten voor de lancering van het aanbod [vertrouwelijk].....	23
Tabel 7: gemiddeld patroon tussen februari en mei 2005 van de lijnen die later op Happy Time zijn overgestapt [vertrouwelijk] .....	25
Tabel 8: gemiddeld patroon van de Happy-Timeklanten ingeschreven in juni 2005 [vertrouwelijk].....	25
Tabel 9: gemiddeld patroon van de Happy-Timeklanten ingeschreven in augustus 2005 [vertrouwelijk] .....	25
Tabel 10: samenvatting van de resultaten van de scenario's die bestudeerd zijn voor Belgacom .....	25
Tabel 11: gemiddeld patroon van de klanten van Tele2 [vertrouwelijk].....	29
Tabel 12: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 na 2 weken [vertrouwelijk].....	29
Tabel 13: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 na 3 weken [vertrouwelijk].....	29
Tabel 14: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 na 7 weken [vertrouwelijk].....	29
Tabel 15: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 in augustus 2005 [vertrouwelijk].....	29
Tabel 16: samenvatting van de resultaten van de scenario's die voor Tele2 bestudeerd zijn (oproepen tegen 30 cent) .....	31
Tabel 17: samenvatting van de resultaten van de scenario's die voor Tele2 bestudeerd zijn (oproepen tegen 28 cent) .....	31

## **1 DOEL**

Dit besluit onderzoekt de regelmatigheid van het tariefplan Happy Time van Belgacom, in het bijzonder wat de kostenbasing betreft, en verstrekt een advies over de mogelijkheid voor een concurrerende operator om een concurrentieel aanbod te doen.

Met dat tariefplan belt de klant tijdens de daluren (tussen 17 en 8 uur op weekdays, in het weekend en op feestdagen<sup>1</sup>) gratis naar vaste lijnen in België. Tijdens de piekuren (tussen 8 en 17 uur op weekdays) betaalt de klant een vast bedrag van € 0,30 per oproep naar alle vaste lijnen (met uitsluiting van internetoproepen). Het aanbod is slechts één keer geldig per klant en voor het verkeer dat uitgaat van één nummer. Het kan niet worden gecumuleerd met Belgacom Discovery Line, noch met tariefformules die voordelen bieden op nationale oproepen naar vaste toestellen.

## **2 RETROACTA**

Op 23 mei 2005 heeft Belgacom het BIPT op de hoogte gebracht van de lancering van het tariefplan "Belgacom Happy Time".

Op 30 mei 2005 heeft het BIPT aan Belgacom gevraagd om het businessplan van diens aanbod over te zenden.

Op 6 juni 2005 heeft Tele2 een brief gericht aan het BIPT waarin het sprak over ernstige marktverstoringen als gevolg van de aanbiedingen van Belgacom en van Telenet waarbij sommige oproepen gratis waren.

Op 10 juni 2005 heeft Belgacom aan het BIPT de elementen meegedeeld die het ertoe hebben gebracht om de aanbiedingen Happy Time en No Limit Anytime te lanceren. Dezelfde dag heeft het Instituut Belgacom geantwoord dat de verstrekte elementen onvoldoende waren om het in staat te stellen de conformiteit van die tariefplannen met de verplichtingen die op Belgacom rusten te onderzoeken, en heeft het een nieuwe termijn vastgesteld om de gevraagde inlichtingen over te zenden.

Nog op 10 juni vond een vergadering plaats tussen Tele2 en het BIPT.

Op 13 juni 2005 heeft Belgacom een aantal elementen meegedeeld van het businessplan met betrekking tot het tariefplan Happy Time.

Op 14 juni 2005 heeft het Instituut aan Belgacom een schrijven gericht waarin de elementen werden beschreven die ontbraken in het businessplan dat op 13 juni 2005 ontvangen was en waarbij gevraagd werd om die aan het Instituut te bezorgen.

Op 15 juni 2005 heeft Tele2 aan het BIPT een brief geschreven met een analyse van de inkomsten en kosten die verbonden zijn aan het aanbod Happy Time en die tot doel had aan te tonen dat het aanbod Happy Time van Belgacom niet op de kosten was gebaseerd.

Nog op 15 juni richtte het Platform van operatoren en leveranciers van telecommunicatiediensten een schrijven aan het Instituut met het verzoek in te grijpen, omdat het van oordeel was dat het aanbod Happy Time een inbreuk vormde op de verplichting tot kostenbasing en omdat het onmogelijk was om met Happy Time te concurreren aan de hand van de diensten uit het geldende referentieaanbod BRIO.

---

<sup>1</sup> De daluren beginnen dus om 17 uur en niet om 19 uur, in tegenstelling tot wat geldt voor de interconnectietarieven en voor de overige retailtariefplannen die Belgacom aanbiedt.

Op 16 juni 2005 schreef Belgacom naar het BIPT om te antwoorden op de vraag die het Instituut had gesteld in zijn brief van 14 juni 2005.

Op 20 juni 2005 richtte het Instituut aan Belgacom een nieuw verzoek om inlichtingen, waaraan Belgacom gevolg heeft gegeven op 22 juni. Omdat het antwoord van Belgacom niet overeenkwam met wat het Instituut verwachtte, werd Belgacom een nieuwe termijn toegestaan tot 28 juni.

Tele2 heeft bij de voorzitter van de Raad voor de Mededinging een verzoek om voorlopige maatregelen ingediend - gedateerd op 27 juni 2005 - op grond van artikel 35 van de wet tot bescherming van de economische mededinging, gecoördineerd op 1 juli 1999. Een exemplaar van dat verzoek is aan het BIPT bezorgd.

Op 28 juni 2005 heeft Belgacom aan het Instituut geantwoord dat het binnen de toegestane termijn niet kon voldoen aan zijn verzoek om het consumptiepatroon van de Happy-Timeklanten te krijgen sedert de lancering van dat tariefplan. Belgacom liet weten dat de gegevens met betrekking tot het verkeer van de maand juni normaliter niet eerder beschikbaar konden zijn dan 20 juli, maar dat het zijn best zou doen om die gegevens sneller te verstrekken, zonder daarover garanties te kunnen geven.

Op 14 juli 2005 heeft het BIPT een ontwerpbesluit toegezonden aan Belgacom en aan Tele2. Belgacom heeft op dat ontwerpbesluit gereageerd met brieven van 18 juli en 8 augustus 2005. Belgacom heeft ook inzage gevraagd in het administratieve dossier van het BIPT. Tele2 heeft op 11 augustus 2005 via elektronische weg op het ontwerpbesluit gereageerd.

Op het einde van zijn schrijven van 22 augustus 2005 in verband met de vertrouwelijkheid van de gegevens die werden uitgewisseld tussen Tele2 en het BIPT, heeft Tele2 eveneens inzage gevraagd in het volledige administratieve dossier.

Er is een nieuw ontwerpbesluit d.d. 29 augustus 2005 overgezonden naar Belgacom en naar Tele2 en dat is op 5 september 2005 op de website van het Instituut gepubliceerd. Na die consultatie heeft het BIPT commentaar ontvangen vanwege Base, Belgacom, Mobistar, Tele2, Telenet en het Platform van operatoren en leveranciers van telecommunicatiediensten.

### **3 JURIDISCHE BASIS**

Artikel 6 van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie bepaalt dat het Instituut de concurrentie bevordert bij de levering van elektronische-communicatienetwerken, elektronische-communicatiediensten en bijbehorende faciliteiten, door ervoor te zorgen dat de gebruikers maximaal voordeel behalen wat betreft keuze, prijs en kwaliteit en door ervoor te zorgen dat er in de sector van de elektronische communicatie geen verstoring of beperking van de concurrentie is.

Artikel 162 van de wet van 13 juni 2005 bepaalt dat de verplichtingen die aan de operatoren met een sterke machtspositie worden opgelegd door of krachtens de wet van 21 maart 1991 betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven, alsmede de verplichtingen die worden opgelegd door of krachtens artikel 105bis, lid 7 en lid 9 van diezelfde wet worden behouden tot het Instituut het eerste proces tot bepaling en analyse van de relevante markten, overeenkomstig de artikelen 54 tot 56, definitief heeft afgesloten.

Als operator met een sterke machtspositie op de markt voor diensten voor vaste spraaktelefonie blijft Belgacom bijgevolg onderworpen aan de volgende verplichtingen:

<b>Verplichtingen</b>	<b>Wet van 21 maart 1991</b>
Transparantie	art. 105quinquies
Objectiviteit	art. 105quinquies
Openbaarheid van de tarieven	art. 105sexiesA, § 2
Non-discriminatie	art. 105quinquies
Kostenbasing	art. 106
Splitsing van de tarieven	art. 105quater

**Tabel 1: verplichtingen die op Belgacom rusten**

In het bijzonder bepaalt artikel 106, § 1, van de wet van 21 maart 1991 dat de organisaties met een sterke positie op de betrokken markt verplicht zijn om het principe van kostenoriëntering na te leven wat de volgende diensten betreft:

1° de spraaktelefoondienst.

Artikel 14, § 1, 1°, van de wet van 17 januari 2003 met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatiesector schrijft voor dat het BIPT tot taak heeft op eigen initiatief adviezen te formuleren wat betreft de elektronische-communicatienetwerken en elektronische-communicatiediensten. Het formuleren van zo'n advies kan onder andere gerechtvaardigd zijn om de opdrachten te vervullen die aan het BIPT zijn toevertrouwd door artikel 6 van de wet van 13 juni 2005 (zie hierboven).

## **4 CONCURRENTIËLE CONTEXT**

De lancering van Happy Time is deel van een reeks soortgelijke aanbiedingen vanwege Belgacom zelf maar ook van andere 'klassieke' operatoren (Telenet, Versatel en heel recentelijk Tele2) of van doorverkopers, die operatoren zijn geworden in de zin van artikel 2, 11° van de wet van 13 juni 2005 (Yellow, Euphony, Talk Talk, Phone+, enz.) of geacht zijn te worden. Het bijzondere kenmerk van die aanbiedingen is het gratis bellen tijdens de daluren met varianten daarop (zoals vast bedrag te betalen of niet, vooruitschuiven van de daluren, optie voor gratis bellen in de piekuren).

Belgacom heeft de eerste formule gelanceerd in de zomer van 2003 onder de naam Belgacom Always on line. Dat tariefplan bood kosteloze oproepen in de daluren aan voor een vast bedrag van €12.

Op 15 juli 2004 heeft Belgacom het tariefplan No Limit Anytime gelanceerd, dat kosteloze oproepen biedt in de daluren en de piekuren op basis van een vaste betaling van €29,5<sup>2</sup>.

Het aanbod FreePhone is door Telenet gelanceerd op 31 november 2004. Daarbij zijn oproepen in de daluren gratis, gecombineerd met een betaling per minuut. Telenet biedt als optie (FreePhone Anytime) kosteloze oproepen in de piekuren tegen de betaling van een vast bedrag van €4,95.

Er zijn ook vergelijkbare aanbiedingen gelanceerd door Versatel en Yellow Telecom op basis van een vast bedrag van respectievelijk €10 en €15.

Op 1 juni 2005 ging Belgacom Happy Time van start.

Na de aankondiging van de lancering van Happy Time reageert Tele2 door op zijn beurt een formule te lanceren onder de naam Tele2 Free Time, gekopieerd van de Belgacom-formule (zelfde duur van de daluren maar met een vast bedrag per oproep van €0,28).

<sup>2</sup> Op 1 juni 2005 is dat bedrag verlaagd tot €19,95

Op 3 juni 2005 lanceert Talk Talk soortgelijke tariefplannen. De formule Talk 2 biedt tijdens de daluren kosteloos bellen voor een vast bedrag van €6,99 en een kostprijs van €0,25 per minuut (voor een gemiddelde oproep van 3 minuten). Talk 3 is een formule van het type Anytime (de hele dag) op basis van een forfait van €15.

Op 6 juni 2005 kondigt Telenet aan dat het de optie Freephone Anytime niet zal doen betalen tot het einde van het jaar 2005.

Datum	Tariefplan	Vaste prijs		Peak (week)	Tarieven			
		Toegang <sup>3</sup>	Forfait		peak		off-peak	
					Set-up	Duration	Set-up	Duration
	Tellink Call unlimited	17,15	26,95	0	0	0	0	0
	Phone Plus Free	17,15	0	0,275	0	0	0	0
	Belgian Telecom Freedom	17,15	0	0,27	0	0	0	0
	Versatel « Onbeperkt Bellen »	17,15	10	8-19 u.	0	0	0	0
	Euphony Eutalk	17,15	19,99	8-19 u.	0	0	0	0
15/08/2003	Belgacom Always on line	17,15	12	8-19 u.	0,052	0,052	0	0
15/07/2004	Belgacom No Limit Anytime	17,15	19,95	8-19 u.	0	0	0	0
31/11/2004	Telenet FreePhone	16,95	0	8-19 u.	0,052	0,052	0	0
31/11/2004	Telenet FreePhone Anytime	16,95	4,95	8-19 u.	0	0	0	0
01/06/2005	Belgacom Happy Time	17,15	0	8-19 u.	0,3	0	0	0
01/06/2005	Tele2 Free Time	17,15	0	8-19 u.	0,28	0	0	0
03/06/2005	Talk Talk 2	17,15	6,99	8-19 u.	0,05	0,24	0	0
03/06/2005	Talk Talk 3	17,15	15	8-19 u.	0	0	0	0

Tabel 2: vergelijking van de voornaamste retailaanbiedingen inzake gratis bellen

## 5 STANDPUNT VAN DE ALTERNATIEVE OPERATOREN

### 5.1 TELE2

#### 5.1.1 Aanvankelijk verzoek

Volgens TELE2 maakt de lancering van aanbiedingen die gratis bellen tijdens de daluren impliceren, het voor de operatoren onmogelijk om de onderliggende interconnectiekosten van die diensten te dekken. Dergelijke aanbiedingen hebben bijgevolg als effect dat de concurrentie op lange termijn op de markt sterk wordt vermindert.

Volgens TELE2 doet het aanbod van Belgacom in verschillende opzichten problemen rijzen:

- de commerciële manoeuvreerruimte voor operatoren zoals TELE2 wordt sterk ingeperkt;
- operatoren die in staat zijn om identieke diensten te verstrekken, zien zich genoodzaakt om grote economische risico's te nemen, aangezien ze die moeten aanbieden tegen een prijs die hun kosten niet dekt.
- aanbiedingen van het genre Happy Time zijn ook producten die de operatoren helpen om binnen te dringen in de breedbandmarkt. De verliezen die de operatoren met de telefoondiensten lijden verhinderen de komst van levensvatbare alternatieve operatoren op de breedbandmarkt.

TELE2 benadrukt dat de verplichting tot kostenbasering die aan de historische operator wordt opgelegd niet kan worden nageleefd door een aanbod waarvan de inkomsten de interconnectielasten

<sup>3</sup> Buiten het geval van Telenet gaat het om de betaling van het abonnementsgeld aan Belgacom.

niet dekken. TELE2 heeft vragen bij de gegrondheid van het huidige niveau van de interconnectielasten en wijst erop dat de huidige situatie nog wordt verergerd door de niet-overeenstemming van de peak-/off-peakuren als gevolg van de verlenging van de off-peakuren die in het aanbod Happy Time van toepassing zijn.

De kosten-batenanalyse van Tele2 gaat uit van zijn interconnectierekening ten opzichte van Belgacom voor de maand mei 2005. Tele2 gaat uit van de veronderstelling dat % [vertrouwelijk] van de oproepen bestemd zijn voor Telenet-nummers en dus onderworpen zijn aan een verschillende tarifiering voor de gespreksafgifte. Dankzij het aantal oproepen en minuten en de spreiding ervan tussen peak/off-peak<sup>4</sup> kan de brutomarge van Belgacom worden berekend, namelijk het verschil tussen de inkomsten en de interconnectiekosten (buiten netwerk).

Tele2 komt tot de conclusie dat het aanbod Happy Time een brutomarge oplevert van € [vertrouwelijk] per klant boven de variabele interconnectiekosten (collecting en terminating)<sup>5</sup>, wanneer rekening wordt gehouden met het vroegere gedrag van de gebruikers.

Tele2 is bovendien van oordeel dat de consumptiegewoonten van de klanten worden gewijzigd door een aanbod van het type Happy Time of Free Time om de volgende redenen: (1) het bestaan van vaste kosten per oproep tijdens de piekuren (minder, maar langere oproepen tijdens de piekuren tot 17 uur) en (2) de gratis oproepen in de daluren (meer en langere oproepen tijdens de overige uren). Die hypothesen worden geverifieerd door de eerste resultaten inzake consumptie van de Free-Timeklanten over een periode van 14 dagen van maandag 30 mei tot zondag 12 juni 2005<sup>6</sup>. Rekening houdende met dat nieuwe consumptiepatroon brengt het aanbod Happy Time een heel kleine maandelijkse brutomarge per klant voort (€ [vertrouwelijk]), wat onvoldoende is, aangezien een operator andere kosten moet dekken dan de variabele interconnectiekosten.

TELE2 concludeert uit zijn analyse dat het aanbod Happy Time snel van de markt moet worden gehaald omdat anders ernstig het gevaar dreigt dat het zich van de markt zal moeten terugtrekken.

### **5.1.2 Opmerkingen over de ontwerpbesluiten**

- Volgens Tele2 verschilt het Happy-Timeaanbod fundamenteel van eerdere aanbiedingen. Het Happy-Timeaanbod is een werkelijke 'gratis' formule. Bij de aanbiedingen die eerder op de markt werden gebracht betaalt de consument een forfaitair bedrag per maand. Bij het Happy-Timeaanbod betaalt de consument daarentegen geen forfaitair bedrag. In het geval van een gratis formule zoals het Happy-Timeaanbod heeft de operator geen enkel verzekerd inkomen per klant. De enige inkomstenbron is een minimale vergoeding die een klant per oproep in de piekuren moet betalen.

Bij een forfaitaire formule is een oproep voor een klant nooit gratis. Ook al betaalt de klant geen bedrag per oproep, toch creëert elke oproep economische 'kosten' voor de klant, die gelijk zijn aan het forfaitair bedrag gedeeld door het aantal oproepen. Voor een klant bij het Happy-Timeaanbod van Belgacom daarentegen is een oproep in de daluren werkelijk kosteloos.

Het enige andere aanbod dat vóór het Happy-Timeaanbod op de markt werd gebracht en geen forfaitair bedrag bevat, is het FreePhoneaanbod van Telenet. Ook dat aanbod is echter minder

---

<sup>4</sup> Parameters waarvoor Tele2 zich baseert op het gedrag van zijn eigen klanten, waarbij het controleert of die waarden overeenstemmen met de gegevens die beschikbaar zijn in het jaarverslag van Belgacom.

<sup>5</sup> De overige kosten zoals de eigen netwerkkosten of de vaste interconnectiekosten worden daarbij in de analyse van Tele2 niet meegerekend.

<sup>6</sup> Tele2 heeft die berekeningen later overgedaan met de verkeersgegevens met betrekking tot een periode van 3 weken en vervolgens over een periode die tot 7 weken ging.

verregaand dan het aanbod Happy Time: tijdens de piekuren betaalt de consument met het aanbod van Telenet ook een tarief per minuut en de daluren beginnen om 19 uur.

- Belgacom moest het Happy-Timeaanbod niet op de markt brengen om competitief te blijven. Om het aanbod met de scherpste condities op de markt<sup>7</sup> te lanceren, volstond het voor Belgacom om het forfait van 12 EUR dat wordt aangerekend bij het aanbod Belgacom No Limit te verlagen.
- Tele2 is van oordeel dat het gedrag van de klanten structureel wordt gewijzigd door de lancering van aanbiedingen van het type Happy Time. Tele2 staft zijn overtuiging aan de hand van het belpatroon van de eerste 7 weken van zijn eigen aanbod Free Time. Tele2 is van mening dat de lichte daling in absolute cijfers van de jongste weken niet te maken heeft met een eventuele stabilisering, maar met een seizoensinvloed (minder verkeer in vakantieperiode). In zijn opmerkingen op het tweede ontwerpbesluit verklaart Tele2 dat de consumptiecijfers van de Free-Timeklanten in augustus en september strikt dezelfde tendens vertonen als in de eerste zeven weken (van begin juni tot medio juli). Tele2 raadt dringend aan dat de analyse van het BIPT rekening houdt met het werkelijke patroon van de Happy-Timeklanten van Belgacom of anders met het werkelijke patroon van de klanten van soortgelijke aanbiedingen van de overige operatoren.
- In zijn ontwerpbesluit heeft het BIPT alleen voor oproepen van Belgacom naar andere operatoren vaste interconnectiekosten of "netwerkkosten" in rekening gebracht. Tele2 vindt echter dat er ook netwerkkosten zijn voor oproepen van Belgacom naar Belgacom.
- Tele2 gaat niet akkoord met de stelling dat het principe van de kostenoriëntering nageleefd wordt zodra de inkomsten die een nieuw aanbod genereert, de commerciële kosten dekken die "rechtstreeks" gepaard gaan met de lancering van het nieuwe aanbod (naast de interconnectiekosten en de netwerkkosten). Volgens Tele2 moeten ook de algemene en administratieve kosten verhoudingsgewijs aan de betrokken dienst worden toegerekend. Dit lijkt Tele2 des te meer noodzakelijk omdat Happy Time een algemeen succes is geworden en een marktnorm en omdat het aanbod, in tegenstelling tot een aanbod dat zich tot een doelgroep richt, moeilijk zelfbedruipend kan zijn. In zijn opmerkingen op het tweede ontwerpbesluit heeft TELE2 kritiek op het feit dat er geen indirecte kosten in rekening worden gebracht bij de beoordeling van de kostenbasing van het aanbod Happy Time. Om de rentabiliteit van een product of van een dienst te kunnen beoordelen, moeten volgens Tele2 de inkomsten en directe kosten, maar ook de indirecte kosten in aanmerking worden genomen. Om de rentabiliteit van de onderneming en dus haar voortbestaan te waarborgen, is het absoluut noodzakelijk dat voldoende brutomarge wordt vrijgemaakt om de vaste en indirecte kosten te kunnen dekken.

In het specifieke geval waarin de indirecte kosten van een operator op de markt voor oproepen van vast naar vast moeten worden toegerekend, moet de capaciteit van de verschillende soorten van verkeer om de indirecte kosten te dekken worden beoordeeld (« the ability to bear the cost »). Tele2 verklaart dat de indirecte kosten moeten worden toegerekend op basis van de procentuele bijdrage tot de totale brutomarge die wordt gegenereerd per type van verkeer (vast naar vast, vast naar mobiel, internationaal). Tele2 benadrukt het feit dat indien het Instituut bij zijn standpunt zou blijven, Belgacom, gelet op de EBITDA die door zijn diensten voor vaste telefonie wordt gegenereerd, gelijk welk tariefplan op de markt zou kunnen brengen dat net de interconnectiekosten dekt, zonder in overtreding te zijn met zijn verplichting tot kostenbasing. Die verplichting zou dan zinloos zijn.

- Tele2 verklaart dat hoewel er enkel rekening zou moeten worden gehouden met de kosten die rechtstreeks verband houden met Happy Time, de analyse van het BIPT nalaat een aantal directe kosten mee te rekenen: de kosten die worden gedragen om klanten te werven of te behouden.

---

<sup>7</sup> Zoals hierboven gezegd, was het niet nodig om de zeer goedkope formule van Telenet te evenaren, aangezien Telenet met een technologische handicap kampt.

Bovendien verhoogt de lancering van een nieuw aanbod meestal de kosten van de klantenservice wegens de talrijke vragen die door de bestaande of potentiële klanten worden gesteld.

- Tele2 besluit uit zijn eigen onderzoek dat wanneer alle relevante kosten worden beschouwd, het Happy-Timeaanbod niet op de kosten is gebaseerd en dat het voor de concurrerende operatoren zware financiële verliezen met zich brengt omdat ze worden verplicht een soortgelijk aanbod te lanceren.

## **5.2. PLATFORM VAN OPERATOREN EN DIENSTENLEVERANCIERS**

Het Platform is van mening dat het aanbod Happy Time niet voldoet aan de verplichting tot kostenbasing waarin artikel 106 van de wet van 21 maart 1991 voorziet. Bovendien is het van mening dat indien de inkomsten uit Happy Time dan toch alle kosten van Belgacom zouden dekken, daaruit zou moeten worden geconcludeerd dat het dan de onderliggende interconnectiekosten zijn die niet aan het principe van de kostenoriëntatie voldoen.

Het Platform is van mening dat de verplichting tot kostenbasing moet worden geverifieerd voor elk individueel tariefplan en ervoor moet zorgen (i) dat de inkomsten Belgacom in staat stellen om zijn kosten te dekken en (ii) dat de voorgestelde tarifiering voldoende gesplitst is en niet-discriminerend. Het Platform is van oordeel dat het aanbod Happy Time erin bestaat dat de spraaktelefoondiensten kunstmatig worden gegroepeerd door de kosten van de gratis oproepen in de daluren terug te verdienen via de eenheidsprijs voor de oproepen in de piekuren en dat als gevolg daarvan sommige eindgebruikers worden gediscrimineerd ten opzichte van anderen.

Het Platform is ook van mening dat een onderscheid moet worden gemaakt tussen de forfaitaire aanbiedingen (recht om onbeperkt te bellen in ruil voor een periodieke betaling, bijvoorbeeld Belgacom No Limit Hometime) en de gratis aanbiedingen (bron van kosten zonder bijhorende inkomsten, bijvoorbeeld Happy Time).

Het Platform betwist dat het voor Belgacom nodig was om het aanbod Happy Time te lanceren om aan de behoeften van de markt te voldoen. Het Platform oppert dat Belgacom in het eerste semester van 2005 een winback van 109.840 klanten heeft gerealiseerd<sup>8</sup>. De enige operator die over een soortgelijk maar forfaitair aanbod beschikte heeft in dezelfde periode drie keer minder klanten geworven dan Belgacom.

Wat de analyses van het BIPT betreft maakt het Platform de volgende opmerkingen:

- Het Platform ondersteunt de analyse van het Instituut wat betreft de ophaling en de afgifte van de oproepen, en voegt eraan toe dat ook de Extra-Area-kosten zouden moeten worden meegeteld.
- Het verwerpt de idee, die volgens het Platform niet gestaafd is, dat het consumptiepatroon met de tijd opnieuw normaal zal worden.
- Het Platform vraagt om met de IC-links rekening te houden voor alle verkeer naar vaste operatoren in België en niet alleen naar Telenet en Versatel. Het Platform raadt dringend aan om rekening te houden met de percentages inzake verdeling tussen Extra, Intra en Local van alle OLO's samen, omdat die cijfers representatiever zijn dan die van Tele2. Hetzelfde geldt voor de vullingsgraad van de IC-links.
- Het Platform heeft sterk bezwaar tegen het feit dat geen rekening is gehouden met de "overige netwerkkosten" en betwist de uitleg die het BIPT daarover verstrekt. Een alternatieve operator moet immers van zijn backbone gebruikmaken om de oproep te verzenden van zijn ophaalpunt naar het punt waar hij de oproep aan Belgacom overhandigt voor de gespreksafgifte.
- Het Platform vindt dat alle overige kosten die door Belgacom worden gedragen om zijn klanten een nationale telefoondienst te bieden, in rekening moeten worden gebracht en niet alleen de directe commerciële kosten.

---

<sup>8</sup> Halfjaarlijks verslag van Belgacom, augustus 2005.

- Het Platform maakt een zeker aantal opmerkingen over de verkoops- en marketingkosten die Belgacom moet dragen (uitgaven inzake media, commissielonen, klantenservice, mailings, enz.). Het verwijst daarenboven naar de cijfers die door de Duitse en Nederlandse regulator in aanmerking zijn genomen (marges van respectievelijk 25 % en 23 % boven de interconnectiekosten om de commerciële kosten te dekken).
- Wat de vaste interconnectiekosten betreft (IC-links en ATAP's) denkt het Platform dat het Instituut rekening zou moeten houden met de verdeelpercentages van de verschillende soorten van IC-links om de gemiddelde kostprijs ervan te evalueren.
- Het Platform onderstreept de noodzaak voor een alternatieve operator om goedkopere diensten aan te bieden dan de historische operator.
- Het voegt eraan toe dat elke operator kosten draagt voor facturering en invordering, dubieuze debiteuren, klantenservice, eigen netwerk, algemene en administratieve kosten en kosten voor carriërvorkeuze die per klant en per maand ettelijke euro's vertegenwoordigen. Bovendien moeten de kosten voor werving en behoud van de cliënteel in uiterst korte termijnen worden afgeschreven.

Het Platform besluit met de vraag aan het Instituut om de methode voor de evaluatie van de naleving door Belgacom van zijn verplichting tot kostenoriëntatie grondig te herzien en om vast te stellen dat de alternatieve operatoren niet in staat zijn om het aanbod Happy Time te dupliceren.

### **5.3 OVERIGE RESPONDENTEN**

Wat de kostenbasing betreft is een operator van oordeel dat het BIPT terecht de interpretatie verwerpt die Belgacom daaraan geeft. Hij voegt er echter aan toe dat de tarieven van elk type van oproepen de structuur zouden moeten weerspiegelen van de wholesale-tarieven die verbonden zijn aan de verstrekking van die types van oproepen. Hij verwijst met name naar het standpunt van de Europese Commissie over de tarieven van vast naar mobiel, dat geformuleerd is in een memorandum van DG XIII van 10 september 1999. De operator voegt er nog aan toe dat de kostenbasing zo moet worden geïnterpreteerd dat de ontwikkeling van de concurrentie wordt gestimuleerd. De respondent verwijst ook naar het ontwerpbesluit over Discovery Line van het BIPT dat kritiek heeft op de "minutarisatie" van het telefoonabonnement, die afwijkt van de werkelijke kostenstructuur.

Diezelfde operator vindt overigens dat het aanbod Happy Time het principe van de non-discriminatie schendt in die zin dat het erop gericht is de machtspositie van Belgacom op de markt voor vaste telecommunicatiediensten te bestendigen door de ontluikende en groeiende concurrentie van de mobiele operatoren af te remmen. Met Happy Time zijn oproepen naar vaste toestellen in de daluren immers gratis, terwijl oproepen naar mobiele toestellen tijdens diezelfde uren worden gefactureerd. Dat tariefverschil stemt niet overeen met een objectief verschil op het kostenniveau en vormt dus een discriminatie die de markt verstoort. Er wordt verwezen naar de praktijk van de Franse regulator ART (tegenwoordig ARCEP) en van de Franse raad voor de mededinging.

Een andere operator steunt het BIPT in die zin dat elk aanbod moet worden onderzocht vanuit het standpunt van de kostenbasing. Hij is echter van mening dat het Instituut het principe van de kostenbasing niet coherent toepast. Enerzijds aanvaardt het BIPT dat de retailtariefstructuur mag afwijken van de structuur van de interconnectietarieven (bijvoorbeeld dat de oproepen gratis zijn in de daluren) en anderzijds vindt het dat de retailtarieven naar Telenet en Versatel de overeenstemmende kosten moeten dekken. Volgens die operator moeten de tarieven voor elk type oproepen de structuur volgen van de overeenstemmende wholesale-kosten. Ook hier wordt verwezen naar het standpunt van de Europese Commissie (zie hierboven) en naar het ontwerpbesluit over Discovery Line van het BIPT. Indien het BIPT de kostenbasing zoals die hierboven beschreven is, niet zou toepassen, zou het aan Belgacom moeten toestaan dat de kosten van de oproepen naar Telenet en Versatel worden gecompenseerd met de inkomsten uit andere types van oproepen die door klanten van Happy Time worden verricht.

De respondent vermeldt nog dat een aanbod zoals Happy Time, waarvan de tariefverschillen tussen oproepen niet worden gerechtvaardigd door objectieve verschillen op het niveau van de kosten, een discriminatie kan vormen.

Een operator vindt dat de architectuur van Tele2 niet representatief is voor de infrastructuur van de OLO's die op de Belgische markt aanwezig zijn en dat bijgevolg de hypothesen inzake verdeling tussen local/IAA en interconnectieverbindingen zouden moeten worden gewijzigd.

## **6 STANDPUNT VAN BELGACOM**

### **6.1 REACTIES VAN VOOR HET ONTWERPBESLUIT VAN 4 JULI 2005**

Belgacom benadrukt de concurrentiële context waarin het het tariefplan Happy Time heeft gelanceerd. Die lancering is het gevolg van de commerciële initiatieven van operatoren zoals Telenet en Versatel die verschillende tariefformules van Belgacom (waaronder No Limit Anytime) niet-concurrentieel hebben gemaakt. Belgacom vindt overigens dat zijn aanbod niet agressief is in vergelijking met de alternatieve aanbiedingen.

In verband met de mogelijkheid die aan de alternatieve operatoren wordt gelaten om een vergelijkbaar aanbod op de markt te lanceren en in verband met de kostenbasing legt Belgacom er de nadruk op dat de vaste-communicatiediensten steeds vaker door de operatoren worden aangeboden als een onderdeel van een dienstenpakket. De kwestie van de rentabiliteit van een operator moet daarom worden beschouwd in een ruimer kader dan dat van de vaste telefonie.

Belgacom heeft aan het Instituut inlichtingen over Happy Time verstrekt en besluit daaruit dat het tariefplan voldoende marge genereert boven de interconnectiekosten. In de inlichtingen die van Belgacom ontvangen zijn, zaten de volgende parameters:

- het gemiddelde consumptiepatroon dat wordt verwacht van de klanten van Happy Time (aantal oproepen en gemiddelde duur van de oproepen in piek- en in daluren).
- de verwachte inkomsten rekening houdende met dat consumptiepatroon.
- de variabele interconnectiekosten (collecting en terminating).
- de commerciële kosten<sup>9</sup> (facturering, dubieuze debiteuren, verkoop en marketing).

### **6.2 OPMERKINGEN OVER DE ONTWERPBESLUITEN**

#### *Opmerkingen van juridische aard*

Volgens Belgacom bestaat er in feite en in rechte geen enkele juridische basis voor het tweede deel van het ontwerpbesluit, met name wanneer het ontwerp ingaat op de mogelijkheid voor een andere operator om het aanbod van Belgacom te repliceren.

Belgacom meent dat artikel 6 van de nieuwe wet niet als grondslag kan dienen voor een tussenkomst van het BIPT waarin niet voorzien zou zijn in het voormalige reglementair kader dat thans nog van toepassing is op basis van de overgangsregeling vastgesteld in de Europese richtlijnen en in de wet betreffende de elektronische communicatie.

Belgacom is inderdaad van oordeel dat deze overgangsregeling en het systeem van de SMP-regulering zou geschonden worden, indien artikel 6 van de nieuwe wet zo gelezen wordt dat het, zonder een marktdefinitie, -analyse en SMP-aanduiding, voor het BIPT bepaalde nieuwe bevoegdheden zou creëren en er bijgevolg voor één of meerdere operatoren bijkomende specifieke verplichtingen zouden ontstaan (of al gecreëerd zijn).

---

<sup>9</sup> Tweede versie ontvangen op 16 juni 2005.

Dat artikel 6 niet op zichzelf kan toegepast worden blijkt volgens Belgacom ook uit de bewoordingen van de aanvang van artikel 6 ("Bij de uitvoering van de taken die aan het Instituut krachtens deze wet zijn opgelegd,...").

Belgacom verzoekt dan ook het tweede deel van het ontwerpbesluit te verwijderen uit het besluit dat in voorkomend geval zou genomen worden.

### *Algemene opmerkingen*

Wat de vraag van Tele2 betreft, constateert Belgacom dat Tele2 ondanks de bewering dat het niet in staat zou zijn om de ondergane interconnectiekosten terug te verdienen, niettemin vóór de invoering van Happy Time een tariefplan heeft gelanceerd waarin de oproepen tijdens het weekend gratis waren, hetgeen in tegenspraak is met zijn bewering over de "fundamenteel verschillende" aard van Happy Time. Belgacom is van oordeel dat een prijsverlaging van het aanbod No Limit Hometime ontoereikend zou zijn geweest om een antwoord te bieden op het aanbod van Telenet, dat bellen tijdens de daluren gratis maakt. Belgacom vindt ook dat Tele2 geen concrete elementen vermeldt die erop zouden wijzen dat het daadwerkelijk gevaar loopt om de markt te moeten verlaten.

In antwoord op de beweringen van Tele2 met betrekking tot het succes van Happy Time, dat een marktnorm zou zijn geworden, wijst Belgacom erop dat Happy Time niet voor alle gebruikers het meest interessante plan is en dat, zelfs indien 100 % van de klanten voor Happy Time zouden kiezen, het nodig zou blijven om sommige kosten over alle overige diensten en vormen van verkeer te verdelen (zoals het internationale verkeer en het verkeer van vast naar mobiel).

Wat de vraag van het Platform betreft, vindt Belgacom dat het Platform niet uitlegt op welke manier Belgacom de verplichting tot kostenbasing niet zou nakomen, noch waarom het BIPT zou moeten ingrijpen, zowel op het stuk van de retailtarieven van Belgacom als op het stuk van zijn interconnectietarieven.

Belgacom onderstreept dat het vóór de lancering van het plan Happy Time geen specifieke kostenanalyse heeft verricht, maar dat het gereageerd heeft op de noodzaak om zijn tarieven af te stemmen op de marktomstandigheden.

Belgacom beweert dat de termineringstarieven van Telenet een duidelijke invloed hebben op de markt en dat het BIPT in zijn analyse rekening moet houden met de gevolgen van die tarieven.

### *Begrip "kostenbasing"*

Belgacom betwist dat de verplichting tot kostenbasing moet worden geïnterpreteerd als iets wat op het niveau van een individueel tariefplan moet worden toegepast. Belgacom beweert dat die verplichting alleen moet worden nagegaan voor de spraaktelefoondiensten in hun geheel beschouwd.

### *Ophalen en termineren van oproepen*

Belgacom verklaart dat het discutabel is om voor Belgacom gegevens te gebruiken die de situatie van de alternatieve operatoren weerspiegelen. Volgens Belgacom overschat het percentage lokale oproepen dat door het BIPT wordt toegepast, de werkelijke kosten van het Belgacomnetwerk. Belgacom vermeldt bovendien dat sommige operatoren, waaronder Tele2, meer gebruik maken van lokale interconnectie dan het gemiddelde van de alternatieve operatoren.

In zijn opmerkingen op het tweede ontwerpbesluit heeft Belgacom aan het BIPT gegevens meegedeeld over de kostprijs van een gesprek op zijn netwerk (oproepen "Belgacom to Belgacom").

## *Oproepen naar Telenet en Versatel*

Belgacom betwist de aanpak die in het ontwerpbesluit gevolgd is wat betreft de oproepen naar Telenet en Versatel. Belgacom vindt ten eerste dat die aanpak gebaseerd is op een foutieve interpretatie van de vroegere besluiten van het BIPT, waarin Belgacom alleen de mogelijkheid (en niet de verplichting) ziet om de hogere interconnectietarieven van die operatoren door te berekenen in zijn retailtarieven.

Belgacom herinnert er overigens aan dat tegen die besluiten beroep is aangetekend. Belgacom is van oordeel dat het zich mag beroepen op de exceptie van onwettelijkheid van die besluiten. Hoewel het die besluiten tot nu toe heeft nageleefd, vindt Belgacom dat het het recht heeft om ervan af te wijken, in het bijzonder wanneer zijn commerciële belangen dat eisen.

Belgacom herinnert eraan dat andere operatoren, met name Telenet, aanbiedingen voor "gratis telefoneren" op de markt hebben gebracht, zonder een onderscheid te maken op grond van de bestemming van de oproep. Het ontwerpbesluit wil Belgacom verbieden om dezelfde tariefstructuur te gebruiken om de eenvoudige reden dat Telenet beslist heeft om asymmetrische interconnectietarieven toe te passen, waarvan Belgacom herhaalt dat ze een marktverstoring effect hebben.

Belgacom herhaalt bovendien dat de verplichting tot kostenoriëntering moet worden begrepen als een algemene verplichting die op alle spraaktelefoondiensten slaat en niet op het niveau van individuele oproepen. Daarenboven is de kostenbasing bedoeld om buitensporig hoge tarieven te vermijden om de consument te beschermen, en niet "te lage" tarieven. Zelfs al zou dat het geval zijn, vindt Belgacom dat bij de beoordeling van "te lage" tarieven rekening zou moeten worden gehouden met de marktomstandigheden. De overige operatoren dan Belgacom vermijden aan Telenet en Versatel hoge termineringstarieven te betalen door gebruik te maken van alternatieve routes. Belgacom mag niet buitenspel worden gezet door het te verbieden om tariefformules toe te passen waarvan de anderen wel gebruik mogen maken (waaronder ook de operatoren die hoge termineringstarieven vragen).

Belgacom vindt ook dat wanneer men de verplichting tot niet-discriminatie bekijkt vanuit het standpunt van de overige operatoren, men dan naar een analyse gaat in het kader van het "mededingingsrecht", waarvoor het BIPT niet bevoegd is. Bij het onderzoek van de kwestie van een eventuele discriminatie, zou bovendien rekening moeten worden gehouden met het feit dat de referentiesituatie de reciprociteit van de interconnectietarieven is (of op z'n minst interconnectietarieven die in beperkte mate verschillend zijn). Belgacom kan niet worden verweten dat het die twee operatoren (Telenet en Versatel) wil begunstigen door ervan af te zien om hun termineringstarieven door te berekenen. Belgacom zou integendeel het slachtoffer zijn van discriminatie, indien het geen tariefplan zou mogen aanbieden dat op dat van zijn concurrenten lijkt.

Belgacom voegt eraan toe dat het gedwongen is om de oproepen naar Telenet en Versatel niet te differentiëren, doordat de gebruikers zich meer en meer verzetten tegen een differentiatie op basis van het opgebelde netwerk en doordat klanten die vaker bellen naar Telenet en Versatel meer geneigd zijn om Belgacom te verlaten en over te stappen naar een andere operator die geen onderscheid maakt voor de prijs van die oproepen. Belgacom illustreert dat argument met een grafiek waar op de x-as het verkeersvolume naar Telenet en Versatel wordt weergegeven en op de y-as de "churn" (overstap van Belgacom naar een andere operator). Het zou in het bijzonder paradoxaal zijn dat terwijl Telenet een van de initiatiefnemers is geweest qua aanbiedingen voor "gratis telefoneren", Belgacom verboden wordt om dat aanbod te reproduceren wegens de hoge termineringstarieven van diezelfde operator.

In zijn opmerkingen op het tweede ontwerpbesluit benadrukt Belgacom dat de inkomsten de kosten dekken, inclusief de kosten van de oproepen naar Telenet en Versatel. Volgens Belgacom mag er geen extra verplichting worden toegevoegd aan de verplichting tot kostenoriëntatie. Er is geen reden om de kostenoriëntatie op te splitsen naar gelang van de netwerken van bestemming, noch tussen piekuren en daluren. Het feit van een identiek tarief toe te passen ongeacht het opgebelde netwerk mag niet worden beschouwd als een verstoring van de markt. Dat vormt geen nadeel voor de consumenten, noch voor de andere operatoren. Integendeel, het verbetert de transparantie tegenover de eindklant. De

kostenbasing mag niet als middel dienen om de retailtarieven van Belgacom te verhogen, door de termineringskosten te verhogen die het aan andere operatoren moet betalen.

#### *Vaste interconnectiekosten*

Belgacom is van oordeel dat de gekozen IC-links niet representatief zijn voor de verbindingen van zijn netwerk met Telenet en Versatel, omdat Belgacom in staat is om kortere verbindingen tot stand te brengen.

Belgacom is verder van mening dat de IC-links eveneens worden gebruikt voor het verkeer naar Telenet en Versatel in andere tariefplannen dan Happy Time. Het gaat dus om gemeenschappelijke kosten en het is twijfelachtig of elk tariefplan van Belgacom moet bijdragen tot het terugverdienen van gemeenschappelijke kosten op basis van zijn verkeersvolume.

#### *Commerciële kosten*

Belgacom betwist de aanpak van het BIPT. Belgacom vindt bovendien dat de commerciële kosten helemaal niet mogen worden meegerekend omdat het om kosten gaat die gemeenschappelijk zijn aan de verschillende diensten voor spraaktelefonie. Belgacom heeft toch een lijst bezorgd en een beschrijving van de verschillende soorten van commerciële kosten gegeven alsook het percentage ervan ten opzichte van de inkomsten uit de spraaktelefonie.

#### *Consumptiepatroon en elasticiteit*

Belgacom legt er de nadruk op dat voorzichtigheid geboden is bij de interpretatie van het gedrag van de gebruikers. Belgacom vindt in het bijzonder dat men geen rekening mag houden met het belpatroon dat waargenomen is net na de invoering van het nieuwe tariefplan of net na de intekening van een klant op een tariefplan. Belgacom heeft daarnaast ook het consumptiepatroon meegedeeld van de klanten van Happy Time voor de maand augustus 2005.

#### *Mogelijkheid om het Happy-Timeaanbod te dupliceren*

Belgacom blijft erbij dat de analyse van het BIPT niet wettelijk is, maar formuleert in ondergeschikte orde de volgende bezwaren:

- Belgacom heeft de gegevens meegedeeld met betrekking tot de verdeling tussen local/IAA van Tele2 en de vullingsgraad van de IC-links van Tele2. Belgacom preciseert dat sommige operatoren een ratio van local/IAA hebben dat gunstiger is dan dat van Tele2.
- Wat het terugverdienen van de vaste kosten betreft is Belgacom van oordeel dat alle diensten die van de IC-links gebruikmaken in aanmerking moeten worden genomen, met name de oproepen naar mobiele toestellen en de internationale oproepen.
- Belgacom betwist het meetellen van de afschrijvingskosten voor de IC-links (afschrijving in 4 jaar van de installatiekosten), terwijl het ontwerpbesluit verklaart alleen de directe kosten te analyseren. Volgens Belgacom worden afschrijvingskosten gewoonlijk niet als directe kosten beschouwd.
- Belgacom zegt twijfels te hebben over de verkeersgegevens die door Tele2 zijn meegedeeld. Belgacom verwijt Tele2 dat het het aantal verlofdagen voor de gegevens van juni kunstmatig heeft verhoogd, zodat een incorrect beeld wordt gegeven van de inkomsten voor die maand. Belgacom roert de mogelijkheid aan dat de klanten die als eersten hebben geopteerd voor het plan Freetime van Tele2 klanten waren die een bijzondere belangstelling hadden voor dat tariefplan. Het zou dan gaan om een selectie van klanten met een bijzonder profiel. Belgacom stelt vast dat

de marge van Tele2 significant toeneemt wanneer men de laatste 4 weken van de waarnemingen van Tele2 beschouwt.

- Belgacom verklaart dat Tele2 heel weinig gebruikmaakt van de transitdienst van Belgacom en dat het hoofdzakelijk gebruikmaakt van alternatieve routes om de betaling van de hoge terminering van Telenet en van Versatel te vermijden. Belgacom is bovendien van mening dat het Instituut de tromboningkosten overschat doordat het als referentie de transitprijs van Belgacom neemt. Tele2 heeft een pan-Europees netwerk en kan zonder extra kosten de tromboning regelen op zijn eigen netwerk. Omdat Tele2 overigens minder aanwezig is in Vlaanderen zou het percentage oproepen van dat bedrijf naar Telenet en Versatel lager moeten liggen dan dat van Belgacom.

## 7 ANALYSE VAN HET BIPT EN MOTIVERING

### 7.1 IMPACT VAN HET AANBOD HAPPY TIME OP DE MARKT

Het Instituut merkt voorafgaandelijk op dat het aanbod Happy Time erg significante inkomstenverminderingen met zich kan brengen ten opzichte van het standaardtarief van Belgacom, zoals geïllustreerd wordt door de volgende voorbeelden<sup>10</sup>:

In eurocent, excl. btw				
Oproepen peak	Oproepen off-peak	Inkomsten Happy Time	Inkomsten tegen standaardtarief	Verandering van de inkomsten
10	10	247,93	322,31	-23%
10	20	247,93	472,73	-48%
10	30	247,93	623,14	-60%

**Tabel 3: impact van het aanbod Happy Time op de inkomsten**

Die voorbeelden zijn gebaseerd op theoretische belpatronen. Verder in dit document worden berekeningen gemaakt die gebaseerd zijn op belpatronen die werkelijk zijn waargenomen. Niettemin zetten dergelijke verminderingen van de inkomsten onvermijdelijk de winstmarges sterk onder druk, zowel die van Belgacom als die van de concurrenten die beslist hebben om een soortgelijk aanbod te lanceren.

Ondanks het feit dat er op de markt soortgelijke aanbiedingen bestaan, kan het tariefplan Happy Time als zeer offensief worden bestempeld. Het heeft trouwens vanaf de lancering een enorm succes geogen<sup>11</sup>:

Datum	Actieve klanten
30/6	
31/7	
31/8	
22/9	

**Tabel 4: ontwikkeling van het aantal Happy-Timeklanten [vertrouwelijk]**

Volgens Belgacom was een zeer groot aandeel van die klanten (% [vertrouwelijk]) reeds voor de lancering van Happy Time klant van Belgacom, terwijl % [vertrouwelijk] overeenstemt met CPS-annuleringen ([vertrouwelijk]) of nummers die naar Belgacom zijn overgedragen ([vertrouwelijk])<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Waarbij wordt uitgegaan van een oproepduur van 3 minuten in de piekuren en van 5 minuten in de daluren.

<sup>11</sup> Het doel van Belgacom voor eind 2005 ([vertrouwelijk]) is ruimschoots overtroffen.

<sup>12</sup> Cijfers aangehaald in het schrijven van Belgacom van 4 oktober 2005.

Belgacom vermeldt overigens dat de stagnatie van het aantal CPS-gevallen zich al voordeed vóór de lancering van Happy Time. Belgacom is van oordeel dat wanneer Tele2 zijn activeringen niet langer ziet toenemen, dit te verklaren is doordat Tele2 zijn marketinginspanningen meer heeft toegespitst op de lancering van ADSL, waarbij het zich overigens tot zijn bestaande klantenbestand heeft gericht, door eraan ADSL tegen voordeliger voorwaarden aan te bieden indien dat gecombineerd werd met een CPS.

Van zijn kant vermeldt Tele2 [vertrouwelijk] CPS-klanten die aan Belgacom verloren zijn in de week van 6 juni 2005 en [vertrouwelijk] klanten van juni tot augustus. Het Instituut merkt op dat het effect van Happy Time niet alleen duidelijk kan worden in het aantal klanten die Belgacom terugwint, maar ook in de afname van het aantal klanten die Belgacom verlaten om naar een alternatieve operator over te stappen. Tele2 heeft gewag gemaakt van een afname van % [vertrouwelijk] in de werving van nieuwe klanten sedert de lancering van Happy Time (in vergelijking met de jongste 12 maanden) en van een toename van % [vertrouwelijk] van klanten die terugkeren naar Belgacom (ook in vergelijking met de jongste 12 maanden). Tele2 voegt eraan toe dat zijn eigen plan Freetime door meer dan [vertrouwelijk] gebruikers aangenomen is, voor het merendeel bestaande klanten (wat een "kannibalisatie"-verschijnsel vormt binnen het klantenbestand van Tele2).

Op basis van de statistieken waarover het beschikt kan het BIPT vaststellen dat het aantal actieve CPS-gevallen van januari tot en met mei van maand tot maand een zwakke groei heeft geboekt. Vanaf juni 2005 stelt men een buiging vast in de ontwikkeling van het aantal actieve CPS-gevallen, die overeenkomt met de lancering van Happy Time: - 1,39 % in juni, - 0,54 % in juli, - 1,45 % in augustus, d.i. 37.920 actieve CPS-gevallen minder sedert de lancering van Happy Time<sup>13</sup>. Het Instituut stelt ook een aanzienlijke toename vast van het gemiddelde aantal annuleringen per maand: dat gemiddelde is met 31 % toegenomen wanneer men de periode januari-mei (voor Happy Time) vergelijkt met de periode juni-augustus (na de lancering van Happy Time).

Het aanbod Happy Time is geanalyseerd volgens de onderstaande benaderingen:

- De kostenoriëntatie van het aanbod Happy Time, namelijk de mogelijkheid ervan om de opgelopen kosten te dekken;
- De mogelijkheid van de alternatieve operatoren, die van Belgacom afhangen om interconnectiediensten te krijgen, om een concurrerend aanbod te doen.

Die tweevoudige analyse is verricht met behulp van een Excel-rekenblad, waarvan in de bijlage een niet-vertrouwelijke versie wordt weergegeven.

Het Instituut merkt op dat de brief van Tele2 van 6 juni 2005 niet alleen de tariefaanbiedingen van Belgacom viseerde, maar ook die van Telenet. Omdat Telenet tot nu toe echter niet als een operator met een sterke machtspositie wordt beschouwd, is het niet de taak van het BIPT om een oordeel te vellen over zijn retailtarieven<sup>14</sup>. Hoewel het BIPT toegeeft dat er op de markt aanbiedingen bestaan die vergelijkbaar zijn met Happy Time, herinnert het er evenzo aan dat momenteel alleen Belgacom wordt beschouwd als operator met een sterke machtspositie op de markt voor spraaktelefonie en dat bijgevolg alleen Belgacom onderworpen is aan de verplichting tot kostenbasering voor zijn tarieven voor spraaktelefonie. De aanbiedingen van de overige operatoren vallen niet onder dezelfde regulering. Het vervolg van dit besluit beperkt zich dus tot het onderzoek van het aanbod Happy Time van Belgacom.

---

<sup>13</sup> Het verschil met het cijfer dat Belgacom naar voren schuift, kan worden verklaard door het feit dat de waarnemingen van Belgacom tot 22 september gaan, terwijl die van het BIPT op 31 augustus eindigen.

<sup>14</sup> Het BIPT verwijst echter naar zijn mededeling van 9 augustus 2002 inzake de CSC/CPS tarieven van Telenet.

## 7.2 KOSTENBASERING

Het Instituut is het niet eens met Belgacom over de manier waarop het begrip "kostenbasing" moet worden geïnterpreteerd. Het doel dat wordt nagestreefd met het opleggen van het kostenbaseringsprincipe is om voor sommige diensten prijzen te krijgen zoals de markt die zelf zou vaststellen indien op die markt volmaakte concurrentie zou heersen. Omdat de telecommunicatiemarkt vanuit een monopoliesituatie komt, vervangt de kostenbasing in zekere zin de concurrentie om tot de marktprijs te komen, zelfs in een situatie van onvolmaakte concurrentie die wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van operatoren met een sterke machtspositie.

Tegen die achtergrond moet de kostenbasing enerzijds verhinderen dat de operator met een sterke machtspositie de concurrentie belemmert door het gebruik van zijn netwerk verkeerd te factureren aan de nieuwkomers of door buitensporig lage retailtarieven te hanteren. Anderszijds moet ze de consumenten beschermen tegen de toepassing van buitensporige prijzen door de operator met een sterke machtspositie.

Een interpretatie van het begrip "kostenbasing" dat ertoe zou leiden dat te hoge of te lage prijzen kunnen worden gehanteerd ten opzichte van de kosten, zou alleen maar indruisen tegen de doelstellingen van het regelgevingskader.

De interpretatie die Belgacom verdedigt zou het mogelijk maken dat binnen de activiteiten inzake spraaktelefonie aanbiedingen tegen hoge, zelfs buitensporige prijzen worden gecombineerd met aanbiedingen tegen prijzen die onder de kosten liggen. Die interpretatie wordt bijgevolg door het BIPT verworpen.

Het BIPT kan evenmin de interpretatie van het begrip "kostenbasing" volgen zoals dat ingevuld wordt door sommige alternatieve operatoren, die beweren dat de tarieven voor elke type van oproep de structuur zouden moeten weerspiegelen van de wholesale-tarieven die verbonden zijn aan de verstrekking van elk type van oproep. Het Instituut is van oordeel dat het document dat door die operatoren<sup>15</sup> naar voren wordt geschoven, niet pleit voor een dergelijke interpretatie. Dat document bevat weliswaar de volgende passage die door de respondenten wordt aangehaald: « *the retail tariff of a fixed-to-mobile call should only add up to the 'termination' charge set up independently by each mobile operator, and the 'retention' cost element set up by the fixed operator. In the case that the originating fixed network has SMP status the retention charges have to be cost-oriented and non-discriminatory (e.g. same retention charges under comparable conveyance conditions). This retention may be based on retail costs that include the costs of physical conveyance as well as those of billing, bad debt provision, etc.* ». Die passage is echter uit zijn context gerukt en de gevolgen die eraan worden vastgeknoopt zijn foutief. Het document van DG XIII had tot doel de kwestie te behandelen van de tarieven van vast naar mobiel en van het eventueel buitensporige karakter ervan. Dat doel was duidelijk geformuleerd in de eerste paragraaf van de explicatieve nota: « *They argue that the benefits of competitive offerings in the mobile market are not truly passed to the originating users calling from fixed lines* ». DGXIII concludeerde uit zijn analyse dat de retailtarieven van een vaste SMP-operator niet hoger mochten zijn dan de som van zijn (kostengebaseerde) retentie en de termineringsprijs die aan de betrokken mobiele operator moet worden betaald. Het document stelt geen eisen aan de structuur van het retailtarief, omdat het streefdoel is dat de consumenten geen buitensporige tarieven betalen, overigens ongeacht de tariefstructuur die door de vaste operator wordt gekozen.

---

<sup>15</sup> Information Society DG (DG XIII), Explanatory note, Tariff principles for fixed to mobile calls originating from the fixed network of an operator notified as having significant market power, 10 september 1999.

## 7.2.1 Kosten voor ophaling en afgifte van de oproepen

De kosten voor ophaling en afgifte van de oproepen die door het Instituut in aanmerking zijn genomen, stemmen overeen met de tarieven van BRIO 2005 (local en IAA). Bij gebrek aan andere gegevens had het BIPT aanvankelijk een weging local/IAA toegepast van [vertrouwelijk], wat overeenstemde met de gegevens die Belgacom had meegedeeld als de gemiddelde weging van alle alternatieve operatoren samen. Dat percentage was een hypothese. Men kon immers ervan uitgaan dat een hoger percentage oproepen op lokaal niveau werd opgehaald. Dan had men echter rekening moeten houden met het feit dat er extra-area-oproepen zijn die meer gebruik maken van de backbone van Belgacom.

Belgacom heeft vervolgens aan het BIPT gegevens meegedeeld in verband met de gemiddelde kostprijs van een gesprek op zijn netwerk. Die gemiddelde kostprijs van een gesprek op het netwerk van Belgacom houdt voor elk relevant netwerkonderdeel rekening met dezelfde eenheidskosten als de interconnectietarieven. Belgacom heeft ook geopperd dat de interconnectieprijs behalve de netwerkkosten ook specifieke interconnectiekosten<sup>16</sup> bevatten en dat die specifieke kosten niet mochten worden meegerekend omdat ze exclusief toegerekend zijn aan de interconnectiediensten (en dus niet aan de oproepen van Belgacom naar Belgacom).

Het Instituut is van mening dat die opmerkingen van Belgacom gerechtvaardigd zijn in het kader van een analyse van de kostenbasing en heeft die kunnen nagaan met behulp van het top-down model voor de interconnectieprijs. Het gevolg is dat de gemiddelde kostprijs van een gesprek op het netwerk van Belgacom % [vertrouwelijk] lager ligt dan het resultaat van de weging local/IAA waarmee aanvankelijk door het Instituut rekening was gehouden. Rekening houdende met het feit dat zelfs zonder die correctie het BIPT concludeerde dat de kostenbasing werd nageleefd, heeft het Instituut geen nieuwe simulaties verricht.

## 7.2.2 Oproepen naar Telenet en Versatel

Het businessplan van Belgacom houdt geen rekening met het feit dat de oproepen naar Telenet en Versatel aanleiding geven tot de betaling van hogere termineringsprijzen. Belgacom is van mening dat het bestaan van hogere interconnectielasten naar het netwerk van Telenet en Versatel niet mag worden meegerekend in die analyse. Het legt zijn standpunt uit door het feit dat het commercieel verplicht is om zijn klanten een identieke prijs te bieden voor gesprekken naar die netwerken ondanks de hogere interconnectiekosten die het moet betalen, met name aan Telenet.

Overeenkomstig de beslissingen van het BIPT van 11 juni 2002 en van 7 december 2004 moeten de hogere termineringstarieven van Telenet en van Versatel door Belgacom worden doorberekend in zijn retailtarieven, specifiek voor de oproepen naar de netwerken van Telenet en van Versatel:

*« Uit voorgaande blijkt dat de terminatingtarieven van Telenet voor 2002 als redelijk beschouwd moeten worden. Dit impliceert dat Belgacom overeenkomstig het eerdergenoemde artikel 109ter, § 3, van de wet van 21 maart 1991, deze tarieven moet accepteren en betalen. Het is evenwel onvermijdelijk dat dit zijn weerslag zal hebben op de door Belgacom gehanteerde eindgebruikerstarieven. Deze zullen ten gevolge van de tariefverhoging van Telenet stijgen.»*

*« Belgacom is aangemeld als een operator met een sterke positie op de markt voor spraaktelefoondiensten. Daardoor is het onderworpen aan de verplichting inzake kostenbasing van de tarieven voor spraaktelefonie overeenkomstig artikel 106, 1° van de wet van 21 maart 1991. Bijgevolg moet Belgacom een wijziging van de interconnectietarieven van Versatel doorrekenen in zijn kleinhandelstarieven, specifiek voor oproepen die voor het Versatel-netwerk bestemd zijn, net*

---

<sup>16</sup> Zie beschrijving top-down kostenmodel, beschikbaar op de website [www.bipt.be](http://www.bipt.be).

zoals Belgacom uitsluitend voor de oproepen naar Telenet de verhoging van de terminatietarieven van Telenet doorrekent».<sup>17</sup>

Als antwoord op een verzoek van het Instituut heeft Belgacom laten weten dat het aandeel van het verkeer van de Happy-Timeklanten naar klanten van Telenet of Versatel geschat werd op % [vertrouwelijk]. Dat cijfer is gebruikt in de analyse van het BIPT om rekening te houden met de interconnectiekosten die daadwerkelijk voor die oproepen gedragen worden.

Het BIPT vindt dat de beslissingen van 11 juni 2002 en 7 december 2004 geen ruimte laten voor interpretatie, getuige de passages die in de hierboven geciteerde uittreksels onderstreept zijn en zoals blijkt uit de uitvoering door Belgacom van die beslissingen: Belgacom heeft zijn retailtarieven zo aangepast dat eerst de prijs van de oproepen naar het netwerk van Telenet en daarna van Versatel het bestaan van verschillende termineringstarieven weerspiegelen. Het Instituut kan aanvaarden dat de structuur van de retailtarieven afwijkt van die van de interconnectietarieven, voorzover de onderliggende kosten worden gedekt. Met andere woorden: ongeacht de structuur ervan (bijvoorbeeld de structuur Happy Time) moeten de retailtarieven van de oproepen naar Telenet of Versatel de overeenstemmende kosten dekken. Het is dus nodig om na te gaan of de inkomsten die door de oproepen naar Telenet en Versatel worden gegenereerd, de kosten dekken die eigen zijn aan die oproepen.

Het BIPT preciseert dat het gegrond is om de oproepen naar Telenet en Versatel los van de overige oproepen van vast naar vast te onderzoeken omdat die oproepen gepaard gaan met (terminerings)kosten die in belangrijke mate verschillen van de overige oproepen van vast naar vast. Het Instituut acht het daarentegen niet gepast om de oproepen in peak en off peak apart te onderzoeken omdat het daarbij niet gaat om verschillende soorten van oproepen maar om eenzelfde soort oproep die anders wordt gefactureerd naar gelang van het ogenblik van de dag om redenen die verband houden met het beheer van het verkeer.

Het BIPT verwijst bovendien naar punt 7.9 van zijn besluit van 7 december 2004 betreffende het redelijke karakter van het tarief voor terminatie op het netwerk van Versatel ingevolge het verzoek om interconnectie van Versatel aan Belgacom:

*« In haar aanbeveling van 11 februari 2003 betreffende relevante producten- en dienstenmarkten in de elektronischecomunicatiesector heeft de Commissie de wholesale-markt van de “gespreksafgifte op afzonderlijke openbare telefoonnetwerken, verzorgd op een vaste locatie” als zijnde relevant geïdentificeerd. Die markt die onbekend is in het kader van de wet van 21 maart 1991 moet door de regulator worden geanalyseerd volgens een methodologie die gebaseerd is op het mededingingsrecht. Door de toepassing van dat nieuwe kader zou elke operator kunnen worden beschouwd als een operator die over een sterke marktpositie beschikt voor de afwikkeling van oproepen op zijn eigen netwerk en bijgevolg bepaalde verplichtingen opgelegd kunnen krijgen waarin de Europese richtlijnen voorzien. Bijgevolg zal dit besluit opnieuw moeten worden bekeken na de toekomstige marktanalyses, wanneer het nieuwe kader met betrekking tot de elektronische communicatie in Belgisch recht zal zijn omgezet. »*

### **7.2.3 Vaste interconnectiekosten**

Ingeval de oproepen van de Belgacom-klanten bestemd zijn voor klanten van andere operatoren (verkeer van Belgacom naar OLO) moet Belgacom de kosten van de interconnectieverbindingen (IC-links) en van de toegang tot de interconnectiepunten (ATAP) dragen.

In zijn analyse heeft het Instituut rekening gehouden met de kosten van een IC-link en van een ATAP enkel voor de afgifte van de oproepen naar Telenet en Versatel. Dit kan als een onderschatting worden

---

<sup>17</sup> Besluit van 7 december 2004.

beschouwd, aangezien de Belgacom-klienten ook de klienten van andere vaste operatoren kunnen opbellen (bijv. MCI, Mobistar vast, Colt).

Omdat Belgacom aangegeven heeft dat het in staat is om kortere IC-links tot stand te brengen dan diegene waarmee het BIPT aanvankelijk rekening had gehouden, is er rekening gehouden met de volgende types van IC-links:

- IAA: N>8, contract van 4 jaar, Interconnect Access Point located in the same telephone zone;
- Local: N>8, contract van 4 jaar, Interconnect Access Point connected to the same local distribution frame.

De kosten van IC-links en van ATAP's stemmen overeen met de tarieven van BRIO 2005. De installatiekosten zijn afgeschreven in 4 jaar.

De kosten van IC-links en van ATAP's zijn uitgedrukt in een bedrag per minuut, rekening houdende met een vullingsgraad van [vertrouwelijk] minuten per maand. Die vullingsgraad stemt overeen met de graad die toegepast is voor de vaststelling van het transittarief van BRIO 2005.

Het Instituut vindt dat de kosten van de IC-links moeten worden meegeteld voor het verkeer « Belgacom to OLO » aangezien dat verkeer noodzakelijkerwijs via de IC-links verloopt. Het Instituut erkent dat alle tariefplannen van Belgacom verkeer van Belgacom naar OLO kunnen genereren. Daarmee wordt rekening gehouden aangezien de kosten van de IC-links worden gedeeld door alle minuten verkeer waarin gebruik wordt gemaakt van die IC-links, om een kostprijs per minuut te krijgen. Belgacom verklaart dat die methode betwistbaar is maar stelt geen alternatief voor.

Het BIPT wijst overigens het verzoek van Tele2 en van de overige operatoren af om extra netwerkkosten toe te voegen in geval van oproepen van Belgacom naar Belgacom, kosten die geacht worden overeen te stemmen met de vaste interconnectiekosten in geval van oproepen van Belgacom naar een andere operator. Een IC-link is per definitie een verbinding tussen Belgacom en een andere operator. Naar gelang van de situatie kan Belgacom of de alternatieve operator verantwoordelijk zijn voor de IC-links. Een IC-link heeft daarentegen geen equivalent bij interne oproepen op het netwerk van Belgacom. In dat geval wordt het gebruik van het Belgacom-netwerk volledig weerspiegeld in de collecting- en terminatingkosten. De verschillende mogelijke combinaties van collecting + terminating (local, IAA of EAA) dekken het transport LEX - AGE<sup>18</sup> en AGE - AGE. Er hoeven dus geen extra netwerkkosten te worden toegevoegd voor de oproepen van Belgacom naar Belgacom<sup>19</sup>.

#### **7.2.4 Commerciële kosten**

Het BIPT gaat ervan uit dat de commerciële kosten die rechtstreeks verbonden zijn aan het aanbod Happy Time moeten kunnen worden gedekt door de inkomsten vanwege de klienten van Happy Time. In het bijzonder moeten de factureringskosten van de klienten, de kosten in verband met het bestaan van dubieuze debiteuren en de kosten voor verkoop en marketing die eigen zijn aan Happy Time door de inkomsten kunnen worden gedekt.

Belgacom heeft de volgende kosten meegedeeld:

- billing & bad debt: % [vertrouwelijk] van de inkomsten, excl. btw;
- sales & marketing: % [vertrouwelijk] van de inkomsten, excl. btw.

---

<sup>18</sup> LEX : Local Exchange ; AGE : Access Gateway Exchange.

<sup>19</sup> Zie ook in deel 7.2.1. de opmerking over de kosten van de gesprekken op het netwerk van Belgacom.

Wat het percentage van billing en bad debt betreft lijkt een cijfer onder de % [vertrouwelijk], wat algemeen wordt aanvaard voor particuliere vaste telefonie, a priori redelijk aangezien de facturering enerzijds wordt vereenvoudigd in vergelijking met een facturering per minuut en anderzijds de kosteloosheid van een deel van de oproepen een gunstige invloed zou moeten hebben op het niveau van bad debt. Anders bekeken moet de factureringssoftware worden aangepast om een bijkomend plan in te voeren waarin de peak setup wordt vastgesteld op 30 cent en de duration op 0. Het feit dat er een nieuw uurschema is (17-19 uur) in vergelijking met de overige soorten van communicatie (mobiel, internationaal, speciale nummers, ...) zorgt voor extra complexiteit. De hypothese van Belgacom kan dus leiden tot een onderschatting van die kosten doordat ten eerste, het percentage wordt verlaagd en ten tweede, dat lagere percentage toegepast wordt op inkomsten die sterk afnemen.

Het percentage kosten voor verkoop en marketing is dan weer conform de hypothese die toegepast is voor een vroeger tariefplan van Belgacom dat betrekkelijk soortgelijke kenmerken vertoonde (vast bedrag voor de nationale oproepen in de daluren).

Op de vraag van het BIPT om een meer volledige rechtvaardiging te krijgen van het percentage dat Belgacom in aanmerking heeft genomen voor die kostencategorieën, heeft het bedrijf een lijst en een beschrijving bezorgd van de verschillende soorten van commerciële kosten die door het Instituut worden vermeld. Die commerciële kosten, met inbegrip van de kosten van de ondersteunende diensten die daarbij betrokken zijn, vertegenwoordigen volgens Belgacom % [vertrouwelijk] van de inkomsten uit spraaktelefonie. Er kunnen echter twee soorten kosten worden geschrapt, omdat ze geen verband houden met de commercialisering van een aanbod als Happy Time: « provide sales & info services through tele-account management » (activiteit gericht op de grote klanten) en « handle customer order for PSTN, ISDN BA, ADSL Go/Plus and CPE » (activiteit in verband met de fysieke installaties). Wanneer men die twee kosten uitsluit, krijgt men een percentage van % [vertrouwelijk].

Om een onderschatting van de commerciële kosten te vermijden heeft het BIPT het absolute bedrag geëvalueerd dat die commerciële kosten zouden vertegenwoordigen indien de standaardtarieven van Belgacom zouden gelden en het heeft dat absolute bedrag behouden voor de Happy-Timeklanten<sup>20</sup>. Om dat absolute bedrag te bepalen heeft het Instituut als percentage % [vertrouwelijk] genomen, dat iets lager ligt dan de hypothese die het BIPT voordien had aangenomen (% [vertrouwelijk]).

In zijn verzoek vermeldt Tele2 dat er andere kosten zijn waarmee Belgacom in zijn businessplan rekening zou moeten houden: kosten voor het werven en behouden van klanten, beheer van de klanten die bijzondere formules genieten, algemene en administratieve kosten.

Het BIPT is van mening dat in deze analyse (namelijk de analyse van de naleving van de verplichting tot kostenbasing van de retailtarieven, zoals bepaald in het specifieke regelgevingskader voor de elektronische communicatie) enkel rekening moet worden gehouden met de kosten die rechtstreeks in verband kunnen worden gebracht met het tariefplan Happy Time. Dit geldt voor de factureringskosten (omdat de klanten noodzakelijkerwijs een factuur moeten krijgen) en voor de kosten voor verkoop en marketing (omdat sommige kosten specifiek door het aanbod Happy Time worden gegenereerd). De overige categorieën van commerciële kosten die Tele2 vermeldt, stemmen overeen met kosten die niet rechtstreeks met het aanbod Happy Time verband lijken te houden, maar eerder met alle tariefaanbiedingen van Belgacom inzake telefonie (werven en houden van klanten) of met het geheel van activiteiten van Belgacom als onderneming (algemene en administratieve kosten<sup>21</sup>). Bijgevolg moet Belgacom een zekere ruimte krijgen om die kosten terug te verdienen en is het niet verplicht, ten aanzien van de verplichting tot kostenbasing zoals bepaald in het regelgevingskader, dat het plan Happy Time bijdraagt tot de dekking van die kosten. Wat de kosten betreft die aangegaan worden voor

---

<sup>20</sup> Dat absolute bedrag is berekend op basis van het gemiddelde consumptiepatroon van februari tot mei 2005 en toegepast in alle bestudeerde scenario's.

<sup>21</sup> Via de methode van Fully Distributed Costs wordt met een deel van de gemeenschappelijke kosten op het niveau van de onderneming rekening gehouden in de interconnectietarieven. Zie de beschrijving van het top-down kostenmodel voor de berekening van de interconnectietarieven.

de werving of het behoud van klanten (die Tele2 als rechtstreekse kosten beschouwt) is het Instituut van oordeel dat het moeilijk kan zijn om die rechtstreeks aan Happy Time te koppelen. Men kan immers ervan uitgaan dat de inspanningen van Belgacom erop gericht zijn om klanten te werven en te behouden, los van het tariefplan dat ze kiezen.

### 7.2.5 Consumptiepatroon en elasticiteitseffecten

Wat betreft de elasticiteit van de vraag en de invloed van het gratis bellen in de daluren, is Belgacom van mening dat moeilijk kan worden vooruitgelopen op een gedragswijziging van de consument. Volgens Belgacom is het waarschijnlijk dat bij de klant geen markante veranderingen worden waargenomen, buiten eventuele voorlopige effecten.

Van zijn kant is het BIPT van mening dat de invoering van een gratis periode enerzijds en het naar voren schuiven van de daluren van 19 uur naar 17 uur anderzijds, elementen vormen die ofwel een gedragswijziging bij de consumenten kunnen teweegbrengen, ofwel een deel van de cliënteel kunnen aantrekken dat een profiel heeft dat zich onderscheidt van het gewone particuliere profiel (bijvoorbeeld gezinnen waarvan beide personen werken). In het bijzonder kan een overdracht van oproepen na 17 uur worden verwacht, alsook een toename van de oproepen en van de duur van de oproepen tijdens de uren waarin gratis kan worden gebeld. Het bestaan van die effecten is door Belgacom erkend in het kader van een vorig dossier en is bovendien bevestigd door de eerste waarnemingen van Belgacom bij zijn Happy-Timecliënteel en van Tele2 bij zijn cliënteel (Free Time), alsook in een besluit van de Duitse regulator (RegTP) van 19 maart 2004<sup>22</sup>. Het BIPT erkent echter dat de consumptie van de klanten, of van een deel daarvan, na verloop van tijd weer volledig of gedeeltelijk normaal kan worden (afstomping van het "gratis"-effect). Het Instituut erkent ook dat een seizoensinvloed wegens de vakantieperiode een weerslag kan hebben op het totale volume van de communicatie (omdat de kans bestaat dat sommige klanten niet op hun gebruikelijke verblijfplaats zijn), alsook op de verdeling tussen peak/off peak van de oproepen (omdat het mogelijk is dat klanten met verlof in de piekuren thuis zijn).

Er is gebleken dat het resultaat van de analyse bijzonder gevoelig zou kunnen zijn voor de schommelingen van het gemiddelde consumptiepatroon. Voor zijn analyse heeft het Instituut rekening gehouden met verschillende consumptiepatronen die meegedeeld zijn door Belgacom of door Tele2. Die patronen worden samengevat in de onderstaande tabellen (eventueel met cijfers die lichtjes verschillen van het Excel-bestand wegens de afronding). Wat de retailfacturering betreft, loopt de betalende peak van 8 uur tot 17 uur, de gratis peak van 17 tot 19 uur en de off peak vanaf 19 uur op weekdays + tijdens het weekend.

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 5: gemiddeld patroon verwacht voor Happy Time [vertrouwelijk]**

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 6: gemiddeld patroon van de eerste Happy-Timeklanten voor de lancering van het aanbod [vertrouwelijk]**

<sup>22</sup> Beschluss 19/03/2004, van de Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, BK2a 04/006.



	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 7: gemiddeld patroon tussen februari en mei 2005 van de lijnen die later op Happy Time zijn overgestapt [vertrouwelijk]**

Die laatste gegevens zijn interessant omdat zij betrekking hebben op een periode van verschillende maanden. Zij maken het echter niet mogelijk de invloed te meten van een verandering in het gedrag van de klanten als gevolg van het vooruitschuiven van de daluren en van het gratis bellen.

Voordat het BIPT de opgevraagde verkeersgegevens van na de lancering van Happy Time van Belgacom kreeg, had het ook op Belgacom het consumptiepatroon toegepast van de eerste Free-Timeklanten van Tele2 (zie de tabellen 12 en 13 hieronder).

Later heeft het BIPT van Belgacom het consumptiepatroon ontvangen van de klanten die zich in juni 2005 op Happy Time hebben laten inschrijven (tabel 8) en van Tele2 het patroon van de Free-Timeklanten tijdens de eerste zeven weken na de invoering van dat aanbod (tabel 14). Ten slotte heeft Belgacom samen met zijn opmerkingen op het tweede ontwerpbesluit, het patroon meegedeeld van de klanten van Happy Time voor de maand augustus 2005 (tabel 9). Het BIPT heeft zijn analyse overgedaan op basis van die nieuwe gegevens.

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 8: gemiddeld patroon van de Happy-Timeklanten ingeschreven in juni 2005 [vertrouwelijk]**

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 9: gemiddeld patroon van de Happy-Timeklanten ingeschreven in augustus 2005 [vertrouwelijk]**

## 7.2.6 Conclusie wat de kostenbasing betreft

De resultaten van de verrichte analyses zijn samengevat in de tabel hieronder:

Marge van Belgacom Profiel	Oproepen naar Telenet en Versatel	
	Inbegrepen	Niet inbegrepen
Verwacht	49,26 %	57,04 %
Overzicht eerste klanten	33,72 %	44,00 %
Overzicht februari-mei 2005	31,53 %	41,51 %
Free Time na 2 weken	4,40 %	19,49 %
Free Time na 3 weken	7,26 %	21,86 %
Free Time na 7 weken	16,52 %	29,59 %
Happy Time juni 2005	18,29 %	30,97 %
Happy Time augustus 2005	23,75 %	35,60 %

**Tabel 10: samenvatting van de resultaten van de scenario's die bestudeerd zijn voor Belgacom**

Men kan in dit stadium dus besluiten dat het aanbod Happy Time voldoende inkomsten genereerde om de directe kosten<sup>23</sup> ervan te dekken in alle bestudeerde scenario's, en dat zelfs wanneer de klanten van Happy Time zich zouden gedragen zoals de Free-Timeklanten van Tele2 zich tot nu toe hebben gedragen (daarbij lijkt de marge echter zeer beperkt met het profiel van de eerste twee weken van Free Time wanneer rekening wordt gehouden met de oproepen naar Telenet en Versatel). Op basis van de gegevens waarvan redelijkerwijze mag worden aangenomen dat ze het meest representatief zijn (de laatste drie regels van de tabel), kan bovendien een grotere coherentie als voordien worden vastgesteld tussen de resultaten die verkregen zijn met respectievelijk het profiel voor Free Time en dat voor Happy Time.

Rekening houdende met het voorbehoud dat de partijen hebben gemaakt bij de consumptiepatronen (korte observatieperiode, gegevens over de eerste klanten niet noodzakelijk representatief, seizoenseffect dat de resultaten kan beïnvloeden) en met de gevoeligheid van de resultaten voor die patronen, kan die conclusie echter niet definitief zijn. De voorzichtigheid gebiedt integendeel om het onderzoek over een langere periode over te doen.

Het onderzoek onderstreept daarentegen het feit dat de oproepen naar de netwerken van Telenet en Versatel een negatieve marge opleveren, en dit ongeacht het beschouwde consumptiepatroon en zelfs wanneer gunstiger hypothesen worden genomen in verband met de verdeling local/IAA, de vullingsgraad van de IC-links en de commerciële kosten. Dit wordt geïllustreerd door de laatste kolom van tabel 10, waarin te zien is dat de resultaten verbeteren wanneer van de hypothese wordt uitgegaan dat er geen oproepen zijn naar Telenet en Versatel (dezelfde vaststelling kan worden gemaakt op basis van de tabel waarin Belgacom zijn eigen resultaten samenvat voor de maand augustus 2005<sup>24</sup>).

Het feit van de oproepen naar Telenet en Versatel niet te differentiëren is bovendien in strijd met de vroegere beslissingen van het Instituut die in de verplichting voorzagen om de termineringskosten van Telenet en Versatel door te berekenen in de prijs van de oproepen naar die netwerken.

**7.3 MOGELIJKHEID VOOR EEN ALTERNATIEVE OPERATOR OM HET AANBOD VAN BELGACOM TE DUPLICEREN** In antwoord op de opmerkingen van juridische aard van Belgacom in verband met dit deel van het ontwerpbesluit wijst het BIPT erop dat het in het ontwerpbesluit niet van plan was om een administratieve beslissing te nemen, namelijk een handeling die - door gebruik te maken van de bevoegdheid waarover de administratie beschikt - een rechtstoestand creëert, wijzigt of opheft en die zonder meer, d.i. zonder dat de instemming van de belanghebbende vereist is, rechten toekent en verplichtingen oplegt<sup>25</sup>.

De redenering van Belgacom die dit deel van het besluit wil schrappen kan dus niet worden gevolgd. Niets belet het BIPT immers om uit eigen initiatief een advies te verstrekken (artikel 14, § 1, 1°, van de wet van 17 januari 2003 met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatiesector) in het licht van de opdrachten die het moet uitvoeren, ook al moet het vaststellen dat momenteel een andere instantie meer aangewezen is om de eventueel vastgestelde problemen op te lossen.

Overweging 20 van de Toegangsrichtlijn benadrukt uitdrukkelijk: *"Met name dienen exploitanten met een aanzienlijke marktmacht zich ervan te onthouden zodanige prijzen te hanteren dat het verschil tussen hun detailprijzen en de interconnectieprijzen die zij aanrekenen aan concurrenten die op*

---

<sup>23</sup> Temeer omdat, zoals vermeld in deel 7.2.1, de kostprijs van de oproepen op het netwerk van Belgacom in de analyse wordt overschat.

<sup>24</sup> Schrijven van Belgacom van 16 september 2005, deel 7.1.5 "Oproepprofielen en elasticiteitseffecten".

<sup>25</sup> A. MAST, « Overzicht van het Belgisch administratief recht », Antwerpen, Kluwer, 1999, nr. 7, p. 7.

*detailhandelniveau vergelijkbare diensten aanbieden, onvoldoende is om een duurzame concurrentie te waarborgen."*

Om met die bezorgdheid rekening te houden heeft het Europese regelgevingskader voor de nationale regelgevende instanties in de mogelijkheid voorzien om het volgende op te leggen:

- verplichtingen inzake het terugverdienen van kosten en prijscontrole, wanneer uit een marktanalyse blijkt dat de betrokken exploitant de prijzen door het ontbreken van werkelijke concurrentie op een buitensporig hoog peil kan handhaven of de marges kan uithollen, ten nadele van de eindgebruikers (artikel 13 van de Toegangsrichtlijn);
- passende prijsplafonds om te vermijden dat de aangewezen ondernemingen buitensporige prijzen kunnen vragen, de toegang tot de markt kunnen belemmeren, de mededinging kunnen beperken door middel van afbraakprijzen (artikel 17 van de Universeledienstrichtlijn).

Dergelijke maatregelen kunnen na afloop van de marktanalyse worden toegepast op de operatoren die aangemerkt zijn als operatoren met een sterke machtspositie.

In afwachting van de conclusies van de marktanalyses zijn er nog geen specifieke correctiemaatregelen<sup>26</sup> vastgesteld op de markt waarvoor Happy Time is bestemd (markt van openbaar beschikbare lokale en/of nationale telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere gebruikers). Rekening houdende met de opdrachten die eraan zijn toevertrouwd door artikel 6 van de wet van 13 juni 2005 is het echter gerechtvaardigd dat het BIPT in het kader van zijn huidige adviesbevoegdheden (die eventueel beslissingsbevoegdheden kunnen worden nadat de marktanalyses verricht zijn) onderzoekt of het aanbod Happy Time geen situatie schept waarin een duurzame concurrentie niet kan worden gegarandeerd. In het onderhavige geval heeft het BIPT proberen vast te stellen of een operator zoals Tele2 in staat was om een concurrerend aanbod te doen, rekening houdende met de interconnectiekosten die aan Belgacom moeten worden betaald en met zijn eigen kosten voor commercialisering.

Het Instituut herinnert eraan dat het een procedure voor offerteaanvraag heeft aangevat om bijstand te krijgen bij de evaluatie van de concurrentievervalsende tariefpraktijken. Het doel van die bijstand is om het Instituut een geschikte methode en een tool te geven waarmee het het bestaan van price squeeze kan beoordelen. De methode die hieronder wordt gevolgd mag dus niet worden beschouwd als een methode die definitief door het Instituut is vastgesteld.

### **7.3.1 Kosten voor opaling en afgifte van de oproepen**

Het BIPT verduidelijkt dat hier rekening moet worden gehouden met de interconnectietarieven die werkelijk door de alternatieve operatoren aan Belgacom zijn betaald. De opmerking over de gemiddelde kostprijs van een oproep op het netwerk van Belgacom die gemaakt is in deel 7.2.1 (in het kader van de analyse van de kostenbasing) is immers niet pertinent wanneer men het standpunt van de overige operatoren beschouwt.

Voor de weging van local/IAA heeft het BIPT aanvankelijk de verdeling van het verkeer van Tele2 toegepast zoals Belgacom die heeft meegedeeld, namelijk [vertrouwelijk]. Belgacom heeft vervolgens in zijn opmerkingen laten weten dat de werkelijke verdeling van het verkeer van Tele2 [vertrouwelijk] was. Aan de hand van de gegevens van Tele2, die de interconnectiefactuur van dat bedrijf voor de maand mei 2005 weerspiegelen, kan een verdeling worden bepaald van [vertrouwelijk]. Het is die verdeling waarmee het Instituut rekening heeft gehouden.

Het Instituut heeft geen rekening gehouden met de gemiddelde situatie van de OLO's omdat dat gemiddelde zou worden beïnvloed door de operatoren die een groter aandeel IAA-

---

<sup>26</sup> Behalve dan de kostenbasing die voortvloeit uit het oude regelgevingskader.

interconnectiediensten kopen, die duurder zijn. Het Instituut heeft evenmin de verdeling genomen van een OLO die het meest lokale interconnectiediensten koopt, zoals Belgacom voorstelde. Het doel dat immers wordt nagestreefd is dat "redelijk efficiënte"<sup>27</sup> concurrenten het aanbod van Belgacom kunnen dupliceren. Door alleen te kijken naar de situatie van de meest efficiënte concurrent, zou men dat begrip van "redelijke" efficiëntie verloochenen. De verdeling die bij Tele2 is waargenomen, is aanzienlijk gunstiger dan de gemiddelde verdeling van de alternatieve operatoren maar minder dan wat bij een andere operator is geobserveerd. De situatie van Tele2 kan dus als "redelijk efficiënt" worden beschouwd.

Het BIPT heeft Belgacom vragen gesteld over het percentage termineringsdiensten die door de alternatieve operatoren aangerekend zijn tegen het tarief voor Extra Access. Dat percentage bedraagt % [vertrouwelijk] voor alle OLO's samen en bijna % [vertrouwelijk] voor Tele2. Gelet op die lage percentages vindt het Instituut dat de Extra-Accessstarieven in deze analyse buiten beschouwing mogen worden gelaten.

Die keuze wordt ook gemotiveerd door het feit dat een efficiënte alternatieve operator in principe interconnectietarieven zal proberen te krijgen die gunstiger zijn dan de tarieven voor local en IAA.

### **7.3.2 Vaste interconnectiekosten**

De alternatieve operatoren die gebruikmaken van de interconnectiediensten van Belgacom moeten niet alleen diensten voor ophaling en afgifte van gesprekken kopen (betaalbaar per minuut). Zij moeten ook interconnectieverbindingen (IC-links)<sup>28</sup> kopen, alsook toegang tot de interconnectiepunten (ATAP's).

In zijn analyse heeft het Instituut rekening gehouden met de kosten van 2 IC-links en van 2 ATAP's (namelijk een IC-link en een ATAP voor het ophalen van de oproep, een IC-link en een ATAP voor de gespreksafgifte), hetgeen overeenstemt met de situatie van een operator als Tele2, die zijn telefoondiensten via de CSC-/CPS-functies aanbiedt.

Het BIPT heeft rekening gehouden met het soort IC-links die het vaakst worden gebruikt:

- IAA: N>8, contract van 4 jaar, Interconnect Access Point located in different telephone zones but in the same Belgacom Access Area;
- Local: N>8, contract van 4 jaar, Interconnect Access Point located in different telephone zones but connected to different local distribution frames.

De kosten van IC-links en van ATAP's stemmen overeen met de tarieven van BRIO 2005. De installatiekosten zijn afgeschreven in 4 jaar.

De kosten van IC-links en van ATAP's zijn uitgedrukt in een bedrag per minuut, aanvankelijk rekening houdende met dezelfde vullingsgraad als voor Belgacom. Belgacom verklaart dat de vullingsgraad van Tele2 hoger ligt, namelijk [vertrouwelijk] minuten. Tele2 heeft het dan weer over een vullingsgraad in de buurt van [vertrouwelijk] minuten. Het Instituut heeft in zijn berekeningen [vertrouwelijk] minuten gebruikt.

Wat het terugverdienen van de vaste kosten betreft is het BIPT van mening dat door de vullingsgraad van de IC-links te gebruiken er al rekening gehouden is met het feit dat die eventueel voor verschillende soorten van verkeer worden gebruikt.

---

<sup>27</sup> Bekendmaking van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de mededingingsregels op overeenkomsten inzake toegang in de telecommunicatiesector (98/C 265/02).

<sup>28</sup> Ze kunnen de interconnectieverbindingen ook zelf aanleggen, wat ook kosten met zich brengt, ook al moeten de IC-links in dat geval niet langer aan Belgacom worden betaald.

Wat betreft het in aanmerking nemen van de kosten voor afschrijving van de IC-links (afschrijving in 4 jaar van de installatiekosten) deelt het Instituut de mening van Belgacom niet. Afschrijvingen zijn een kostencategorie als een andere. Het feit dat kosten al of niet afschrijvingskosten zijn heeft geen invloed op het feit dat die kosten al dan niet als directe kosten voor een product kunnen worden beschouwd. Het Instituut gaat ervan uit dat de kosten van de IC-links rechtstreeks kunnen worden toegerekend aan het verkeer van een alternatieve operator die gebruikmaakt van CSC/CPS, aangezien dat verkeer noodzakelijkerwijs via de IC-links verloopt.

### 7.3.3 Consumptiepatroon

De analyse van de kostenbasing is aangepast om rekening te houden met het consumptiepatroon van de klanten van Tele2. De berekening is gemaakt voor zowel het gemiddelde patroon van de klanten van Tele2 vóór de lancering van Happy Time als het gemiddelde patroon dat waargenomen is bij de Free-Timeklanten van Tele2.

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 11: gemiddeld patroon van de klanten van Tele2 [vertrouwelijk]**

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 12: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 na 2 weken [vertrouwelijk]**

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 13: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 na 3 weken [vertrouwelijk]**

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 14: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 na 7 weken [vertrouwelijk]**

	Betalende peak	Gratis peak	Off peak
Aantal oproepen			
Aantal minuten			
Gemiddelde oproepduur			

**Tabel 15: gemiddeld patroon van de Free-Timeklanten van Tele2 in augustus 2005 [vertrouwelijk]**

### 7.3.4 Oproepen naar Telenet en Versatel

Naast de prijs voor gespreksafgifte op het netwerk van Telenet of van Versatel hield het oorspronkelijke ontwerpbesluit ook rekening met de prijs voor transit naar die operatoren (transit betaald aan Belgacom).

Uit de inlichtingen die Belgacom heeft meegedeeld blijkt echter dat Tele2 een beroep doet op alternatieve routes om de oproepen van zijn klanten naar Telenet en Versatel over te brengen. Tele2 heeft dat feit mondeling bevestigd. Bijgevolg moet geen rekening worden gehouden met de specifieke termineringsprijzen die aan Telenet en Versatel moeten worden betaald, maar alleen met de kosten voor het gebruik van een alternatieve routing, die naar schatting in de buurt liggen van de prijs voor een transitdienst. Het BIPT wijst het argument van Belgacom af als zou Tele2 de tromboning zonder extra kosten kunnen regelen dankzij het internationale netwerk van de groep Tele2. Het is immers niet omdat een operator zijn eigen netwerk gebruikt (liever dan dat van een derde) dat het gebruik van dat netwerk geen kosten met zich brengt. Het Instituut heeft dus voor het deel van het verkeer naar Telenet of Versatel, de prijs meegerekend van een IAA-terminating + de prijs van een IAA-transit (tarieven BRIO 2005).

### **7.3.5 Commerciële kosten**

Een concurrerende operator die een aanbod van de historische operator wil dupliceren, draagt niet alleen interconnectiekosten maar ook commerciële kosten. In haar beslissing van 21 mei 2003 met betrekking tot de onderneming Deutsche Telekom<sup>29</sup> verduidelijkt de Europese Commissie dat de productspecifieke kosten moeten worden gedekt, namelijk de kosten verbonden aan de noodzakelijke apparatuur (niet-relevante kostencategorie in deze analyse) en de kosten verbonden aan de betrekkingen met de klanten (bijvoorbeeld, volgens de Commissie, de marketing, het onderhoud en de facturering).

Het lijkt adequaat om minstens het cijfer % [vertrouwelijk] van de omzet te behouden als zijnde representatief voor de commerciële kosten (zie deel 7.2.4 met betrekking tot de commerciële kosten van Belgacom). Om zoveel mogelijk een onderschatting te vermijden heeft het BIPT voor de Free-Timeklanten hetzelfde absolute bedrag behouden als datgene wat berekend was voor de Happy-Timeklanten op basis van de standaardtarieven van Belgacom. Er moet immers worden benadrukt dat er tussen Belgacom en Tele2<sup>30</sup> verschillen zijn qua schaal- en breedtevoordelen. Voorbeeld: indien Belgacom en Tele2 elk eenzelfde reclamecampagne lanceren, kan Belgacom de kosten daarvan doorberekenen aan een groter aantal klanten. Het is dus niet uitgesloten dat Tele2 voor sommige kostencategorieën een hogere kostprijs per klant draagt dan Belgacom (overigens ongeacht de relatieve efficiëntie van Tele2 en van Belgacom in de commercialisering van hun diensten).

### **7.3.6 Conclusie wat betreft de mogelijkheid om het aanbod Happy Time te dupliceren.**

Een te klein verschil tussen de retailprijzen en de interconnectievergoedingen die aangerekend worden aan de concurrenten die soortgelijke retailediensten verstrekken, kan een bedreiging vormen voor een duurzame concurrentie.

---

<sup>29</sup> Beschikking van de Europese Commissie van 21 mei 2003 inzake een procedure op grond van artikel 82 van het EG-Verdrag (2003/707/EG).

<sup>30</sup> Er moet echter worden opgemerkt dat Tele2 onlangs (1 augustus 2005) een ADSL-product heeft gelanceerd.

De resultaten van de verrichte analyses zijn samengevat in de tabel hieronder:

Marge van Tele2 Profiel	Oproepen naar Telenet en Versatel	
	Inbegrepen	Niet inbegrepen
Standaard	40,42 %	41,97 %
Free Time na 2 weken	6,59 %	8,56 %
Free Time na 3 weken	9,36 %	11,32 %
Free Time na 7 weken	18,91 %	20,77 %
Free Time augustus 2005	26,05 %	27,71 %

**Tabel 16: samenvatting van de resultaten van de scenario's die voor Tele2 bestudeerd zijn (oproepen tegen 30 cent)**

In vergelijking met het eerste ontwerpbesluit van het Instituut verbetert het feit dat geen rekening meer wordt gehouden met de specieke gespreksafgifte aan Telenet en Versatel de resultaten verkregen voor Tele2 aanzienlijk en brengt dit de resultaten van de twee kolommen dichterbij<sup>31</sup>.

De resultaten van tabel 16 worden verkregen door de retailprijs van Belgacom te behouden (30 cent per oproep tussen 8 en 17 uur). Rekening houdende met de noodzaak om marktaandeel te veroveren op een dominante operator, moeten de alternatieve operatoren om attractief te zijn, prijzen aanbieden die lager liggen dan die van die dominante operator. De marges brokkelen onvermijdelijk af, indien men de retailprijs van Belgacom door die van Tele2 (28 cent) vervangt:

Marge van Tele2 Profiel	Oproepen naar Telenet en Versatel	
	Inbegrepen	Niet inbegrepen
Standaard	36,17 %	37,83 %
Free Time na 2 weken	-0,08 %	2,02 %
Free Time na 3 weken	2,88 %	4,99 %
Free Time na 7 weken	13,12 %	15,11 %
Free Time augustus 2005	20,76 %	22,55 %

**Tabel 17: samenvatting van de resultaten van de scenario's die voor Tele2 bestudeerd zijn (oproepen tegen 28 cent)**

In combinatie met het consumptiepatroon van de Free-Timeklanten, zou het huidige tarief van 28 cent (6 % minder dan de 30 cent van Belgacom) het voor Tele2 onmogelijk maken om zijn interconnectiekosten en directe commerciële kosten te dekken, indien zijn klanten blijvend een consumptiepatroon zouden aannemen zoals dat waargenomen is tijdens de eerste twee weken. Dat resultaat wordt beter indien men een langere (7 weken) of recentere (augustus 2005) observatieperiode neemt.

Het is belangrijk er nogmaals aan te herinneren dat de voormelde berekeningen voor de alternatieve operator alleen rekening houden met de interconnectiekosten en commerciële kosten die rechtstreeks verband houden met het onderzochte aanbod. Een operator loopt nog andere kosten op zoals de kosten van zijn eigen netwerk (in het bijzonder de kosten van minstens een switch) en commerciële kosten die niet rechtstreeks verband houden met een specifiek tariefplan.

In die omstandigheden kan niet definitief worden uitgesloten dat hoewel de directe kosten van Belgacom worden gedekt, het aanbod Happy Time een price squeeze (wurgprijzen) kan veroorzaken, namelijk een situatie waarin *de marge tussen de prijs die bij concurrenten op de stroomafwaartse markt (met inbegrip van de eigen bedrijfsonderdelen) in rekening wordt gebracht voor toegang en de*

<sup>31</sup> In de laatste kolom gaat men van de veronderstelling uit dat er geen oproepen zijn naar Telenet en Versatel. Tele2 bespaart dus de prijs van een alternatieve routing.

*prijs die de netwerkexploitant op de stroomafwaartse markt vraagt, niet hoog genoeg is om een redelijk efficiënte dienstverrichter op deze markt in staat te stellen een normale winst te behalen [...]*<sup>32</sup>.

Gelet op enerzijds de afname van de inkomsten die een aanbod zoals Happy Time of Free Time met zich brengt (zie tabel 3) en anderzijds het feit dat geen rekening wordt gehouden met de eigen switching-kosten van Tele2<sup>33</sup> en het bestaan van kleinere breedte- en schaalvoordelen bij Tele2 in vergelijking met Belgacom, kan niet worden uitgesloten dat de afbrokkeling van de winstmarges die daaruit voortvloeit, als concurrentievervalsing kan worden bestempeld.

## **7.4 OVERIGE VERPLICHTINGEN**

### **7.4.1 Transparantie**

De formule Happy Time kan worden bestempeld als iets wat voor de consument betrekkelijk eenvoudig te begrijpen is: 30 cent per oproep in de piekuren en gratis bellen in de daluren. Daarbij kunnen echter de volgende opmerkingen worden gemaakt:

- Oproepen naar gsm's zijn niet gratis, terwijl die een toenemend aandeel op de factuur vertegenwoordigen. De geopperde kosteloosheid is dus niet volledig;
- De consument moet zelf oordelen of de formule interessant kan zijn. Hij moet inschatten of hij in de piekuren niet te veel korte oproepen heeft, die relatief duur zijn, aangezien 30 cent incl. btw ongeveer overeenkomt met een gesprek van 5 minuten tegen het standaardtarief<sup>34</sup>.

### **7.4.2 Objectiviteit**

De objectiviteit hangt in essentie af van de parameters van de berekening die worden toegepast om het tarief en de in aanmerking te nemen kosten te bepalen. Het aantal oproepen dat wordt gebruikt voor de facturering in de piekuren kan als een objectieve parameter worden beschouwd. De parameters die worden gebruikt om de kosten uit te drukken, zijn ook objectief omdat ze afkomstig zijn van het referentieaanbod BRIO 2005 (buiten de commerciële kosten).

### **7.4.3 Openbaarheid van de tarieven**

Het tarief is openbaar gemaakt door een inlichting op de website van Belgacom, een persbericht en reclame in de media.

### **7.4.4 Non-discriminatie**

Het feit dat het aanbod voorbehouden is aan sommige gebruikers (zij die slechts één nummer hebben) mag niet worden gelijkgesteld aan discriminatie. Het is a priori logisch dat Belgacom probeert de gebruikers uit te sluiten die door hun verkeersvolume zijn businessplan uit evenwicht zouden kunnen brengen.

### **7.4.5 Splitsing van de tarieven**

De splitsing van de tarieven staat niet op het spel omdat het aanbod Happy Time betrekking heeft op slechts één soort van dienst (nationale oproepen naar vaste toestellen).

---

<sup>32</sup> Bekendmaking van de Europese Commissie betreffende de toepassing van de mededingingsregels op overeenkomsten inzake toegang in de telecommunicatiesector (98/C 265/02).

<sup>33</sup> Kosten waarover het BIPT geen informatie heeft.

<sup>34</sup> Setup + (5 x duration).

## 8 BESLUIT

Na behoorlijke overweging van de standpunten van de betrokken partijen, zoals die zijn uitgedrukt in hun briefwisseling of tijdens vergaderingen enerzijds, en anderzijds van de algemene doelstellingen van het regelgevingskader inzake bevordering van de concurrentie, economische efficiëntie en verdediging van de belangen van de consumenten, neemt het Instituut het volgende besluit:

1. Gelet op de beslissingen van het BIPT van 11 juni 2002 en van 7 december 2004 moeten de oproepen naar Telenet en Versatel zo worden gefactureerd dat de onderliggende kosten voor gespreksafgifte worden weerspiegeld en dit uiterlijk op 1 december 2005.
2. Rekening houdende met de gevoeligheid van de marge voor het gemiddelde consumptiepatroon, is een geregeld toezicht op dat patroon gerechtvaardigd om zich ervan te verzekeren dat de kostenbasering wordt nageleefd. Belgacom wordt verplicht de gepaste gegevens maandelijks mee te delen aan het BIPT.
3. Rekening houdende met het risico dat het tariefplan Happy Time kan leiden tot een situatie van price squeeze en omdat momenteel een specifieke correctiemaatregel op de betreffende retailmarkt ontbreekt, zendt het BIPT dit besluit over naar de Raad voor de Mededinging om bij te dragen tot het onderzoek dat bij die instantie is gestart.

Overeenkomstig de wet van 17 januari 2003 met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatiesector hebt u de mogelijkheid om tegen dit besluit beroep aan te tekenen bij het hof van beroep te Brussel, Poelaertplein 1, B-1000 Brussel binnen zestig dagen na de kennisgeving ervan. Het hoger beroep wordt ingesteld: 1° bij akte van een gerechtsdeurwaarder die aan de tegenpartij wordt betekend; 2° bij een verzoekschrift dat, in zoveel exemplaren als er betrokken partijen zijn, ingediend wordt op de griffie van het gerecht in hoger beroep; 3° bij ter post aangetekende brief die aan de griffie wordt gezonden; 4° bij conclusie, ten aanzien van iedere partij die bij het geding aanwezig of vertegenwoordigd is. Met uitzondering van het geval waarin het hoger beroep bij conclusie wordt ingesteld, vermeldt de akte van hoger beroep, op straffe van nietigheid de vermeldingen van artikel 1057 van het gerechtelijk wetboek.

M. Van Bellinghen  
Lid van de Raad

G. Deneff  
Lid van de Raad

C. Rutten  
Lid van de Raad

E. Van Heesvelde  
Voorzitter van de Raad

## **BIJLAGE: ANALYSEMODEL**

in eurocent VAT excluded

### Retail tariff

	(VAT included)	
Price by call	30	24,79

### Call pattern

				100-x%	x%
				To BGC	To TNT-VST
P	0,00 Minutes			0,00 Calls	0,00
OP	0,00 Minutes		0,00 Av. duration	0,00 Calls	0,00
Total	0,00 Minutes			0,00 Calls	0,00
P free (17-19)	0,00	0%	0,00 Av. duration P free	0,00 Calls	0,00
P payable	0,00	0%	0,00 Av. duration P pay.	0,00 Calls	0,00

### IC costs to Belgacom

		x%	100-x%
<u>Collecting</u>	BRIO 2005	Local	IAA
	Setup P	0,349	0,487
	Duration P	0,573	0,799
	Setup OP	0,183	0,256
	Duration OP	0,301	0,419
<u>Terminating</u>	BRIO 2005	Local	IAA
	Setup P	0,349	0,487
	Duration P	0,573	0,799
	Setup OP	0,183	0,256
	Duration OP	0,301	0,419

<u>Fixed</u>					
					minutes
					0
IAA	install.	/month	total	/min.	
ATAP	348,55	104,55	111,81	0,0000	
ICL	1239,47	142,5	168,32	0,0000	
<u>Local</u>					
Local	install.	/month	total	/min.	
ATAP	348,55	104,55	111,81	0,0000	
ICL	1239,47	176,25	202,07	0,0000	

Local	IAA
0,0000	0,0000

<u>Var. + fixed</u>	Local	IAA
Setup P	0,698	0,974
Duration P	1,1460	1,5980
Setup OP	0,366	0,512
Duration OP	0,6020	0,8380
Setup P	0,698	0,974
Duration P	1,1460	1,5980

<b>Traffic to BGC</b>	
Calls P pay.	0,00
Minutes P pay.	0,00
Calls OP	0,00
Minutes OP	0,00
Calls P free	0,00
Minutes P free	0,00

<b>Total IC costs to Belgacom</b>			
local	IAA	weighting	
	0,00	0,00	0,00

## IC costs to Telenet & Versatel

<u>Collecting</u>	x%	100-x%
	Local	IAA
Setup P	0,349	0,487
Duration P	0,573	0,799
Setup OP	0,183	0,256
Duration OP	0,301	0,419

<u>TNT-VST</u>		
Setup P	3,199	3,199
Duration P	5,226	5,226
Setup OP	1,675	1,675
Duration OP	2,745	2,745

<u>Fixed</u>	local	IAA
	0,0000	0,0000

<u>Var. + fixed</u>	Local	IAA
Setup P	3,55	3,69
Duration P	5,80	6,03
Setup OP	1,86	1,93
Duration OP	3,05	3,16
Setup P	3,55	3,69
Duration P	5,80	6,03

<b>Traffic to TNT-VST</b>	
Calls P	0,00
Minutes P	0,00
Calls OP	0,00
Minutes OP	0,00
Calls P free	0,00
Minutes P free	0,00

<b>Total IC costs to TNT/VST</b>			
local	IAA	weighting	
	0,00	0,00	0,00

## Retail costs

Billing & bad debt	0%
Sales & marketing	0%
Retail costs in %	0%

	To BGC	To TNT-VST	Total
Retail costs in value	0,00	0,00	0,00

## Revenues

	To BGC	To TNT-VST	Total
Calls x price	0,00	0,00	0,00

## Summary

	To BGC	To TNT-VST	Total
Revenues	0,00	0,00	0,00
IC costs	0,00	0,00	0,00
Retail costs	0,00	0,00	0,00
<b>Margin</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>