AN TRÚN

Samkeppniseftirlitið			
Málsnr.	1704005	Ábm.	BOE
Bréfal	29.32	Aðnr	
Mótt.	28.4.2017	Fskj.	
Aths.		Trúnn.	

SAMRUNASKRÁ

VEGNA SAMRUNA FJARSKIPTA HF. OG 365 MIÐLA HF.

Apríl 2017

I. KAFLI

Stutt lýsing samruna

Með kaupsamningi, 14. mars 2017, hafa Fjarskipti hf. (einnig nefnt Fjarskipti eða Vodafone í samrunaskrá þessari) skuldbundið sig til að kaupa og 365 miðlar hf. (einnig nefnt 365) til að selja tilteknar eignir og rekstur 365 sem tengjast ljósvaka- og fjarskiptastarfsemi hér á landi. Nánar tilgreint er um að ræða alla þá starfsemi 365, sem felst annars vegar í fjarskipta- og ljósvakarekstri og hins vegar í fjölmiðlarekstri 365 á ljósvakamarkaði þ.m.t. vefsíðan www.visir.is, (hér eftir nefnd Vísir) ásamt öllum þeim eignum og réttindum seljanda sem þeim rekstri tengjast, hvaða nafni sem nefnast. Nánar tiltekið er um að ræða allan rekstur og eignir 365, nema þann hluta og þær eignir sem varða útgáfu Fréttablaðsins, en sú rekstrareining (þ.m.t. tímaritið Glamour) verða áfram eign 365. Hér eftir er ýmist vísað til eignanna og rekstrarins sem hins selda eða sem rekstursins. Ekki er um að ræða samruna að félagarétti.

Eftir samrunann munu Fjarskipti taka yfir eignir og rekstur 365 sem tengjast ljósvaka- og fjarskiptastarfsemi, ásamt fréttasíðunni visir.is. Fréttablaðið er ekki hluti af hinu selda og mun 365 halda áfram rekstri fréttastofu fyrir Fréttablaðið og er gert ráð fyrir því að sú starfsemi 365 verði áfram til húsa í Skaftahlíð. Samið hefur verðið um miðlun efnis milli aðila eftir því sem við á, sbr. fskj. 9 með kaupsamningi. Nánar er kveðið á um kaupin í kaupsamningi á fylgiskjali 4, en hann byggir á samkomulagi aðila um einkaviðræður, kaupverð og helstu skilmála kaupsamnings frá 21. desember 2016.[1]

Samruninn hefur ekki komið til framkvæmda, sbr. 3. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga nr. 44/2005. Í ákvæði 5.1 í kaupsamningi á fylgiskjali 4 er gert ráð fyrir stofnun verkefnateymis stjórnenda aðila, í samráði við Samkeppniseftirlitið, til þess að sjá um að yfirfærsla eigna og viðskiptasambanda gangi sem best fyrir sig og neytendur verði ekki fyrir óþægindum vegna þess. Starfsemi teymisins er ekki síst af tæknilegum toga en til þess að yfirfærsla

[1] Samkomulagið tók við af eldra samkomulagi um sama efni frá 31. ágúst 2016, sbr. fylgiskjöl 5 og 6.

muni ganga sem best fyrir sig, er að mati samrunaaðila nauðsynlegt að huga tímanlega að undirbúningi. Því munu samrunaaðilar strax í kjölfar tilkynningar þessarar sækja um undanþágu fyrir því samstarfi sem gert er ráð fyrir í ákvæðinu, með nánar tilgreindum skilyrðum.

Starfsemi Fjarskipta felst í veitingu alhliða fjarskiptaþjónustu, þar sem einstaklingum, fyrirtækjum, stofnunum og opinberum aðilum eru boðnir allir meginþættir fjarskiptaþjónustu, þ.m.t. talsíma-, farsíma-, gagnaflutnings-, sjónvarps- og internetþjónusta. Fyrirtækið býður fastlínu- og farsíma bæði fyrir heimili og fyrirtæki, auk þess að hafa í boði ýmsar þjónustuleiðir fyrir internetþjónustu bæði fyrir heimili og fyrirtæki. Vodafone starfar á grundvelli almennrar heimildar PFS til fjarskiptastarfsemi (nánar tiltekið heimild til reksturs talsímaþjónustu, farsímaþjónustu, gagnaflutningsþjónustu og fjarskiptanets), dags. 27. mars 2007. Þá starfar Vodafone jafnframt á grundvelli tíðniheimilda til reksturs GSM, 3G og 4G farsímaþjónustu, sem og tíðniheimilda til reksturs stafræns sjónvarps.[2] Með ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 14/2015 var Vodafone og Nova heimilað að hafa með sér tiltekið samstarf um rekstur dreifikerfis fyrir farsímaþjónustu að tilteknum skilyrðum uppfylltum. Þá bjóða Fjarskipti upp á Vodafone Sjónvarp sem veitir aðgang að opinni dagskrá íslenskra sjónvarpsstöðva, auk þess sem boðið er upp á aðgang að fjölmörgum stöðvum, íslenskum og erlendum. Þar að auki býður félagið upp á Vodafone PLAY, sem er íslensk áskriftarveita og Cirkus, sem er gagnvirk áskriftarveita fyrir hágæða breskt sjónvarpsefni. Jafnframt er boðið upp á áskriftarveituna Hopster, sem inniheldur gæða sjónvarpsefni fyrir börn. Ofangreind sjónvarpsstarfsemi er skráningarskyld, en ekki leyfisskyld, á grundvelli fjölmiðlalaga og hefur Fjarskipti hf. skráð hana hjá Fjölmiðlanefnd undir heitinu Leigan.[3]

[2] Sjá nánar https://www.pfs.is/fjarskipti/skraningar-og-leyfi/fyrirtaeki-med-tidniheimildir/
[3] Sjá nánar: http://fjolmidlanefnd.is/fjarskipti-hf/

Starfsemi 365 er margþætt en fyrirtækið starfar einkum á markaðnum fyrir fjölmiðlun hér á landi.

365 rekur sjónvarpsstöðvar sem eru helstar: Stöð 2, Stöð 3, Stöð 2 Krakkar, Stöð 2 Bíó, Tónlist og Stöð 2 Sport 1, Stöð 2 Sport 2 og Golfrásin, auk þess sem hægt er að senda út íþróttaefni á Stöð 2 Sport 3, 4, 5 og 6 þegar mikið framboð er á íþróttaefni í beinni útsendingu. Þessu til viðbótar er send út svokölluð plússtöð fyrir Stöð 2 á Digital Ísland sjónvarpsdreifikerfinu, en þar er útsendingu seinkað um eina klukkustund. Auk þess hafa áskrifendur að sjónvarpsþjónustu 365 aðgang að s.k. tímaflakki, þar sem þeir geta nálgast sjónvarpsefni í allt að 24 klst. aftur í tímann. Þeir geta auk þess sótt efni í 28 daga eftir sýningu þess í gegnum svo kallaða frelsisþjónustu. 365 sendir út Stöð 2 Fjölvarp sem er endurvarp á erlendu sjónvarpsefni, samtals 65 sjónvarpsstöðvar, víðsvegar að úr heiminum. Stöð 2 Fjölvarp nær til u.þ.b. 90% landsmanna. Þá rekur 365 sex útvarpsstöðvar, þ.e. Bylgjuna, FM957, X-ið, Gull Bylgjuna, Létt Bylgjuna og FM Klassík.

365 gefur út Fréttablaðið, sem er dagblað í frídreifingu og er dreift ókeypis á Stór-Reykjavíkursvæðinu, Suðurnesjum og Akureyri en selt á öðrum stöðum á landinu. Með Fréttablaðinu eru gefin út ýmis sérblöð ásamt vikulegum blaðhlutum. 365 rekur einnig visir.is. Samruninn mun, eins og áður segir, ekki taka til Fréttablaðsins.

Árið 2013 hóf 365 starfsemi á fjarskiptamarkaði með sölu á internet- og talsímaþjónustu til heimila, einkum í tengslum við sölu á áskriftarsjónvarpi 365. Þá er 365 handhafi tveggja 4G fjarskiptaleyfa á 800 MHz tíðnisviði fyrir allt landið, annars vegar 2X10 MHz leyfi til 25 ára (A heimild) og 2X5 MHz leyfi til 10 ára (B heimild). [

][4]

Skörun er í starfsemi Fjarskipta og 365 á markaði fyrir farsíma- og talsímaþjónustu, markaði fyrir internetþjónustu og markaði fyrir sjónvarpsþjónustu. Um þrjá fyrstgreindu markaðina var m.a. fjallað í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 31/2011, *Kaup Eignarhaldsfélagsins Fjarskipta ehf. á öllu hlutafé í IP Fjarskiptum ehf.* Um fjölmiðlamarkaðinn,

[4] Trúnaðarmál

og þá sérstaklega ætlaðan undirmarkað fyrir fyrir áskriftarsjónvarp, var m.a. fjallað í ákvörðun nr. 39/2014, *Samruni 365 miðla ehf. og IP-fjarskipta ehf. (Tal)*. Samrunaaðilar leyfa sér að vísa til þessara ákvarðana til fyllingar umfjölluninni hér á eftir, en þó er sérstök athygli vakin á skilgreiningu sjónvarpsmarkaðarins hér fyrir neðan.

Að mati samrunaaðila eru framangreindir markaðir þeir sem áhrifa samrunans gætir helst á og verður sjónum einkum beint að þeim í samrunaskrá þessari, sbr. síðari umfjöllun. Þó þykir, samhengisins vegna, einnig rétt að fjalla um markaðinn fyrir gagnaflutning og fyrir sjónvarpsdreifingu, sem og fyrir fréttamiðlun á netinu, þrátt fyrir að starfsemi samrunaaðila skarist ekki á þeim mörkuðum.

Samrunaaðilar telja að samruninn hindri ekki samkeppni með því að markaðsráðandi staða verði til eða að slík staða styrkist, né verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti í skilningi 17. gr. c. samkeppnislaga nr. 44/2005. Þá muni samruninn ekki hafa skaðleg áhrif á fjölræði og fjölbreytni í fjölmiðlum, sbr. 7. mgr. 62. gr. b. fjölmiðlaga nr. 38/2011. Því séu ekki skilyrði til íhlutunar í samrunann. Samrunaaðilar telja að samruninn muni frekar hafa jákvæð áhrif á mörkuðum málsins. Fjarskipti muni eftir samrunann vera betur í stakk búið til þess að veita Símanum hf., sem er markaðsráðandi í veitingu alhliða fjarskiptaþjónustu, verðuga samkeppni. Hvað fjölmiðlamarkaðinn varðar er nauðsynlegt að tryggja rekstrargrundvöll innlendra fjölmiðla svo hægt verði að mæta sívaxandi samkeppni af hálfu erlendra aðila, en ljóst er að innlendir fjölmiðlar eiga verulega undir högg að sækja, bæði vegna erlendrar samkeppni, en ekki síður vegna fyrirferðarmikillar starfsemi RÚV á fjölmiðlarmarkaðnum.

II. KAFLI

Grunnupplýsingar um samrunaaðila

Aðilar samrunans eru:

Fjarskipti hf.,	365 miðlar hf.,
kt. 470905-1740	kt. 480702-2390,
Ármúla 13A	Skaftahlíð 24
108 Reykjavík	105 Reykjavík

Samkvæmt samþykktum Fjarskipta[5] er tilgangur félagsins fjarskiptastarfsemi og skyld starfsemi, rekstur fasteigna og lánastarfsemi ásamt því að ávaxta fé það sem hluthafar hafa bundið í starfseminni með rekstri í félaginu og fjárfestingum í dóttur- og hlutdeildarfélögum.

365 er fjölmiðlafyrirtæki sem starfar á öllum sviðum fjölmiðlunar, þ.e. sjónvarps- og útvarpsrekstri, blaðaútgáfu og vefmiðlun, sbr. síðari umfjöllun. Tilgangur félagsins skv. samþykktum þess er fjölmiðlun, fjarskipti og skyld starfsemi.[6]

Tilkynning þessi er send á grundvelli 3. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga og reglna Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum, sbr. einnig 62. gr. b. laga um fjölmiðla nr. 38/2011. Samrunaaðilar óska þess að trúnaðar verði gætt um samrunaskrána og fylgiskjöl hennar, sbr. 17. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993 og 2. mgr. 16. gr. reglna um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins nr. 880/2005.

[5] Sjá fylgiskjal 11.
[6] Sjá fylgiskjal 12.

Tengiliðir Fjarskipta eru

Jóna Björk Helgadóttir hrl.

Hlynur Halldórsson hrl.

Landslög – lögfræðistofa slf.

Borgartúni 26., 5. hæð

Sími: 520-2900

Netfang: jonabjork@landslog.is

hlh@landslog.is

sbr. meðfylgjandi umboð á fylgiskjali 1.

Tengiliður 365 er

Einar Þór Sverrisson hrl.

Mörkin lögmannsstofa hf.

Suðurlandsbraut 4

Sími: 414-4100

Netfang: einar@law.is

sbr. meðfylgjandi umboð á fylgiskjali 2

III. KAFLI

Upplýsingar um samrunann

3.1 Aðdragandi samrunans

Upphaf málsins má rekja til þess, að þann 10. febrúar 2016 hélt Fyrirtækjaráðgjöf Íslandsbanka hf. kynningu fyrir stjórnendur Fjarskipta hf. varðandi möguleg ytri vaxtatækifæri, en eðli málsins samkvæmt eru Fjarskipti hf. að leita eftir ákjósanlegum fjárfestingartækifærum á hverjum tíma. Eitt þeirra fyrirtækja sem kynningin tók til voru 365 miðlar hf. og sýndu Fjarskipti hf. áhuga á að kanna það viðskiptatækifæri nánar, en um nokkurra ára skeið hafði verið orðrómur um að 365 miðlar hf. gæti verið til sölu í hluta eða heild.

Í framhaldinu var skrifað undir verksamning milli Fjarskipta hf. og Fyrirtækjaráðgjafar Íslandsbanka hf. þann 8. mars 2016, um ráðgjöf til Fjarskipta hf. vegna fyrirhugaðrar vinnu og ráðgjafar í tengslum við möguleg kaup á eignum 365 miðla hf. Samningurinn er víðtækur og m.a. sérstaklega tekið fram að í honum felist ekki ábyrgð á því að verkefnið muni takast. Samkvæmt samningnum er bankanum m.a. falið að annast alla milligöngu við seljendur vegna málsins. Samkvæmt ákvæðum samningsins tók Fyrirtækjaráðgjöf Íslandsbanka hf. þannig að sér upplýsingaöflun vegna verkefnisins og að miðla

upplýsingum til Fjarskipta hf. Á þessum grundvelli annaðist Fyrirtækjaráðgjöf Íslandsbanka hf. samskipti milli Fjarskipta hf. við 365 miðla hf. í gegnum ferlið.

Vorið og sumarið 2016 fóru fram þreifingar milli Fjarskipta hf. og 365 miðla með milligöngu Íslandsbanka og ráðgjafa seljanda um möguleg kaup Fjarskipta hf. á hinum seldu eignum. Þeim þreifingum lauk þann 31. ágúst 2016 þegar aðilar undirrituðu samkomulag um helstu skilmála kaupsamnings og einkaviðræður.[7] Með samkomulaginu komu aðilar sér saman um helstu skilmála, forsendur og fyrirvara fyrir kaupum Fjarskipta á umræddum eignum og rekstri 365, afmörkun á hinu selda, kaupverð þess og greiðslu kaupverðs, helstu atriði samstarfssamnings og hverjar væru helstu forsendur kaupanna. Þá náðu aðilar samkomulagi um að Fjarskipti skyldu hafa einkarétt til 15. nóvember 2016 til að vinna með 365 um að ná endanlegu samkomulagi um kaup á eignunum, þ. á m. með gerð endanlegs kaupsamnings og samstarfssamnings. Nýtt samkomulag um einkaviðræður, kaupverð og helstu skilmála kaupsamnings var undirritað 21. desember 2016, sem tók við af fyrra samkomulagi frá 31. ágúst 2016.[8] Frestur til einkaviðræðna var síðan framlengdur í nokkrum skrefum og að endingu til 14. mars 2017. Seljandi skuldbatt sig til þess að senda hvorki kynningarefni um hið selda til annarra né að eiga í samningaviðræðum um sölu á eignunum við aðra hugsanlega kaupendur.

Þær viðræður leiddu til samnings um kaupin, sem nánar er gerð grein fyrir á fylgiskjali 4.

Miklar breytingar hafa átt sér stað á fjarskipta- og fjölmiðlamarkaði á síðustu árum og hafa breytingarnar orðið hraðari upp á síðkastið, svo hraðar að í raun má segja að markaðurinn breytist frá degi til dags. Tækniframfarir í upplýsinga- og fjarskiptatækni hafa opnað innlendan markað fyrir samkeppni frá nýjum alþjóðlegum fyrirtækjum sem starfa þvert á markaði og landamæri með vörum og verðlagningu sem neytendur hafa tekið vel. Á sama tíma hefur innlendur heildsölumarkaður fyrir

[7] Sjá fylgiskjal nr. 5
[8] Sjá fylgiskjal nr. 6

fjarskiptaþjónustu eflst mikið og lækkað kostnað fyrir nýja aðila að markaðnum. Þessar tvær breytingar (1) tækniframfarir í miðlun fjölmiðlaefnis og (2) efling heildsölumarkaðar fyrir fjarskiptaþjónustu eru undirliggjandi ástæður kaupa Fjarskipta á ljósvaka- og fjarskiptastarfsemi 365 miðla. Þá fá Fjarskipti aðgang að eftirsóknarverðu sjónvarpsefni með kaupunum, sem gerir félaginu kleift að keppa í því nýja landslagi sem nú er á fjarskipta- og fjölmiðlamarkaði og veita aðalkeppinaut sínum á markaði, Símanum hf., verðugt samkeppnislegt aðhald.

Á fjölmiðlamarkaðnum nýta erlendir aðilar eins og Netflix og Amazon sér tækniþróun í dreifingu á myndefni til þess að bjóða áskrift að afþreyingu beint yfir internetið án aðkomu íslenskra fjarskipta- eða fjölmiðlafyrirtækja (með s.k. OTT þjónustu). Samkvæmt könnun sem Gallup gerði fyrir 365 í júlí 2016, sbr. einnig síðari umfjöllun[9] voru um 46.900 íslensk heimili eða 34,9% með áskrift að Netflix. Netflix er því hratt vaxandi þjónusta á ÍslandiÞá sýnir glæný könnun sem Gallup gerði fyrir Félag rétthafa í sjónvarps- og kvikmyndaiðnaði (FRÍSK) að hlutfallið er komið upp í 44% íslenskra heimila. Í fréttatilkynningu FRÍS vegna þessa segir m.a.:[10]

> „Þá eru 3–4% heimila einnig með áskrift af öðrum sambærilegum erlendum veitum á borð við Google Play og Amazon Prime Video. Það er ljóst að notkun erlendra efnisveitna hefur aukist mjög mikið eftir að þær opnuðu fyrir löglega þjónustu hér á landi en könnun sem gerð var í desember 2015, rétt mánuði áður en Netflix opnaði formlega hér á landi, sýndi að rétt tæplega 22% heimila voru þá með Netflix. Því má segja að notkun á erlendum myndefnisveitum hér á landi hafi tvöfaldast á einu ári. "

[9] Sjá fylgiskjal 13

[10] Sjá fréttatilkynningu FRÍSK á fylgiskjali nr. 24. Þar er einnig að finna könnunina sjálfa. Einnig má benda á frétt á vefsíðu mbl.is 22. mars 2017, sjá vefslóðina: http://www.mbl.is/frettir/innlent/2017/03/22/okleift_ad_keppa_vid_erlendar_efnisveitur_2/

Einnig sýna kannanir að neytendur, einkum yngra fólk, notar opna samfélagsmiðla eins og Snapchat, Youtube og Facebook í síauknum mæli til neyslu á afþreyingarefni, án þess að um áskriftarfyrirkomulag sé að ræða. Miðað við tilhneigingu yngra fólks til þessa, leikur enginn vafi á því í hvaða átt neysla á afþreyingarefni stefnir.

Innkoma þessara erlendu aðila hefur haft mjög mikil áhrif á grunntekjustoðir íslenska fjölmiðlamarkaðarins, sem eru áskriftar- og auglýsingatekjur. Mánaðaráskrift að Netflix kostar einungis um $10 á mánuði eða kr. 1.200. Facebook, Youtube og slíkir miðlar hafa nær allar sínar tekjur af auglýsingasölu og með auknu áhorfi frá Íslandi hafa auglýsingatekjur þessara aðila frá innlendum auglýsendum vaxið. Áhrifin eru því farin að raungerast og hafa veruleg áhrif á íslenskan fjölmiðlamarkað. Hagræðingar í rekstri er því þörf, auk þess sem nauðsynlegt er að auka framleiðslu og sölu á efni með skýrri aðgreiningu frá alþjóðlegum samkeppnisaðilum. Til að slíkt sé hægt verða innlend fyrirtæki á markaðnum að vera öflug. Að því leyti er samruninn til þess fallinn að auka líkurnar á því að innlendir fjölmiðlar verði til í landinu á komandi árum, en fari ekki hallloka í samkeppni við erlenda risa.

Fyrirtæki sem bjóða OTT þjónustur hafa einnig áhrif á íslensk fjarskiptafyrirtæki sem hafa á síðustu árum verið að byggja upp eigin sjónvarpsþjónustu og selt innlendum fjölmiðlafyrirtækjum dreifingu á efni yfir hana. Með nýtingu á tækninni geta OTT aðilar selt beint til neytenda framhjá sjónvarpsdreifingu fjarskiptafyrirtækja með tilheyrandi samkeppnislegu aðhaldi.

Fjarskiptamarkaðurinn er einnig að taka miklum breytingum. Á farsímamarkaði hefur framþróun í símtækjum leitt til þess að snjallsímar eru í dag öflug samskipta- og margmiðlunartæki. Samskiptin, sem fara fram gegnum símana, stefna í að vera nær eingöngu í formi gagnastreymis sem vex með veldisvexti á milli ára á kostnað hefðbundinnar símnotkunar. Farsímafyrirtækin hafa þurft að bregðast við með samfelldum fjárfestingum í farsímakerfum. Á sama tíma hefur samkeppni í smásölu

aukist þar sem fjöldi smærri farsímafyrirtækja hefur nýtt sér möguleika á heildsölusýndarnetsaðgangi að farsímadreifikerfum og þannig aukið framboð og samkeppni á farsímaþjónustu á íslenska markaðnum. Áskorun farsímafyrirtækja felst þannig í því að geta haldið áfram að veita viðskiptavinum góða farsímaþjónustu sem styður veldisvöxt í gagnamagni en brugðist á sama tíma við smásöluverðslækkunum á markaði. Þessi áskorun er ekki staðbundin heldur alþjóðleg og hafa farsímafyrirtæki um allan heim brugðist við því með tvennum hætti: (1) Lækkun rekstrarkostnaðar m.a. með sameiningum og (2) fjárfestingu í tekjustoðum með markaðslegri aðgreiningu, svo sem afþreyingu.

Á markaði með internet og heimasíma hafa einnig orðið miklar breytingar, í kjölfar öflugrar heildsölustefnu hjá Mílu og Gagnaveitu Reykjavíkur (GR). Með sátt við Samkeppniseftirlið árið 2013 undirgekkst Míla strangar jafnræðiskvaðir á bitastraumsþjónustu (xDSL). Allt frá árinu 2006 hefur GR selt bitastraumstaðgang á opnu IP-neti yfir ljósleiðara á suðvestur horni landsins og stefnir GR á að ljúka við ljósleiðaravæðingu höfuðborgarsvæðisins á næstu 2 árum. Míla mun á næstu árum gera slíkt hið sama. Öll fjarskiptafyrirtæki á Íslandi geta því nýtt þessa innviði til sölu á interneti og heimasíma á jafnræðisgrunni og án þess að þurfa að kosta til miklu fé í innkomu inn á markaðinn. Einnig eru bæði Míla og GR farin að bjóða upp á vettvangsþjónustu beint til endaviðskiptavina. Ein helsta afleiðing þessarar þróunar er veruleg lækkun á kostnaði fyrir ný fjarskiptafyrirtæki sem auðveldar nýjum fyrirtækjum innkomu á markaðinn. Í dag þurfa því ný fjarskiptafyrirtæki ekki að fjárfesta í dýrum miðlægum búnaði eða koma upp vettvangsþjónustuteymi, heldur geta þau keypt þá þjónustu beint í heildsölu af Mílu og GR og selt áfram til viðskiptavina sinna með lítilli tæknilegri yfirbyggingu. Aðgangshindranir að markaðnum eru því hverfandi.

Við þessar aðstæður er eðlilegt að aðilar á íslenskum fjölmiðla- og fjarskiptamarkaði leiti leiða til þess að ná fram auknu rekstrarhagræði og fjölga tekjustoðum, sem á

endanum skilar sér til neytenda í formi fjölbreyttari þjónustu og bættra kjara. Með kaupum Fjarskipta á ljósvaka- og fjarskiptastarfsemi 365 miðla myndast tækifæri fyrir Fjarskipti til þess að gera hvort tveggja. Þessi þróun er ekki bundin við íslenskan markað heldur er hún alþjóðleg, eins og fjölmörg dæmi sýna þar sem fjarskipta- og fjölmiðlafyrirtæki hafa sameinast á undanförnum árum. Staðreyndin er sú að mikil viðskipti eru á milli þessara fyrirtækja á sama tíma og þau eru keppinautar á markaði. Samruni milli þessara fyrirtækja er því eðlileg afleiðing af því rekstrarumhverfi, sem þeim er búið af laga- og regluverki og viðskiptalegu umhverfi samfélagsins.

Samrunaaðilar telja því eðlilegt að fjarskipta- og fjölmiðlamarkaður hér á landi taki sömu skref og erlendis í átt að aukinni samþættingu fjarskipta og fjölmiðlaveitna. Hún er talin stuðla að hagkvæmni í rekstri þeirra fyrirtækja sem geta boðið uppá svokallaðan fjórleik (e. quadruple play). Því telja Fjarskipti að möguleiki sé á spennandi samspili milli fjarskipta og fjölmiðla með kaupum á tilteknum eignum og rekstri 365 og er þá sérstaklega horft til ljósvakamiðlanna.

Fjarskipti telja unnt að ná fram töluverðum samlegðaráhrifum með sameiningu þessarar starfsemi. Fastur kostnaður við rekstur sölu- og þjónustuvers, reikningagerðarkerfa, húsnæðis, tæknikerfa og annarra grunnþátta er mikill og blasir við að unnt sé að lækka kostnað með því að sameina rekstrareiningar, eins og mun gerast við samrunann. Er þetta að mati aðila í samræmi við markmið samkeppnislaga sem sé m.a. að vinna að hagkvæmri nýtingu framleiðsluþátta þjóðfélagsins, sbr. 1. gr. laganna. Fyrir liggur að að framleiðni vinnuafls á Íslandi er umtalsvert minni en í samanburðarlöndum. Um það er m.a. fjallað í skýrslu McKinsey sem forsætisráðherra Íslands fjallaði um á Viðskiptaþingi þann 9. febrúar 2017.[11] Fram kom í máli hans að skýrslan hefði haft mikla þýðingu í stefnumörkun fyrir Ísland síðustu ár um aukna hagsæld.[12] Í skýrslunni kemur fram að framleiðni í

[11] Skýrsla Mckinsey Charting a Growth Path for Iceland
https://www.forsaetisraduneyti.is/media/Skyrslur/charting-a-growth-path-for-iceland-2012.pdf
[12] Ræðu forsætisráðherra er að finna á meðfylgjandi slóð
https://livestream.com/accounts/11153656/events/6983531/player

fjarskipta- og upplýsingatæknigeiranum og afþreyingargeiranum sé um 38-46% undir framleiðni vinnuafls í helstu nágrannalöndum Íslands.[13] Að mati samrunaaðila hefur of lítið verið gert frá útgáfu skýrslunnar í að auka framleiðni vinnuafls í fjarskipta- og sjónvarpsgeiranum sem mætir hratt vaxandi samkeppni erlendis frá. Eigi innlendir fjölmiðlar að geta starfað áfram hér á landi og taka þátt í vaxandi samkeppni af hálfu erlendra aðila í kjölfar örra breytinga, þar sem landamæri skipta sífellt minna máli er ljóst að nauðsynlega þarf að hagræða á markaðnum. Þetta leiði til góðs fyrir íslenska neytendur.

Með samrunanum eykst velta Fjarskipta um 8,5 milljarða króna og stöðugildum á Íslandi fjölgar um 68%, úr 305 stöðugildum í 512. Af hálfu Fjarskipta er litið svo á að starfsemi 365 verði hluti af fjölbreyttri starfsemi Vodafone og hún muni falla vel að rekstrinum. Fjölmiðlahluti 365 muni styrkja rekstur Vodafone, sem geti boðið upp á heildarlausnir á fjarskipta- og fjölmiðlamarkaði. Með samrunanum verði til öflugt fyrirtæki á fjölmiðla- og fjarskiptamarkaði sem geti sótt betur fram á öllum sviðum og verði þess umkomið að veita markaðsráðandi aðilum öfluga samkeppni.

3.2 *Markmið samrunans*

Í samræmi við framangreinda lýsingu á aðdraganda samrunans og þeirri þróun sem þar er lýst, er það markmið samrunans að gera Fjarskipti í stakk búið til þess að stíga mikilvægt skref til þess að geta tekið þátt í þeirri þróun sem hefur átt sér stað á fjarskipta- og fjölmiðlamarkaði og bæta fjölmiðlarekstri við sem nýrri tekjustoð félagsins.

Með samrunanum næst fram nauðsynleg hagræðing, þar sem Fjarskipti telja að innri starfsemi fyrirtækisins geti tekið við nánast öllum fjarskiptahluta 365, án þess að til frekari kostnaðarauka þurfi að koma, svo nokkru nemi nema vegna kostnaðar við aðgangsnet Mílu og GR. Þá líta Fjarskipti svo á að sú aukna breidd í framboði fyrirtækisins á

[13] Sjá bls. 36 í skýrslu McKinsey

fjölmiðlamarkaði styrki fyrirtækið til muna í samkeppni við markaðsráðandi fyrirtæki í heildarframboði á fjarskiptamarkaði.

Í dag er Síminn með markaðsráðandi stöðu á fjarskiptamarkaði. Á síðustu árum hefur Síminn sótt markvisst inn á fjölmiðlamarkaðinn. Að mati samrunaaðila er ljóst að staða Símans á fjölmiðlamarkaði hefur sennilega aldrei verið jafn sterk og nú, sérstaklega í kjölfar ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2015. Með henni voru felld niður skilyrði ákvörðunar 10/2005 varðandi rekstur Skjásins og hefur rekstrarumhverfi Símans á fjölmiðlamarkaði því gerbreyst. Enginn vafi er á því að möguleiki Símans til að tengja saman starfsemi sína í fjarskiptum og fjölmiðlun hefur styrkt stöðu Símans svo um munar, bæði á fjarskipta- og fjölmiðlarmarkaði. Samruninn er því eðlileg afleiðing af þeirri þróun.

Síminn hefur einnig gífurlegt forskot á aðra aðila vegna styrkrar efnahagslegrar stöðu sinnar. Sé rekstrarhagnaður stærstu félaga á íslenskum fjarskipta- og fjölmiðlamörkuðum ryndur má sjá að að rekstrarhagnaður Símasamstæðunnar var 61% af samanlögðum rekstrarhagnaði annarra fyrirtækja á þessum mörkuðum. Sé aðeins litið til rekstrarhagnaðar Mílu, þá var hann 1.751 m.kr. á árinu 2015. Hins vegar var rekstrarhagnaður Fjarskipta af öllum þjónustuþáttum 1.931 m.kr. á sama tíma, sbr. töflu hér að neðan.

Samanburður á rekstrarhagnaði fjölmiðla- og fjarskiptafyrirtækja á árinu 2015[14]

	EBIT	Hlutdeild
Síminn án Mílu	2.892	38%
Míla	1.751	23%
Síminn	4.643	61%
Fjarskipti	1.931	25%
365	605	8%
GR	435	6%
	7.614	100%

Af þessu sést glögglega að efnahagslegur styrkur Símans er gríðarlega mikill og Síminn er í einstakri stöðu á markaði, sem verður að veita aðhald. Það er einnig Fjarskiptum

[14] Taflan er unnin upp úr ársreikningum viðkomandi félaga.

mikilvægt að geta brugðist við þeim breytingum sem eru að eiga sér stað á fjarskipta- og fjölmiðlamarkaðinum. Til þess að geta keppt við Símann er nauðsynlegt fyrir önnur fyrirtæki að stækka og ná fram aukinni hagkvæmni. Með kaupum Fjarskipta á ljósvaka-, fjarskipta- og fjölmiðlastarfsemi 365 miðla er að mati Fjarskipta mögulegt að ná fram um [ ][15]. Þessar aðgerðir munu gera Fjarskiptum betur kleift að keppa við Símasamstæðuna til framtíðar og þar með efla samkeppni á markaði.

Samruninn styrkir því rekstur Fjarskipta og er áætlað að veruleg samlegðaráhrif muni leiða af honum. Án nokkurs vafa munu neytendur njóta þess að til verði öflugt fyrirtæki, sem getur keppt við markaðsráðandi aðila og boðið þeim upp á fjölbreytt úrval fjölmiðlunar í tengslum við sölu á fjarskiptaþjónustu.

3.3 *Lýsing á eðli samrunans*

a. Um er að ræða samruna í skilningi 17. gr. samkeppnislaga, c. lið 1. mgr., þar sem Fjarskipti kaupa tilteknar eignir og rekstur 365. Ekki er um að ræða samruna að félagarétti. Fyrirtækið 365 miðlar mun áfram vera starfandi á markaði og reka Fréttablaðið og tímaritið Glamour.

b. Gert er ráð fyrir að hin yfirtekna starfsemi verði rekin innan núverandi sviða Fjarskipta og í sérstöku sviði, ljósvakasviði, og að yfir því sviði verði framkvæmdastjóri, sem bætist í framkvæmdastjórn fyrirtækisins.

c. Ekki verður hafist handa við aðilaskipti að samningum sem tengjast hinum keyptu eignum og rekstri sem flyst yfir fyrr en samþykki Samkeppniseftirlitsins liggur fyrir. Seljandi skal samkvæmt kaupsamningi vinna að því að afla samþykkis allra virkra og mikilvægra birgja ljósvakasviðs fyrir flutningi/framsali á efnis- og samningsréttindum til Fjarskipta, á tímabilinu frá undirritun kaupsamnings fram að afhendingu. Framsöl munu síðan eiga sér stað við afhendingu.

[15] Trúnaðarmál.

d. Eignarhald í hinu sameinaða fyrirtæki eftir samrunann verður í grófum dráttum með eftirfarandi hætti:

Hluthafar

- Tíu stærstu hluthafar Fjarskipta eiga um 65% hlutafjár kaupanda fyrir viðskiptin
- Stærsti hluthafi 365 miðla, Ingibjörg Pálmadóttir, á um 75% útgefins hlutafjár í hinu keypta fyrir viðskiptin
- Sem hluti greiðslu hins keypta eru 32.380.952 hlutir í Fjarskiptum afhentir 365 sem jafngildir 10,9% hlut í sameinuðu félagi
- Í kjölfar viðskipta munu 365 miðlar vera annar stærsti hluthafi Fjarskipta
- Ofangreindir hlutir verða afhentir án kvaða um lágmarks eignarhaldstíma

Stærstu hluthafar Fjarskipta – fyrir sameiningu	%
Gildi	13,7
Live	12,2
LSRA	7,3
Ursus	6,6
Stefnir –Samval	5,7
Stapi	5,4
Birta	4,8
TM	4,3
Íslandsbanki	3,4
Arion	3,0
ALLS	66,4

Stærstu hluthafar Fjarskipta – eftir sameiningu	%
Gildi	12,2
365 miðlar	10,9
Live	10,9
LSRA	6,5
Ursus	5,9
Stefnir–Samval	5,1
Stapi	4,8
Birta	4,3
TM	3,9
Íslandsbanki	3,1
ALLS	67,4

e. Hvorugur aðilanna hefur þegið opinbera fjárhagsaðstoð. Í því sambandi má hins vegar minna á að helsti keppinautur þeirra á sjónvarpsmarkaði hér á landi, RÚV, þiggur milljarða árlega í formi lögbundins nefskatts á einstaklinga og lögaðila í landinu. RÚV er einnig öflugur keppinautur á auglýsingamarkaði hér á landi og í beinni samkeppni um dagskrárefni og starfsfólk.

3.4 Atvinnuvegir sem samruninn nær til

Þau fyrirtæki sem samruninn tekur til starfa á fjarskiptamarkaðnum og á undirmörkuðum hans fyrir talsíma-, farsíma-, Internet-, sjónvarpsþjónustu og sjónvarpsdreifingu. Þá nær samruninn til fjölmiðlamarkaðarins, þ.e. markaðar fyrir sjónvarps- og útvarpsrekstur auk markaðarins fyrir frétta- og upplýsingaveitu í gegnum netið. Þá starfa aðilar einnig á auglýsingamarkaði. Nánar verður fjallað um markaði málsins í kafla VII.

3.5 Kaupverð hins keypta og umfang sameinaðra eigna

Kaupverð hins selda (e. Enterprise Value), er samkvæmt kaupsamningi 7.875 milljónir. kr. og skiptist með eftirfarandi hætti:

- 4.600 milljónir kr. eru greiddar með yfirtöku á vaxtaberandi skuldum 365. 1.700 milljónir kr. eru greiddar með útgefnum hlutum í Fjarskiptum hf. og reiðufé eða yfirteknum viðskiptaskuldum, þannig að heildarfjöldi útgefinna hluta sé 32.380.952 og að miðað verði við gengið 52,5 á hlut og kr. 1.575.000.000 í reiðufé.
- Kaupandi tekur einnig yfir viðskiptaskuldir seljanda sem tengjast hinu selda að fjárhæð kr. 1.550.000.000, sem þó er ekki hluti kaupverðs.

Nánar er kveðið á um kaupverðið í kaupsamningi á fylgiskjali 4.

Um nánari greiningu á hinum keyptu eignum er vísað til kaupsamningsins og fylgiskjala við hann. Til einföldunar má segja að um sé að ræða allar eignir 365, sem ekki tengjast rekstri Fréttablaðsins og Glamour.

3.6 *Upplýsingar um veltu síðastliðið reikningsár*

Velta **Fjarskipta** árið 2016 var kr. 13.655 milljónir skv. ársreikningi.
Þar af nam velta í Færeyjum 1.476 m.kr.

Velta **365 samstæðunnar** árið 2016 var kr. 11.106 milljónir skv. ársreikningi.
365 hefur litla veltu á erlendum mörkuðum [

][16] Jafnframt eru einstaka tilfallandi tekjur af sölu á fréttaefni eða myndum til erlendra fjölmiðla þegar stórir fréttaviðburðir eiga sér stað á Íslandi.

3.7 *Mögulegur ávinningur samrunans, samlegðaráhrif og/eða hinar viðskiptalegu forsendur samrunans*

Í lið 3.1 hér að framan var lýst aðdraganda og helstu ástæðum samrunans og í lið 3.2 var lýst helstu markmiðum aðila með samrunanum.

Með því að sameina rekstur er tengist ljósvaka- og fjarskiptastarfsemi samrunaaðila næst fram töluverð hagræðing í rekstri. Helst mun samruninn hafa áhrif á rekstur viðskipta- og fjarskiptakerfa félaganna. Betri nýting tæknikerfa og lægri rekstrarkostnaður þeirra er lykilþáttur í rekstri fjarskiptafyrirtækja og getur tryggt samkeppnishæfni til framtíðar. Samruninn gefur að mati Fjarskipta einnig tækifæri á að hagræða í almennum rekstrarkostnaði. Þá er litið sérstaklega til kostnaðar vegna mannauðs, húsnæðis, skrifstofu- og stjórnunarkostnaðar og upplýsingatæknimála. Ýmis önnur rekstrarleg samlegðaráhrif verða vegna samrunans, eins og vegna reksturs fjármála, sérfræðikostnaðar sem og almennrar upplýsingagjafar til opinberra aðila.

[16] Trúnaðarmál.

Við mat á samlegðinni var sérstaklega gætt að trúnaði milli aðila. Allar tölur um tæknilega samlegð eru byggðar á opinberum upplýsingum og/eða mati Fjarskipta á stökum liðum. Matið byggir því ekki á viðkvæmum trúnaðarupplýsingum um 365 miðla eða birgja þess. Aðrar kostnaðartölur eru byggðar á upplýsingum frá 365 miðlum og eftir atvikum aðlögun Fjarskipta m.t.t. rekstarforms hinna keyptu eininga í sameinuðu félagi.

Hér að neðan fer sundurliðun Fjarskipta á áætluðum samlegðaráhrifum samrunans eftir helstu kerfum sem notast er við í starfsemi samrunaaðila.

Viðskiptakerfi:

Í dag reka fyrirtækin fjölmörg viðskiptakerfi, svo sem reikningagerðarkerfi, bókhaldskerfi og fleiri kerfi sem eru dýr í rekstri. Með einföldun og samþættingu við kerfi 365 er að mati Fjarskipta unnt að einfalda rekstur umræddra kerfa til hagræðis fyrir reksturinn og þar með neytenda, sem myndu njóta góðs af.

Fjarskiptakerfi:

Þau fjarskiptakerfi sem til þarf til að veita viðskiptavinum 365 fjarskiptaþjónustu fyrirtækisins, rúmast að miklu leyti innan fjarskiptakerfa Fjarskipta í dag fyrir utan kostnað vegna aðgangsneta Mílu og GR. Í dag kaupir 365 öll helstu aðföng fjarskiptaþjónustu af þriðju aðilum. Á það við um farsíma og heimasíma, en einnig um sjónvarpsþjónustu og internetþjónustu að hluta. Fjarskipti hefur byggt upp fjarskiptainnviði fyrir alla þessa þjónustu og geta þeir innviðir sinnt þeirri fjarskiptaþjónustu sem 365 selur í dag til sinna viðskiptavina. Helst ber að nefna að Fjarskipti á og rekur eigið farsímadreifikerfi sem getur veitt auknum fjölda viðskiptavina þjónustu án verulegs viðbótarkostnaðar. Fjarskipti á umfangsmikið gagnaflutningskerfi um land allt sem félagið getur notað sem burðarlag fyrir internetþjónustu sem 365 veitir til viðskiptavina sinna. Einnig rekur Fjarskipti eigið IPTV sjónvarpsdreifikerfi auk símstöðva fyrir farsíma og heimasíma sem félagið getur nýtt til þess að veita viðskiptavinum 365 þjónustu. Því getur náðst fram veruleg kostnaðarhagræðing með samrunanum að þessu leyti.

Stöðugildi:

[

][17]

Viðskiptalegar forsendur:

[

][18]

Þannig er ljóst að mikil kostnaðarsamlegðaráhrif felast í samrunanum og ætla má að þau muni skila sér mjög fljótt í bættum rekstri Fjarskipta eftir samrunann og tilheyrandi hagræði til viðskiptavina félagsins. Taflan hér að neðan sýnir mat Fjarskipta á væntri kostnaðarsamlegð sem áætlað er að raungerist á 12-18 mánuðum:

Mat Fjarskipta á væntri kostnaðarsamlegð

[

[17] Trúnaðarmál

[18] Trúnaðarmál.

][19]

Viðskiptalegar forsendur samrunans felast því að stórum hluta í kostnaðarsamlegðaráhrifum sem leiðir af samrunanum. Til þess að samlegðin raungerist fyrir Fjarskipti þarf yfirfærsla viðskiptavina frá 365 til Fjarskipta að ganga hnökralaust fyrir sig, enda er bætt nýting á tækniinnviðum Fjarskipta grunnforsenda tæknisamlegðarinnar. Með samrunanum er nýleg starfsemi 365 á fjarskiptamarkaði efld frá því sem nú er, sem gerir Fjarskipti betur í stakk búin til þess að veita hinum markaðsráðandi aðila á heildarfjarskiptamarkaði, Símanum, verðuga samkeppni. Um áhrif hagræðingar er nánar fjallað í kafla X, sbr. einnig umfjöllun á fylgiskjali 15.

[19] Trúnaðarmál.

IV. KAFLI

Eignarhald og yfirráð

4.1 Fyrirtæki eða einstaklingar sem ráða yfir samrunaaðilum með beinum eða óbeinum hætti.

Fjarskipti eru hlutafélag með dreifðu eignarhaldi.[20] Tíu stærstu hluthafar í Fjarskiptum m.v. 23. mars 2017 eru:

Hluthafi	Eignarhlutur
Gildi-lífeyrissjóður	13,7%
Lífeyrissjóður verslunarmanna	12,2%
Lífeyrissj. starfsm. rík. A-deild	7,3%
Ursus ehf.	6,6%
Stefnir-Samval	5,7%
Stapi lífeyrissjóður	5,4%
Birta lífeyrissjóður	4,8%
Tryggingamiðstöðin hf.	4,3%
SIS Hlutabréfasjóðurinn	3,07%
Arion Banki hf	3,0%
Samtals 10 stærstu	**66,4%**

Í stjórn Fjarskipta sitja:

- Heiðar Guðjónsson, kt. 220472-3889, Sæbraut 11, Seltj.nesi, stjórnarformaður
- Hildur Dungal, kt. 140571-3859, Blikanesi 28, Garðabæ, varaformaður
- Anna Guðný Aradóttir, kt. 110156-7669, Langagerði 52, Rvík, stjórnarmaður
- Hjörleifur Pálsson, kt. 281163-4269, Birkihlið 36, Rvík, stjórnarmaður
- Yngvi Halldórsson, kt. 300777-5039, Haðalandi 19, Rvík, stjórnarmaður

[20] Á vefslóðinni: https://vodafone.is/vodafone/fjarfestatengsl/hluthafar/ er að finna lista yfir 20 stærstu hluthafana.

365 er hlutafélag og skiptist hlutafé þess í A- og B-flokk. Í A-flokki er 74,27% hlutafjárins í eigu félaga á vegum Ingibjargar Stefaníu Pálmadóttir, 14,05% í eigu Auðar I fagfjárfestasjóðs slf. og 8,742% í eigu Grandier S.A., sem er félag á vegum Sigurðar Bollasonar og Don MacCharty. Allir B-hlutirnir eru í eigu félags á vegum Ingibjargar Stefaníu og eru án atkvæðisréttar.

Í stjórn 365 sitja:

- Einar Þór Sverrisson, 250173-3429, Hólatorg 8, Reykjavík, stjórnarformaður
- Ingibjörg Stefanía Pálmadóttir, kt. 120461-5169, Bretlandi, meðstjórnandi
- Margit Robertet, kt. 030365-8019, Asparhvarf 16, 203 Kópavogur, meðstjórnandi

Ingibjörg Stefanía er forstjóri félagsins, eftir að Sævar Freyr Þráinsson lét af því starfi í kölfar undirritunar á samningi aðila.

Varamenn eru:

- Baldur Már Helgason, kt. 060376-3449, Aflagranda 26, 107 Reykjavík
- Almar Þór Möller, kt. 291083-5879, Örvasalir 14, 201 Kópavogi

4.2 Fyrirtæki sem stunda viðskipti á markaði þar sem áhrifa gætir og eru með beinum eða óbeinum hætti undir yfirráðum:

a) samrunaaðila;

b) annars fyrirtækis sem tilgreint er í lið 4.1.

Samrunaaðilar fara hvorki með bein né óbein yfirráð yfir fyrirtækjum sem stunda viðskipti á markaði þar sem áhrifa samrunans gætir. Fjarskipti eiga þó fjarskiptafyrirtækið P/F Kall, sem starfar eingöngu á fjarskiptamarkaði í Færeyjum.

Þá fara þeir aðilar sem tilgreindir eru í lið 4.1 og fara með yfirráð yfir samrunaaðilum ekki með yfirráð í öðrum fyrirtækjum sem stunda viðskipti á markaði þar sem áhrifa gætir. Nokkrir lífeyrissjóðir, sem eiga hlut í Fjarskiptum eiga einnig hlut í Símanum hf., en í hvorugu tilvikinu er um yfirráð að ræða. Sjá nánar kafla V.

4.3 Formlegt eða óformlegt viðskiptalegt samstarf sem aðilar að samruna kunna að eiga í við fyrirtæki sem starfa á sama eða tengdum markaði, ásamt afritum af öllum samningum og öðrum gögnum sem kunna að tengjast þessu samstarfi

Viðskiptalegt samstarf **Fjarskipta** við aðra á fjarskiptamarkaði er umtalsvert. Helst má nefna:[21]

VIÐSKIPTI VIÐ HELSTU BIRGJA FJARSKIPTA

Fjarskipti kaupir margþætta þjónustu af Mílu:

(1) Koparheimtaugar fyrir síma og netþjónustur
(2) Skilgreind xDSL fyrir heimili, Internet, IPTV og símaþjónustur
(3) Skilgreind xDSL fyrir fyrirtæki, Internet, IPTV og símaþjónustur
(4) Skilgreind leigulínusambönd fyrir fyrirtæki, farsíma-, FM- og sjónvarpssenda Vodafone
(5) Skilgreind ljósleiðarasambönd fyrir heimili, Internet, IPTV og símaþjónustur
(6) Skilgreind ljósleiðarasambönd eða Dark Fiber fyrir fyrirtæki, Internet, IPTV og símaþjónustur
(7) Ljósleiðarasambönd, Dark Fiber, fyrir kjarna- og dreifilagsbúnað Vodafone
(8) Örbylgjusambönd fyrir fyrirtæki, farsíma-, FM- og sjónvarpssenda Vodafone
Aðstaða í tækjasölum, tækjahúsum, möstrum og varaafli
Vettvangsþjónusta

Fjarskipti kaupir þjónustu af Símanum – Heildsölu:

Kaup Fjarskipta á föstu forvali fyrir heimasíma

Fjarskipti kaupir þjónustu af Farice:[22]

10G DWDM og STM4, ýmist varin og óvarin sambönd

- Afhending erlendis í London yfir FARICE-1 streng
- Afhending í Færeyjum yfir FARICE-1 streng
- Afhending erlendis í Danmörk yfir DANICE streng

[21] Samningarnir fylgja með á minnislyklum. Samningar við Mílu eru á vefslóðinni https://www.mila.is/vorur/samningar/ og við Símann: https://heildsala.siminn.is/simi/
[22] http://www.farice.is/

Fjarskipti á í viðskiptum við Sendafélagið (samrekstrarfélag Fjarskipta og Nova um farsímadreifikerfi) :

Vodafone kaupir aðgang að farsímadreifikerfinu af Sendafélaginu, og leigir til félagsins á móti búnað, flutningssambönd og þjónustu til Sendafélagsins.

Fjarskipti kaupir þjónustu af Gagnaveitu Reykjavíkur (GR):[23]

- Skilgreind ljósleiðarasambönd fyrir heimili, Internet, IPTV og símaþjónustur
- Skilgreind ljósleiðarasambönd eða Dark Fiber fyrir fyrirtæki, Internet, IPTV og símaþjónustur
- Ljósleiðarasambönd, Dark Fiber, fyrir kjarna- og dreifilagsbúnað Vodafone
- Vettvangsþjónusta

VIÐSKIPTI VIÐ HELSTU VIÐSKIPTAVINI HEILDSÖLU FJARSKIPTA

Fjarskipti hefur gert fjölmarga samninga við önnur fjarskiptafyrirtæki og sjónvarpsstöðvar um sjónvarpsdreifingu og ýmsa fjarskiptaþjónustu í heildsölu. Í neðangreindri töflu má sjá yfirlit yfir fyrirtæki sem samið hefur verið við og eðli samninganna:[24]

[23] https://www.ljosleidarinn.is/gagnaveita-reykjavikur

[24] Skammstafanir í töflunni hafa eftirfarandi merkingu:

- **IP :** Gagnatengingar yfir IP
- **SDH:** Ljósleiðaratengingar með SDH tækni
- **Global:** Gagnatengingar til útlanda
- **ISDN,POTS:** Fastlínusímaþjónusta til endursölu
- **GSM:** Aðgangur að farsímakerfi (Sýndarnet, endursala, etc)
- **TV/FM:** Sjónvarps- og útvarpsdreifing
- **SAMTENGI:** Samtengisamningar vegna símtala
- **Hýsing:** Aðstöðuleiga

Viðskiptavinur	IP	SDH	Global	ISDN	POTS	GSM	TV/FM	SAMTENGI	Hýsing
Nova	x	x		x	x	x		x	x
Hringdu	x	x		x	x	x		x	x
365 miðlar	x						x	x	x
RÚV	x						x		x
Advania	x								x
Neyðarlínan	x	x							x
Orkufjarskipti	x	x							
TDC	x	x	X						
Síminn	x	x					x	x	x
Míla									x
Símafélagið	x							x	
Bloomberg	x		X						
Hringbraut TV	x						x		
Interoute	x		X						
ÍNN	x						x		
N4	x						x		
Omega	x						x		
Gagnaveita Rvk.	x								
GlobalCall								x	x
1819 uppl.veita								x	
Já uppl.veita								x	
BBC WS							x		
CCTV							x		
TATA	x		X					x	
TNSI	x		X						
T-System	x	x	X					x	

Viðskiptalegt samstarf 365 við aðra aðila á fjarskiptamarkaði er umtalsvert, þar sem 365 rekur enga fjarskiptainnviði. 365 er þannig með samninga bæði við Símann og Vodafone, auk minni aðila, svo sem Símafélagið. Starfsemi 365 á þessum markaði sýnir hversu auðvelt er að hefja starfsemi á honum og lítið er um aðgangshindranir. Þá á 365 í samstarfi bæði við Símann og Vodafone um dreifingu á sjónvarpsefni. Í því felst að 365 greiðir Símanum og Fjarskiptum fyrir dreifingu á sjónvarpsstöðvum 365 um svokallað sjónvarpsdreifikerfi.

Nánar er fjallað um þessa samninga og dreifileiðir í kafla IX.

V. KAFLI

Persónuleg og fjárhagsleg tengsl og fyrri yfirtökur

5.1. Öll önnur fyrirtæki með starfsemi á mörkuðum sem áhrifa gætir

Hvorki samrunaaðilar[25] né þeir aðilar sem fara með yfirráð samrunaaðila, beint eða óbeint, fara með yfir 10% atkvæðisréttar í fyrirtækjum með starfsemi á mörkuðum, þar sem áhrifa gætir. [26]

5.2. Stjórnarmenn sem eiga sæti í stjórn annars fyrirtækis á mörkuðum sem áhrifa gætir

Hvorki stjórnarmenn Fjarskipta né 365 sitja í stjórnum annarra fyrirtækja sem reka starfsemi á þeim mörkuðum sem áhrifa samrunans gætir.

5.3. Yfirtökur á síðustu þremur árum á fyrirtækjum sem stunda viðskipti á mörkuðum þar sem áhrifa gætir.

Fjarskipti hafa ekki á síðustu þremur árum tekið yfir fyrirtæki sem stunda viðskipti á mörkuðum þar sem áhrifa samrunans gætir.

365 yfirtók árið 2014 allt hlutafé IP-fjarskipta ehf. (Tal), sem starfaði einkum á mörkuðum fyrir farsíma- og talsímaþjónustu, markaði fyrir internetþjónustu og markaði fyrir endurvarp á erlendu sjónvarpsefni, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 39/2014.[27] 365 hefur nú óskað eftir endurupptöku ákvörðunarinnar og að skilyrðin verði felld niður, sbr. erindi til Samkeppniseftirlitsins frá 1. mars 2017.

---

[25] Fjarskipti eiga þó sem fyrr segir P/F Kall í Færeyjum.

[26] Hér skal þó tekið fram að Lífeyrissjóður verslunarmanna á 14,27% í Símanum og Gildi lífeyrissjóður 9,22% en báðir aðilar eiga undir 15% í Fjarskiptum.

[27] Hér má einnig nefna: Kaup 365 á midi.is, sbr. ákvörðun nr. 13/2013.
Kaup 365 á tonlist.is frá D3, dótturfélagi Senu hf., sbr. ákvörðun nr. 34/2013.
Kaup 365 á öllum hlutum í Konunglega kvikmyndafélaginu ehf., sbr. ákvörðun nr. 25/2014.

VI. KAFLI

Fylgiskjöl

Meðfylgjandi eru eftirtalin fylgiskjöl:

1. Umboð v/Fjarskipta hf., dags. 30. mars 2017.
2. Umboð v/365 miðla hf., dags. 30. mars 2017.
3. Afrit af greiðslukvittun vegna samrunagjalds, dags. 30. mars 2017.
4. Undirritaður samningur Fjarskipta hf. og 365 miðla hf., dags. 14. mars 2017 ásamt fylgiskjölum. **TRÚNAÐARMÁL**
5. Samkomulag um helstu skilmála kaupsamnings og einkaviðræður, dags. 31. ágúst 2016. **TRÚNAÐARMÁL**
6. Samkomulag um einkaviðræður, kaupverð og helstu skilmála kaupsamnings, dags. 21. desember 2016. **TRÚNAÐARMÁL**
7. Ársreikningur Fjarskipta hf. 2016
8. Ársreikningur Fjarskipta hf. 2015
9. Ársreikningur 365 miðla hf. 2015[28]
10. Ársreikningur 365 miðla hf. 2014
11. Samþykktir Fjarskipta hf.
12. Samþykktir 365 miðla hf.
13. Rannsókn Gallup á markaðsstöðu Stöðvar 2, frá júlí 2016
14. Minnisblað Fjarskipta um opnun á heildsölumarkaði fyrir internet
15. Minnisblað Fjarskipta um mat á kostnaðarsamlegð **TRÚNAÐARMÁL**
16. Viðtal við Pálma Guðmundsson, forstöðumann hjá Símanum í Morgunblaðinu 29. janúar 2017.
17. Umfjöllun í Viðskiptablaðinu frá 23. febrúar 2013 um „Innreiðina á nútímasjónvarpsmarkað"
18. Bréf Samkeppniseftirlitsins frá 17. ágúst 2016
19. Tilkynningar Fjarskipta til Kauphallar vegna samrunans

[28] Ársreikningur 365 fyrir 2016 mun liggja fyrir á næstu dögum.

20. Afrit af sölukynningu Íslandsbanka frá febrúar 2016 **TRÚNAÐARMÁL**
21. Skoðun Capacent á fréttastofu, innlendri dagskrárgerð og efniskaupum 365 frá 2016 **TRÚNAÐARMÁL**
22. Yfirlit yfir gögn lögð fyrir stjórn Fjarskipta þann 13. mars 2017
23. Kynning framkvæmdastjórnar fyrir stjórn Fjarskipta, dags. 9. mars 2017 **TRÚNAÐARMÁL**
24. Fréttatilkynning FRÍSK, birt 24. mars 2017. „Mikil notkun erlendra efnisveitna á kostnað innlendra" auk könnunar Gallup um umfang streymis og niðurhals, febrúar 2017
25. Grein Þorsteins Þorsteinssonar, rekstrarhagfræðings og framkvæmdastjóra Markaðsrýni ehf. í Morgunblaðinu 23. mars 2017: „Hræringar á fjölmiðlamarkaði"

Auk þess voru gerðar hefðbundnar áreiðanleikakannanir á hinu keypta með tilheyrandi skýrslum.

VII. KAFLI

Skilgreiningar á mörkuðum

7.1 Viðkomandi vörumarkaðir

Í reglum Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008 með síðari breytingum, er hugtakið „viðkomandi vörumarkaður" skilgreint þannig að átt sé við markað fyrir vörur og/eða þjónustu sem neytendur líta á sem staðgönguvörur eða staðgönguþjónustu vegna eiginleika sinna, verðs og áformaðrar notkunar. Við mat á viðkomandi markaði skiptir máli að greina hvers vegna viðkomandi vara eða þjónusta tilheyri þeim markaði og hvers vegna önnur vara eða þjónusta tilheyrir honum ekki. Hafa ber hliðsjón m.a. af því hvort varan eða þjónustan nýtist sem staðgönguvara eða staðgönguþjónusta, samkeppnisstöðu, verði, verðsveiflum vegna eftirspurnar eða öðrum þáttum sem máli skipta við skilgreiningu á markaðnum.

Samrunaaðilar telja að viðkomandi vörumarkaðir í máli þessu séu fjarskipta- og fjölmiðlamarkaðurinn. Samruninn muni hafa áhrif á þá hluta þessara markaða, sem báðir samrunaaðilar eru starfandi á. Það er í samræmi við skilning samkeppnislaga og reglur Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008. Fjallað verður ítarlega um þá markaði sem samruninn kemur til með að hafa áhrif á. Þá verður greint frá helstu einkennum annarra markaða, sem samrunaaðilar starfa á, en teljast ekki til markaða sem áhrifa gætir í fyrrnefndum skilningi.

7.2 Skilgreining markaða sem samruninn hefur áhrif á

7.2.1. Almennt um fjarskipta- og fjölmiðlamarkaðina

Örar breytingar hafa einkennt fjarskipta- og fjölmiðlamarkaðina undanfarin ár, sem hafa leitt til þess að þeir eru að renna saman í einn. Um þetta var fjallað í kafla II hér að framan. Auk þess eru mörk einstaka undirmarkaða þeirra að þurrkast út. Hefur þessi þróun átt sér stað hér á landi sem og erlendis, með þeim hætti að sífellt fleiri fjölmiðla- og

fjarskiptafyrirtæki telja nauðsynlegt að starfsemi þeirra nái til beggja markaða og vegna þessa hafa þau sameinast undir einum hatti. Hvað varðar íslenska markaðinn hafa nokkur dæmi komið upp á undanförnum árum, þá helst samruni Símans og SkjásEins, fyrst með kaupum Símans á Skjánum árið 2004, sbr. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 10/2005. Í ákvörðuninni voru lóðrétt áhrif samruna fjarskiptafyrirtækis og fjölmiðlafyrirtækis metin, og samruninn heimilaður með nánar tilgreindum skilyrðum, m.a. um sjálfstæði SkjásEins sem rekinn skyldi í sérstöku dótturfélagi. Með ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2015 var síðan heimilað að sameina Símann og SkjáEinn og kvöðum ákvörðunar 10/2005 að verulegu leyti létt af rekstrinum. Kaup 365 á öllum hlutum IP-fjarskipta ehf. voru að meginstefnu til komin vegna þessarar þróunar, sbr. ákvörðun nr. 39/2014. Þá eru eru fjölmörg nýleg dæmi um sameiningu erlendra fjarskipta- og fjölmiðlafyrirtækja.[29] Samrunaaðilar telja þessa þróun til marks um að áður en langt um líði muni mörkin á milli markaðanna mást út. Sömu áhrif hafi mikil gagnkvæm viðskipti milli fyrirtækja á þessum mörkuðum, þar sem frekari hagræðing með sameiningu fyrirtækja sé augljóslega til þess fallið að skapa frekara hagræði.

Þannig telja Fjarskipti að samruninn hafi áhrif á þá markaði sem hafa með hefðbundnum hætti verið skilgreindir sem fjarskiptamarkaður annars vegar og fjölmiðlamarkaður hins vegar. Samrunaaðilar eru hins vegar þeirrar skoðunar að taka þurfi skilgreiningar framangreindra markaða og undirmarkaða þeirra til endurskoðunar í ljósi þeirra öru breytingar sem átt hafa sér stað á síðustu árum.

7.2.2 Fjarskiptamarkaðurinn

Samkeppnisyfirvöld hafa á undanförnum árum skilgreint fjarskiptamarkaðinn sem markað fyrir almenna talsímaþjónustu, markað fyrir gagnaflutning (þar með talið leigulínur), markað fyrir farsímaþjónustu og markað fyrir aðra fjarskiptaþjónustu, t.d. internetþjónustu. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 31/2011, *Kaup Eignarhaldsfélagsins*

[29] T.d. Kaup AT&T á Time Warner frá október 2016, Samruni Vodafone Hollandi og Liberty Global frá ágúst 2016, kaup ComCast á NBC Universal í desember 2009, samruni Telefónica og DTS 2015 (samkvæmt enskum útdrætti málsins).

Fjarskipta ehf. á öllu hlutafé í IP Fjarskiptum ehf., var talið að um væri að ræða þjónustu sem veitt væri til endanotenda, þar sem í fyrsta lagi væri um að ræða markað fyrir talsímaþjónustu um ISDN eða hliðrænar tengingar, í öðru lagi markað fyrir farsímaþjónustu, í þriðja lagi markað fyrir sítengdar staðlaðar ADSL-tengingar og aðrar háhraðatengingar þar sem viðskiptavinir geta valið ólíkan hraða vegna internetþjónustu og í fjórða lagi markað fyrir staðlaða internetþjónustu þar sem hægt er m.a. að velja mismunandi mikið innifalið gagnamagn. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 6/2013, *Breytingar á skipulagi Skiptasamstæðunnar og aðrar aðgerðir til þess að efla samkeppni á fjarskiptamarkaði*, var einnig fjallað um þessa fjarskiptamarkaði auk markaðarins fyrir sjónvarpsþjónustu, sbr. einnig ákvörðun nr. 6/2015 um sama efni.

Eins og segir í ákvörðun nr. 10/2005 þá getur „...skilgreining samkeppnisyfirvalda á samkeppnismörkuðum ... breyst í tímans rás. Þetta á ekki síst við um markaði sem taka sífelldum breytingum vegna tækniþróunar eða markaði þar sem neyslumynstur hefur breyst. Þá geta sjónarmið sem lögð voru til grundvallar niðurstöðu í einu máli breyst þannig að þau hafi ekkert gildi í öðru máli þó að málin geti virst svipuð að mörgu leyti." Þótt umræddir undirmarkaðir fjarskiptamarkaðarins beri enn að einhverju leyti þau einkenni sem lýst er í framangreindum ákvörðunum hefur á allra síðustu árum orðið svo hröð þróun í tækni og eftirspurn á umræddum mörkuðum að í reynd hafa þessir markaðir runnið saman.

Fjarskipti starfar á fjarskiptamarkaði og býður heildstæða fjarskiptaþjónustu til einstaklinga jafnt sem fyrirtækja. Fyrirtækið býður þjónustu í farsíma, interneti, heimasíma og sjónvarpsdreifingu og sjónvarpsþjónustu og rekur sín eigin kerfi bæði fyrir sjónvarpsdreifingu, farsíma- og internetþjónustu sem byggja að mestu leyti á grunngagnaflutningsinnviðum Mílu og GR. Fyrirtækið rekur örbylgjudreifikerfi til staðbundinna gagnaflutningsdreifingar, leigir aðgang að ljósleiðaraþræði í hringtengingu Nato ljósleiðara um Ísland auk þess að selja þjónustu yfir staðbundin ljósleiðarakerfi í smærri sveitafélögum svo sem í Öræfasveit og Mýrdal.

365 hóf starfsemi á fjarskiptamarkaði með sölu nettenginga á árinu 2013 og sameinaðist svo Tal árið 2014. Í dag býður 365 heildstæða fjarskiptaþjónustu til einstaklinga, nánar tilgreint þjónustu í farsíma, interneti, heimasíma og sjónvarpsþjónustu. 365 rekur ekki eigin sjónvarpsdreifikerfi en kaupir sjónvarpsdreifingu af Vodafone, Símanum og OZ fyrir sjónvarpsþjónustur sínar. Einnig kaupir 365 heildsöluþjónustu af Símanum, Mílu, Gagnaveitu Reykjavíkur og Símafélaginu, fyrir fjarskiptarekstur sinn, þ.m.t. IPTV sjónvarpsþjónustu.

Fjarskipti telja því að viðkomandi vöru- og/eða þjónustumarkaðir málsins sé markaður fyrir fjarskiptaþjónustu sem lúta að framboði og eftirspurn eftir far- og talsímaþjónustu, gagnaflutningsþjónustu auk markaðarins fyrir internetþjónustu, og hluta markaðarins fyrir sjónvarpsþjónustu. Fjarskipti telja hins vegar að samruninn muni ekki hafa áhrif á markað fyrir dreifingu sjónvarpsefnis enda er starfsemi 365 afar takmörkuð á þeim markaði.[30]

Er nánar gerð grein fyrir fjarskiptamarkaðnum hér að neðan.

7.2.2.1 Eðlisbreyting hefur orðið á notkun Internetsins, sem veldur samruna markaða

Á síðustu tíu árum hefur fjöldi þeirra einstaklinga sem nota Internetið í heiminum farið yfir einn milljarð jarðarbúa. Á innan við áratug hafa neytendur horfið frá notkun sem að mestu leyti byggði á aðgangi og miðlun á texta yfir notkun sem felst að miklu leyti í streymun myndefnis, hljóðs og ýmiss konar gagnvirkri miðlun efnis og samskiptum. Þannig hefur í reynd orðið eðlisbreyting á umferð á Internetinu og notkun þess. Þessi þróun hefur leitt til síaukinnar eftirspurnar eftir háhraðatengingu við Internetið og er streymun myndefnis (video) helsta ástæða aukningu á gagnamagni yfir Internetið og verður árið 2020 um 82% af gagnamagni á Internetinu[31].

---

[30] [ ] Trúnaðarmál

[31] Samkvæmt skýrslu Cisco um þróun gagnaflutnings í heiminum http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/vni-hyperconnectivity-wp.html

Afleiðing þessa er að mikil fjölgun hefur orðið á breiðbandstengingum bæði yfir fasta línu (fastlínutengingar) og í farsímatengingum. Nú þegar hefur fjöldi breiðbandstenginga yfir farsímanet farið fram úr fjölda fastlínutenginga á heimsvísu. Sama þróun hefur átt sér stað á Íslandi þar sem mikil fjölgun hefur orðið á síðustu þremur árum í fjölda nettenginga yfir farsímanet. Um þessa aukningu má m.a. vísa til neðangreindra gagna úr tölfræðiskýrslu PFS.

Fjöldi áskrifta fyrir netið í farsímann

	Breiðbandstenging farsíma Mobile broadband			Árleg aukning m.v. 1. hl. 2014	
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	228.599	257.385	288.414	12,1%	26,2%
- Nova	87.161	102.977	121.514	18,1%	39,4%
- Síminn	81.102	85.160	88.210	3,6%	8,8%
- Vodafone	52.549	60.749	65.884	15,6%	25,4%
- 365	...	7.164	10.293	0,0%	43,7%
- Tal	6.197	...	...	0,0%	0,0%
- Aðrir / Others	1.590	1.335	2.513	-16,0%	58,1%
Meðaltal			*	**12,3%**	**31,0%**

Gögn: Tölfræðl um íslenska fjarskiptamarkaðinn, fyrri helmingur ársins 2016, Pós- og fjarskiptastofnun 2106.

*(Aðrir ekki reiknaðir með í meðaltali 1. hl. 2015, þ.e. -16,0%)

Gagnamagn á farsímaneti:

	Farsímanet / gögn Mobile network / Data			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
GB						
Samtals / Total	2.538.701	4.504.079	7.155.161	100,0%	100,0%	100,0%
- Tal og gögn / Voice and data	644.857	1.549.155	3.046.840	25,4%	34,4%	42,6%
- Eingöngu gögn / Data only	1.893.844	2.954.924	4.108.321	74,6%	65,6%	57,4%

*Gagnamagn fyrir netið í símann og netþjónustu á farneti. / *Data traffic for standard mobile and data only.

Gögn úr rekstri Fjarskipta hf. sýna sömu þróun sem vikið verður að hér síðar. Ástæður framangreindrar þróunar á sér nokkrar orsakir, sem annars vegar má rekja til stórstígra framfara í flutningsgetu farsímaneta og hins vegar tilkomu snjallsíma sem hafa aukið margfalt notkunarmöguleika á því að eiga gagnvirk samskipti yfir Internetið og þar með valdið mikilli aukningu á gagnamagni. Að mati Fjarskipta er hægt að slá því föstu að stór hluti neytenda geri í dag kröfu um að geta streymt myndefni og deilt myndum, hljóði og gögnum þráðlaust hvar sem þeir eru staddir. Ekki síst gera yngri neytendur (sérstaklega aldurshópurinn 12-40 ára) miklar kröfur að þessu leyti sem leitt hefur til breytts notkunarmynsturs.

Stjórnvöld í Evrópu hafa gert sér grein fyrir þróuninni og hafa á síðustu árum sett í forgang að breyta áherslum og laga regluverk að þessum breytingum. Vert er að nefna þrennt í því sambandi:

- Stjórnvöld hafa sett uppbyggingu háhraðaneta í forgang. Í maí 2015 hleypti framkvæmdastjórn Evrópusambandsins af stokkunum **Digital Single Market**[32] (rafrænn innri markaður) sem eitt af tíu forgangsverkefnum framkvæmdastjórnarinnar. Áætlunin felur í sér 16 verkefni sem samanstanda af þremur meginstoðum: (i) koma á betra netsambandi við vörur og þjónustur á EES-svæðinu, (i) byggja upp fjarskiptakerfi og (iii) þróun rafrænnar þjónustu og tryggja að Evrópska hagkerfið og iðnaður hagnýti sér hinn innri rafræna markaði til vaxtar.
- Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hefur einnig hleypt af stokkunum umfangsmikilli endurskoðun á regluverki á sviði fjarskipta og sett í gang verkefni til þess að mæta aukinni eftirspurn og þörf fyrir nettengingu sem er hröð og áreiðanleg (**European Electronic Communication Code**).[33] Þeim markmiðum sem þar eru sett fram verður ekki náð nema með meiriháttar fjárfestingum og með verkefninu eru kynntar einfaldaðar reglur sem hvetja eiga til fjárfestingar fyrirtækja í nýrri og betri fjarskiptatækni.
- Þá tók gildi þann 30. apríl 2016 reglugerð um nethlutleysi[34] (*e.* **Net Neutrality)** innan Evrópusambandsins (ESB). Búið er að taka reglugerðina upp í EES-samninginn og mun hún taka gildi hér á landi þegar Alþingi hefur gert viðeigandi breytingar á lögum um fjarskipti. Reglugerðin um nethlutleysi festir í lög ESB þá reglu að Internetið eigi að vera opið og fyrir alla. Ákvæði hennar tryggja rétt

[32] COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT, Executive summary of the evaluation, Accompanying the document Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council establishing the European Electronic Communications Code (Recast) {COM(2016) 590} {SWD(2016) 313}. Brussels, 14.9.2016 SWD(2016) 305 final, bls. 2. Sjá einnig Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Socical Committiee and the Committee of the Regions, A Digital Single Market Strategy for Europe, Brussels, 6.5.2015 COM(2015) 192 final.

[33] http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:c5ee8d55-7a56-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_3&format=PDF og einnig http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:c5ee8d55-7a56-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_4&format=PDF.

[34] Sjá reglugerðina á http://www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/eea/other-legal-documents/translated-acts/icelandic/i32015R2120.pdf

endanlegra notenda á aðgangi að upplýsingum, til að dreifa upplýsingum og efni og til að nota og bjóða hugbúnað og þjónustu að eigin vali. Eins og rakið verður hér síðar hefur framangreind reglugerð veruleg áhrif á samkeppnisumhverfi fjarskiptafyrirtækja og þeirra athafna og ákvarðanatöku sem þau hafa til að mæta samkeppni á fjarskiptamarkaði.

7.2.2.2 Eftirspurnarstaðganga á fjarskiptamarkaði

7.2.2.2.1 Aðgangur neytenda að Internetinu yfir fastlínu- og farsímakerfi

Eins og vikið var að hér framar hefur eftirspurn eftir háhraðatengingum aukist mjög síðustu ár. Notendur fá aðgang að Internetinu gegnum 3 netlög. Fyrsta lagið er aðgangslag sem tengir endabúnað (t.d. farsíma eða tölvu) við stofnnet. Aðgangsnet er í dag yfirleitt veitt með þráðlausum hætti gegnum (A) WiFi net (innandyra) til viðbótar við bitastraumsaðgang frá húsi að símstöð eða tengiskáp eða (B) gegnum farsímadreifikerfi (3G eða 4G). Frá aðgangsneti er notandinn tengdur við stofnnet sem nær frá símstöð eða farsímasendi að netmiðju þjónustuaðila. Frá netmiðju fær notandinn tengdur við Internetið með tengingum við aðra þjónustuaðila m.a. með útlandatenginu frá netmiðju og til tengipunkt erlendis.

Hin aukni vöxtur er m.a. knúin áfram af vaxandi eftirspurn eftir efnisþjónustu, forritum og hugbúnaði sem streymir miklu gagnamagni og þá sérstaklega í formi myndefnis en einnig tónlistar og annars gagnvirks efnis sem notar mun meiri bandvídd en t.d. texti. Til frekari skýringar má sjá samanburð hve mikla bandvídd mismunandi þjónustur yfir fjarskiptakerfi taka.

Gagnaumferð í 60 sekúndur					
0,2 Mbit	**24 Mbit**	**3 Mbit**	**16 Mbit**	**180 Mbit**	**480 Mbit**
Tölvupóstur (án viðhengis) (Um 0,02 MB)	Ljósmynd (ein litmynd) (um 3 MB)	Hlusta á tónlist (Spotify) (Um 50 kbps)	Vafra á netinu (1 síður mín) (Um 2 MB/síðu)	Horfa á video í SD gæðum (Um 3 Mbps)	Horfa á video í HD gæðum (Um 8 Mbps)

Eins og sést á töflunni hér fyrir ofan kallar áhorf á myndband yfir netið í eina mínútu á 60-160 sinnum meira gagnamagn en að hlusta á tónlist og 10-30 sinnum meira gagnastreymi á mínútu en að vafra á netið yfir sama tíma (1 Byte = 8 bit).

Eins og þessi markaður hefur þróast nær þessi eftirspurn bæði til háhraðatenginga yfir fastlínur og farsímanet.

Þegar notkun er skoðuð eftir aðgangsnetum er yfirleitt meiri notkun yfir WiFi samband innandyra en yfir farsímanetsaðgang utandyra. Greina má a.m.k. þrenna orsakaþætti hér: (1) Myndefni er helst neytt þegar notandi er ekki á ferðinni, heldur þegar hann er staðsettur á heimili eða vinnustað. (2) Flestir snjallsímar í dag skipta sjálfkrafa milli tenginga sem í boði eru hvaða tengingar og skipta sjálfkrafa yfir á heimanet t.d. yfir á WiFi-net á heimili af 4G farsímatengingu sem í boði hverju sinni (e.Autoswitch).[35] (3) Farsímanet hefur verið kostnaðarsamara aðgangsnet en WiFi ofan á fastlínusamband. Notendur hafa því notað farsímanetskerfið fyrir Internetaðgang utan heimila eða vinnustaðar en þróunin hefur þó verið í þá átt að minnka mjög mun á kostnaði og upplifunar milli farsímanets og heimanetstenginga. Fyrirsjáanlegt er að sú þróun haldi áfram og notendur muni gera kröfu um sömu gæði og upplifun af internetþjónustu hvort sem er innandyra eða utanhúss og eru tæknunýjungar eins og 5G miðaðar að því að verða við þeim kröfum neytenda.

Varðandi aðgang neytenda að Internetinu yfir fastlínu (*e.*Fixed Broadband Internet Access) má taka fram að um 99% Internettenginga á Íslandi eru nú þegar með yfir 10Mbps gagnaflutningshraða (ADSL, VDSL eða ljósleiðara) og um 85% Internettenginga eru með yfir 50Mbps (VDSL eða ljósleiðari)[36]. Er þetta heldur hærra hlutfall en almennt gerist í Evrópu og fyrirséð er að forskot Íslands muni aukast enn þar sem í gangi eru ljósleiðaraverkefni sem munu tengja nær öll heimili á Íslandi við ljósleiðara á næstu árum.

---

[35] https://www.verizonwireless.com/support/knowledge-base-97134/ (Samsung Galaxy S) og í iPhone iOS9 frá 2015 (http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3192108/Finally-Apple-s-iOS-9-automatically-switch-Wi-Fi-mobile-data-never-run-signal.html)

[36] Tölfræðiskýrsla PFS fyrir H1 2016

Spár gera ráð fyrir að almennt muni umferð um Internetið yfir fastlínusamband í vestanverðri Evrópu um vaxa um 20% árlega.[37]

Varðandi aðgang neytenda að Internetinu yfir farsímakerfi (*e.*Mobile Broadband Internet Access) sýna gögn að á síðustu tveimur árum hefur vöxtur í breiðbands-tengingum yfir farsímanet verið miklu meiri en vöxtur í breiðbandstengingum yfir fastlínutengingar. Í tilkynningum frá Vodafone kemur fram að 4G farsímakerfið nær til yfir 95% landsmanna og í sambærilegri tilkynningu frá Símanum kemur fram að 4G farsímakerfi Símans nái til 93% landsmanna. Eins og sést á neðangreindri töflu hefur vöxtur í gagnamagni yfir farsímanet verið mjög mikill:

Helstu stærðir	**1.hl. 2015**	**1.hl. 2016**	**Breyting í %**
Heildarfjöldi farsímaáskrifta	423.544	436.021	2,9%
Netið í símann	257.385	288.414	12,1%
Netþjónusta á farsímaneti (Gb)	44.915	47.953	6,8%
Gagnamagn á farsímaneti (Gb)	4.504.079	7.155.161	58,9%
Gagnamagn, netið í símann *(Gb)*	1.549.153	3.046.840	96,7%
Netþjónusta á farsímaneti (Gb)	2.954.924	4.108.321	39,0%
Fjöldi internettenginga	121.891	124.955	2,5%
Ljósleiðari	31.523	37.369	18,5%
xDSL (kopar)	89.295	86.705	-2,9%

Heimild: Tölfræði um íslenska fjarskiptamarkaðinn, fyrri helmingur ársins 2016. Póst- og fjarskiptastofnun nóvember 2016.

Sama þróun hefur komið skýrt fram í starfsemi Fjarskipta þar sem meðalnotkun í Mb yfir farsímanet hefur á tímabilinu frá janúar 2015 til mars 2017 vaxið um [ ][38]

[37] http://www.cisco.com/c/m/en_us/solutions/service-provider/vni-forecast-highlights.html.
[38] Trúnaðarmál

[

][39]

Óhætt er að fullyrða að framangreind þróun sé í samræmi við þróun á heimsvísu en tölur fyrir íslenska markaðinn sýna að vöxturinn í farsímanotkun og gagnamagni yfir farsímanet er heldur meiri hér á landi. Þetta á sér m.a. þær skýringar að þekja 4G farsímaneta er góð hér á landi og aðgangur að háhraða farsímanetum er greiður.

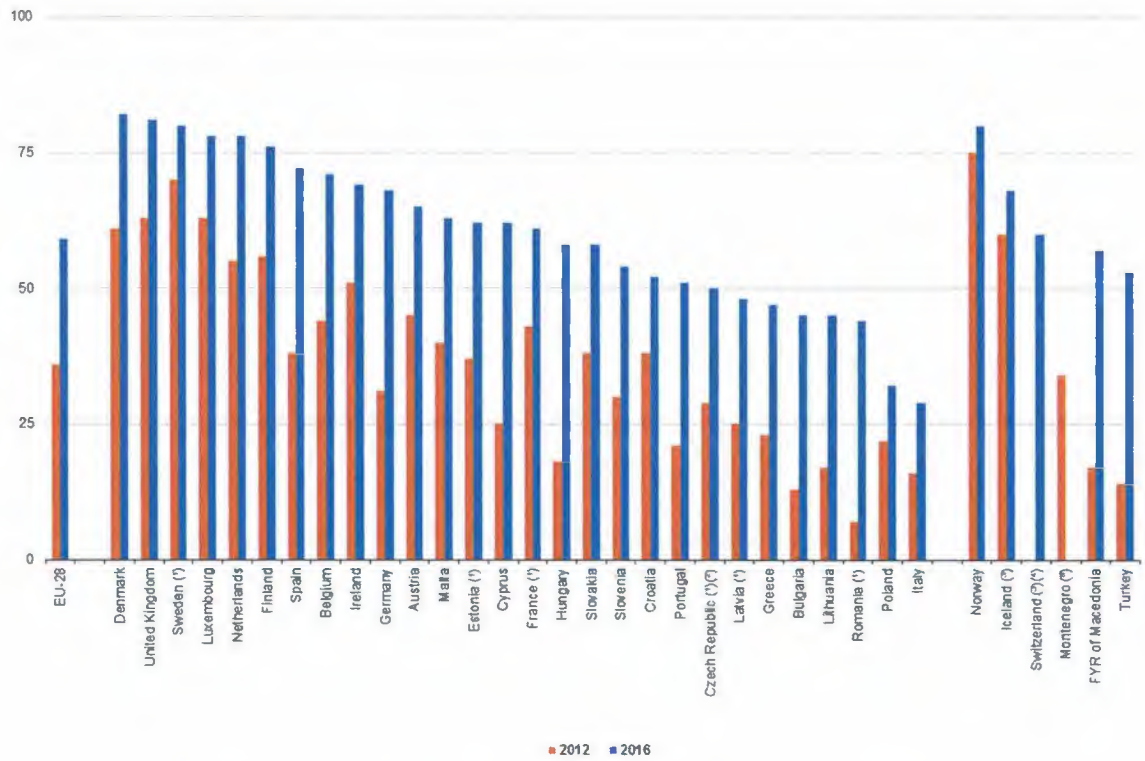
Spár á heimsvísu gera nú ráð fyrir að gagnamagn yfir farsímanet (*e.*mobile data traffic) mun sjöfaldast til 2021 með um 47% árlegum vexti og að vöxturinn verði tvöfalt meiri en gagnaflutningur yfir fastlínutengingar (*e.*fixed IP traffic) yfir sama tímabil. Gert er ráð fyrir að árið 2021 verði um 75% af gagnatengingum yfir farsímanet úr snjallsímum en talan var 46% árið 2016.[40]

7.2.2.2.2 Um netumferð á Internetinu yfir farsíma

[39] Trúnaðarmál

[40] http://www.cisco.com/c/dam/assets/sol/sp/vni/forecast_highlights_mobile/index.html

Þegar litið er til þróunar **í Evrópu** má sjá mikla aukningu á netumferð á Internetinu yfir farsímakerfi. Samkvæmt könnun sem gerð var af hálfu Evrópusambandsins árið 2015 höfðu fjórir af hverjum fimm einstaklingum (79%) notað Internetið yfir þriggja mánaða tímabil. á Þar af hafði meira en helmingur (52%) farið á Internetið í gegnum farsíma. Að mati Fjarskipta hefur aðgangur að Internetinu í gegnum *hreyfanleg nettengd raftæki* (farsímar, spjaldtölvur, fartölvur) þannig þróast sem staðganga við hefðbundinn fastlínuaðgang að Internetinu (á heimilum, í vinnu, við nám og á almennum samkomustöðum s.s. kaffihúsum). Framangreind þróun hefur verið stöðug frá 2012 yfir alla Evrópu eins og sjá má af þessari mynd.[41]

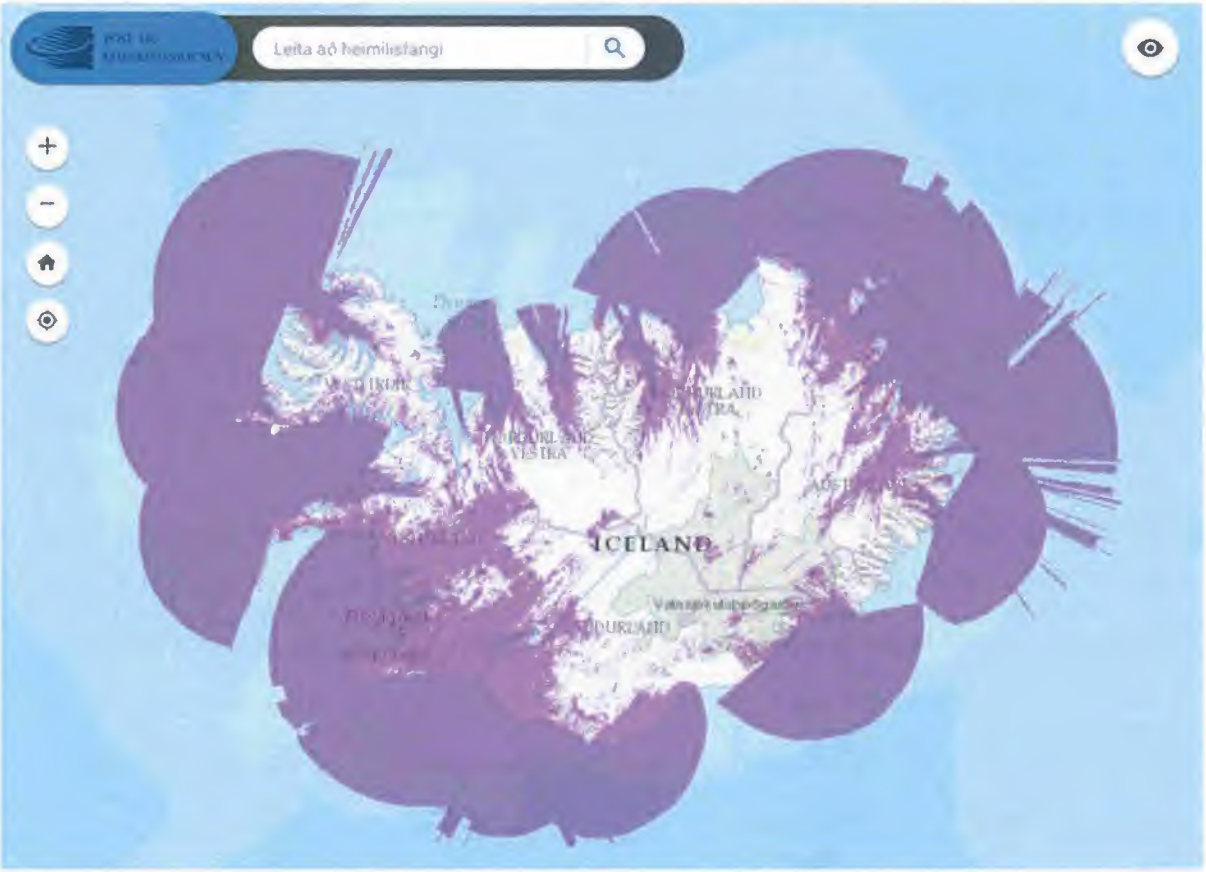


Note: defined as using the internet away from home or work on portable computers or handheld devices via mobile phone networks or wireless connections
(1) Break in series.
(2) 2013 instead of 2012.
(3) 2014 instead of 2016.
(4) 2012: not available
(5) 2016: not available.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_im_i)

[41] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics explained/index.php/File:Individuals who used a portable computer or a handheld device to access the internet away from home or work, 2012 and 2016 (%25 of individuals aged 16 to 74) YB17.png

Að jafnaði notaði rúmlega 70% af einstaklingum farsíma/snjallsíma til þess að fara á Internetið í Danmörku, Svíþjóð, í Lúxemborg, Bretlandi, Hollandi og Noregi. Lægstur var aðgangurinn á Ítalíu eða um 25%. Þá var aðgangur að Internetinu með farsíma/snjallsíma í þéttbýli mun meiri en utan þéttbýlis, um 59% árið 2015, en utan þéttbýlis um 42%. Þetta skiptir máli fyrir samkeppnismarkað samrunaaðila á Íslandi þar sem 65-70% þjóðarinnar býr á þéttbýlissvæðum. Framangreint er í samræmi við aukningu á því gagnamagni sem fer um farsímanet erlendis og í farsímanetum á Íslandi.[42]

Helsti þröskuldur í Evrópu fyrir netumferð yfir farsímanet hefur verið hæg uppbygging háhraða farsímaneta og þekja (*e.*coverage) þeirra. Á Íslandi er hins vegar staðan sú að 4G net þekja ná til yfir 95% landsmanna:



4G útbreiðslukort sem sýnir samanlagt dreifikerfi Símans, Vodafone og Nova fyrir 4G miðað við september 2016[43]

[42] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_at_regional_level#Mobile_internet_use
[43] https://www.pfs.is/fjarskipti/utbreidslukort-og-tidnitoflur/4g-utbreidslukort/

Sú gæðaaukning sem 4G farsímakerfið bíður upp á umfram eldri kerfi eins og 2G og 3G eru þríþætt. (1) Hámarkshraði til notanda (e. Speed), (2) geta til að anna umferð (e. Capacity) og (3) tímatöf í gagnasendingum (e. Latency). Hámarkshraði og geta til að anna umferð í 4G koma til að framþróun í fjarskiptatækni sem leyfir mun betri nýtingu á radíótíðni til gagnaflutnings. 4G (LTE/LTE-A) tæknin ber t.d 16-30b/s/Hz á meðan 3G (CDMA-HSDPA) tæknin ber um 1-4b/s/Hz. Munur á hraða eða gagnaflutningsgetu milli 3G og 4G er því 4-30x og hverja tíðni. Í dag hefur Fjarskipti 10MHz tíðni fyrir 4G (LTE) til umráða og getur boðið upp á um 150 Mbps gagnaflutningshraða yfir 4G kerfið, háð fjölda notenda á hverjum sendi. Tímatöf í gagnaflutningnum er einnig minni í 4G kerfum miðað við 3G kerfi, eða um 30-50% lægri sem hefur umtalsverð áhrif á upplifun notenda á farsímanetskerfunum.

Útbreiðsla háhraða farsímaneta nær til alls landsins og er þekja þess með þeim hætti að það getur veitt neytendum góða internetþjónustu og upplifun á þeim þjónustum mynda yfir 95% af þeirri eftirspurn eftir þjónustu á Internetinu.

Fjárfestingar í fjarskiptakerfum, betri búnaður (bæði vélbúnaðar- og hugbúnaðarkerfi) auk innleiðing á hagkvæmari stöðlum hafa aukið flutningsgetu fjarskiptakerfa og þar með aðgang neytenda að gagnafrekri notkun (*e.*data-intensive usage) en eins og oft hefur verið vikið að gera neytendur sífellt meiri kröfur til þess að geta haft aðgang að Internetinu og þjónustum óháð endabúnaði og staðsetningu. Samrunaaðilar telja sem fyrr segir að þessi þróun muni halda áfram af auknum þunga með innleiðingu 5G neta á Íslandi líkt og spáð er fyrir um í Evrópu. Sölutölur og spár fyrir sölu snjallsíma sýna jafnframt að neytendur munu í auknum mæli velja farsíma/snjallsíma til að hafa aðgang að háhraða Internet sambandi í stað þess að nota fastlínu.[44]

[44] http://www.gartner.com/newsroom/id/3560517

Tegund tækis	2016	2017	2018	2019
Tölvur (Desk-Based og Notebook)	219	205	198	193
Ultramobiles (Macbook air og svipuð tæki)	49	61	74	85
PC Market	268	266	272	278
Ultramobiles (Basic and Utility)	168	165	166	166
Computing Devices Market	436	432	438	444
Mobile Phones	1,888	1,893	1,920	1,937
Total Devices Market	2,324	2,324	2,357	2,380

Snjallsímar og notkunarmöguleikar sem felast í þeim, hreyfanleiki þeirra og tenging við Internetið hafa breytt í grundvallaratriðum hegðun neytanda. Snjallsímar, ólíkt eldri gerðum farsíma (einkum 2G) gera notendum kleift að vafra um Internetið í vafra, senda tölvupósta, taka þátt í myndfundum (*e.*Videoconferencing), spila netleiki, hafa aðgang að gögnum og vinna í þeim í forritun yfir síma (t.d. Word, Excel, Notes). Þegar farsími hefur aðgang að háhraða breiðbandstengingum yfir farsímanet líkt og 4G er að mati Fjarskipta staðganga í hefbundinni notkun milli snjallsíma, fartölvu og borðtölvu sem tengd er við Internetið. Aðgangur að Internetinu gegnum farsímadreifikerfi er því staðgönguvara við almennan aðgang að Internetinu gegnum fastlínu og stefnir í að vera fullkomin staðgöngu vara eftir því sem farsímadreifikerfin verða öflugri.

7.2.2.2.3 Um þróun netumferðar

Í upphafi má taka fram að árið 2016 notuðu um 71% einstaklinga inna Evrópu Internetið daglega. Hlutfall þeirra sem notuðu Internetið daglega var að jafnaði um 87% meðal Evrópusambandsþjóða, allt frá 71% í Rúmeníu til 92% í Danmörku, 93% í Hollandi, Bretlandi og um 95% í Noregi og á Íslandi (Gögn sem Eurostat studdist við frá Íslandi eru frá 2014).[45]

Í Danmörku, Bretlandi, Svíþjóð, Lúxemborg, Hollandi og Finnlandi var Internet notkun i gegnum farsímanet hæst. Hæst var hlutfallið í Danmörku, eða 82%, sem notuðu netið

[45] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals.

meðan þeir voru á ferð, en hlutfallið var svipað fyrir Noreg um 80% og má því ætla að svipað sé uppi á teningnum á Íslandi.[46]

Um 66-70% af notendum í Lúxemborg, Bretlandi, Belgíu og Svíþjóð notuðu samskiptamiðla (s.s. Facebook, Twitter o.fl.) en í Danmörku var hlutfallið 74%, fyrir Noreg 76% og fyrir Ísland var hlutfallið 83% (tölur frá 2014 en eru líklega hærri tölur í dag).[47]

Þegar **þróun Internetumferðar yfir fastlínusamband** er skoðuð (Internet Traffic: Fixed network access) má ljóslega sjá að vöxtur í flutningi gagna yfir fastlínusamband er minni en fyrir farsímanetið. [

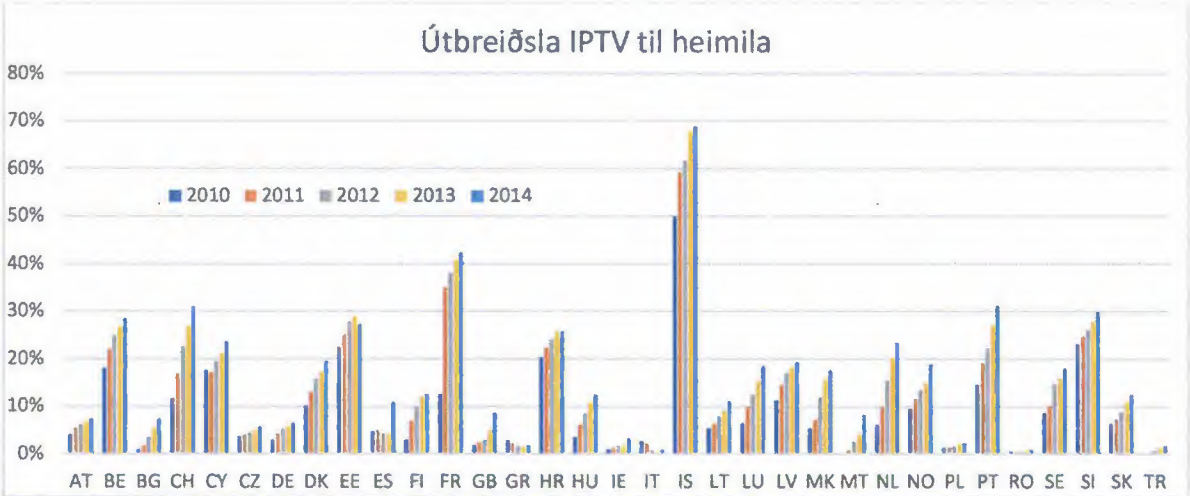
][48]

[46] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals.

[47] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

[48] Meðalnotkun á ljósleiðaranotanda. Kerfisvilla skýrir lága notkun frá júní 2016 til desember 2016.

Fyrir Evrópu var meðalnotkun á mánuði um 20,4Gb en miðgildi mun lægra eða 8,2 Gb sem er nokkuð lægra en fyrir Ísland. Skýringuna er helst að finna í að hvað Ísland er



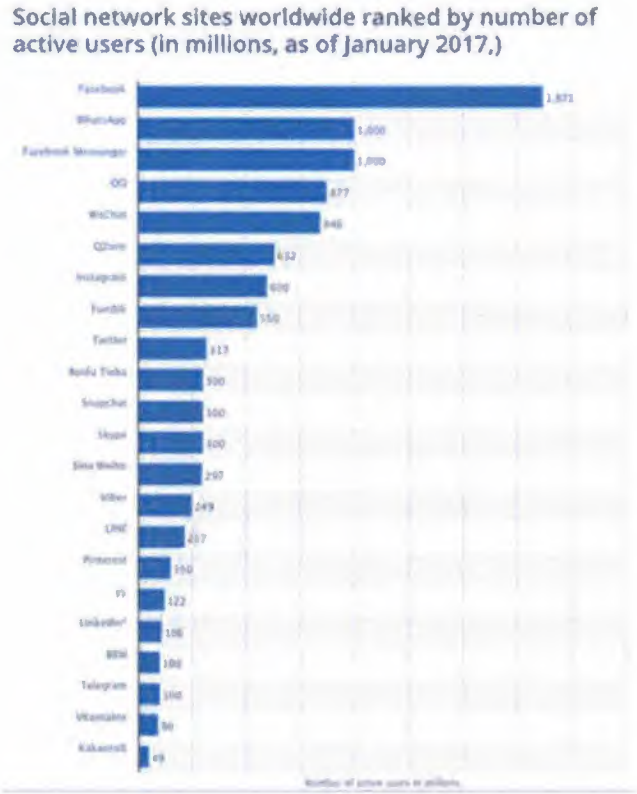
Heimild: Póst- og fjarskiptastofnun, European Audiovisual Observatory og Cullen International

framalega í háhraðainternettengingum heimila m.v. Evrópu og að Internetnotkun eykst með bættum tengingum. Til dæmis er mögulegt fyrir heimili að vera að horfa á marga sjónvarpsstrauma yfir Internetið á sama tíma í mörgum snjalltækjum. En til þess að slík notkun sé möguleg þarf Internettengingu sem getur borið allt gagnamagnið samtímis. Ísland skers sig að mörgu leiti úr varðandi sjónvarpsneyslu þar sem neysla á sjónvarpsefni er að mestu komin yfir í dreifingu yfir IPTV sjónvarpsdreifikerfi fjarskiptafyrirtækja eða yfir Internetið á Íslandi gegnum þar til gerð smáforrit eða vefsíður, sjá mynd.[49] Til þess að dreifing á sjónvarpsefni í SD gæðum sé möguleg er nauðsynlegt að hafa a.m.k. ADLS tengingu sem ber 10Mbps. Í dag eru sjónvörp seld sem bjóða upp á mjög mikil myndgæði. Því gera neytendur kröfu um HD gæði í sjónvarpáhorfi og til þess að slík upplifun skerði ekki möguleika heimilis til almennar Internetnotkunar þurfa heimili að hafa VDSL eða ljósleiðaratengingu. Þannig eru samverkandi kraftar milli þróunar í fjarskiptatækni og tækjaþróunar þar sem framþróun í fjarskiptitækni styður framþróun í tækjabúnaði, og öfugt.

[49] Sjá nánar https://www.pfs.is/um-pfs/frettir/frett/2017/03/10/Nidurstada-samrads-um-throun-sjonvarpsmidlunar-og-fjarskipta/ og skjalið "Samantekt á svörum úr samráði um þróun sjónvarpsmiðlunar og fjarskipta" Póst- og fjarskiptastofnun, 10. mars 2017, bls. 2.

Breytingar á netumferð með vaxandi áhrifum efnisveitna [Over-the-top (OTT) services]

Á smásölumarkaði hefur átt sér stað hröð þróun og aukin eftirspurn eftir svokölluðum OTT[50] þjónustum sem náð að vaxa hratt með auknum aðgangi neytenda að breiðbandstengingum bæði yfir háhraða fastlínu- og farsímatengingar. Nú þegar hefur eftirspurn eftir ýmsum OTT þjónustum á smásölumarkaði farið fram úr eftirspurn eftir hefðbundnum fjarskiptaþjónustum sem fjarskiptafyrirtæki hafa hingað til veitt (t.d. símtöl yfir Internetið með Skype, textaskilaboð yfir Facebook Messenger og WhatsApp í stað hefðbundinna SMS skilaboða yfir farsímanet).[51] Í dag er um 70-75% af gagnamagni sem fer yfir fjarskiptanet tilkomið vegna tiltölulegra fárra en mjög vinsælla OTT þjónusta sem veitt er af tiltölulega fáum en mjög öflugum efnisveitum (*e.*Application Content Providers t.d. Youtube, Bittorrent, Skype, Facebook) en allar eru þær aðgengilegar öllum sem tengst geta Internetinu hvar sem er í heiminum. Afgangurinn kemur síðan frá þjónustu sem er bundinn við landsvæði og er eingöngu aðgengileg innan ríkja (eins og t.d. Netflix). Tíu vinsælustu netþjónustur fyrir



[50] OTT (e.Over-The-Top content (OTT) er hljóð, videó og annað efni sem streymt er yfir Internetið án aðkomu og stjórnunar þess aðila sem stýrir eða stjórnar fjarskiptanetum sem efnið streymir yfir frá efnisveitu (e.Applcation Content Provider) til notanda (t.d. fjarskiptafyrirræki sem á og stjórnar netum, fjarskiptakerfum og ljósleiðaratengingum). Dæmi hér er fjarskiptafyrirtæki sem rekur fastlínu- og farsímanet sem er þá MSO (e.Multiple-system Operator) sem efni frá efnisveitu (t.d. Bit Torrent, Youtube) streymir yfir til neytanda á smásölumarkaði í snjallsímaforrit (T.d. Facebook app á iPhone eða Samsung).

[51] Sjá m.a. Explanatory Note frá framkvæmdastjórn Evrópusambandsins on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC, .10.2014 SWD(2014) 298, bls. 17 o.áfr.

Evrópu, sem allar eru aðgengilegar frá mörgum mismunandi löndum (ekki staðbundnar þjónustur (non-geoblocking).

10 helstu þjónustur yfir Internetið og bandbreiddarnotkun á fastlínu (Bandwith consumption) í Evrópu 2014[52]						
	Upphal		Niðurhal		Samanagt	
Sæti	Forrit/app	Hlutdeild	Forrit/app	Hlutdeild	Forrit/app	Hlutdeild
1	Bit Torrent	33.20%	YouTube	19.27%	YouTube	17.38%
2	HTTP	10.07%	HTTP	17.46%	HTTP	16.26%
3	YouTube	7.67%	Bit Torrent	11.10%	Bit Torrent	14.71%
4	SSL	5.63%	SSL	6.19%	SSL	6.10%
5	Skype	4.54%	Facebook	3.88%	Facebook	3.95%
6	Facebook	429%	RTMP	3.66%	RTMP	3.27%
7	eDonkey	3.64%	MPEG	3.54%	MPEG	3.21%
8	Dropbox	2.11%	Netflix	3.23%	Netflix	2.98%
9	MPEG	1.51%	Flash Video	2.37%	Flash Video	2.17%
10	iTunes	1.30%	iTunes	2.23	iTunes	2.08%
Samtals 10		**72.66%**		**70.69%**		**70.01%**

Þegar **þróun Internetumferðar yfir farsímasamband** er skoðuð (*e.* Internet Traffic: Mobile Network Access) kemur hins vegar önnur mynd í ljós. Í samræmi við þá grundvallar eðlisbreytingu sem orðið hefur á eftirspurn eftir netaðgangi yfir farsímanet, og fjallað er um hér að framan, hefur Internet umferð yfir farsímanet tæplega þrefaldast á tveimur árum. Í reynd er réttara að tala um sprengingu á þessu sviði eins og tölfræðiskýrsla PFS fyrir fyrri hluta ársins 2016 gefur til kynna:

	Farsímanet / gögn Mobile network / Data			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
GB						
Samtals / Total	2.538.701	4.504.079	7.155.161	100,0%	100,0%	100,0%
- Tal og gögn / Voice and data	644.857	1.549.155	3.046.840	25,4%	34,4%	42,6%
- Eingöngu gögn / Data only	1.893.844	2.954.924	4.108.321	74,6%	65,6%	57,4%

*Gagnamagn fyrir netið í símann og netþjónustu á farneti. / *Data traffic for standard mobile and data only.

Sama þróun kemur í ljós þegar gögn úr rekstri Fjarskipta eru skoðuð. Yfir tímabilið frá janúar 2015 til mars 2017 hefur meðalnotkun í Mb aukist um [ ][53] og virðist heldur vera að aukast , sbr. mynd hér að neðan:

[52] https://www.sandvine.com/downloads/general/global-internet-phenomena/2014/1h-2014-global-internet-phenomena-report.pdf
[53] Trúnaðarmál

[

][54]

Að mati Fjarskipta er meginorsök þessa vaxtar í gagnamagni í farsímanetum sú gríðarlega aukning í eftirspurn eftir afþreyingu í rauntíma og kröfum neytenda til góðrar þjónustuupplifun af myndáhorfi gegnum farsímanetskerfin. Við þessu hafa fjarskiptafyrirtækin brugðist við með mikilli uppbyggingu á farsímanetum og verðlækkunum. Þar fast á eftir koma vöfrun á netinu (*e.*web browsing) og síðan notkun ýmissa samskiptamiðla, sbr. hér að neðan:

[54] Trúnaðarmál

10 helstu þjónustur yfir Internetið og bandbreiddarnotkun á farsímanet (Bandwith consumption) í Evrópu 2014						
	Upphal		Niðurhal		Samtals	
Sæti	Forrit/app	Hlutdeild	Forrit/app	Hlutdeild	Forrit/app	Hlutdeild
1	Facebook	17.93%	HTTP	17.65%	HTTP	16.92%
2	HTTP	13.45%	YouTube	16.54%	YouTube	15.15%
3	SSL	8.63%	Facebook	12.85%	Facebook	13.72%
4	YouTube	8.25%	SSL	5.68%	SSL	6.17%
5	Bit Torrent	5.00%	MPEG	4.23%	MPEG	3.85%
6	Skype	4.60%	Netflix	3.89%	Netflix	3.53%
7	iTunes	3.01%	iTunes	3.48%	iTunes	3.40%
8	Instagram	2.07%	Google Market	2.66%	Bit Torrent	3.02%
9	MPEG	2.05%	Bit Torrent	2.60%	Google Market	2.43%
10	Snapchat	1.86%	Instagram	1.92%	Skype	1.93%
Samtals		***64.99%***		***69.59%***		***70.13%***

7.2.2.2.4 Samantekt og ályktun

Af framangreindu er ljóst að sá mikli vöxtur sem er í netumferð í farsímanetum á Íslandi og í Evrópu má rekja beint til aukinnar notkunar á gagnafrekum þjónustum yfir farsímanet. Heilt yfir virðist þróun eftirspurnar vera með þeim hætti að neytendur vilji hafa aðgang að internet þjónustum yfir hin ýmsu tæki, svo sem snjallsíma, tölvur, sjónvörp og spjaldtölvur en tækin halda utan um efni og notkun notanda óháð því hvaða tæki hann notar til að neyta þjónustunnar (t.d. þannig að notandi getur byrjað að horfa á mynd eða þátt í sjónvarpi en þjónustan gerir honum síðan kleift að halda áfram að horfa á myndina eða þátt frá því sem frá var horfið í sjónvarpi á snjallsíma, en stærstu fjarskiptafyrirtækin á Íslandi bjóða t.d. IPTV í gegnum sérstök örforrit (e. App) í farsíma). Munur á notkun skýrist einnig af mismunandi notkunartilvikum eftir því hvort notandi

sé kyrrstæður á fastlínuneti (hentar yfirleitt betur til áhorfs á myndefni) eða hreyfanlegur á farsímaneti. Þó sýna framangreind gögn að notendur nota í auknum mæli fastlínunet og farsímanet jöfnum höndum til þess að sækja í sömu netþjónustur og geri kröfu um sömu þjónustuupplifun. Við þessu hafa fjarskiptafyrirtækin þegar orðið með verðlækkunum á farsímaþjónustu og bjóða í dag upp á öflug 4G farsímadreifikerfi sem gera neytendum mögulegt að njóta almennrar Internetþjónustu, þ.m.t. neyslu á myndefni með sambærilegum hætti og gert er yfir fastlínutengingu. Því stefnir í að ekki verði merkjanlegur munur á milli almennrar notkunar eftir því hvort um er að ræða fastlínu eða farsímanet. Tækniþróun í farsímatækni og uppbygging farsímanetskerfa mun ýta enn frekar undir þessa þróun. Að mati Fjarskipta er framangreind þróun órækur vitnisburður um að fullkomin staðganga er þegar til staðar milli almennra netþjónustu yfir fastlínusamband og farsímanet.

Í fyrrnefndri ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 31/2011 er markaði fyrir staðlaða Internetþjónustu lýst sem svo að um sé að ræða markað fyrir þjónustu sem gerir viðskiptavinum „kleift að vafra á Internetinu þannig að þeir geti sótt og skoðað heimasíður, leitað upplýsinga og nýtt sér annað það sem nálgast má á Internetinu" . Að mati Fjarskipta á þessi lýsing í dag við fullum fetum um það sem notendur farsíma gera í farsímum sínum alla daga. Þannig telja Fjarskipti þær forsendur og þau rök sem notuð voru til að aðgreina markað fyrir staðlaða Internetþjónustu frá markaði fyrir farsímaþjónustu ekki eiga við í dag.

Á sama hátt telja Fjarskipti ekki ástæður til að greina markað fyrir talsímaþjónustu frá markaði fyrir farsíma- og internetþjónustu. Neytandinn getur hvort heldur sem er komið skilaboðum á framfæri, jafnvel með tali, í gegnum talsíma, farsíma, eða hin ýmsu samskiptaforrit, svo sem Skype, Facebook Messenger eða Whatsapp, svo dæmi séu nefnd. Sjá einnig umfjöllun um framboðsstaðgöngu í næsta kafla.

7.2.2.3 Framboðsstaðganga á fjarskiptamarkaði

Hægt er að fullyrða að fáir tæknistaðlar hafi haft meiri áhrif á þróun fjarskiptamarkaðarins en samspil Internet Protocol (IP)[55] og Transmission Control Protocol (TCP) eða saman nefnt TCP/IP. Tæki sem er tengd byggt á þessum stöðlum eru hluti af fyrirfram skilgreindu neti, sem er tengt beint saman (tæki þarf aldrei að tala í gegnum annað net til að tala við tæki á sama neti og það sjálft).

Staðalarnir hafa þau áhrif að hægt er að tengja saman tæki af ýmsu tagi og bjóða þjónustur sem byggja á gagnaflutningi yfir mismunandi og ólík kerfi.. Í dag þýðir framangreint að hægt er að bjóða yfir ólík netkerfi (fastlínunet, farsímanet, gervihnetti o.fl.) sömu þjónustuna svo sem talsímaþjónustu, gagnageymsluþjónustu, myndvinnsluþjónustur, gagnagreiningarþjónustur, og flutning myndefnis (*e.* video services) svo eitthvað sé nefnt.

Framangreint hefur gert fjarskiptafyrirtækjum sem mögulega hafa eingöngu starfað á afmörkuðum sviðum fjarskipta (t.d. bara í farsímaþjónustu) möguleika á að bjóða allar tegundir fjarskiptaþjónustu, s.s. talsímasamband í farsíma, Internetþjónustur og annan gagnaflutning.

Hér er á ferðinni tæknilegur samruni, sem er tilkominn vegna uppfinninga, þróunar, tækniframfara eða endurbóta sem leiða til þess að hægt er að bjóða upp á *margs konar þjónustur yfir eitt og sama netið*. Framangreint þýðir einnig að hægt er að *bjóða sömu þjónustuna yfir ólík fjarskiptanet*.

Tækniþróun síðustu ára hefur verið ör, m.a. hefur 4G (LTE) staðallinn fyrir háhraða gagnanet verið innleiddur í farsímanet auk uppfærslna á fastlínunetum og aukinni útbreiðslu ljósleiðara. Notkun á háhraðanetum hefur vaxið hröðum skrefum sem aftur hefur leitt til aukins framboðs og eftirspurnar á hugbúnaði, efni og þjónustu yfir Internetið, þar á meðal OTT-þjónustum.

[55] Sjá t.d. https://is.wikipedia.org/wiki/IP-samskiptareglur

Þá hefur TCP/IP yfirtekið hefðbundna tækni í fjarskiptum og m.a. leitt til þess að talsími er alfarið að flytjast af hefðbundnum símnetum (PSTN/circuit switched networks) yfir á IP-símkerfi og líklegt er að þeim flutningi ljúki á Íslandi innan 2-3 ára. Þá hefur TCP/IP-tæknin einnig brotið niður tæknilega múra milli ólíkra fjarskiptakerfa og leitt til þess að markaðir (*e.*platform) sem áður voru tæknilega aðskildir eru nú í samkeppni hvor við annan, t.d. gerir TCP/IP engan greinarmun á því hvort gögn fara um fastlínunet eða farsímanet. Skýrasta dæmið um þennan samruna er að farsímanet (*e.*wireless networks) sem áður fyrr buðu nánast eingöngu upp á talsímaþjónustu eru nú orðin ein helsta aðgangsleið neytenda inn á Internetið í efni og þjónustur í flestum löndum, eins og vikið hefur verið að hér að framan. Þessi samruni á framboðshliðinni hefur haft mikil áhrif á þjónustu- og efnisveitur (e. Content and Service Provider)[56], uppbyggingu fjarskiptakerfa, fjarskiptatækja eins og farsíma, snjallsíma og tölva, auk áhrif á rekstur og uppbyggingu fyrirtækja og stofnana:

1. **Þjónusta**: talsími, gagnaflutningur og videoþjóustur og hugbúnaðarþjónusta er veitt til notanda yfir sama fjarskiptakerfið og með sömu tækni (TCP/IP).
2. **Fjarskiptakerfi**: ólík fjarskiptakerfi, s.s. fastlínukerfi (kopar, ljósleiðari), farsímakerfi, þráðlaus net, gervihnattasamband er nú hægt að tengja saman yfir TCP/IP til þess að veita aðgang að efni og þjónustu hvar sem er, hvenær sem er.
3. **Endabúnaður**: Eitt og sama tækið (s.s. snjallsími, spaldtölva, fartölva, borðtölva og sjónvarpstæki) gerir notanda kleift að nota í einu og sama tækinu talsímaþjónustu, steymun á video og Internet aðgang.

Þá hafa ýmsar hefðbundnar þjónustur eins og tölvupóstur, textaskilaboð og samskipti í gegnum ýmsa samfélagsmiðla komið í stað símtala yfir hefðbundin talsíma- og farsímanet og samskipti notenda þannig færst af fjarskiptanetum yfir á efnis- og þjónustuveitur og

[56] Efnisveitur (*e.*Content and Application Provider) eru fyrirræki sem bjóða upplýsingar, efni, afþreyingu og hugbúnað yfir Internetið. Má hér nefna fyrirtæki og stofnanir eins og Facebook, BBC og Google.

samskiptamiðla. Þannig er þegar hægt að merkja staðgöngu milli hinna hefðbundnu fjarskiptaþjónustu í formi talsíma og farsíma hjá fjarskiptafyrirtækjum yfir samskiptaþjónustur á vegum efnis- og þjónustuveita (Content and Service Providers) yfir Internetið (þ.e. OTT-þjónustur). Framangreint er að mati Fjarskipta vísbending um að aðstæður á framboðshlið fjarskiptamarkaðarins séu með þeim hætti að hinir þeir undirmarkaðir hans sem skilgreindir hafa verið í fyrri ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins og þær hafa fjallað um hafa runnið saman.

7.2.2.3.1 Tilhögun vöru- og þjónustuframboðs fjarskiptafyrirtækja sem Internetþjónustufyrirtæki

Til að notendur komist í samband við efni og þjónustur sem efnis- og þjónustuveitur bjóða verða þeir að kaupa sér aðgang að Internet tengingum í gegnum fjarskiptafyrirtæki, bæði fyrir fastlínutengingar og farsímatengingar. Fjarskiptafyrirtækin selja notanda aðgang að staðbundnum fjarskiptakerfum sínum sem aftur eru síðan tengd við Internetið í gegnum stórar Internet tengiveitur, m.a. yfir sæstrengi.

Hvað varðar þá vöru/þjónustu sem fjarskiptafyrirtæki bjóða má segja að Internetþjónustufyrirtæki bjóði nokkurn veginn allar það sama, þ.e. aðgang að Interneti og fjarskiptaþjónustu (yfir fastlínukerfi og farsímakerfi). Er þetta meginfyrirkomulagið á markaðinum á Íslandi og einkennandi fyrir starfsemi beggja samrunaaðila, Fjarskipta hf. og 365 miðla ehf.

Þó að Internetþjónusta sé seld sem stök þjónustuleið hjá Internetþjónustufyrirtækjum hér á landi (og í Evrópu) er algengast að þau bjóði viðskiptavinum sínum heildarfjarskiptaþjónustu með krosssölu eða vöndlun á Internet tengingu, símaþjónustu og farsímaþjónustu (*e.*Triple Play) og eftir atvikum með sjónvarpsþjónustu (*e.* Quad Play). Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins hefur skilgreint vöndlun (*e.*Bundling) sem vöru þar sem fyrirtæki bjóða saman í pakka fjölmargar þjónustu fyrir eitt verð, á marga vegu til

hagsbóta fyrir neytendur.[57] Vöndlar af þessu tagi taka einkum tvenns konar form: annars vegar hreinir vöndlar þar sem neytanda er aðeins gefinn kostur á að kaupa alla þjónustu sem býðst í vöndli (eða ekkert) og hins vegar blandaðir vöndlar þar sem neytendur hafa val um að kaupa vöndulinn eða tiltekna undirpakka. Á Íslandi eru blandaðir vöndlar einkennandi á samkeppnismarkaði. Þeir eru ódýrari (betri afsláttarkjör) og auðveldari fyrir neytendur (reikningur og greiðsla yfir þjónustu einfaldari í sniðum og einfaldari þjónusta við notendur þar sem allt er á einum stað) í stað þess að kaupa ólíkar þjónustur af mörgum aðilum og greiða sérstaklega fyrir hverja og eina.

Internetþjónustufyrirtæki bjóða mismunandi þjónustuleiðir. Algengast á markaði í dag er mismunandi gagnamagn á fastlínuaðgang og farsímaaðgang að Interneti (*e.*Bandwith Cap). Framangreint felur í sér hámarksgagnamagn í hverjum mánuði. Fari neytandi yfir umsamið mánaðarlegt gagnamagn, innheimta Internetþjónustufyrirtæki ýmist aukagjald fyrir umframgagnamagn, hægja á gagnahraða eða loka fyrir áskrift. Í dag eru fjarskiptafyrirtæki á Íslandi farin að bjóða ótakmarkað talsímasamband gegn grunngjaldi og ótakarkaðan fjölda SMS sem er til marks um þær grundvallarbreytingar sem orðið hafa í notkun á fjarskiptatækni meðan notenda.

Þá er boðin sjónvarpsþjónusta með mismunandi fjölda sjónvarpsrása auk aðgangs að efnisveitum af ýmsu tagi.

7.2.2.3.2 Tilhögun vöru- og þjónustuframboðs efnis- og þjónustuveita

Efnisveitur verða að kaupa sér aðgang að Internet aðgangi á sama hátt og notendur til þess að geta afhent efni, þjónustur og hugbúnað sinn yfir Internetið til notenda. Umræddar veitur, sérstaklega þær stærri sem vega þyngst í gagnamagns umferð á Internetinu eru hins vegar í auknum mæli farnar að byggja upp innviði innan netmiðja til þess að tryggja gæði þeirrar þjónustu sem veitt er og hluta minnka stækkunarþörf fyrir eiginbandvídd

[57] BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communicatin) Report on convergent services. BoR (10) 65, 2010, bls. 2.

fram hjá Internetþjónustufyrirtækja. Netflix efnisveitan hefur t.d. tekið í notkun Netflix Open Connect[58] til að koma í veg fyrir hökt og truflanir við spilun efnis. Annað dæmi er Google Global Cache.[59]

Tekjugrunnur efnisveita er einnig mismunandi og með öðrum hætti en hjá fjarskiptafyrirtækjum sem Internetveitum. Má nefna að þær hafa auglýsingatekjur af auglýsingum sem miðað er til notenda viðkomandi efnisveitu (*e.*"eyeball monetisation"), bein áskrift notenda að aðgangi viðkomandi efnisveitu (t.d. Netflix, Spotify) og milliganga í viðskiptum milli söluaðila og endanlegra kaupenda í gegnum rafrænt markaðstorg (t.d. Amazon, iTunes, eBay). Efnisveitur blanda einnig framangreindum tekjuleiðum saman þar sem einkennandi fyrir tekjumódel þeirra eru að þær einbeita sér í reynd að því að selja þjónustu eða efni í eins miklu magni og mögulegt er (þ.e. síðusmellir (*e.*web clicks), fjölda uppflettinga á vefsíðum, fjölda áhorfa á mynd, heimsóknir á vefsvæði, fjölda og magni niðurhald, fjölda viðskipta, borgun fyrir viðburði og fjölda áskrifta).

7.2.2.3.3 Áhrif framboðs efnis- og þjónustuveita á markaðsskilgreiningu

Að mati Fjarskipta hefur framboð efnisveitna veitt fjarskiptafyrirtækjum samkeppnislegt aðhald, og í reynd breytt rekstrar- og samkeppnislegum forsendum í rekstri fjarskiptafyrirtækja. Ein birtingarmynd þessa er lóðrétt samþætting þjónustu af hálfu fjarskiptafyrirtækja sem bjóða nú í vöndli fjarskiptaþjónustu (Internetnet, farsíma- og talsímaþjónustu) og sjónvarpsþjónustu í formi aðgangs að sjónvarpsstöðvum ásamt efnisveitum á kvikmyndum, þáttum og þáttaröðum.

Eins og vikið var að hefur markaðurinn bæði í Evrópu og Íslandi þróast hratt í þá átt að fjarskiptafyrirtæki bjóði ýmis konar vöndlun á smásölumörkuðum, bæði fyrir fyrirtæki og einstaklinga. Vöndlar gefa möguleika á stærðarhagkvæmni og lægri viðskiptakostnaði (*e.*transaction cost) en aðgreind sala á einstakri þjónustu, einni eða fleiri.

[58] Sjá https://openconnect.netflix.com/en/.
[59] Sjá https://isp.google.com/iwantggc/.

Þar sem fjarskiptaþjónusta hefur verið vöndluð saman vaknar spurning hvort hver og ein þjónusta innan vöndulsins sé sérstakur markaður eða hvort vöndlar séu sérstakur markaður. Samrunaaðilar telja að SSNIP-próf, sem hefðbundið er að nota til að greina umfang staðgöngu milli þjónustu í þeim tilgangi að meta hvort þjónustur falli innan sama markaðar, gefi takmarkaða mynd af staðgöngu á þessu sviði þar sem ólíklegt er að ódýrara sé fyrir neytanda að kaupa einstakar þjónustur frekar en vöndul. BEREC (the Body of European regulators for Electronic Communications) telur heppilegra að skoða framboð á sambærilegum þjónustum og vali neytenda á þeim sem valkost á móti vöndlum á sama markaði við mat á staðgöngu. Að mati samrunaaðila er þetta raunin með efnisveitur, sem bjóða OTT-þjónustur yfir fjarskiptanet fjarskiptafyrirtækjanna í fullri samkeppni við vöndla fjarskiptafyrirtækjanna.

Vinsældir vöndla á sviði fjarskipta í Evrópu benda til þess að þeir séu hagkvæmari kostur fyrir neytendur þannig að þeir kjósi þá frekar en að kaupa einstakar þjónustur. Þannig eru vöndlar ekki sérstakur markaður ef þeir eru blandaðir. Að mati samrunaaðila keppa vöndlar og undirpakkar vöndla við þjónustur sem efnisveitur bjóða á markaði. Framboð efnis og þjónustu í gegnum efnisveitur (OTT-þjónusta) sem veitt er yfir fjarskiptanet farsímafyrirtæka hefur leitt af sér vöndlun á þjónustu fjarskiptafyrirtækja til að mæta aukinni samkeppni frá efnisveitum. Eru því efnisveitur og fjarskiptafyrirtæki hvað þessa þjónustu að keppa á sama smásölumarkaði. Framkvæmdastjórn Evrópusambandsins komst að þeirri niðurstöðu þrátt fyrir mikinn vöxt í framboði vöndla á markaði var ekki mælt með því að skilgreindur yrði sérstakur markaður fyrir vöndla. Framkvæmdastjórnin telur í umræðuskjali[60] mikilvægara að stjórnvöld í aðildarríkjum einbeiti sér að tryggja að auðvelt sé fyrir markaðinn (framboðshlið hans) að bregðast við lóðréttri samþættingu sem fælist í samsetningu á einstökum vöruflokkum vönduls (einkum þeim aðilum sem teldust hafa umtalsverðan markaðsstyrk í skilningi 12. tl. 3.gr. og 18. gr. fjarskiptalaga nr. 81/2003) á smásölumarkaði. Samrunaaðilar telja að ákvæði VII. kafla fjarskiptalaga nr. 81/2003 um samtengingu neta og þjónustu og aðgangur að þeim tryggi tiltölulega greiðan aðgang

[60] Sjá m.a. Explanatory Note frá framkvæmdastjórn Evrópusambandsins on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC, .10.2014 SWD(2014) 298, bls. 18.

samkeppnisaðila að fjarskiptanetum og staðganga milli vöru og þjónustum sem annars vegar fjarskiptafyrirtæki sem Internetveituþjónustur bjóða og hins vegar efnisveitur bjóða í formi OTT-þjónustu sé það breið að á þessum vettvangi sé virkur samkeppnismarkaður.

Samrunaaðilar telja að blandaðir vöndlar, þar sem neytandi hefur val um að kaupa vöndulinn eða tiltekna undirpakka, sé samkeppnishvetjandi í þessu umhverfi þar sem hann sé ódýrari (veittur er magnafsláttur af kaupum) auk þess sem honum fylgir einföldun í þjónustu (einfaldari reikningagerð, greiðslur og notendaþjónusta á einum stað) frekar en að kaupa þjónustur af ólíkum aðilum.

Þeir vöndlar sem nú þegar eru boðnir á smásölumarkaði skapa að mati samrunaaðila hvorki samkeppnislega sérstöðu né forskot sem m.a. geri þeim aðila sem býður vöndlaða fjarskiptaþjónustu færi á að hækka verð á slíkri þjónustu um 5-10% án þess að missa viðskipti. Um hreina staðgöngu milli þeirra vöndla sem eru þegar á markaði. Ef gert er ráð fyrir að vöndlar á markaði séu/verði blandaðir (neytandi getur valið vöndul eða undirpakka úr honum) er einnig staðganga milli blandaðra vöndla og efnisveitna þar sem neytandi getur keypt sér netaðgang og keypt sambærilega þjónustu (OTT) frá efnisveitu.

Framboðsmegin (þ.e. á heildsölumarkaði) veita blandaðir vöndlar heldur ekki að mati samrunaaðila samkeppnislegt forskot. Heildsöluaðgangur fjarskiptafyrirtækja að fjarskiptanetum er tryggður í lögum nr. 81/2003 um fjarskipti og því eru aðgangsþröskuldar inn á heildsölunet ekki vandamál[61]. Þá er vísað til breytinga undanfarinna missera í aðgangi að heildsölumarkaði fjarskipta, sbr. fylgiskjal 14 með samrunatilkynningu þessari. Þannig geta minni fjarskiptafyrirtæki sem ekki reka eigin fjarskiptanet (t.d. MVNO) keypt sé heildsöluaðgang að fjarskiptanetum og boðið

[61] Sbr. COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT EXPLANATORY NOTE Accompanying the document Commission Recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communications networks and services, Brussels, 9.10.2014 SWD(2014) 298, bls. 8-9 þar sem m.a. segir: "Barriers to entry in this sector may be structural, legal or regulatory. The existence of high barriers to entry and to the development of competition in an electronic communications market is considered an indication that regulatory intervention may be required to ensure the development of a competitive market."

sambærilega þjónustu, annaðhvort með því að bjóða eigin vöndla eða eiga samstarf eða í geta það í samvinnu við efnisveitur.

Framangreint hefur að mati samrunaaðila einnig áhrif á heildsölumarkað á sviði fjarskiptaþjónustu (m.a. með vöndla). Ef fjarskiptafyrirtæki, sem selur fjarskiptaþjónustu eða vöndul í heildsölu, myndi hækka heildsöluverð á vöndli til aðila á smásölumarkaði, hefði sá aðili tvo valkosti: 1) skipta um heildsöluaðila (*e.*supply side substitutablility), þ.e. flytja sig yfir til annars fjarskiptafyrirtækis og kaupa vöndla þaðan eða setja sjálft saman vöndul með efnisveitu, eða 2) fleyta hækkuninni áfram til neytenda á smásölumarkaði. Ólíklegt er að smásöluaðilinn geti fleytt hækkuninni áfram á neytandann, en neytandinn myndi þá annað hvort skipta yfir í annan vöndul eða skipta yfir í hreint fjarskiptasamband og kaupa beint af efnisveitu(m), einni eða fleiri.

Þannig eru efnisveitur og fjarskiptafyrirtæki að mati samrunaaðila á einum og sama samkeppnismarkaðinum. Neytendur geta valið undirpakka sem gerir þeim kleift að kaupa aðgang að fjarskiptaneti og síðan OTT-þjónustu ofan á þá tengingu.

Neytendur líta á efni sem boðið er í vöndlum fjarskiptafyrirtækja og þjónustu efnisveitna sem staðgönguvöru. Þeir nýta sömu fjarskiptamannvirkin til að nálgast báðar þjónustur og þar er það fyrst og fremst efnið og eðli þjónustu sem ræður vali neytanda. Þannig verður að mati samrunaaðila fyrst og fremst að horfa til þeirra valkosta sem í boði eru á markaðinum og neytandinn getur á auðveldan hátt valið saman. Við þessar aðstæður er samkeppnislegt aðhald á markaði mikið þar sem hækkun á einni þjónustu getur á skömmum tíma—6-8 mánuðum—leitt til þess að hækkun verður óarðbær.

Þó svo rekstrar- og tekjugrunnur efnisveitna sé annar og þær ólíkar fjarskiptafyrirtækjum að mörgu leiti eru þessir aðilar eftir sem áður samkeppnisaðilar á heildsölu- og sölumörkuðum sem hér skipta máli. Eftirspurn neytenda á smásölumarkaði leiðir til þess að báðir þessir aðilar eru háðir hvor öðrum á báðum framangreindum mörkuðum og veita samkeppnislegt aðhald bæði á heildsölustigi og smásölustigi.

Á sama tíma færist það í aukana aða efnisveitur vilja færa sig nær endanotanda þeirrar þjónustu sem þær bjóða yfir Internetþjónustufyrirtæki og hafa af þessum sökum í síauknum mæli fjárfest í eigin flutnings- og fjarskiptakerfum eða slíkum kerfum í samstarfi við þriðja aðila. Þetta mun valda vaxandi samkeppnislegum þrýstingi á fjarskipta- og Internetþjónustufyrirtæki sem verða að tryggja samkeppnishæfa háhraðaumferð yfir flutnings- og fjarskiptakerfi sín, í verðum, hraða, gagnaflutningsgetu (*e.*bandwith) útbreiðslu og rekstraröryggi.

Eins og fyrr sagði hefur sú grundvallarbreyting orðið á samsetningu og umferð gagnamagns á Internetinu að það stafar að miklu leiti frá stærstu efnis- og þjónustuveitunum sem vikið var að hér að framan. Þannig er stór hluti af því gagnamagni sem fer um Internetið og fjarskiptakerfi fjarskiptafyrirtækja komið frá efnisveitum. Vaxandi eftirspurn notenda eftir óhindruðum aðgangi að þjónustu, efni og gagnvirkri miðlun yfir Internetið óháð staðsetningu og stund hefur aukið þrýsting á fjarskiptafyrirtæki að veita áreiðanlegar og öruggar háhraðanetstengingar bæði fyrir farsíma- og farslínunet. Fjarskiptafyrirtæki hafa þurft að bregðast við framangreindum þrýstingi eftirspurnarmegin á markaðinum með því að stórauka fjárfestingar í fjarskiptakerfum og fjarskiptanetum til að geta boðið eigin efnisveitur og vöndla um leið og þau þjónusta á sama tíma framangreindar efnisveitur og viðskiptavini þeirra. Öll þessi kerfi og tækni þjóna nú einum og sama markaðinum með vísan til þeirrar markaðsgerðar sem vikið hefur verið að hér að framan sem samrunaaðila.

7.2.2.4 Samandregin ályktun um markaðsskilgreiningu

Þróun á aðgangi að háhraðanetum og breytingar á notkun Internetsins á allra síðustu árum valda því, að mati Fjarskipta, að þeir markaðir sem áður voru aðgreindir á fjarskiptamarkaði, hafa nú runnið saman. Á það ekki síst við á Íslandi, þar sem aðgangur að háhraðanetum er betri en gengur og gerist og Internetnotkun mikil. Gögn yfir þróun notkunar sýna að eftirspurnin eftir aðgangi að háhraðaneti er óháð staðsetningu og er

þannig óháð því hvort hún fer fram í gegnum farsímanet eða fastlínu. Aðgangur að Internetinu gegnum farsímadreifikerfi er því að mati Fjarskipta staðgönguvara við aðgang að Internetinu gegnum fastlínu. Með vísan til alls framangreinds telja Fjarskipti, að breytingar í eftirspurn hafi valdið því að umræddir markaðir hafi runnið saman.
Þá telja Fjarskipti einnig að tilhögun framboðs á fjarskiptamarkaði og þróun í framboði veiti einnig skýrar vísbendingar um að talsíma-, farsíma- og Internetþjónusta tilheyri einum og sama markaðnum og efnis- og þjónustuveitur tilheyri einnig þeim markaði með því samkeppnislega aðhaldi sem þær veita.

7.2.3 Fjölmiðlamarkaðurinn

Fjölmiðlamarkaðnum má skipta niður í nokkra undirmarkaði. Ber þar helst að nefna markaðinn fyrir dagblaðaútgáfu, markaðinn fyrir frétta- og upplýsingaveitu í gegnum netið, markaðinn fyrir útvarp og markaðinn fyrir sjónvarp en litið hefur verið á hvern og einn þeirra sem sjálfstæðan markað. 365 starfar á markaðnum fyrir fjölmiðlun hér á landi. Um fjölmiðlamarkaðinn og undirmarkaði hans hefur verið fjallað í nokkrum ákvörðunum samkeppnisyfirvalda. Vísast þar einkum til ákvörðunar samkeppnisráðs nr. 12/2005, *Samruni Og fjarskipta hf., 365 ljósvakamiðla ehf. og 365 prentmiðla ehf.*, ákvarðana Samkeppniseftirlitsins nr. 12/2005, *Samruni 365 ljósvakamiðla ehf. og Saga film hf.*, nr. 22/2006, *Samruni Dagsbrúnar og Senu*, nr. 7/2007, *Kaup 365 miðla ehf. á útvarpsstöðvunum Kiss FM og XFM* og nr. 34/2013, *Kaup 365 miðla ehf. á eignum D3 Miðla ehf., sem varða vefsíðuna Tónlist.is*
Þá má vísa til ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 39/2014, *Samruni 365 miðla ehf. og IP-fjarskipta ehf. (Tal)*, þar sem einna helst var litið til áhrifa samrunans á markað fyrir sjónvarpsþjónustu, sbr. þó það sem greinir hér að neðan.

7.2.3.1 Sjónvarpsmarkaðurinn

A. Fyrri skilgreiningar samkeppnisyfirvalda

Samkeppnisyfirvöld hafa skilgreint sjónvarpsmarkaðinn í undirmarkaði eftir því hvort um ræðir sjónvarp í opinni dagskrá eða áskriftarsjónvarp, sbr. m.a. ákvörðun nr. 22/2006, *Samruni Dagsbrúnar hf. og Senu ehf.* Fyrir þessari skiptingu voru einkum færð þau rök að

dagskrárefni og skipulag dagskrár milli þessara tveggja flokka væru ekki samskonar. Til að mynda sýndi áskriftarsjónvarp mun meira af kvikmyndum og hefði auðveldara aðgengi að þeim vegna svokallaðra sýningarglugga. Áskriftarsjónvarp byggði einnig meira á endursýningum og nauðsynlegt væri að hafa myndlykil til að ná útsendingum þeirra stöðva. Samkeppnisskilyrði væru einnig mismunandi þar sem í opnu sjónvarpi væri sambandið milli markaðshlutdeildar og auglýsingatekna mikilvægast en í áskriftarsjónvarpi væri sambandið milli fjölda áskrifenda og dagskrárinnar það mikilvægasta. Loks væri í áskriftarsjónvarpi um að ræða viðskiptasamband milli áskrifandans og viðkomandi sjónvarpsstöðvar en í opnu sjónvarpi væri slíkt samband ekki til staðar. Þrátt fyrir þetta var rakið að framkvæmdastjórn ESB hefði viðurkennt að samkeppnislegt aðhald og viss skörun væri til staðar á milli markaðanna. Ákvörðun Samkeppniseftirlitsins var felld úr gildi með úrskurði áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 5/2006 vegna brota á andmælarétti. Að mati samrunaaðila eiga þessi atriði ekki lengur við.

Ástæðan er sú að líklegast sýnir RÚV álíka margar kvikmyndir og Stöð 2 auk þess sem sýningargluggar hafa mun minna vægi hjá framleiðendum kvikmynda en þeir höfðu áður. Aðgengi sjónvarpsstöðva að kvikmyndum er mun jafnara og þær eru ekki lengur helsta aðdráttarafl áhorfenda, heldur hafa þáttaraðir átt auknum vinsældum að fagna. Þá er RÚV í sumum tilvikum fyrst íslenskra sjónvarpsstöðva til að sýna ýmsar þekktar erlendar kvikmyndir og hefur sýnt þær mun fyrr í tíma en almennt tíðkast í opnu ríkisrekna sjónvarpi. RÚV tryggir sér jafnframt nánast allar frumsýningar á íslenskum kvikmyndum í sjónvarpi. Til viðbótar liggur fyrir að RÚV endursýnir ekki minna efni en sjónvarp 365, sé tekið tillit til útsendingartíma í heild. Jafnframt taka flestir merki útsendinga RÚV með myndlykli í kjölfar örrar tækniþróunar. Þess ber þó að geta að þrátt fyrir að hliðrænum (analog) útsendingum RÚV væri hætt í byrjun síðasta árs tóku við stafrænar útsendingar RÚV á DVB-T sjónvarpsdreifingarkerfi Fjarskipta sem tryggir aðgang neytenda að RÚV í opinni dagskrá um land allt, án beins viðskiptasambands Fjarskipta við neytanda. Aðstæður á markaðnum hafa því breyst í verulegum atriðum og leiða má að því sterkar líkur að fyrri markaðsskilgreining eigi ekki lengur við.

B. Áhrif tækninýjunga og innkomu erlendra aðila

Við mat á skilgreiningu sjónvarpsmarkaðarins í dag telja samrunaaðilar að ekki verði horft framhjá ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 34/2013, *Kaup 365 miðla ehf. á eignum D3 Miðla ehf., sem varða vefsíðuna Tónlist.is*, þar sem fram komu sjónarmið fjölmiðlanefndar um markaðinn, þróunina sem þá hafði orðið og óhjákvæmileg viðbrögð innlendra aðila á fjölmiðlamarkaði.[62] Meðal annars segir þar að: „margskonar breytingar séu að verða á fjölmiðlamarkaði bæði hér á landi og erlendis, þar sem ólíkir fjölmiðlar hafi hafið samstarf." Auk þess er vísað til þess að áskriftarsjónvarp sé á krossgötum. Einnig kemur eftirfarandi fram í ákvörðuninni um sjónarmið fjölmiðlanefndar:

> „Í umsögn fjölmiðlanefndar kemur fram að miklir hagsmunir séu í húfi fyrir íslensk fyrirtæki að verða samkeppnishæf um framboð og þjónustu við alþjóðleg fyrirtæki í fjölmiðlun og afþreyingu og snúist sú þróun sem á sér stað hér á landi ekki síst um það að tryggja að hér verði yfirleitt íslenskt efni í boði fyrir Íslendinga, efni sem talsett er fyrir íslensk börn og textað fyrir íslenska áhorfendur. Það sé í slíkum veruleika sem íslensk fyrirtæki á afþreyingar-, fjölmiðlunar- og samskiptamarkaði séu að reyna að fóta sig og halda markaðshlutdeild sinni. Alþjóðavæðing á þessum markaði hafi ekki aðeins áhrif á áskriftargjöld fjölmiðla heldur einnig auglýsingatekjur þeirra, en það séu helstu tekjuöflunarleiðir fyrirtækja á markaðnum. Fyrirtæki á fjölmiðlamarkaði og tengdum mörkuðum hafi brugðist við breyttum aðstæðum á fjölmiðlamarkaðnum með því að bjóða notendum upp á ýmis konar efni á þeim stað og þeirri stund sem notendurnir sjálfir kjósa."

Einnig segir:

> „Afþreyingar-, fjölmiðla- og samskiptamarkaðurinn sé í mikilli þróun og markaðurinn í sífellt meira mæli að verða alþjóðlegur. Þannig vakni upp spurningar um að hve miklu marki erlend fyrirtæki hafi áhrif hér á landi hvað

[62] Sjá umfjöllun um bréf fjölmiðlanefndar, dags. 26. nóvember 2013, t.d. á bls. 11-12 í ákvörðun nr. 34/2013.

varði markaðshlut á þessum markaði. Jafnframt sé mjög mikilvægt út frá sjónarmiðum um fjölbreytni og fjölræði á innlendum markaði að meta hvaða áhrif það hefur að fjölmiðlafyrirtæki sem starfa á mörgum ólíkum mörkuðum geti boðið heildarlausnir fyrir notendur þegar ýmis minni fyrirtæki starfa aðeins á einum markaði."

Samrunaaðilar taka undir þessi sjónarmið fjölmiðlanefndar. Enginn vafi er á því að markaðsgerðin hefur breyst á síðustu árum og verður ekki enn séð fyrir endann á breytingunum.

Sjónarmið þessi fengu hljómgrunn hjá Samkeppniseftirlitinu í ákvörðun nr. 39/2014, en þar segir að „vísbendingar geti verið um að aðstæður á markaði fyrir sjónvarpsþjónustu séu að breytast og muni breytast í framtíðinni." Helsta ástæðan fyrir þessu sé m.a. tilkoma og möguleg þróun á afþreyingarmiðlum eins og erlendum vefsíðum, t.d. Netflix. Hulu, Apple TV og öðrum sambærilegum síðum og jafnvel VoD. Þróunin geti mögulega haft áhrif á stöðu aðila á markaði fyrir áskriftarsjónvarp og skilgreiningar á þeim markaði til framtíðar litið. Þróunin gæti einnig haft áhrif á fjölbreytni í fjölmiðlun og þá sérstaklega tengt dreifingu og miðlun á afþreyingarefni. Að svo stöddu hafi innlent áskriftarsjónvarp þó enn sterk sérkenni sem aðgreini það frá framangreindum þjónustuveitum, svo sem með innlendri dagskrárgerð, íslenskum texta á erlendu efni og samfelldri útsendri dagskrá. Var því ekki talið nauðsynlegt að skilgreina fjölmiðlamarkaðinn með frekari hætti.

Að mati samrunaaðila er ljóst að markaðurinn hefur þegar tekið töluverðum breytingum þann stutta tíma sem liðinn er frá ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 39/2014. Undir þessa alþjóðavæðingu tók Liv Bergþórsdóttir forstjóri Nova á aðalfundi Félags Atvinnurekenda, 2. febrúar 2017.[63] Þar sagði hún efnislega að markaðir sem áður voru taldir hafa háa inngönguþröskulda, hefðu það ekki lengur. Í dag væri samkeppni alþjóðleg. Tók hún sem dæmi að Apple gæti auðveldlega tekið símtölin yfir eins og sms skilaboðin. Forskotið fælist í því að hér á landi væri búið að byggja upp fjarskiptakerfi.

[63] Sjá erindi á http://www.atvinnurekendur.is/frettir/erindi-askorendanna/

Íslensk fjarskiptafyrirtæki geti átt hættu á að missa viðskiptasambandið, þannig að fólk sé ekki lengur viðskiptavinur t.d. Nova heldur Apple eða Google. Íslensku fyrirtækin fái þá aðeins greitt fyrir aðgang að fjarskiptakerfi. Ljóst sé að þarna séu breytingar handan við hornið sem takast þurfi á við.

Varðandi sjónvarpsmarkaðinn þá sagði Liv á fundi Landsbankans 24. september 2015 „að Nova hefði sogast inn í þennan geira með Nova Snappið og væru nú á kafi í innlendri dagskrárgerð með eina vinsælustu innlendu sjónvarpstöðina á Íslandi í dag m.v. 30.000 áhorf á staka þætti".[64]

Að mati samrunaaðila er framangreint dæmi um hversu mikil samkeppni er í sjónvarpsþjónustu, aðgangshindranir eru ekki lengur fyrir hendi og samkeppni um hylli viðskiptavina á Íslandi er mikil bæði innanlands sem og frá erlendum aðilum.

Þá hafa innlendir aðilar breytt starfsemi sinni til að bregðast við þróun og breytingu á markaðnum. Haustið 2015 hóf efnisveita Símans göngu sína, þ.e. Sjónvarp Símans Premium, sem samkvæmt Pálma Guðmundssyni forstöðumanni Símans í viðtali við Morgunblaðið, er af „umfangi og stærð sem ekki hefur þekkst áður."[65] Í staðinn var dagskrá Sjónvarps Símans (áður SkjárEinn) opnuð og veðjað á að áskrifendur myndu kaupa sér aðgang að efnisveitunni í staðinn. Samkvæmt fullyrðingum forstöðumanns Símans eru 28 þúsund heimili með áskrift að Sjónvarpi Símans Premium og fjölgaði þeim um ríflega helming á síðasta ári. Augljóst er að Síminn hefur styrkt stöðu sína verulega á sjónvarpsmarkaði með þessari innkomu. Samruni Fjarskipta og 365 felur í sér að Vodafone verður fært til að veita yfirburðarstöðu Símans á markaði verðugt samkeppnislegt aðhald. Augljós viðbrögð 365 við auknu framboði efnisveitna og auknu aðgengi íslenskra neytenda að slíku framboði er nýjasta afurð félagsins, streymisveitan Stöð 2 Maraþon

[64] Sjá nánar https://vimeo.com/140315277

[65] Viðtal við Pálma Guðmundsson, forstöðumann hjá Símanum. Morgunblaðið, 29. janúar 2017, bls. 44 í prentaðri útgáfu, fylgiskjal 16, sjá einnig http://www.mbl.is/vidskipti/frettir/2017/01/30/framtidin_er_gengin_i_gard/.

NOW, þar sem unnt er að horfa á innlent og erlent efni eftir pöntun í snjallsíma, spjaldtölvum, Apple TV og vefspilara.

Í viðtalinu við forstöðumann sjónvarps Símans kemur fram að Sjónvarp Símans Premium leggi sig fram um að bjóða upp á nýja erlenda þætti daginn eftir að þeir eru frumsýndir erlendis, til þess að sporna gegn ólöglegu niðurhali. Þá sé allt erlent efni með íslenskum texta. Sífellt meiri áhersla sé lögð á íslenskt efni og engin íslensk sjónvarpsstöð sé með meira leikið íslenskt efni í pípunum en Síminn. Þá sé fyrirhugað að setja íslenska þáttaröð í heilu lagi á efnisveituna í haust, með frumsýningu á Stellu Blómkvist. Einnig séu fyrirhugaðir sjónvarpsþættir byggðir á sögum Yrsu Sigurðardóttur o.fl.

Því er ljóst að samkeppnin á sjónvarpsmarkaðnum er gríðarleg og verður ekki séð að starfsemi 365 á sjónvarpsmarkaði sé að einhverju leyti sterkari en Símans, ef íþróttaefni er undanskilið. Að mati samrunaaðila er enginn munur á áskriftarsjónvarpi og efnisveitum, a.m.k. ekki út frá sjónarhóli neytenda. Þrátt fyrir að Stöð 2 sé sýnd í línulegri dagskrá, er ljóst að sífellt fleiri nýta sér að horfa á sjónvarpsefni á þeim tíma sem hverjum og einum hentar, auk þess sem dagskrárefni endar allt í efnisveitu 365, sem gengur undir nafninu Maraþon. Samrunaaðilar eru sammála ummælum Pálma Guðmundssonar um framtíð íslensks sjónvarps: „Þegar fólk kemst upp á lagið með efnisveitur verður ekki aftur snúið. Sú tíð er liðin að sjónvarpstækið sé miðpunktur heimilisins. Núna hafa myndlyklarnir og snjallsímarnir tekið við hlutverki þess og þegar þessi tæki ganga sér til húðar tekur eitthvað nýtt og spennandi við." Enginn vafi er á því að nauðsynlegt er fyrir Fjarskipti að bregðast við þessu ástandi á markaðnum.

Að mati samrunaaðila er sjónvarpsþjónusta þeirra beggja í beinni samkeppni við allar þessar stöðvar og efnisveitur, enda er mögulegt fyrir íslenska neytendur að skrá sig í þær með litlum tilkostnaði. Þessar síður hafa að mati samrunaaðila mikil áhrif á sjónvarpsmarkaðinn hér á landi og veita þeim beint samkeppnislegt aðhald, og er almennt talið að aðgengi að erlendum efnisveitum valdi því að íslensk fjölmiðlafyrirtæki þurfi að horfa til nýrra markaða til að styrkja stöðu sína.

Fyrir liggur að breytt landslag fjölmiðlunar hér á landi vegna þess sem rakið er hér að ofan, hefur valdið því að áskriftarefni hefur átt undir högg að sækja. Að mati Fjarskipta sé það líklegasta skýringin fyrir því að 365 hafi árið 2013 ákveðið að styrkja starfsemi sína og renna frekari stoðum undir hana með því að hefja fjarskiptastarfsemi og sameinast síðan Tal. Á sama hátt eru þessar tæknibreytingar og það samkeppnislega aðhald sem stafar frá innlendum og erlendum efnisveitum og sjónvarpsstöðvum vegna aukinnar eftirspurnar neytenda og betra aðgengis að myndefni á internetinu, hvati að þeim samruna sem hér er til umfjöllunar. Óhjákvæmilegt er að mati Fjarskipta að leyfa þeirri þróun að eiga sér stað sem óumflýjanleg er – og ekki sér fyrir endann á - í samruna fjarskipta- og fjölmiðlamarkaða. Hér má einnig vísa til skýrslu rýnihóps á vegum mennta- og menningarmálaráðherra um greiningu á hindrunum fyrir streymisþjónustu, sem var birt árið 2014.[66] Þar er fjallað um áhrif ólöglegs niðurhals á sjónvarpsefni og innkomu erlendra efnisveita á markaðinn og framboð á íslensku efni. Niðurstaða skýrslunnar fól í sér að eina leiðin til samkeppni við erlenda risa væri breidd í íslensku efni og þá yrðu að vera til sterkir íslenskir miðlar. Það gerist ekki nema fyrirtæki geti hagrætt á þessum markaði.

Íslensk samkeppnisyfirvöld hafa allt frá árinu 2006 vísað til þess að viss skörun væri milli markaða fyrir myndmiðlun eftir pöntun annars vegar og fyrir áskriftarsjónvarp hins vegar og að markaðirnir veittu hvor öðrum samkeppnislegt aðhald. Samrunaaðilar telja að í dag sé enginn munur á þessum mörkuðum. Í fyrrnefndri umsögn fjölmiðlanefndar frá 26. nóvember 2013, kom fram að miklar breytingar væru að verða á fjölmiðlamarkaði, þar sem t.d. smáforrit breyttu upplifun áhorfandans á því efni sem boðið væri upp á auk þess sem áskrifendur gætu horft á efnið á þeim stað og þeirri stund sem þeim henti í gegnum spjaldtölvur og snjallsíma. Þróunin virtist þannig vera sú að efni sem sýnt væri í áskriftarsjónvarpi væri gert aðgengilegt áskrifendum í myndmiðlun eftir pöntun eftir að efnið hefði verið sent út. Því væru líkur á ákveðnum tengslum milli áskriftarsjónvarps og myndmiðlunar eftir pöntun, miðað við þessa þróun. Samkvæmt þessu væri áskriftarsjónvarp á krossgötum, eins og áður greinir. Samrunaaðilar byggja á því að þessi

[66] Skýrslan ber heitið: *Streymiþjónusta á Íslandi fyrir kvikmyndir, sjónvarpsefni og tónlist* og má nálgast á slóðinni: https://www.menntamalaraduneyti.is/media/frettir2014/Streymithjonusta-a-Islandi-fyrir-kvikmyndir,-sjonvarpsefni-og-tonlist,-skyrsla-fyrir-vef.pdf

þróun hafi haldið áfram og í dag sé ekki lengur hægt að tala um neina aðgreiningu á milli þessara markaða, heldur hafi þeir runnið saman í einn markað.

Bresk samkeppnisyfirvöld hafa nýlegri ákvörðun gengið alla leið við skilgreiningu markaðarins og talið samkeppnislegt aðhald vera orðið nægilega mikið til þess að skilgreina áskriftarsjónvarp og myndmiðlun eftir pöntun á sama markaði.[67] Í markaðsskilgreiningu bresku samkeppnisyfirvaldanna segir m.a.:

> „...we found there to be sufficient rivalry between these OTT pay-TV services [SVoD þjónustur LOVEFiLM og Netflix] and traditional pay-TV services to include them in the retail market."

Að mati samrunaaðila er ekki hægt að líta framhjá framangreindu við skilgreiningu viðkomandi vörumarkaða í máli þessu. Fjarskipti taka undir með breskum samkeppnisyfirvöldum og byggja á því að ekki sé lengur til sérstakur markaður fyrir áskriftarsjónarvarp. Á það ekki síst við þegar haft er í huga að aðilar á borð við Netflix eru nú m.a. að markaðssetja þjónustu sína gagngert fyrir íslenskan markað og auka hlutdeild sína augljóslega mjög hratt á íslenskum markaði, sbr. það sem fyrr segir um hlutfall íslenskra heimila með Netflix, sbr. einnig umfjöllun í C. lið hér fyrir neðan.

Samkvæmt viðauka I við reglur Samkeppniseftirlitsins um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum nr. 684/2008 er með viðkomandi vörumarkaði átt við markað fyrir vörur og/eða þjónustu sem neytendur líta á sem staðgönguvörur eða staðgönguþjónustu vegna eiginleika sinna, verðs og áformaðrar notkunar. Að mati Fjarskipta er ljóst að neytendur líta á framboðið efni í áskriftarsjónvarpi og framboðið efni með myndmiðlun eftir pöntum, sem staðgönguvörur. Á það ekki síst við veitur eins og Netflix, sem veita þjónustu sína í gegnum áskriftarsamninga á sama hátt og áskriftarsjónvarp. Hvað flesta neytendur varðar

[67] Sjá Competition Commission; Movies on pay TV market investigation – A report on the supply and acquisition of subscription pay-TV movie rights and services.August 2012. Skýrslan er aðgengileg á vefsíðunni: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140402141250/http://www.competition-commission.org.uk/assets/competitioncommission/docs/2010/movies-on-pay-tv/main_report.pdf
Sjá einnig umfjöllun Analysis Mason: http://www.analysysmason.com/About-Us/News/Newsletter/Connected-TV-reference-markets-Jul2014/

er einnig staðganga við aðrar veitur, sem veita mynd eftir pöntun, þótt þjónustan sé veitt með pöntun í hvert og eitt skipti. Rök hníga því ekki til annars en líta á þennan markað, sem einn markað.

Fjarskipti byggir þannig á því að viðkomandi markaður sé sá hluti fjölmiðlamarkaðarins sem lýtur að áskriftarsjónvarpi og myndmiðlun eftir pöntun. Aðilar á markaðnum séu þeir sem bjóði upp á áskrift að sjónvarpi, efnisveitum og myndmiðlun eftir pöntun.

C. Staða samrunaaðila á sjónvarpsmarkaði

Samrunaaðilar benda á að bandaríska efnisveitan Netflix, sem opnaði fyrir þjónustu við íslenskar IP-tölur í upphafi þessa árs og hefur nú þegar fleiri áskrifendur hér á landi en Stöð 2. Þjónustan virðist enn vera að sækja í sig veðrið með fleiri áskrifendum, þannig hún vex mjög hratt og kostar mun minna en íslenskt áskriftarsjónvarp, sbr. fyrri umfjöllun í kafla 3.1. Samkvæmt neyslukönnun Gallup, sem unnin var fyrir 365 í júlí 2016 höfðu 15% íslenskra heimila áskrift að Netflix í október 2015, sbr. fygliskjal 13. Í október 2016 hafði 34% íslenskra heimila keypt sér áskrift og nýjustu tölur gefa til kynna að hlutfallið sé komið upp í 44%.[68] Þannig hefur orðið verulegt stökk í hlutfalli áskrifenda að Netflix eftir að fyrirtækið opnaði á Íslandi í janúar 2016.[69] Netflix er þar að auki orðinn umfangsmikill sjónvarpsþáttaframleiðandi.[70] Netflix kaupir einnig efni af íslenskum eigendum sjónvarpsefnis, s.s. Samfélaginu og Senu. Þá kaupir Netflix efni einnig beint af efnisframleiðendunum sjálfum, s.s. Saga Film. Auk þess eru næstum óteljandi aðrar efnisveitur aðgengilegar íslenskum heimilum, eins og t.d. Filma, iTunes, Apple TV, HBO Now og Hulu.[71] Þá þurfa innlendar sjónvarpsstöðvar, hvort sem efnið er sýnt í opinni dagskrá eða ekki, að keppa við enn fleiri erlend stórfyrirtæki sem bjóða upp á sambærilega þjónustu og fyrrnefndar efnisveitur, s.s. Google með Google Play og YouTube, Microsoft með Xbox Video og Amazon með Amazon Instant Video. Ekkert bendir til annars en að

[68] Sjá fylgiskjal 25

[69] Sjá einnig frétt á mbl.is 22. mars 2017 eru 44% heimila landsins með áskrift að Netflix, sjá vefslóðina: http://www.mbl.is/frettir/innlent/2017/03/22/okleift_ad_keppa_vid_erlendar_efnisveitur_2/

[70] Netflix hefur framleitt margar af vinsælustu þáttaröðum undanfarinna ára, s.s. House of Cards, Arrested Development, Narcos, Orange Is the New Black, Stranger Things o.fl.

[71] Netflix veitir þjónustu sína einungis til áskrifenda, á sama hátt og áskriftarsjónvarp, (SVOD) en á öðrum efnisveitum sem þarna eru nefndar, er efni keypt beint (TVOD).

framboð slíkra efnisveitna muni aukast á næstu árum og veita fyrirtækjum á íslenskum sjónvarpsmarkaði verulega samkeppni um þá fáu áskrifendur sem eru hér á landi. Þá má nefna að útsendingar BSKYB stöðvanna ná hingað til lands og eru margir aðilar hér á landi með búnað og myndlykla frá SKY, sem þeir hafa keypt í verslunum hér á landi, til að ná útsendingu SKY sjónvarps. Slík þjónusta kallar ekki lengur á dýran gervihnattadisk heldur er efninu einfaldlega streymt yfir netið eins og öðrum erlendum efnisveitum.

Samrunaaðilar telja að ekki sé lengur marktækur munur á fjölda áskrifenda að Sjónvarpi Símans Premium, Netflix Íslandi og Stöð 2, líkt og fram kemur í fyrrnefndu viðtali við forstöðumann hjá Símanum.

Í tilvitnuðu viðtali kemur einnig fram að árið 2016 hafi heildarpantanir í Premium verið 9,1 milljón og þar af 1 milljón í desember einum. Áframhaldandi sókn sé fyrirhuguð. Aðgengilegt efni í Premium hafi vaxið úr 2.400 klst. í 6.000 klst. á rúmu ári og hafi Síminn bætt í innkaupin.

Fari svo þvert gegn væntingum Fjarskipta og augljósri þróun á markaði að Samkeppniseftirlitið telji enn ekki ástæðu til að hvika frá fyrri skilgreiningu á sjónvarpsmarkaðnum er í öllu falli ljóst að staða 365 miðla er ekki sú sem eftirlitið hefur áður lagt til grundvallar í úrlausnum sínum.

Í upphafi ber að nefna að ljóst er að áhrif erlendra efnisveita á markaðinn eru svo mikil, að ekki verður horft fram hjá þeim við mat á stöðu 365. Áður hefur 365 sett fram sjónarmið til Samkeppniseftirlitsins hvað þetta varðar. Í niðurlagi ákvörðunar nr. 39/2014 áréttaði Samkeppniseftirlitið að:

> „ekki [væri] útilokað að aðstæður á fjarskiptamarkaði og þá sérstaklega á markaði fyrir áskriftarsjónvarp komi til með að taka verulegum breytingum á næstu misserum m.a. vegna þróunar erlendra vefsíðna eins og Netflix, Hulu, AppleTV o.fl. sambærilegra síðna, sem geti haft áhrif á markaði fyrir sjónvarpsáskrift og stöðu aðila á honum."

Að framan var fjallað um stöðu Sjónvarps Skjásins Premium, sem samrunaaðilar telja á sama markaði og Stöð 2 og sjónvarp Vodafone. Þá hefur Skjárinn notið margvíslegra yfirburða í skjóli eignarhalds, enda liggur fyrir að Síminn hefur lengi vel stutt fjárhagslega við rekstur Skjásins og niðurgreitt taprekstur þess, sbr. yfirlýsingar í ársreikningi Skjásins fyrir árið 2013. Haustið 2013 kvartaði Skjárinn til Samkeppniseftirlitsins vegna meintrar misnotkunar 365 á markaðsráðandi stöðu sinni með stofnun Stöðvar 3. Þann 17. ágúst 2016 var 365 tilkynnt um lok málsins, sbr. fylgiskjal 18 og í bréfinu sagði:

> „Samkeppniseftirlitið hefur í fyrri ákvörðunum sínum lagt til grundvallar að 365 séu markaðsráðandi á markaði fyrir áskriftarsjónvarp, sbr. einnig úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 2/2013, *365 miðlar ehf. gegn Samkeppniseftirlitinu*. Sem fyrr segir skiptir efnahagslegur styrkleiki miklu máli við mat á markaðsráðandi stöðu. Gögn málsins benda til þess að á þeim tíma sem atvik þessa máls áttu sér stað hafi verið nokkur óvissa um markaðslega stöðu málsaðila með hliðsjón af fjárhagslegri stöðu þeirra. Ljóst er hins vegar að staða Skjásins var sterk þegar meint brot áttu sér stað þar sem Síminn hf. var móðurfélag Skjásins. Þannig segir t.a.m. í ársreikningi Skjásins fyrir árið 2012 að *„þrátt fyrir neikvæða eiginfjárstöðu félagsins telja stjórnendur ekki leika vafa á áframhaldandi rekstrarhæfi félagsins þar sem að móðurfélag þess, sem er jafnframt stærsti lánardrottinn þess, mun styðja fjárhagslega við rekstur félagsins og tryggja áframhaldandi rekstur þess, að minnsta kosti næstu 12 mánuði.* **Með hliðsjón af framangreindu leikur á því vafi að 365 miðlar hafi verið markaðsráðandi á markaði fyrir áskriftarsjónvarp**, a.m.k. á þeim tíma sem atvik þessa máls áttu sér stað.“ [72]

Af þessu er ljóst að slíkur vafi er á meintri markaðsráðandi stöðu 365 að ekki er hægt að leggja fyrri úrlausnir samkeppnisyfirvalda til grundvallar um stöðu aðila á markaðnum.

Með ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2015 var ákvörðun nr. 10/2005 felld niður og Símanum og Skjánum heimilað að sameinast. Meðal röksemda Samkeppniseftirlitsins

[72] Leturbreytingar eru Fjarskipta.

fyrir þeirri ákvörðun var að „á næstu misserum kynnu verulegar breytingar að eiga sér stað á markaði fyrir áskriftarsjónvarp m.a. vegna tilkomu erlendra efnisveita sem geti haft áhrif á sjónvarpsmarkaðinn og stöðu aðila á honum." Hefur það allt gengið eftir og gott betur. Þá taldi Samkeppniseftirlitið ekki fært að fella niður skilyrði 5. tl. ákvörðunar nr. 10/2005, enda hefði Skjárinn sem dótturfélag Símans, „allsterka stöðu á markaði fyrir áskriftarsjónvarp". Samrunaaðilar fá ekki séð að staða Skjásins hafi veikst nokkuð á þessu tímabili, þrátt fyrir að dagskráin sé nú opin. Þá benda samrunaaðilar á að Síminn lítur sjálfur svo á að efnisveita þess, Sjónvarp Símans Premium, sé á sama markaði og erlendar efnisveitur og Stöð 2. Við mat á stöðu samrunaaðila verði Samkeppniseftirlitið að horfa til allra aðila á markaðnum, þ.e. þeirra sem bjóða upp á sjónvarp í opinni og læstri dagskrá, áskrift að efnisveitum og myndmiðlun eftir pöntun. Annað gefi ekki rétta mynd af þeirri samkeppni sem ríkir á markaðnum.

Eins og reifað er í upphafi tilkynningar þessarar bjóða **Fjarskipti** upp á Vodafone Sjónvarp sem veitir aðgang að opinni dagskrá íslenskra sjónvarpsstöðva auk þess sem boðið er upp á aðgang að fjölmörgum stöðvum, íslenskum og erlendum. Þar að auki býður félagið upp á Vodafone PLAY, sem er íslensk áskriftarveita og Cirkus, sem er gagnvirk áskriftarveita fyrir hágæða breskt sjónvarpsefni. Jafnframt er boðið upp á áskriftarveituna Hopster, sem inniheldur gæða sjónvarpsefni fyrir börn. Hér að neðan gefur að líta fjölda áskrifenda í árslok 2016. Sjá nánar kafla 8.3 hér að neðan um samanburð á markaðshlutdeild á markaði fyrir áskriftarsjónvarp.[73]

[73] Trúnaðarmál

7.3 Viðkomandi landfræðilegir markaðir

Markaðssvæði beggja samrunaaðila er landið allt og er landfræðilegur markaður málsins því Ísland. Hér er þó nauðsynlegt að taka fram að bæði fyrirtækin eiga í harðri samkeppni við erlenda aðila um sjónvarpsrekstur, sbr. kafla 7.2.3 hér að framan.

7.4 Markaðir þar sem áhrifa gætir

Fjarskipti og 365 starfa bæði á fjarskiptamarkaði. Starfsemi félaganna skarast í sölu á internettenginum og tal- og farsímaþjónustu. Þá skarast starfsemi félaganna í sjónvarpsþjónustu, sbr. markaðsskilgreiningu hér að framan. Það er fyrst og fremst á þessum mörkuðum sem áhrifa samrunans gætir að mati Fjarskipta. Þá er fjallað um efniskaupamarkaði í þessum kafla, þar sem samrunaaðilar starfa báðir þótt með ólíkum hætti sé. Jafnframt mun áhrifa samrunans væntanlega gæta á auglýsingamarkaði en 365 selur auglýsingar í miðla sína og Fjarskipti kaupa auglýsingar sem birtast í miðlum 365. Um þessa markaði er fjallað í kafla VIII.

Markaður fyrir efniskaup

Almenn umfjöllun um efniskaupamarkað

a. Kaup á efni til að sýna í sjónvarpi-lýsing á markaði og efniskaupasamningum

Sjónvarpsefni er að jafnaði selt á frjálsum markaði og sögulega séð hafa samskipti við birgja að verulegu leyti átt sér stað á sérstökum kaupstefnum í Cannes og Los Angeles ásamt öðrum sérstökum viðburðum sem efniseigendur blása til við slík tækifæri. Þar hefur verið samið um meginlínur í samstarfi efniseigenda og dreifingaraðila og nýtt efni kynnt fyrir kaupendum. Stórir OTT aðilar eins og Netflix og Amazon eru farnir að framleiða eigið efni í miklu magni og eru því ekki háðir efniseigendum eins og hefðbundnandir sölu- og dreifingaraðilar á sjónvarpsefni og nýta því ekki þessa viðburði til efniskaupa. En þar sem framboð á sjónvarpsefni er að aukast mikið í heiminum og samkeppni frá OTT aðilum að aukast er mikilvægi þessara atbuðra fyrir hefbundna sölu- og dreifingaraðila að aukast fremur en minnka.

Hingað til hafa stóru bandarísku kvikmyndaverin og sjónvarpsstöðvar verið stærstu framleiðendur sjónvarpsefnis, en á síðastliðnum árum hefur landslagið breyst verulega, svo sem tæpt er á í samrunatilkynningu, sbr. einnig síðari umfjöllun.

Samningar um sjónvarpsefni veita almennt rétt á tilteknum fjölda sýninga í línulegri dagskrá yfir ákveðið tímabil. Í seinni tíð, og sérstaklega í kjölfar tilkomu efnisveita á borð við Netflix og Hulu, hafa bæst við viðbótarréttindi á borð við SVOD, time-shift, catch-up og TVOD, auk þess sem nauðsynlegt er að tryggja réttindi fyrir fleiri tæki en einungis sjónvarpið, svo sem farsíma eða spjaldtölvur.

Þessi réttindi gera neytandanum kleift að horfa á sjónvarpsefni hvar og hvenær sem er, og eru orðin órofa hluti nútíma sjónvarpsþjónustu og hafa að miklu leyti tekið við af hefbundnu sjónvarpsáhorfi í línulegri dagskrá.

Gróflega má skipta samningum sem félag í sjónvarpsrekstri gerir í fjóra flokka:

i) Magnkaupsamningar

Í slíkum samningum er samið um kaup á fyrirframákveðnu magni af efni í tilteknum flokkum, t.d. nýjar myndir, library myndir (gamalt efni) eða sjónvarpsseríur. Þannig mætti t.d. semja um að velja fimm nýjar myndir á ári frá tilteknum framleiðendum, og þar til viðbótar tíu library myndir. Kaupandi hefur þá að jafnaði fyrsta val um efni frá framleiðandanum.

Þessar myndir eru þá verðlagðar eftir þeirri formúlu sem kveðið er á um í samningnum út samningstímann. [

][74]

[74] Trúnaðarmál

ii) Output samningar

Á undanförnum áratug hefur mikið verið um að gerðir væru s.k. output-samningar, þ.e. magnkaupsamningar við bandarísku kvikmyndaverin sem fela í sér einkarétt á eftirsóknarverðu efni (e. Premium Content). Með slíkum samningum skuldbindur fyrirtækið sig til þess að kaupa allt efni viðkomandi framleiðanda og gegn því að aðrar stöðvar hafi ekki aðgang að því.

[

][75] Hér má einnig benda á að RÚV fylgdi í kjölfarið með gerð output-samnings við Disney, sem var í gildi í nokkur ár. Þá hefur RÚV aðgengi að vinsælu efni í gegnum samstarf norrænna ríkisstöðva (Nordvision) og evrópskra (EBU), s.s. Eurovision. Þá hefur Síminn, samkvæmt bestu vitund samrunaaðila, m.a. á síðustu árum gert Output samninga við CBS, og við Fox um sjónvarpsseríur.

Umræddir output-samningar voru almennt taldir leiða til verulegrar hækkunar á kostnaði við efniskaup, frá því sem áður hafði verið. Aukin samkeppni um samningana, m.a. með harðari framgöngu af hálfu RÚV á markaði og í kjölfar innkomu SkjásEins á sínum tíma, leiddi einnig til verulegra hækkana. Við það bættist einnig sú staðreynd að output-samningunum fylgdi ógrynni af efni sem var meira en sjónvarpsstöðvarnar náðu að sýna og sumt að því var ekki af þeim gæðum sem vænta mátti. Output samningar reyndust því í senn dýrir og óhagkvæmir. Ofan á bættist síðan almenn hækkun á sjónvarpsefni á heimsvísu.

Af þeim ástæðum, og þeirri sem síðar rakin að nú er hægt að leita til mun fleiri alþjóðlegra framleiðenda en áður, hafa Output samningar frekar verið á undanhaldi en hitt.

[75] Trúnaðarmál

iii) A la Carte samningar

Hér er um að ræða samninga þar sem valdar eru tilteknar kvikmyndir eða seríur frá tilteknum framleiðanda. Það geta bæði verið stakar kvikmyndir eða seríur eða fleiri í pakka. Samningar af þessum toga hafa færst í aukana með tilkomu fleiri aðila inn á markaðinn, t.d. öflugra breskra og norrænna framleiðenda.

[

][76]

iv) Íþróttasamningar

Réttindi til sýningar á vinsælustu íþróttaviðburðum heims, svo sem Ensku úrvalsdeildinni í knattspyrnu, Meistaradeildinni, stórmótum landsliða í knattspyrnu eða Ólympíuleikunum eru seld í útboðum til hæstbjóðanda á markaði. Réttindi að smærri viðburðum, t.d. UFC fjölbragðaglímu eða golfmótum, eru seld í stökum samningum til nokkurra ára ekki ólíkt því sem gerist um annars konar sjónvarpsefni.

Samkeppni um vinsælli íþróttaviðburði hefur verið gríðarleg á Íslandi, eins og sést á því 365, RÚV og Síminn hafa öll sýnt, eða tryggt sér sýningarrétt, að stórmótum í knattspyrnu á undanförnum nokkrum árum. Þetta kemur fram í verðinu en íslenskir aðilar greiða sennilega eitt hæsta, ef ekki allra hæsta, höfðatöluverð sem um getur fyrir slíka viðburði. Þetta háa verð hefur vitaskuld aukið mikið þrýstinginn á verðlagningu félaga á markaðnum með tilheyrandi kostnaði fyrir neytendur.

76

b. Nánari umfjöllum um efniskaupamarkaðinn og ákvæði efnissamninga

Life of Series ákvæði

Samningar um kaup á nýjum þáttaröðum innihalda oft á tíðum svokallaða "Life of Series" samninga (LOS). Samkvæmt slíkum ákvæðum skuldbindur efniskaupi sig til þess að kaupa allar þáttaraðir af tilteknum þætti í framtíðinni. Þetta felur augljóslega í sér töluverða áhættu, sem takmarkast þó við að yfirleitt er hætt að framleiða þætti, sem ekki njóta almennra vinsælda. Í öðrum tilfellum sjá framleiðendur hag sinn í því að halda áfram að framleiða þáttaraðir þrátt fyrir að vinsældir séu ekki miklar þar sem í samningum kveður á um að við hverja þáttaröð sem framleidd er hækkar verðið fyrir þá þáttaröð. Dæmi um slíka þáttaröð er Survivor sem var fyrsta raunveruleikaþáttaröðin sem sló í gegn. Á móti kemur einnig að viðkomandi stöð á þá rétt á þáttum áfram, óháð því hvort samningssamband við framleiðandann haldist að öðru leyti. Sem dæmi má nefna að samkvæmt bestu vitund samrunaðaila er Síminn núna með samning við FOX, en 365 heldur áfram að fá þáttaraðir sem keyptar voru undir fyrri samningi við Fox, t.d. Simpsons.

OTT ákvæði og áhrif OTT-þjónustu á framleiðslu og kaup á sjónvarpsefni

Á síðustu árum hafa miklar breytingar orðið á áhorfi sjónvarpsefnis, sérstaklega vegna tilkomu *OTT-þjónustu* (e. Over the Top), þ.e. streymi myndefnis í gegnum netið. Með því geta áhorfendur horft á efni í gegnum *VOD-þjónustu* (e. Video on Demand), s.s. Frelsi sjónvarpsstöðvanna hér á landi. Því er línuleg dagskrá á undanhaldi.

Í þeirri þjónustu er tekna að stofni til aflað með tvenns konar hætti. Annars vegar getur áskrifandi valið að kaupa *SVOD-þjónustu* (e. Subscription VOD), þar sem hann fær þá aðgang að tilteknu efni gegn áskriftargjaldi. Hér undir falla t.d. efnisveitur s.s. Netflix, Hulu, Amazon Prime, Sjónvarp Símans Premium og Stöð 2 Maraþon Now. Vodafone er einnig með slíkar áskriftarveitur í vöruframboði sínu en þær eru Vodafone PLAY, Cirkus og Hopster.

Hins vegar getur áskrifandi keypt áskrift *TVOD-þjónustu* (e. Transactional VOD), þar sem hann fær aðgang að einstökum þáttum, myndum eða íþróttaviðburðum. Þekktasta dæmið um slíkt er iTunes. Vodafone og Síminn hafa bæði starfað á þessum mörkuðum með s.k. VOD-þjónustum sínar, sem áskrifendur hafa nálgast með myndlyklum (e. Set Top Box). 365 hefur ekki tekið þátt í þessum markaði.

Að lokum má nefna svokallaða *AVOD-þjónustu,* þar sem neytendur geta nálgast streymi án nokkurs endurgjalds. Á móti kemur að auglýsingar rjúfa streymið reglulega. Íslenskir neytendur hafa ekki notað slíkar þjónustur að ráði svo vitað sé.

Þessar breytingar sem orðið hafa á áhorfi sjónvarpsefnis, hafa leitt til þess að í efniskaupasamningum verður að heimila sérstaklega að efnið sé notað með slíkum hætti. Þannig dugar ekki einungis að mæla fyrir um tiltekinn fjölda sýningardaga í línulegri dagskrá, heldur þarf einnig að tryggja time-shift, catch-up- og SVOD réttindi. Með þeim hætti má tryggja að áhorfandinn geti nálgast efnið þegar honum hentar.

Í flestum nýrri samningum er gert ráð fyrir að OTT-réttindi fylgi með í einhverri mynd. Þannig eru mismunandi takmarkanir milli samninga, t.d. hvort einungis megi gera efni aðgengilegt áskrifendum að *SVOD-þjónustu,* hversu margir þættir úr þáttaröð megi vera aðgengilegir í einu o.s.frv. Samningarnir kveða yfirleitt á um víðtækan rétt rétthafa til þess að fylgjast með hvort notkun efnis sé í samræmi við samninga.

Holdback ákvæði

Samningar um kaup á efni innihalda yfirleitt svokölluð "holdback" ákvæði. Þ.e.a.s. kaupandi að efninu fær fyrsta sýningarrétt í línulegu sjónvarpi og fær gjarnan einnig einhvers konar SVOD eða Catch Up réttindi til tiltekins tíma. Seljandi efnisins lofar í staðinn að selja efnið ekki að nýju fyrr en að 12 eða 24 mánuðum liðnum.

Af þeim sökum er óalgengt að hægt sé að kaupa nýtt efni beint á SVOD. Efni fer fyrst í línulega dagskrá, því næst á SVOD eða catch-up þjónustu kaupandans, og einungis að "holdback" tímanum liðnum er hægt að kaupa efnið beint til sýningar í SVOD þjónustu.

Því má segja að 365 og Fjarskipti séu í raun að starfa á sitt hvorum markaðnum. 365, RÚV eða Síminn kaupa fyrsta gluggann fyrir línulega dagskrá og SVOD réttindi fylgja með. Fjarskipti, Netflix og aðrir sem einblína á SVOD að meginstefnu kaupa hins vegar annan gluggann og er þá oft um að ræða efni sem áður hefur verið til sýningar í línulegri dagskrá en leyfistímabil síðan runnið út.

Framleiðsla á sjónvarpsefni

Breytt tækni hefur ekki aðeins leitt til breytinga á hegðun áhorfenda og auglýsenda, heldur einnig á framboð og eftirspurn eftir sjónvarpsefni. Stóru bandarísku kvikmyndaverin og sjónvarpsstöðvarnar hafa lengi ráðið lögum og lofum á markaðnum. Framleiðendum fjölgar sífellt og hafa nýir aðilar tekið sér stöðu á markaðnum á kostnað þeirra sem fyrir voru. Til að mynda framleiða stóru efnisveiturnar sjálfar stöðugt meira efni til að eiga til frumsýningar, eins og m.a. er fjallað um í samrunaskrá þessari. Efnisveiturnar taka fullan þátt í samkeppni í framleiðslu á dýru sjónvarpsefni. Til að mynda framleiðir Netflix sjónvarspþættina "The Crown". Það er dýrasta þáttaröð sem hefur verið framleidd í sögunni. Undanfarið hefur framleiðsla á sjónvarpsefni aukist á alþjóðavísu, ekki síst á dýru og hágæða efni. Á árunum 2011-2016 jókst framleiðslan úr 150 milljörðum USD í 240 milljarða USD. Spár gera ráð fyrir að vöxturinn muni verða um 10% á árinu 2017.

Almennt má segja að sjónvarpsefni, sem notið hefur hvað mestra vinsælda á síðustu áratugum, sé að missa vægi sitt og stöðu á markaði. Hér er átt við gamanþáttaraðir, spennuþætti o.fl. Stóraukið framboð á raunveruleikasjónvarpi endurspeglar þetta. Það sinnir enda sömu þörf og hefðbundið sjónvarpsefni, auk þess að vera ódýrt í framleiðslu. Þrátt fyrir aukningu í framboði hefur starfsumhverfi sjónvarpsstöðva líklega aldrei verið jafn erfitt og nú. Stöðvarnar standa frammi fyrir því að hafa ekki jafn mikið vægi og áður, enda geta neytendur nálgast nær allt sjónvarpsefni eftir frumsýningu þess, hvort sem er með löglegum hætti eða ekki. Sjónvarpsstöðvar verða einnig að vera með rétt efni í boði á réttum tíma. Þessu til viðbótar má nefna að allar líkur eru á að virðiskeðjan sé að taka miklum breytingum, þ.e. hlutur

efnisframleiðenda og rétthafa fer sífellt stækkandi á kostnað sjónvarpsstöðva og dreifingaraðila. Aðilar eins og Netflix og Amazon Prime eru allt í senn framleiðendur, dreifingaraðila og smásalar efnis.

Þó að bandarískt efni sé enn fyrirferðarmikið í sjónvarpi, er ljóst að það hefur ekki lengur þá yfirburði og sérstöðu sem það áður hafði. Evrópskt efni hefur komið sterkara inn á sl. árum, þ.m.t. mjög vinsælar þáttaráðir frá Norðurlöndunum. Það leiðir með beinum hætti til þess að s.k. outputsamningar frá framleiðendum í BNA hafa sífellt minna vægi.

Framleiðsla á sjónvarpsefni er sífellt að aukast, og er OTT augljóslega drifkrafturinn á bakvið þá aukningu. Efnisveitur kaupa enda stöðugt meira efni og er markaðurinn að sama skapi orðinn mun alþjóðlegri en áður. Tungumál og landamæri eru ekki lengur sama hindrunin og áður. Hér má sem dæmi nefna vinsældir norræns sjónvarpsefnis í Evrópu og Bandaríkjunum. Íslensku þættirnir "Ófærð" fengu mikla útbreiðslu og þáttaröðin "Réttur" hefur verið seld til Netflix. Auk þess hefur Showtime uppi áform um bandaríska útgáfu þáttanna.

c. Staðan á markaðnum

Að mati samrunaaðila hefur staðan aldrei verið betri hvað varðar samkeppni á markaðnum um kaup og sölu á sjónvarpsefni.

Eins og áður sagði þá hefur vægi output samninga minnkað og bandarísku kvikmyndaverin hafa af þeim sökum ekki sömu yfirburðastöðu og áður.

Þetta birtist einnig í auknu framboði að evrópsku sjónvarpsefni. Breskir framleiðendur á borð við Endemol Shine, ITV, Freemantle og BBC hafa til að mynda framleitt mikið magn af gæðaefni undanfarin ár. Nægir þar að nefna nýlegar seríur á borð við Broadchurch (Stöð 2) og Poldark (RÚV).

Norrænir framleiðendur hafa sömuleiðis sótt verulega í sig veðrið með efni eins og Forbrydelsen, Skam, Gasmamman o.fl. Efni frá norrænu framleiðendunum hefur dreifst nokkuð jafnt á innlenda aðila, þótt sýnu mest fari til RÚV.

Seríur sem þessar eru yfirleitt seldar stakar og hæstbjóðanda hverju sinni.

Þróunin hefur því verið sú undanfarin ár að hægt er að leita til mun fleiri aðila um kaup á gæðasjónvarpsefni. Hér áður var lykilatriði að tryggja outputsamninga við stóru bandarísku kvikmyndaverin. Nú er staðan sú að ekki dugar lengur að læsa stóru kvikmyndaverin inni með löngum outputsamningum til að tryggja markaðsstöðu sína. Til þess eru einfaldlega of margir fiskar í sjónum, og keppinautarnar geta byggt öfluga dagskrá án þess að leita á náðir risanna á markaðnum.

d. Hvernig eru Fjarskipti og 365 að keppa um kaup á sjónvarpsefni?

Í raun er minni snertiflötur á sjónvarpsrekstri félagana í dag en ætla mætti.

365 er í grunninn hefðbundið sjónvarpsfyrirtæki þar sem áskriftarrásir félagsins eru í forgrunni. Félagið starfrækir sjónvarpsrásirnar Stöð 2, Stöð 3, Bíórásina, Krakkastöðina og Stöð 2 Sport rásirnar. Því til viðbótar býður 365 upp á SVOD þjónustuna Maraþon Now og úrval erlendra stöðva á Fjölvarpinu.

Nánast allt efni er að grunni til keypt inn til sýningar í línulegri dagskrá, og önnur réttindi, svo sem SVOD eða catch-up, fylgja í flestum tilvikum með. Maraþon Now SVOD þjónustan, er þannig byggð upp á efni sem upprunalega er keypt til sýninga í línulegri dagskrá á Stöð 2 eða öðrum stöðvum 365.

Fjarskipti reka engar línulegar sjónvarpsstöðvar en selja takmarkað úrval erlendra stöðva í fjölvarpsþjónustu auk þess að kaupa inn efni beint á SVOD þjónustu félagsins sem ber nafnið Vodafone PLAY. Því eru Fjarskipti í raun að einblína á annars konar réttindi en 365 miðlar. 365 kaupir línuleg réttindi, og SVOD réttindi fylgja með, á meðan Fjarskipti selja takmarkaðar fjölvarpsstöðvar auk þess að vera beinlínis á eftir SVOD réttinum einum saman, en þau réttindi koma vanalega ekki til sölu fyrr en 12

eða 24 mánuðum eftir frumsýningu í línulegu sjónvarpi eins og rakið var hér að ofan. Undantekningar eru þó á reglunni og í einstökum tilfellum er hægt að kaupa nýrra efni inn í SVOD þjónustur.

Þá bjóða Fjarskipti upp á kvikmyndaleigu (TVOD) sambærilega við þá sem boðið er upp á í iTunes Store hjá Apple og SíminnBíó hjá Símanum. 365 býður ekki upp á slíka þjónustu.

365 hefur sýnt mikið íþróttaefni undanfarin ár, en Fjarskipti hefur ekki leitað inn á þann markað.

e. Mat á markaðshlutdeild samrunaaðila á markaði fyrir kaup á sjónvarspefni

Ekki eru tiltækar opinberar tölur um heildarstærð umrædds markaðar eða um hlutdeild aðila á efniskaupamarkaði. Samkvæmt grófu mati þeirra sem til markaðarins þekkja má gera ráð fyrir því að 365 sé stærsti kaupandi á efniskaupamarkaði, Síminn og RÚV séu svipuð að stærð en Vodafone lang minnst, eins og staðan er í dag.

f. Nánari útlistun á efniskaupasamningum

I

]

[77]

ii. Samningar um íþróttaefni

Samningarnir eru fyrir Stöð 2 Sport og Golfstöðina. Helstu samningar eru um fótbolta, eða um 70% fyrir árið 2017. Hér falla undir samningarnir um ensku úrvalsdeildina í knattspyrnu (e. Premier League), Meistaradeildina í fótbolta (e. UEFA Champions League), íslensku úrvalsdeildina í knattspyrnu (Pepsi deildin), Spænski boltinn o.fl. Yfirlit yfir heldsu samninga 365 um sýningarétt á íþróttaefni má sjá í neðangreindri töflu. [

[77] Trúnaðarmál

]78

Í stærri samningum um íþróttaefni er yfirleitt lögð skylda á 365 til að nýta efnið í ákveðnu magni og á tiltekinn hátt.

Hér á eftir fer umfjöllun um helstu samninga 365 um íþróttaefni.

[

78 Trúnaðarmál

][79]

iii. Samningar um línulega dreifingu

365 hefur samninga um línulega dreifingu á rúmlega sextíu erlendum rásum í gegnum Fjölvarp.

Aðrir samningar um íþróttaefni.

[

[79] Trúnaðarmál

][80]

Efniskaupasamningar Fjarskipta

[

[80] Trúnaðarmál

]81

Áhrif samrunans á markaði fyrir efniskaup

Eins og áður hefur komið fram keppa 365 og Fjarskipti ekki beint um efnissamninga. Á meðan 365 hefur enblínt á efni fyrir línulega dagskrá hefur Fjarskipti einblínt á SVOD þjónustur sínar ásamt erlendum línulegum stöðvum. Með samruna 365 og Fjarskipta munu opnast miklir möguleikar á hagstæðari samningum sem mun koma neytendum á íslenskum markaði til góða. Ef horft er á erlendar línulegar stöðvar þá má sjá verulegan verðmun á áskriftarpökkum Vodafone annars vegar og áskriftarpökkum 365 hinsvegar. Ástæðan er einföld en í gegnum tíðina hafa verðpunktar efniseigenda fyrir þessar stöðvar verið háir og erfitt hefur verið að ná þeim verðpunktum niður. Þeir samningar sem Vodafone hefur gert hafa verið mun hagstæðari en áður hefur tíðkast fyrir slíka samninga hér á landi og með því að sameina þá samninga sem nú eru til staðar hjá báðum fyrirtækjum er að mati Fjarskipta hægt að bjóða áskriftarleiðir á mun betra verði en áður.

[81] Trúnaðarmál

Dýrt hefur verið fyrir Vodafone að kaupa einstök SVOD réttindi sökum aðkomu Netflix á heimsvísu. Sem langvinsælasta efnisveita heims hefur Netflix gríðarlega fjármuni og afl til að kaupa það efni sem lystir hverju sinni. Það leiðir til þess að efniseigendur sjá hag sinn í því að sitja og bíða þar til Netflix ákveður hvort eða hvenær veitan kaupir efni viðkomandi efniseigenda. Eðli málsins samkvæmt er því erfitt fyrir Fjarskipti að aðhafast eins og vilji er fyrir á þessum markaði. Öðru máli gegnir um þegar samið er um alhliða efnissamninga. Þannig getur samruni 365 og Vodafone stuðlað að því að meira efni á lægra verði standi íslenskum áhorfendum til boða. Með því að semja um línulegt efni með auka réttindum eins og catch up, timeshift og SVOD má að mati Fjarskipta ná enn betri samningum en þegar samið er um þetta hvert í sínu lagi.

Samspil efnis með þessum réttindum ásamt TVOD réttindum gefur neytendum meira frelsi til að velja það sem hentar þeim hverju sinni.

Í samráði við Samkeppniseftirlitið hefur helstu samnngum verið lýst hér að framan en samrunaðilar munu vitaskuld senda þá samninga sem Samkeppniseftirlitið óskar eftir varðandi efniskaup.

Áhrif efniskaupamarkaðsins (sjónvarpsefni og tónlist) á aðra markaði sem samruninn nær til

Eins og kom fram í lið 1 fylgir réttur fyrir myndefni í síma og í gegnum OTT dreifingu almennt með efniskaupasamningnum. Enginn vafi er á því að svo mun verða. Í raun ber Samkeppniseftirlitinu að slá því föstu að þessi réttindi séu samhangandi eða muni a.m.k. verða það til framtíðar. Að öðru leyti er um þetta atriði vísað til umfjöllunar í VII. kafla, um nánari skilgreiningu markaða.

Varðandi tonlist.is þá er samningur aðila algjörlega skýr um það, að vefurinn tonlist.is er hluti hins selda og vísast um það til samnings aðila, sbr. c lið greinar 1.2., en tonlist.is er hluti af útvarpssviði 365. Að mati aðila er ljóst að sú staðreynd hefur enga raunhæfa þýðingu fyrir samrunann. Kemur það til annars vegar vegna þess að Vodafone hefur ekki starfað á þeim markaði, en einnig vegna þess að tonlist.is er í raun horfin af markaðnum

fyrir streymi á tónlist. Velta vefsíðunnar árið 2016 var kr. 15.359.006 og kostnaður yfir 40 milljónir. Tap af einingunni var því kr. 24.076.140. Ástæðan er sú að bæði velheppnað viðmót og markaðssetning Símans gerði það að verkum að Spotify tók þennan markað yfir nánast á einni nóttu, án þess að nokkrum vörmum yrði komið við. Alls óvíst er um framtíð tonlist.is á þessum markaði til lengri tíma.

Áhrif Miða.is á markaðinn

Sama á við að mati aðila um mida.is og tonlist.is, sbr. hér að framan. Þessi vörumerki og starfsemi á bak við þau er hvefandi. Velta Mida.is árið 2016 var kr. 26.182.579, borið saman við kr. 65.488.230 árið áður. [

][82]

Í framhaldi má nefna að 365 hefur ekki starfað á sviði gagnaflutnings né í sjónvarpsdreifingu, sbr. það sem fyrr segir.

Fjarskipti eiga og reka tvö sjónvarpskerfi. Annars vegar Vodafone Digital Ísland og IPTV dreifikerfi. 365 á hvorki né rekur sjónvarpsdreifikerfi og hefur samruninn því ekki lárétt áhrif á þeim markaði. Þó hefur 365 keypt IPTV þjónustu, sem fyrr segir, af Símanum í heildsölu og endurselt. 365 stundar þó ekki heildsölu á þessum markaði. Fjölmiðlafyrirtæki kaupa aðgang að sjónvarpsdreifikerfunum til dreifingar á efni til sinna viðskiptavina til þess að veita gagnvirka sjónvarpsþjónustu víða um land.

[82] Trúnaðarmál

7.5 Markaðir sem eru skyldir mörkuðum þar sem áhrifa gætir í skilningi 3. þáttar

Samrunaaðilar starfa á öðrum og skyldum mörkuðum. Þar sem starfsemi þeirra fyrir samrunann skarast hins vegar ekki á þeim mörkuðum, telja samrunaaðilar að áhrifa samrunans muni ekki gæta þar. Í gr. 7.3. reglna Samkeppniseftirlitsins nr. 684/2008 er kveðið á um að lýsa skuli og gefa upplýsingar um alla markaði sem samrunaaðilar starfa á. Að mati samrunaaðila felst ekki í því skylda til þess að skilgreina nákvæmlega hvern markað fyrir sig, heldur sé frekar óskað eftir helstu upplýsingum um framangreinda markaði. Eftirfarandi umfjöllun ber að skoða í því ljósi. Óski Samkeppniseftirlitið eftir frekari upplýsingum þeim tengdum, munu samrunaaðilar hins vegar bregðast skjótt og vel við.

Markaður fyrir útgáfu dagblaðs

Eins og fyrr greinir rekur 365 Fréttablaðið. Fréttablaðið er ekki hluti af hinu selda og hefur samruninn ekki áhrif á þann hluta fjölmiðlamarkaðarins.

Samkeppniseftirlitið hefur lagt til grundvallar að vefmiðlar og prentmiðlar tilheyri ekki sama samkeppnismarkaði, hvorki hvað varði útgáfu þeirra né sölu auglýsinga. Markaðnum fyrir dagblaðaútgáfu hefur verið skipt niður í tiltekna undirmarkaði, þ.e. markað fyrir áskriftardagblöð, markað fyrir fríblöð, markað fyrir dagblöð á veraldarvefnum, staðbundin blöð og sérblöð, sbr. ákvörðun nr. 33/2015. Samrunaaðilar telja ekki ástæðu til að gera sérstaka athugasemd við þessa skilgreiningu. Þá sé ekki þörf á að fjalla frekar um þennan markað eða stöðu aðila á honum.

Markaður fyrir miðlun frétta og upplýsinga á Internetinu

365 mun áfram reka fréttastofu og halda úti vefsíðu sem styður við útgáfu blaðsins. Hér má nefna að á milli aðila hefur verið gerður samstarfssamningur (fskj. 9 við kaupsamning á fylgiskjali nr. 4), þar sem Fjarskipti fá aðgang að fréttum sem birtast munu í Fréttablaðinu, til birtingar á www.visir.is). Aðrir aðilar á markaðnum eru t.d. Pressan ehf., sem á Vefpressuna ehf. Síðarnefnda félagið á og rekur vefmiðlana pressan.is og bleikt.is.

Vefpressan ehf. á einnig Eyjan miðlar ehf. sem á og rekur vefmiðilinn eyjan.is. Pressan ehf. á einnig meirihlutaeign í DV ehf., sem gefur út dagblaðið DV og rekur vefmiðilinn dv.is. Pressan gefur einnig út s.k. landsmálablöð, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 5/2017.

Samkeppniseftirlitið hefur ekki fjallað sérstaklega um markaðinn fyrir vefmiðla/fréttamiðlun á netinu, svo samrunaaðilar þekki til. Að mati þeirra er þó ljóst að þar starfa ýmsir aðilar og hafa nýir aðilar gert sig gildandi þar, s.s. vefmiðillinn Kjarninn, Stundin og Nútíminn. Aðrir vefir sem eru í samkeppni við vefsíðuna visir.is um miðlun frétta eru ruv.is, mbl.is, vb.is og aðrir vefir sem tengjast staðbundnum blöðum. Þá er lestur á erlendum fréttaveitum sífellt að aukast. Auk þess eru fjölmargir vefir sem bjóða upp á afþreyingu í bland við miðlun frétta. Aðgangshindranir á markaðinn eru engar og því er hverjum sem er fært að hefja þar starfsemi, hafi hann vilja til.

Fjarskipti munu taka yfir visir.is. 365 mun eftir afhendingu eignanna halda úti vefsíðu sem styður við Fréttablaðið, en verða mun minni í sniðum en visir.is, sbr. ákvæði í samningi aðila. Samkeppniseftirlitið hefur verið upplýst um samstarfssamning milli aðila um miðlun frétta. Að mati samrunaaðila leiða engar samkeppnishömlur af samstarfinu, aðrar en þær sem tilgreindar eru í kaupsamningi og samstarssamningi og eru mikilvæg forsenda kaupanna.

Í öllu falli telja samrunaaðilar ljóst að samruninn leiði ekki til þess að markaðsráðandi staða verði til eða styrkist eða samkeppni raskist með umtalsverðum hætti að öðru leyti. Þá muni hann ekki hafa skaðleg áhrif á fjölræði eða fjölbreytni í fjölmiðlun, af sömu ástæðum og áður greinir, heldur þvert á móti. Vegna samrunans munu fleiri vefmiðlar starfa á Íslandi við miðlun frétta og upplýsinga. Þá verður eignarhald á visir.is dreifðara en frá því sem áður var.

Annað

Fjarskipti starfa einnig á fjarskiptamarkaði í Færeyjum en samruninn hefur ekki áhrif á þann markað.

7.6 Markaðir þar sem áhrifa gætir ekki

Fjarskipti selja einnig farsíma og ýmsa aukahluti í verslunum sínum og á vefsíðu fyrirtækisins.

Heildarverðmæti sölu Vodafone annars vegar er sem hér segir:[83]

Ár	Fjarskipti	Hlutdeild
2015	1.383 millj. kr.	9,48%
2016	1.165 millj. kr.	9,56%

Salan er hins vegar nánast engin hjá 365 eða 35 símar frá upphafi, að stofni til Iphone, en einnig Samsung símar. Áhrifin eru því engin.

[83] Samkvæmt upplýsingum frá Hagstofu Íslands er nettó verðmæti innflutnings í flokkinum *85171200 GSM símar og aðrir farsíma.*

VIII. KAFLI

Upplýsingar um markaði þar sem áhrifa gætir

8.1.Áætluð heildarstærð markaðarins í fjárhæðum og magni

FJARSKIPTAMARKAÐURINN

Tölfræðiupplýsingar um fjarskiptamarkaðinn á Íslandi sem samrunaaðilum eru aðgengilegar koma fyrst og fremst frá Póst- og fjarskiptastofnun. Í þeim gögnum hefur PFS meðal annars sundurliðað heildartekjur eftir tegund fjarskiptaþjónustu, auk liðarins "aðrar tekjur" sem ekki eru frekari upplýsingar um. Gengið eru út frá því að í þeim lið sé ekki eiginleg fjarskiptaþjónusta, heldur t.d. vörusala og stoðþjónusta.

Í tölfræðiskýrslu PFS um íslenska fjarskiptamarkaðinn árið 2015, koma fram upplýsingar um heildartekjur eftir tegund fjarskiptaþjónustu yfir heilt rekstrarár, sbr. eftirfarandi:[84]

Tafla 36. Heildartekjur eftir fjarskiptastarfsemi
Table 36. Total income from telecommunication

Á ári / Per year	2013	2014	2015
Í milljónum króna / In millions of krónur			
Samtals / Total	50.459	52.268	54.834
- Fastanetið / Fixed network	7.027	7.783	7.807
- Talsímarekstur / Fixed network phone	6.731	6.889	6.787
- Farsímarekstur / Mobile network	16.169	15.788	16.131
- Gagnafl. og Internet þjón. / Data transfer and Internet service	9.016	8.952	9.834
- Sjónvarpsþjónusta / Television services	...	...	3.329
- Aðrar tekjur / Other income	11.515	12.855	10.946

[84] Skýrsla PFS, *Tölfræði um íslenska fjarskiptamarkaðinn 2015*. Skýrsluna má nálgast á vefslóðinni: https://www.pfs.is/library/Skrar/Tolfraedi/Tolfraediskyrslur-PFS/Tolfraedi_um_islenska_fjarskiptamarkadinn_2015.pdf

Fyrir rekstarárið 2016 liggja aðeins fyrir tölur fyrir fyrri hluta ársins sem sömuleiðis eru sundurliðaðar eftir tegund fjarskiptaþjónustu. Er heildarstærð fjarskiptamarkaðarins fyrri hluta ársins 2016 áætluð sem hér segir:[85]

Tafla 35. Heildartekjur eftir fjarskiptastarfsemi
Table 35. Total income from telecommunication

Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Í milljónum króna / In millions of krónur			
Samtals / Total	25.441	26.280	27.667
- Fastanetið / Fixed network	4.758	4.814	4.951
- Talsímarekstur / Fixed network phone	2.595	2.474	2.198
- Farsímarekstur / Mobile network	7.616	7.750	8.021
- Gagnafl. og Internet þjón. / Data transfer and Internet service	4.543	4.769	5.117
- Sjónvarpsþjónusta / Television services	...	1.673	1.825
- Aðrar tekjur / Other income	5.929	4.800	5.554

Við mat á magni í tengslum við mat á heildarstærð fjarskiptamarkaðarins er hægt að líta til upplýsinga í skýrslu PFS um fjölda tenginga (eininga) sem sundurliðaðar eru niður á tegund fjarskiptaþjónustu. Framangreint veitir vísbendingu um innbyrðis vægi milli einstakra tegunda fjarskiptaþjónustu í tekjum á fjarskiptamarkaði. Þá gefa tekjur sem fall af fjölda eininga eða magni vísbendingu um framlegð og arðsemi af hverri tiltekinni tegund fjarskiptaþjónustu á markaði. Er í tölfræði PFS ýmist miðað við fjölda tenginga eða fjölda áskrifenda að tiltekinni fjarskiptaþjónustu.

[85] Skýrsla PFS, Tölfræði um íslenska fjarskiptamarkaðinn, fyrri hluta ársins 2016. Skýrslan var birt þann í nóvember 2016 og má nálgast á vefslóðinni: https://www.pfs.is/library/Skrar/Tolfraedi/Tolfraediskyrslur-PFS/Tolfraediskyrsla_PFS_fyrri_hluta_ars_2016_Statistics_first_half_2016.pdf. Upplýsingar eru sóttar í þessa skýrslu nema annað sé tekið fram.

Internetþjónusta:

Tafla 28. Fjöldi internettenginga eftir fyrirtækjum
Table 28. Total subscriptions by companies

Í lok tímabils / End of	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	118.845	121.891	124.955	100,0%	100,0%	100,0%
- Síminn	60.956	59.670	61.162	51,3%	49,0%	48,9%
- Vodafone	35.026	34.571	35.416	29,5%	28,4%	28,3%
- 365	5.319	16.558	14.693	4,5%	13,6%	11,8%
- Tal	9.217	...	...	7,8%	...	...
- Hringdu	4.186	6.028	7.582	3,5%	4,9%	6,1%
- Aðrir / Others	4.141	5.064	6.102	3,5%	4,2%	4,9%

Fastlínur

Tafla 2. Heildarfjöldi áskrifenda með fastlínusíma*
Table 2. Total subscribers with fixed network phone*

Í lok tímabils / End of	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	144.276	141.650	134.382	100,0%	100,0%	100,0%
- Heimili / Private	103.469	100.755	95.451	71,7%	71,1%	71,0%
- Fyrirtæki / Business	40.807	40.895	38.931	28,3%	28,9%	29,0%
- Síminn	91.817	87.699	84.767	63,6%	61,9%	63,1%
- Vodafone	33.028	31.688	31.023	22,9%	22,4%	23,1%
- 365	4.272	16.282	12.066	3,0%	11,5%	9,0%
- Tal	10.009	...	...	6,9%	...	...
- Aðrir / Others	5.150	5.981	6.526	3,6%	4,2%	4,9%

* PSTN, ISDN, VoIP og Netsími. * PSTN, ISDN, VoIP and IP-telephone.

Tafla 3. PSTN notendalínur
Table 3. Ordinary telephone subscription lines

Í lok tímabils / End of	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	119.189	113.408	106.031	100,0%	100,0%	100,0%
- Heimili / Private	88.493	84.506	78.425	74,2%	74,5%	74,0%
- Fyrirtæki / Business	30.696	28.902	27.606	25,8%	25,5%	26,0%
- Síminn	86.186	81.492	78.608	72,3%	71,9%	74,1%
- Vodafone	20.017	16.885	14.958	16,8%	14,9%	14,1%
- 365	2.287	10.901	7.867	1,9%	9,6%	7,4%
- Tal	8.052	...	...	6,8%	...	...
- Aðrir / Others	2.647	4.130	4.598	2,2%	3,6%	4,3%

Farsími

Tafla 11. Heildarfjöldi áskrifta*
Table 11. Total subscriptions*

Í lok tímabils / End of	Fjöldi áskrifta Total subscriptions			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	411.803	423.544	436.021	100,0%	100,0%	100,0%
- Nova	133.560	141.594	149.850	32,4%	33,4%	34,4%
- Síminn	152.611	149.588	147.126	37,1%	35,3%	33,7%
- Vodafone	108.490	113.587	119.688	26,3%	26,8%	27,5%
- 365	...	15.496	16.335	...	3,7%	3,7%
- Tal	14.303	...	...	3,5%	...	...
- Aðrir / Others	2.839	3.279	3.022	0,7%	0,8%	0,7%

*Áskriftir fyrir tal og netþjónustu (netlyklar) á farneti. / *Standard voice subscriptions and data only (PC-card).

Tafla 14. Fyrirframgreidd símakort*
Table 14. Pre-paid phone cards*

Í lok tímabils / End of	Fyrirframgreidd símakort Pre-paid phone cards			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	163.873	161.813	164.291	100,0%	100,0%	100,0%
- Nova	89.099	89.983	93.138	54,4%	55,6%	56,7%
- Síminn	40.772	36.894	36.885	24,9%	22,8%	22,5%
- Vodafone	31.227	32.251	33.299	19,1%	19,9%	20,3%
- 365	...	2.322	908	...	1,4%	0,6%
- Tal	2.649	...	...	1,6%	...	...
- Aðrir / Others	126	363	61	0,1%	0,2%	0,0%

*Virk síðustu 3 mánuði. / *Active in the last 3 months.*

Sjónvarp yfir IP

Tafla 34. Heildarfjöldi áskrifenda með sjónvarp yfir IP-net
Table 34. Number of IPTV subscriptions

Í lok tímabils / End of	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	83.056	88.858	97.929	100,0%	100,0%	100,0%
- xDSL	60.202	62.776	67.401	72,5%	70,6%	68,8%
- Ljósleiðari / Fiber	22.854	26.082	30.528	27,5%	29,4%	31,2%
- Síminn	51.592	54.145	54.975	62,1%	60,9%	56,1%
- Vodafone	31.464	34.713	37.035	37,9%	39,1%	37,8%
- 365	...	...	5.919	...	...	6,0%

FJÖLMIÐLAMARKAÐURINN

Aðilar hafa ekki upplýsingar um áætlaða stærð þess hluta fjölmiðlamarkaðsins sem um ræðir, enda veitir PFS ekki aðgang að þeim.

Tekjur ljósvakamiðla 365 fyrir árið 2015 og 2016 eru sem hér segir:[86]

[

]

8.2. Markaðshlutdeild í fjárhæðum, hundraðshlutum og magni hjá hverju fyrirtæki sem að samruna stendur

Samkvæmt upplýsingum úr bókhaldi **Fjarskipta** voru tekjur félagsins á árinu 2015 og 2016 eftirfarandi.[87]

[

]

[86] Trúnaðarmál

[87] Trúnaðarmál

Rekstrartekjur félaganna niður á tekjuliði fyrir einstaka þjónustur rekstrarárið 2016.

[

][88]

Samkvæmt upplýsingum úr bókhaldi **365** voru tekjur félagsins á árunum 2015 og 2016

[

]

[

.][90]

Varðandi markaðshlutdeild samrunaaðila, sem og annarra á einstökum mörkuðum vísast til kafla 8.3.

[88] Trúnaðarmál
[89] Trúnaðarmál
[90] Trúnaðarmál.

8.3.Áætluð markaðshlutdeild allra keppinauta sem ráða yfir að minnsta kosti 10% af markaðnum sem er til athugunar

Samrunaaðilar telja að á þeim skilgreindu mörkuðum er samruninn varðar séu í dag auk samrunaaðila, Síminn og NOVA, sem telja megi að ráði yfir a.m.k. 10% af þeim markaði eða mörkuðum sem koma til athugunar. Þá verði einnig að mati samrunaaðila að skoða og kanna áhrif efnisveitna, einkum erlendra í þessu samhengi og leggja sjálfstætt mat á áhrif þeirra, en þær eru nú að mati samrunaaðila í fullri samkeppni við samrunaaðila á fjarskiptamarkaði. Upplýsingar um þessa aðila, s.s. eins og Netflix eru af skornum skammti en fyrir liggja hins vegar upplýsingar um að þessir aðilar, og þá sérstaklega Netflix, hafa aukið áskrift sína hér á landi með beinum samningum við notendur gríðarlega síðustu 2 ár.

Samkvæmt upplýsingum úr ársreikningum neðangreindra félaga eru tekjur með eftirfarandi hætti, en að öðru leyti verður stuðst við tölfræðiskýrslur PFS:

Tekjur í m.króna	Síminn	Vodafone	365
Farsími	7.549	4.511	
Fastlína	2.609	1.270	
Gagnaflutningur	8.424	3.585	
Fjarskiptaþjónusta	18.582	9.365	1.633
Sjónvarp	3.846	1.980	4.732
Auglýsingatekjur ljósvaka		0	1.659
Vörusala og aðrar tekjur	3.157	2.310	94
Upplýsingatækni	4.823		
Samtals tekjur	**30.408**	**13.655**	**8.118**

FJARSKIPTAMARKAÐUR

Samrunaaðilar hafa ekki upplýsingar frá keppinautum sínum um markaðshlutdeild í fjárhæðum á fjarskiptamarkaði. Við mat á markaðshlutdeild keppinauta er því byggt á fyrrnefndri skýrslu PFS, fyrir fyrri hluta ársins 2016, sem miðar við fjölda áskrifta.

Þá telja samrunaaðilar að með vísan til umfjöllunar um skilgreiningu markaða í kafla VII í samrunatilkynningunni verði að horfa á hina hefðbundnu markaði fyrir farsíma, talsíma og gagnaflutning sem einn markað fyrir fjarskipti, en ekki aðgreinda markaði. Miðað þá grundvallarforsendu verður markaðshlutdeild samrunaaðila eftir samruna eftirfarandi:

Tekjur í m. króna						
2016	Uppruni	Farsími	Talsími	Gagnaflutningur	Fjarskiptastarfsemi	Hlutfall
Síminn	Ársreikningur	7.190	2.239	8.498	17.927	**45%**
Vodafone	Ársreikningur	4.511	1.271	3.581	9.363	**24%**
Nova	Ársreikningur og Mat Fjarskipta	7.140			7.140	**18%**
365	Ársreikningur				1.636	**4%**
GR	Mat Fjarskipta			1.800	1.800	**5%**
Hringdu	Mat Fjarskipta				600	**2%**
Símafélagið	Mat Fjarskipta				900	**2%**
Hringiðan	Mat Fjarskipta				300	**1%**
					39.666	

Að mati Fjarskipta yrði sameinaður rekstur samrunaaðila með 28% markaðshlutdeild á **fjarskiptamarkaði** sem hér er til athugunar. Síminn er sem fyrr ráðandi aðilinn á umræddum markaði, með tæplega 45% markaðshlutdeild.

Þó er nauðsynlegt að setja nokkra fyrirvara við framangreint mat. Í *fyrsta lagi* er það mat Fjarskipta að miklar líkur séu til þess að markaðshlutdeild framangreindra aðila á fjarskiptamarkaði sé eitthvað lægri en þau gögn sem byggt er á gefa til kynna, sbr. umfjöllun um markaðsskilgreiningu hér að framan. Engar áreiðanlegar upplýsingar liggja fyrir um áhrif efnisveitna eða hlutdeild þeirra í tekjum eða fjölda seldra þjónustueininga á þeim skilgreindu mörkuðum en Fjarskipti telja vægi efnisveitna hafa vaxandi áhrif á markaðshlutadeild fjarskiptafyrirtækja á markaði, einkum vegna þess að OTT-þjónustur eru staðgönguþjónustur við vöndla og undirpakka vöndla fjarskiptafyrirtækja á markaði sem aftur hefur áhrif á markaðshlutdeild eftir tegund fjarskipta.

Þá er í *öðru lagi* gerður sá fyrirvari við framangreindar tölur að Nova hóf markaðssetningu og sölu á Internet-tengingum um mitt ár 2016. Engra tölfræðilegra upplýsinga nýtur um innkomu Nova á markaðinn, hvorki um sölutekjur eða fjölda seldra eininga/magn, en af fregnum að dæma hefur sala hjá félaginu gengið vel eftir því sem Fjarskipti komast næst. NOVA er með sterka stöðu á aðlægum markaði (þ.e. farsímamarkaði) og í mjög góðri stöðu til að selja viðskiptavinum sínum, sem nú þegar kaupa fjarskiptaþjónustu af félaginu, fleiri tegundir fjarskiptaþjónustu með tiltölulega lágum viðskiptakostnaði (*e.*transaction cost), auka framlegð af hverjum viðskiptavini og lækka hlutfallslegan kostnað af hverri seldri magneiningu.

Fjarskipti hafa hins vegar engar upplýsingar um fjölda tenginga hjá Nova eða veltu fyrirtækisins á umræddum markaði en gerir ráð fyrir því að Samkeppniseftirlitið beiti heimildum sínum til að afla upplýsinga um stöðu Nova á þessum markaði í dag. Sú mynd sem birtist í skýrslu PFS fyrir fyrri hluta ársins 2016 er því engan veginn raunsönn og vilja Fjarskipti leggja áherslu á það atriði.

Í þriðja lagi er í þessu samhengi nauðsynlegt að taka tillit til þeirrar opnunar sem hefur átt sér stað á heildsölumarkaði fyrir bitastraum á síðasta ári eins og komið var að í kafla II. Hörð samkeppni ríkir í dag milli GR og Mílu á þessum markaði þar sem félögin hafa bæði fylgt þeirri stefnu að auka mjög útbreiðslu á ljósleiðaranetum til heimila. Á sama tíma hafa þessi fyrirtæki farið að selja í heildsölu þá þjónustu sem er hvað kostnaðarsömust fyrir smásölufyrirtæki sem selja internetþjónustu, þ.e. bitastraumsaðgang og vettvangsþjónustu. Þessar breytingar hafa að mati samrunaaðila auðveldað að verulegu leyti innkomu nýrra aðila inn á markaðinn fyrir internetþjónustu, og svo virðist sem kostnaður við að hefja starfsemi á þeim markaði sé mjög óverulegur, þannig að ekki sé lengur hægt að líta svo á að aðgangshindranir séu til staðar.[91]

[91] Sjá nánar um þetta atriði fylgiskjal 14, Minnisblað Fjarskipta um opnun á heildsölumarkaði fyrir internet

Að mati Fjarskipta styðja upplýsingar um vöxt fyrirtækisins Hringdu þessa opnun markaðar. Hringdu hefur því sem næst tvöfaldað markaðshlutdeild sína á internetmarkaði frá árinu 2013, þegar hlutdeild fyrirtækisins var 3,3% en hún stendur á miðju ári 2016 í 6,1%. Þá verður ekki litið framhjá því að markaðshlutdeild stærstu aðila á internetmarkaði hefur dregist saman á undanförnum þremur árum, en staða minni internetþjónustuaðila hefur batnað og hlutdeild þeirra aukist. Fjarskipti eiga von á því að staðan á þeim tíma sem rannsókn SE fer fram sýni enn frekari þróun í þessa átt. Þá telja samrunaaðilar að tilkoma efnisveitna og OTT-þjónustu hafi enn frekar opnað upp fjarskiptamarkaðinn og auðvelda aðilum innkomu og auka samkeppnislega möguleika þeirra á markaði.

Til viðbótar við allt framangreint líta Fjarskipti svo á að jafnframt sé nauðsynlegt, við mat á áhrifum samrunans, að líta á samspil rekstrartekna og magn seldrar þjónustu (fyrir hverja tegund fjarskiptaþjónustu). Að mati Fjarskipta verða samlegðaráhrif samrunans ekki til þess að skapa samrunaaðila samkeppnishamlandi styrk á markaði. Að öðru leyti er um samlegðaráhrif og hagræðingu af samrunanum vísað til umfjöllunar í kafla X.

Sé ekki fallist á framangreinda markaðaskilgreiningu samrunaaðila sem þeir telja að leggja eigi til grundavallar og lýst er í kafla VII., telja þeir að áhrif samrunans séu engu að síður óveruleg.

Jafnvel þó svo að byggt verði að meginstefnu til á eldri skilgreiningum undirmarkaða fjarskiptamarkaðar telja Fjarskipti ekki að samruninn raski samkeppni.

Samkvæmt upplýsingum úr tölfræðiskýrslu PFS fyrir fyrri hluta ársins 2016 yrði hlutdeild fyrirtækjanna eftir samrunann með eftirfarandi hætti fyrir og eftir samrunann:

Farsími	Fyrir samruna	Eftir samruna
Nova	34,4%	34,4%
Síminn	33,7%	33,7%
Vodafone	27,5%	31,2%
365	3,7%	
Aðrir	0,7%	0,7%

Talsími	Fyrir samruna	Eftir samruna
Síminn	63,1%	63,1%
Vodafone	23,1%	32,1%
365	9,0%	
Aðrir	4,9%	4,9%

Internet	Fyrir samruna	Eftir samruna
Síminn	48,9%	48,9%
Vodafone	28,3%	40,1%
365	11,8%	
Hringdu	6,1%	6,1%
Aðrir	4,9%	4,9%

Samandregið má því segja að sameinaður rekstur yrði með þriðju stærstu hlutdeildina á **farsímamarkaði**, á eftir Nova og Símanum og á markaði fyrir **talsíma** yrði sameinað félag einungis hálfdrættingur á við Símann. Varðandi stöðuna á Internetmarkaði er sem fyrr vísað til fylgiskjals nr. 14, varðandi greiðan aðgang að heildsölumarkaði, innkomu Nova á síðari hluta ársins 2016, auk þess sem upplýsingar skortir um skiptingu tekna á umræddum markaði.

Þá má einnig benda á, að sé staðan skoðuð á markaði fyrir gagnaflutning auk heildsölu og smásölu á internetþjónustu, út frá ætluðum tekjum fyrirtækja á markaði fyrir árið 2015[92] en ekki fjölda viðskiptavina, blasir önnur mynd við en í skýrslum PFS.

[92] Miðað er við upplýsingar um tekjur úr starfsþáttayfirlitum Fjarskipta og Símans auk áætlaðra meðaltekna á viðskiptavin (ARPU) fyrir 365, Hringdu og aðra.

Sé markaðurinn skoðaður með þessum hætti er hlutdeild Fjarskipta eftir samrunann eingöngu um 28% á móti 56% hlut Símans (og Mílu) sem undirstrikar ráðandi stöðu Símasamstæðunnar á markaði. Einnig er framlegðarhlutfall Símans af gagnaflutningi og internetþjónustu mun hærra en hjá Fjarskiptum, vegna eignar Símans á Mílu, sem styrkir enn frekar samkeppnisstöðu Símans á markaði.

FJÖLMIÐLAMARKAÐUR

Upplýsingar um markaðshlutdeild á fjölmiðlamarkaði eru ekki jafn aðgengilegar og um fjarskiptamarkaðinn. Ekki er auðvelt að skilgreina heildarstærð markaðarins. Í erindi 365 þar sem óskað var endurupptöku á ákvörðun nr. 39/2014 var fjallað nokkuð ítarlega um hlutdeild aðila á sjónvarpsmarkaðnum. Litið var til allra áskrifta sem til staðar eru á sjónvarpsmarkaðnum, skipt eftir afþreyingarkostum.

Staðfestur heildarfjöldi áskrifenda að Sjónvarpi Símans, Netflix og annarra erlendra efnisveita sem nefndar hafa verið í tilkynningu þessari liggja ekki fyrir með vissu. Hér fyrir neðan verður þó gerð tilraun til þess að varpa einhverju ljósi á stöðu á umræddum markaði með áherslu á áskriftarsjónvarpsmarkaðinn eins og hann er skilgreindur í þessari tilkynningu:

Fjöldi áskrifenda að sjónvarpsþjónustu 365 (október 2016) er eftirfarandi:[93]

Skylduáskrift er að RÚV á öllum heimilum landsins, en forsvarsmenn 365 hafa til langs tíma bent á það skekkta samkeppnisumhverfi sem 365 býr við vegna starfsemi RÚV á markaðinum. Þannig er 365 í samkeppni við RÚV um efni, starfsmenn, sölu auglýsinga og þar með áhorfstölur. Ljóst er að RÚV hefur á síðustu árum orðið mun fyrirferðameira á markaðnum, en áður var, sem skýrist einkum af mun betra efnisframboði á markaðnum.

Samrunaaðilar hafa ekki nákvæmar upplýsingar um áskrifendur að Sjónvarpi Símans, en eins og að framan greinir eru áskrifendur að Sjónvarpi Símans Premium um 28.000 talsins og fjölgaði þeim um ríflega helming á síðasta ári. Áskrifendur að SVOD þjónustum Vodafone (PLAY, Circus) voru í árslok 2016 um 9.000.

Fjöldi áskrifenda að Netflix samkvæmt könnun Gallup, sem fyrr er greint fráer um 54.120 heimili eða 44% ef miðað er við nýjustu könnun), Hulu er á 3,3% (eða 4.000 heimilum) og Sky TV hjá 4,2% (eða hjá um 5.100 heimilum). Miðað er við að heimili á Íslandi séu 123.000. Hér ber að benda á að í þessum niðurstöðum eru ótalin áhrif annarra efnisveita, ólögmæts niðurhals eða streymis á sjónvarpsefni í gegnum Internetið.

[93] Trúnaðarmál

Séu framangreindar fjöldatölur lagðar til grundvallar og miðað við að hvert heimili greiði um 1.200 kr. á mánuði fyrir þjónustu Netflix og Hulu, má reikna með að íslenskir neytendur greiði samtals 56,3 m.kr. á mánuði og alls 675 m.kr. á ársgrundvelli fyrir aðganginn. Sé einnig litið til Sky TV benda tölur frá því í febrúar 2014 til þess að um 5.100 heimili á Íslandi hafi áskrift að Sky. Meðaláskrift kostar um kr. 7.900 og eru tekjur vegna áskriftarsölur því um 40 m.kr. á mánuði, eða samtals 483 m.kr. á ári. Samanlagt er stærð Netflix, Hulu og Sky TV á Íslandi 1.158 m.kr. á ári. Þetta eru gríðarlegar fjárhæðir sem íslenskir neytendur eyða í efnisveitur og hefur það mikil áhrif á tekjur íslenskra sjónvarpsfyrirtækja vegna sölu áskrifta. Tölurnar sýna svo ekki verður um villst að raunveruleiki íslenskra fyrirtækja á fjölmiðlarmarkaði er að þau standa í beinni samkeppni við erlenda aðila, sem á alla mælikvarða hafa einstaka yfirburði yfir íslensku aðilana. Því má bæta við að fjöldi íslenskra fyrirtækja, sem auglýsir hjá þessum aðilum hefur vaxið verulega, þannig að auglýsingatekjur innlendra aðila hafa dregist saman sem því nemur. Það er nokkuð sem herðir enn frekar róðurinn á markaðnum, en ekkert bendir til annars en þessi þróun muni halda áfram.

Þessu til viðbótar er ljóst að markaðurinn hefur tekið umtalsverðum breytingum og er neyslumunstur að breytast. Til að mynda hafa nýir miðlar bæst í hópinn, frá því að ákvörðun nr. 39/2014 var tekin. Þannig hefur Nova tilgreint að yfir 30.000 horfi á efnisframleiðslu Nova á Snapchat. Stærsti hluti landsmanna horfir á gríðarmikið efnisframboð sem er orðið aðgengilegt á Youtube. Fleira mætti telja upp á þessum nótum sem sýnir verulega breytta markaðsgerð. Hér á eftir verður þó einungis byggt á tölum um áskrift á sjónvarpsstöðvum, efnisveitum og myndmiðlun eftir pöntun.

Sé litið til tekna við mat á markaðshlutdeild telur 365 að staða sín hafi dregist saman frá 38,5% í febrúar 2014 og sé nú á bilinu 30-35%. Tekjur geta hins vegar veitt bjagaða mynd af stöðunni, þar sem erlendir keppinautar á markaðnum (s.s. Netflix, Hulu, AppleTV og SkyTV) njóta yfirburða í formi stærðarhagkvæmni og geta því boðið töluvert lægra gjald fyrir áskrift. Því sé e.t.v. réttara að líta til fjölda áskrifta, enda er

nokkuð um að heimili hafi áskrift að sjónvarpsefni hjá fleiri en einum aðila. Þannig fáist betri mynd af hlutfallslegri stöðu aðila á markaðnum.

Samkvæmt þessu sé markaðshlutdeild á sjónvarpsmarkaðnum eftirfarandi:

Markaðshlutdeild á áskriftarsjónvarpsmarkaðnum

Markaðshlutdeild áskriftarsjónvarps

Söluaðili	Fjöldi	Dekkning
365	35.666	29%
Sjónvarp Símans Premium	28.000	23%
Vodafone Play	9.000	7%
Rúv	123.000	100%
Netflix	54.120	44%
Hulu	4.000	3%
Sky	5.100	4%
	258.886	

Markaðshlutdeild áskriftarsjónvarps án Rúv

Söluaðili	Fjöldi	Markaðhlutdeild
365	35.666	26%
Sjónvarp Símans Premium	28.000	21%
Vodafone Play	9.000	7%
Netflix	54.120	40%
Hulu	4.000	3%
Sky	5.100	4%
	135.886	

Séu þessi sjónarmið lögð til grundvallar mati á stöðu 365 er félagið með um 29% dekkningu heimila og um 26% markaðshlutdeild á markaði með áskriftarsjónvarp (án Rúv). Vodafone er með um 7% dekkningu og markaðshlutdeild. Til samanburðar sést hve erlendar efnisveitur eru komnar með stóra markaðshlutdeild. Netflix er með 44% dekkningu og 40% markaðshlutdeild í sölu á sjónvarpsáskriftum. Í þessu sambandi er mikilvægt að hafa í huga að áskriftarsjónvarp er í beinni samkeppni við RÚV sem hefur 100% dekkun heimila.

Þessu til viðbótar má benda á töfluna hér að neðan. Þar sést að þó nokkur fækkun hefur orðið, hvort sem litið er til fjölda viðskiptavina eða fjölda áskriftarleiða á sjónvarpsmarkaði. Staða 365 hefur þannig veikst, á sama tíma og keppinautar hafa styrkt stöðu sína. Þannig hefur töluverð fækkun orðið á fjölda heimila/kennitalna sem

eru í viðskiptum hjá 365 á sl. tveimur árum, eins og sjá má af töflunum. Þessi fækkun í fjölda viðskiptavina hefur átt sér stað, þrátt fyrir að 365 hafi leitast við að svara kalli neytenda um nýjar áskriftarleiðir, og boðið upp á Maraþon Now, sem gerir viðskiptavinum kleift að gerast áskrifendur að heilum þáttaröðum, líkt og Netflix býður upp á.

Bent er á að í töflunum er einnig umboðssala á sjónvarpsefni til símafyrirtækjanna.[94]

[

]

[94] Trúnaðarmál

Eins og sést er samdrátturinn hins vegar ekki jafn mikill þegar litið er til fjölda áskrifta, en umboðssala í gegnum símafyrirtækin og Maraþon Now hafa skipt nokkru máli við að ná til nýs hóps viðskiptavina. Eðli málsins samkvæmt eru tekjur 365 hins vegar lægri eftir þessum leiðum, þar sem hluti teknanna rennur beint til keppinauta 365.

Framangreint sýnir fram á að 365 hefur ekki styrkt stöðu sína á markaði fyrir áskriftarsjónvarp.

Telji Samkeppniseftirlitið þrátt fyrir þetta ekki ástæðu til að hvika frá fyrri skilgreiningum á sjónvarpsmarkaðnum, er um stöðu 365 vísað til kafla 7.1.2.1. C hér að framan.

Eins og sjá má af markaðshlutdeildartölum hér að ofan hefur Fjarskipti óverulega markaðshlutdeild á þessum skilgreinda markaði. Ræðst það m.a. af því að eðli PLAY þjónustunnar er slíkt, að hún er í reynd ekki að öllu leyti sambærileg við efni frá stóru Hollywood stúdíóunum. Til marks um þetta má benda á að í PLAY vöruframboðinu er einkum um eldra efni að ræða.

Í ofangreindri greiningu hefur ekki verið horft til markaðar fyrir sjónvarpsdreifingu þar sem Síminn og Vodafone selja aðgang að sjónvarpsdreifikerfum. Upplýsingar um fjölda viðskiptavina með IPTV hjá Símanum eru ekki heldur opinberar en ætla má að þeir séu á bilinu 50-55.000 talsins. Áskrifendur af IPTV Vodafone voru í árslok 2016 tæplega 40.000 og var áskrifendafjöldi Digital Ísland áskriftar hjá Vodafone um 14.000 á sama tíma. Sala á áskriftarsjónvarpi er í auknum mæli að færast yfir á internetið þar sem söluaðilar dreifa sínu efni beint án aðkomu fjarskiptafyrirtækja.

AUGLÝSINGAMARKAÐUR

365 selur auglýsingar í miðla sína. Fjarskipti kaupa auglýsingar sem m.a. birtast í miðlum 365. Hlutdeild Fjarskipta í kaupum á auglýsingum í miðlum 365 er um 25%. Telja samrunaaðilar því ekki ástæðu til að ætla að samruninn muni hafa nokkur, hvað þá skaðleg áhrif á markaðinn.

Markaður fyrir sölu auglýsinga hefur verið greindur í sjálfstæða undirmarkaði eftir tegundum miðla, sbr. m.a. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 33/2015. Fyrir liggur að 365 mun halda áfram að starfa á markaðnum og selja auglýsingar í Fréttablaðið. Samruninn ætti því að leiða til jákvæðra breytinga á auglýsingamarkaði, þar sem ekki verða lengur eignatengsl á milli þeirra sem selja auglýsingar í Fréttablaðið annars vegar og aðra miðla sem áður tilheyrðu 365, hins vegar.

Þá er rétt að benda á að hlutur erlendra aðila af auglýsingatekjum hér á landi fer stækkandi, sbr. skýrsla Fjölmiðlanefndar um skiptingu birtingafjár milli miðla fyrir árið 2015 og birt er í ársskýrslu nefndarinnar.[95] Miklar breytingar hafa átt sér stað með tilkomu samfélagsmiðla, s.s. Facebook og Google. Þeir eiga sífellt stærri hlut í auglýsingum hér á landi. Í sömu skýrslu kemur fram að heildarvelta íslenska auglýsingamarkaðarins hafi verið á árinu 2015 um tíu milljarðar króna. Stærstu miðlarnir á markaðnum eru prentmiðlar (dagblöð og tímarit) sem hafi um 32% hlutdeild. Þar á eftir komi sjónvarpsauglýsingar með 30% og vefmiðlar (bæði innlendir og erlendir) hafi rúmlega 18% hlutdeild. Hlutdeild útvarpsmiðla sé um 16,8%. Hér má nefna að RÚV starfar af fullum krafti á auglýsingamarkaði, þrátt fyrir opinbera meðgjöf í formi nefskatts fyrir tæpa 5 milljarða á ári.

[95] Skýrslan er aðgengilega á vefslóðinni: http://fjolmidlanefnd.is/wp-content/uploads/2016/12/A%CC%81rssky%CC%81rsla-fjo%CC%88lmi%C3%B0lanefndar-2015.pdf

Að mati Fjarskipta mun samruninn ekki hafa áhrif á aðra aðila sem selja eða kaupa auglýsingar. Keppinautar Vodafone á fjarskiptamarkaði og fjölmiðlamarkaði muni áfram geta keypt auglýsingar og birt í þeim miðlum sem fyrirtækið eignast í kjölfar samrunans. Fjarskipti hafa engin áform uppi um að vöndla saman þjónustu sinni, t.d. á fyrirtækjamarkaði við starfsemi á auglýsingamarkaði.[96]

8.4. Mat á heildarverðmæti og heildarmagni og uppruna innflutnings

Erlend vörukaup Fjarskipta við erlenda birgja námu samtals [ ][97] á árinu 2015. Vörukaupin eru að mestu vegna innkaupa á símtækjum til endursölu í verslunum, leyfisgjöld vegna vörumerkis, leyfisgjöld til erlendra tækniþjónustu fyrir fjarskipti og fjarskiptasambönd milli landa.

Erlend vörukaup 365 (efni og þjónusta) á árinu 2015 voru um [ ][98]

.[99]

8.5.Hvernig framleiða og selja samrunaaðilar vöru og þjónustu

Fjarskipti selja sínar vörur sjálft og fer salan aðallega fram í gegnum söluver þess að undanskilinni vörusölu en hún fer í gegnum smásöluverslanir félagsins.

365 selur sínar vörur með ýmsum hætti. Þannig skiptir söluver 365 mestu máli við sölu áskrifta og auglýsingadeild 365 varðandi sölu auglýsinga en staðið er með aðskildum hætti að sölu á auglýsingum í öllum miðlum fyrirtækisins.

Þá er til staðar samningar við bæði Símann og Vodafone um sölu þeirra á sjónvarpsáskrift 365. Þessir samningar voru gerðir á sl. ári, en hafa lítið sem ekkert komið til framkvæmda.

---

[96] Hér má einnig vísa til umfjöllunar Þorsteins Þorsteinssonar, rekstrarhagfræðings og framkvæmdastjóra Markaðsrýni ehf. í Morgunblaðinu 23. mars 2017: „Hræringar á fjölmiðlamarkaði", sbr. fylgiskjal 25.
[97] Trúnaðarmál.
[98] Trúnaðarmál.
[99] Trúnaðarmál.

8.6. Samanburður á verði sem aðilar samrunans bjóða á Íslandi og í öðrum ríkjum

Á ekki við. Vöruframboð Vodafone Færeyja er óháð og ótengt vörum Vodafone á Íslandi og ætti ekki að skipta máli í þessu samhengi.

365 selur sýningarrétt á íslenskri knattspyrnu til veðmálahúsa til fyrirtækisins Perform og selur einnig einstaka fréttaefni til erlendra fréttamiðla. Þessar upplýsingar ættu þó ekki að skipta máli í þessu samhengi.

8.7. Eðli og umfang lóðréttrar samþættingar fyrir hvern samrunaaðila um sig miðað við helstu keppinauta

Rétt er að skipta eftirfarandi umfjöllun upp eftir einstökum sviðum innan starfsemi samrunaaðila.

Fjarskiptamarkaður

Fjarskipti sinnir í dag bæði heildsölu og smásölu á fjarskiptamarkaði en með skýrri aðgreiningu milli heilsölu- og smásölustigs. Heildsala Fjarskipta er innan Tæknisviðs en smásala Fjarskipta er innan Sölu- og Þjónustusviðs.

Gagnaflutningsnet:

Tæknisvið Fjarskipta kaupir aðgang að grunngagnaflutningskerfum Mílu og GR. Um getur verið að ræða aðgang að koparheimtaugum, svörtum ljósleiðara, ethernetsamband eða IP bitastraumsaðgang. Tæknisvið Fjarskipta nýtir þennan aðgang til uppbyggingar á eigin landsdekkandi gagnaflutningsneti. Gagnaflutningsnetið er nýtt af smásölu Vodafone til sölu á vörum til viðskiptavinar, svo sem internetþjónustu eða sjónvarpsþjónustu. Einnig er gagnaflutningsnetið nýtt til sölu á gagnasamböndum til annarra fjarskiptafyrirtækja, en öll slík sala fer fram innan heildsölu Fjarskipta.

Sjónvarpsdreifing:

Tæknisvið Fjarskipta rekur tvíþætt sjónvarpsdreifikerfi og er aðgangur seldur að því til ótengdra aðila gegnum heildsölu Fjarskipta. Annars vegar er um að ræða IPTV sjónvarpsdreifikerfi og hins vegar landsdekkandi sjónvarpsdreifikerfi í lofti.

Fjölmiðlafyrirtæki kaupa aðgang að sjónvarpsdreifikerfunum til dreifingar á efni til sinna viðskiptavina. Fyrir samruna er því ekki um lóðrétta samþættingu að ræða, en eftir samruna yrði um lóðrétt samþætta starfsemi að ræða á þessu sviði. Þess ber þó geta að eftir samrunann, er ætlun Fjarskipta að reka ljósvakahlutann sem aðskilið svið frá sölu og þjónustusviði, sem og tæknisviði, en það síðarnefnda fer með sjónvarpsdreifingu.

Útvarpsdreifing:

Fjarskipti eiga og reka dreifikerfi fyrir umfangsmikið dreifikerfi fyrir FM útvarp. Einnig sinnir Fjarskipti rekstri á FM og LW dreifikerfum fyrir RÚV. 365 rekur fjölmargar útvarpsstöðvar sem dreift er um útvarpsdreifikerfi Fjarskipta. Fyrir samruna er því ekki um lóðrétta samþættingu að ræða , en eftir samruna yrði um lóðrétt samþætta starfsemi að ræða.

Farsímanet:

Tæknisvið rekur landsdekkandi farsímadreifikerfi í samrekstrarfélagi við Nova. Aðgangur að farsímadreifikerfinu, auk aðgangs að símstöð, er seldur til ótengdra aðila gegnum heildsölu Fjarskipta.

Engin lóðrétt samþætting á fjarskiptamarkaði er til staðar í rekstri **365** en félagið kaupir fjarskiptaþjónustu af öðrum heildsöluaðilum á fjarskiptamarkaðinum og endurselur til sinna viðskiptavina. Helstu heildsölubirgjar 365 á fjarskiptamarkaði eru Síminn, sem selur félaginu sýndarnetsaðgang að farsímadreifikerfi sínu, Míla og GR sem selja gagnasambönd og heimatengingar vegna internets- og heimasímaþjónustu og Símafélagið sem selur félaginu útlandagagnasambönd.

Stærsti aðilinn á fjarskiptamarkaði, Síminn, nýtur verulegrar lóðréttrar samþættingar þar sem hann starfar bæði á heildsölu- og smásölustigi fjarskiptamarkaðarins til viðbótar við að eiga Mílu sem á og rekur grunnfjarskiptainnviði um land allt.

8.8. *Sundurliðun á heildartekjum sem fram koma í ársreikningum eftir helstu vöruflokkum í starfsemi aðila. Sambærilega sundurliðun skal veita um magn ef við á.*

Eftirfarandi er sundurliðun á tekjum **Fjarskipta 2016** sem er að finna í starfsþáttayfirliti í ársreikningi félagsins:

Rekstrarstarfsþættir	Farsími	Internet	Fastlína	Sjónvarp	Vörusala	Aðrar tekjur	Jöfnunar-færslur	Samtals
1.1. til 31.12.2016								
Tekjur frá þriðja aðila	4.511	3.584	1.271	1.980	1.554	755	-	13.655
Innri tekjur	1	(1)	30	0	2	75	(107)	0
Tekjur samtals	**4.512**	**3.583**	**1.301**	**1.980**	**1.556**	**830**	**(107)**	**13.655**

Sundurliðaðar tekjur **365** á árinu 2015 voru eftirfarandi:

[

][100]

Þessu til viðbótar er vísað til sundurliðaðrar veltu aðila fyrir árið 2015, sbr. liður nr. 8.2.

[100] Trúnaðarmál

8.9. Upplýsingar um helstu kostnaðarliði og kostnaðaruppbyggingu samrunaaðila

[

]101

102

]103

---

101 Trúnaðarmál

102 Trúnaðarmál

103 Trúnaðarmál.

IX. KAFLI

Almenn skilyrði á mörkuðum þar sem áhrifa gætir

9.1. Fimm helstu sjálfstæðu birgjar aðilanna og hlutur hvers þeirra í innkaupum frá hverjum þessara birgja

Fimm helstu innlendu birgjar Fjarskipta á árinu 2015 eru:[104]

Fimm helstu erlendu birgjar Fjarskipta á árinu 2015 eru:[105]

Fimm helstu innlendu birgjar Fjarskipta á árinu 2016 eru:[106]

Fimm helstu erlendu birgjar Fjarskipta á árinu 2016 eru:[107]

---

[104] Trúnaðarmál
[105] Trúnaðarmál
[106] Trúnaðarmál
[107] Trúnaðarmál

Fimm helstu birgjar 365 á árinu 2015 eru:[108]

Fimm helstu birgjar 365 á árinu 2016 eru:[109]

[108] Trúnaðarmál
[109] Trúnaðarmál

9.2. *Helstu dreifileiðir og þjónustukerfi á mörkuðum þar sem áhrifa gætir*

Fjarskipti á og rekur eigin farsímadreifikerfi, gagnaflutningskerfi og sjónvarpsdreifikerfi. Farsímadreifikerfi Fjarskipta nær til [ ][110] landsmanna og nær háhraða 4G farsímadreifikerfið til [ ][111] landsmanna auk þess að veita öflugt farsímasamband í allt að 100 km út á hafið. Gagnaflutningskerfi Fjarskipta er byggt upp á kaupum á grunnsamböndum frá Mílu og GR, auk notkunar á einum ljósleiðaraþræði sem liggur kringum Ísland og fyrirtækið leigir af íslenska ríkinu. Af Mílu kaupir Fjarskipti aðgang að kopar og ljósleiðaraheimtaugum og eru mismunandi aðgangsleiðir nýttar eftir staðbundnum möguleikum og hagkvæmni tenginga. Frá GR kaupir Fjarskipti yfirleitt IP bitastraumsaðgang. Einnig á Fjarskipti landsdekkandi sjónvarpsdreifikerfi í lofti og IPTV kerfi sem notað er til þess að veita gagnvirka sjónvarpsþjónustu víða um land.

365 hefur ekki rekið eigin fjarskiptakerfi. Fyrirtækið er háð samningum við þá aðila sem tilgreindir eru hér að neðan. Samningarnir eru grundvallaðir á lögum og reglum sem PFS hefur sett og eru forsenda þess að félagið getur selt fjarskiptaþjónustu.

365 hefur gert samninga við Símann um tvennskonar þjónustu er varðar dreifingu fyrir farsíma:

[

[110] Trúnaðarmál
[111] Trúnaðarmál

]112

Helstu þjónustukerfum 365 má skipta í tvo flokka, annars vegar kerfi sem eru í eigu annarra aðila og hins vegar kerfi sem eru í eigu 365.

112 Trúnaðarmál.

1. Kerfi í eigu annarra aðila

[

][113]

2. Kerfi sem eru smíðuð af 365

[

][114]

[113] Trúnaðarmál.
[114] Trúnaðarmál.

9.3. *Mat á heildarafkastagetu síðastliðin þrjú ár*

Hjá bæði Fjarskiptum og 365 eru kerfin, sem halda utan um viðskiptavini félagsins og þjónusta þá, undir stöðugu eftirliti. Þau eru stækkuð í takt við þróun viðskiptastofns og þörf hans hverju sinni. Þegar takmörkunum er náð í kerfum eru þau uppfærð/stækkuð í takt við nýja þörf hverju sinni.

9.4. *Aðrir þættir framboðs sem máli skipta*

Samrunaaðilar telja ekki aðra þætti framboðs skipta máli.

9.5. *Tíu stærstu sjálfstæðu viðskiptavinir aðilanna á mörkuðum þar sem áhrifa gætir og hlutfall sölu til þeirra*

Tíu stærstu sjálfstæðu viðskiptavinir **Fjarskipta** eru:[115]

[

]

[115] Trúnaðarmál.

Meðfylgjandi er yfirlit yfir 10 stærstu einstöku viðskiptavini 365 á árunum 2015 og 2016.[116] Aðrir viðskiptavinir 365 eru eingöngu einstaklingar. [

]

[116] Trúnaðarmál

9.6. *Eftirspurn á hverjum markaði*

a) Þróun markaðarins

Á fjarskiptamarkaði er erfitt að fjölga viðskiptavinum svo einhverju nemi. Helstu vaxtartækifærin eru í gagnamagni í farsíma eða virðisaukandi þjónustum.[117] Helstu breytingar á internetmarkaði felast í tilfærslu á viðskiptavinum úr ADSL-tengingum í Ljósnet eða ljósleiðaratengingar sem bjóða upp á aukinn hraða. Aukin bandvídd og bætt dreifing til viðskiptavina er því nauðsynleg til þess að skapa vaxtarskilyrði en eru þó engin trygging fyrir tekjuvexti.

Talsímaþjónusta um fastanet

Samdráttur á sér stað í POTS-tengingum (heimasími) en þó hefur dregið úr honum þar sem viðskiptavinurinn þarf í flestum tilfellum að greiða fyrir bæði tíðnisvið tengingarinnar. Hér fyrir neðan má sjá þróun á helstu mörkuðum fyrir sig frá 2014 til 2016, þar sem hlutdeild fyrirtækja á markaðnum er sundurgreind. Töflurnar eru fengnar úr fyrrnefndri skýrslu PFS.

Tafla 3. PSTN notendalínur
Table 3. Ordinary telephone subscription lines

	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	119.189	113.408	106.031	100,0%	100,0%	100,0%
- Heimili / Private	88.493	84.506	78.425	74,2%	74,5%	74,0%
- Fyrirtæki / Business	30.696	28.902	27.606	25,8%	25,5%	26,0%
- Síminn	86.186	81.492	78.608	72,3%	71,9%	74,1%
- Vodafone	20.017	16.885	14.958	16,8%	14,9%	14,1%
- 365	2.287	10.901	7.867	1,9%	9,6%	7,4%
- Tal	8.052	...	...	6,8%	...	...
- Aðrir / Others	2.647	4.130	4.598	2,2%	3,6%	4,3%

[117] Hér er t.a.m. átt við Smart Home, IoT, Netvörn, OTT þjónustur, Sjónvarp. Að mati Fjarskipta má jafnvel leiða líkum að því að tekjur vegna gagnamagnsaukningar verði fyrir meiri áhrifum af samkeppni heldur en virðisaukandi þjónustur og af þeim sökum muni virðisaukandi þjónustur fremur leiða vöxt í fjarskiptum.

Markaðurinn í sölu tenginga fyrir heimasíma er mettur og dregst saman með hverju ári. Ástæðan fyrir fjölda númera er að internettengingar eru einnig teknar inn í hús í gegnum POTS-tengingar. Ætla má að samdráttur á markaði fyrir talsímaþjónustu um fastanet sé komin til að vera og eru þarfir neytenda á einstaklings- og fyrirtækjamarkaði að mörgu leyti uppfylltar í gegnum OTT þjónustur eða almennar farsímaþjónustur. Á einstaklingsmarkaði má einnig greina miklar breytingar í neytendahegðun milli yngri og eldri kynslóða þegar kemur að talsímaþjónustu um fastanet sem rennir stoðum undir að markaðurinn muni áfram dragast saman.

Neðangreind tafla sýnir þróun undanfarinna þriggja ára í heildarfjölda mínútna í fastaneti:

Tafla 5. Heildarfjöldi mínútna á fastaneti
Table 5. Total traffic in the fixed network

	Fjöldi Number		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
(1.000 mínútur / minutes)			
Samtals / Total	241.169	198.484	177.363
- Símtöl til fastaneta / Calls to fixed networks	181.668	148.316	128.774
- Símtöl til útlanda / Outgoing international calls	7.407	5.821	5.285
- Símtöl til farsímaneta / Calls to mobile networks	51.977	44.320	43.288
- Símtöl á internetið / Calls to internet	115	26	16

Fjöldi mínútna hefur lækkað talsvert á seinustu árum. Nýjar leiðir í farsíma ýta undir þá þróun, þar sem viðskiptavinurinn getur hringt í innlenda fastlínu og aðra farsíma fyrir fast gjald, óháð notkun. OTT þjónustur svo sem netsími, Skype, Facetime o.fl., hafa einnig aukin áhrif á notaðar mínútur, sérstaklega þegar litið er til símtala til útlanda.

Farsímaþjónusta

Neðangreind tafla sýnir þróun í fjölda fastra farsímaáskrifta undanfarin ár:

Tafla 13. Fastar áskriftir
Table 13. Fixed subscriptions

	Fastar áskriftir Fixed subscriptions			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	201.137	216.816	223.777	100,0%	100,0%	100,0%
- Síminn	91.784	93.986	92.751	45,6%	43,3%	41,4%
- Vodafone	65.351	69.032	69.828	32,5%	31,8%	31,2%
- Nova	30.354	38.178	43.421	15,1%	17,6%	19,4%
- 365	...	12.787	14.900	...	5,9%	6,7%
- Tal	11.037	...	...	5,5%	...	...
- Aðrir / Others	2.611	2.833	2.877	1,3%	1,3%	1,3%

Tafla 16. Heildarfjöldi mínútna úr farsímum
Table 16. Total minutes from mobile phones

	Fjöldi Numbers		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
(1.000 mínútur / minutes)			
Samtals / Total	395.765	394.043	402.408
- Símtöl í fastanet / Calls to fixed network	54.466	58.306	60.109
- Símtöl til farsímaneta / Calls to mobile networks	333.931	328.308	334.436
- Símtöl til útlanda / Outgoing international calls	7.367	7.428	7.863

Langstærstur hluti Íslendinga nýtir sér farsímaþjónustu. Þar af leiðir að markaðurinn fyrir sölu farsímaþjónustu er nokkuð mettur. Fjöldi mínútna hefur haldist nær óbreyttur. Aukning í farsímanotkun er mestmegnis tengd aukinni gagnanotkun.

Miklar sviptingar hafa einkennt markaðinn fyrir farsímaþjónustu á síðustu árum. Á skömmum tíma hefur markaðshlutdeild breyst töluvert og ber helst að nefna sterkan vöxt í markaðshlutdeild Nova. Staðsetning Nova á markaði hefur almennt verið í lægra verði heldur en Síminn og Vodafone. Markaðshlutdeild Nova hefur á síðastliðnum fjórum árum aukist jafnt og þétt frá 11,4% (júní 2012) upp í 19,4%. Markaðshlutdeild 365 í farsíma hefur hins vegar staðið í stað frá miðju ári 2015 til miðs

árs 2016 (3,7%).

]118

Sala á gagnamagni hefur aukist gífurlega og er enn í miklum vexti á farsímamarkaði. Hér eru að mati samrunaaðila helstu sóknartækifæri á fjarskiptamarkaðinum.

Tafla 22. Fjöldi áskrifta fyrir netið í farsímann*
Table 22. Mobile broadband, number of voice and data subscriptions*

	Breiðbandstenging farsíma Mobile broadband			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	228.599	257.385	288.414	100,0%	100,0%	100,0%
- Nova	87.161	102.977	121.514	38,1%	40,0%	42,1%
- Síminn	81.102	85.160	88.210	35,5%	33,1%	30,6%
- Vodafone	52.549	60.749	65.884	23,0%	23,6%	22,8%
- 365	...	7.164	10.293	...	2,8%	3,6%
- Tal	6.197	...	...	2,7%	...	...
- Aðrir / Others	1.590	1.335	2.513	0,7%	0,5%	0,9%

*Áskriftir sem hafa notað netið í símann. / *Subscriptions which have used voice calls in addition to data traffic.

Tafla 28. Fjöldi internettenginga eftir fyrirtækjum
Table 28. Total subscriptions by companies

	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	118.845	121.891	124.955	100,0%	100,0%	100,0%
- Síminn	60.956	59.670	61.162	51,3%	49,0%	48,9%
- Vodafone	35.026	34.571	35.416	29,5%	28,4%	28,3%
- 365	5.319	16.558	14.693	4,5%	13,6%	11,8%
- Tal	9.217	...	...	7,8%	...	...
- Hringdu	4.186	6.028	7.582	3,5%	4,9%	6,1%
- Aðrir / Others	4.141	5.064	6.102	3,5%	4,2%	4,9%

118 Trúnaðarmál.

Á síðustu árum hefur markaðshlutdeild smærri **internet** fyrirtækja aukist talsvert. Markaðshlutdeild Hringdu hefur nánast tvöfaldast og vaxið úr 3,5% á árinu 2014 upp í 6,1% um mitt árið 2016. Á sama tíma hafa önnur minni internet fyrirtæki aukið markaðshlutdeild sína um 40%, úr 3,5% í 4,9%. Þess má geta að stærsta farsímafyrirtæki Íslands, Nova, fór fyrst að selja internet haustið 2016. Áhrifa þess er ekki farið að gæta í nýjustu PFS tölfræðiskýrslunni, svo sem fyrr greinir.

Síminn er í dag langstærsta internetfyrirtækið með 48,9% markaðshlutdeild og Fjarskipti er með 28,3% markaðshlutdeild. Við skoðun á þróun á internetmarkaði verður að horfa til lykilþáttar sem hefur áhrif á hann og hefur stutt við vöxt smærri internet fyrirtækja, þ.e. þróun á gagnvirkri sjónvarpsþjónustu. Bæði Fjarskipti og Síminn hafa á síðustu árum fjárfest miklu til uppbyggingar á gagnvirkri IPTV sjónvarpsþjónustu og hefur áhersla fyrirtækjanna í vaxandi mæli verið á sölu á sjónvarpsþjónustu samhliða sölu á internetþjónustu, en bæði félögin hafa selt sjónvarpsþjónustuna sem sjálfstæða þjónustu óháða sölu á internetþjónustu. Þó hefur Fjarskipti selt sína sjónvarpsþjónustu yfir öll netkerfi en Síminn selur eingöngu sína þjónustu yfir netkerfi Mílu. Í þeirri hörðu samkeppni sem ríkir milli GR og Mílu hefur Fjarskipti veitt öllum viðskiptavinum GR aðgang að sinni IPTV sjónvarpsþjónustu á sama verði og með sömu gæðum óháð því af hvaða fjarskiptafyrirtæki þeir kaupa internetþjónustu. Þetta hefur Fjarskipti gert án kvaða og fylgt opinni viðskiptastefnu með sínar vörur og þjónustu. Það er skoðun Fjarskipta að þessi viðskiptastefna ásamt vöxtur í heildsöluþjónustuframboði Mílu og sérstaklega GR, hafi stuðlað og stutt við vaxandi markaðshlutdeild smærri internetfyrirtækjanna.

Smærri internetfyrirtækin hafa í þessu umhverfi, getað skapað sér sérstöðu á markaðnum með lítilli yfirbyggingu, tiltölulega lítilli fjárfestingu í innviðum og annarri þjónustu og lagt áherslu á að bjóða góða þjónustu og lág verð.[119]

[119] Sjá nánar fylgiskjal 14 - Minnisblað Fjarskipta um opnun á heildsölumarkaði fyrir internet

Samanlögð hlutdeild Tals og 365 á fyrri hluta árs 2014 var 12,3% á markaði með internet, jókst upp í 13,6% á árinu 2015 er var komin niður í 11,8% um mitt árið 2016. Á sama tíma lækkaði markaðshlutdeild Símans úr 51,3% niður í 48,9% og Fjarskipta úr 29,5% í 28,3%. Því má sjá að vöxtur smærri internet fyrirtækjanna er að hafa áhrif á alla aðra aðila á markaðnum og ekki fyrirsjáanlegt að sú þróun taki breytingum eða að kaup Fjarskipta á 365 hafi nein áhrif þar á.

Til viðbótar er rétt að nefna að á öðrum ársfjórðungi 2016 hóf Nova einnig að selja internetþjónustu á kerfum GR og er því ljóst að öflugum aðilum á internet markaði hefur fjölgað á árinu 2016 og samkeppni á þeim markaði er öflugri en nokkru sinni fyrr.

Internetmarkaðurinn er nokkuð mettur enda flest heimili á Íslandi með aðgengi að interneti. Helsta aukningin á Internetmarkaði er í notkun á gagnamagni.

Tafla 29. Fjöldi xDSL tenginga eftir fyrirtækjum
Table 29. Total xDSL subscriptions by companies

	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
Í lok tímabils / End of	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	90.076	89.295	86.705	100,0%	100,0%	100,0%
- Síminn	59.655	57.695	58.388	66,2%	64,6%	67,3%
- Vodafone	16.837	15.277	13.599	18,7%	17,1%	15,7%
- 365	2.239	10.856	9.032	2,5%	12,2%	10,4%
- Tal	7.021	...	...	7,8%	...	...
- Aðrir / Others	4.324	5.467	5.686	4,8%	6,1%	6,6%

Tafla 30. Fjöldi ljósleiðara internettenginga*
Table 30. Total fiber internet connections*

Í lok tímabils / End of	Fjöldi Number			Markaðshlutdeild Market share		
	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016	1.hl. 2014	1.hl. 2015	1.hl. 2016
Samtals / Total	27.259	31.523	37.369	100,0%	100,0%	100,0%
- Vodafone	18.189	19.294	21.817	66,7%	61,2%	58,4%
- 365	2.030	5.053	5.139	7,4%	16,0%	13,8%
- Hringdu	2.502	3.677	4.920	9,2%	11,7%	13,2%
- Tal	2.196	...	...	8,1%	...	...
- Síminn	1.263	1.939	2.748	4,6%	6,2%	7,4%
- Aðrir / Others	1.079	1.560	2.745	4,0%	4,9%	7,3%

*Ljósleiðari að heimili eða byggingu. / *Fiber to home or building.

Hér eru vaxtarmöguleikar í framtíðinni þar sem sífellt fleiri heimili tengjast interneti í gegnum ljósleiðara.

Hvað **fjölmiðlamarkaðinn** varðar vísa aðilar til þess sem áður hefur verið lýst í samrunatilkynningu þessari, um þá þróun sem kallar fram þörf fjarskiptafyrirtækja fyrir aukna hagræðingu og fleiri tekjustoðir. Er þar vísað til þeirra tækniframfara í upplýsinga- og fjarskiptatækni og þeirrar auknu samkeppni frá erlendum aðilum sem starfa þvert á markaði og landamæri með vörum og verðlagningu sem neytendur hafa tekið vel. Þessi þróun fjölmiðlamarkaðarins og samruni hans við fjarskiptamarkaðinn er alþjóðleg og er talin stuðla að hagkvæmni í rekstri fyrirtækja sem geta boðið uppá svokallaðan fjórleik (quadruple play).

b) Vægi viðskiptavinavildar

Engar mælingar liggja fyrir um vægi viðskiptavinavildar á fjarskipta– og/eða fjölmiðlamarkaði. Samkvæmt reynslu Fjarskipta leitar yngsti hópur viðskiptavina í fjarskiptaþjónustu, 16-24 ára, helst eftir bestu kjörunum. Verðið er ráðandi mælikvarði í ákvörðun þeirra á kaupum á þjónustu og vörumerkjatryggð er mjög lítil. Fjölskyldufólk, 24-55 ára, er einna helst sá hópur sem hægt er að keppa um með þjónustuframboði, framúrskarandi þjónustu og gæðum fjarskiptaþjónustunnar. Eldri

viðskiptavinir, 55 ára og eldri, er að mati Fjarskipta markhópur sem sýnir helst vörumerkjatryggð, en þó helst við Símann.

365 telur vægi viðskiptavinavildar vera litla sem enga á fjölmiðlamarkaðnum. Viðskiptavinir kaupi þjónustuna, ef þeir hafa áhuga á henni, en ekki vegna vöurmerkjatryggðar eða þess háttar. Þannig skipti öllu máli að geta boðið upp á gott sjónvarpsefni, hvort sem er hefðbundið sjónvarpsefni til afþreyingar eða íþróttaefni. Í því efni skipti vörumerkin í sjálfu sér ekki miklu máli. Innan 365 er þó að finna elstu vörumerki landsins á sviði frjáslrar fjölmiðlunar, eins og Bylgjuna í útvarpi og Stöð 2 í sjónvarpi.

c) Samþjöppun og dreifing neytenda

Hún er eins dreifð og hún getur orðið.

d) Skipting viðskiptavina í ólíka flokka og lýsing á dæmigerðum viðskiptavini

Fjarskipti vinnur bæði á neytenda markaði og á heildsölumarkaði. Á neytendamarkaði er fjölbreytt vöruframboð sem unnt er að kynna sér á www.vodafone.is. Á heildsölumarkaði veitir Fjarskipti öðrum fjarskiptafyrirtækjum aðgang að innviðum sínum, oft á tíðum umfram lagaskyldu. Þá eru til staðar samningar við Mílu um margþætta þjónustu, Símann um heildsöluviðskipti í fastlínu, Farice um samband um sæstreng, Sendafélagið um aðgang að farsímakerfi og Gagnaveitu Reykjavíkur um gagnaflutningsþjónustu yfir ljósleiðara, svo dæmi séu nefnd.

365 vinnur eingöngu á neytendamarkaði. Framboð félagsins tekur mið af þörfum þess markaðar. Þau fyrirtæki sem eru í viðskiptum við 365 kaupa vörur sem markaðssettar eru á einstaklingsmarkaði.

e) Vægi samninga um einkadreifingu og langtímasamningar

Slíkir samningar eru ekki til staðar á fjarskiptamarkaði, enda er óheimilt á einstaklingsmarkaði að kveða á um lengri binditíma áskrifenda en sex mánuði. Eftir þann tíma er áskrifanda heimilt að segja upp samningi með eins mánaðar fyrirvara, sbr. 2. mgr. 37. gr. fjarskiptalaga nr. 81/2003.

Áskriftarleiðir 365 á fjölmiðla- eða fjarskiptamarkaði eru byggðar upp með þeim hætti að viðskiptavinir geta sagt upp þjónustuleiðum eða breytt þeim án þess að það hafi áhrif á aðrar, hvort sem er á fjarskipta- eða fjölmiðlamarkaði. Í tilraunaskyni var sportpakkinn seldur sem stök vara á hagstæðari kjörum gegn bindingu í 12 mánuði. Engin tengsl eru í þeirri tilraun við fjarskiptaþjónustu 365. Ein vara hefur verið boðin sem felur í sér bindingu en viðskiptavinir geta valið að fá AppleTV-box án viðbótarkostnaðar gegn bindingu í 12 mánuði í einhverjum sjónvarpspökkum 365.

f) Vægi eftirspurnar frá opinberum yfirvöldum, ríkisstofnunum o.fl.

Eftirspurn opinberra aðila eftir fjarskiptaþjónustu er umtalsverð, en engar upplýsingar liggja fyrir um hana.

Fjarskipti selja fjarskiptaþjónustu til LSH og nokkurra annarra opinberra aðila, en Síminn er stærstur á markaði fyrir sölu fjarskiptaþjónustu til opinberra aðila.

365 selur ekki fjarskiptaþjónustu til opinberra aðila.

9.7. Hefur nýjum fyrirtækjum tekist að hasla sér völl svo um munar á mörkuðum þar sem áhrifa gætir á síðastliðnum fimm árum?

Varðandi fjarskiptamarkað má benda á að **Hringdu** hóf rekstur í janúar 2011 og hóf félagið strax að veita internetþjónustu. Á síðasta ári hóf fyrirtækið að bjóða viðskiptavinum upp á ótakmarkað gagnamagn á öllum internet tengingum og hefur skapað sér sérstöðu á

markaði með þeim hætti.[120] Í dag býður Hringdu upp á alhliða fjarskiptaþjónustu, bæði farsíma, talsíma, internet og sjónvarpsþjónustu frá bæði Vodafone og Símanum.

Nova var stofnað árið 2006 og tók til starfa í desember 2007. Á þeim tæpu níu árum sem liðin eru hefur Nova náð mestri markaðshlutdeild allra fyrirtækja á íslenskum fjarskiptamarkaði í farsímaþjónustu og býður upp á alhliða fjarskiptaþjónustu eftir að fyrirtækið hóf að selja internetþjónustu yfir kerfi GR. Viðskiptavinum Nova stendur til boða að kaupa sjónvarpsþjónustu Fjarskipta yfir GR netið á sama verði og með sömu gæðum og viðskiptavinum Fjarskipta í internetþjónustu. Það er skoðun Fjarskipta að sú breikkun sem varð á heildsöluþjónustuframboði GR með sölu vettvangsþjónustu í heildsölu, hafi orðið þess valdandi að Nova hóf að selja internetþjónustu, en það þýðir að Nova þarf enga innviði til uppbyggingar. Styrkleiki Nova hefur alla tíð verið einfaldleiki í sölu og þjónustu og nauðsyn á uppbyggingu á eigin vettvangsþjónustuteymi og verkferlum gæti því verið líkleg aðgangshindrun að mati Fjarskipta.

Aðilar sem hyggjast nýta sér þetta geta með mjög einföldum hætti komist inn á bæði fjarskipta- og fjölmiðlamarkaðinn.

Þá hóf **365** fjarskiptaþjónustu árið 2013, vegna breytinga á fjölmiðlamarkaði og vegna nauðsynlegrar breikkunar á tekjustofum félagsins til þess að geta brugðist við þeim breytingum.

Ýmsir nýir aðilar hafa komið fram á **fjölmiðlamarkaðnum**, t.d. vefmiðillinn Kjarninn og fjölmiðillinn Stundin. Þá hefur sjónvarps- og vefmiðillinn Hringbraut starfað frá árinu 2015. Til er orðin öflug eining undir samstæðu Vefpressunnar, sem Björn Ingi Hrafnsson heldur úti. Samkvæmt þessu telja samrunaaðilar að mikil gróska sé á markaðnum í dag og litlar sem engar aðgangshindranir að stærstum hluta markaðarins. Að öðru leyti vísast til þess sem segir í kafla VII hér að framan um skilgreiningu sjónvarpsmarkaðarins.

[120] Má að mati samrunaaðila segja að Hringdu hafi gegnt hlutverki „mavericks" á markaðnum, bæði í verðum og þjónustuframboði.

Sjónvarpsmarkaðurinn er í gríðarlega örri þróun þessi misserin og nýir aðilar eins og **Netflix** hafa heldur betur haslað sér völl á Íslandi, en íslensk heimili í áskrift hjá veitunni eru hátt á fimmta tug þúsunda talsins, eins og áður var rakið. Eru þá ótaldir þeir Íslendingar sem enn eru í erlenda hluta veitunnar. Þá hafa miklar breytingar orðið á fjölmiðlarekstri Símans á undanförnum misserum en með ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2015 var fyrirtækinu heimilað að sameinast Skjánum og hefur mikil breyting orðið á markaðssókn fyrirtækisins í kjölfarið. Fram hefur komið að um 28.000 íslensk heimili eru með áskrift að efnisveitu Símans, Sjónvarpi Símans Premium, og er að mati Fjarskipta ekki mikið minni aðili á þessum markaði en 365, ef markaðurinn fyrir íþróttaefni er undanskilinn.

9.8. Telja aðilar samrunans að til séu fyrirtæki, þ.m.t. erlend fyrirtæki sem eru líkleg til að hasla sér völl á markaðnum

Að mati Fjarskipta blasir við að erlendir aðilar sem tilheyra stærstu fyrirtækjasamsteypum heims, eins og Apple, Google, Hulu, HBO Now, Youtube, Spotify, Snapchat og Facebook veita nú þegar fyrirtækjum á íslenskum fjölmiðlamarkaði mikið aðhald og er staða þeirra á íslenskum markaði í raun að framkalla þær breytingar sem nú eru að verða sér stað á íslenskum fjölmiðlamarkaði, m.a. með þeim samruna sem hér er fyrirhugaður. Varðandi fjarskiptamarkaðinn má það sama segja um Skype, Viper, Apple FaceTime o.fl.

Novator seldi umtalsverðan hlut sinn í Nova í byrjun október sl. Kaupandinn er bandaríska eignastýringarfyrirtækið Pt Capital Advisors, sem hefur aðsetur í Anchorage í Alaska samkvæmt fréttum, sem er fjárhagslega sterkt fyrirtæki. Nova mun því áfram verða öflugur keppinautur á markaði og ljóst að Nova á eftir að taka til sín talsverðan hluta á internetmarkaði, sé horft til fyrri aðgerða félagsins á farsímamarkaði.

9.9. Þættir sem áhrif hafa á aðgang að mörkuðum þar sem áhrifa gætir

a) Heildarkostnaður við að hasla sér völl á markaðnum

Ekki liggja fyrir nákvæmar tölur um hvað kostar nýjan aðila að hasla sér völl hér á landi en ljóst er að ýmsar leiðir eru færar til þess t.d. að hasla sér völl á **farsímamarkaði.** Aðallega eru um þrjár meginleiðir að ræða.

1. Ef fyrirtæki hyggst koma inn á markað með **eigið farsímakerfi** er ljóst að sú leið krefst nokkurs fjárfestingaumfangs. Kostnaður vegna dreifikerfis er stærsti kostnaðarliðurinn í slíkri uppbyggingu. Mögulegt er að byggja eingöngu upp dreifikerfi á afmörkuðu svæði og semja við aðila á heildsölumarkaði um innanlandsreiki á öðrum svæðum en sú leið takmarkar verulega fjárfestingu.
2. Mögulegt er að koma inn á markað sem **sýndarnetsaðili.** Sú leið krefst fjárfestingar í miðlægum hugbúnaðarkerfum til innheimtu, en að öðru leyti væri unnt að semja við fyrirtæki á heildsölumarkaði um aðgang að dreifikerfi og símstöð. Bæði Síminn og Fjarskipti bjóða uppá sýndarnetsaðgang og er Nova einnig skylt að bjóða upp á slíkan aðgang eftir sátt við Samkeppniseftirlitið frá 2015 í undanfara stofnunar á samrekstrarfélagi með Fjarskipti um rekstur á farsímadreifikerfum félaganna.
3. Einnig er unnt að hasla sér völl á markaði sem **endursöluaðili.** Þá þarf viðkomandi fyrirtæki ekki að byggja upp nein tæknikerfi (utan innri viðskiptakerfis), heldur kaupir allan aðgang að dreifikerfum og miðlægum kerfum af fyrirtækjum á heildsölumarkaði. Lítil aðgangshindrun er að þessari leið enda lítil fjárfestingarþörf til staðar og ætti að vera unnt að standa undir rekstri með litlum viðskiptamannagrunni. Bæði Síminn og Fjarskipti bjóða upp á endursöluaðgang.

Að mati Fjarskipta er aðgangur að markaði **talsímaþjónustu** opinn. Sölu-, auglýsinga- og markaðskostnaður fer alfarið eftir því hve hratt á byggja upp fyrirtækið og hvernig það hyggst staðsetja sig á markaði.

1. Til að hefja starfsemi þarf að verða sér úti um fjarskiptaleyfi frá PFS og gera endursölusamning við fjarskiptafyrirtæki (Símann eða Fjarskipti) um

talsímaþjónustu. Engin tæknileg fjárfesting þarf að liggja til grundvallar við þessa leið, aðeins markaðsleg uppsetning og möguleikinn á að geta gefið út reikninga fyrir þjónustunni.

2. Önnur leið er að ráðast í fjárfestingu í miðlægri símstöð, sem sér um afgreiðslu sjálfra símtalanna. Þannig getur hið nýja fyrirtæki innheimt sjálft fyrir notkun og samtenst öðrum fjarskiptafyrirtækjum. Hægt er að fara tvær tæknilega mismunandi leiðir að þessu marki, annars vegar með því að gera samninga um fast forval hjá fjarskiptafyrirtæki (Símanum eða Fjarskiptum), sem sjá þá um uppsetningu á heimtaug og flutningi símtal í símstöð nýja aðilans. Hins vegar er hægt að setja upp internet símaþjónustu, þar sem viðskiptavinir þurfa aðeins að ráða yfir nettengingu til að geta tengst símstöðinni og geta þar með notað þjónustuna.
3. Þriðja leiðin er að byggja upp eigið flutningskerfi fyrir símtöl og gera samninga við eigendur grunnneta (Mílu og Gagnaveitu Reykjavíkur). Þetta er kostnaðarsamasta leiðin sé ætlunin að byggja upp kerfi á landsvísu.

Aðgangur að markaði fyrir **internetþjónustu** er jafnframt auðveldur að mati Fjarskipta:

> Unnt er að kaupa fullan aðgang að internettengingum, dreifi- og miðlægum kerfum og verða endursöluaðili á internettengingum. Semja þarf um slíkan aðgang við Mílu og/eða Mílu auk samninga um útlandasambönd við Símann, Fjarskipti eða beint við Farice. Ekki þarf að semja um sjónvarpsþjónustu við Fjarskipti eða Símann (eingöngu á neti Mílu) enda viðskiptavinir keypt aðgang beint af þeim fyrirtækjum. Ætti uppsetning slíkrar þjónustu ekki að taka meira en 2-3 mánuði, en að því loknu ætti hið nýja fyrirtæki að geta veitt heildarþjónustu um land allt. Einnig er mögulegt að kaupa vettvangsþjónustu af GR og Mílu og lækka þar með enn kostnað við uppbyggingu á internet þjónustu.[121]

[121] Sjá nánar fylgiskjal 14.

Aðgangur inn á markaðinn fyrir rekstur **sjónvarps** er auðveldur að mati Fjarskipta. Erfitt er að henda reiður á hversu mikla fjárfestingu þyrfti til svo hægt væri að hefja starfsemi á markaðnum og fer slík fjárfesting eftir þeim dreifileiðum sem valdar yrðu. Innkoma Netflix o.fl. erlendra vefsíðna sýnir glögglega að aðgengi er nokkuð auðvelt. Aðgengi með rafrænum hætti er öllum frjálst og telja verður að inngangur inn á markaðinn sé án mikilla takmarkana. Þá hefur sýnt sig að engin hindrun er fyrir erlenda aðila að hasla sér þar völl.

b) Aðgangshindranir í lögum og reglugerðum

Fjarskiptafyrirtæki þurfa fjarskiptaleyfi sem PFS úthlutar.

Fjarskiptafyrirtæki hafa almenna heimild til reksturs fjarskiptaneta og fjarskiptaþjónustu, sbr. 4. gr. laga nr. 81/2003 um fjarskipti. Fjarskiptafyrirtæki sem býður fjarskiptanet, fjarskiptaþjónustu eða aðstöðu sem tengist fjarskiptanetum og þjónustu skal tilkynna það til PFS áður en starfsemi hefst. Starfseminni ber síðan að haga í samræmi við fjarskiptalög og reglur sem PFS hefur sett um almenna heimild til reksturs fjarskiptaneta og þjónustu, sbr. 6. gr. laga nr. 81/2003. PFS heldur skrá yfir þau fjarskiptafyrirtæki sem starfa skv. almennri heimild.

Fjarskiptatíðnir innan íslensks yfirráðasvæðis og númer úr íslenska númeraskipulaginu eru auðlindir undir stjórn íslenska ríkisins. PFS hefur með höndum úthlutun tíðna og númera samkvæmt ákvæðum fjarskiptalaga. Úthlutunin felur í sér tímabundna heimild til skilyrtra afnota sem hvorki leiðir til eignarréttar né varanlegs nýtingar- og ráðstöfunarréttar.

Samkvæmt 14. gr. laga nr. 69/2003 um Póst- og fjarskiptastofnun skulu fjarskiptafyrirtæki greiða árlega 0,3% af bókfærðri veltu í rekstrargjald. Með bókfærðri veltu er átt við rekstrartekjur sem þessir aðilar hafa af fjarskiptastarfsemi sinni hér á landi. Innheimta skal jöfnunargjald frá fjarskiptafyrirtækjum til að standa straum af fjárframlögum til alþjónustu. Jöfnunargjald skal nema 0,12% af bókfærðri veltu. Fjarskiptafyrirtæki sem fá

úthlutað númerum greiða gjöld skv. 3. mgr. 14. gr. laga nr. 69/2003. Auk þess geta komið til ýmis gjöld skv. gjaldskrá PFS vegna tækjabúnaðar og afnota af tíðnum.

Varðandi sjónvarpsefni er afar auðvelt fyrir nýjar efnisveitur að bjóða aðgang að sjónvarpsþjónustu sinni og eru markaður fyrir sjónvarpsdreifingu að breytast hratt. Netflix er gott dæmi um það hvernig OTT þjónusta er nú boðin viðskiptavinum sem hafa einfaldan aðgang. að vafra. Einnig ýmiss konar snjalltækjum s.s.. spjaldtölvum, snjallsímum, jaðartækjum sem tengjast sjónvörpum um USB port líkt og FireTV. Algengt er að sjónvörp séu nettengd og með innbyggðum öppum er hægt að nálgast sjónvarpsefnið. Að lokum má nefna AppleTV sem færa leið sem er hratt vaxandi þar sem hægt er að nálgast sjónvarpsþjónustu. Netflix er dæmi um fyrirtæki sem nýtir sér allar framangreindar dreifileiðir en 365, Rúv, Síminn, N4, Hringbraut, ÍNN bjóða öll aðgang að sínu efni með þessum leiðum en misjafnt er eftir fyrirtækjum hvaða dreifileiðir eru nýttar til að veita aðgang að sjónvarpsþjónustu sinni.

Hvað fjölmiðlamarkaðinn varðar þá eru litlar sem engar aðgangshindranir að stærstum hluta hans, líkt og fjöldi nýrra fjölmiðla gefur vísbendingu um. Að mati samrunaaðila er stærstur kostnaður falinn í fjárfestingu á tækjum og tólum, hyggist aðili hefja starfsemi á sjónvarpsmarkaði. Þá þurfa þeir, sem vilja hefja sjónvarpsrekstur hér á landi, leyfi frá fjölmiðlanefnd, sbr. ákvæði laga um fjölmiðla. Samningar við rétthafa verða einnig að liggja fyrir, eigi að sýna erlent efni.

c) Einkaleyfi

Hvorki Fjarskipti né 365 hafa einkaleyfi og ekki er vitað til þess að nein slík leyfi séu á fjarskiptamarkaði.

d) Nytjaleyfi og verkkunnátta

Ekki er um slíkt að ræða umfram það sem gengur og gerist í rekstri fyrirtækja.

e) Vægi stærðarhagkvæmni

Stærðarhagkvæmni skiptir miklu máli í rekstri fjarskiptafyrirtækja, enda er mikill fastur kostnaður sem fylgir rekstri slíkra félaga. Á þetta sérstaklega við um farsímamarkaðinn og talsímamarkaðinn en minna við um internetmarkaðinn og sjónvarpsdreifingu en í báðum tilfellfellum er lítið mál að hefja þjónustu á markaðinum. Hins vegar er hægt að ná miklum sparnað í öllum stoðeiningum s.s. fjármál, sölu, þjónustu, markaðsmál, húsnæði.

Til að geta haldið uppi rekstri og þjónustu við viðskiptavininn eru einingar eins og tækni-sölu- og þjónustumál þessum félögum nauðsynleg. Mikill fastur kostnaður er við hverja einingu, sem er óháður fjölda viðskiptavina. Fyrir þau fyrirtæki sem eiga og reka fjarskiptakerfi fylgir mikil fjárfesting og fastur kostnaður. Fyrir félög sem nýta kerfi annarra félaga eru bæði greidd aðgangsgjöld, árgjöld og önnur gjöld til að fá afnot af kerfunum. Oft eru þessi gjöld óháð fjölda viðskiptavina. Hagkvæmni við stærð er því mikil. Tilgangur samrunans er ekki síst að ná fram þessari stærðarhagkvæmni í fjarskiptarekstrinum.

Sömu sjónarmið eiga við hvað varðar fjölmiðlamarkaðinn og nauðsyn þess að ákveðinni stærðarhagkvæmni sé náð.

f) Aðgangur að birgðum og hráefni

Á ekki við.

g) Aðgangur að aðstöðu eða samstarfi til að geta veitt þjónustuna

Um þetta er vísað til umfjöllunar framar í tilkynningunni.

9.10. Vægi rannsókna og þróunar hvað varðar samkeppnishæfni fyrirtækis á viðkomandi markaði til lengri tíma litið. Eðli rannsókna og þróunar á vegum samrunaaðila á mörkuðum þar sem áhrifa gætir

Aðilar telja að þessi atriði skipti ekki máli hér.

9.11. Samstarfssamningar (láréttir og/eða lóðréttir) á mörkuðum þar sem áhrifa gætir

Fjarskipti hefur gert samninga við [

]122

365 hefur gert samninga við [

]123

9.12. Mikilvægustu samstarfssamningar, sem samrunaaðilar hafa gert við aðra á mörkuðum þar sem áhrifa gætir, til dæmis samningar um rannsóknir og þróun, nytjaleyfi, sameiginlega framleiðslu/þjónustu, sérhæfingu, dreifingu og upplýsingaskipti

Þegar hefur verið gerð grein fyrir þessum samningum.

---

122 Trúnaðarmál.

123 Trúnaðarmál.

9.13. Atvinnugreinasamtök sem samrunafyrirtæki tilheyra

365 er aðili að Samtökum Atvinnulífsins, SA og Viðskiptaráði.

Fjarskipti er aðili að SA, SI og Viðskiptaráði.

X. KAFLI

Áhrif á neytendur og milliliði

Hugsanleg áhrif fyrirhugaðs samruna á hagsmuni neytenda og milliliða og á þróun efnahags- og tækniframframfara.

Að mati samrunaaðila hefur samruninn engin skaðleg áhrif á neytendur. Þvert á móti mun verð væntanlega lækka vegna hagræðingar á markaði, auk þess sem samruninn eykur verulega líkur á því að hér á landi verði áfram til öflugur innlendur fjölmiðlarekstur.

Fjarskiptamarkaður

Markaðsráðandi staða verður hvorki til né styrkist á skilgreindum mörkuðum málsins við hinn fyrirhugaða samruna eða hugsanlegum undirmörkuðum. Engin röskun verður á samkeppni á fjarskiptamarkaði, svo sem reifað er framar í tilkynningu þessari. Verði miðað við eldri uppskiptingu fjarsktipamarkaðar er til þess að líta að á farsímamarkaði verða Fjarskipti eftir samrunann þriðja stærsta félagið, á eftir Nova og Símanum. Á talsímamarkaði verða Fjarskipti með um þriðjung markaðarins ef miðað er við fjölda áskrifta en Síminn er með yfir 60% hlutdeild á þeim undirmarkaði. Á markaði fyrir internetþjónustu mun Síminn eftir sem áður verða með leiðandi hlutdeild, eða hátt í 50% markaðarins, auk þess sem hlutdeild Nova á þeim markaði liggur ekki fyrir. Þá hefur fjarskiptamarkaðurinn tekið miklum breytingum á undanförnum fimm árum með efldum heildsölumarkaði fyrir fjarskiptaþjónustu, sem hefur gert nýjum aðilum kleift að koma inn á markaðinn og bjóða nú heildstæða fjarskiptaþjónustu með góðum árangri, svo sem Hringdu og Nova. Að mati Fjarskipta er þessi nýja staða á markaðnum gríðarlega mikilvæg fyrir virka samkeppni á fjarskiptamarkaði, jafnvel þó svo miðað verði við eldri uppskiptingu fjarskiptamarkaðar og hefur að mati Fjarskipta mun meira vægi heldur en

hugsanleg samþjöppun í markaðshlutdeild á einstökum undirmörkuðum málsins, sem þó stappar á engum markaði nærri markaðsráðandi stöðu samrunaaðila.

Fjölmiðlamarkaður

Varðandi fjölmiðlamarkaðinn er vísað til þeirrar markaðsskilgreiningar sem gerð er nánar grein fyrir í kafla VII en að mati Fjarskipta tilheyrir hefðbundið áskriftarsjónvarp (Stöð 2) sama markaði og myndmiðlun eftir pöntun (Sjónvarp Símans, Vodafone Sjónvarp, Netflix og erlendar efnisveitur) sama markaði. Um það vísast m.a. til sjónarmiða Fjölmiðlanefndar sem vísað er til í VII. kafla, sem og Samkeppniseftirlitsins og erlendra samkeppnisyfirvalda, sem vísað er til í sama kafla. Í það minnsta telja samrunaaðilar að áskriftarveitur allar séu á sama markaði (Sjónvarp Símans, Vodafone Sjónvarp og Netflix). Því hefur samruninn engin skaðleg áhrif á fjölmiðlamarkaði í skilningi samkeppnislaga. Jafnvel þótt markaðurinn yrði skilgreindur með þröngum hætti og yrði aðeins talinn ná til hefðbundins áskriftarsjónvarps, þá liggur fyrir að engin samþjöppun verður á þeim markaði vegna samrunans, enda hafa Fjarskipti ekki rekið hefðbundið áskriftarsjónvarp. Auk þess er vísað til þess að jafnvel þótt eldri skilgreiningar yrðu lagðar til grundvallar er verulegum vafa undirorpið að 365 sé í markaðsráðandi stöðu.

Áhrif erlendar samkeppni á íslenskan fjölmiðlamarkað hafa verið umtalsverð og komið hart niður á íslenskum fjölmiðlafyrirtækjum eins og 365 miðlum. Félagið hefur brugðist við aukinni samkeppni, en hefur ekki tekist það með ásættanlegum hætti. Erlend samkeppni hefur nýtt sér tækninýjungar í dreifileiðum og þannig getað boðið neytendum upp á neyslu með auðveldum hætti gegnum snjalltæki. Einnig hefur erlenda samkeppnin boðið upp á áskriftarvörur á verðum sem eru mun lægri en íslensk fjölmiðlafyrirtæki hafa getað boðið. Til þess að bregðast við þurfa því íslensk fjölmiðlafyrirtæki að vera bæði fjárhagslega og tæknilega sterk. Kaup Fjarskipta á fjölmiðla- og fjarskiptarekstri 365 miðla munu því styrkja samkeppnisstöðu íslenskra fjölmiðla.

Staða Símans

Þannig hefur samruninn ekki heldur skaðleg áhrif á samkeppni á fjölmiðlamarkaði. Með samrunanum eru Fjarskipti einungis að fylgja þeirri þróun sem er að eiga sér stað á umræddum mörkuðum og feta í sömu spor og fjarskipta- og fjölmiðlafyrirtæki um allan heim með því að vilja bjóða upp á bæði fjarskipta- og fjölmiðlaþjónustu. Öðrum fyrirtækjum á íslenskum fjarskipta- og fjölmiðlamarkaði hefur verið heimilaður slíkur samruni, sbr. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2015 og eru Fjarskipti reiðubúin að hlíta sams konar takmörkunum á heimildum til samtvinnunar, og önnur fyrirtæki hafa þurft að hlíta, í því sambandi.

Fjarskipti líta svo á að fyrirtækið verði eftir samrunann enn betur í stakk búið til þess að geta veitt ráðandi aðila á fjarskiptamarkaðnum, Símanum, samkeppnislegt aðhald. Að mati Fjarskipta er lokuð stefna Símans (e. Walled Garden) í sjónvarpi stærsta ógn við samkeppnisstöðu minni fjarskiptafyrirtækja. Fjarskipti hyggst ekki nota sjónvarpsefni sem aðgreiningarþátt á fjarskiptamarkaði og hyggst veita öllum aðilum á markaði öfluga þjónustu sem mun koma smærri keppinautum til góða.[124] Síðast nefnda atriðið er þó með fyrirvara um að sama gildi um aðra sterka aðila á fjarskipta- og fjölmiðlamarkaði, viðskiptalegir samningar náist við dreifiveitur og að samningar við rétthafar standi ekki í vegi þeirri stefnu að sjónvarpsefni verði ekki aðgreiningarþáttur á fjarskiptamarkaði.

Þá er óhjákvæmilegt að Samkeppniseftirlitið líti til þeirrar þróunar sem líkleg er á viðkomandi mörkuðum, en hún er sú að mörk milli undirmarkaða fjölmiðlamarkaðarins verði enn óskýrari en nú er og á endanum renni allar áskriftarveitur í einn markað, auk þess sem mörk milli fjarskipta- og fjölmiðlamarkaðar verða enn óljósari á næstu misserum.

[124] Hér má einnig benda á niðurstöður úr samráði PFS um þróun sjónvarpsmiðlunar og fjarskipta, þar sem sjá má afstöðu smærri fjarskiptafyrirtækja til þessa atriðis, sbr. https://www.pfs.is/um-pfs/frettir/frett/2017/03/10/Nidurstada-samrads-um-throun-sjonvarpsmidlunar-og-fjarskipta/

Hagræðingarrök

Auk þess hafa Fjarskipti trú á því að mikil hagræðing geti orðið af samrunanum, ekki síst á fjarskiptahliðinni, sem geti leitt til hagsbóta fyrir neytendur. Um hagræðingu af samrunanum er fjallað hér að framan í kafla 3.7, en Fjarskipti telja að innri starfsemi fyrirtækisins geti tekið við nánast öllum fjarskiptahluta 365, án þess að til frekari kostnaðarauka þurfi að koma, svo nokkru nemi. Þá líta Fjarskipti svo á að sú aukna breidd sem fáist í framboð fyrirtækisins á fjölmiðlamarkaði styrki fyrirtækið til muna í samkeppni við markaðsráðandi fyrirtæki í heildarframboði á fjarskiptamarkaði. Betri nýting tæknikerfa og lægri rekstrarkostnaður þeirra er lykilþáttur í rekstri fjarskiptafyrirtækja og getur tryggt samkeppnishæfni til framtíðar.

Eins og nánar er fjallað um í samrunatilkynningu fælist mikil rekstrarhagkvæmni í kaupunum, sem fyrst og fremst næst fram með samnýtingu innviða og lækkun kostnaðar. Hagræðing af samrunanum er því í fyrsta lagi *veruleg* og mun án efa leiða til lægri verða mjög fljótlega eftir samrunann, gangi hann í gegn. Eins og lýst er hér að framan hefur breytt heildsölulandslag á fjarskiptamarkaðnum auðveldað smærri fjarskiptafyrirtækjum innkomu inn á markað með litlum tilkostnaði með nýtingu þjónustu- og söluinnviða stærri fyrirtækja. Upp hafa sprottið fjarskiptafyrirtæki sem leggja mesta áherslu á verð í sinni markaðssetningu og munu veita sameinuðu félagi öflugt aðhald í samkeppni á fjarskiptamarkaði auk þess sem stærsta fjarskiptafyrirtækinu, Símanum, hefur verið heimilaður samruni við fjölmiðlafyrirtæki og því gert kleift að hagræða í sínum rekstri og fjölga tekjustoðum.

Hvort sem samkeppnisyfirvöld munu skilgreina sjónvarpsmarkaðinn í samræmi við þá þróun sem átt hefur sér stað, með innkomu nýrra alþjóðlegra fyrirtækja inn á sjónvarpsmarkað með nýrri tækni, eða halda sig við eldri markaðsskilgreiningu um markað fyrir áskriftarsjónvarp, er ljóst að mati Fjarskipta að alþjóðlegu efnisveiturnar munu án nokkurs vafa veita sameinuðu félagi samkeppnislegt aðhald, ekki síst hvað varðar verðlagningu. Því er það óumflýjanlegt markmið Fjarskipta með samrunanum, að

lækka verð á markaði. Vegna þessa samkeppnislega aðhalds verður að teljast *líklegt*, í skilningi samkeppnisreglna, að umrædd hagræðing *skili sér til neytenda*.

Þá er í öðru lagi nauðsynlegt að taka fram að Fjarskipti telja ómögulegt að ná fram þeirri hagræðingu, sem næst fram með umræddum samruna, nema með því að sameinast 365 og ná þannig fram betri nýtingu á fjarskiptainnviðum og fjölga tekjustoðum í fyrirtækinu. Umrætt hagræði er þannig bein afleiðing af samrunanum.

Um nánari umfjöllun um hagræði af samrunanum er vísað til fylgiskjals nr. 15.

XI. KAFLI

Samstarfsáhrif sameiginlegs verkefnis

Á ekki við. Ekki er um að ræða samruna í skilningi d-liðar 2. gr. reglnanna, sbr. d-lið 1. mgr. 17. gr. samkeppnislaga.

XII. KAFLI

Viðbótartakmarkanir

Í kaupsamningi á fylgiskjali 4 tekur 365 á sig kvöð um að stunda ekki samkeppni við hið selda, sbr. ákvæði í kaupsamningi á fylgiskjali 4. Ákvæðið er að mati samrunaaðila nauðsynlegt fyrir samrunann og er ekki umfangsmeira en nauðsyn ber til, hvorki að efni til né um tímalengd.

Þá hafa aðilar gert samstarfssamning um miðlun frétta í 44 mánuði samkvæmt fylgiskjali 9 við kaupsamning á fylgiskjali 4. Er samningurinn talinn nauðsynlegur til þess að samruninn gangi í gegn, þar sem Fjarskipti munu ekki hafa yfir að ráða fréttastofu af því tagi sem þarf til að sinna vefsíðunni visir.is þegar við afhendingu eigna samkvæmt samningnum, gangi kaupin eftir. Því telja samrunaaðilar nauðsynlegt að viðhafa slíkt samstarf tímabundið, til þess að tryggja samfellu í rekstri fréttasíðunnar visir.is, gangi samruninn í gegn.

Þá munu samrunaaðilar óska eftir skilorðsbundinni undanþágu vegna verkefnateymis sem mælt er fyrir um í samningnum, sbr. einnig kafla I í tilkynningu þessari.

XIV. KAFLI

Áhrif samruna á fjölræði og fjölbreytni í fjölmiðlum.

Í 8. mgr. 62. gr. b. laga um fjölmiðla nr. 38/2011 er kveðið á um efnislegt mat Samkeppniseftirlitsins á áhrifum samruna á fjölræði og/eða fjölbreytni í fjölmiðlun á þeim markaði eða mörkuðum sem viðkomandi fjölmiðlaveita eða fjölmiðlaveitur starfa á. Hugtökin fjölbreytni og fjölræði eru ekki skilgreind í lögunum en í greinargerð með lögum nr. 54/2013 sem breyttu fjölmiðlalögum kemur eftirfarandi m.a. fram:

> *„Með hugtakinu fjölræði í fjölmiðlun er þannig vísað til þess að fjölmiðlar séu ekki undir yfirráðum fárra aðila. Dreift eignarhald á fjölmiðlum er talið tryggja betur að ritstjórnarefni fjölmiðla endurspegli ólík sjónarmið. Hugtakið fjölbreytni í fjölmiðlun hefur margháttaða merkingu og vísar jafnt til þess að fjölbreytt efni sé í boði, að það efni og sjónarmið sem fram kemur sé fjölbreytt og sett fram á ólíkan hátt fyrir notendur, að mismunandi hópar og einstaklingar samfélagsins fái notið sín í fjölmiðlum og höfðað sé til þeirra með fjölbreyttum hætti, og að efni frá ólíkum landsvæðum nái jafnframt til annarra landsvæða en þar sem það er framleitt. Fjölbreytni að þessu leyti felur bæði í sér að í boði sé margbreytilegt efni, svo sem fréttir, menningarefni, fræðsluefni, íþróttir o.fl., og að efnistök endurspegli fjölbreytt viðhorf."*

Fjarskipti telja að fjölræði og fjölbreytni í fjölmiðlum sé ekki hætta búin vegna samrunans.

Fyrir liggur að samruninn leiðir til dreifðara eignarhalds á fjölmiðlum en áður. Eignarhald að Fjarskiptum er dreift og eru eigendur félagsins alls um 200 talsins og þar af eru þrír lífeyrissjóðir sem eiga um þriðjung í félaginu. Eignarhald ljósvakamiðla, sem áður voru á hendi 365, mun því taka miklum breytingum og enginn áhugi er hjá stórum hluthöfum,

eða stjórnendum hins sameinaða félags, að hafa afskipti af ritstjórnarlegu sjálfstæði þeirra fjölmiðla sem heyra undir félagið.

Að auki mun 365 halda áfram starfsemi á fjölmiðlamarkaði með útgáfu Fréttablaðsins. Þar verður áfram rekin sjálfstæð ritstjórnarstefna. Þannig mun fréttastofum fjölga en ekki fækka við samrunann. Fréttastofa ljósvakamiðlanna – og visir.is – verður eftir sem áður rekin af myndugleik og ekki eru áform um að draga úr getu hennar eða sjálfstæði. Þvert á móti ætti hún að eflast í efnahagslega sterkari samstæðu en áður.

Fjarskipti telur ekki ástæðu til að ætla að það hafi áhrif á fjölræði á fjölmiðlamarkaði þó svo fjarskiptafyrirtæki verði eigandi fjölmiðils. Engin áform eru uppi um að vöndla fjarskipta- og fjölmiðlaþjónustu saman þannig að viðskiptavinum verði gert skylt að kaupa allt vöruframboð sameinaðs fyrirtækis eða binda eftirsóknarvert efni eingöngu við fjarskiptanet Fjarskipta, svo sem fyrr greinir. Þvert á móti er ætlunin að efnið standi til boða á sem flestum dreifileiðum, að því gefnu að efnisréttarsamningar heimili og samningar takist á viðskiptalegum forsendum við dreifiveitur.

Við samrunann verður ekki dregið úr fjölbreytileika efnis í sjónvarpi eða útvarpi, þar sem ekki er fyrirhugað að breyta dagskrá 365, svo neinu nemi. Samruninn mun hvorki leiða til þess að færri hljóðvarps- eða sjónvarpsstöðvar verði í boði fyrir íslenska neytendur. Dagskrárefni verður með sambærilegu sniði og samruninn leiðir ekki til þess að nokkur sjónarmið verði útilokuð. Engin áhrif verða þannig á margbreytileika efnis sem sýnt er í sjónvarpi eða spilað í útvarpi á Íslandi í dag.

Með samrunanum er rekstrargrundvöllur ljósvakamiðla 365 tryggður, en hann hefur veikst verulega á síðustu árum, eins og Samkeppniseftirlitið þekkir til.

Fjarskipti telja að breytingarnar sem leiði af samrunanum séu heldur til þess fallnar að auka og styrkja innlenda fjölmiðla sem sé nauðsynlegt til þess að mæta erlendri samkeppni í afþreyingarefni, sbr. m.a. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins í máli nr. 31/2016,

Kaup Árvakurs hf. á útvarpsrekstri K100 og Retro 895, sbr. einnig ákvörðun nr. 5/2017, *Kaup Pressunnar ehf. á Birtingi útgáfufélagi ehf.*

Samandregið telja samrunaaðilar að fjölræði og fjölbreytni í fjölmiðlum sé ekki hætta búin vegna samrunans.

XV. KAFLI

Yfirlýsing

Undirrituð lýsir því yfir að upplýsingar, sem veittar eru í tilkynningu þessari, eru sannar, réttar og fullnægjandi samkvæmt bestu vitund, að óstytt afrit af skjölum, sem krafist er í skránni, fylgja með, að allt mat er tilgreint sem slíkt og sett fram samkvæmt bestu vitund og vitneskju um staðreyndir málsins og þar sem álit er látið í ljós er það gert í góðri trú. Undirrituð hefur kynnt sér ákvæði 41. gr. b. samkeppnislaga.

Reykjavík, 27. apríl 2017

f.h. Fjarskipta hf.

Jóna Björk Helgadóttir hrl.

Hlynur Halldórsson hrl.