



## SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Föstudagurinn, 9. febrúar 2018  
Ákvörðun nr. 5/2018

### Samruni Nova hf. og Símafélagsins ehf.

#### Efnisyfirlit

	bls.
I. SAMRUNATILKYNNINGIN OG MÁLSMEÐFERÐ	2
II. SAMRUNINN OG AÐILAR HANS	3
III. SKILGREINING MARKAÐA	5
1. Yfirlit yfir starfsemi samrunaaðila	5
2. Sjónarmið samrunaaðila um skilgreiningu markaða	6
2.1 Þjónustumarkaðir málsins	6
2.2 Landfræðilegur markaður málsins	7
3. Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins um skilgreiningu markaða	7
3.1 Talsímaþjónusta	8
3.1.1 Sjónarmið samrunaaðila	8
3.1.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	9
3.2 Farsímaþjónusta	10
3.2.1 Sjónarmið samrunaaðila	10
3.2.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	10
3.3 Internetþjónusta, þ.m.t. staðlaðar sí tengdar háhraðatengingar	11
3.3.1 Sjónarmið samrunaaðila	11
3.3.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	12
4. Landfræðilegur markaður málsins	14
4.1 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	14
IV. SAMKEPPNISLEG ÁHRIF SAMRUNANS	15
1. Sjónarmið samruna- og umsagnaraðila um áhrif samrunans á samkeppni	15
1.1 Sjónarmið samrunaaðila skv. samrunatilkynningu	15
1.2 Sjónarmið umsagnaraðila	15
1.3 Athugasemdir samrunaaðila	16
1.4 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	18
2. Almenn um 17. gr. c. samkeppnislaga og tengd atriði	18
2.1 Markaðsráðandi staða	19
2.2 Samkeppni raskast „að öðru leyti með umtalsverðum hætti“	19
3. Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	19
4. Markaðshlutdeild	19
4.1 Sjónarmið samrunaaðila í samrunaskrá	19
4.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins	20
V. NIÐURSTAÐA	25
VI. ÁKVÖRÐUNARORD	26



## I. SAMRUNATILKYNNINGIN OG MÁLSMEÐFERÐ

1. Þann 5. janúar 2018 barst Samkeppniseftirlitinu samrunatilkynning um kaup Nova hf. á Símafélaginu ehf. Með tilkynningunni fylgdi kaupsamningur, dags. 29. desember 2017, sem kveður á um að Nova skuldbindi sig til að kaupa og Símafélagið til að selja allt hlutaféð í félaginu ásamt öllum réttindum sem því fylgir.
2. Með tölvupósti Samkeppniseftirlitsins þann 11. janúar 2017 var samrunaaðilum greint frá því að samrunatilkynningin teldist fullnægjandi.
3. Ákvörðun þessi varðar kaup Nova á Símafélaginu. Kaup þessi eru gerð í framhaldi af samkomulagi aðila, dags. 20. nóvember 2017, þar sem aðilar komu sér saman um meginskilmála fyrirhugaðra kaupa Nova á Símafélaginu. Með kaupnum kaupir Nova alla hluti í Símafélaginu af seljendum og áformar að sameina rekstur og starfsemi Símafélagsins undir merkjum Nova. Hefur samruninn ekki komið til framkvæmda, sbr. 3. mgr. 17. gr. samkeppnislaga nr. 44/2005 og er kaupsamningur milli aðila gerður með fyrirvara um m.a. samþykki Samkeppniseftirlitsins.
4. Að mati samrunaaðila er um að ræða láréttan samruna og að hluta. Minniháttar skörun sé í starfsemi samrunaaðila á markaði fyrir farsímaþjónustu, talsímaþjónustu og Internetþjónustu. Fjallað verður fjallað um starfsemi og stöðu aðila á einstökum mörkuðum eftir því sem við á í ákvörðuninni hér á eftir.
5. Við meðferð málsins hefur Samkeppniseftirlitið gefið eftirfarandi aðilum kost á að veita umsögn um samunann: Póst- og fjarskiptastofnun (PFS), Símanum hf. (Síminn), Mílu ehf., Fjarskiptum hf. (Vodafone), Hringdu ehf. (Hringdu), Hringiðunni ehf. (Hringiðan), Inter, samtökum aðila er veita Internetþjónustu (Inter), Snerpu ehf. (Snerpu), Gagnaveitu Suðurlands ehf. (Gagnaveitu Suðurlands), Gagnaveitu Reykjavíkur ehf. (Gagnaveitu Reykjavíkur) og Global Call ehf. (Global Call). Verður þeim sjónarmiðum gerð skil hér síðar ef ástæða þykir til.
6. Nánar er fjallað um sjónarmið samrunaaðila og annarra hagsmunaaðila eftir því sem við á í eftirfarandi umfjöllun.



## II. SAMRUNINN OG AÐILAR HANS

7. Nova hefur, að mati félagsins, haslað sér völl á farsímamarkaði á undanförunum árum með sterku og samkeppnishæfu þjónustuframboði í takt við uppbyggingu eigin farsímakerfis og á grundvelli öflugrar markaðssóknar. Á árinu 2016 hafi Nova byrjað að veita Internetþjónustu yfir ljósleiðarakerfi Gagnaveitu Reykjavíkur. Einnig hafi félagið veitt fyrirtækjum talsímaþjónustu um árabíl og þannig stutt við farsímaþjónustuframboð sitt til fyrirtækja. Nova hafi hins vegar ekki veitt fyrirtækjum Internetþjónustu.
8. Símafélagið hafi verið stofnað á árinu 2008 og hafi á undanförunum árum haslað sér völl á fjarskiptamarkaði með öflugum þjónustuframboði við fyrirtæki og sértækum fjarskiptalausnum fyrir fyrirtækjamarkað. Auk þess veitir Símafélagið einnig farsímaþjónustu í smásölu en sá hluti starfseminnar sé smávægilegur hluti af tekjum félagsins.
9. Það er mat samrunaaðila að fjarskiptamarkaður á Íslandi sem og erlendis hafi verið í örri þróun á undanförunum árum. Miklar og hraðar tækniframfarir hafi átt sér stað og ný þjónusta og ný fyrirtæki hafi haslað sér völl á markaðnum, með misgóðum árangri. Þegar á heildina sé litið telji samrunaaðilar stöðuna á fjarskiptamarkaði vera þá að fyrirtækin Síminn og Vodafone hafi yfirburði yfir aðra keppinauta, þó e.t.v. síst á markaði fyrir farsímaþjónustu, einkum til einstaklinga, þar sem Nova hafi tekist að mynda öflugt samkeppnislegt mótvægi við framangreind fyrirtæki.
10. Þróunin á einstökum undirmörkuðum fjarskiptamarkaðar, og þá um leið á þeim mörkuðum þar sem segja megi að áhrifa samruna milli Nova og Símafélagsins gæti í skilningi samkeppnislaga, hafi verið misjöfn. Á markaði fyrir almenna talsímaþjónustu og rekstur fastaneta telja samrunaaðilar að þróunin hafi fremur verið í átt til hnignunar, þ.e. að á þessum markaði gæti nýjunga og tækniþróunar í minna mæli en annarsstaðar og eftirspurn neytenda fari minnkandi. Talsímaþjónusta og rekstur fastaneta sé þó enn samkeppnislega mikilvægur fjarskiptafyrirtækjum, ekki síst vegna þjónustu við fyrirtæki.
11. Á markaði fyrir farsímaþjónustu hafi orðið áberandi þróun varðandi aukningu gagnaflutninga yfir farsímanet sem studd sé af þróun viðtækja sem styðja og ýta undir þá aukningu. Þessi þróun krefjist þess að stöðugt sé unnið að uppbyggingu og styrkingu farsímakerfa og hafi Nova átt ríkan þátt í þeirri uppbyggingu hér á landi á síðustu árum. Samtímis hafi samkeppni í smásölu farsímaþjónustu aukist, ekki síst fyrir tilstilli Nova, en einnig með tilkomu smærri fjarskiptafyrirtækja sem geti nýtt sér heildsöluaðgengi að markaði í formi sýndarnetsaðgangs.
12. Telja samrunaaðilar að á markaði fyrir Internetþjónustu hafi Síminn og Vodafone yfirburðastöðu. Um langan tíma hafi mörg minni fyrirtæki reynt að hasla sér völl á þessum markaði en flest ekki náð miklum árangri. Þó hafi Hringdu náð góðum árangri á Internetmarkaði á allra síðustu árum og telst nú vera þriðji stærsti aðili á þeim markaði, þó að hlutdeild félagsins sé langtum minni en Símans og Vodafone. Á síðustu misserum hafi Nova boðið Internetþjónustu til einstaklinga auk annarra smærri aðila.



Símafélagið hafi til margra ára lagt mikla áherslu á Internetþjónustu en sú áhersla hafi verið á þjónustu við fyrirtæki en ekki einstaklinga.

13. Með vísan til þeirrar þróunar sem að framan er lýst telji samrunaaðilar nauðsynlegt að styrkja samkeppnisstöðu hins sameinaða félags, lækka rekstrarkostnað og ná fram aukinni hagræðingu í veitingu fjarskiptaþjónustu til viðskiptavina, og þá einkum hvað varðar þjónustu við fyrirtæki. Með sameiningu Nova og Símafélagsins verði til eitt félag í stað tveggja sem áður störfuðu á ólíkum megin sviðum fjarskipta eins og frammar sé lýst. Með því verði til sameinað félag sem verði betur í stakk búíð en áður til að láta að sér kveða í þjónustu á fyrirtækjamarkaði fjarskipta um leið og hið sameinaða félag fái aukin tækifæri til að ná árangri á einstaklingsmarkaði fyrir alhliða fjarskiptaþjónustu, þ.e. farsíma-, talsíma og Internetþjónustu.
14. Að mati samrunaaðila hafi samruninn engin neikvæð áhrif á samkeppni og hagsmuni neytenda en talsverð jákvæð áhrif. Telja samrunaaðilar útilokað að líta svo á að samruninn skapi eða styrki markaðsráðandi stöðu á markaði og engin ástæða til að ætla að samruninn muni raska samkeppni að öðru leyti, sbr. ákvæði 17. gr. c. í samkeppnislögum nr. 44/2005. Því telja samrunaaðilar að ekki séu forsendur til íhlutunar af hálfu Samkeppniseftirlitsins í samrunann.
15. Samkvæmt 17. gr. samkeppnislaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yfirráðum til frambúðar. Samruni getur þannig m.a. fallist í því að fyrirtæki taki annað fyrirtæki yfir eða það nái yfirráðum í heild eða hluta yfir öðru fyrirtæki, t.d. með því að kaupa hluta af eignum þess eða þær allar, sbr. 1. mgr. 17. gr. laganna.
16. Með vísan til framangreinds telur Samkeppniseftirlitið að kaup Nova á Símafélaginu feli í sér tilkynningarskyldan samruna í skilningi 17. gr. a. samkeppnislaga og kemur hann því til athugunar samkvæmt samrunareglum samkeppnislaga enda eru veltuskilyrði laganna uppfyllt.



### III. SKILGREINING MARKAÐA

17. Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna samkvæmt 17. gr. c. samkeppnislaga er nauðsynlegt að skilgreina þann markað sem samrunaaðilar starfa á. Samkvæmt 4. gr. laganna er markaður skilgreindur sem sölusvæði vöru og staðgönguvöru eða þjónustu og staðgöngupjónustu. Staðganga er þegar vara eða þjónusta getur að fullu eða verulegu leyti komið í stað annarrar vöru eða þjónustu.

#### 1. Yfirlit yfir starfsemi samrunaaðila

18. Nova og Símafélagið veita að hluta til sömu þjónustu. Fyrirtækin veita bæði eftirfarandi fjarskiptaþjónustu í smásölu fyrir einstaklinga, heimili og fyrirtæki:
- Talsímaþjónustu
  - Farsímaþjónustu
  - Internetþjónustu, þ.m.t. sí tengdar háhraða Internettengingar
19. Báðir samrunaaðilar hafa boðið til kaups framangreindar tegundir þjónustu, eftir atvikum saman, að hluta eða öllu leyti, eða sem stakar tegundir þjónustu. Að þessu leyti eru samrunaaðilar keppinautar á smásölumarkaði fyrir ofangreindar gerðir þjónustu.
20. Í samrunatilkynningunni kemur fram að megin áhersla í starfsemi Nova frá því að fyrirtækið var stofnað á árinu 2007 hafi verið að veita farsímaþjónustu á smásölumarkaði. Auk farsímaþjónustu hafi Nova veitt talsímaþjónustu um árabíl til að styðja við farsímaþjónustuframboð sitt til fyrirtækja. Á árinu 2016 hafi Nova síðan byrjað að veita Internetþjónustu til einstaklinga yfir ljósleiðarakerfi Gagnaveitu Reykjavíkur. Nova hafi þó ekki veitt Internetþjónustu til fyrirtækja.
21. Í samrunatilkynningu kemur einnig fram að Símafélagið hafi á undanförunum árum haslað sér völl á fjarskiptamarkaði með öflugu þjónustuframboði við fyrirtæki og með sértækum fjarskiptalausnum fyrir fyrirtækjamarkað. Símafélagið hafi byggt upp innviði fastanets við á land sem geri það í stakk búið til að veita bæði almenna og sérhæfða fjarskiptaþjónustu til fyrirtækja. Áherslur Símafélagsins hafi þannig falist í margvíslegum fjarskiptalausnum í fastlínu, svo sem símaþjónustu og hýsingu (PABX/SIP/Skyja lausnir), Internetþjónustu og föstum gagna- og fjarskiptasamböndum innanlands og til útlanda. Símafélagið veiti einnig farsímaþjónustu í smásölu en sá hluti starfseminnar sé smávægilegur hluti af tekjum félagsins og byggji á heildsölusamningi um sýndarnetsaðgang (MVNO) hjá öðru fjarskiptafélagi en ekki eigin innviðum. Auk þessa hafi Símafélagið nýtt innviði og lausnir sínar til að veita talsíma- og Internetþjónustu til almennings á síðari árum en sá þáttur varði þó óverulegan hluta tekna félagsins.
22. Bæði Nova og Símafélagið selji fjarskiptabúnað í smásölu og hafi framboð þeirra verið með nokkuð ólíku sniði. Þannig hafi Nova ekki selt talsíma frá árinu 2014 til ársins 2016 og hafi tekjur vegna sölu fjarskiptabúnaðar aðallega verið vegna sölu á farsímum og netlyklum. Símafélagið hafi á sama tíma ekki selt farsíma heldur eingöngu talsíma og netbeina.



## 2. Sjónarmið samrunaaðila um skilgreiningu markaða

### 2.1 Þjónustumarkaðir málsins

23. Samrunaaðilar taka fram í samrunaskrá að nýlegar skilgreiningar á fjarskiptamarkaði og einstökum undirmörkuðum hans liggi fyrir í fyrri ákvörðunum samkeppnisyfirvalda, þar á meðal í ákvörðun nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*
24. Í tilkynningu samrunaaðila til Samkeppniseftirlitsins, dags. 5. janúar 2018, kemur eftirfarandi fram:

*„Talsímaþjónusta, en með því er átt við símtalaþjónustu í almenna símakerfinu þar sem notuð séu símtæki sem tengd séu við heimtaug, þar með taldir IP símar. Markaður fyrir talsímaþjónustu væri aðskilinn frá farsímaþjónustu og markaði fyrir veitingu alhliða gagnaflutningsþjónustu. Þá byðust stærri fyrirtækjum og stofnunum ýmsar stofntengingar með tilteknum fjölda rása á hverri tengingu ásamt annarri viðbótarþjónustu en ekki var talin þörf á því í málinu að taka afstöðu til þess hvort markaðurinn greindist í tvo aðskilda markaði að þessu leyti. Talsímaþjónusta fyrir einstaklinga, heimili og fyrirtæki var því talinn vera einn smásölumarkaður.*

*Farsímaþjónusta, sem væri aðskilinn frá markaði fyrir talsímaþjónustu vegna mismunandi verðlagningar og ólíkra eiginleika þjónustunnar. Ekki var talin ástæða til að aðgreina sérstaklega einstakar þjónustutegundir á farsímaneti, þ.e. símtöl, SMS, MMS og gagnaflutninga. Eins var ekki talin ástæða til að gera greinarmun á föstum áskriftum og fyrirframgreiddum kortum (Frelsi) né sölu til einstaklinga, heimila og fyrirtækja. Farsímaþjónusta fyrir einstaklinga, heimili og fyrirtæki væri því sérstakur samkeppnismarkaður.*

*Internetþjónusta, en með því væri átt við aðgang að Internetþjónustu um staðlaða sítengda bandbreiða háhraðatengingu um xDSL, ljósleiðara, örbylgju og gervihnetti vegna Internetþjónustu. Fram kom að ekki væri staðganga að mati Samkeppniseftirlitsins á milli þessarar þjónustu annars vegar og sérsniðinna gagnaflutningslausna fyrir stærri fyrirtæki og stofnanir, sem væri mun öflugri og dýrari flutningsmáti en m.a. staðlaðar ADSL tengingar á einstaklingsmarkaði.*

*Landfræðilegur markaður vegna ofangreindra þjónustumarkaða var talinn vera Ísland á þeim grundvelli að starfsemi samrunaaðila varðaði landið allt.*

*Að mati samrunaaðila má leggja framangreindar skilgreiningar til grundvallar við umfjöllun um samruna þeirra þar sem frekara niðurbrot*



*eða skipting einstakra markaða myndi engu breyta við mat á áhrifum samrunans á samkeppni. "*

25. Þá kemur fram í samrunatilkynningunni að stærsti markaður Símafélagsins sé vegna reksturs fastanets þ.e. sá markaður sem t.d. Míla og Gagnaveita Reykjavíkur starfi á. Bæði Síminn og Vodafone gefi upp tekjur af símaþjónustu og Internetþjónustu í kauphallaruppgjörum. Hins vegar sé ekki mögulegt að ráða af þeim upplýsingum hve stór hluti þessara tekna teljist til fastanets skv. skilgreiningu PFS. Umsvif Símafélagsins á talsímamarkaði/fastlínumarkaði komi ekki fram í opinberum tölum og sé því mjög óveruleg. Ljóst sé að tekjur Símans og Vodafone af talsímaþjónustu sé langtum meiri en tekjur Nova og Símafélagsins og að sameining félaganna mun ekki breyta neinu hvað varði yfirburði Símans og Vodafone á þessum markaði fjarskipta.
26. Í samrunatilkynningu kemur fram að Nova hafi byrjað að veita Internetþjónustu til einstaklinga snemma árs 2016 yfir ljósleiðaranet Gagnaveitu Reykjavíkur. Símafélagið veiti Internetþjónustu til bæði einstaklinga og fyrirtækja yfir eigið fjarskiptanet um svokallaða aðgangsléið 3 yfir grunnnet Mílu/Símans.
27. Bent er á í samrunatilkynningu að í skýrslu Samkeppniseftirlitsins nr. 2/2008, *öflug uppbygging – Opnun markaða og efling atvinnustarfsemi*, hafi verið talið rétt að skilgreindur væri sérstakur markaður fyrir rekstur grunnkerfa fyrir fjarskipti en rekstur Símafélagsins á fastaneti sínu falli undir þann markað. Nova kaupi aðgang að talsímaþjónustu (IP-framvísun) Símafélagsins og séu félögin keppinautar á markaði fyrir talsímaþjónustu og hýsinga fyrir fyrirtæki. Á þessum hluta fjarskiptamarkaðarins sé helst að finna skörun á markaðsnálgun samrunaaðila. Þjónustuframboð Nova sé hins vegar takmarkað á fastaneti þar sem Nova hafi hvorki verið í stakk búið til að bjóða Internetþjónustu til fyrirtækja né annars konar sérhæfða þjónustu á sama hátt og aðrir keppinautar á markaði eins og m.a. Símafélagið.
28. Þá selji bæði Nova og Símafélagið ýmsan notendabúnað í smásölu en vegna lítillar skörunar á starfsemi félaganna sé um mjög ólíkan búnað að ræða.

## 2.2 Landfræðilegur markaður málsins

29. Í samrunaskrá kemur fram að í fyrri ákvörðunum samkeppnisyfirvalda, þar á meðal ákvörðun nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*, hafi landfræðilegur markaður verið skilgreindur sem landið allt og sé því Ísland. Að mati samrunaaðila sé ekki ástæða til að hverfa frá framangreindri landfræðilegri skilgreiningu markaða í þessu máli.

## 3. **Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins um skilgreiningu markaða**

30. Það er niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að Nova og Símafélagið veita að hluta til sömu þjónustu fyrir eftirfarandi fjarskiptaþjónustu í smásölu fyrir einstaklinga, heimili og fyrirtæki:

- Talsímaþjónustu





- Farsímaþjónusta
- Internetþjónusta, þ.m.t. sitengdar háhraða Internettengingar

31. Þar sem engin eða óveruleg skörun er á sölu samrunaaðila á notendabúnaði er ekki ástæða til að skilgreina smásölumarkað fyrir notendabúnað í þessu máli.
32. Skilgreining á heildsölu í fjarskiptum er almennt með þeim hætti að um er að ræða sölu á aðfangi sem notað er til að veita tengda þjónustu á smásölumarkaði til endanotenda. Dæmi um það er aðgangur eins fjarskiptafélags að fjarskiptaneti annars fjarskiptafélags til að veita fjarskiptaþjónustu á tengdum smásölumarkaði. Framkvæmdastjórn ESB hefur til að mynda skilgreint markað fyrir bitastraumsaðgang í heildsölu þannig að þar undir falli ekki einföld endursala. Rökstuðningurinn er sá að einföld endursala sé ekki talin fullnægjandi til að koma til móts við þarfir markaðs fyrir viðkomandi aðgang.<sup>1</sup> Tilboð um endursölu sem felst í því að fjarskiptafyrirtæki kaupir af öðru fjarskiptafyrirtæki sömu þjónustu og hið síðarnefnda selur áfram til endanotenda eru að jafnaði ekki talin falla undir bitastraums aðgang í heildsölu vegna þess að kaupandinn getur ekki breytt innihaldi þjónustunnar sem hann kaupir til að selja endanotendum. Ef kaupendur eiga að geta breytt og bætt þá þjónustu sem þeir kaupa til að selja endanotendum, verða þeir að hafa aðgang að nettengipunktum þar sem þeir geta stýrt ákveðnum tæknieiginleikum þjónustu við notendur og haft full not af eigin netþáttum sem leyfir þeim að bæta gæði þjónustunnar sem veitt er. Þannig er því ekki háttáð þegar um hreina endursölu er að ræða.
33. Þar sem Símafélagið hefur MVNO sýndarnetsaðgang hjá öðru fjarskiptafélagi og veitir þ.a.l. ekki heildsölu í eigið farsímanet er ekki ástæða til að skilgreina sérstaklega heildsölumarkað fyrir viðkomandi þjónustu. Sama má segja um heildsölumarkað fyrir Internetþjónustu þar sem Nova veitir ekki Internetþjónustu til fyrirtækja, þ.m.t. fjarskiptafélaga. Þá veita báðir samrunaaðilar samtenginu í talsímaneti en þar sem um er að ræða takmarkaða þjónustu og óverulegar tekjur er ekki ástæða til að skilgreina sérstakan heildsölumarkaði fyrir talsímaþjónustu í þessu máli. Þess í stað verður staða og hlutdeild aðila metin eftir heildartekjum fyrir talsíma-, farsíma- og Internetþjónustu sem og markaðshlutdeild á viðkomandi smásölumörkuðum málsins.
34. Verður hér á eftir fjallað nánar um þá smásölumarkaði sem mál þetta nær til.

### 3.1 Talsímaþjónusta

#### 3.1.1 Sjónarmið samrunaaðila

35. Eins og fyrr greinir telja samrunaaðilar ástæðu til að greina markað fyrir talsímaþjónustu frá markaði fyrir farsíma- og Internetþjónustu. Að mati samrunaaðila er talsími einn af undirmörkuðum fjarskipta sem samruninn nær til. Þá kemur fram í samrunatilkynningunni að Símafélagið veiti fyrirtækjum, þ.m.t. fjarskiptafélögum, aðgang að talsímaþjónustu sinni á fastaneti. Að mati samrunaaðila hafi

---

<sup>1</sup> Sjá mgr. 29 í markaðsgreiningu PFS á heildsölumarkaði fyrir breiðbandsaðgang, sbr. [https://www.pfs.is/library/Skrar/akv.-og-urskurdir/akvardanir-PFS/Akv\\_nr.8\\_2008\\_M12%20-%20Vidauki%20A.pdf](https://www.pfs.is/library/Skrar/akv.-og-urskurdir/akvardanir-PFS/Akv_nr.8_2008_M12%20-%20Vidauki%20A.pdf)





talsímamarkaðurinn á sér ákveðin einkenni hnignunar. Símtalsmínútum og fjölda lína fækki með hverju ári. Hafi Síminn og Vodafone tilkynnt um að hefðbundin PSTN-hliðræn símaþjónusta verði lögð niður í áföngum á næstu árum en búast megi við því að notkun færist þá að einhverju eða verulegu leyti yfir IP aðgangsléið. Þó að vægi almenns heimasíma fari minnkandi þá virðist að mati samrunaaðila sem notendur séu almennt tregir við að hætta kaupum á þeirri þjónustu og t.a.m. sé fjöldi heimila tengdur öryggisvöktun yfir heimasímatengingar. Telja samrunaaðilar að umsvif á talsímamarkaði fyrir fyrirtæki verði að mörgu leyti svipuð og verið hafi og nú sé þróunin öll í þá átt að tengingar fari yfir IP leiðir frekar en hefðbundnar rásaskiptar leiðir. Taka samrunaaðilar fram að Síminn sé lang stærstur markaðsaðila á talsímamarkaði en Vodafone fylgi fast á eftir.

### 3.1.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins

36. Með talsímaþjónustu er almennt átt við símtalaþjónustu í almenna símakerfinu þar sem notuð eru símtæki sem tengd eru við heimtaug, þ.m.t. IP símar. Í ákvörðun samkeppnisráðs nr. 23/2002, *Kvörtun Halló – Frjálsra fjarskipta ehf. vegna misnotkunar Landssíma Íslands hf. á markaðsráðandi stöðu*, sbr. og ákvörðun ráðsins nr. 39/2003, *Ósk Landssíma Íslands hf. um að fella niður skilyrði samkvæmt ákvörðun samkeppnisráðs nr. 23/2002, sem takmarkar beinar markaðsaðgerðir Landssímans gagnvart viðskiptavinum keppinauta fyrirtækisins*, var talsímamarkaðurinn skilgreindur á eftirfarandi hátt:

*„Samkeppnisráð telur [...] að almennt sé um einn markað fyrir talsímaþjónustu að ræða frá sjónarhóli neytandans sem aðskilinn er frá farsímamarkaði og frá markaði fyrir veitingu alhliða gagnaflutningsþjónustu. Þessi niðurstaða er í samræmi við aðrar ákvarðanir samkeppnisráðs.“<sup>2</sup>*

37. Sama skilgreining var notuð í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 31/2011, *Kaup eignarhaldsfélagsins Fjarskipta ehf. á öllu hlutafé í IP Fjarskiptum ehf.* og nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.* Ekki fæst séð að forsendur þessarar skilgreiningar hafi breyst. Þá telja samrunaaðilar að almenn talsímaþjónusta sé einn þeirra markaða þar sem áhrifa gæti vegna samrunans.

38. Auk venjulegrar talsímaþjónustu bjóðast stærri fyrirtækjum og stofnunum stofntengingar með tilteknum fjölda rása á hverri tengingu ásamt annarri viðbótarþjónustu. Ekki er þó talin þörf á því í þessu máli að taka afstöðu til þess hvort markaðurinn greinist í slíka tvo aðskilda markaði.<sup>3</sup> Eins og samrunaaðilar benda á var fjallað í framangreindri skýrslu Samkeppniseftirlitsins nr. 2/2008, *Öflug uppbygging*

---

<sup>2</sup> Samsvarandi niðurstaða og í ákvörðun samkeppnisráðs nr. 21/2005, *Erindi Og fjarskipta hf. vegna misnotkunar Landssíma Íslands hf. á markaðsráðandi stöðu við kynningu og markaðssetningu á tilboði fyrirtækisins undir heitinu „Allt saman hjá Símanum“*. Einnig er vísað í markaðsskilgreiningu í ákvörðun nr. 34/2001, *Kvörtun vegna misnotkunar Landssíma Íslands hf. á markaðsráðandi stöðu við gerð samnings við Hafnarfjarðarbæ um síma og gagnaflutningsþjónustu*.

<sup>3</sup> Sjá t.d. ákvörðun framkvæmdastjórnar EB frá 13. október 1999 í samrunamáli Telia AB og Telenor AS [2001] O.J. L40/1. Samsvarandi niðurstaða og í ákvörðun samkeppnisráðs nr. 34/2001, *Kvörtun vegna misnotkunar Landssíma Íslands hf. á markaðsráðandi stöðu við gerð samnings við Hafnarfjarðarbæ um síma- og gagnaflutningsþjónustu*.



– *Opnum markaða og efling atvinnustarfsemi*, um rekstur grunnkerfa<sup>4</sup> og þar sagt að þrjár aðilar hefðu á þeim tíma yfir 95%-100% af markaðnum, þ.e. Síminn (Míla) með 70-75% markaðshlutdeild, Vodafone með 15-20% og Gagnaveita Reykjavíkur með 5-10%. Í skýrslunni var bent á að á þessum markaði störfuðu félög sem hefðu yfir að ráða kerfum sem flest hver flokkuðust undir ómissandi aðstöðu og sem kostnaðarsamt væri að byggja upp. Tekið var fram að af þessum innanlands grunnkerfum væri það aðeins kerfi Mílu sem næði til landsins alls.

39. Það er niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að í ljósi smæðar Símafélagsins þegar litið er til tekna félagsins og þess að fastanet félagsins er háð að hluta aðgengi að fastaneti stærri fjarskiptafélaga sé ekki nauðsynlegt í þessu máli að skilgreina sérstakan markað um fastanet en þess í stað verði tekjur aðgreindar eftir þjónustu og sölu á meginmörkuðum málsins, þ.e. talsíma-, farsíma- og Internetþjónustumarkaði.
40. Varðandi sjónarmið samrunaaðila um hnignun talsímamarkaðar telur Samkeppniseftirlitið rétt að benda á að talsímaþjónusta er mikilvæg fyrir ákveðinn hóp viðskiptavina fjarskiptafélaganna, einkum fyrirtæki og eldra fólk líkt og samrunaaðilar benda á í samrunatilkynningu sinni.
41. Með hliðsjón af framangreindu er það niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að einn smásölumarkaður í þessu máli sé stöðluð talsímaþjónusta fyrir einstaklinga, heimili og fyrirtæki.

### 3.2 Farsímaþjónusta

#### 3.2.1 Sjónarmið samrunaaðila

42. Eins og fyrr greinir telja samrunaaðilar ástæðu til að greina markað fyrir farsímaþjónustu frá markaði fyrir talsíma- og Internetþjónustu. Að mati samrunaaðila er farsími einn af undirmörkuðum fjarskipta sem samruninn nær til. Taka samrunaaðilar fram að farsímamarkaður hafi þróast hratt á liðnum árum með mikilli samkeppni og vöruframboði. Hafi Nova haft mikil áhrif og þetta sé eini markaður fjarskipta þar sem Síminn hafi mátt sjá á eftir yfirburðastöðu. Þrjú félög, þ.e. Nova, Síminn og Vodafone hafi um þriðjungshlutdeild í fjölda viðskiptavina hvert félag. Hafi smærri aðilar engu að síður möguleika á að veita þjónustu þar sem aðgangstakmarkanir séu tiltölulega litlar. Almennt sé þróun notkunar sú að gagnaflutningar um farsíma séu að aukast mikið á hverju ári en hefðbundin þjónusta, þ.e. tal og SMS smáskilaboð standi í stað eða fari minnkandi. Mikil tækniþróun einkenni þennan markað sem kalli eftir umtalsverðum fjarfestingum. Almennt séu miklar vonir bundnar við þennan markað fjarskipta og hann talinn halda mikilvægi sínu um ókomin ár.

#### 3.2.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins

---

<sup>4</sup> Í skýrslu Samkeppniseftirlitsins nr. 2/2008 segir að grunnkerfi er stofnlínur, notendalínur, símsstöðvar, farsímakerfi, radíó- og örbylgjukerfi, sæstrengir o.fl.



43. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 30/2011, *Brot Símans hf. með tilboði í 3G netlykil og áskrift*, var litið á markað með 3G gagnaflutninga sem sérstakan undirmarkað, sbr. einnig úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 10/2011. Sama niðurstaða var lögð til grundvallar í ákvörðun eftirlitsins nr. 31/2011 og ekki fallist á þau sjónarmið samrunaaðila þess máls að Internettengingar um 3G farsímanet tilheyrðu sama markaði og fastar Internettengingar.
44. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*, var skilgreindur sérstakur markaður fyrir farsímaþjónustu sem aðskilinn væri markaði fyrir talsímaþjónustu. Var skilgreiningin einkum studd þeim rökum að mismunandi verðlagning þjónustunnar og ólíkir eiginleikar farsímaþjónustu í samanburði við talsímaþjónustu væru þess valdandi að um ólíka markaði væri að ræða. Var í því sambandi m.a. vísað til eldri úrlausna hér á landi og til framkvæmdar hjá framkvæmdastjórn ESB.
45. Í ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB frá 3. ágúst 2016 í máli nr. M.7978 Vodafone/Liberty Global kom fram að farsímaþjónusta á smásölumarkaði væri sérstakur markaður sem aðgreindi sig frá talsímaþjónustu á fastaneti. Var hver einstök þjónustutegund á farsímaneti, þ.e. símtöl, SMS, MMS, og gagnaflutningur, ekki aðgreind sérstaklega. Á sama hátt var ekki gerður greinarmunur á föstum áskriftum og fyrirframgreiddum kortum (Frelsi) annars vegar eða sölu til einstaklinga, heimila (einstaklinga) og fyrirtækja hins vegar. Framangreind skilgreining framkvæmdastjórnar ESB er í samræmi við fyrri skilgreiningu Samkeppniseftirlitsins á viðkomandi markaði, sbr. ákvörðun nr. 31/2011 og 42/2017.
46. Það er mat Samkeppniseftirlitsins að ekki sé þörf á því að skilgreina farsímaþjónustumarkaðinn í þessu máli eftir því hvort kaupendur farsímaþjónustu á smásölumarkaði eru einstaklingar eða fyrirtæki. Það mál sem hér er til umfjöllunar varðar almennt fyrirkomulag í verðlagningu á farsímaþjónustu.
47. Með hliðsjón af framangreindu er það niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að markaður fyrir farsímaþjónustu fyrir einstaklinga, heimili og fyrirtæki í smásölu sé sérstakur samkeppnismarkaður.

### 3.3 Internetþjónusta, þ.m.t. staðlaðar sí tengdar háhraðatengingar

#### 3.3.1 Sjónarmið samrunaaðila

48. Eins og fyrr greinir telja samrunaaðilar ástæðu til að greina markað fyrir Internetþjónustu frá markaði fyrir farsíma- og talsímaþjónustu. Að mati samrunaaðila sé Internetþjónusta, þ.m.t. Internettengingar, einn af undirmörkuðum fjarskipta sem samruninn nái til. Um margt sé Internetmarkaður líkur farsímaþjónustu, þ.e. að mikil eftirspurn sé eftir þjónustunni og notkun fari vaxandi með hverju ári. Mettun hafi átt sér stað varðandi fjölda tenginga og megi gera ráð fyrir að öll heimili og öll fyrirtæki séu nánast sjálfgefið tengd við Internet á fastaneti. Aðeins einstaka undantekningar séu á þessu og þá annað hvort að ekki hafi tekist að leggja fastanetstengingu í viðkomandi húsnæði eða að tenging um farsímakerfi sé nýtt og þá oftast um stundarsakir. Á þessum markaði standi Síminn og Vodafone sem ráðandi aðilar með



yfirgnæfandi fjölda tenginga og tekjur auk samþættingar við annað og breiðara vöruframboð að mati samrunaaðila.

### 3.3.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins

49. Staðlað þjónustuframboð á markaði fyrir Internetþjónustu um sí tengdar háhraðatengingar er sniðið að meginþorra almennings í landinu og höfðar til einstaklinga, heimila, fyrirtækja og stofnana.
50. Verð á staðlaðri þjónustu við fyrirtæki og stofnanir tekur mið af smásöluverði á einstaklingsmarkaði þar sem í sumum tilfellum er gefinn ákveðinn afsláttur til fyrirtækja í samningum um kaup á heildarfjarskiptaþjónustu. Til samanburðar taka sérsniðnar gagnaflutningslausnir mið af því að uppfylla sértækar þarfir stærri fyrirtækja og stofnana um gagnaflutning sem er mun öflugri og dýrari flutningsmáti en m.a. staðlaðar ADSL tengingar á einstaklingsmarkaði sem seldar eru með Internetþjónustu á smásölumarkaði.<sup>5</sup> Í ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB í máli Wanadoo España gegn Telefónica er markaðsskilgreiningin rökstudd með m.a. þessum hætti:

*„As will be established below, the relevant retail market comprises all the non-differentiated broadband products, whether provided through ADSL or any other technology, marketed in the “mass market” for both residential and non-residential users. The relevant market excludes tailor-made broadband solutions which are mainly targeted at large corporations.*

*However standard ADSL products and tailor-made ADSL products are not substitutable. The first type of products caters for customers with common and non-specific needs that are satisfied with standard products designed by telecommunications operators for the mass-market. The second type of products is destined to meet the special and specific needs of certain customers in terms of electronic communications services in general and of data transmission services in particular. Tailor-made access services incorporate more advanced functionalities (much higher download speeds, great web-page hosting capacities, the possibility of multi-terminal use and networking operation) and their prices are higher than the standard access services marketed in the mass market.”<sup>6</sup>*

---

<sup>5</sup> Sjá m.a. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 34/2001, *Kvörtun vegna misnotkunar Landssíma Íslands hf. á markaðsráðandi stöðu við gerð samnings við Hafnarfjarðarbæ um síma og gagnaflutningsþjónustu* og nr. 7/2001, *Erindi Landssíma Íslands hf. vegna samnings Fræðslumiðstöðvar Reykjavíkur við Linu.net ehf.* og nr. 7/2001, *Erindi Landssíma Íslands hf. vegna samnings Fræðslumiðstöðvar Reykjavíkur við Linu.Net ehf.* Sjá einnig úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. 12/2001. Í þessum ákvörðunum var skilgreindur sérstakur markaður fyrir veitingu alhliða gagnaflutningsþjónustu vegna samnings við Hafnarfjarðarbæ og Fræðslumiðstöð Reykjavíkur sem er sambærilegt og hér um ræðir, þ.e. sértæka gagnaflutningsþjónustu við stærri fyrirtæki og stofnanir.

<sup>6</sup> Sjá ákvörðun frá 4. júlí 2007 í máli nr. COMP/38.784 – Wanadoo España gegn Telefónica, sbr. einnig dóm dómstóls ESB frá 14. júlí 2014 í máli nr. C-295/12 þar sem ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar var staðfest. Sambærileg niðurstaða er í fyrri ákvörðun framkvæmdastjórnarinnar í máli COMP/38.233 – Wanadoo Interactive, dags. 16. júlí 2003. Í þeim málum var sérhæfð þjónusta við fyrirtæki aðskilin frá einstaklingamarkaði vegna ólíkra tæknilegra eiginleika þjónustunnar, margfalt hærra verðs og margbreytileika þjónustunnar sem almennt er ekki í boði til almennings á smásölumarkaði.



51. Að mati Samkeppniseftirlitsins má útvíkka þetta nánar í staðlaðar xDSL tengingar og ljósleiðara á einstaklingsmarkaði sem seldar eru með Internetsþjónustu á smásölumarkaði. Í ljósi þess þá er það mat Samkeppniseftirlitsins að það sé ekki staðganga á milli hefðbundins þjónustuframboðs xDSL tenginga og annarra bandbreiðra Internettenginga og sérsniðinnar gagnaflutningsþjónustu fyrir stærri fyrirtæki og stofnanir. Sú skilgreining er í samræmi við framkvæmd í EES/ESB samkeppnisrétti.<sup>7</sup>
52. Sömu aðstæður ríkja hér á landi og þær sem lýst er í tilvitnaðri skilgreiningu framkvæmdastjórnar ESB. Með uppfærslu á hraða Internettenginga undanfarin ár nýtast þær smærri og meðalstórum fyrirtækjum líkt og einstaklingum og heimilum á smásölumarkaði. Auk þess hafa fyrirtæki og stofnanir milligöngu um kaup á staðlaðri Internetþjónustu ásamt Internettengingum fyrir starfsmenn sína til heimilisnota. Í ljósi þess er ekki gerður greinarmunur á kaupendum á stöðluðu þjónustuframboði á smásölumarkaði í þessu máli eftir því hvort um er að ræða einstaklinga, heimili eða fyrirtæki. Samkeppniseftirlitið telur hins vegar að sértæk gagnaflutningsþjónusta sem sniðin er að þörfum stórnotenda á fyrirtækjamarkaði sé mun öflugri og dýrari gagnaflutningur en staðlaðar bandbreiðar tengingar fyrir hinn almenna notanda og geti því talist sérstakur markaður. Það er einnig í samræmi við mat samkeppnisráðs í ákvörðun nr. 13/2004, *Erindi eMax ehf. vegna ADSL-tilboða Og Fjarskipta hf. og Landssíma Íslands hf.*, þar sem fram kom að önnur lögmál kynnu að gilda um viðskipti einstaklinga og fyrirtækja, a.m.k að því er varðar meðalstór og stór fyrirtæki sem bjóðist betri kjör vegna meiri viðskipta. Á framangreindu var einnig byggt í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*
53. Almennt einkenni á háhraðatengingu er að hún hafi mikla flutningsgetu. Þessa tengingu er unnt að veita með mismunandi tækni, s.s. xDSL, örbylgjutækni, ljósleiðara og gervihnattasambandi. Þrátt fyrir ákveðinn mun á þessum tegundum tenginga, bæði að því er varðar tæknilega útfærslu og afköst, skila þær viðskiptavinum svipaðri þjónustu, þ.e. sítengdri háhraðatengingu.
54. Að mati Samkeppniseftirlitsins er ekki nauðsynlegt fyrir niðurstöðu þessa máls að taka afstöðu til þess hvort forsendur kunni að vera fyrir hendi til að skilgreina sérstaka undirmarkaði fyrir annars vegar þjónustu við fyrirtæki og hins vegar einstaklinga að þessu leyti. Þó að áherslur Símafélagsins hafi falist í margvíslegum fjarskiptalausnum í fastlínu, svo sem Internetþjónustu og föstum gagna- og fjarskiptasamböndum innanlands og til útlanda er ekki ástæða til að skilgreina sérstakan markað um fastanet í þessu máli eins og fyrr segir. Það er bæði vegna smægðar félagsins og því að þjónusta þess byggir að hluta á aðgengi að fastaneti stærri fjarskiptafélaga. Því verða heildartekjur aðgreindar eftir þjónustu og sölu á megin mörkuðum málsins,

---

<sup>7</sup> Sjá t.d. ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB frá 29. janúar 2010 í máli nr. COMP/M.5730 *Telefonica/Hansenet Telekomunikationen* þar segir m.a.: „Internet access services consist of the provision of a telecommunications link enabling customers to access the internet. Internet access may be provided as dialup (“narrowband”) access, as higher bandwidth (“broadband”) access via xDSL, a cable modem or mobile broadband technology, or in the form of dedicated access involving leased lines linking one point to the internet and guaranteeing higher levels of performance and security... Furthermore, the Commission has differentiated between, on the one hand, residential customers and business customers without significant needs in terms of speed and functionalities of the internet access (small or micro-business customers) and, on the other hand, business customers with significant needs which require higher performance in terms of security, bandwidth and functionality.“



þ.e. talsíma-, farsíma- og Internetþjónustumarkaði. Mismunandi staða einstakra fjarskiptafyrirtækja í annars vegar viðskiptum við einstaklinga og fyrirtæki og hins vegar önnur fjarskiptafyrirtæki kann þó að skipta máli við mat á stöðu aðila á framangreindum mörkuðum. Það á sérstaklega við um mat á markaðshlutdeild á smásölumarkaði á viðkomandi mörkuðum þar sem áhrifa gætir í þessu máli.

55. Með vísan til framangreinds er það niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að aðgangur að Internetþjónustu um staðlaða sí tengda bandbreiða háhráðatengingu um xDSL, ljósleiðara, örbylgju og gervihnetti vegna Internetþjónustu í smásölu sé einn markaður málsins.

#### **4. Landfræðilegur markaður málsins**

##### **4.1 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins**

56. Hér að framan hafa verið skilgreindir þeir markaðir sem Samkeppniseftirlitið telur að samruninn komi til með að hafa áhrif á. Í eldri ákvörðunum samkeppnisyfirvalda varðandi fjarskiptamarkaðinn hafa samkeppnisyfirvöld komist að þeirri niðurstöðu að landfræðilegi markaðurinn nái til svæðis þar sem viðkomandi fyrirtæki geta veitt þjónustu sína.<sup>8</sup>
57. Samkeppniseftirlitið er sammála þeim skilningi samrunaaðila að starfsemi þeirra varði landið allt og að því beri að líta á landið allt sem landfræðilegan markað málsins.

---

<sup>8</sup> Sjá t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*



#### IV. SAMKEPPNI SLEG ÁHRIF SAMRUNANS

58. Í þessum kafla er fjallað um hvort samruni Nova og Símafélagsins hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða verði til eða slík staða styrkist á hinum skilgreindu mörkuðum málsins, eða verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti sbr. 1. mgr. 17. gr. c. samkeppnislaga.

#### 1. Sjónarmið samruna- og umsagnaraðila um áhrif samrunans á samkeppni

##### 1.1 Sjónarmið samrunaaðila skv. samrunatilkynningu

59. Samrunaaðilar kveða starfsemi félaganna skarast á markaði fyrir talsíma-, farsíma-, Internetþjónustu. Óverulegra áhrifa samrunans gæti því fyrst og fremst á þessum mörkuðum. Auk þess falli tekjur hjá báðum fyrirtækjum undir liðinn aðrar tekjur sem einkum varði sölu notendabúnaðar, svo sem farsíma og aukahluti.

60. Sem fyrr segir gæti áhrifa Nova að langmestu leyti á farsímamarkaði en áhrifa Símafélagsins á fastaneti og Interneti. Staða Símafélagsins komi þó ekki fram á neinum markaði í tölfræðisafni PFS vegna smæðar félagsins en samrunaaðilum sé ljóst að Símafélagið hafi helst náð árangri við að veita netaðgang og netþjónustu og þá fyrst og fremst hvað varðar þjónustu við fyrirtæki.

##### 1.2 Sjónarmið umsagnaraðila

##### *PFS*

61. Umsögn PFS um samrunann barst Samkeppniseftirlitsins með bréfi, dags. 26. janúar sl. Í umsögn PFS kemur fram að áhrif samrunans á markaði fyrir talsíma-, farsíma-, og Internetþjónustu hafi lítil sem engin áhrif sem breyti stöðu aðila á markaði sem nokkru nemi. Á markaði fyrir gagnaflutningsþjónustu hafi Símanfélagið umtalsverða reynslu og þekkingu en að stærð fyrirtækisins og fyrirferð á þeim markaði verði að teljast lítil.

62. Um mat á áhrifum af samruna Nova og Símafélagsins segir PFS að styrkur Símafélagsins hafi falist í þjónustuframboði á fastanetinu þar sem áhersla hafi verið lögð á fyrirtækjapjónustu að einhverju leyti með sérhæfðum lausnum. Nova hafi á hinn bóginn sótt fram með góðum árangri með farnetsþjónustu á einstaklingsmarkaði þar sem háhraða gagnaflutningsþjónustu hafi verið ríkur þáttur af vöruframboðinu. Fyrirhuguð sameining muni því ekki styrkja markaðshlutdeild sameinaðs aðila á viðkomandi mörkuðum sem nokkru nemur. Tekur PFS fram að þrátt fyrir brotthvarf Símafélagsins af fjarskiptamarkaði sem sjálfstæðs aðila, m.t.t. óverulegrar markaðshlutdeildar félagsins, megi gera ráð fyrir að samruninn geti haft í för með sér jákvæð áhrif á samkeppni á fjarskiptamarkaði í heild sinni. PFS er sammála yfirlýstu meginmarkmiði samrunaaðila að samruninn skapi þeim tækifæri til að styrkja samkeppnisstöðu sína og veita með því öflugt samkeppnislegt aðhald á þeim mörkuðum sem hið sameinaða félag hyggst starfa á.





63. Í tölvupósti Gagnaveitu Suðurlands til Samkeppniseftirlitsins þann 16. janúar sl. segir að félagið geri ekki athugasemd við kaup Nova á Símafélaginu.

#### *Vodafone*

64. Umsögn Vodafone barst Samkeppniseftirlitinu með tölvupósti þann 26. janúar sl. Þar segir að félagið sjái ekki ástæðu til að gera veigamiklar athugasemdir við samrunann. Bendir Vodafone á að Nova haldi því fram í samrunatilkynningu að aðeins sé um láréttan samruna að ræða og samsteypusamruna að hluta. Er Vodafone ekki sammála því og nefnir að Símafélagið hafi talsverð viðskipti af heildsölu til annarra fjarskiptafélaga og því sé einnig um lóðréttan samruna að ræða. Þá hafi Símafélagið verið að selja 365 miðlum hf. símaþjónustu fyrir heimasíma (VoIP) í heildsölu. Því kann að vera nauðsynlegt að setja samrunanum skilyrði sem tryggji aðskilnað heildsölu- og smásölupplýsinga, þannig að upplýsingar um t.d. viðskiptavini og tengingar 365 miðla hf. séu ekki nýttar af smásölu sameinaðs félags. Að lokum tekur Vodafone fram að almennt sé fullyrt að hagræði af samrunanum muni skila sér til neytenda. Telji Vodafone að rökstyðja þurfi nánar hvert hagræðið sé og með hvaða hætti það muni skila sér til neytenda og eftir atvikum setja samrunaaðilum skilyrði sem tryggji hag neytenda að þessu leyti. Því sýnist Vodafone að rannsaka þurfi málið sem óhjákvæmilega þýði að ekki sé unnt að samþykkja samrunann án skilyrða og í fyrsta fasa ferilsins.

#### *Hringiðan*

65. Umsögn Hringiðunnar barst Samkeppniseftirlitinu með bréfi, dags. 22. janúar sl. Það er mat Hringiðunnar að samruni Nova og Símafélagsins muni styðja og styrkja verulega samkeppni Nova við Vodafone og Símann. Hringiðan telji þó líkur á því að samruninn „*muni skaða minni aðila á fjarskiptamarkaði nema tryggt sé aðgengi að farsíma, síma og internet transit samböndum minni fjarskiptafyrirtækja á sambærilegum og hagstæðari heildsöluverðum. Tryggja þarf að sú þjónusta sem Símafélagið hefur veitt minni fjarskiptafélögum standi þeim áfram til boða á betri kjörum vegna stærðarhagræðis en verið hefur a.m.k. til ára (svo) eða til 2028.*“

#### *Gagnaveita Reykjavíkur*

66. Umsögn Gagnaveitu Reykjavíkur barst með tölvupósti þann 24. janúar sl. Gerir félagið ekki athugasemdir við kaup Nova á Símafélaginu. Telur Gagnaveita Reykjavíkur að áhrif af sameiningu framangreindra félaga verði takmörkuð út frá samkeppnissjónarmiðum nema hugsanlega að því leyti að auka samkeppni á fjarskiptaamarkaði. Með sameiningu umræddra félaga sé möguleiki á meira jafnvægi á fjarskiptamarkaði, þrátt fyrir augljósan stærðarmun sameinaðs félags og annarra félaga á markaði, sbr. tölfræðiskýrslu PFS, þar sem hvort fyrirtæki fyrir sig hefur ákveðna sérstöðu á afmörkuðum mörkuðum fyrir sameiningu og verði sterkari við sameiningu.

### 1.3 Athugasemdir samrunaaðila

67. Samkeppniseftirlitið gaf samrunaaðilum kost á að gera athugasemdir við framangreindar umsagnir sem bárust eftirlitinu. Í ljósi athugasemda Hringiðunnar beindi Samkeppniseftirlitið þeirri spurningu til samrunaaðila í tölvupósti þann 22. janúar sl. hvort það væri rétt skilið, með hliðsjón af samrunatilkynningu, að markmið



samrunans væri m.a. að efla getu hins sameinaða félags til að veita þjónustu á heilðsölustigi til annarra fjarskiptafélaga sem einnig veita fjarskiptaþjónustu á smásölustigi eins og t.d. Hringiðunnar, Snerpu, Global Call o.fl. Óskað var eftir lýsingu á því hvaða áhrif samruninn myndi hafa, verði hann að veruleika, á þau viðskipti sem Símafélagið hefur haft við smærri fjarskiptafélög sem einnig veita fjarskiptaþjónustu á smásölumarkaði.

68. Athugasemdir og svör samrunaaðila við umsögn Hringiðunnar og framangreindri fyrirspurn Samkeppniseftirlitsins, bárust með bréfi, dags. 24. janúar sl. Tóku samrunaaðilar fram að markmið samrunans felist fyrst og fremst í því að efla þjónustu og þjónustuframboð á smásölu- og heilðsölustigi fjarskiptaþjónustu. Engin áform séu uppi um veigamiklar breytingar á því framboði eða kjörum sem viðskiptavinum hins sameinaða félags muni standa til boða að öðru leyti en því að öllum markaðsaðilum sé vitaskuld nauðsynlegt á hverjum tíma að aðlaga framboð sitt og kjör að markaðsaðstæðum. Hvað varðar athugasemdir Hringiðunnar þá taka samrunaaðilar undir að samruninn muni styðja og styrkja verulega samkeppni við Vodafone og Símann. Telja samrunaaðilar hins vegar ekki að forsendur eða tilefni standi til þess að binda samruna þeirra sérstökum skilyðrum um að sú þjónusta sem Símafélagið hafi veitt minni fjarskiptafélögum muni standa þeim áfram til boða á betri kjörum vegna stærðarhagræðis, til a.m.k. ársins 2028. Markmið samrunans sé að breikka og styrkja þjónustuframboð hins sameinaða félags og mun geta félagsins til að bjóða eftirsóknarverða þjónustu á samkeppnishæfum kjörum ráðast af árangri félagsins í virkri samkeppni við mun öflugri keppinauta. Benda samrunaaðilar á að ekki sé rétt að Nova sé í markaðsráðandi stöðu á farsímamarkaði. Hvað varðar að öðru leyti kvaðir varðandi heilðsölupjónustu þá væri það einkum Síminn/Míla og Vodafone sem bera ættu slíkar kvaðir en ekki hið sameinaða félag Nova og Símafélagsins.
69. Athugasemdir samrunaaðila við umsögn Vodafone barst Samkeppniseftirlitinu með bréfi, dags. 29. janúar sl. Benda samrunaaðilar á að Vodafone geri að sögn ekki sérstakar athugasemdir við samrunann en telji ástæðu til bregðast við eftirfarandi sjónarmiðum: Að samruninn sé jafnframt lóðréttur, að nauðsynlegt sé að setja samrunanum skilyrði sem tryggji aðskilnað heilðsölu- og smásöluupplýsinga og rannsaka þurfi nánar hagræði samrunans og hvernig það muni skila sér til neytenda og eftir atvikum setja samrunanum skilyrði að þessu leyti.
70. Í fyrsta lagi taka samrunaaðilar taka fram að í samrunatilkynningu hafi verið lagt til grundvallar að samruninn bæri að virða sem láréttan að hluta (með óverulegri skörun milli samrunaaðila) og samsettan að hluta þar sem félögin séu starfandi á heilðsölustigi að hluta og smásölustigi að hluta. Hvað heilðsölustarfsemi varðar séu aðilar þó ekki starfandi á sama markaði. Rétt sé jafnframt að Nova (og fleiri aðilar) hafi keypt fjarskiptasambönd af Símafélaginu. Hvort líta beri á sölu slíkra sambanda sem heilðsölupjónustu til Nova, sem sé þá á sölustigi fyrir ofan Nova hvað farsíma- og/eða talsímaþjónustu varðar eða hvort líta beri á sölu fjarskiptasambanda sem aðdrætti til kaupanda án þess að slíkt eigi heima á sitt hvoru sölustiginu innan sama markaðar er eitthvað sem samrunaaðilar eftirláta Samkeppniseftirlitinu að taka afstöðu til, telji það tilefni til þess. Að mati samrunaaðila skipti þetta atriði engu máli þar sem útilokað sé að efnislegt mat á áhrifum samrunans á samkeppni fari eftir því að hvaða niðurstöðu verði komist um þetta.



71. Í öðru lagi kemur fram í athugasemdum samrunaaðila að bæði Símafélagið og Nova viðhafi nú þegar aðskilnað milli heildsölu- og smásölustarfsemi og að trúnaður ríki milli sviða varðandi upplýsingar um viðskiptavinum o.fl. Að þeim sökum telji samrunaaðilar enga þörf á setningu sérstakra skilyrða um þetta líkt og Vodafone nefnir í athugasemdum sínum en telji Samkeppniseftirlitið það heppilegt væri það sjálfsgagt, svo lengi sem um hófleg og málefnaleg skilyrði séu að ræða sem gangi ekki lengra en nauðsynlegt sé.
72. Í þriðja lagi taka samrunaaðilar fram að í samrunatilkynningu komi fram að það sé megin markmið samrunans að efla hið sameinaða félag sem keppinaut gagnvart mun stærri keppinautum sem séu Síminn og Vodafone. Aðalmarkmið samrunans sé ekki að ná fram skilgreindri hagræðingu og að lögmæti samrunans velti ekki á því að sýnt sé fram á slíkt hagræði og hvort og hvernig það skili sér til neytenda. Um slíkt væri aðeins að ræða ef samruninn myndi skapa eða styrkja marksósráðandi stöðu, eða raska samkeppni að öðru leyti og að til álita kæmi að leyfa hann engu að síður vegna hagræðingaráhrifa. Athugasemd Vodafone um þetta sé því á misskilningi byggð. Aðalatriðið sé að neytendur muni njóta góðs af þeirri auknu samkeppni sem hið sameinaða félag muni geta veitt mun öflugri keppinautum umfram þá samkeppni sem hvort félag gæti veitt fyrir sig án samrunans. Telji samrunaaðilar því mikilvægt að málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins gangi eins greitt fram og nokkur kostur er og að tafir á að ljúka málsmeðferð komi fyrst og fremst stærri keppinautum til góða.

#### 1.4 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins

73. Fyrir utan jákvæð sjónarmið um samrunann og um að hann muni efla samkeppni eru helstu athugasemdir þær að Samkeppniseftirlitið ætti að skylda samrunaaðila með skilyrðum um að veita áfram sambærilega eða betri þjónustu en Símafélagið veitti fyrir samrunann. Eins ætti að beita samrunaaðila skilyrðum um að viðhalda trúnaði milli heildsölu- og smásölustarfsemi sameinaðs félags og að rökstyðja mætti betur hagræði af samrunanum og eftir atvikum setja samrunaaðilum skilyrði sem tryggi hag neytenda af honum.

## 2. **Almennt um 17. gr. c. samkeppnislaga og tengd atriði**

74. Samkvæmt 17. gr. c. samkeppnislaga getur Samkeppniseftirlitið gripið til íhlutunar vegna samruna ef hann:
- Skapar eða styrkir markaðsráðandi stöðu eins fyrirtækis,
  - skapar eða styrkir markaðsráðandi stöðu tveggja eða fleiri fyrirtækja (sameiginleg markaðsráðandi staða), eða
  - hefur þau áhrif að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti.
75. Verður nánar fjallað um framangreindar forsendur til íhlutunar Samkeppniseftirlitsins vegna samruna en að öðru leyti er m.a. vísað til umfjöllunar í ákvörðun eftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*



## 2.1 Markaðsráðandi staða

76. Samkvæmt 4. tölulið 1. mgr. 4. gr. samkeppnislaga er markaðsráðandi staða fyrir hendi þegar fyrirtæki hefur þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og getur að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda.

## 2.2 Samkeppni raskast „að öðru leyti með umtalsverðum hætti“

77. Í lögum nr. 94/2008 um breytingu á samkeppnislögum nr. 44/2005 fólst útvíkkun á heimild Samkeppniseftirlitsins til þess að grípa inn í samruna. Við meðferð frumvarpsins á Alþingi var talið rétt að skýra nánar í hverju hið aukna svigrúm Samkeppniseftirlitsins til efnislegs mats á samruna fælist. Var því samþykkt að Samkeppniseftirlitið geti gripið inn í samruna ef stofnunin telur hann hindra virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða eins eða fleiri fyrirtækja verði til eða styrkist, eða „verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti“.

78. Um megintegundir samruna er vísað til umfjöllunar í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*

## 3. **Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins**

79. Að mati Samkeppniseftirlitsins hefur samruninn lárétt- og lóðrétt áhrif í för með sér. Samrunaaðilar veita báðir talsíma-, farsíma- og Internetþjónustu á smásölumörkuðum. Á þessum mörkuðum eru fyrirtækin keppinautar og með samrunanum hverfur sú takmarkaða samkeppni sem hefur ríkt á milli þeirra. Auk þess að inna af hendi fjarskiptaþjónustu í smásölu til endanotenda selja samrunaaðilar notendabúnað sem tengist þjónustunni. Er þar aðallega um að ræða farsíma og netlykla sem Nova selur og talsíma og netbeina sem Símafélagið selur og er því skörun í framboði samrunaaðila að þessu leyti því engin eða í besta falli afar takmörkuð. Þá er samruninn einnig lóðréttur þar sem fyrir liggur að Símafélagið selur, m.a. öðrum fjarskiptafélögum, þjónustu á fastaneti sínu, þ.e. fyrir talsíma- og Internetþjónustu. eru þær tekjur óverulegar í samanburði við heildartekjur á fjarskiptamarkaði á viðkomandi mörkuðum, sbr. nánar hér síðar í umfjöllun um markaðshlutdeild.

## 4. **Markaðshlutdeild**

80. Markaðshlutdeild hefur eins og áður sagði mikið að segja þegar samkeppnisleg áhrif samruna eru metin. Í reglum Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008 um tilkynningu samruna er gert ráð fyrir því að í samrunaskrá komi fram upplýsingar um áætlaða heildarstærð markaðarins í fjárhæðum og markaðshlutdeild í fjárhæðum, hundradshlutum og magni hjá hverju fyrirtæki sem að samruna stendur fyrir hvert þriggja síðustu reikningsára.

### 4.1 Sjónarmið samrunaaðila í samrunaskrá



81. Í samrunaskrá byggja samrunaaðilar mat á markaðshlutdeild á einstökum fjarskiptamörkuðum í meginatriðum á upplýsingum sem PFS tekur saman um fjölda viðskiptavina og tekjur hjá einstökum aðilum. Samkvæmt þeim upplýsingum sé Nova á miðju ári 2017 með 1,3% markaðshlutdeild eftir fjölda viðskiptavina og 2,3% eftir tekjum á talsímamarkaði. Hlutdeild Símafélagsins sé undir 3% á talsímamarkaði. Á farsímamarkaði um mitt ár 2017 sé hlutdeild Nova 33,9% m.v. fjölda viðskiptavina en 35,7% eftir tekjum. Markaðshlutdeild Símafélagsins á farsímamarkaði séu undir 1%. Tekjur Símafélagsins á fastaneti sé undir 4% en á þeim markaði sé hlutdeild Nova 0%. Í öðrum tekjum fyrir sölu á notendabúnaði sé markaðshlutdeild Nova 23,7% en undir 1% hjá Símafélaginu.

#### 4.2 Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins

82. Við mat á markaðshlutdeild í samkeppnisrétti er almennt miðað við tekjur aðila á hinum skilgreindum markaði, sbr. t.d. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 4/2006, *Dagur Group hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*. Almennt er talið að tekjur og efnahagslegur styrkleiki fyrirtækja séu bestu mælikvarðar á getu þeirra til að grípa til aðgerða á markaði og mögulegs úthalds þeim tengdum. Hins vegar getur verið eðlilegt og málefnalegt að hafa til viðbótar hliðsjón af öðrum gögnum sem tilheyra viðkomandi markaði eins og t.d. fjölda viðskiptavina, magni viðskipta og eftir atvikum fleiri þáttum. Við mat á markaðsstyrk fyrirtækjanna á einstaka undirmarkaði fjarskiptaþjónustu er jafnframt nauðsynlegt, eins og fyrr segir, að líta til skipulags, þróunar og stöðu á tengdum mörkuðum og efnahagslegs styrkleika.

83. Óverulegar breytingar urðu á tekjum samrunaaðila á árinu 2017 frá árinu 2016 sem breytir ekki markaðshlutdeild þeirra eða stöðu frá árinu 2016 þannig að máli skipti. Á það við um tekjur af talsíma- farsíma- og Internetþjónustu. Í ljósi þess verður hér á eftir byggt á tekjum og markaðshlutdeild samrunaaðila á tímabilinu frá árinu 2014 til ársins 2016.<sup>9</sup>

84. Samkeppniseftirlitsins hefur aflað gagna um tekjur fjarskiptafélaga sem starfa á smásölumörkuðum fyrir fjarskiptaþjónustu og metið markaðshlutdeild samrunaaðila og annarra á tímabilinu 2014 til ársins 2016. Eru þá ekki talin með fjarskiptafyrirtæki sem eingöngu starfa á heildsölumarkaði eins og t.d. Míla. Er markaðshlutdeild, með hliðsjón af tekjum þeirra á skilgreindum smásölumörkuðum, sem hér segir:

---

<sup>9</sup> Byggt m.a. á gögnum sem aflað var vegna ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.*



**Tafla 1 Markaðshlutdeild á talsímamarkaði eftir tekjum á árunum 2014-2016**

Talsímakerfi (þar með talið IP-símar)	Heildartekjur			Smásölutekjur		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
<b>Fyrirtæki/ ár</b>						
Nova	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Símafélagið	0-5%	5-10%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
<b>Samrunaaðilar samtals</b>	<b>5-10%</b>	<b>5-10%</b>	<b>5-10%</b>	<b>0-5%</b>	<b>0-5%</b>	<b>0-5%</b>
Síminn	55-60%	50-55%	50-55%	50-55%	50-55%	50-55%
Vodafone	25-30%	25-30%	25-30%	30-35%	30-35%	30-35%
365 (þ.m.t. Tal 2014)	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%
Hringdu	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Global call	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Hringiðan	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Snerpa			0-5%			0-5%

85. Þar sem Símafélagið selur öðrum fjarskiptafélögum þjónustu á fastaneti til að veita talsímþjónustu á smásölumarkaði, voru tekjur félagsins vegna talsímþjónustu til fjarskiptafélaga, þ.e. heildsölutekjur, undanskyldar við mat á markaðshlutdeild á smásölumarkaði. Eins og sjá má var Síminn með á milli 50-55% hlutdeild á talsímamarkaði árið 2016 hvort sem litið er til heildartekna, sem innihalda að auki heildsölutekjur, eða tekna á smásölumarkaði en hlutdeild félagsins hefur verið að lækka undanfarin þrjú ár.

86. Á árinu 2016 kemur Vodafone næst á eftir Símanum með á milli 30-35% markaðshlutdeild ef miðað er við smásölutekjur en 25-30% hlutdeild ef miðað er við heildartekjur. 365 miðlar voru með 5-10% hlutdeild sama ár. Ef samruninn gengi eftir væru samrunaaðilar báðir saman með undir 10% hlutdeild ef miðað er við heildartekjur og enn minni markaðshlutdeild á smásölumarkaði, eða undir 5% samtals.

**Tafla 2 Markaðshlutdeild á farsímamarkaði eftir tekjum á árunum 2014-2016**

Farsímakerfi	Heildartekjur			Smásölutekjur		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
<b>Fyrirtæki/ ár</b>						
Nova	25-30%	30-35%	30-35%	25-30%	30-35%	35-40%
Símafélagið	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
<b>Samtals samrunaaðilar</b>	<b>25-30%</b>	<b>30-35%</b>	<b>30-35%</b>	<b>25-30%</b>	<b>30-35%</b>	<b>35-40%</b>
Síminn	40-45%	40-45%	40-45%	40-45%	35-40%	35-40%
Vodafone	20-25%	20-25%	20-25%	20-25%	20-25%	20-25%
365 (þ.m.t. Tal 2014)	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Hringdu	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
IMC	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Hringiðan	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%



87. Þar sem fjarskiptafélög selja öðrum fjarskiptafélögum aðgang að farsímaneti sínu til að þau geti veitt farsímaþjónustu á smásölumarkaði, voru þær tekjur, þ.e. heildsölutekjur, undanskyldar við mat á markaðshlutdeild á smásölumarkaði. Síminn var með mestu hlutdeild á farsímaþjónustu bæði eftir heildartekjum og tekjum á smásölumarkaði á árunum 2014 til 2016. Hlutdeild Símans eftir heildartekjum, sem innihalda að auki heildsölutekjur milli fjarskiptafélaga, var á milli 40-45% á árinu 2016. Á smásölumarkaði var markaðshlutdeild Símans á milli 35-40% sama ár og hefur farið minnkandi síðastliðin þrjú ár.
88. Á eftir Símanum er Nova með mestu markaðshlutdeild á farsímaþjónustu bæði eftir heildartekjum milli 25-30% á árinu 2014 og milli 30-35% á árunum 2015 og 2016. Á smásölumarkaði var markaðshlutdeild Nova milli 25-30% á árinu 2014, milli 30-35% á árinu 2015 en á milli 35-40% á árinu 2016. Markaðshlutdeild Símafélagsins var langt undir [...] % bæði eftir heildartekjum og á smásölumarkaði. Samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila var á milli 30-35% eftir heildartekjum og milli 35-40% á smásölumarkaði á árinu 2016 og mældist minni en Símans á sama tíma.

**Tafla 3 Markaðshlutdeild á markaði fyrir sítengdar háhraða Internettengingar og Internetþjónustu eftir tekjum á árunum 2014-2016**

Internettengingar og þjónusta	Heildartekjur			Smásölutekjur		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Fyrirtæki/ ár						
Símafélagið	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%
Nova			0-5%			0-5%
<b>Samtals samrunaaðilar</b>	<b>0-5%</b>	<b>0-5%</b>	<b>5-10%</b>	<b>0-5%</b>	<b>0-5%</b>	<b>0-5%</b>
Síminn	50-55%	45-50%	45-50%	50-55%	45-50%	45-50%
Vodafone	30-35%	30-35%	30-35%	30-35%	30-35%	30-35%
Hringdu	0-5%	0-5%	5-10%	0-5%	0-5%	5-10%
365 (þ.m.t. Tal 2014)	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%	5-10%
Aðrir <sup>10</sup>	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%	0-5%

89. Þar sem Símafélagið selur öðrum fjarskiptafélögum þjónustu á fastaneti til að veita Internetþjónustu á smásölumarkaði, voru tekjur félagsins af Internetþjónustu til fjarskiptafélaga, þ.e. heildsölutekjur, undanskyldar við mat á markaðshlutdeild á smásölumarkaði í töflu 3. Eru allar viðkomandi tekjur Símafélagsins hér meðtaldar í heildartekjum en auk þessa markaðar má skilgreina sérstakan markað fyrir sértækar gagnaflutningstengingar sem sérsniðnar eru fyrir stærri fyrirtæki og stofnanir eins og framfar segir. Er þar m.a. um að ræða mun öflugri tengingar sem fela í sér sölu á leigulínum, heimtaugalínum og gagnaflutningi sem Míla og Gagnaveita Reykjavíkur starfa á. Í ljósi smæðar Símafélagsins þegar litið er til tekna félagsins og þess að fastanet félagsins er háð að hluta aðgengi að fastaneti stærri fjarskiptafélaga er ekki

<sup>10</sup> Hringiðan ehf., Snerpa ehf., Gagnaveita Suðurlands ehf., Tölvun ehf., TSC ehf., Magnavík ehf., Advania hf. og Ábótinn ehf.





þörf á því í þessu máli að skilgreina sérstakan markað fyrir sértækar gagnaflutningstengingar að þessu leyti.

90. Eins og sjá má var Síminn með mestu markaðshlutdeild á markaði fyrir sí tengdar háhraða Internettengingar og Internetþjónustu fyrir smærri fyrirtæki og heimili hvort sem litið er til heildartekna, sem innihalda að auki heildsölutekjur, eða tekna á smásölumarkaði en hlutdeild félagsins hefur lækkað frá árinu 2014 til ársins 2016. Er hlutdeild samrunaaðila óveruleg á þessum markaði á árinu 2016.
91. Samanlögð hlutdeild samrunaaðila á markaði fyrir sí tengdar háhraða Internettengingar og Internetþjónustu eftir heildartekjum var á milli 0-5% á árunum 2014 og 2015 en milli 5-10% á árinu 2016. Á smásölumarkaði var samanlögð markaðshlutdeild samrunaaðila milli 0-5% á árunum 2014 til ársins 2016.
92. Tekjur Nova af notendabúnaði eru aðallega vegna sölu á farsímum og netlyklum en á móti eru tekjur Símafélagsins aðallega vegna sölu á fastlínusímum og beinum. Nova seldi ekki á árunum 2014 til ársins 2016 talsíma og á sama tíma seldi Símafélagið enga farsíma. Af þeim sökum var skörun samrunaaðila engin eða afar takmörkuð á markaði fyrir sölu á notendabúnaði.
93. Af framangreindri stöðu samrunaaðila á viðkomandi mörkuðum málsins má sjá að þeir eru ekki markaðsráðandi á neinum þeim markaði sem mál þetta varðar og eru ekki í þeirri stærðargráðu á fjarskiptamarkaði hér á landi í tekjum talið þannig að þeir séu líklegir til að geta raskað samkeppni einir sér eða saman, sbr. nánar hér á eftir.
94. Sé litið til framangreindra láréttra áhrifa samrunans er ljóst að engin atriði sem nefnd er í 27. – 38. mgr. leiðbeininga framkvæmdastjórnar ESB eiga við í þessu máli. Ekki er um að ræða háa markaðshlutdeild samrunaaðila, fyrir utan Nova á farsímamarkaði, og ekki eru samrunaaðilar nánir keppinautar þar sem markaðsáherslur þeirra hafa verið ólíkar á fjarskiptamarkaði eins og fyrr segir. Nova var með næst mestu markaðshlutdeild á farsímamarkaði en hlutdeild Símafélagsins bætir nánast engu þar við. Samruninn leiðir heldur ekki til þess að takmarka getu viðskiptavina samrunaaðila að skipta um þjónustuaðila þar sem fyrir eru stærri og öflugri fyrirtæki á þeim mörkuðum sem mál þetta nær til. Því er líklegt að önnur starfandi fyrirtæki muni bregðast við með auknu framboði ef samrunaaðilar hækka verð í kjölfar samrunans. Ekki er heldur líklegt að hið sameinaða fyrirtæki hafi getu eða vilja til að hindra vöxt smærri keppinauta til að keppa. Að mati Samkeppniseftirlitsins er ekki ástæða til þess að draga í efa að eitt af markmiðum samrunans sé að hið sameinaða fyrirtæki verði betur í stakk búið til að þjóna viðskiptavinum á fyrirtækjamarkað líkt og áhersla Símafélagsins hefur verið hingað til. Verði það ekki raunin munu smærri fyrirtæki geta auðveldlega fært sig til stærri fyrirtækja eftir sömu þjónustu. Þá er heldur ekki hægt að sjá að Símafélagið hafi verið sérstaklega mikilvægur keppinautur á fjarskiptamarkaði þar sem það sérhæfði sig í tæknilausnum á fastaneti þar sem fyrir eru margfallt stærri fyrirtæki sem búa m.a. yfir heildstæðu grunnkerfi um land allt líkt og Míla og þar með Símasamstæðan. Utan þess var markaðshlutdeild Símafélagsins og vægi óverulegt á smásölumarkaði.



95. Við mat á lóðréttum áhrifum samrunans er ljóst að samrunaaðilar eru ekki líklegir til að hafa getu eða hagsmuni af því að beita keppinauta sína útilokunaráhrifum eftir að samruninn kemur til framkvæmda. Símafélagið byggir heildsölu sína að hluta á aðgangi að fastaneti stærri fjarskiptafélaga sem einnig starfa á viðkomandi markaði. Því eru til staðar möguleikar minni fjarskiptafélaga sem njóta þjónustu Símafélagsins til að færa viðskipti sín annað ef þjónusta minnkar eða verð hækkar eftir samrunann.



## V. NIÐURSTAÐA

96. Sem fyrr segir felur starfsemi Nova aðallega í sér að veita farsímaþjónustu en meginstarfsemi Símafélagsins er rekstur fastanets í tengslum við talsíma- og Internetþjónustu. Fastanet Símafélagsins er að hluta byggt upp með aðgangi félagsins að fjarskiptaneti stærri fjarskiptafélaga og er það nýtt til að veita talsíma- og Internetþjónustu bæði á heildsölu- og smásölu markaði. Þá hefur Símafélagið sýndarnetsaðgang að farsímakerfi hjá öðru farsímafélagi og byggir farsímaþjónusta Símafélagsins því ekki á eigin innviðum félagsins. Af framangreindu má sjá að áherslur í starfsemi samrunaaðila er með nokkuð ólíkum hætti á fjarskiptamarkaði.
97. Markmið með samrunanum er samkvæmt því sem segir í samrunatilkynningunni að sameina tvö fjarskiptafélög í eitt sem verði betur í stakk búið en áður til þess að láta að sér kveða í þjónustu til fyrirtækja, einstaklinga og heimila. Þá telja samrunaaðilar að með sameiningunni fái hið sameinaða félag aukin tækifæri til að ná árangri við að veita alhliða fjarskiptaþjónustu, þ.e. farsíma-, Internet- og eftir atvikum talsímaþjónustu.
98. Samkeppniseftirlitið getur ekki séð út frá gögnum málsins að viðkomandi samruni leiði til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist eða að samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Á grundvelli þess telur Samkeppniseftirlitið ekki ástæðu til að aðhafast frekar í tengslum við þennan samruna.



## VI. ÁKVÖRÐUNARORÐ

***„Samkeppniseftirlitið telur ekki ástæðu til að aðhafast frekar vegna kaupa Nova hf. á öllu hlutafé í Símafélaginu ehf.“***

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson