

vidt sådanne ændringer eller tilbagetrækninger ikke vil have negative følger for:

- 1) Slutbrugernes adgang til radio- og tv-transmissioner, -kanaler og -tjenester som fastsat i medfør af § 6 i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.
- 2) Mulighederne for reel konkurrence på detailmarkederne for digitale tv- og radio-spredningstjenester, adgangsstyringssystemer og andre tilhørende faciliteter.

*Stk. 3.* Samtidig med afgørelse om ændring eller ophævelse af forpligtelser fastsat i medfør af § 83 b skal IT- og Telestyrelsen træffe afgørelse om, hvorledes underretningen af parter, der berøres af, af forpligtelser ændres eller ophæves, skal ske. Parter, der berøres heraf, skal underrettes herom i passende tid i forvejen.

**§ 83 d.** IT- og Telestyrelsen fører tilsyn med overholdelse af regler fastsat i medfør af §§ 83 a og 83 b.

*Stk. 2.* IT- og Telestyrelsen kan ved konstatering af overtrædelser af regler fastsat i medfør af §§ 83 a og 83 b give multipleksoperatører, udbydere af adgangsstyringstjenester og indehavere af den industrielle ejendomsret til adgangsstyringsprodukter og -systemer påbud om at bringe forholdene i overensstemmelse med disse regler.«

77. § 84 ophæves, og i stedet indsættes:

»Kapitel 20 b

*Markedsundersøgelser og forholdet til konkurrencelovgivningen*

**§ 84 a.** IT- og Telestyrelsen gennemfører med regelmæssige mellemrum markedsundersøgelser med henblik på at træffe afgørelse efter §§ 21 a og 21 b, § 35, stk. 2, § 51 og § 76 a.

**§ 84 b.** Til brug for de i § 84 a nævnte markedsundersøgelser afgrænser IT- og Telestyrelsen relevante markeder tilpasset danske forhold under hensyntagen til

- 1) Europa-Kommissionens henstilling om relevante produkt- og tjenestemarkeder og
- 2) Europa-Kommissionens retningslinjer for markedsanalyser og vurdering af stærk markedsposition.

*Stk. 2.* IT- og Telestyrelsen følger procedurer i overensstemmelse med regler fastsat i medfør af § 84 f, såfremt IT- og Telestyrelsen udpeger markeder, der afviger fra Europa-Kommissio-

nens henstilling om relevante produkt- og tjenestemarkeder.

**§ 84 c.** IT- og Telestyrelsen analyserer de relevante markeder, der afgrænses efter bestemmelserne i § 84 b, med henblik på at vurdere, hvorvidt der er reel konkurrence på disse markeder.

*Stk. 2.* Markedsanalyserne som nævnt i stk. 1, afgrænsningen af markeder som nævnt i § 84 b og udpegning af virksomheder med stærk markedsposition som nævnt i § 84 d foretages, hvor det er hensigtsmæssigt, i samarbejde med Konkurrencestyrelsen.

*Stk. 3.* Markedsanalyserne som nævnt i stk. 1 foretages sammen med tilsynsmyndigheder i andre lande, når Europa-Kommissionen har udpeget et transnationalt marked, med henblik på at foretage en koordineret vurdering af, hvorvidt der er reel konkurrence på dette transnationale marked.

**§ 84 d.** Hvis en markedsanalyse efter § 84 c viser, at der ikke er reel konkurrence på et relevant marked, skal IT- og Telestyrelsen udpege virksomheder med en stærk markedsposition på det pågældende marked med henblik på at træffe afgørelse efter §§ 21 a og 21 b, § 35, stk. 2, § 51 og § 76 a.

*Stk. 2.* En virksomhed anses for at have en stærk markedsposition, hvis den enten alene eller i fællesskab med andre indtager, hvad der svarer til en dominerende stilling. Det vil sige en økonomisk styrkeposition, der giver den magt til i betragtelig grad at kunne handle uafhængigt af konkurrenter, kunder og forbrugere.

*Stk. 3.* Vurderingen af, om to eller flere virksomheder indtager en kollektivt dominerende stilling på markedet, foretages i overensstemmelse med fællesskabsretten og under hensyntagen til Europa-Kommissionens retningslinjer for markedsanalyser og vurdering af stærk markedsposition samt bilag II til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/21/EF.

*Stk. 4.* Når en virksomhed har en stærk markedsposition på et bestemt marked, vil IT- og Telestyrelsen også kunne udpege virksomheden til at have en stærk markedsposition på et nært beslægtet marked, hvis forbindelserne mellem de to markeder muliggør, at markedspositionen på det ene marked kan overføres til det andet marked og dermed yderligere styrke virksomhedens markedsposition.