



**B I P T**

**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN EN  
TELECOMMUNICATIE**

---

**HERZIENING VAN DE BREEDBAND- EN  
OMROEPMARKT  
KWALITATIEVE VRAGENLIJST**

# INHOUDSOPGAVE

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>INLEIDING .....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2</b> | <b>NETWERKEN EN TECHNOLOGIEËN.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>3</b> | <b>RETAILMARKTEN.....</b>  | <b>4</b>  |
| 3.1      | BREEDBAND.....   | 4         |
| 3.1.1    | <i>Definitie productmarkt.....</i>   | <i>4</i>  |
| 3.1.2    | <i>Definitie geografische markt.....</i>                                       | <i>5</i>  |
| 3.2      | OMROEP .....   | 6         |
| 3.2.1    | <i>Definitie productmarkt.....</i>   | <i>6</i>  |
| 3.2.2    | <i>Definitie geografische markt.....</i>                                       | <i>7</i>  |
| 3.3      | BUNDELS .....  | 7         |
| 3.4      | MARKTDYNAMIEK.....   | 8         |
| <b>4</b> | <b>WHOLESALEMARKTEN .....</b>  | <b>10</b> |
| 4.1      | ONTBUNDELING .....   | 10        |
| 4.1.1    | <i>Definitie productmarkt.....</i>   | <i>10</i> |
| 4.1.2    | <i>Definitie geografische markt.....</i>                                       | <i>10</i> |
| 4.2      | BITSTREAM EN WBA .....   | 11        |
| 4.2.1    | <i>Definitie productmarkt.....</i>   | <i>11</i> |
| 4.2.2    | <i>Definitie geografische markt.....</i>                                       | <i>13</i> |
| <b>5</b> | <b>BEOORDELING VAN MARKTMACHT .....</b>  | <b>14</b> |
| 5.1      | ONTBUNDELING .....   | 14        |
| 5.2      | BITSTREAM EN WBA .....   | 14        |
| 5.3      | OMROEP .....   | 15        |
| <b>6</b> | <b>BEHOEFTE AAN EN TOEPASSELIJKHEID VAN REGULERENDE REMEDIES .....</b>         | <b>16</b> |
| 6.1      | BEVORDEREN VAN INVESTERINGEN.....  | 16        |
| 6.2      | ONTBUNDELING .....   | 16        |
| 6.3      | BITSTREAM EN WBA.....  | 17        |
| 6.4      | OMROEP .....   | 18        |
| 6.5      | VERBAND TUSSEN NON-DISCRIMINATIEVERPLICHTING EN CONTROLE OP TOEGANGSPRIJS..... | 19        |

# HERZIENING VAN DE BREEDBAND- EN OMROEPMARKT - KWALITATIEVE VRAGENLIJST

## 1 INLEIDING

Op 1 juli 2011 heeft de CRC (Conferentie van Regulators van de elektronische-communicatiesector) een reeks beslissingen aangenomen in verband met de breedband- en de omroepmarkt:

- een beslissing betreffende de wholesalemarkten van het aansluitnetwerk en bitstream<sup>1</sup>, waarin de dominantie van Belgacom op beide markten werd vastgesteld;
- vier beslissingen met betrekking tot de retailomroepmarkten (een markt per kabelzone)<sup>2</sup>, waarin de dominantie van elke kabeloperator in zijn dekkingszone werd vastgesteld.

Deze vragenlijst is bestemd om een reeks nuttige inlichtingen te verzamelen om de herziening van de betreffende markten tot een goed einde te brengen. Ze is gebaseerd op artikel 14, § 2, 2°, van de wet van 17 januari 2003 met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatiesector, alsook op artikel 137, § 1, eerste lid van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie.

De antwoorden zouden moeten worden opgesteld vanuit een prospectief oogpunt, d.w.z. rekening houdende met de verwachte of voorzienbare evolutie van de markt(en) in de volgende 3 tot 5 jaar.

De antwoorden op deze vragenlijst zouden de volgorde en nummering van de vragen moeten volgen.

Presentaties of andere documenten die u misschien nuttig acht, moeten aan uw antwoord worden toegevoegd.

In de antwoorden en de bijbehorende documenten moet duidelijk worden aangegeven wat vertrouwelijk is.

---

<sup>1</sup> Beslissing van de Conferentie van regulators voor de elektronische-communicatiesector (CRC) van 1 juli 2011 met betrekking tot de analyse van de breedbandmarkten.

<sup>2</sup> [Beslissingen van de Conferentie van Regulators van de elektronische-communicatiesector \(CRC\) van 1 juli 2011 betreffende de analyse van de markt voor televisieomroep in het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad](#), op het Nederlandse taalgebied, op het Franse taalgebied en op het Duitse taalgebied.

De kans bestaat dat de verzamelde gegevens, zelfs de vertrouwelijke, worden meegedeeld aan de nationale mededingingsautoriteit, aan de andere nationale regelgevende instanties van België of van de lidstaten van de Europese Unie die bevoegd zijn voor elektronische communicatie, alsook aan de Europese Commissie.

## **2 NETWERKEN EN TECHNOLOGIEËN**

1. Wat zijn volgens u de verwachte of voorzienbare technologische ontwikkelingen op het gebied van de elektronische communicatie (breedband en omroep)?
2. Wat zijn de geplande of overwogen investeringen om met die technologische ontwikkelingen rekening te houden? Welk verloop hebben uw investeringen gekend sedert 2011?
3. Wat is uw strategie, specifiek wat betreft de overstap van uw netwerk naar NGA? Welke tijdlijn wordt voor de uitrol verwacht? Wat zijn de voornaamste punten die de ontwikkeling van uw netwerk kunnen vergemakkelijken / belemmeren? In welke mate varieert uw netwerkstrategie naargelang van het geografische gebied?
4. Op welke manier kunnen deze technologische ontwikkelingen invloed hebben op de concurrentie, de definitie van de markten, de marktmacht, de behoefte aan en de doeltreffendheid van eventuele correctiemaatregelen?

## **3 RETAILMARKTEN**

### **3.1 BREEDBAND**

#### **3.1.1 Definitie productmarkt**

In haar beslissing van 1 juli 2011 was de CRC tot de volgende conclusies gekomen wat betreft de definitie van de productenmarkt:

| Beschouwde producten  | Substitueerbaarheid?                |
|---|-------------------------------------|
| Diensten inzake breedbandtoegang voor de particuliere clientèle en voor de niet-particuliere clientèle  |                                     |
| Toegangsdiensten met lage snelheid en breedbandtoegangsdiensten   |                                     |
| Diensten voor vaste breedbandtoegang en diensten voor mobiele breedbandtoegang  |                                     |
| Diensten voor vaste breedbandtoegang en diensten voor breedbandtoegang via wifi-hotspot   |                                     |
| Diensten voor vaste breedband die gebruikmaken van verschillende technologieën: xDSL, kabel, glasvezel en radio   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Breedbandtoegangsdiensten met verschillende snelheid, waaronder de diensten voor toegang met zeer grote breedband op basis van Next Generation Access "NGA" (VDSL, Eurodocsis 3, FTTH). | <input checked="" type="checkbox"/> |

5. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
6. Vindt u dat de substitueerbaarheidstests ook zouden moeten slaan op andere producten dan diegene die in de vorige tabel opgesomd zijn? Indien ja, welke? Om welke redenen?

### 3.1.2 Definitie geografische markt

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC geconcludeerd dat een geografische afbakening van de retailmarkten niet nodig was om een verstandige analyse te maken van de upstream wholesalemakten. De CRC had echter met name de volgende elementen vermeld:

|  |
|--|
| het bestaan van een aantal regionale verschillen, met name wat bepaalde marktaandeelen betreft   |
| het feit dat de spelers die over een kabelnet beschikken, slechts in bepaalde delen van het nationaal grondgebied aanwezig waren, in tegenstelling tot de voornaamste DSL-spelers. |
| de afwezigheid van tarifaire differentiatie vanwege Belgacom   |
| de dekingsgraad van ADSL en VDSL   |

7. Wat is op basis van de bovenstaande criteria uw mening over de geografische omvang van de markt?
8. Vindt u dat er andere relevante criteria bestaan die pleiten voor of tegen een segmentering van de retailmarkt op geografische basis? Merkt u bijvoorbeeld

geografische verschillen op het stuk van aanbiedingen (snelheid, dienstkwaliteit, prijs) en intensiteit van de concurrentie?

## 3.2 OMROEP

### 3.2.1 Definitie productmarkt

In haar beslissingen van 1 juli 2011 was de CRC tot de volgende conclusies gekomen wat betreft de definitie van de productenmarkt:

| Beschouwde producten  | Substitueerbaarheid?                |
|---|-------------------------------------|
| betaaltelevisie en gratis televisie                             |                                     |
| analoge televisie en digitale kabeltelevisie                    | <input checked="" type="checkbox"/> |
| digitale kabeltelevisie en IPTV                                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| digitale kabeltelevisie en betaaltelevisie via satelliet (SATV) |                                     |
| kabeltelevisieaanbiedingen en DVB-T-aanbiedingen                |                                     |
| digitale kabeltelevisie en mobiele-tv-aanbiedingen              |                                     |
| digitale kabeltelevisie en web-tv                               |                                     |

9. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
10. Bent u van oordeel dat (de perceptie van) het gebruik van een digitale decoder zoals de eindgebruikers dit ervaren, een concurrentievoordeel zou geven aan aanbiedingen waarvoor enkel een televisietoestel wordt gebruikt (analoge tv, DVB-T, ...) wat de meest populaire kanalen betreft?
11. Vindt u of vinden uw (potentiële) klanten dat er in geval van extra tv-toestellen het gebruik van een digitale decoder te duur uitvalt en een concurrentievoordeel zou geven aan aanbiedingen waarvoor enkel een televisietoestel wordt gebruikt (analoge tv, DVB-T, ...) wat extra tv-toestellen betreft?
12. Wat zijn uw verwachtingen in verband met de toename en het belang van alternatieve manieren van levering voor een tweede en/of derde beeldscherm (bijv. laptop, tablet, ...)?
13. Denkt u dat het gebruik van een satellietshotel een belangrijke hinderpaal zou zijn voor klanten in Nederlandstalige, Franstalige en/of Duitstalige gebieden?

14. Vindt u dat de substitueerbaarheidstests ook zouden moeten slaan op andere producten dan diegene die in de vorige tabel opgesomd zijn? Indien ja, welke? Om welke redenen?

### 3.2.2 Definitie geografische markt

In haar beslissingen van 1 juli 2011 had de CRC besloten tot het bestaan van geografische markten die overeenstemden met de dekkingzone van de kabeloperatoren, op basis van de volgende elementen:

|  |
|--|
| geen substitutie aan vraag- en aanbodzijde tussen de omroepaanbiedingen van kabelnetwerken   |
| geen aantoonbaar ketensubstitutie-effect tussen kabelnetwerken   |
| Heterogeniteit van de mededingingsvoorwaarden tussen de relevante dekkinggebieden (heterogeniteit van de marktaandelen, van de technische karakteristieken, van de consumentenvoorkeuren, van de televisieaanbiedingen, van de prijzen, van de wetten en reglementering) |

15. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
16. Vindt u dat er andere relevante criteria bestaan die pleiten voor of tegen een segmentering van de markt op geografische basis?

### 3.3 BUNDELS

In haar beslissingen van 1 juli 2011 had de CRC het bestaan vastgesteld van een tendens naar gebundelde aanbiedingen ("multiple play") maar heeft ze besloten dat er geen markt bestond voor de gebundelde aanbiedingen in de zin van het mededingingsrecht. De CRC had de volgende criteria onderzocht:

|   |
|---|
| (Breedte)voordelen eigen aan het klantenbestand                                 |
| Voordelen betreffende de transactiekosten en andere voordelen voor de consument |
| Hefboomeffect   |
| Migratiekosten  |
| Symmetrie in de marktaandelen   |

17. Wat is, op basis van de voormelde criteria, uw mening over het eventuele bestaan van een markt voor gebundelde aanbiedingen?
18. Vindt u dat er andere relevante criteria bestaan die pleiten voor of tegen het bestaan van een markt voor gebundelde aanbiedingen? Indien ja, welke?
19. Beschikt u over relevante gegevens om het eventuele bestaan van een bundelmarkt te beoordelen (bv. percentage van omzetting van "single-

playklanten" naar "multiple-playklanten", aandeel van de "multiple-playaanbiedingen in de bruto- of nettoaanwinsten)?

20. Indien u meent dat er een (of meerdere) bundelmarkt(en) zou (zouden) moeten worden bepaald, wat zou volgens u dan de productdimensie moeten zijn van deze markt(en): double play, triple play, enz.? Met welke onderdelen (vaste breedband, vaste telefonie, televisie, mobiele telefonie, mobiele breedband)?
21. Wat zou de geografische omvang voor deze verschillende bundelmarkten zijn?

### 3.4 MARKTDYNAMIEK

#### Algemeen

22. Kunt u een beschrijving geven van uw perceptie van de dynamiek van de Belgische retailmarkten voor breedband en omroep? Wat is uw mening over de evolutie van de penetratie, de prijzen en de variëteit van de aangeboden diensten? Wat zijn volgens u de voornaamste kenmerken van de Belgische retailmarkten voor breedband en omroep in vergelijking met andere West-Europese landen?
23. Kunt u een uitvoerige beschrijving geven van de huidige positionering en strategie van uw bedrijf (voornaamste doelsegmenten, retail- en wholesaleaanbiedingen, netwerkstrategie, prijsbeleid, strategie i.v.m. kwaliteit en dienst, ...)?
24. Kunt u ook een samenvatting geven van uw ontwikkelingsstrategie voor de volgende jaren (voornaamste doelsegmenten, retail- en wholesaleaanbiedingen, netwerkstrategie, prijsbeleid, ...)? Indien uw retailsaanbiedingen niet beschikbaar zijn op nationale schaal, overweegt u dan om retailsaanbiedingen te doen in nieuwe geografische gebieden?
25. Kunt u een beschrijving geven van uw huidige/toekomstige businessmodel voor breedband, omroep en/of gebundelde aanbiedingen (verstrek a.u.b. elementen i.v.m. de verwachte inkomsten en abonnees, kosten voor inhoud, nodige CAPEX en OPEX, break-evenperiode)?
26. Beschrijf uw perceptie van de intensiteit van de concurrentie op de retailmarkten voor breedband en omroep en de ontwikkeling van die markten in de voorbije jaren.

### Impact van multiple-playaanbiedingen

27. Wat is de impact van multiple-playaanbiedingen op de Belgische breedband- en omroepmarkten? Kunt u uw antwoord detailleren door bijvoorbeeld het volgende te verstrekken:
- klantenquête of ander bewijs die/dat wijst op de impact of het belang van multiple-playaanbiedingen waarin tv vervat is, op de retailbreedbandmarkt
  - klantenquête of ander bewijs die/dat wijst op de impact of het belang van multiple-playaanbiedingen waarin mobiele breedband vervat is, op de retailmarkt voor (vaste) breedband
  - kwantitatieve gegevens over de impact van bundels op het niveau van "customer churn" (gegevens die idealiter opgesplitst zijn tussen de verschillende gewesten in België)
28. Denkt u dat er een risico zou zijn dat u of andere operatoren de markt zouden verlaten als het niet mogelijk is om multiple-playaanbiedingen met daarin tv-diensten te doen?
29. Wat is in het bijzonder de impact van multiple-playaanbiedingen waarin vaste en mobiele diensten vervat zijn? Hoe denkt u dat dit vastelijnooperatoren zonder een mobiele dienst kan beïnvloeden of een mobiele operator zonder een (commerciële) vaste dienst? Hoe denkt u dat dit een operator kan beïnvloeden met een vast en mobiel netwerk tegenover een operator met alleen een vast of een mobiel netwerk, in het bijzonder in de tendens naar convergentie ("seamless handover", enz.)?

### Verstrekking van breedbanddiensten

30. Wat zijn de voornaamste punten (beschikbaarheid van wholesaleaanbiedingen, onderhandelingsrechten, ...) die de mogelijkheid om tv-diensten op de retailmarkt aan te bieden, kunnen vergemakkelijken / belemmeren?
31. Zou de beschikbaarheid van tv-toestellen met "OTT" en internetaansluiting u kunnen helpen om een tv-bundel te verspreiden en/of de lancering van innoverende aanbiedingen vergemakkelijken, die de marktdynamiek kunnen beïnvloeden?
32. Wat is volgens u de impact van de OTT, in het bijzonder van diensten zoals Stievie of Bhaalu?

33. Kunt u uw huidige plannen voor de uitrol van tv-diensten beschrijven? Welke technologie bent u van plan toe te passen om dergelijke diensten te leveren (LLU, DVB-T, satelliet, OTT, doorverkoop-/wholesaleaanbod van een kabeloperator of Belgacom)?

[Mogelijk nadeel voor consumenten](#)

34. Vindt u dat de situatie van de retailmarkt(en) nadelig kan zijn voor de gebruikers? Indien ja, op welk niveau (bijvoorbeeld in termen van keuze, prijs, kwaliteit)?

## 4 WHOLESALEMARKTEN

### 4.1 ONTBUNDELING

#### 4.1.1 Definitie productmarkt

In haar beslissing van 1 juli 2011 was de CRC tot de volgende conclusies gekomen wat betreft de definitie van de productenmarkt:

| Beschouwde producten  | Substitueerbaarheid?                |
|---|-------------------------------------|
| Volledig ontbundelde en gedeelde toegang zowel op het aansluitnet als op het subaansluitnet               | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Toegang tot het aansluitnetwerk op basis van het openbaar telefoonnetwerk via koperpaar en kabelnetwerken |                                     |
| Toegang tot binair debiet en de aanbiedingen voor ontbundelde toegang tot het aansluitnetwerk             |                                     |

35. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
36. Meent u dat een product van het type VULA (Virtual Local Loop Ontbundling) substitueerbaar zou zijn met ontbundelde toegang tot het aansluitnetwerk?
37. Vindt u dat de substitueerbaarheidstests ook zouden moeten slaan op andere producten dan diegene die in de vorige tabel opgesomd zijn? Indien ja, welke? Om welke redenen?

#### 4.1.2 Definitie geografische markt

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC besloten dat de markt voor ontbundeling een nationale dimensie had, op basis van meer bepaald de volgende elementen:

|  |
|--|
| Bestaan van een enkele aanbieder, met een nationale dekking                                    |
| Gebrek aan roll-out (vandaag en voorzienbaar tegen het einde van de analyse) van glasvezel tot |

|  |
|--|
| bij de abonnees (FTTH)   |
| Ook al kent de ontwikkeling van de ontbundeling regionale varianten, blijft ze overal opvallend zwak.  |
| De kenmerken en de prijzen van deze diensten zijn binnen het grondgebied nooit gedifferentieerd.   |
| Het is bijzonder complex, zelfs onmogelijk, om een algemene netto-onderverdeling te maken die voldoende stabiel is in de tijd tussen de zones waarin de ontbundeling daadwerkelijk mogelijk haalbaar is op economisch vlak en de zones waar dat niet zo is |
| Geografisch gezien wordt er een relatief breed beroep gedaan op de ontbundeling  |

38. Wat is op basis van de bovenstaande criteria uw mening over de geografische omvang van de markt?
39. Vindt u dat er andere relevante criteria bestaan die pleiten voor of tegen een segmentering van de markt op geografische basis?

## 4.2 BITSTREAM EN WBA

### 4.2.1 Definitie productmarkt

In haar beslissing van 1 juli 2011 was de CRC tot de volgende conclusies gekomen wat betreft de definitie van de productenmarkt:

| Beschouwde producten  | Substitueerbaarheid?                |
|---|-------------------------------------|
| Toegang tot binair debiet en de aanbiedingen voor ontbundelde toegang tot het aansluitnetwerk |                                     |
| Aanbiedingen voor toegang tot binair debiet en doorverkoopaanbiedingen                        |                                     |
| BROBA ADSL-aanbiedingen zonder spraak en BROBA ADSL met spraak                                | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Aanbiedingen BROBA ADSL en BROBA SDSL   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Aanbiedingen voor toegang van BROBA ADSL en WBA VDSL  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Aanbiedingen WBA VDSL zonder spraak en WBA VDSL met spraak                                    | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Aanbiedingen voor toegang tot binair debiet in BROBA SDSL en wholesalehuurlijnen              |                                     |
| Aanbiedingen voor toegang tot binair debiet BROBA/WBA en de kabelnetten                       |                                     |

### Algemeen

40. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?

41. Vindt u het gepast om een afzonderlijke markt te definiëren voor de wholesalebreedbandaanbiedingen die zijn bestemd om retailaanbiedingen te genereren bestemd voor de particuliere en niet-particuliere retailmarkten? Om welke redenen?
42. Vindt u het gepast om binnen eenzelfde markt de volgende producten te verenigen:
- de wholesalebreedbandaanbiedingen bestemd om retailaanbiedingen te genereren voor de niet-particuliere markt
  - de afgevend segmenten van huurlijnen<sup>3</sup>
  - desgevallend andere producten voor connectiviteit bestemd voor de niet-particuliere markt
43. Vindt u dat de substitueerbaarheidstests ook zouden moeten slaan op andere producten dan diegene die in de vorige tabel opgesomd zijn? Indien ja, welke? Om welke redenen?

#### Wholesalekabelaanbiedingen

44. Meent u dat de aanbiedingen opgelegd aan de kabeloperatoren in het kader van de omroepmarkt<sup>4</sup> vatbaar zijn om deel uit te maken van dezelfde markt als de bitstream- en WBA-aanbiedingen?
45. Bent u van oordeel dat een wholesalebreedbandaanbod dat op kabel is gebaseerd en dat gelijkwaardige technische karakteristieken heeft als de BROBA-aanbiedingen van Belgacom, technisch en economisch haalbaar is? Graag uw antwoord staven met gepaste argumenten.
46. Denkt u dat overschakelen van een op DSL gebaseerde WBA naar een op kabel gebaseerde WBA (of omgekeerd) technisch en economisch mogelijk is<sup>5</sup> in geval van een kleine, maar significante verhoging van de prijzen?

---

<sup>3</sup> Vastgelegd conform het besluit van het BIPT van 8 augustus 2013 met betreffende de analyse van de huurlijnenmarkten.

<sup>4</sup> Doorverkoop van analoge tv, toegang tot het platform voor digitale televisie, doorverkoop van breedbanddiensten.

47. Indien u een toegangsleverancier bent, zou u dan werkelijk gebruikmaken van uw productiemiddelen of deze veranderen om de andere dienst (WBA via DSL of kabel) aan te bieden in geval van een kleine, maar significante verhoging van de prijzen? Om welke redenen?

#### Wholesalebreedbandaanbiedingen van alternatieve operatoren

48. Verstrekt u wholesalebreedbandaanbiedingen (bitstream of doorverkoop) aan andere operatoren? Zo niet, bent u van plan om in de toekomst zulke aanbiedingen te doen? Zo ja, beschrijf dan het soort van aanbiedingen, het niveau van aanpassing dat u biedt, het aantal contracten en lijnen.
49. Indien uw wholesaleaanbiedingen niet beschikbaar zijn op nationale schaal, overweegt u dan om in de toekomst wholesaleaanbiedingen te doen in nieuwe geografische gebieden?

#### 4.2.2 Definitie geografische markt

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC besloten dat de markt voor wholesalebreedband een nationale dimensie had, op basis van meer bepaald de volgende elementen:

|   |
|---|
| Bestaan van een enkele aanbieder, met een nationale dekking   |
| Gebrek aan differentiatie van de karakteristieken en prijzen van deze diensten binnen het grondgebied   |
| Indien een alternatief aanbod zou worden gedaan, zouden de alternatieve operatoren als voornaamste concurrent de aanbiedingen van Belgacom hebben en zou hun tariefstrategie dus worden bepaald door het aanbod van de historische operator |

50. Wat is op basis van de bovenstaande criteria uw mening over de geografische omvang van de markt?
51. Meent u dat de regionale aard<sup>6</sup> van de aanbiedingen die de kabeloperatoren moeten aanbieden in het kader van de omroepmarkt de conclusies betreffende de geografische omvang van de markt kan wijzigen?

---

<sup>5</sup> Voor de toegangszoeker en/of de toegangsleverancier.

<sup>6</sup> In de zin van dekkingszone van de netwerken.

52. Als de wholesalekabelaanbiedingen nationaal niet beschikbaar zouden zijn, zou u dan evengoed belangstelling hebben voor wholesalekabelproducten met regionale dekking?
53. Vindt u dat er andere relevante criteria bestaan die pleiten voor of tegen een segmentering van de markt op geografische basis?

## 5 BEOORDELING VAN MARKTMACHT<sup>7</sup>

### 5.1 ONTBUNDELING

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC besloten dat Belgacom over een aanmerkelijke macht beschikt op de markt, op basis van meer bepaald de volgende elementen:

|   |
|---|
| hoog marktaandeel   |
| aanzienlijke verzonken kosten   |
| schaal- en breedtevoordelen   |
| Controle over niet gemakkelijk te dupliceren infrastructuur                         |
| Gemakkelijke of bevoorrechte toegang tot kapitaalmarkten en tot financiële middelen |
| Verticale integratie  |
| Geen tegenwicht aan de koperszijde  |

54. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
55. Ziet u andere factoren die de marktmacht van de operatoren zouden kunnen beïnvloeden (vergroten of verkleinen)? Indien ja, welke?

### 5.2 BITSTREAM EN WBA

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC besloten dat Belgacom over een aanmerkelijke macht beschikt op de markt, op basis van meer bepaald de volgende elementen:

|                                     |
|-------------------------------------|
| hoog marktaandeel                   |
| Gebrek aan voldoende indirecte druk |

---

<sup>7</sup> Gelieve te vermelden of u verwijst naar de markten zoals ze momenteel gedefinieerd zijn in de CRC-beslissingen of niet. Kunt u in het laatste geval vermelden welke marktdefinitie u gebruikt?

|   |
|---|
| aanzienlijke verzonken kosten   |
| schaal- en breedtevoordelen   |
| Controle over niet gemakkelijk te dupliceren infrastructuur                         |
| Gemakkelijke of bevoorrechte toegang tot kapitaalmarkten en tot financiële middelen |
| Verticale integratie  |
| Geen tegenwicht aan de koperszijde  |

56. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
57. Ziet u andere factoren die de marktmacht van de operatoren zouden kunnen beïnvloeden (vergroten of verkleinen)? Indien ja, welke?

### 5.3 OMROEP

In haar beslissingen van 1 juli 2011 had de CRC besloten dat de kabeloperatoren over een aanmerkelijke macht beschikken op de markt, op basis van meer bepaald de volgende elementen:

|  |
|--|
| hoog marktaandeel  |
| Controle over niet gemakkelijk te dupliceren infrastructuur  |
| Bestaan van belemmeringen voor verandering: mogelijkheid om tegelijk analoge en digitale tv-signalen te verstrekken, kosten van de bijkomende decoders, bepaalde administratieve en technische belemmeringen, gevolgen van de multiple-playaanbiedingen, bestaan van een historisch klantenbestand |
| schaal- en breedtevoordelen  |
| Geen tegenwicht aan de koperszijde   |
| een sterk ontwikkeld distributie- en verkoopnetwerk  |
| Verticale integratie   |

58. Vindt u dat deze conclusies nog altijd geldig zijn? Om welke redenen?
59. Ziet u andere factoren die de marktmacht van de operatoren zouden kunnen beïnvloeden (vergroten of verkleinen)? Indien ja, welke?

## 6 BEHOEFTE AAN EN TOEPASSELIJKHEID VAN REGULERENDE REMEDIES

### 6.1 BEVORDEREN VAN INVESTERINGEN

60. Indien de analyse van de markten<sup>8</sup> zou leiden tot de conclusie dat toegangsverplichtingen moeten worden opgelegd, hoe ziet u dan de tenuitvoerbrenging van het begrip van investeringsladder in het kader van de roll-out van de toegangsnetwerken van de nieuwe generatie? Welke toegangsproducten lijken u het meest geschikt in deze context (toegang tot de fysieke infrastructuur, wholesale broadband, toegang tot het lokale/regionale/nationale niveau, doorverkoopdiensten)?
61. Hoe ziet u de investeringsladder in de context van wholesalekabelaanbiedingen?
62. Denkt u dat de verplichting om een wholesale-tv-aanbod te verstrekken (ofwel multicast, delen van het IPTV-platform of wholesalekabelaanbiedingen) de stimulans voor Belgacom of de kabeloperatoren aantast om in NGA-netwerken te investeren? Kunt u uitvoerig antwoorden?
63. Vindt u het passend, evenredig of redelijk dat een operator met een uitgebreid toegangsnetwerk toegang kan krijgen tot het toegangsnetwerk van andere operatoren? Zo ja, onder welke omstandigheden of voorwaarden? Zo niet, waarom?

### 6.2 ONTBUNDELING

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC de volgende correctiemaatregelen aan Belgacom opgelegd:

|  |
|--|
| Verrichtingen inzake toegang   |
| Non-discriminatie  |
| Transparantie, met inbegrip van de publicatie van een referentieaanbod |
| Gescheiden boekhouding   |
| Prijscontrole en verplichtingen inzake het kostentoerekeningssysteem   |

---

<sup>8</sup> Gelieve te vermelden of u verwijst naar de markten zoals ze momenteel gedefinieerd zijn in de CRC-beslissingen of niet. Kunt u in het laatste geval vermelden welke marktdefinitie u gebruikt?

64. Kunt u commentaar geven op de operationele / technische / tarifaire voorwaarden van Belgacom's huidige BRUO-aanbiedingen? Welke wijzigingen zouden er moeten worden aangebracht om uw dienstenstrategie te ondersteunen en uw vermogen om op de retailmarkt te concurreren te verhogen?
65. Welke impact heeft Belgacom's NGA-uitrol op uw onderneming? Hoe zou het BRUO-aanbod van Belgacom moeten evolueren als gevolg van Belgacom's NGA-evolutie?
66. Geef a.u.b. commentaar op de behoefte aan een "Europees virtueel breedbandtoegangsproduct", zoals gedefinieerd in het voorstel voor een verordening betreffende de interne markt voor telecommunicatie<sup>9</sup>.
67. Wat is uw standpunt in verband met ontbundeling in geval van FTTH-uitrol? Beschouw zowel punt-tot-punt- als PON-architecturen. Beschouw het geval van FTTH-uitrol in "greenfields" (waar er geen koperen infrastructuur is) of parallel naast/ter vervanging van koperen infrastructuur.

### 6.3 BITSTREAM EN WBA

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC de volgende correctiemaatregelen aan Belgacom opgelegd:

|  |
|--|
| Toegangsverrichtingen (met inbegrip van de toegang tot een multicastfunctionaliteit of een gelijkwaardig equivalent) |
| Non-discriminatie  |
| Transparantie (met inbegrip van de publicatie van een referentieaanbod)  |
| Gescheiden boekhouding   |
| Prijscontrole en verplichtingen inzake het kostentoekekeningssysteem   |

68. Denkt u dat de regulering van markt 4 voldoet/zal voldoen om concurrerende multiple-playproducten aan te bieden die IPTV-diensten omvatten in heel België of toch in bepaalde gebieden van België (vermeld in dat geval in welke gebieden)? Kunt u uitvoerig antwoorden?

---

<sup>9</sup> Voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad tot vaststelling van maatregelen inzake de Europese interne markt voor elektronische communicatie en om een connectief continent tot stand te brengen alsmede tot wijziging van Richtlijnen 2002/20/EG, 2002/21/EG en 2002/22/EG en Verordeningen (EG) nr. 1211/2009 en (EU) nr. 531/2012

69. Kunt u commentaar geven op de operationele / technische / tarifaire voorwaarden van Belgacom's huidige wholesaleaanbiedingen voor bitstreamtoegang? Welke wijzigingen zouden er moeten worden aangebracht om uw dienstenstrategie te ondersteunen en uw vermogen om op de retailmarkt te concurreren te verhogen?
70. Welke impact heeft Belgacom's NGA-uitrol op uw onderneming? Hoe zouden de wholesaleaanbiedingen voor bitstreamtoegang van Belgacom moeten evolueren als gevolg van Belgacom's NGA-evolutie?
71. Hebt u al contact gehad met Belgacom in verband met de wholesaleaanbiedingen voor multicast (al dan niet gereguleerd)? Wat waren de omvang en het resultaat van de bespreking?
72. Wat is uw standpunt in verband met wholesalebitstreamtoegang in geval van FTTH-uitrol? Beschouw het geval van FTTH-uitrol in "greenfields" (waar er geen koperen infrastructuur is) of parallel naast/ter vervanging van koperen infrastructuur.

#### 6.4 OMROEP

In haar beslissing van 1 juli 2011 had de CRC de volgende correctiemaatregelen aan de kabeloperatoren opgelegd:

|   |
|---|
| Toegangsverrichtingen (doorverkoop van de diensten voor analoge televisie, toegang tot het digitale-televisieplatform, doorverkoop van breedbanddiensten) |
| Non-discriminatie   |
| Transparantie (met inbegrip van de publicatie van een referentieaanbod)   |
| prijscontrole (retail minus)  |

73. Hebt u belangstelling of zou u in de komende jaren geïnteresseerd kunnen zijn in het afnemen van wholesaleproducten van kabeloperatoren? Zo ja, welk soort van producten (analoge of digitale tv-omroep, breedband, vaste telefonie)? In welk soort van wholesalekabelproduct (bitstream, doorverkoop, andere) zou u geïnteresseerd zijn?
74. Hebt u al contact gehad met kabeloperatoren in verband met de wholesaleaanbiedingen (al dan niet gereguleerd)? Wat waren de omvang en het resultaat van de bespreking?

## 6.5 VERBAND TUSSEN NON-DISCRIMINATIEVERPLICHTING EN CONTROLE OP TOEGANGSPRIJS

75. Vindt u het passend en evenredig om van SMP-operatoren te verlangen dat ze relevante wholesale-input verstrekken op basis van een gelijkheid van input? Zo ja, waarom en voor welke input? Zo niet, waarom?
76. De Europese Commissie beveelt<sup>10</sup> aan om in sommige omstandigheden geen gereguleerde wholesaletoegangsprijzen op te leggen voor NGA-wholesale-input. Wat is uw oordeel:
- 76.1. in verband met ontbundelingsdiensten?
- 76.2. in verband met bitstream- en WBA-diensten?
- 76.3. in verband met wholesalekabelaanbiendingen?

---

<sup>10</sup> Aanbeveling van de Commissie van 11 september 2013 over consistente verplichtingen tot non-discriminatie en kostenmethodologieën om de concurrentie te bevorderen en investeringen in breedband aantrekkelijker te maken, C(2013) 5761, § 48-49.