



ДО
Г-Н ИВАН ДИМИТРОВ
ПРЕДСЕДАТЕЛ НА
КОМИСИЯТА ЗА РЕГУЛИРАНЕ НА СЪОБЩЕНИЯТА
гр. София, 1000
ул. Гурко № 6

Относно: Обществено обсъждане на проект на решение за определяне, анализ и оценка на пазара на едро на локален достъп в определено местоположение – пазар № 1 по Препоръка 2020/2245 на Европейския съюз

УВАЖАЕМИ ГОСПОДИН ДИМИТРОВ,

Във връзка с Решение № 258 от 14.08.2025 г. на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС/Комисията) за приемане на проект на решение за определяне, анализ и оценка на пазара на едро на локален достъп в определено местоположение – пазар № 1 по Препоръка 2020/2245 на Европейския съюз (наричан по-долу „Проектът“) и откритата процедура за обществено обсъждане, представяме на Вашето внимание становище на „А1 България“ ЕАД (А1 или А1 България).

Пазар 3а („пазар на едро на локален достъп в определено местоположение“) е част от списъка на пазарите, подлежащи на предварителна (ex-ante) регулация, определен с Препоръка 2014/710/ЕС. През 2020 г. Европейската комисия актуализира списъка на релевантните пазари в контекста на Директива 2018/1972 на Европейския съюз (Европейски кодекс за електронни съобщения). Тогава редица пазари бяха извадени поради наличие на устойчива конкуренция, но пазар 3а бе изрично запазен, тъй като продължава да отговаря на т.нар. „три критерия“ за ex-ante регулация. Отбелязваме и че през 2019 г. Комисията дерегулира пазара на едро на локален достъп поради наличието на ефективна конкуренция на пазара на гребно.

Както през 2019 г., така и сега, считаме за правилно процеса по анализ и оценка на пазара на локален достъп на едро да започне с анализ на вертикално свързания пазар на гребно и да бъде дефиниран въз основа на взаимозаменяемостта на търсенето и предлагането от гледна точка на крайния потребител за следващия период на преглед. В тази връзка Комисията е определила продуктовия обхват на пазара на ширококолов достъп на гребно, който следва да бъде ограничен само до онези видове достъп, които могат да се приемат от потребителите като взаимозаменяеми по отношение на характеристики, цени и предназначение. При анализа считаме за правилно, че е изключен мобилният достъп, предоставян в определено местоположение, тъй като не е налице взаимозаменяемост от страна на търсенето между достъпа



до интернет в определено местоположение и достъпна чрез мобилни мрежи. По данни на Комисията проникването на оптични мрежи (оптика до дома FTTH и до сградата FTTB) вече надхвърля 45 на сто от фиксираните линии, като делът на услуги върху медни абонатни линии намалява за сметка на оптични мрежи и на модернизиран локални (LAN) и CaTV мрежи.

Нашето становище е, че към настоящия момент характеристиките на мобилния достъп до интернет – скорост, поведение при натоварване (закъснение) и ограничения в обема на данните, включително политики за разумно потребление го определят като допълваща, а не като взаимозаменяема спрямо фиксирания достъп услуга.

В заключение по дефиницията на пазара на дребно: продуктовият обхват е правилно определен и следва да се разглежда като вертикално свързан с пазара на едро на локален достъп.

На следващо място подчертаваме, че споделяме заключението на Комисията, че „ВиВаком България“ ЕАД и „Юнайтед Файбър България“ ЕООД следва да се разглеждат като една икономическа единица на дефинирания пазар.

Съгласно установената практика на Европейската комисия и на Съда на Европейския съюз субекти, които не водят самостоятелна търговска политика и действат под общ стратегически и икономически контрол, се разглеждат като част от една и съща „икономическа единица“. Решението по дело Viho Europe BV срещу Европейската комисия (дело C-73/95) приема, че когато дъщерно дружество не определя самостоятелно поведението си на пазара, а следва указанията на майката, групата действа като една икономическа единица – този стандарт подкрепя разглеждането на ВиВаком и Юнайтед Файбър като едно предприятие за целите на анализа.

В конкретния случай ВиВаком и Юнайтед Файбър:

- имат обща собственост и централизирано стратегическо управление в рамките на една корпоративна група;
- възможно е да координират търговските си политики и пазарно поведение
- разполагат с обща и интегрирана оптична инфраструктура, която използват за предоставяне на услуги на едро и дребно
- реализират съвместни инвестиции и споделят ресурсите и риска, което им осигурява значителни икономии от мащаба и предимства при достъп до капитал.

Контролът върху критична пасивна инфраструктура (канална мрежа) в множество населени места създава структурна зависимост на конкурентите при разгръщане и поддържане на мрежи, което обосновава необходимост от единно третиране на групата като източник на пазарна мощ.

Нормативните ограничения за въздушно полагане в урбанизирани територии усилват зависимостта от подземната канална мрежа,



контролирана от групата – това подкрепя извода за фактическо предимство по веригата. Нещо повече, вертикалната интеграция по веригата „пасивна инфраструктура – достъп на едро – услуги на дребно“ позволява прехвърляне на предимства надолу по веригата и изисква симетрично прилагане на задължения към групата като цяло.

Считаме, че степенята на вертикална и хоризонтална интеграция води до концентрация на пазарна мощ, която следва да бъде отчетена при оценката на конкурентната среда. Ако двете предприятия се разглеждат отделно, това би довело до изкуствено раздробяване на пазарния им дял и подценяване на влиянието им върху пазара. Поради това подкрепяме правилния и обоснован подход на Комисията да ги третира като едно предприятие за целите на анализа.

По отношение на предложените специфични задължения обръщаме внимание на ценовите мерки върху предприятието със значително въздействие на пазара чрез метода „retail minus“ за срок от дванадесет месеца от влизане в сила на задълженията.

A1 България счита, че въвеждането на ценова регулация чрез метода „retail minus“ може да бъде подходящ инструмент, но само при наличие на достатъчна икономическа обосновка и прозрачни данни за разходите, каквито в настоящия Проект липсват в необходимата пълнота.

Методът „retail minus“ се прилагаше и прилага в редица държави от Европейски съюз за регулиране на цени на едро на пазара на локален достъп (пазар 3а). В практиката на националните регулатори (НРО) се определя минусът като функция на реалната разлика между разходите за предоставяне на услуги на дребно и на едро, на базата на модел на LRIC/BU-LRIC+ или на счетоводни данни на оператора със значително въздействие на определения за подлежащ на ex-ante регулация пазар.

- В самия Проект не е обяснено защо именно 41,23% е избран като ниво на отстъпката и липсват публично представени разчети, които да показват;
- каква е структурата на разходите на Виваком за услуги на дребно и на едро
- какъв е реалният марж между цените на дребно и на едро за достъп;
- каква е допустимата норма на възвръщаемост на капитала.

Без такава информация съществува риск нивото да е произволно и да не отразява нито икономическите реалности на пазара, нито принципите за пропорционалност и предвидимост на регулаторната намеса.

Във връзка с изложеното по-горе, предлагаме:

1. Да изиска от Виваком и Юнайтед Файбър актуални и детайлни счетоводни и икономически данни за разходите и да определи отстъпката като функция на реално изчислен разходен марж



- (Включително разходни структури и норма на възвръщаемост на капитала), така че процентът при прилагане на методологията retail minus да бъде обоснован.
2. Да публикува методическо приложение към окончателното решение с ясно описана формула за retail minus, източници на данни, допускания, използван период, начин на изчисляване на разходите по Веригата и параметри за нормата на възвръщаемост; да опише и процедура за предоставяне и проверка на данни от предприятието със значително въздействие, включително срокове и формат на подаване.
 3. Да разработи и прилага паралелно тест за икономическа възпроизводимост върху водещите предложения на дребно, така че временната мярка за retail minus да се съчетае безпроблемно с този тест и да осигури достатъчно икономическо пространство за конкуренти.

В заключение оценяваме положително усилията на Комисията да изготви задълбочен анализ и да осигури конкурентна среда в сектора на електронните съобщителни услуги. За да се постигне устойчив и пропорционален регулаторен резултат, следва да се запази дефиницията на пазара като включваща само фиксирани технологии, да се потвърди разглеждането на ВиВаком и Юнайтед Файбър като едно предприятие и да се изиска допълнителна информация и методическа яснота, за да се обоснове предвидения процент по метода „retail minus“.

С уважение,

*Пълномощник на изпълнителните директори на
А1 България ЕАД*