



**TELEKOMÜNİKASYON  
SEKTÖRÜNDE DÜZENLEMELERE  
YÖNELİK GELİŞMELER BÜLTENİ**

**Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme  
Dairesi Başkanlığı**

Haziran 2011  
SAYI-42



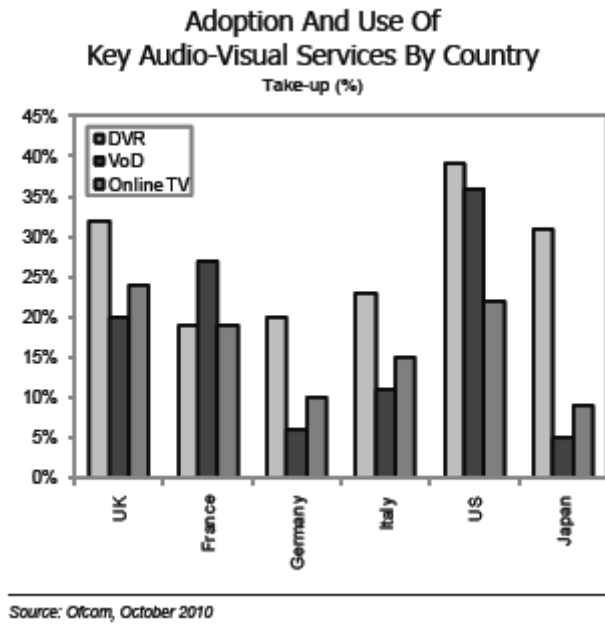
### **Tesco Çevrimiçi TV Piyasasına Blinkbox İle Giriyor**

İngiltere merkezli ayrıştırılmış perakendeci olan Tesco, çevrimiçi TV piyasasındaki en büyük rakibi Amazon'a üstün gelebilmek için talebe göre video (VoD) hizmeti sunan Blinkbox'un hisselerinin çoğunluğunu almayı planlamaktadır. Şirketin İngiltere satışlarını tetiklemek için yeni Genel Müdür Philip Clarke ile gelen bu yatırım BMI'ya göre olumludur. Ancak İngiliz çevrimiçi TV hizmetleri piyasası bir yandan hızla gelişirken diğer yandan başka markalar tarafından iyi desteklenmektedir. Dolayısıyla Tesco hizmetlerini farklılaştırmakta zorlanabilir.

Tesco, Londra temelli Blinkbox için özel hisse grupları olan Eden Ventures ve Nordic Venture Partners'a hisse değerinin %80'ini ödeyecektir. Bu satın alma Tesco'ya sayısal medya satış modelini tek şarkı/film ya da tüm albüm/tüm seri müzik/video satışından izledikçe öde, kanala abone ol ya da film kanalları seç gibi alternatiflerle geliştirmesine imkân sağlayacaktır. Blinkbox her ay 2 milyon kullanıcıya internet üzerinden canlı hizmet vermekte ve bunu da satın alınabilen ya da kiralanabilen 9000 film ve TV şovuna sahip katalogunu kullanarak yapmaktadır.

İçerik bilgisayarlar, oyun konsolları, tablet bilgisayarlar, el tipi medya oynatıcılar ve internet bağlantılı TV setleri ile izlenebilmektedir. Tesco/Blinkbox birleşmesi gelişmekte olan diğer hizmetlerle bağlantılı olarak Tesco'nun ürünün fiziki halini görünmeyen bir mekanizmayla entegre olarak satmasına da yardımcı olacaktır (DVD, CD ya da bilgisayar oyunu gibi). Bu durum Tesco'nun bulut temelli sayısal kitleme hizmeti geliştirdiğini göstermektedir. Bu tür hizmetler rakip Amazon tarafından da sunulmaktadır.

Amazon, hâlihazırda çevrimiçi video piyasasında LoveFilm isimli hizmetiyle talebe yönelik video hizmeti sunmakta ve Apple tarafından işletilen ve video içeriği ile müzik ve kitapları birleştiren iTunes mağazasıyla rekabet etmektedir. Amazon'un fiziki ürünleri, sayısal video hizmeti, müzik hizmeti ve e-kitap içeriği farklı farklı mağazalarda ve platformlarda sunulmaktadır. Dolayısıyla Tesco, bu açıdan potansiyel olarak rakibine üstünlük sağlamaktadır. Ancak Amazon küresel bir markadır ve Tesco'dan daha büyük bir kitleye hizmet sunma potansiyeli vardır. Tesco ise dünya çapında perakendeci mağazalarla yaygınlaşmaya devam etmektedir.



İngiltere'de çevrimiçi TV hizmetleri hâlihazırda iyi işlemektedir. Düzenleyici kurum olan OFCOM tarafından Ekim 2010'da yapılan bir araştırmada katılımcıların %24'ünün çevrimiçi TV hizmetini düzenli kullandığı ve bu durumun Fransız, Alman, İtalyan, Japon ve Amerika piyasalarından daha yüksek bir yüzdeye sahip olduğu görülmüştür. Geleneksel VoD hizmetleri İngiliz katılımcılarda daha az kullanılırken bunun oranı Ekim 2010'da %20'dir. Bu hizmetin Fransa'da kullanımı %27 olup Amerika'da oran %36'dır. Bu arada, analog ve sayısal içeriği kaydedip daha sonra izleme oranı İngiliz katılımcılarda %32 ile yüksek olup bu durum kablo TV ya da uydu aboneliğiyle birlikte

alınan sayısal vido kaydediciler (DVRs) ile gerçekleştirilmektedir. İngiltere bu alanda Fransa, Almanya ve İtalya'nın önündeysen Amerika'nın gerisinde kalmaktadır.

Kablo ve uydu sistemleri popülerliğini korumakla birlikte BMI'ya göre, DVRs kullanımı tek bir ürün ya da TV setlerine entegre depolama sistemlerinde yüksek kalacaktır. Ancak çevrimiçi TV hizmetleri potansiyel olarak daha fazla seçim ve her an hazır olabilme sağladığı için ve istenilen cihazda tekrar tekrar oynatılabildiği için bu hizmetlere yönelik talebin gelecekte daha yüksek olacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle, Tesco'nun çevrimiçi TV piyasasına girişi hizmetlerini benzeri hizmetler sunan işletmeciler olan LoveFilm, iTunes ve BBC iPlayer'dan farklılaştırması zorunlu olsa da ve piyasaya yeni giren Netflix ve uzun süredir beklenen YouView gibi işletmeciler olsa da olumludur

### **Sky+ DVR Cihazlarının Vergi Durumu Hakkındaki Karar Beklenildiğinden Daha Fazla Etkiye Sahip**

Avrupa Adalet Divanı İngiliz ön ödemeli TV işletmecisi BSkyB tarafından sunulan cihaz üstü kutuların (set-top-box-STB) %13,9 gümrük vergisine tabi olmaması gerektiği ile ilgili kararını HM Gelir ve Gümrük birimiyle (HMRC) uzun süren anlaşmazlık sonucu vermiştir. BMI'ya göre, kısıtlı kayıt imkânı olan STB cihazları ile tam donanımlı sayısal TV kaydedicileri (DVR) resmi olarak ayıran bu karar Avrupa'da ön ödemeli TV hizmeti üzerinde gözle görülür bir etkiye sahip olacaktır. Çünkü STB cihazlarının ücretinin düşmesi daha makul ücretli hizmetlerin yolunu açacaktır.

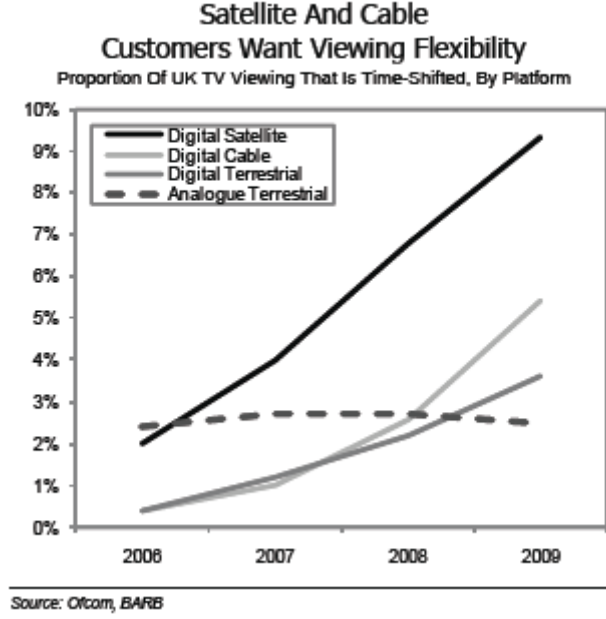
HMRC, Pace firması tarafından tedarik edilen STB kutularıyla ilgili vergilendirmeyi bu cihazların kayıt özellikleri nedeniyle kaydediciler statüsünde değerlendirmiş olup BSkyB ve Pace bu cihazın ana fonksiyonunun tahsisli bir çözümle fonksiyonu olduğunu ve kayıt özelliğinin ek bir fonksiyon olduğunu savunarak cihazlarının gümrük vergilerinden muaf olması gerektiğini iddia etmişlerdir.

Mahkeme, BSkyB ve Pace'in taleplerini haklı bulmuştur. Bunun temel nedeni; bu cihazların zaten hâlihazırda şifreli olan ve parası son kullanıcı tarafından önceden

ödenmiş yayınları ya da Sky tarafından ücretsiz sunulan yayınları kaydedebileceğini değerlendirmesidir. Özelde mahkemenin kararı bu cihazların kablolu yayın ya da internetten içerik kaydedemeyeceği buna ek olarak medya oynatıcılar DVD ve CD çalarlar ya da vide kasetlere ve kasetlerden kendisine video içeriği transfer edemeyeceği gerçeğine dayanmaktadır.

AB üyesi devletlerin artan sayıda sayısal ön ödemeli TV abonelerine sahip olması nedeniyle bu kararın bölgenin ön ödemeli TV piyasaları ve teknoloji tedarikçileri üzerinde geniş etkileri olacaktır. Ön ödemeli TV işletmecileri, birbirleri arasında ağır bir fiyat savaşıyla karşı karşıyayken bir yandan da IPTV hizmetleri ve ücretsiz OTT ya da ödemeli internet tabanlı doğrusal olmayan video sağlayıcılığı yapan Telekom işletmecileriyle de rekabet halindedirler. Hizmetleri talep edilebilir derecede düşük fiyatlı ancak kar edebilecek seviyede de yüksek fiyatlı tutabilmek için işletmecilerin ve STB cihazları üreten üreticilerin maliyetlerinin mümkün olduğunca düşük tutulması gerekmektedir. Bu cihazlar üzerindeki gümrük vergileri ya üreticiler tarafından üstlenilmekte ya da son kullanıcılara yansıtılmaktadır. Eğer yasa bu tür sınırlı kayıt yapabilen cihazların avantajına değişirse hizmet sağlayıcılar hizmet paketlerini ya da son kullanıcı ekipmanlarını fiyatlandırmada büyük bir esneklik kazanacaktır.

Ancak bu husus, problemi çözmeyecektir. HMRC, mahkemenin kararını incelemekte olup gelecekte bir tepki verecektir. BMI'ya göre, birim kararı geri çevirmeyi ya da bu benzeri cihazların daha geniş sınıflandırılmasını talep etmeyi deneyecektir. Bu durumda içerik sağlayıcıların karını düşürecek olup kaçak ve vergisiz ürünlerin artışıyla dengelenecektir.



İngiliz elektronik medya düzenleyici kurumu OFCOM'a göre, DVR cihazı adaptasyonu geçtiğimiz yıllarda sabit bir hızda artmıştır. 2005'te %11 olan bu oran 2010 ilk çeyrekte %37'ye çıkmış olup bu cihazlar mevcut alışkanlıklar üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. İngiliz Yayın kitleleri Araştırma Kurumu'nun (BARB) raporlarına göre İngiltere'de TV izleme zamanı değişen TV kitleleri 2006 ile 2009 arasında %1,7'den %5,9'a çıkarak üç kat artmıştır (İngiltere'de görüntüleri DVR cihazı ile kaydedip sonradan izleme oranı 2009 yılında %15,1'tir). Sayısal uydu kaydı 2006'da %2'den 2009'da %9,3'e çıkmış olup bu oranlar kablo TV için sırasıyla %0,4 ve %5,4'tür.

### **Virgin Media 2011 İlk Çeyrekte Pozitif Performansına Devam Ediyor**

Kablo ve yakınsama hizmetleri sunucusu Virgin Media, 2010 yılındaki pozitif sonuçlarını izleyen bir şekilde 2011 ilk çeyrekte kâr ve abone artışı olduğunu bildirmiştir. İşletmeci buna ek olarak ARPU ve katma değerli hizmetlerde de devam eden artış olduğunu bildirmiştir. BMI'nın işletmecinin stratejisini ve geniş piyasa koşullarını değerlendirmesi neticesinde elde ettiği sonuç, Virgin Media'nın pozitif performansı orta vadede de devam ettireceği yönündedir.

2011 ilk çeyrekte Virgin bir önceki seneye göre tüm iş segmentlerinde abone artışı bildirmiştir. Genişbant kullanıcıları 2010 ilk çeyrekte 4,18 milyon değerinden 2011 ilk çeyrekte 4,33 milyona çıkarak %3,86 yıllık artış göstermiştir. Bu artışın %99'u kablo abonelikleridir. TV aboneliklerinde de 2010 ilk çeyrekten 2011 ilk çeyreğe yeni 59.000 abonelik bir artış vardır. Bu artış sonucunda toplam TV abonesi 3,79 milyon olmuştur. Sabit hat sektörü en az ilerlemeyi 26.000 yeni aboneyle elde etmiş olup, bu rakamın %88,5'u kablolu değildir. Son olarak mobil sözleşme abonelikleri 2010 boyunca güçlü olarak artmaya devam etmiş ve 2010 ilk çeyrekten 2011 ilk çeyreğe 230.000 yeni aboneyle %22,6'lık yıllık büyüme oranı kazanmıştır.

Virgin buna ek olarak tüm iş segmentleri arasında pozitif gelir artışı bildirmiştir. Özellikle kablo sektöründe 2010 ilk çeyrekte 640 milyon sterlin olan rakam 2011 ilk çeyrekte 666 milyon sterline çıkmıştır. İş segmenti yıllık %13,7 artarak 159 milyon sterline yükselmiş olup gelir artışı oranı abone artışı oranını yakalayamamıştır. BMI'ya göre bunu temel nedeni Virgin'in fiyat tabanlı rekabet etmesi nedeniyle yeterli olgunluğa ulaşmış aboneleri çekmeye çalışmasıdır. Grubun işlemsel geliri ve serbest nakit akışı da sırasıyla yıllık %58,9 ve %111,6 oranlarla pozitif büyüme ve yönetime işaret etmektedir.

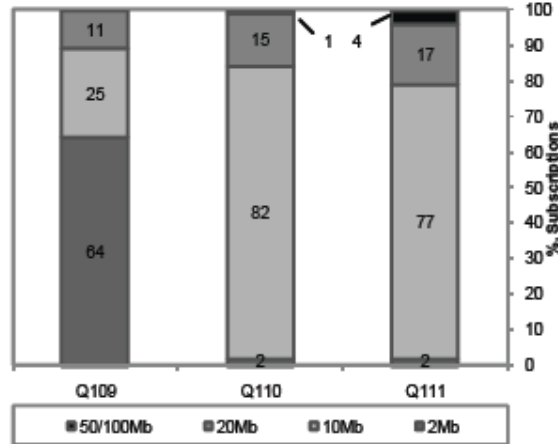
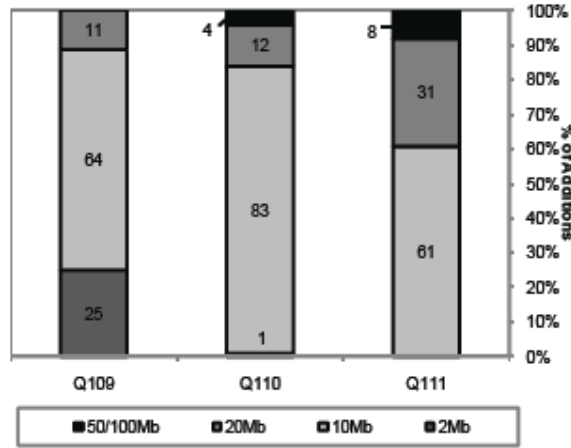
BMI, Virgin'in yakınsama hizmetleri ve mobil hizmetler ile katma değerli hizmetler ve özel ücrete tabi hizmetler üzerinden gelişme stratejisinin orta vadede başarılı olacağını düşünmektedir. Mart 2011'de 12 ay sonunda Virgin iki özel ücrete tabi hizmet alanında güçlü bir ilerleme kaydetmiştir. Bu alanlar VoD (talebe bağlı video) ve HD (yüksek çözünürlüklü TV) alanlarıdır. Ortalama aylık VoD, 2010 ilk çeyrekten 2011 ilk çeyreğe %22,1 yükselmiş olup toplamda 2011 ilk çeyrekte izlenme sayısı 83 milyondur. HD abonelik büyümesi daha da etkileyici olup 2010 ilk çeyrekteki 943.000 sayısından 2011 ilk çeyrekte 1,55 milyona yükselmiştir. Bu durumda yıllık büyüme oranı %64,1 olmuştur. Her iki hizmet de yüksek ARPU oluşturmakta olup TiVo STB cihazının dağıtımıyla bu iki hizmetin penetrasyonunun 2011 ve 2012 yıllarında Youview internet TV hizmetini geçerek tüketici talebini karşılayarak daha da yükseleceği beklenmektedir.

Ortalama Aylık VoD İzlenme Sayısı ve HD Aboneliği			
	2010 İlk Çeyrek	2011 İlk Çeyrek	Yıldan yıla artış (%)
Ortalama Aylık VoD İzlenme Sayısı (milyon)	68	83	%22,1
HD Aboneliği (bin)	943	1547	%64,1

Kaynak: Virgin Media

### High-Speed Migration

Total Subscriptions And Net Additions By Speed (%)



Source: Virgin Media



Virgin'in bir başka güçlü olduğu taraf genişbant tabanını yüksek hızlı yüksek değerli bağlantılarla entegre etmesidir. 2011 ilk çeyrekteki yeni aboneliklerin %31'i 20 Mbps bağlantılardır. Bu oran 2010 ilk çeyrekte %12 olup süper hızlı 50 MB ya da 100 MB hizmetini alan tüketicilerin yüzdesi 2011 ilk çeyrekte 2010 ilk çeyrekteki %4'lük oranın iki katı olan %8'e yükselmiştir. BMI, daha çok tüketicinin daha hızlı bağlantıları tercih edeceğini beklemekte olup Virgin'in 100 MB'ta 2 milyon evi kapsayan detaylı kablo altyapısı ve 1,5 GB için denemeleri nedeniyle İngiliz piyasasında daha da gelişmek için iyi konumlandığı düşünülmektedir.

### **Nvidia İşlemci Portföyünü Icera'yı Satın Alarak Daha Genişletti**

Bilgisayar işlemcisi üreten Nvidia, İngiltere merkezli Icera'yı 367 milyon dolara satın almak için anlaşmıştır. 3G/4G cep telefonları ile tablet bilgisayarlar için temel bant işlemcisi üreten Icera'ya satın alan Nvidia'nın video ve grafik temelli işlemciler kullanan oyun tutkunları ve yüksek sonlu çoklu ortam geliştiriciler arasında elde ettiği güçlü ün bu satın alımla daha da güçlenmiştir. BMI'ya göre, şirketin faaliyetleri yüksek oranda birbirini tamamlayıcıdır ve BMI'nın daha önce belirttiği piyasada rekabetçi kalabilmek ve tam anlamıyla uygun çözümler üretmek için yarı iletken üreticilerinin birleşmesi gereklidir tezini desteklemektedir.

Piyasa analizcisi Gartner'den alınan bilgiye göre Nvidia, küresel temel bant işlemcisi piyasasının yıllık 15 milyar dolarlık bir piyasa olduğuna inanmaktadır ve piyasada Intel gibi güçlü ve ölçeklerini hızla yeni nesil ürünlere aktarabilen rakipler bulunmaktadır (Intel çok kısa bir süre önce yeni 3D işlemcilerini piyasaya sürmüştür). BMI Nvidia gibi daha küçük işletmecilerin endüstri hızına ayak uydurabilmesinin temel yolunun hâlihazırda kurulmuş olan şirketleri almaktan geçtiğini düşünmektedir.

Satın alma Nvidia'nın orijinal ekipman üreticileri için (OEM) hem uygulama işlemcileri hem de temel bant işlemcileri üretmesine olanak sağlayacaktır. Bu durum Nvidia'nın işlemlerini hızlandırarak ürünü piyasaya sürme zamanını kısaltacaktır. Diğer rakiplerinden farklı olarak Nvidia tüm işlemcileri tek bir çip üzerinde birleştirmeyi

düşünmemektedir. Çipte sistem yaklaşımı (SoC) bütünsel kablosuz genişbant çözümleri sunan rakipler tarafından benimsenmiş olup, Nvidia benzer bir yol izleme ihtimaline yönelik bir eğilime sahip değildir.

Şirket akıllı telefonlar, netbook'lar ve tablet bilgisayarlar gibi farklı ürün gruplarında gelir elde etme fırsatlarını iki katına çıkartmayı beklemektedir. Akıllı telefonlar Nvidia ürünleri için en uzak ve en büyük piyasadır. BMI'ya göre, akıllı telefonlar 2010'da küresel cep telefonu piyasasının %17,6'sını oluşturmaktadır ve 2015'te piyasanın yaklaşık %57,3'ünü oluşturacaktır.



Daha da fazla endüstri verisi değerlendirildiğinde Nvidia'nın inandığı toplam bilgi işlem cihazı piyasasının 2010'da 800 milyon adet olduğu ve 2015'te 1,9 milyar adete çıkacağı ve akıllı telefonların bu piyasayı yarısını, tablet bilgisayarların ise yaklaşık %10'unu oluşturacağı ortaya çıkmaktadır.

BMI, yarı iletken endüstrisindeki birleşmeleri belli bir süredir izlemektedir. Örnek vermek gerekirse, Broadcom kısa bir süre önce Beceem Communications'ı LTE ve WiMax teknolojileri için satın almış buna ek olarak 2011'in ilk zamanlarında Wi-Fi işlemci

üreticisi Atheros Communications da Qualcomm tarafından satın alınmıştır. Piyasa lideri Intel Almanya tabanlı Infineon'un kablosuz teknoloji varlıklarını 2010'da satın almış olup Yarı İletken Endüstrisi Derneği (SIA) yarı iletkenler için küresel piyasanın 2010'da yıllık %30,9 artarak neredeyse 300 milyon dolara ulaştığına inanmaktadır.



## İSVEÇ

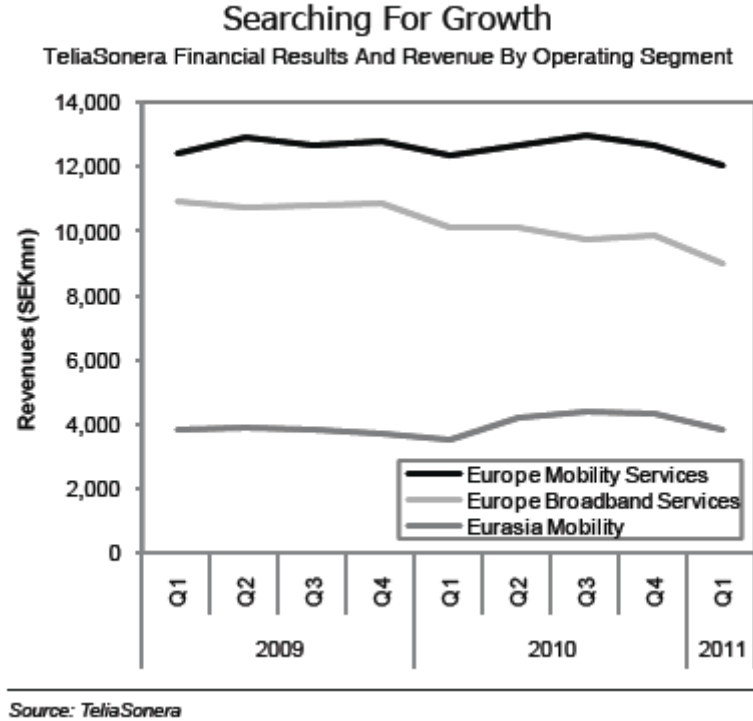
### **Telia Sonera 2011 İlk Çeyrek Sonuçları**

İsveç ve Finlandiya yerleşik işletmecisi TeliaSonera, 2011 ilk çeyrek için finansal ve operasyonel sonuçlarını açıklamıştır. Sonuçlar Orta Avrupa pazarlarındaki yavaş gelişme nedeniyle beklenilenin altında açıklanmış ve işletmeci tüm yıla ait tahminlerini düşürmüştür. BMI'ya göre TeliaSonera'nın sonuçları, Avrupa'daki piyasaya gelişmelerinden etkilenmeye devam edecektir.

2011 ilk çeyrekte grubun net geliri 2010 ilk çeyrekte elde edilen 4,72 milyar İsveç kronundan %1,6 düşüşle 4,65 milyar İsveç kronuna inmiştir. Grubun satışları yıllık %5,6 düşmüş olup, 2011 ilk çeyrekte 24,73 milyar İsveç kronu olarak açıklanmıştır. Bu durum 2009 ilk çeyrekte 2011 ilk çeyreğe toplam %10,1 oranına tekabül eden ve iki yıl ardına gerçekleşen bir düşüş olduğunu göstermektedir. TeliaSonera, FY11'de (2011 Finansal Yılı) yerel para birimindeki satışlarda net satışının satın almalar dışında daha önce tahmin edilen %4'ten düşük olarak yaklaşık %3 artacağını tahmin ettiğini açıklamaktadır.

BMI'ya göre, İskandinav ülkelerinde gelir ve kar marjı üzerinde yoğunlaştırılmış rekabetin negatif etkisi 2011 yılında azalacak ve TeliaSonera'nın güçlü bir varlık gösterdiği Orta Asya ülkelerinde güçlü bir abone artışı beklenecektir. BMI'nın işletmecinin İskandinav ülkelerindeki genel ekonomik durumu hakkındaki beklentisi de

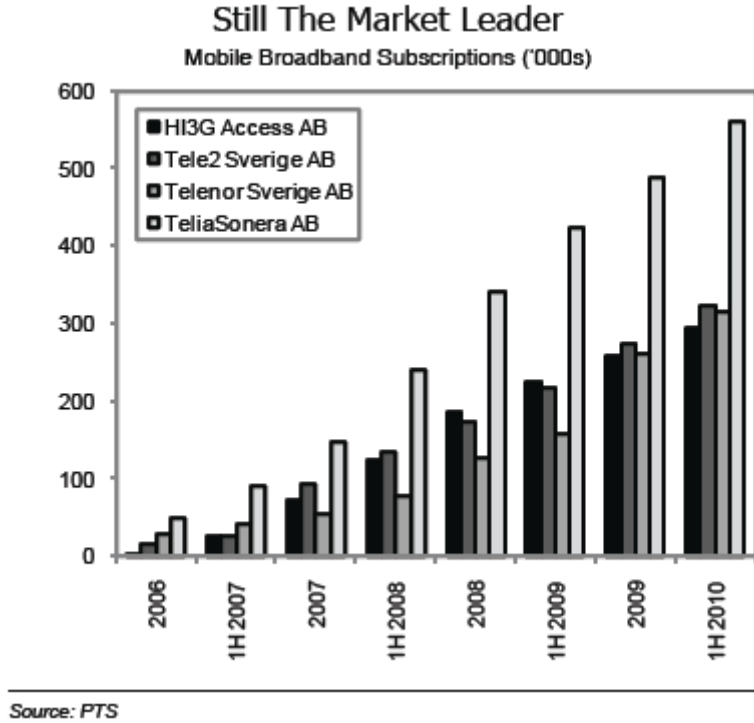
olumludur. BMI'ya göre, güçlü İsveç kronu işletmecilerin gelişimini engellese de %3'lük satış artışı zorlu fakat ulaşılabilir bir hedeftir. 2011 ilk çeyrekte grubun satışları yerel para birimlerinde %2,5 yükselirken İsveç kronunda %5,6 düşmüştür. Bu etki, maliyetlere de yerel para birimlerinde %4,1 artış olarak yansırken İsveç kronunda %3,9 azalış olarak yansımıştır.



### Operasyonel Çözümleme

Teliasonera'nın sonuçları, 2011 ilk çeyrekte döviz kurlarından etkilenen karışık bir operasyonel performans gösterdiğini göstermektedir. Ancak BMI, uzun vadede Orta Asya operasyonları yanında Rusya ve Türkiye'deki ilişkili şirketlerden elde edilen sürdürülebilir bir satış artışı sağlanacağını tahmin etmektedir. Yine de bu durum Teliasonera'nın LTE alanında Avrupa'daki performansına bağlı olduğu için tam net değildir. Bu, BMI için uygulamaları analiz etme anlamında bir fırsattır.

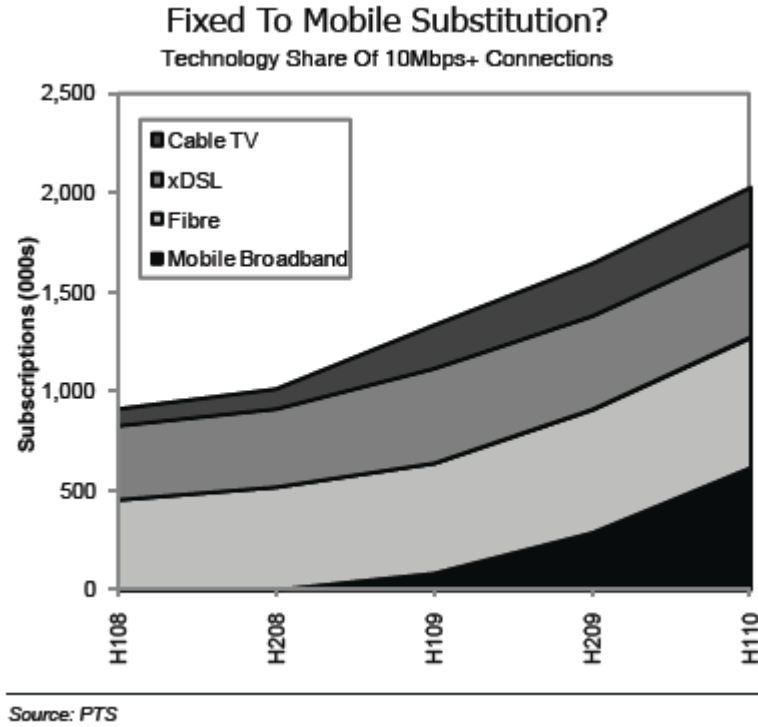
TeliaSonera; İsveç, Finlandiya ve Özbekistan'da kurumsal LTE kurulmasında dünya lideridir. İşletmeci teknolojiye çok yüksek yatırımlar yapmıştır. Ancak tüketicilerin kavrama seviyesini ve bu durumun TeliaSonera'nın İskandinav ülkelerinde yapmakta olduğu geleneksel sabit hatlı genişbant işini nasıl etkileyeceği ile ilgili açık bir resim görülememektedir. Çünkü BMI'ya göre, LTE'de abonelik sayısının hızlı artışı LTE destekleyen cihaz sayısının az olması nedeniyle potansiyel etkisini gösterememektedir. Ancak 2011 ikinci yarısında ve 2012 ilk yarısında çok sayıda cihaz piyasa sürüldüğünde bu durumun değişmesi beklenmektedir. Bu sırada, 3G mobil genişbant daha büyük piyasa ilgisiyle güçlü gelişimini sürdürecektir.



3G mobil genişbantın tüketiciler tarafından kavranması, LTE'nin gelecekteki etkisi konusunda da ön bir fikir oluşturacaktır. Batı Avrupa'da mobil genişbant artışı sabit hatlı genişbant artışını geride bırakarak hızla popülerlik kazanmıştır. Daha da önemlisi mobil genişbant için tüketicilerin hareket ederken kullandığı kolaylık sağlayıcı bir bağlantıdan çok yüksek performans tabanlı bir bakış açısına doğru bir kayma var olmuştur. Örnek vermek gerekirse, 2010 ilk yarıda İsveç'te 10 Mbps ve üzeri genişbant aboneliklerin

%85'ini mobil genişbant oluşturmuştur. Bu oran fiberde %9, kablo TV'de %5'tir. Benzer olarak Danimarka'da 2009 ilk yarı ve 2010 ilk yarı toplamında mobil genişbantın oranı %25,4 artışla %88 olmuştur. BMI'ya göre, bu erken istatistikler TeliaSonera'nın İskandinav ülkelerindeki orta vade hedefleri hakkında olumlu düşünülmesinin temel nedenidir. Çünkü işletmeci, Hi3G, Tele2 ve Telenor Sverige gibi işletmecilerden gelen güçlü bir rekabete maruz kalmasına rağmen pazar liderliğini sürdürmektedir.

Bu başarı, TeliaSonera'nın ana işi olan Avrupa sabit genişbant operasyonlarını gölgede bırakabilir. İsveç, Finlandiya, Norveç, Danimarka, Litvanya ve Estonya'daki sabit genişbant operasyonları 2009 ilk çeyrek – 2011 ilk çeyrek arasında grup satışlarının %40,2'sini oluşturmaktadır. İsveç ve Finlandiya'da ülke satışları içerisindeki pay sırasıyla %58,6 ve %41'dir. Bu nedenle eğer LTE sabit genişbantın önüne geçerse ciddi bir zorluk oluşacaktır.



Konu bu bağlamda değerlendirildiğinde kanıtlar karışıktır ama uyarıcı işaretler vardır. Daha önce belirtildiği gibi 2009 ilk yarı – 2010 ilk yarı periyodunda 10 Mbps ve üzeri internet bağlantılarının büyük bir bölümünü mobil genişbant oluşturmaktadır. İşletmeci buna ek olarak DOCSIS 3,0 sistemi kullanarak TeliaSonera'nın sunduğu fiber teknolojisine göre daha ucuz maliyetlerle 100 Mbps bağlantı sağlayan kablo TV işletmecilerinden gelen ciddi bir tehdit altındadır. Bu bağlamda, işletmecinin genişbant abonelikleri hakkında olumsuz bir öngörü oluşmakla birlikte bu olumsuz öngörünün seviyesi sabit şebekenin hiç olmazsa geri plandaki amaçlar için gerekli olması nedeniyle düşük kalmaktadır. Çünkü TeliaSonera, VoIP ve TV alanında aboneliklerini 2010 ilk çeyrek – 2011 ilk çeyrek periyodunda sırasıyla %69,3 ve %15,1 arttırmış ve sabit hat altyapısı üzerine dayalı satış farklılaştırması yaptığını göstermiştir.

Sonuç olarak, TeliaSonera'nın iş yaptığı ülkelerdeki daha geniş pazarlar ve teknoloji trendlerine yönelik stratejisinin olumlu olduğu düşünülmektedir. Ancak satış farklılaştırma ve yakınsama hizmetleriyle sabitten mobile abone kayışını hafifletmesine rağmen LTE'nin sabit genişbant üzerindeki etkisi hala kaygı oluşturmaktadır.

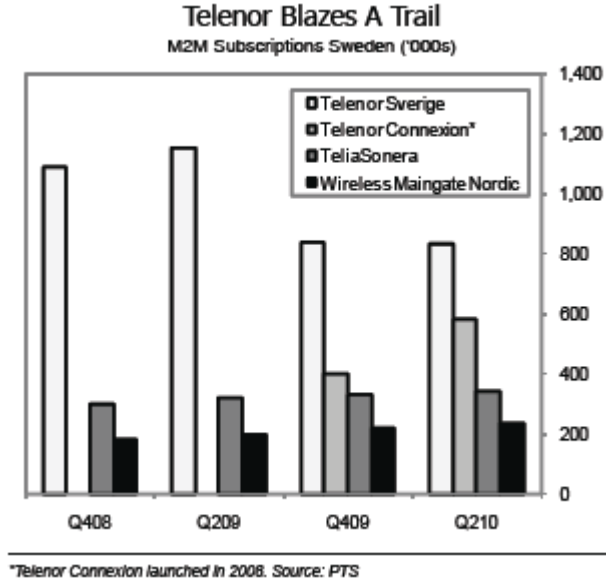
### **Ericsson Connexion'u Almaya Niyetli**

İsveç ekipman üreticisi Ericsson Norveç işletmecisi Telenor Connexion'un M2M (makineden makineye) teknoloji platformunu almak için stratejik bir pazarlık yapmıştır. Anlaşma Ericsson'un küresel M2M iletişimi uzun dönem stratejik odaklarından bir olarak görmesiyle hayata geçmiş olup, şirketin 2020'de 50 milyar bağlı makine olacağı konusundaki inancı ve Şubat 2001'de "Araç Bağlantı Platformu" isimli bir hizmetini başlatmasıyla şekillenmiştir. BMI, M2M alanını potansiyel kar gelişimi için önemli görmektedir ve satın almanın her iki taraf için de faydalı olacağını düşünmektedir.

Telenor Connexion tahsisli bir M2M platformu olarak 2008'de geliştirilmiştir. Bu noktadan önce Telenor Gruba ait olan bir alt şirket olarak hizmet vermekte olan firma Telenor Sweden'ın 2009 ikinci çeyrekte M2M sektöründe elde ettiği 1,1 milyon aboneye %68,4'lük pazar payının mimarıdır. Telenor, M2M'de 10 yıldan fazla bir süredir aktiftir ve

otomobil, lojistik, güvenlik, çeşitli hizmetler ve e-sağlık alanlarında Volvo, Daimler, Hitachi ve Securitas Direct gibi şirketlere iş hatları geliştirmektedir. Telenor Connexion platformu firmalara kendi gömülü bağlantı çözümlerini uygulama imkânı sağlamakta ve Nissan, TomTom, General Electric ve Qualcomm gibi şirketler tarafından tercih edilmektedir.

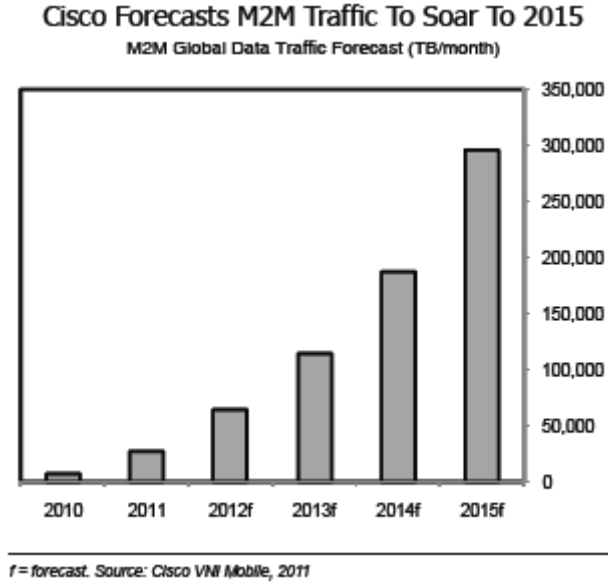
Ericsson Telenor Connexion tarafından geliştirilen M2M platformunu 11 işçi ile satın alacaktır. Satıcının beyanına göre, Telenor Connexion Telekom işletmecilerinin kurumsal aboneler için kişiselleştirilmiş M2M çözümleri sunacağı Ericsson Araç Bağlantı Platformu'nun ilk müşterisi olacaktır. BMI, Telenor Connexion'un satın alınmasının Ericsson'un M2M platformundaki hizmetlerini ve gücünü arttıracığını ve firmanın Mevcut M2M hizmetlerini destekleyeceğini düşünmektedir.



BMI, M2M piyasasının hızla büyüyeceğini tahmin etmektedir. Bu büyüme ilk önce Avrupa'da sonra Kuzey Amerika ve gelişmiş Asya'da akıllı ölçümler, lojistik yönetimi çözümleri ve telematik çözümler olarak gerçekleşecek olup, daha uzun vadede e-sağlık ve bağlı ev kavramları gelişecektir. Avrupa'da akıllı ölçüm ve akıllı ulaştırma sistemleri konusunda 2020'ye kadar %80'i hedefleyen bir büyüme beklenmektedir. Bu yüksek



gelişim hızı göz önünde bulundurulduğunda Ericsson'un bu satın alması küresel ölçek ekonomisi oluşturarak Aralık 2010'da Seoul'da akıllı laboratuvar oluşturan Nokia Siemens Networks gibi firmalarla rekabet edebileceği anlamına gelmektedir. Ancak piyasanın gelişme hızı Ericsson'un M2M platformunu hangi hızla entegre edeceğini de belirleyeceğinden bu durumun etkileri uzun dönemde görülecektir.



Buna ek olarak M2M'de ölçek genişlemesi BMI'nın Telenor'un bu anlaşmadan M2M platformunun gününbirlik hizmetleri yerine katma değerli hizmetler yaratarak M2M ürünlerini geliştirmesi ve kişiselleştirmesi konusundaki değerlendirmesine taban oluşturmaktadır. Telenor, İsveç'teki başarısına rağmen küresel ölçek ekonomisi sağlayamadığı için piyasa lideri Jasper Wireless'ı zorlayamamaktadır. Ericsson'un satın alması bu anlamda stratejik öneme sahiptir. Bu görüş, rekabetin artması ve hizmetlerin daha yaygın ve daha teknik kapasiteyle sağlanması talebi nedeniyle M2M segmentindeki Masternaut'un Cybit tarafından alınması gibi birleşme eğilimleri ile desteklenmekte olup, Telenor'un M2M platformu işinden çıkması M2M hizmet işine odaklanmasına ve Vodafone gibi piyasa liderlerini zorlamasına yol açacaktır. Vodafone bu alanda 5 milyon M2M bağlantı tahmin ederken Telefonica da 4 milyon tahmin etmektedir.

**Red Bull Belçika'da Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) Başlatıyor**

Uluslararası enerji içeceği şirketi olan Red Bull'un telekomünikasyon kolu olan Red Bull Mobile Belçika'daki mobil işletmecilerden biri olan Mobistar ile ortak olarak hizmetler başlatmıştır. Bu hizmetler Red Bull Mobile'ın hâlihazırda Avusturya, İsviçre, Macaristan ve Güney Afrika'da yürütmekte olduğu hizmetleri içermekte olup BMI'ya göre, Red Bull gelişim tahminleri ve Belçika'daki rekabetin dinamikleri nedeniyle aboneleri çekmek için olumlu beklentiler içerisindedir.

Red Bull Mobistar üzerinden popüler marka adı ve ticari itibarını kullanarak SMŞH hizmeti verecektir. Red Bull, çok etkili bir marka gücüne sahiptir ve 15-29 yaş kategorisinde %98 hatırlanma oranına sahip olduğunu iddia etmektedir. Daha önce başlatılan hizmetlerde olduğu gibi Red Bull mobil pazarın daha genç olan kısmına düşük ücretli ve ön ödemeli hizmetlerle odaklanırken kalite odaklı piyasalara da spor ve müzik içeriğiyle yaklaşacaktır.

Red Bull'un Belçika'daki tarife planı abonelere diğer Red Bull aboneleriyle 600 dakika ücretsiz konuşma ve 5000 SMS mesajı sunmakta buna ek olarak da Red Bull Mobile portalı üzerinden 1GB sörf imkânı tanımaktadır. Şebeke dışı aramalar 0,3 avro / dakika olarak ücretlendirilirken SMS ücreti 0,12 avrodur. Red Bull Mobile portalı dışındaki herhangi bir içeriğe bağlanmak ise 0,5 avro / MB şeklinde ücretlendirilmektedir. Red Bull hizmetin başlangıcı için Mobistar GSM şebekesi üzerinde çalışan Samsung Galaxy Mini ve Samsung Star II telefonlarının da içinde olduğu çok sayıda telefon seçmiştir.

BMI'ya göre, Mobistar ve Red Bull arasındaki ortaklığın ciddi bir abone potansiyeli vardır. Mobistar, SMŞH ilişkileri konusunda olumlu bir geçmişe sahiptir. Örnek vermek gerekirse kablo/sabit hat işletmecisi Telenet, Şubat 2009'da Mobistar'la bir SMŞH

anlaşması imzalamıştır. Buna ek olarak Tellink ile Temmuz 2010'da 65000 aktif SIM kartının transferi için anlaşma yapılmıştır. BMI'ya göre, Mobistar'ın deneyimi ile Red Bull'un güçlü marka varlığı abone artışı için güçlü bir taban oluşturmaktadır.

BMI, Belçika pazarının 2011'den 2015'e kadar her yıl 3,34 milyon abone artışı ile yılda ortalama %4,4 büyümesi beklenmektedir. Bu durum Red Bull için umut vericidir. Çünkü penetrasyon oranı yükseldikçe yeni abonelerin genç veya ön ödemeli hizmet talep eden gruplardan gelmesi olasıdır. Buna ek olarak tüketiciler katma değerli tarifelerden etkilendikçe Belçika pazarında ortalama kullanıcıya yapılan satış da düşecektir. (ARPU) Beklentilere göre 2010 yılında 19,30 avro olan ARPU 2015'te 15,25 avroya düşecek ve Red Bull'da bu trendden yararlanan firmalardan biri olacaktır.

Ancak abone karışımı çoğunlukla SHMŞ'in ön ödemeli kısmından elde edilmekle birlikte Mobistar'ın SMŞH abone artışına devam eden güveni kaygı yaratmaktadır. Mobistar'ın aktif aboneleri arasında SMŞH aboneliği 2007 ilk çeyrekte %0,88 iken 2010 son çeyrekte %11,54'ye çıkmıştır. FY10'da (2010 Finansal Yılı) Mobistar'ın net abone artışı 203.000 kişidir ve bunun 134.000'i SHMŞH abonesidir. SMŞH aboneleri yeni abonelerin %66'sını oluşturmakta olup, Red Bull'un eklenmesiyle bu oranın daha da yukarılara çıkacağı beklenmektedir. Mobistar, aynı dönemde gelişmiş abone karışımından fayda sağlarken faturalı hat kullanıcılarının 2009 son çeyrekte %60,6 olan oranının 2010 son çeyrekte %63,6 olması, BMI'nın SMŞH'a olan güveninin sürdürülebilir olmadığı inancını arttırmaktadır.

SMŞH'a fazla güvenme durumu SMŞH anlaşmaları devam etmezse işletmecilerin ciddi bir şekilde abone sayısı düşüşlerine maruz kalmasına yol açabilir. Bu nedenle Mobistar pazarın bu bölümünü SMŞH işletmecilerine bırakmak yerine ön ödemeli stratejisine tekrardan odaklanmalıdır. Ancak Mobistar SMŞH işletmecilerinden yararlanmaktadır. Dolayısıyla onları kaybetmemek için dikkatli olmalıdır. Bunu yaparken de tüketiciler Mobistar markasına yönelmemelidirler.

## **Belçikalı Düzenleyiciler Kablo Ağlarını Düzenlemeyi Öneriyor**

Belçika'daki Kablo operatörleri; rakiplerinin çoklu oyun hizmeti sunmalarına izin vermek için kendi sayısal yayın platformuna erişim sağlamak, analog TV yayımını satmak ve kendi genişbant internet erişim servislerine erişim vermek zorunda olacak.

Benzer şekilde, Belçika'da yerleşik telekomünikasyon işletmecisi olan Belgacom'da, çoklu oyun hizmeti sunmaları için rakiplerine izin vermek amacıyla onun toptan genişbant erişim teklifi içinde çoklu gönderim işlevselliğini de sunmak zorunda olacaktır.

Belçika'da çoklu pakete doğru bir evrime rağmen Belçika'lı düzenleyiciler, çoklu oyun paketleri için ayrı bir pazar tanımlamamışlardır.

Bunun yerine, onlar çoklu paket hizmetleri sunulmasında iki toptan satış ve bir perakende piyasasında yeni girenlere izin vermeyi amaçlayan tercihen tek bir düzenleme yapılmasını önermişlerdir.

Bir basın açıklamasında; Komisyon, Belçika'da yayıncılık hizmetlerini ve daha az bir ölçüde genişbant erişimini düzenlemek için Belçikalı görsel-işitsel düzenleyiciler tarafından yapılan bir teklif hakkında birçok kaygısını açıklamıştır.

### *Tebliğ*

Elektronik haberleşme ve görsel-işitsel medya hizmetleri konusundaki Belçika'lı Düzenleyiciler 20 Mayıs 2011'de yapılan Elektronik Haberleşme Sektöründeki Düzenleyiciler Konferansında (CRC) müşterek düzenledikleri:

- Toptan fiziksel ağ altyapısı erişimi (WPNIA - piyasa 4 / 2007)
- Toptan genişbant erişimi (WBA - piyasa 5 / 2007) ve
- Yayın sinyalleri ve yayın ağlarına bireysel erişim

için Piyasa analizi konulu ikinci turda bu önerilerini birlikte açıklamışlardır.

## Komisyon Yorumları

Yorumunda, Avrupa Komisyonu:

- CRC'yi perakende genişbant pazarında kablo operatörlerinin rekabet baskısının toptan genişbant erişim piyasasında muhtemelen coğrafi farklılaşma gibi daha hafif bir düzenlemeyle sonuçlanabileceğini analiz etmeye davet etmiş ve
- Bu düzenlemenin garantili olarak uygulanacağı üç yıllık düzenleme süresi boyunca pazardaki gelişmeleri yakından izlemesini CRC'den isteyerek, kablo operatörleri için analog TV ve perakende genişbant hizmetlerini satmak konusundaki yükümlülüğün orantılılığını sorgulamıştır.

### A. Bildirim

#### 1. Genel bakış

**Tablo: Üç Onaylanmış Piyasa Analizinde Önerilen Çözümlere Genel Bakış**

	<b>Piyasa 4/2007</b>	<b>Piyasa 5/2007</b>	<b>Perakende Yayın</b>
<b>Kullanılan Teknolojiler</b>	Kablo	xDSL	Kablo, xDSL
<b>Coğrafi Pazar</b>	Ulusal	Ulusal	Kablo Şebekesi Başına Bölgesel
<b>EPG</b>	Belgacom	Belgacom	Telenet Brutele Numericable Tecteo (VOO) AIESH

#### Yükümlülükler

<b>Erişim</b>	LLU (SLU zorunluluğunu kaldırma)	WBA (ATM ve Ethernet)	Analog TV'nin tekrar satışı
			Sayısal TV platformuna erişim
		Çoklu Gönderim yada IPTV platformuna erişim	Genişbandın tekrar satışı

<b>Ayrımcılık Yapmama</b>	<b>v</b>	<b>v</b>	<b>v</b>
<b>Şeffaflık</b>			
<b>Referans teklif</b>	<b>v</b>	<b>v</b> (Yeni perakende ürünleri için 9 aya kadar bildirim)	<b>v</b> (Yeni perakende ürünleri için 9 aya kadar bildirim)
<b>Anahtar performans Göstergesi</b>	<b>v</b>	<b>v</b>	<b>v</b>
<b>Şebeke değişiklikleri için (NGA) bildirim süresi</b>	5 Yıl		<b>X</b>
<b>Diğer</b>	Perakende FTTH servislerinin açılmasından sonra 1 yıl içinde bildirim		
<b>Ücret Kontrolü</b>	Maliyet esaslı	Maliyet esaslı	Perakende eksi
	Fiyat sıkıştırma testi	Fiyat sıkıştırma testi	
<b>Fiyat Ayrımı</b>	<b>v</b>	<b>v</b>	<b>X</b>

## 2. Piyasa tanımı ve piyasa gücü

### Toptan fiziksel şebeke altyapısı erişimi (piyasa 4/2007)

CRC, ilgili ürün pazarında sadece yerel bakır ağlar ve alt yerel ağlar için paylaşımı ve tam ayrıştırılmış erişimi kapsama almıştır.

Fiber ağlara erişim, Belçika'daki sınırlı gelişme nedeniyle söz konusu değildir.

Belgacom 'un yeni nesil erişim stratejisi esas olarak VDSL ile fiber'in sokağa kadar (FTTC) dağıtımına dayanmaktadır.

CRC, kablo piyasasında herhangi bir toptan satış teklifi olmaması ve kablo ağının ulusal kapsama sağlamaması (kablo ağı nüfusun % 88'ini kapsıyor) gibi kablo spektrumundaki ayırıştırmaya ilişkin teknik zorluklar nedeniyle kablo şebekelerini kapsama almamıştır.

Temel olarak Belgacom'un ağının ulusal kapsamaya sahip olması nedeniyle coğrafi pazar tanımını ulusaldır.

CRC, tek servis sağlayıcısı olduğu için % 100 pazar payına sahip olan Belgacom'u EPGsahibi olarak belirlemeyi önermiştir.

#### *Toptan genişbant erişimi (Piyasa 5/2007)*

CRC, ilgili ürün pazarında sadece DSL teknolojilerine dayalı olan toptan genişbant erişimini kapsama almış ve aşağıdaki değerlendirmeler temelinde kablo ağlarını hariç tutmuştur:

- CRC, alternatif operatörlerin geçiş maliyetleri ve kablo ağının ulusal kapsamaya sahip olmaması nedeniyle bir kablo şebekesine trafiği aktaramıyacağını söylemiştir (talebi karşılama eksikliği).
- Kablo operatörleri, toptan genişbant erişim hizmeti sunmuyorlar ve CRC'ye göre Belgacom toptan satış fiyatlarını arttırmazsa gelecekte de sunmayacaklardır (arz ikamesi olmaması).
- Ayrıca CRC, alternatif operatörlerin Belgacom'un toptan satış fiyatlarındaki bir artışı basit bir şekilde karşılayabileceklerini, bu yüzden kablo operatörlerinin perakende satış fiyatlarından kaynaklanan hiçbir dolaylı kısıtlamanın olmadığını da söylemiştir.

Piyasa 4/2007'e gelince, Belgacom'un şebekesinin ulusal kapsamaya sahip olması nedeniyle CRC, ulusal bir coğrafik pazar tanımlamıştır.

Benzer şekilde, CRC %100 pazar payıyla tek servis sağlayıcısı olan Belgacom'u EPG sahibi olarak belirlemeyi önermiştir.

## *Perakende yayıncılık pazarı*

### *Ürün pazar tanımı*

CRC, son kullanıcılara analog ve dijital yayın sinyallerinin dağıtımını için bir perakende pazarı tanımlamıştır.

Son kullanıcıların yayıncılık ağına bağlantısı kapsam dâhilindedir. İçerik sağlama ise onun kapsamı dışındadır.

CRC, kablo operatörü şu anda toptan satış hizmetleri sunmadığı için benzer bir toptan satış pazarı tanımlamamıştır.

CRC, kablo ağları üzerinden yayıncılık (CATV) ve DSL ağları üzerinden yayıncılığı (IPTV) dâhil etmiştir.

CRC, sınırlı kanal sayısı ve etkileşim (interaktivite) için geri dönüş yolu eksikliği nedeniyle dijital karasal televizyon yayıncılığını (DTT) hariç tutmuştur.

Uydu düşük penetrasyon ve etkileşimdeki eksiklik nedeniyle hariç tutulmuştur (Bununla beraber Mobistar tarafından Ekim 2010'da başlatılan ve halihazırda 10.000 den fazla abonesi bulunan oldukça başarılı bir uydu TV bulunmaktadır.)

Mobil TV, spektrum kısıtlamaları ve CRC'nin verdiği insanların mobil servisi temelde onların kablo veya IPTV servislerinin tamamlayıcısı olarak kullanıyorlar kararı nedeniyle kapsam dışı tutulmaktadır.

Son olarak; kullanıcılara geniş bant üzerinden internet yolu ile ses ve video aktarımı sağlayan OTT (Over the top TV) yönetilemeyen genişbant bağlantısı üzerinden dağıtılması ve tipik olarak ana TV seti (yani oturma odası) dışındaki diğer ekranlar üzerinden sunulması nedeniyle kapsam dışıdır.



### *Coğrafi pazar tanımı*

CRC, son kullanıcıların sadece yaşadıkları bölgede faaliyet gösteren kablo operatörünü seçebilecekleri her kablo şebekesinin kapsamına dayalı olarak pazarı bölmeyi önermiştir.

Genel olarak, kablo ağlarının kapsamı Belçika'nın dil bölgelerinin içine düşmektedir: Telenet Hollandaca konuşulan Kuzey, Brutélé ve Numericable iki dilli Brüksel bölgesinde ve Tecteo Fransızca konuşulan Güney. AIESH, ülkenin güneyinde çok küçük bir kablo operatörüdür. İçerik sağlamasıyla ilgili farklı düzenleyici rejimler bu coğrafi dağılımı daha fazla doğrulamaktadır.

Telenet kendi kapsama alanı içinde yaklaşık %80-90 pazar payına sahiptir. Diğer kablo operatörleri onların kendi alanlarında %70-80 pazar payına sahiptir. Pazara yeni giren iki IPTV operatörü kalanı paylaşmaktadır. %10-30'u Belgacom TV ve %0-5 ile Billi (tam pazar payı gizlidir.)

Billi yerel ağın paylaşımına açılmasını kullanan küçük bir çoklu oyun operatörüdür.

### *Üç kriter testi*

Perakende yayın pazarı ilgili piyasalar hakkındaki Komisyon tavsiyesi de listede yoktur. Bu nedenle CRC, öncül düzenleme için üç kriter test uygulamıştır.

**Tablo: CRC'nin Perakende Yayıncılık Piyasasında Üç Kriter Testi Değerlendirmesi**

<b>Kriter</b>	<b>CRC Değerlendirmesi</b>
<b>Giriş için yüksek ve geçici olmayan engeller</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analog teklif kolayca eşleştirilemez.(İlave set üstü cihazlar olmaksızın birçok ekranlar üzerinden izleme)</li><li>• Piyasa 5/2007'de önerilen çoklu yayın yükümlülüğü sadece LLU'ya (YAPA, yerel ağı ayrıştırılması) göre daha kolay piyasa girişini sağlayacak, ancak bu zorunluluk henüz yürürlükte değildir</li><li>• Kablo operatörlerinin şebekeleri ve Belgacom'un şebekesi kolayca eşleştirilemez.</li></ul>
<b>Rekabet eğilimi olmaması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kablo operatörleri kendi analog TV abonelerini taşıma ücreti olmaksızın kendi TV ve çoklu oyun sistemlerine taşıyabilirler.</li><li>• Kablo operatörlerinin pazar payları Belgacom TV'nin faaliyete geçmesinden beri önemli miktarda düşmemiştir ve halen %70-80'den fazladır.</li></ul>
<b>Rekabet hukukunun tek başına yetersizliği</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• CRC göre, rekabet hukukuna kablo ağlarına erişime zorlama getirme konusunda muhtemelen etkin olarak güvenilemez. Çünkü kablo ağlarını gerekli bir özellik ya da bir fiyat denetimine zorlamak için kurmak güç olacaktır.</li><li>• CRC birkaç alternatif operatörün (Mobistar, Belgacom ve KPN) bir veya daha fazla kablo operatörünün şebekelerine erişim hakkı</li></ul>

	istediğini ancak tüm isteklerin reddedildiğini söylemiştir.
--	---

CRC üç kümülatif kriterin perakende yayın pazarında ön düzenleme yapılması gerektiği sonucunu verdiği karar verdi.

### *Piyasa gücü*

CRC beş kablo operatörünün kendi kapsama alanlarında çok yüksek pazar payına sahip olmaları (%50'den daha fazla) ve son kullanıcılar için bir alternatif teklife geçmedeki önemli engeller nedeniyle etkin piyasa gücü (SMP) olarak belirlenmelerini önermiştir.

- Kablo operatörleri, herhangi bir ek maliyet olmaksızın birçok ekran üzerinden TV izleyebilmeleri için kendi sayısal TV müşterilerine analog TV hizmeti sunmaya devam ediyor. Bu IPTV sağlayıcıları tarafından kolayca taklit edilemez.
- Kablo operatörleri, son kullanıcıların başka operatörlere geçişindeki engelleri artırmak için çoklu oyun paketleri sunuyor. Perakende yayın piyasasına yeni girenler son kullanıcıları onların paketlerinden vazgeçirmek için ikna etmek veya benzer çoklu oyun paketleri sunmak zorundalar.

Bu faktör diğer genişbant hizmetlerini sunmayan küçük kablo operatörü AIESH için geçerli değildir.

### *3. Yasal yükümlülükler*

#### *Toptan satış fiziksel şebeke altyapısı erişimi (piyasa 4/2007)*

CRC bir dizi önlemler önerir:

- Şebeke öğelerine ve ilgili ortak imkânlarla erişim

Bu düzenleme, ortak paylaşım, ana taşıyıcı ve operasyonel destek sistemleri (OSS) erişimi ile paylaşımlı ve tam ayrıştırılmış yerel bakır ağlara erişimi içerir.

Alt yerel ağ ayrıştırılması (SLU) yükümlülüğü geri çekilir. CRC, Belçika'da SLU için bir talep olmadığına ve onun ekonomik uygulanabilirliğinin sınırlı olduğuna dikkat çekmiştir.

Buna ek olarak, Belgacom yönlendirme (vektöring, birkaç bakır hattı birleştirerek yüksek hızlar elde etmek) kullanarak kendi VDSL ağ hızını yükseltmeyi planlıyor. Bu teknoloji sadece eğer tek bir operatör sokak kabininden VDSL dağıtırsa istikrarlı bir şekilde çalışabilir.

CRC, alternatif operatörlerin sonunda toptan genişbant teklifini elverişli hale getirebilecek daha yüksek hızlardan yarar sağlayabileceklerini ifade etmektedir.

CRC, eğer yönlendirme uyumlu yapılabilirse SLU'nun yeniden sunulabileceğini ifade etmektedir.

Kanal erişimi SLU için yardımcı bir çözüm olarak ilk turda empoze edildiği gibi o da iptal edilir.

- Ayrım Gözetmeme
- Bir referans teklif yayınlanması dâhil, Şeffaflık

Bu aynı zamanda toptan satış faaliyetleri için anahtar performans göstergeleri (KPI)'nin iki ayda bir yayını da içerir.

Belgacom ayırım gözetmeme yükümlülüğü uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla kendi perakende bölümü'nün benzer KPI'larını düzenleyiciye iletmek zorunda olacak. Bu KPI'lar gizli tutulacaktır.

Eğer Belgacom yeni nesil erişim şebekesine (NGA) doğru bir evrim için yerel bir santrali kapatmak isterse beş yıl önceden piyasaya ilan etmek zorundadır. Eğer alternatif şebeke operatörleri kabul ederse, daha önce kapatabilir ancak o zaman taşıma masraflarını Belgacom üstlenmek zorunda olacaktır.

Eve kadar fiber'e dayalı (FTTH) bir perakende hizmetinin başlaması en az bir yıl önceden piyasaya bildirilmek zorundadır (fiber ayrıştırılması piyasada yer almaz, ancak bu CRC'nin piyasa analizini gözden geçirmesine yol açabilir - GA).

- Maliyet yönlendirme

Toptan satış fiyatları verimli bir operatörün maliyetlerini yansıtan aşağıdan yukarıya modeli kullanılarak CRC'nin ön onayı ile tespit edilir.

Bununda ötesinde, CRC yerel ağın paylaşımına açılması ve herhangi bir perakende hizmetinin toptan satış tarifeleri arasında marj sıkıştırması testi yapılabilir. Bu, WBA hizmetleri ile birlikte yeniden satış, perakende satış hizmetleri ve paketleri de içermektedir.

- Muhasebe ayrımı

#### *Toptan genişbant erişim (Piyasa 5/2007)*

CRC, bu piyasa için çoklu oyun hizmetleri sunmaları için alternatif operatörlere erişim çözümü sağlayan bir dizi çareler de öneriyor.

- Toptan genişbant servislerine erişim

Bu ortak yerleşim, ana taşıyıcı ve operasyonel destek sistemleri (OSS) erişimi ile herhangi bir DSL teknolojisi ve herhangi bir taşıma teknolojisi (ATM ve Ethernet) üzerinden genişbant (WBA) erişimi içerir.

Belgacom diğer TV hizmetlerini sunmak için rakiplerine izin veren çok noktaya yayın özelliği sağlamak zorunda olacaktır.

CRC, TV hizmetlerinin perakende piyasasında rekabet edici paketler sunmak için önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir.

Düzenleyiciler, paketler (perakende veya toptan) için ayrı bir pazar tanımlamamıştır ancak toptan genişbant pazarında yayıncılığa izin veren bir çözüm empoze etmeyi tercih etmişlerdir. Aynı şekilde, onlar perakende yayın piyasasında geniş bant sağlayan bir çözüm önermişlerdir (aşağıya bakınız).

CRC, Belçika'daki YAPA eksikliğinin alternatif operatörlerin çoklu oyun hizmetleri sunmaları için çok yönlü WBA erişimi ihtiyacını ortaya çıkardığını söylemektedir. CRC, Belgacom yerel santralleri kapatacağı için daha fazla YAPA dağılımı beklememektedir (Bu beş yıllık bir işlem bile olsa).

- Ayrımcılık yapmama
- Bir referans teklif yayımı dâhil, Şeffaflık

Piyasa 4 / 2007 gelince Belgacom, iki ayda bir KPI'ları yayımlamak zorunda olacak ve düzenleyici perakende bölümünün gizli KPI'ları ile bunları karşılaştıracaktır.

CRC, şebekedeki gelişmeler için beş yıllık bir ihbar süresi ve FTTH'ya dayalı bir perakende hizmeti başlatmak için bir yıllık ihbar süresi olduğunu tekrar etmektedir.

Ek olarak, eğer Belgacom referans teklifi ile eşleştirilemeyen bir perakende satış hizmeti başlatmak isterse, alternatif operatörlerin benzer bir perakende teklifi hazırlayabilmeleri için dokuz ay önceden bu hizmeti bildirmek zorundadır.

- Belgacom Düzenleyiciye değiştirilmiş bir referans teklifi önermek zorundadır.
- Düzenleyici, WBA hizmetleri temin eden piyasa oyuncuları ile üç ay içinde önerilen değişiklikler hakkında görüş alışverişinde bulunur. (Bu bir kamuoyu görüşü alma değildir - CI)
- Düzenleyicinin onayından sonra referans teklif değiştirilecek ve alternatif operatörler benzer bir perakende teklifi hazırlamak için altı aylık bir zamana sahip olacaklardır.

- Maliyet uyumlandırması

Piyasa 4 / 2007 gelince, toptan satış fiyatları indirme ürünleriyle (düzensiz toptan satış, perakende, paketler) bir marj sıkıştırması imkanı ile verimli bir operatörün maliyetlerine dayalı aşağıdan yukarıya maliyet modeli kullanılarak belirlenmek zorunda olunacaktır.

- Muhasebe ayrımı

#### *Perakende yayıncılık piyasası*

CRC, bu perakende pazarındaki temel riskin aşırı yüksek ücretler olduğuna karar vermiştir. Bu yüzden, o bir perakende eksi fiyat kontrolü ile rekabete dayalı hizmeti canlandırmayı amaçlayan bir dizi önlemleri önermektedir.

CRC'nin yaklaşımı perakende piyasasında toptan satış çözümleri önermektir. Kablo operatörlerinin şu anda toptan satış hizmetleri sunmaması nedeniyle bir toptan satış piyasası tanımlamamıştır.

CRC, AIESH hariç tüm kablo operatörleri için aşağıdaki yükümlülükleri önermektedir. (AIESH sayısal bir TV platformuna erişim vermeye veya onun geniş bandını yeniden satmaya gereksinim duymaz. Çünkü kendisi bu çeşit hizmetler sunmaz.)

- Analog TV'nin yeniden satışı

Bu, Belgacom ve Billi gibi IPTV operatörlerinin benzer bir analog TV teklifi ile paketlerini sunmalarını sağlar.

Alternatif operatörler tüm yayın içeriklerini kendileri elde etmek zorundalar.

OPTA yayın iletim servisleri için toptan satış piyasasının ikinci tur analizinde analog kablo servisinin benzer bir yeniden satışını önermiştir (piyasa 18/2003). Ama yerleşik telekomünikasyon operatörü olan KPN'yi bu çeşit erişimden yarar sağlamak için açık bir şekilde hariç tutmuştur. OPTA'nın piyasa analiz kararı ulusal bir mahkeme tarafından iptal edilmiştir.

OPTA, bu piyasanın üçüncü tur analizi hakkında 18 Ağustos 2011'e kadar görüş almakta ve kablo operatörlerini düzenlememeyi önermektedir.

- Sayısal TV platformuna erişim (AIESH hariç)

Bu düzenleme, alternatif operatörlerin özel tarifeli içerik, talebe göre görüntü (VOD) ve kendi elektronik program rehberi (EPG) dâhil sayısal içeriklerini sunmalarını sağlamaktadır. Onlar kendi kod çözücülerini (decoder) veya set üstü cihazlarını ve koşullu erişim sistemini kullanabilmektedir.

Yükümlülük, operasyonel destek sistemlerine (OSS) ve ana taşıyıcının bir bölümüne erişim içerir; kablo operatörü kendisi kablo operatörünün sayısal TV platformunu sunmasa bile bir kanalın yayın sinyalini taşımak zorundadır. Bu şekilde alternatif operatör, bu kanalı onun teklifine ekleyebilir. Alternatif operatörler, tüm yayın içerik haklarını kendileri elde etmek zorunda olmayacaklardır.

Sayısal TV platformuna erişim sadece analog TV servisinin yeniden satışı ile birlikte elde edilebilir.

Belgacom, kendi sayısal TV şebekesine sahip olduğu için bu erişim çözümünden yarar sağlamaktan kesin bir şekilde muaf tutulmuştur.

- Genişbant internetin yeniden satışı (AIESH hariç)

Bu, alternatif operatörlerin çoklu oyun paketleri sunmalarını sağlar. Alternatif operatörler, örneğin gönderme ve indirme hızları gibi kendi parametrelerini belirleyemeyeceklerdir (Kablo operatörü perakende limitleri içinde sunmaktadır).

CRC, genişbant ve yayıncılık için perakende piyasalarının giderek daha fazla iç içe geçtiğini söylemektedir. Üstelik düzenleyiciler paketler (perakende ve toptan satış) için ayrı bir piyasa belirlememişler ama perakende yayın piyasasında genişbant sağlayan bir çözümü empoze etmeyi tercih etmişlerdir. Benzer şekilde toptan satış genişbant piyasasında yayıncılığa izin veren bir çözüm önermişlerdir.



Genişbant internetin yeniden satışı ancak sayısal TV platformuna erişim ile birlikte elde edilebilir. Belgacom bu tekrar satış teklifinden muaf tutulmuştur.

- Ayrım gözetmeme
- Bir referans teklifinin yayımı dahil, Şeffaflık

Bu toptan satış aktiviteleri için anahtar performans göstergeleri'nin (KPI's) iki ayda bir yayımını da içermektedir.

Düzenleyici, toptan satış KPI'larını kablo operatörünün perakende bölümünün performansı ile kıyaslamayacaktır.

Üstelik eğer kablo operatörü referans teklifi ile eşleştirilemeyen bir perakende sayısal TV veya genişbant internet erişim servisi başlatmak isterse alternatif operatörlerin benzer bir perakende teklifi hazırlayabilmeleri için bu servisi dokuz ay önceden ilan etmek zorunda olacaktır.

- Kablo operatörü, değiştirilmiş bir referans teklifini Düzenleyiciye önermek zorundadır.
  - Düzenleyici, önerilen değişiklikler hakkında WBA servisleri sunan piyasa oyuncularını ile üç ay içinde görüş alışverişinde bulunacaktır. Bu kamuoyu görüşü değildir.-CI)
  - Düzenleyicinin onayından sonra referans teklifi değiştirilecek ve alternatif operatörler benzer bir perakende teklifi hazırlamak için altı aylık bir zamana sahip olacaklardır.
- Perakende eksiye dayalı toptan satış fiyat kontrolü

Gerçek metod, ulusal bir istişareden sonra belirlenecektir.

Komisyon dan bilgi talep edilmesi üzerine cevabında, CRC ilgili erişim ürünlerinin Perakende eksi tarifeleri içine dahil edilebileceğini söyledi. (CRC küçük kablo operatörlerinin bu ücretleri kendilerinin karşılamasını önerebilir.-CI)

## **B. Komisyonun Görüşleri**

### *Toptan satış fiziki şebeke altyapısı erişimi hakkında (piyasa 4/2007)*

Komisyon, Belçikada'daki fiber eksikliğine dikkat çekmiştir ve alt yerel ağ ayrıştırılmasının geri çekilmesinin yüksek hızlı servisler sunmak isteyen alternatif operatörler için toptan satış genişbant erişimini sadece bir opsiyon olarak bıraktığını söylemiştir.

Yinede Komisyon, CRC'nin bir WBA teklifi yardımıyla yüksek hızlardan yarar sağlamasına izin veren ve eğer yönlendirme uyumlu yapılabilirse SLU'yu yeniden sunuma açma opsiyonu bırakan alternatif operatörlere daha yüksek hızlara doğru (VDSL yönelimi) evrimi korumak arzusunun kabul etmiştir.

Ancak Komisyon fiber ve kanal erişimi eksikliği konusunda yorum yapmamıştır.

### *Toptan satış genişbant erişimi hakkında (piyasa 5/2007)*

Komisyon, kablo operatörlerinin perakende düzeyinde rekabet baskısının var olduğuna ve bu baskının Belçika piyasasının değişik bölgelerinde farklılık gösterebileceğine dikkat çekmiştir.

Komisyon, CRC'yi belli bölgelerde toptan satış genişbant erişimi hakkında azalan bir düzenleme ihtiyacı olup olmadığını gözden geçirmeye davet etmiştir.

### *Perakende yayıncılık piyasası hakkında*

- Perakende piyasasında toptan satış çözümleri

Komisyon toptan satış piyasa analizi eksikliği ve bir perakende pazarında toptan satış çözümlerinin empoze edilmesi hakkında yorum yapmıştır.

CRC'nin kablo operatörleri toptan satış hizmeti sunmadığı için bir toptan satış piyasasının var olmadığını söylemesine rağmen Komisyon, sadece iç dağıtımla sanal bir toptan satış piyasası tanımlanabileceğini söylemiştir.

Komisyon, CRC'den bu şekilde yapmakla benzer sonucu elde edebileceğini göstermesini istemiştir. Aksi takdirde önerilen düzenleme uygun olarak düşünülebilirdi.

- Üç kriter testi

Komisyon CRC'yi eğer piyasa analizi üç kriter testini geçmek için devam ederse görmek için pazardaki gelişmeleri yakından izlemeye ve yeniden değerlendirmeye davet etmiştir.

Bu hususda, Komisyon IPTV operatörlerinin piyasaya girdiklerine ve piyasa 5/2007'de önerilen çoklu yayın zorunluluğunun daha kolay piyasa girişi sağlayabileceğine işaret etmiştir.

Komisyon daha da ötesi Belçika'daki çoklu oyun sunuşlarının artan önemine işaret etmiş ve tüm kablo operatörlerinin ve Belgacom, Scarlet, Alpha Networks ve Mobistar'ında üçlü oyun paketleri (eğer dörtlü değilse) sunduklarına dikkat çekmiştir.

- Genişbant internet yeniden satış zorunluluğunun uygunluğu

Komisyon, alternatif operatörlerin bu yeniden satış teklifine ihtiyaç duyup duymadığını merak etmektedir. Çünkü onlar zaten kendilerine daha fazla ücret esnekliği veren maliyete dayalı bir ücretle Belgacom'un şebekesine erişimi düzenlemişlerdir.

Yine de Komisyon, CRC'nin bu yeniden satış zorunluluğuna niçin gerek duyduğunu tafsilatlı olarak izah etmesini istemektedir.

- Analog TV yeniden satış zorunluluğunun uygunluğu

Komisyon, Belçika'lı ev sakinlerinin sadece %12'sinin iki TV setinden fazlasına sahip olmasına rağmen birçok TV seti üzerinden analog TV izlemenin önemini sorgulamaktadır.

Komisyona, Analog TV yeniden satış çözümünden yarar sağlaması konusunda Belgacom'a izin veren CRC'nin gerekçesini de Belgacom'un adaletsiz bir rekabet avantajı elde edip etmediğini sorgulayarak doğruluğunu tartışmaktadır.

Genellikle Komisyon, sayısal altyapılar ve yaratıcı hizmetlerin gelişiminde verimli yatırımları güçleştirerek analog kablo TV'nin iletimini gereksiz bir şekilde uzatabileceği için önlem almada dikkatli olmasını CRC'den istemiştir.

### **C. Sonraki Adımlar**

CRC, şu anda Komisyonun yorumlarını ve diğer NRA'larca yapılan yorumları hesaba katarak önerilen önlemleri elinden gelen çabayı harcayarak benimseyebilir. Son önlemler Komisyona iletilmek zorundadır.

### **D. Öncesi**

#### *Belçika'da genel durum*

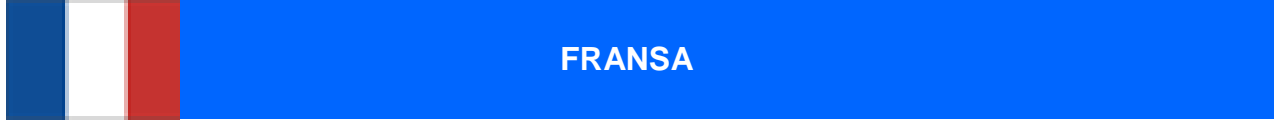
Belçika'da Federal Elektronik Haberleşme Düzenleme Otoritesi (BIPT) ve Flamanca, Almanca ve Fransızca Konuşan Ülkelerin İşitsel-Görsel Medya Servisleri için Düzenleme Otoriteleri (VRM, CSA ve Medienrat) elektronik haberleşme sektörü düzenleyiciler konferansında iş birliği içindedirler.

#### *Madde 7 prosedür*

26 Mayıs 2011'den beri AB'nin Elektronik Haberleşme düzenleme çerçevesindeki bir değişiklik nedeniyle değiştirilmiş bir piyasa analizi prosedürü uygulanmaktadır. Bununla birlikte, CRC'nin taslak kararları 20 Mayıs'ta Komisyona bildirildiği için önceki prosedürün kapsamı içindedir.

Önceki prosedür piyasa tanımı veya SMP belirleme konusuna ilişkin taslak kararları veto etme hakkı vermektedir. Düzenleme yükümlülükleri, yinede Komisyonun veto hakkının kapsamına girmemiştir. Komisyon, sadece NRA'nın azami derecede hesaba katılması gerektiğini belirten bağlayıcı olmayan yorumlar verebilmektedir.

Değiştirilmiş prosedür, bu prensipleri değiştirmez ama Düzenleyici Direktifin yeni madde 7-a'sında önerilen çözümlerin Komisyonca daha dikkatli incelenmesine izin vermektedir. Avrupa Elektronik Haberleşme Düzenleyiciler Kurumu (BEREC)'in bir görüş vermek zorunda kalmasından sonra o ciddi kuşkulara sebep olabilir. Komisyon, BEREC ve ilgili NRA üç ay içinde bir çözüm bulmak için işbirliği yapmak zorundadır. Buna rağmen ne Komisyon ne de BEREC bağlayıcı bir müdahale yapamayacaklardır (veto hakkı yok).

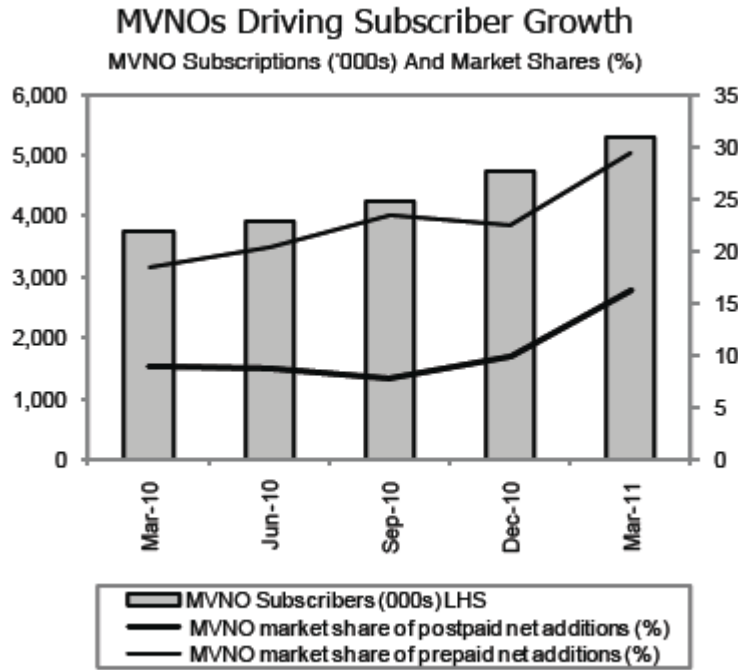


### **Sanal Mobil Şebeke Hizmeti (SMŞH) İşletmecileri Piyasayı Fethetmeye Devam Ediyor**

Fransız Telekomünikasyon otoritesi ARCEP, 2011 ilk çeyrek periyodunda mobil piyasanın SMŞH işletmecilerinin güçlü hamleleriyle büyümeye devam ettiği yolundaki verileri yayımlamıştır. Mobil internet ve M2M (Mobilden Mobile) aboneliklerindeki büyümenin de piyasa büyüme oranına göre daha hızlı olduğunun belirtildiği verilere göre, BMI Fransız mobil piyasasında büyümenin ve SMŞH işletmecilerinin güçlü hamlelerinin devam edeceğini tahmin etmektedir.

Fransız mobil piyasası 2011 ilk çeyrekte 459.000 yeni abonelik ekleyerek toplam kullanıcı tabanını 65,53 milyon kişiye çıkartmıştır. Bu rakamın 18,7 milyonu ön ödemeli abonelerken 46,83 milyonu faturalıdır. Faturalı abonelikler yıl bazında %8 büyürken ön ödemeli abonelikler göreceli olarak daha az bir oran olan %2,6 büyümüştür. Mobil işletmecileri olan Orange, SFR ve Bouygues'in pazar payları birbirlerine göre aynı kalmakla birlikte SMŞH işletmecilerinin pazar payları karşısında düşmüştür.

Fransız mobil piyasası uzunca bir süredir aktif olan bir SMŞH segmentine sahiptir. Bu yapının içerisinde mobil işletmeciler yüksek değerli faturalı segmentine yönelirken düşük değerli ön ödemeli segmenti SMHŞ işletmecilerine bırakılmıştır. Neuf Cegetel ve Debitel gibi mobil işletmeciler tarafından kontrol edilmekte olan SMŞH işletmecilerine sahip olan piyasada Carrefour Mobile ve Numericable gibi bağımsız işletmeciler de bulunmaktadır. SMŞH işletmecileri 2010 ilk çeyrek ile 2011 ilk çeyrek arasında 1,56 milyon yeni abone elde etmiş ve yıllık %41,7 büyüme oranı yakalamışlardır. 2011 ilk çeyrek içinde toplam yeni abonelik sayısı ise 570.000'dir. Bu büyüme SMŞH işletmecilerinin Fransız mobil piyasası içerisinde 2010 ilk çeyrek sonunda %6,3 olan payının 2011 ilk çeyrek sonunda %8,4'e çıkmasına yol açmıştır.

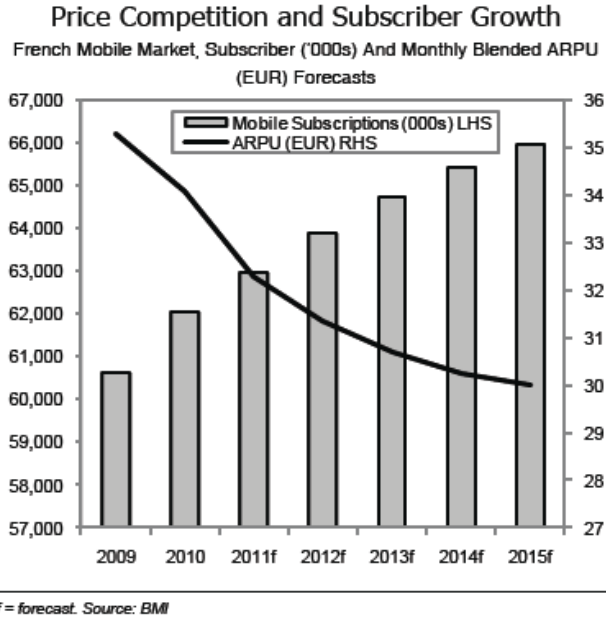


Source: ARCEP

Mobil işletmecilerin faturalı segmentten daha yüksek ARPU (Ortalama Kullanıcıya Yapılan Satış) elde etme kararı Fransız piyasasına diğer tüm Avrupa piyasaları içerisinde en yüksek ARPU'ya sahip piyasa olma özelliğini kazandırmıştır. BMI'nin tahminlerine göre, Fransa'da 2011 ilk çeyrekte aylık ARPU 32,3 avrodur. Bu rakam İngiltere'de 24,4 avro iken Almanya'da 15,3 avro olarak hesaplanmaktadır. Ancak piyasa

trendlerinin gidişatı 2015 yılı itibariyle Fransız piyasasındaki ARPU'nun 29,99 avroya düşeceğini göstermektedir.

Bu tahminin arkasındaki anahtar faktörlerden biri Iliad'ın mobil kolu olan Free'nin 2012 yılında hizmet vermeye başlayacak olması ve bunun da fiyatların düşüşüne yönelik bir baskı oluşturacağıdır. Bir diğer faktör ise SMŞH işletmecilerinin büyüyor olması ve bu büyümenin önemli bir kısmının faturalı segmentte gerçekleşmesidir. SMŞH işletmecileri 2011 ilk çeyrekte 2010 ilk çeyrekteki %8,9'luk orana göre daha yüksek bir oran olan %16,2'lik bir oranla faturalı hat sahiplerinin ilgisini çekmiş olup, artan rekabet, fiyatları ve ARPU'yu düşürecek gibi görünmektedir. İşletmeciler daha marjinal tüketicileri kendilerine çektikleri için penetrasyon oranı ilk defa 2011 yılında %100'ün üzerine çıkmaktadır.



Yeni giren işletmecilerin oluşturduğu dinamizm ve yarattıkları fiyat rekabetine rağmen Fransız piyasasında ARPU'nun diğer Avrupa ülkelerindeki seviyeye düşmeyeceğini destekleyen çok sayıda neden bulunmaktadır. Birinci neden paket hizmetlerin Fransız

piyahasında egemen olması ve tüm büyük işletmecilerin üçlü ya da dörütlü paketlere odaklanmasıdır. İkinci neden Fransız piyasasında yüksek oranda faturalı hat sahibinin bulunması ve bunun da ARPU'yu yüksekte tutmasıdır. ARPU Avrupa standartlarına göre yüksek kalsa da rekabetin artması ve bunun sonucunda tüketicilerin daha düşük fiyatlar ve daha çeşitli hizmetler alarak seçim yapmasına imkân sağlanması sevindirici bir gelişmedir.

### **T-Systems Fransa: 2012'de 500 Milyon Avroluk İş Hacmi**

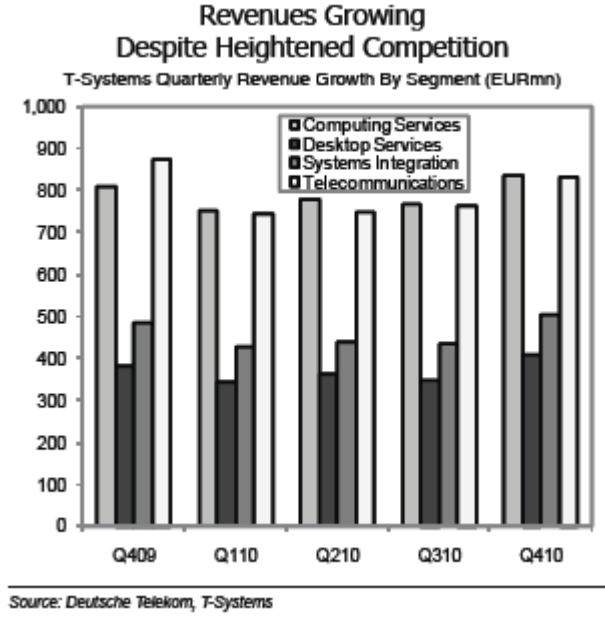
Almanya tabanlı Deutsche Telekom'un IT hizmetleri ve çözüm birimi olan T-Systems, 2012 yılında Fransa'da 500 milyon avroluk senelik bir iş hacmine ulaşmayı planlamaktadır. 2010 yılında aynı birimin Fransa'da bu rakamın yarısından daha az olan 224 milyon avroluk iş hacmi ve bir müddettir zarar ettiği düşünöldüğünde bu hırslı bir amaçtır. Ancak BMI Fransa'da hâlihazırda şirket merkezli verilerde ve IT hizmetleri kullanımında ciddi bir artış gözlemlemiştir ve bu durum da T-Systems Fransa'nın en azından bu hedefe yaklaşacağına inanılmaktadır.

T-Systems'in Fransa Yönetim direktörü Rolf Werner Les Echos ile yaptığı bir röportajda birimin Paris'teki iki birimini birleştirmesi ve daha çok müşteriye ulaşmak için büyük bir işe alım hamlesi yapması nedeniyle 2011 son çeyrekte tekrar kara geçmeye başlayacağını iletmiştir. Werner bu sene 400-500 kişilik yeni bir satış ekibi, SAP entegrasyon uzmanları ve yetenekli ve deneyimli profesyoneller ile büyüyen sunucu sanallaştırma ve bulut hesaplama piyasalarında yeni çözümler geliştireceklerini belirtmiştir. T-Systems Fransa'da en büyük SAP perakendecisi olduğuna ve SAP bağlantılı çözümler portfolyosunu yeni ortaklarla arttırdığına inanılmaktadır.

T-Systems, Fransa'da hizmet veren en iyi on IT hizmeti sunucusundan biri olmak için yaklaşık 70 milyon avroluk kurumsal kontratlar yapmıştır. Werner, şirketin en az 100 milyon avroluk iki proje için müzakerelere devam ettiğini belirtmiştir. Buna ek olarak T-Systems, IT hizmetleri alanında stratejik satın almalar yapmanın yollarını araştıracaktır.



BMI'ya göre, bu arayış veri depolama ve veri merkezi yeri sağlamada aktif olan şirketlere yönelik olacaktır.



T-Systems, dünyada çok sayıda piyasada aktif olmasına rağmen geleneksel Batı Avrupa piyasasına odaklanmaktadır. Genel olarak şirketin iş yaptığı piyasalar çok sayıda çok amaçlı IT hizmet sağlayıcının hizmetlerini birleştirmeye başladığı ve bu trendin hız kazandığı piyasalardır. T-Systems, Batı Avrupa'da IBM Global Services, Accenture, Capgemini ve Hewlett Packard gibi şirketlere ek olarak BY Global Services, France Telekom ve Telefonica gibi telekomünikasyon işletmecileriyle de rekabet etmektedir. BMI, Fransız IT hizmetleri piyasasının 2010 yılındaki yaklaşık değerini 15 milyar avro olarak tahmin etmektedir.

T-Systems, 2010 yılında 9,057 milyar avro toplam satış açıklamıştır. Bu rakam bir yıl önceki 8,798 milyar avrodan %2,9 daha fazladır. EBITDA, %2,7 oranıyla 948 milyon avroya yükselmiş olup %10,5 da kalan EBITDA marjında gözle görülür bir değişiklik olmamıştır. 2010 yılı bilgisayar sistemleri satışı 3,128 milyar avro ile iş hacminin önemli bir bölümün oluştururken (bir önceki yıla göre %6,9 artış ile) telekomünikasyon

hizmetleri 3,086 milyar avro ile yakın takipçisidir (bir önceki yıla göre %4,3 düşüş ile). 2010 yılında masa üstü hizmetlerinin satışı %4,1 artarak 1,461 milyar avro olmuşken sistem entegrasyon hizmetleri satışları %3,5 artışla 1,801 milyar avroluk bir satış oluşturmuştur.

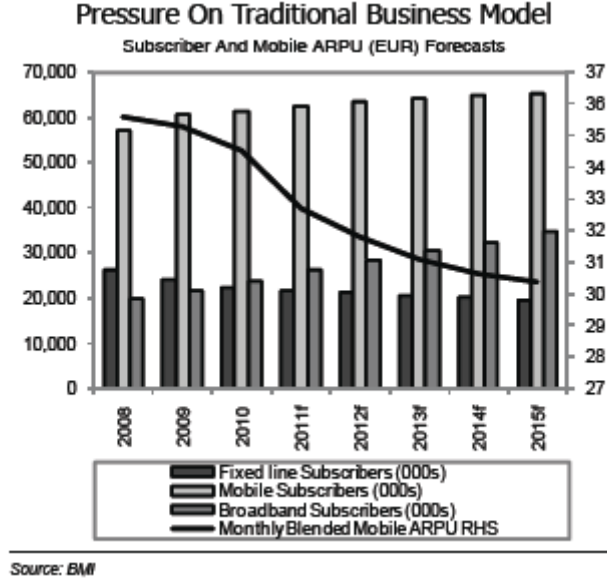
### **Orange 2015'e Kadar Hırslı Dörtlü Hizmet Gelişimini Amaçlıyor**

Orange Fransa Genel Müdürü Delphine Ernotte, 2015 yılında işletmecinin abonelerinin yarısının dörtlü hizmet paketlerini tercih edeceğini belirtmiştir. Televizyon, genişbant, sabit telefon ve mobil telefon içeren dörtlü hizmet paketleri Orange tarafından 2010 üçüncü çeyreğinde hayata geçirilmiştir. BMI'ya göre paket hizmetleri gelecekte Batı Avrupa'da çok yaygın olacak olup işletmecilerin satışlarını arttıracaktır.

Orange Fransa'da üçüncü en büyük işletmeci olan ve aynı hizmetleri 2009'da sunmaya başlayan Bouygues Telecom'dan sonra dörtlü hizmet paketi sunan ikinci işletmecidir. Orange Ağustos 2010'da, Haziran 2010'da aynı hizmeti sunan ikinci en büyük işletmeci olan SFR'nin ardından aynı hizmetleri sunmaya başladıktan sonra dava edilmiştir. Orange bu hizmetleri İngiltere, İspanya ve Polonya'da da sunmayı planlamaktadır. Çünkü Batı Avrupa'da bu tür hizmetler için güçlü bir gelişim beklenmektedir. Ancak Orange'ın %50'lik tahmininin çok yüksek olduğu düşünülmektedir. Çünkü tekli, ikili ve üçlü hizmetleri ihtiyacı ve fiyatına göre tercih edebilecek bir tüketici potansiyeli bulunmaktadır.

Erken sonuçlar yüz güldürücüdür. Çünkü dörtlü hizmetler verilmeye başladıkları ilk 45 günde 99.000 abone sayısına ulaşmıştır. Orange'ın ödemeli televizyon, IP televizyonu ve uydu televizyonu hizmetleri iyi çalışmakta ve yeni aboneleri çekmektedir. 2008 ilk çeyrekte toplam televizyon aboneleri 1,93 milyon iken bu sayı 2010 son çeyrekte 5,47 milyona yükselmiştir. BMI, televizyon hizmetlerindeki en fazla artışın 2010 son çeyrekte 543.000 abonelik olduğunu belirlemiş olup bu durumun dörtlü hizmetlerin Fransa'da popülerliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ancak bu hızın sürekli devam eden fiyat

düşüşleriyle desteklenmemesi durumunda orta vadede sürdürülebilirliği pek mümkün görülmemektedir.



Dörtlü hizmetlere yönelik hareketlenme işletmecilerin abone bazında satışlarını arttırmakta olup, bu yükseliş daha yüksek maliyetler içermemektedir. Orange ile Fransa ve İngiltere’de dörtlü hizmetlerde rekabet içerisinde olan Virgin Media, 2010 son çeyrekte İngiltere dörtlü hizmetler piyasasında ARPU’nun 80 sterlinin üzerinde olduğunu bu değer sabit kabloda ise 47,51 sterlinde kaldığını iletmiştir. PricewaterhouseCoopers firması dörtlü hizmetlerde penetrasyonun %5 artmasının ARPU’yu %20 arttıracığını tahmin etmektedir. Bu satış artırıcı imkânlar mobil piyasadaki ARPU üzerindeki düşürme baskısı ve yavaşlayan ya da negatife dönen abone artışı nedeniyle işletmecilere cazip gelmektedir. BMI’ya göre, Fransa’da ortalama ARPU değeri 2010 yılındaki 34,54 avrodan 2015 yılında 30,38 avroya düşecektir.

Ancak BMI dörtlü hizmetin işletmeciler için kolay bir fırsat olmadığını değerlendirmektedir. Rekabet hâlihazırda hızla artmaktadır ve Virgin’in 2011 ikinci yarıda dörtlü hizmet sunmasıyla daha artacağı kesindir. Daha da ötesi Free Mobile’ın kurulması Iliad’ı 2012 ilk yarıdan sonra dörtlü hizmet sağlar konuma getirecektir. Free

Mobile hizmet maliyetinin mobilin yarısı olacağını söylemektedir ancak bu durumun birebir eşlenik hizmetler üzerinde olacağı şüphelidir. Free mobile, ARPU'yu düşürme yolunda bir baskı oluşturacaktır ancak %50 mantıklı bir rakam değildir.

### **Fransız Pazar Analiz Duyurusu ( Pazarlar 4 ve 5/2007 – Üçüncü Tur)**

Fransız düzenleme otoritesi ARCEP, toptan genişbant erişimi için coğrafi pazarda farklı çözümler önermektedir (WBA, pazar 5/2007). ARCEP, eğer konut toptan genişbant erişim pazarında, belirli bir alanda, en az bir alternatif şebeke operatörü, France Telecom'a ilave olarak toptan genişbant erişim hizmeti verirse France Telecom tarafından uygulanan maliyet yönlendirme yükümlülüğünü kaldırmak niyetindedir.

Ayrıca fiziksel şebeke altyapısı erişim pazarını kapsayan aşağıda belirtilen ARCEP'in bildirisini Avrupa Komisyonu yorumlamıştır:

- Fiber tabanlı çözümler getirilen EPG yükümlülüklerinin olmaması,
- Coğrafi çözüm uygulaması,
- Toptan genişbant erişim pazarından kablonun hariç tutulması ve
- Toptan genişbant erişim pazarındaki iş segmentinde öldürücü fiyatlandırma yasaklanmasını sürdürme ihtiyacı.

ARCEP, fiber erişim piyasasının bazı ilave EPG yükümlülüklerinin gerekli olup olmadığı yönünde orta vadeli bir değerlendirme ile 2014 yılına kadar her iki piyasayı düzenlemek niyetindedir.

#### **A. ARCEP Duyurusu**

ARCEP, 26 Nisan 2011 tarihinde Çerçeve Direktifinin 7'nci maddesi uyarınca Komisyon ve diğer NRA'lara 4 ve 5/2007 pazarları bildirmiştir.

## 1. Pazar tanımı

### a) Pazar 4/2007

ARCEP, pazarın aşağıdaki iki segmenti içerdığını düşünmektedir:

- Genişbant pazarı, tam ve paylaşımlı erişimi kapsayan bakır yerel ağlar ve alt ağlar (kablo ağları, WiMAX veya diğer alternatif teknolojiler hariç).
- Yüksek-hız genişbant pazarı, elektronik haberleşme için kullanılan ve telekomünikasyon operatörlerinin ya da yerel yönetimlerin kurduğu pasif altyapı erişim kaplama. Bu, telekomünikasyon ve hava altyapısını yani direkleri ya da erişim ağı için kullanılan binaların duvarlarına bağlı diğer dış ekipmanlar için kullanılan kanalları içerir.

Bu segment aynı zamanda müşteri tesislerine optik dağıtım panolarından, atıl fiber erişim olanağı sağlar. Tedarikçi bakış açısıyla, inşaat mühendisliği olarak NGA ağlarını oluşturmak ana maliyettir. ARCEP, bir kanal ağının sahibinin kolayca fiber ağı işletebileceğini ve atıl fiber hizmetlerini sağlayabileceğini düşünmektedir. Talep tarafında ise ARCEP, yüksek hızlı geniş bant hizmeti sunan bir işletmecinin olabilecek bir fiyat artışı durumunda kanalları kiralama veya atıl fiber kullanım arasında bir üründen diğer ürüne kolayca geçiş yapabileceği kanaatindedir.

ARCEP, kanalizasyon sistemleri, elektrik direkleri ya da işletim için özel önlemler ve ilave maliyetler gerektiren elektronik haberleşme için kullanılmayan herhangi bir diğer sivil mühendislik altyapısını bu segmentte erişim dışında bırakmaktadır.

ARCEP'e göre, ağırlıklı olarak talep tarafı ikame ve benzeri rekabet koşullarına bağlı olarak yukarıdaki iki segmentin tek bir ilgili pazar oluşturduğu düşünülmektedir.

Pazarın coğrafi kapsamı ulusaldır.

*b) Pazar 5/2007*

Pazar, bakır ve fiber ağlar üzerinden sağlanan, ne olursa olsun ulaşım teknolojisi (ATM, Ethernet, IP) kullanılan, bölgesel düzeyde handover trafiği ile toptan genişbant erişim pazarını içerir.

Daha önce Ocak 2007'de ARCEP, ulusal düzeyde ara bağlantı ile toptan genişbant erişim pazarının rekabetçi olduğu gerekçesi ile France Telecom'dan yükümlülükleri kaldırmıştır.

ARCEP aynı pazarda, DSL tabanlı ve fiber tabanlı ürünleri kapsamaktadır: perakende düzeyinde bu ürünler arasında sınırlı bir fark vardır ve iki hizmet için rekabet koşulları benzerdir.

Analizlerin son turu ile karşılaştırıldığında, ARCEP bir kablo operatörü olan Numericable'ın şimdi bazı operatörler tarafından denemelerde kullanılan bir toptan genişbant erişim ürününü sunduğunu belirtmektedir.

Fakat, ARCEP sadece ulusal düzeyde kablo ağları üzerinden sağlanan toptan genişbant erişimi içermez. Hatta bölgesel düzeyde sağlansa bile ARCEP bir operatör için, farklı ağ yapısından dolayı, bakır/fiber tabanlı toptan genişbant erişimden kablo tabanlı toptan genişbant erişime geçme maliyetinin çok yüksek olacağını belirtmiştir.

ARCEP; uydu, enerji hatları veya WiMAX gibi kablosuz teknolojiler üzerinden verilen toptan genişbant erişim hizmetlerini ve kiralık hat hizmetleri için özel toptan genişbant erişim hizmetlerini hariç tutacaktır.

Pazarın coğrafi kapsamı ile ilgili olarak, ARCEP rekabet düzeyini iki alanda ele alıyor. Bu alanlar:

- France Telecom, toptan genişbant erişim servisleri sunan sadece bir operatör; ve
- France Telecom'a ilaveten toptan genişbant erişim servisleri sunan en az bir alternatif şebeke operatörü.

ARCEP, pazarın kapsamını ülke çapında hatta rekabet alanına bağlı değişken olarak dikkate almaktadır. ARCEP'e göre, bölgesel pazarların açık ve istikrarlı bir tanımı bir alternatif şebeke operatörü tarafından toptan genişbant erişim sağlanması olarak şu an için mümkün değildir ancak önümüzdeki yıllarda önemli ölçüde gelişecektir.

### 1. Pazar gücü

#### a) Pazar 4/2007

Pazar 4/2007, ARCEP, France Telecom'u EPG'ye sahip işletmeci olarak tanımlamayı amaçlamaktadır. Çünkü:

- Bakır hatların (yerel ağların) %99,99 France Telecom'a aittir;
- Kanal ve hava hatlarının büyük bölümü France Telecom'a aittir: 350,000 km kanal ve birkaç milyon direk;
- France Telecom büyük ölçekli ekonomisinden faydalanan bir dikey entegre operatördür; ve
- France Telecom kolayca dublike edilemeyecek bir altyapıyı kontrol etmektedir.

#### b) Pazar 5/2007

ARCEP, toptan genişbant erişim pazarında da EPG'ye sahip olarak France Telecom'u belirlemeyi teklif etmektedir. Çünkü:

- Toptan genişbant erişim hizmetlerinin %79'u France Telecom işletmeci tarafından sunulmaktadır.
- ARCEP, toptan genişbant erişiminin sağlanması için alternatif şebeke operatörlerinin üç yılda pazar payının %50'sini geçemeyeceğine inanmaktadır.
- Fransız nüfusunun %20,5'i alternatif toptan genişbant erişim operatörlerinin potansiyel müşteri bağlamak için yoğun yatırım gerektiren altyapı olmayan alanlarda yaşamaktadır.
- France Telecom, kolayca dublike edilemeyecek bir altyapıyı kontrol etmektedir.
- France Telecom, büyük ölçekli ekonomiden faydalanan bir dikey entegre operatördür.

## 2. Düzenleyici yükümlülükler

### a) Pazar 4/2007

ARCEP, France Telecom üzerinde aşağıdaki yükümlülükleri uygulamayı teklif etmektedir:

- Aşağıdakiler ile birlikte aktif ve aktif olmayan bakır yerel ağlar ve alt ağlar ile ayrıştırılmış erişim sağlanması:
  - Toptan genişbant erişim ürünlerden ayrıştırılmış erişim ürünlerine transfer yolları ve farklı ayrıştırılma seçenekleri sunma,
  - Senkronize LLU ve numara taşıma işlemi,
  - LEX ve iki LEX'e bağlanmak için fiber linklere hizmet ve erişimin birlikte kullanım şartı,
  - LEX içerisinde yerleşik ekipmanlara bağlanamama ve LEX'e erişim olmaması durumunda "desatürasyon hizmetler",
  - Konut ve iş yeri kullanıcıları için farklı hizmet kalitesi seçeneği.
- Altyapı erişim için bütün makul istekleri (kanallara ve havai hatlara erişim gibi) karşılamak için bir yükümlülük,
- Hizmet kalitesi aylık göstergelerinin yayını da dahil olmak üzere, şeffaflık ve ayırım gözetmeme, bir referans teklifi yayımlama ve ara yüz standartları belirleme,
- Maliyet uyumlaştırma,
- Maliyet muhasebesi ve hesap ayrımı.

ARCEP, Fransa'da simetrik fiber erişim düzenlemesi çerçevesinde fiber döngü erişim ayrıştırılmasının gerekli olmadığına ve kanallara ve direklerle erişim sağlamak yükümlülüğünün yeterli olacağına karar vermiştir.

Ancak, pazar analizi döneminin (2014) sonuna kadar beklenmeden 18 ay içinde (yaklaşık 2012 sonu) bu yaklaşımın etkinliğinin gözden geçirilmesi önerilmiştir.



b) *Pazar 5/2007*

Toptan genişbant erişim pazarında, ARCEP France Telecom üzerinde aşığıdaki yükümlölükleri uygulamayı teklif etmektedir.

- Bölgesel düzeyde bağlantı ile bakır erişim ağı üzerinden toptan genişbant erişim sağlanması:
  - ATM, Ethernet ve IP arabirimleri üzerinden bölgesel düzeyde de (20 erişim noktaları) erişim;
  - Sadece ATM üzerinden birimler düzeyinde (100 erişim noktası) erişim;
  - Transfer seçenekleri (toptan genişbant erişim servisleri arasında, toptan genişbant erişim ve LLU servisleri arasında);
  - Ortak yerleşim hizmetlerinin sağlanması;
  - Konut ve iş kullanıcıları için farklı hizmet kalitesi seçeneğı;
  - Hem tek hem iki kanal erişim (VoIP ile internet erişimi birleştirmek) seçeneğı;
  - Yalın toptan genişbant erişim (yani aynı döngü bir PSTN ses telefon aboneliğı olmadan) seçeneğı;
  - Senkronize yalın DSL ve numara taşıma işlemleri;
- Hizmet kalitesi aylık göstergelerinin yayını da dâhil olmak üzere, şeffaflık ve ayırım gözetmeme, bir referans teklifi yayımlama ve ara yüz standartları belirleme;
- Konut pazarında bölgenin rekabetine bağılı olarak farklı fiyat kontrolü yükümlölüğü;
  - Konut pazarı için yerine göre:
    - France Telecom'un yanı sıra en az bir alternatif şebeke operatörü (nüfusun%79,5) ile toptan genişbant erişim hizmetleri sunulması;
    - Sadece France Telecom tarafından (nüfusun%20,5) toptan genişbant erişim sunulması: etkin bir operatörün maliyetlerine dayalı maliyet yöntemi ile;
  - İş yeri pazarı için (bütün alanlar): öldürücü fiyatlandırmayı yasaklama ve etkin bir operatörün maliyetlerine dayalı maliyet yöntemi uygulama.

- Maliyet muhasebesi ve hesap ayrımı.

Fiber tabanlı toptan genişbant erişim için pazar 4/2007'deki aynı nedenlerden dolayı yükümlülükler uygulanmaz.

## **B. Komisyon'un Önerileri**

### *1. Fiber şebeke üzerinde EPG yükümlülükleri*

Komisyon ARCEP'ten, düzenleme döneminde, fiber erişim ağı üzerinde ayrıştırılmış fiber erişim ve toptan genişbant erişim gibi fiber erişim EPG yükümlülüklerinin uygulanması imkânlarının yeniden değerlendirmesini istemiştir.

Komisyon'a göre bu, seyrek nüfuslu bölgede ciddi olabilir.

Bu Komisyonun EPG yükümlülükleri konusunda fiber erişim şebekeleri için ısrarı, ilk kez değildir. ARCEP'in yoğun ve seyrek nüfuslu alanlar için simetrik fiber düzenleme zamanı Komisyon benzer bir ısrarda bulunmuştur. Fakat bu sefer Komisyonu önerisini daha fazla vurgulamıştır.

### *2. Coğrafi Çözümler*

Komisyon'a göre, ARCEP toptan genişbant erişim pazarında coğrafi yaklaşımı yeterince uygulayamaz.

### *3. Genişbant erişimden kablonun hariç tutulması*

Komisyon, ARCEP'ten alternatif WBA hizmetlerin kullanımının izlenmesini istemektedir.

### *4. İş yeri toptan genişbant erişim pazarında öldürücü fiyatlandırmanın yasaklanması*

Komisyon, ARCEP'in düzenleyici otorite olarak, ayrıştırma ile şimdi optimum kapsamaya ulaşmış iş yerleri pazarını hedefleyen işletmecilerden bahsettiği gibi, iş yerlerine sunulan toptan genişbant erişim hizmetleri için öldürücü fiyatlandırma üzerinde yasaklanma sağlanması ihtiyacının gerekli olmadığını düşünmektedir.

### C. Gelecek Adım

ARCEP, Komisyonun açıklamaları ve diğer NRA'lar tarafından yapılan yorumları son derece dikkate alarak şimdi önerilen önlemleri alabilir. Son önlemler Komisyona bildirilmelidir.



### İtalyan İşletmeciler Ortak Ödeme Platformu Kuruyor

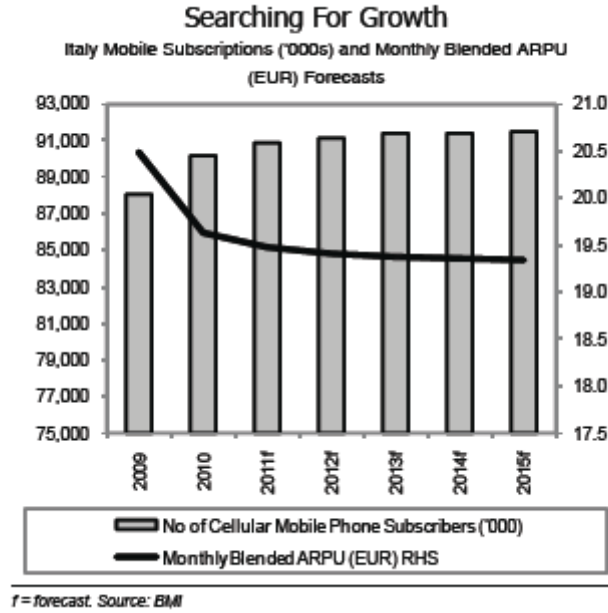
Büyük Telekom işletmecileri, tüketicilerin sayısal içerik ve hizmetlerin ücretlerini mobil cihazlar kullanarak ödeyebilmesi için ortak bir platform kurmuşlardır. Sistem 90,6 milyon aboneye sahip tüm mobil işletmecilere anında erişim olanağı sağlamakta olup BMI, bu tür bir platform yaratılmasını desteklemekte ve m-ticaretin geleneksel ses satışları düşmekte olan işletmeciler için değerli bir satış aracı olacağını düşünmektedir.

Hizmet Telecom İtali'nin mobil kolu olan TIM, Vodafone, Wind SpA, 2 Italia, PosteMobile ve Fastweb tarafından oluşturulmuştur. İşletmeciler sayısal içerik sağlayıcılara ve tüketicilere mobil telefon numaralarını son kullanıcı teyit anahtarı olarak kullanabilmeleri için bir standart sağlayacaklardır. Platform tüketicilerin sayısal içerik ve hizmetleri alırken mobil telefonlarını bir ödeme metodu olarak kullanmaları için önemli bir fırsat yaratacaktır. Sistem mobil telefon kullanan alıcıyı bir tanımlayıcı olarak kullanmakta ve tüketici alışverişi kendisine SMS ile gönderilen geçici bir şifre ile sağlamaktadır. Tüketici daha sonra satın aldığı ürünleri SIM kartı kredisinden düşmüş olarak görmekte ya da ücretler doğrudan telefon faturasına yansımaktadır. Bu durum da başka bir SMS mesajı ile gerçekleştirilmektedir.

BMI, m-ticaret hizmetlerindeki satışları arttırmak için ortak bir hareket tarzı benimsenmesini olumlu olarak görmektedir. Çünkü 2010 son çeyrekte 90 milyon

aboneyle Avrupa'daki en büyük piyasalardan biri olan İtalyan piyasası büyük bir potansiyele sahiptir. Ortak bir platform geliştirilmesinin kısa vadede tüketici satışların arttıracağı ve işletmecilere faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Ancak bu durumun özellikle işletmeciler için olumsuz tarafları yok değildir. Hizmetten elde edilen satışlar geleneksel ses hizmetlerindeki satış düşüşünü ya da abone yavaşlamasını telafi etse de açık bir sistem işletmecilerin m-ticaret platformunu tüketicileri çok sayıda hizmete kilitleyerek dalgalanmayı azaltıcı bir hale getirecek bir şekilde kullanmasına izin vermemektedir. Böyle bir ortak girişimi gerçekleştirmek stratejik olarak önemlidir ancak piyasa olgunlaştıkça işletmeciler m-ticaret ürünlerini çeşitlendirerek piyasanın daha büyük bir kısmını elde etmeye çalışacaklardır.

İtalya'daki m-ticaret piyasası diğer gelişmiş piyasalara göre kredi kartı kullanımının düşük olması nedeniyle daha da çekicidir. PwC İtalya'daki satın almaların yaklaşık %90'ının nakit olduğunu bu değerın Avrupa ortalamasının ise %70'den az olduğunu iletmektedir. Mobil penetrasyonun bu denli yoğun olması mobil ödeme için ciddi bir fırsat yaratmakta olup bu fırsat özellikle küçük alımlarda oluşmaktadır.



Projedeki teknoloji ortağı Reply firmasıdır. Bu firma sayısal medya konusunda tasarım ve geliştirme çözümleri sunmaktadır. Firma platformu hizmetin bulut hesaplama üzerinden sunulduğu bir hizmet modeliyle sunmaktadır. İlk sunum daha düşük meblağlar için başlamış olup bunun temel nedeni güvenlik ayarlamalarıdır. Ancak daha yüksek ödemeler ekstra güvenlik önlemleri ya da m-ödeme ile m-banka süreçleri gerektirecektir. Bu tür hizmetlerin İtalya'da gelişmesi için SIM üzerinde kriptolu güvenlik ya da NFC gibi ek teknolojilere ihtiyaç duyulabilecektir.



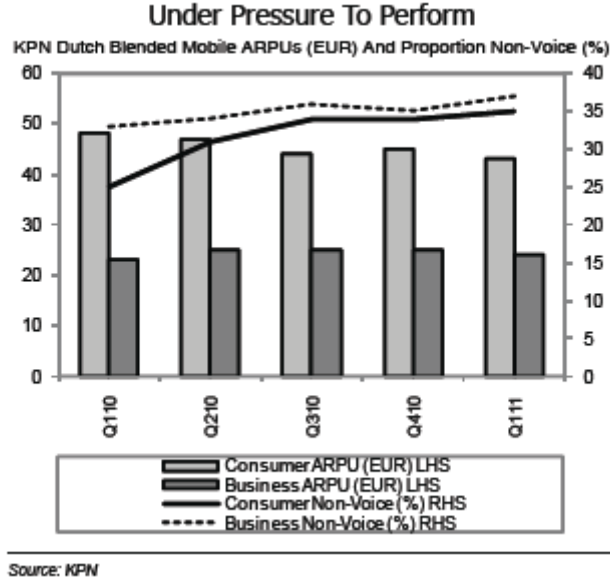
### **Piyasa Dinamiklerinin Değişmesi Nedeniyle KPN İçin Kar Alarmı**

Hollanda yerleşik işletmecisi Royal KPN, yerel operasyonlarından 2011 yılında gelecek gelirlerin toplamda beklenenden az olacağını ve bu nedenle hızlı izlenen yeni bir stratejiyi benimseyeceği ve yatırım planlarını işi güçlendirme amaçlı hazırlayacağı konusunda uyarı vermiştir. Sonuçlar Hollanda mobil piyasasında değişen rekabetçi bir ortamı yansıtmakta olup BMI'ya göre rakip işletmeciler olan Vodafone ve T-Mobile da stratejilerini tekrar gözden geçirmeyi düşünmelidir.

KPN, 2011'de 5,5 milyar avroluk hedefi olan EBITDA konusunda temel finansal hedefini düşürerek 5,3 milyar avroya indirmiştir. Şirket, bu düşürmenin kullanıcıların temel para kazanma metodu olan geleneksel kısa mesajdan uzaklaşma yönünde bir eğilimi olması ve bunun yerine üçüncü parti Facebook ve Twitter gibi platformlara yönleneilmesi olduğunu iletmiştir. Ses trafiği de düşmekte olup akıllı telefon kullanıcıları artan bir oranda Skype gibi ücretsiz veya düşük maliyetli hizmetlere yönelmektedir.

İşletmeci yerel mobil işi ile ilgili stratejisini Mayıs 2011'in ortasında açıklayacaktır ancak BMI'ya göre şirket akıllı telefonların ve diğer açık mobil internet cihazların mobil

işletmeciler tarafından gelir yaratmak için benimsenen kullandıkça öde mantığından uzaklaştırdığı mobil piyasadaki yapısal ve tüketicie bağlı değişimlerin seviyesini ölçmede zorlanacaktır. KPN, kablosuz portföyünü geliştirmek için gözle görülür ayarlamalar yaparak SMS ve ses ikamesini ses'ten veri merkezli bir yapıya çevirip kullanıcıların elde ettiği değeri optimize etmek için çalışmakta olduğunu belirtmektedir. şirket, 2015 yılında 5.000 kişiyi de maliyetleri azaltmak için işten çıkartacaktır.



KPN, yerel kablosuz faaliyetlerini toplam piyasa ve iş operasyonlarına dağıtmıştır. Kablosuz son kullanıcı ARPU'su geçtiğimiz çeyreklerde göreceli olarak sabit olup 2011 ilk çeyrekte 25 avrodan 24 avroya düşmüştür. Bu arada ARPU'nun ses dışı kısmı yükselmeye devam etmiş ve %37'ye ulaşmıştır. Diğer taraftan karıştırılmış ARPU 2011'de ses dışı hizmetler için olan payın yükselmesi ve %35'e ulaşmasına rağmen 2010 ilk çeyrekteki 48 avroluk değerinden 2011 ilk çeyrekte 43 avroya düşmüştür.

KPN, sabit ve mobil aboneler için çoklu hizmet paketleri sunmak amacıyla yeni veri merkezli paketler sunmayı planlamaktadır. Ancak SMS'in ve portal içi katma değerli hizmetlerin düşen katkısı ile mobil sonlandırmadan gelen daha düşük gelirler değerlendirildiğinde bunun gelirleri nasıl arttıracığı pek açık değildir. BMI, akıllı

telefonların kullanımını desteklemektedir ancak bunun akıllı bir pazarlama ve işletmeciler tarafından hizmet sunumuyla dengeli olarak desteklenmesi gerektiğini düşünmektedir. Çünkü şebekelerde artan veri trafiğinin maliyeti ancak bu şekilde artan veri geliriyle dengelenebilir.

Rakipler olan Vodafone ve T-Mobile aynı şekilde hareket etmeye zorlanmaktadır ve veri kullanımını artmasına rağmen ARPU'ları düşmektedir. Vodafone Hollanda operasyonu ile ilgili detaylı bilgiler vermemektedir. Dolayısıyla değişen piyasa dinamiklerinin etkisini ölçmek zordur. Ancak şirketin yenilikçi veri tarifeleri ile kendi markasını ve kendi içerik portalını kullanması değişen iş ortamının en kötü etkilerinden korunmasına yardımcı olmaktadır. T-Mobile'ın ARPU'su şirketin odağı düşük değerli ön ödemeli hizmetlerden yüksek değerli sonradan ödemeli hizmetlere kaydıçça düşmektedir ancak sonradan ödemeli aboneler uzun vadeli müşterilerdir bu nedenle telefonlarını ya da veri planlarını belirli periyotlarda iyileştirmeyecekler bu da gözle görülür ARPU düşüşlerine yol açacaktır.

BMI'ya göre, sadece üç tane mobil şebeke işletmecisi ve artan sayıda sanal mobil şebeke işletmecileriyle Hollanda piyasasında organik büyüme için çok az fırsat bulunmaktadır. Dolayısıyla bu işletmecilerin son ikisinin şebeke işletim maliyetlerini ve şebeke inşa maliyetlerini düşürmek ve hatta ortak mobil hizmetler vermek konusunda bir gün bir araya gelip gelmeyecekleri merak konusudur.



### **Aspiro Artan Gelirler ve TV Bağlantısını Bildiriyor**

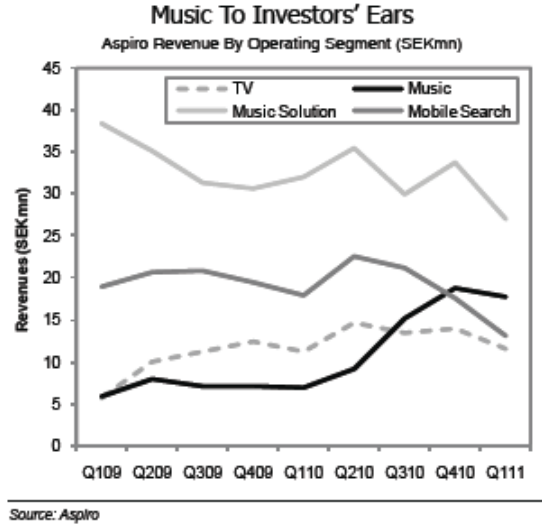
Akış temelli TV ve müzik hizmeti sunan Aspiro, 2011 ilk çeyrek için finansal ve operasyonel sonuçların açıklanmış olup bir önceki yıla göre %26 artışla 64,5 milyon İsveç kronu gelire sahip olduğunu belirtmiştir. Devam eden işlemler için vergi sonrası zarar göstermiş olmasına rağmen Aspiro Norveç işletmecisi Telenor ile işletmecinin TV ve video hizmetlerini geliştirmek için genişleme anlaşması yaptığını ifade etmiştir. BMI'ya göre Aspiro, tablet cihazların ve akıllı telefonların artışı ile oluşan tüketici elektroniği ve şebeke altyapısı yakınsaması ile yüksek hızlı mobil şebekelerden faydalanmak için iyi konumlanmıştır.

Aspiro, işletmecilere akış tabanlı TV ve müzik hizmeti sağlamakta işletmeciler bu hizmetleri kendi markalarıyla satmaktadır. Firma Doğu Avrupa'ya odaklanmış olup, hizmet vermeye başladığı ilk 10 yılda Deutsche Telekom, TeliaSonera, Telefonica, 3 ve BBC gibi firmalara hizmet sağlamıştır. Gelirleri 2011 ilk çeyrekte 2010 ilk çeyrekteki 51 milyon İsveç kronundan 64,5 milyon İsveç kronuna yükselmiş olup diğer taraftan EBITDA kaybı 2010 ilk çeyrekteki 10,1 milyon İsveç kronundan 2011 ilk çeyrekte 13,5 İsveç kronuna çıkmıştır. EBITDA, kaybı 2010 yılında biraz iyileşme gösterse de bir sonraki yıl 2,11 milyon İsveç kronu artmıştır. Bunun doğal sonucu olarak BMI, Aspiro'yu hâlihazırda satış artışını kara geçiremeyen bir işletmeci olarak değerlendirmektedir.

Finansal sonuçlar kafa karıştırıcı olsa da operasyonel sonuçlar gelecek için daha pozitif bir resim ortaya koymaktadır. Müzik segmentinde para ödeyen kullanıcıların sayısı ilk defa 2011 ilk çeyrekte (Genel Müdürün deyimiyle Mart 2011'den bu yana) 150.000'i geçmiştir. Aspiro, 200.000 para ödeyen kullanıcıya ulaşmayı hedeflemektedir. Daha da ötesi Aspiro, 2011'de Canal Digital ile bir anlaşma imzalamış olup şirketin Wimp isimli müzik hizmeti paket içinde sunulan TV hizmetinin bir parçası olarak 700.000 Norveç



hanesine ulaşacaktır. Müzik segmenti Aspiro için 2009'tan bu yana daha önemli bir hale gelmiştir. Bu segment, o zaman en az kar getiren alanken 2011 ilk çeyrekte en büyük ikinci segment olmuş ve 17,8 milyon gelir getirmiştir.



2009 ilk çeyrekte 2011 ilk çeyreğe kadar TV hizmetlerinde negatif gelir artışı olmasına rağmen Aspiro 2010 Finans Yılı ve 2011 Finans Yılında %25 satış artışı beklemektedir. Hizmet ağırlıklı olarak Avrupa'daki mobil işletmecilere odaklanmaktadır ve Norveç işletmecisi Telenor ile anlaşma yapılması mobil TV ve video hizmetlerinin gelişmekte olduğunu göstermektedir. Telenor ile yapılan anlaşma Norveç'te ilk etapta akıllı telefonlar ve tabletler üzerinden hizmet sunumunu hedeflemektedir. Bu durumun Norveç'te Aspiro'nun TV aboneliklerinin sayısını hızla arttırması beklenmektedir. BMI'ya göre, Telenor ile yapılan bu anlaşma Aspiro'nun TV aboneliklerini ve gelirini arttıracaktır ama daha da önemli bir etki Telenor'un diğer pazarlarına giriş yapıldığı zaman elde edilecektir.

Telenor Norveç'te 3 milyonun üzerinde aboneye sahip olmakla birlikte dünya çapında 11 kontrol operasyonunda 120 milyon aboneye sahiptir. Dolayısıyla Telenor'la ilişkilerini geliştirirse Aspiro için büyük bir potansiyel görülmektedir. Ancak her şey zamanında

gerçekleşse bile zaman aralığı çakışma yapmayacaktır. Çünkü BMI'ya göre, mobil TV ve video hizmetlerinin Baltık ülkelerinde tabletin artması ve altyapı yatırımlarının gelişmesiyle birlikte artan bir büyümesi olacağı beklenmekle birlikte aynı talebin daha az gelişmiş ülkelerde yaşanması beklenmemektedir. Örnek vermek gerekirse, Bangladeş ve Pakistan Telenor'un en büyük iki piyasasıdır ve bu ülkelerde yüksek hızlı hizmetlere böyle bir talebin oluşması 3G penetrasyonunun sınırda olması nedeniyle beklenmemektedir.

Genel olarak Aspiro'nun 2011 ilk çeyrek sonuçları, 2011 planıyla birlikte değerlendirildiğinde gelir artışı için uğraşan bir firma için önemli bir dönüm noktası olduğu değerlendirilmekle birlikte ölçek ekonomilerinin kara dönüştürülmesinin yavaş olmaması için Aspiro'nun Avrupa'daki ayak izlerini gözle görülür bir biçimde yükseltmesi gerektiğinden ve gelişen pazarların imkânlarına ulaşması için hala yolu olduğu düşünüldüğünden konuya şüpheyile yaklaşmak yerinde olacaktır.

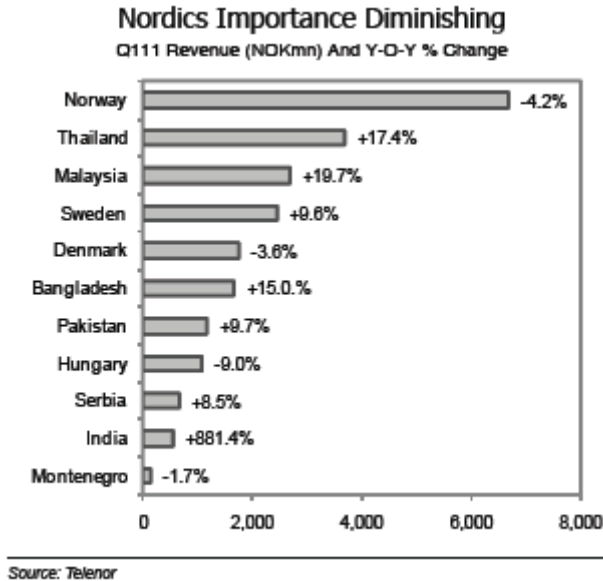
### **Telenor Doğu'ya Sürükleniyor**

Norveç yerleşik işletmecisi Telenor Grup, 2011 ilk çeyrek için finansal ve operasyonel sonuçlarını açıklamış olup bu sonuçların tüm grup bir bütün olarak değerlendirildiğinde güçlü olduğunu belirtmiştir. BMI, grup sonuçlarını şirketin büyüme stratejisi ve iş yaptığı piyasanın dinamiklerine göre analiz etmiştir.

Toplam grup geliri, 2011 ilk çeyrekte bir önceki yıla göre %7,8 artarak 24,09 milyar Norveç kronuna yükselmiş olup 2010 ilk çeyrekte bu değer 22,34 milyar Norveç kronudur. EBITDA, bir önceki yıla göre %4,7 yükselerek 7,4 milyar Norveç kronu olmuş ve net gelir 2011 ilk çeyrek için bir önceki yıla göre %161,3 yükselerek 3 milyar Norveç kronuna ulaşmıştır. Gelirdeki bu yüksek artış ilgili şirketlerden gelen gelirin özellikle de Telenor'a ait VimpelCom şirketinin gelirinin realize olmasıyla gerçekleşmiştir. İlgili şirketlerin 2011 ilk çeyrekteki toplam katkısı 1,1 milyar Norveç kronu olup bu değer 2010 ilk çeyrekte 93 milyon zarar olarak belirlenmiştir.

Telenor'un gelir artışının kaynakları coğrafi ve teknolojik olarak ayrılmış olması nedeniyle daha da karışıktır. Norveç Telenor'un 6,7 milyar Norveç kronuyla (toplam gelirin %27,8'i) en büyük gelir üreticisi olmasına rağmen 2011 ilk çeyrekte yıllık gelir Norveç'te bir önceki yıla göre %4,2 düşmüştür. Düşen gelirler trendi; Danimarka, Macaristan ve Karadağ'da da görülmüştür. Bunun sebepleri Macaristan'da ekonomik durumlar, Norveç'te düşen arabağlantı gelirleridir. Norveç ve Danimarka'da devam eden sabitten mobile geçiş eğilimi bu piyasalardaki düşüşü açıklamaktadır. Arabağlantı gelirlerindeki düşüş bir seferlik olsa da sabitten mobile geçiş Avrupa operasyonlarını etkilemeye devam edecektir.

Telenor'un Avrupa operasyonlarından sadece İsveç ve Sırbistan 2010 ilk çeyreğe göre 2011 ilk çeyrekte artan gelir sağlamıştır. BMI'ya göre, İsveç'in güçlü makro ekonomik performansı Telenor'un müşteri çekme ve M2M abonelikleri konusunda devam eden yeteneği ile birleştiği için bu artış sağlanmaktadır. Daha da ötesi Telenor'un M2M hizmetinde hızlı hareketi ve 4G LTE hizmetlerine Tele2 ile kurduğu Net4Mobility ile yatırımını şirketin orta vadede yüksek değerli trendlerden yararlanması noktasında iyi bir pozisyon kazandıracaktır.



Ancak Telenor'un gelir artışı ile ilgili en göz alıcı performansı Asya ülkelerinden gelmiştir. Tayland'da DTAC ve Malezya'da DiGi 2011 ilk çeyrekte sırasıyla en büyük ikinci ve üçüncü gelir katkısı sağlayan işletmelerdir. Bu işletmeler abone sayısında aynı zamanda sırasıyla %17,4 ve %19,7 büyüme göstermiş olup, bu büyüme Malezya'da arabağlantı gelirlerinin %15,2 düşmesine rağmen elde edilmiştir.

Hindistan'da Unior, Bangladeşte Grameenphone ve Telenor Pakistan da sırasıyla %881, %15 ve %9,7 gelir artışı sağlamıştır. Hindistan'daki büyüme oranı baz efektleri nedeniyle olup yine de gelecek için pozitif bir sinyal vermektedir. Çünkü Telenor abone sayısını 2010 ilk çeyrekte 2,15 milyondan 2011 ilk çeyrekte 17,44 milyona çıkartmıştır. Buna ek olarak Hindistan'da nakit akış performansı da düşük CAPEX nedeniyle artmaktadır. Çünkü Telenor mevcut sınırların dışına çıkmamaktadır ve endüstrideki ekipman fiyatları düşmektedir. Daha düşük seviyedeki CAPEX ve yüksek gelir artışı Asya operasyonlarının 2011 ilk çeyrekte (Tayland, Malezya, Pakistan, Bangladeş) gruba geleneksel Baltık işinden daha fazla nakit akımı sağlamasına yol açmıştır.

Ancak BMI'ya göre, Telenor bu piyasalar geliştikçe yeni zorluklara hazırlanmalıdır. Örnek vermek gerekirse, Bangladesh Telenor aboneleri gelecekte değer yaratmak için eklediğini belirtmektedir ancak bu potansiyel net bir strateji ile değerlendirilmelidir. Telenor, Batı Avrupa ülkelerinde M2M, 3G, LTE ve VAS ile kendini iyi konumlandırmış ve iyi derecede teknik ve tüketici bilgisi geliştirmiştir bunu da Asya piyasalarına yatırım için kullanmaktadır. Ancak büyük beklentiler nedeniyle güçlü bir rekabetle karşılaşması muhtemeldir.

<b>2011 İlk Çeyrekte Mobil Abonelik Sayısı (bin) ve Bir Önceki Yıla Göre Değişim</b>		
<b>Ülke</b>	<b>Mobil Abonelik Sayısı (bin)</b>	<b>Bir Önceki Yıla Göre Değişim</b>
Bangladeş	31.983	%33,8
Pakistan	25.753	%10,6
Tayland	22.345	%10,1
Hindistan	17.439	%709,2
Malezya	8.843	%11,3
Macaristan	3.393	-%2,1
Sırbistan	3.059	%5,9
Norveç	3.046	%1,5
İsveç	2.074	%4,9
Danimarka	1.981	-%4,5
Karadağ	423	-%2,1

Kaynak: Telenor

**Düzenlenen Piyasalarda Ana Başarı Ölçütleri**

İrlanda'da telekomünikasyon hizmetleri sağlayan işletmecilerin çoğu yerleşik işletmeci Eircom'un toptan seviyede sunduğu şebeke olanaklarından yararlanmaktadır. Bu hizmetlerin çoğu şeffaflık ve ayırım gözetmeme gibi bazı yükümlülüklerin uygulandığı düzenlemeye tabi hizmetlerdir. Tüketici memnuniyeti ve rekabet amaçlarına yönelik olarak bu hizmetlerin en azından Eircom'un kendi perakende müşterilerine sunduğu kadar iyi olması gerekmektedir. Bu şartın sağlandığının delillerinin gösterilebilir olmasının tüm taraflar için yararlı olacağı düşünülmektedir. Bunu yapmanın bir yolunun ana başarı ölçütlerinin (key performance index–KPI) düzenli olarak yayımlanması olduğu değerlendirilmektedir. Böylece zamanla sağlanan değişimin takibi ile birlikte farklı piyasalardaki değerlerin kıyaslanması mümkün olabilecektir. Buna yönelik olarak Comreg, “Perakende Darbant Erişim”, “Toptan Fiziksel Şebeke Altyapısına Erişim”, “Toptan Genişbant Erişim” ve “Toptan Kiralık Hatların Sonlandırma Kısmı” olarak tanımlanan dört piyasa için kullanılacak ana başarı ölçütlerini yayımlamış bulunmaktadır. Her piyasadaki hizmet sunma ve onarım faaliyetlerinde sağlanan başarıyı iş günü veya yüzde (%) olarak belirlemeye yönelik ölçütler kamuoyu görüşleri doğrultusunda düzenlendikten sonra kesinlik kazanacaktır. Bu ölçütlerin üç aylık dönemler halinde ve dönem sonundan itibaren iki ay içinde yayımlanması planlanmaktadır. Perakende darbant ve toptan genişbant erişim piyasaları için öneriler ölçütler aşağıdaki iki tabloda sunulmaktadır:

**Tablo 1: Perakende Darbant Erişim İçin Başarım lütleri**

	<b>Perakende PSTN</b>	<b>Tek Fatura ve Toptan Hat Kirası</b>	<b>Telsiz Yerel Ağ</b>
<b>Hizmet Sunumuna Yönelik lütler</b>			
2 günde bina bağlantısı	%	%	%
Ortalama bina bağlantı süresi	İş günü	İş günü	İş günü
10 günde tüm bağlantılar	%	%	%
Ortalama hizmet sunuş süresi	İş günü	İş günü	İş günü
Sunum kalitesi	%	%	%
<b>Onarım Hizmetine Yönelik lütler</b>			
2 günde onarım	%	%	%
5 günde onarım	%	%	%
10 günde onarım	%	%	%
Ortalama onarım süresi	İş günü	İş günü	İş günü
Hata oranı	%	%	%
Onarım kalitesi	%	%	%

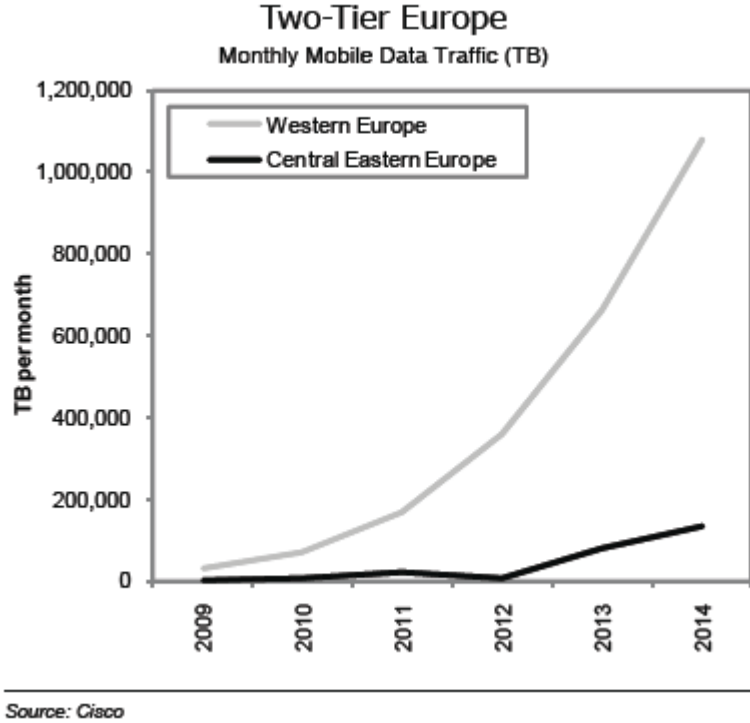
**Tablo 2: Toptan Genişbant Erişim İçin Başarım Ölçütleri**

	<b>Perakende Genişbant</b>	<b>Toptan Veri Akışı</b>
<b>Hizmet Sunumuna Yönelik Ölçütler</b>		
2 günde bina bağlantısı	%	%
Ortalama bina bağlantı süresi	İş günü	İş günü
5 günde tüm bağlantılar	%	%
Ortalama hizmet sunuş süresi	İş günü	İş günü
Sunum kalitesi	%	%
<b>Onarım Hizmetine Yönelik Ölçütler</b>		
2 günde onarım	%	%
5 günde onarım	%	%
10 günde onarım	%	%
Ortalama onarım süresi	İş günü	İş günü
Onarım kalitesi	%	%



### Polonya ve Baltık Ülkelerinde Spektrum Gecikmeleri Bekleniyor

Rusya'ya sınırı olan Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin Avrupa Komisyonu'nun (AK) kablosuz genişbant için yeni telsiz frekanslarını boşaltmayla ilgili belirlediği son tarihlere Rus Askeri Birliklerinin kullandığı hizmetlerle teknik enterferanslar oluşması korkusuyla uyamayacakları belirtilmiştir. Avrupa Komisyonu 800 Mhz bandındaki boşluğun kablosuz genişbant işletmecilerine satılması için son tarih olarak 1 Ocak 2013'ü belirlemiştir. BMI'ya göre ilgili otoritelerin Batı Avrupa'nın gerisinde kalmamak için daha fazla gayret göstereceği açık olmakla bu durumun teknik enterferansa ne kadar atfedilebileceği şüpheli olmakla birlikte göre bazı ülkeler için bu tarihin 2015'e kadar uzatılması gerekecektir.



Endüstri kaynakları raporlarında Rusya'ya sınırı olan Polonya ve Baltık ülkelerinin AB'nin 2013 olarak belirlediği son tarihi parazitlenmeden hizmetlerin aksamasına kadar

değişen bir seviyede oluşacak enterferans nedeniyle kaçırabileceklerini belirtmektedirler. AB ülkeleri 800 MHz'i LTE hizmetleri için kullanırken bu frekans Rusya'da hava savunma sistemlerinde kullanılmakta olup ortak çözüm üretmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu durumdan etkilenen ülkeler 2015 yılına kadar bir uzatma talep edebilecek olup bu durum 2013'ü tarihi nedenlerle yetiştiremeyeceğini kanıtlayan ülkeler için bir zorunluluk olmayacaktır.

BMI, Rus Askeri hizmetlerinin ne noktaya kadar teknik enterferans oluşturabileceği ve hizmetleri ne kadar aksatabileceği konusunda şüpheli davranmaktadır. AB ülkeleri arasında enterferans testleri yapılmış olup bu tür testler Rusya gibi üçüncü parti devletlerle yapılmamıştır. Ancak BMI'ya göre, AB'nin belirlediği tarih ilk olarak Kasım 2008'de önerilmiş ve etkilenen devletlere test yapmak için yeterince zaman tanınmıştır. Rusya ile ortak sınıra sahip Finlandiya 800 MHz'in kullanımı konusunda Rusya ile Aralık 2010'da Finlandiya-Rusya Ekonomik Birliklik Komisyonunda anlaşmaya varmış olup, Finlandiya hükümetinin proaktif yaklaşımıyla Finlandiya'nın belirtilen tarihe yetişmesinde bir problemi olmayacaktır.

800 MHz spektrum bandı yüksek hızda mobil genişbantın ulusal anlamda yaygınlaşması için çok önemlidir. Bu bandın mükemmel özellikleri şebeke oluşturmanın maliyetini Avrupa Birliği tarafından LTE için bir kenara koyulmuş olan 2,6 GHz bandına göre gözle görülür bir biçimde azaltmaktadır. 800 MHz'nin kullanımı dört kat daha az yatırım ve üç kat daha az baz istasyonuna ihtiyaç duyduğundan daha hızlı yaygınlaşmaya olanak sağlamaktadır. Avrupa'nın 2009 yılında 30.000 Terabyte (TB) olan mobil trafiğinin 2015'te 2 milyon Terabyte (TB) olacağı tahmin edildiğinden düzenleyici kurumların, bakanlıkların ve AB'nin Finlandiya otoritelerinin başarılı bir şekilde gerçekleştirdiği gibi Rusya ile bir anlaşmaya varması çok önemlidir.

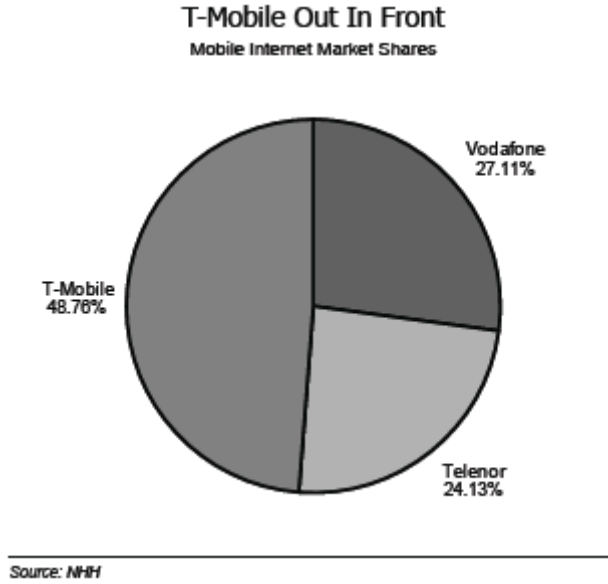
CEE'nin mobil veri tüketimi konusunda Batı Avrupa'nın gerisine düşmesi beklenmektedir çünkü Rusya ile anlaşma yolunda çok az bir mesafe kat etmiştir. Ancak LTE'nin yaygınlaşmasında tarihi nedenlerle gecikmelerin yaşanması beklenmeyen bir şey

değildir ve BMI'ya göre otoriteler Telekom şebekelerinin yenilenmesi konusunda geride kalmadıklarından emin olmak için girişimlerde bulunmalıdırlar.



### Macar Mobil Genişbant Girişimi

T-Mobile markası altında hizmet vermekte olan Macaristan'a ait Magyar Telekom şebekesini HSPA+ hizmetleri destekleyecek şekilde geliştirmek için Ericsson ile yapmış olduğu anlaşmayı duyurmuştur. Şebekenin geliştirilmesi daha yüksek veri indirme hızları sağlayacak ve işletmecinin mobil veri hizmetleri konusunda artan talebe cevap vermesini sağlayacaktır. BMI yatırıma destek vermekte ve T-Mobile'ın mobil segmentteki liderliğini sürdüreceğine inanmaktadır.



HSPA+'ya yükseltme tamamlandıktan sonra T-Mobile kullanıcıları ilk etapta teorik olarak Budapeşte ve çevresindeki diğer şehirlerde 21 Mbps indirme hızına erişeceklerdir. Tüketiciler yeni 200 tane HSPA+ baz istasyonundan yararlanacak olup işletmeci 2012 sonunda HSPA+ hizmetlerinin tüm nüfusa hizmet verebilecek şekilde geliştirilmesini planlamaktadır.

Bu yatırım Vodafone Macaristan'ın Mart 2011'de Huawei Technologies ile mobil internet kapsamını arttırmak için anlaşma yaptığı haberini izlemiştir. Vodafone, 2011 ilk çeyrek ile 2012 ilk çeyrek arasında mobil internet kapsamını %99'a çıkartmak ve internet hızını iki katına yükseltmeyi planlamaktadır. BMI T-Mobile'ın hizmet kalitesini yükseltmek amacıyla açıkladığı bu yatırımın mobil internet hizmetlerindeki lider rolünü korumak için bir savunma olduğunu düşünmektedir.

T-Mobile, hâlihazırda mobil internet piyasasında %48,76 Pazar payıyla liderdir (veri transferi kullanan SIM kartları için tekrarlayan ücretler de dâhil olduğu için akıllı telefonlar ve mobil modemler de dâhil olmak üzere). Aynı piyasada Vodafone'un %27,11, Telenor'un ise %24,13 pazar payı bulunmaktadır. Bu rakamlar T-Mobile, Vodafone ve Telenor'un toplam mobil pazar paylarının sırasıyla %46, %23,7 ve %30 olduğunu göstermektedir ki bu da hiçbir işletmecinin mobil genişbant piyasasında gözle görülür bir liderliği olmadığına dalalet etmektedir.

BMI'nın tahminlerine göre, Macaristan'da 2015 yılına doğru tüketicilerin harcamaları artacak ve makroekonomik durum iyileşerek mobil genişbant hizmetinde hızlı bir büyüme gerçekleşecektir. BMI'ya göre, hiçbir işletmeci, alt mobil genişbant segmentinde lider konumuna geçemeyecektir dolayısıyla piyasanın bu gelişim safhasında yapılan yatırımlar stratejik hamlelerdir. 2011 ile 2015 yılları arasında 4,82 milyon yeni genişbant abonesi olacağı tahmin edilmekte olup, tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde hızların artması ile mobil genişbantın bu yeni aboneler içerisinde önemli bir yeri olacağı tahmin edilmektedir.

BMI'ya göre, T-Mobile'ın 3,5G ve Vodafone'un 4G hizmetlerinin başlaması mobil genişbant hizmetlerinde teknik anlamda hız tabanlı rekabetinin başlangıç noktası olacaktır. T-Mobile şebeke geliştirmesi LTE'ye hazır şekilde yapılacak olup gerekli spektrum müsait olduğunda bu şebekeye geçiş yapılacaktır. Telenor da 2010 yılında başladığı şebekesini geliştirme çalışmalarını HSDPA hizmetleriyle birlikte LTE'yi destekleyecek şekilde başlatmıştır. Mobil internet piyasasının işletmecilerin satışlarını artırma yolunda önemli bir fırsat olduğu düşünülmekte olup büyüme ilerleyen günlerde ekonominin zorluklar yaşamasına paralel olarak duraksayabilecektir. Her ne koşulda olursa olsun uzun vadede bu piyasada yapılan yatırımlar iyi bir fırsat yaratacaktır.

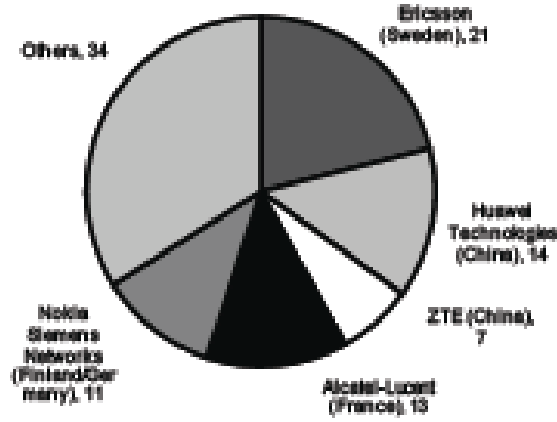


### **Samsung Hıza İhtiyaç Üzerine Yatırım Yapmayı Amaçlıyor**

Samsung Electronics, Güney Kore'nin en büyük şirketidir ve Samsung Grup'un bayrağını taşıyan önemli alt birimidir. Samsung Electronics, 1969 yılında Güney Kore'nin Daegu kentinde kurulmuş olup ilk etapta televizyonlar, hesap makineleri, buzdolapları, klimalar ve çamaşır makineleri üretmiştir. 1980'lerin sonunu ve 1990'ların başını yüksek oranda araştırma ve geliştirmeye harcayan şirket, 1996 yılında bir sonraki sene piyasaya süreceği CDMA ve GSM cep telefonlarını tanıtmıştır.

Samsung Electronics, bugün dünyanın en büyük ikinci mobil telefon üreticisidir ve 2015 yılında telekomünikasyon şebekesi ekipmanları üretmede en büyük üç işletmeciden biri olmayı amaçlamaktadır. Bu strateji şebeke işletmecilerinden gelen daha yüksek veri işleyebilen ve daha hızlı şebeke ekipmanı talebiyle şekillenmiştir. Samsung'un Telekom Sistemleri işinin pazarlama başkanı 2011 Nisan'ında yaptığı açıklamada gelir ve yapılan anlaşmaların sayısına göre şirketin 2015'te ilk üçe gireceğini tahmin ettiklerini belirtmiştir.

Global Network Infrastructure  
Market By Vendor Market Share (%)  
2009



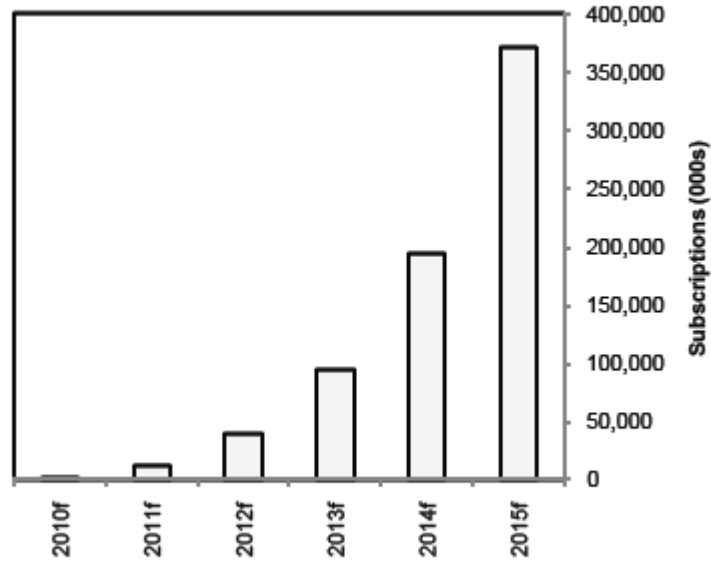
Source: Gartner

Piyasa İsveç kökenli Ericsson, Çin şirketleri olan Huawei Technologies ve ZTE ve Alman-Finlandiya ortak girişimi olan Nokia Siemens Networks gibi şirketler tarafında domine edilse de Samsung hâlihazırda ilk on üretici arasında olduğunu söylemektedir. Rekabet kapasite ve fiyat bakımından çok yüksek seviyede olsa da Samsung 34 milyar dolarlık Amerikan pazarında çok yer sahibi olmaya gayret etmektedir.

### Strateji

Samsung'un stratejisi işletmecilerin dördüncü nesil şebekeler olan ve dünyada yayılmakta olan LTE ve WiMAX'a daha fazla yatırım yapmasına odaklanmaktadır. Samsung Telekom Sistemleri, Şubat 2011 yılında yayımladığı raporunda dünya çapında 30'dan fazla mobil şebeke işletmecisine LTE yaklaşık 60 işletmeciye ise WiMAX çözümleri sağladığını açıklamıştır.

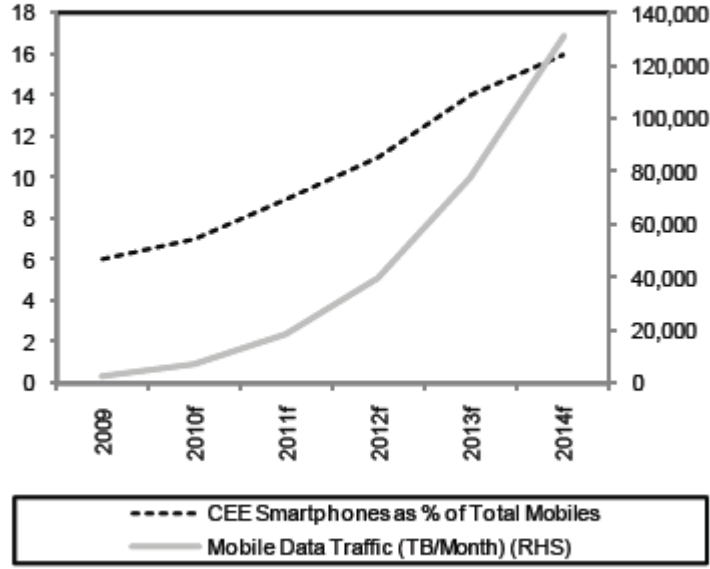
## Global LTE Subscriptions 2010-2015



Source: BMI

Şirket Amerika'da Sprint ve Clearwire, Japonya'da UQ Communications, Suudi Arabistan'da Mobily ve Rusya ile Beyaz Rusya'da Yota gibi 4G işletmecileriyle ortaklık kurmuş olup, OFDMA teknolojisi konusundaki fikri-mülkiyet haklarının %25'inden fazlasına sahiptir. Samsung hâlihazırda Amerika'da tek baz istasyonunda 3G ve 4G gibi çoklu standartları destekleyen baz istasyonları kurmuştur. BMI'ya göre, bu durum işletmeciler için çok cazip bir durumdur.

Smartphones As % Of Total Mobiles And Mobile  
Data Traffic Forecasts, CEE  
2010-2015



Source: Cisco Systems

Infonetics verilerine göre, pazarın yaklaşık üçte birine sahip olan Samsung bir numaralı WiMAX satıcısıdır. Ancak BMI LTE'nin işletmeciler tarafından en çok talep edilen teknoloji olacağını öngörmektedir. Dolayısıyla hala bir kısım yeni nesil WiMAX teknolojisi satma imkânı olsa da WiMAX satıcılarının satışları hâlihazırda tepe noktasına ulaşmış olabilir. Tahminlere göre dünya çapında LTE aboneliği 2010 yılındaki rakam olan 877.000'den 2015'te 371 milyona yükselecektir. Dolayısıyla Samsung'un 2009 ve 2010 yıllarında odağını WiMAX'tan LTE'ye çevirmesi önemli bir gelişmedir. Ancak LTE gelişiminin sekteye uğraması da muhtemeldir.

BMI'nin beklentisine göre, LTE'nin Orta ve Doğu Avrupa'da yaygınlaşması erken fırsatların var olduğu Batı Avrupa ve Amerika'ya göre yıllarca geriden gelecektir. Ancak Polonya gibi daha gelişmiş Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde daha hızlı hizmete girse de hâlihazırda 3G teknolojisini yaygınlaştıramayan Ukrayna gibi ülkelerde çok hızlı gelişebilir. İnternet hizmetleri için yoğun bir talep vardır ve sabit hat penetrasyonunun



çok düşük olması işletmecilerden gelen bir taleple 4G'nin yaygınlaşmasına yol açabilir. Cisco Systems Orta ve Doğu Avrupa ülkelerindeki aylık ortalama toplam veri trafiği olan 2010'daki 7.251 TB verinin 2014 yılında %106,2 CAGR oranıyla 131.151 TB'a yükseleceğini tahmin etmektedir.

BMI'nin beklentisine göre, Doğu Avrupa'da trafik talebi çok hızla yükselecek ve LTE'nin bütün bölgede yaygınlaşması sağlanacaktır. 23 Orta ve Doğu Avrupa ülkesinde çoğu erken planlama evresinde olan ve henüz bir taşeronla sözleşmesi imzalanmamış olan yaklaşık 50 planlı yaygınlaştırma projesi olacağı tahmin edilmektedir. Bu durum bölgede büyük bir fırsat olduğunu göstermektedir. Ancak Samsung'un işletmecilerle kilit ilişkiler geliştirmek yolunda niyetinin yeterli olmadığı düşünülmektedir. Bu durum şirketin altyapı sağlayıcı kolunun dünya çapında eksik kaldığı bir noktaya işaret etmektedir. Polonya Varşova'da Aero2/Centernet-Mobyland ortaklığının 1800MHz LTE/EPC şebekesini kurması Huawei Teknolojileri şirketiyle yapılan anlaşmayla gerçekleştirilecektir. Samsung'un Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde var olamaması bazen kaybetmesine yol açsa da çeşitli nedenlerden dolayı büyüme stratejisini çok da engellememektedir.

İlk olarak Huawei ve ZTE'nin piyasayı eline geçirmiş olması teknik ve fiyat tabanlı rekabetçi ürünlerin anlaşmaların oluşturulmasında uzun vadeli ilişkilere göre daha başarılı olduğunu göstermektedir. İkinci olarak Samsung'un dünyanın ilk LTE destekli telefonunu (Samsung Craft) geliştiren bir mobil telefon üreticisi olması bir alandaki gücünü başka bir alana yönlendirmesine yardımcı olacaktır. Son olarak Samsung bölgede Yota ile kritik bir ilişkiye sahiptir. Yota Mart 2011'de Rusya'nın 4G LTE şebekesini kuracak şirket olarak seçilmiş olup Samsung ve Huawei Yota'nın daha önce Rusya, Beyaz Rusya ve Nikaragua'da gerçekleştirdiği WiMAX yaygınlaştırmasında temel hizmet sağlayıcıları olmuştur.

Yota, Vimpel-Com, MegaFon, MTS ve Rostelecom işletmecilerinin Rusya'da 180 şehir ve 70 milyon insana sağlayacakları yüksek hızlı şebekenin taşeronu olacaktır. Yota 2011-2014 arasında şebekeyi oluşturmak için bankalardan 2 milyon dolar kredi çekmeyi

planlamaktadır. Bu durum anlaşmanın büyüklüğünü gözler önüne sermektedir. Daha da ötesi şebeke 2014'te hazır olmak durumundadır ve durum da Samsung'a Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine ek olarak dünya çapında yapılacak LTE yaygınlaştırmalarından önce önemli bir deneyim ve konum kazandıracaktır. Rus Devletince endüstriyel bir konsorsiyum olarak oluşturulan ve devlete ait olan Rostekhnologii Şirketinin (Yota'nın %25,1'ine sahiptir) Genel Direktörü Sergei Chemezov Mart 2011'de firmanın Samsung, Huawei ve diğer firmalarla Rusya'da 4G ekipmanı üretecek bir ortaklık kurulması için iletişime geçeceğini belirtmiştir. BMI'ya göre, Rusya'nın LTE'yi yaygınlaştırması Samsung için yerel Rus firmalarıyla ortaklık sağlayarak ve kendisi de küresel amaçlara sahip Yota ile ilişkilerini sürdürerek şebeke ekipmanı sağlayıcılığı alanında büyümesi için önemli bir motivasyon kaynağı olacaktır.

Tablo: Samsung'un 4G Anlaşmaları

Tarih	Ülke	Müşteri	Anlaşma
Eylül-10	Bulgaristan	Max Telecom	Şebeke geliştirme, işletmecinin genişbant 3.5GHz'de WiMAX kullandığı 802.16e şebekesinin iyileştirilmesi ve kapsama alanının %15'ten %65'e çıkartılması.
Eylül-10	Ukrayna	Intellecom	WiMAX hizmetlerinin iki şehirden 2013'e kadar tüm ülkeye yayılması ve WiMAX çözümleri için anlaşmalar.
Mart-10	Rusya	Yota	Şirketin şebeke kapsamasını 2010'da üç şehirden 15 şehre, 2014'te ise tüm ülke çapında 180 şehre genişletmek için 5000'den fazla mobil WiMAX baz istasyonu

			ve Erişim Kontrol Yönlendirici sağlanması.
2010 İlk Yarı	Beyaz Rusya	Yota	WiMAX şebekesinin yaygınlaştırılması için şebeke çözümleri ve baz istasyonu sağlanması.
Ekim-09	Rusya	Yota	WiMAX teknolojisinin geliştirilmiş bir türü olan WiMAX 2.0 testi. Yota 802.16m standart baz istasyonunun şebekesinde 2010 sonuna kadar kullanılacağını planladığını duyurmuştur. İşletmeci Samsung'un bu çözümünün 4G LTE teknolojisinden daha iyi standartlar sunacağını iddia etmektedir.
Haziran-09	Litvanya	Litvanya Radyo Televizyon Merkezi	Başkent de dahil olmak üzere beş şehirde Samsung-WiMAX şebekesi sağlanması.
2008 Son Çeyrek	Rusya	Scartel	Moskova ve St. Petersburg'ta WiMAX şebekesinin kurulması.

Kaynak: BMI