

udpegede produkt- og tjenestemarkeder. Det relevante geografiske marked vil kunne være hele Danmark, men det kan også være mindre (landsdele, byområder, øer etc.) eller større (flere lande eller områder i flere lande).

IT- og Telestyrelsen kan desuden ud fra styrelsens egen vurdering afgrænse andre relevante produkt- og tjenestemarkeder for styrelsens markedsundersøgelser, end de markeder der fremgår af henstillingen. IT- og Telestyrelsen kan således – både i forbindelse med styrelsens vurderinger af de markeder, der er udpeget i Europa-Kommissionens henstilling, og på andre tidspunkter, hvor der ikke foreligger en fornyet vedtagelse af henstilling fra Europa-Kommissionen – selv udpege andre markeder, som analyseres med henblik på vurderinger af konkurrencen og eksistensen af virksomheder med stærk markedsposition.

Forslaget til bestemmelsen medfører i øvrigt, at IT- og Telestyrelsen indstiller en igangværende markedsundersøgelse, såfremt Europa-Kommissionen vedtager en fornyet henstilling, som ændrer fundamentalt ved forudsætningerne for den igangværende undersøgelse. I så fald påbegynder IT- og Telestyrelsen i stedet en ny markedsundersøgelse med udgangspunkt i den nye henstilling.

Til nr. 2

Det er forudsat i rammedirektivet, at Europa-Kommissionen regelmæssigt tager sine retningslinjer for markedsanalyser og beregning af stærk markedsposition i henhold til EU-rammebestemmelserne for elektroniske kommunikationsnet og -tjenester op til revision for at sikre, at de til stadighed er hensigtsmæssige på et marked i hastig udvikling. IT- og Telestyrelsens hensyntagen til Kommissionens telespecifikke retningslinjer vil derfor til enhver tid skulle ske i forhold til den senest opdaterede version af disse.

Til § 84 c

Bestemmelsen følger af reglerne i rammedirektivets artikel 16.

Til stk. 1

Formålet med den enkelte markedsanalyse er at foretage en vurdering af, om der er reel konkurrence på markedet. Såfremt konklusionen på en markedsanalyse er, at der ikke er reel konkurrence på et konkret markedsområde, vil det desuden skulle klarlægges,

1) hvilke virksomheder der indtager de i § 84d nævnte stærke markedspositioner – og dermed en

identifikation af, hvilke virksomheder der skal omfattes af sektorspecifikke forpligtelser, samt

2) hvilke konkrete markedsforhold og markedsproblemer, der især er afgørende for konklusionen om, at der ikke er reel konkurrence – og dermed en identifikation af hvilke forpligtelser fra §§ 21a-21c, § 35, stk. 2, § 51 og § 76a det vil være passende at bringe i anvendelse med henblik på at fremme konkurrencen på dette markedsområde.

Som det fremgår af forslaget til bestemmelsens ordlyd, er det ikke forudsat, at IT- og Telestyrelsen i selve markedsanalyserne om reel konkurrence undersøger de ovenfor nævnte pkt. 1) og 2), men idet disse forhold under alle omstændigheder vil skulle klarlægges til brug for styrelsens vurderinger efter § 84d og styrelsens afgørelser efter §§ 21a-21c, § 35, stk. 2, § 51 og § 76a, vil det i langt de fleste tilfælde være hensigtsmæssigt at foretage en samtidig indhentning af data, analyser og vurderinger af alle disse forhold under ét med henblik på at fremme en hurtigere afklaring af retstilstanden for udbydere, der er udpegede til at have en stærk markedsposition.

De enkelte markedsanalyser omfang og nærmere indhold med hensyn til konkrete forhold og indikatorer mv. vil afhænge af, om analysen begrænses til en vurdering om reel konkurrence, eller om der foretages den samtidige undersøgelse af de ovenfor nævnte forhold under ét. Som udgangspunkt vil analysen dog indeholde undersøgelse af indikatorer om markedsandele, priser, markedsbarrierer, økonomiske og strukturelle forhold samt efterspørgselsforhold.

Markedsanalyserne gennemføres desuden under iagttagelse af den senest opdaterede version af Europa-Kommissionens telespecifikke retningslinjer for markedsanalyser og vurdering af stærk markedsposition.

Til stk. 2

Efter forslaget til bestemmelsen inddrager IT- og Telestyrelsen Konkurrencestyrelsen i forbindelse med markedsafgrænsningen som nævnt i § 84b, gennemførelsen af markedsanalyserne, nævnt i stk. 1, og i forbindelse med udpegning af virksomheder med stærk markedsposition, som nævnt i § 84d, i de tilfælde, hvor et sådant samarbejde er hensigtsmæssigt.

Kommissionens har i sine retningslinjer for markedsanalyse og beregning af stærk markedsposition i henhold til EU-rammebestemmelserne for elektroniske kommunikationsnet og -tjenester bl.a. fremhævet følgende: »Ifølge artikel 16, stk. 1, i rammedirektivet skal de nationale tilsynsmyndigheder inddrage de na-