El futuro de los operadores en España, convergencia y 4G

Madrid, 11 de junio de 2015

¿quienes somos?

Orange operador mayorista por vocación

- Orange es el primer operador Wholesale no incumbente del mercado español en cifra de negocio.
- **Vocación de liderazgo en la prestación de servicio a terceros operadores**

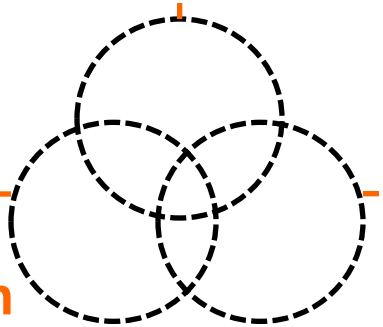
Cifras	Servicios	Clientes
+ de **150 ITXs** **(IP, TDM)** **OES**	**Tráfico Int´**	Principales TIER 1
+ de 400 ITX s grupo Orange	**Tránsito doméstico**	TIER 2 y clientes Étnicos
+ de **2.000** MMin/año	**Tránsito IP**	**MVNO full ***
de tráfico Internacional	**SMS, A2P**	* Albergados o no en la red de Orange
	Capacidad	
	Acceso ADSL	

Una trayectoria consistente que lo prueba

Innovación Tecnológica

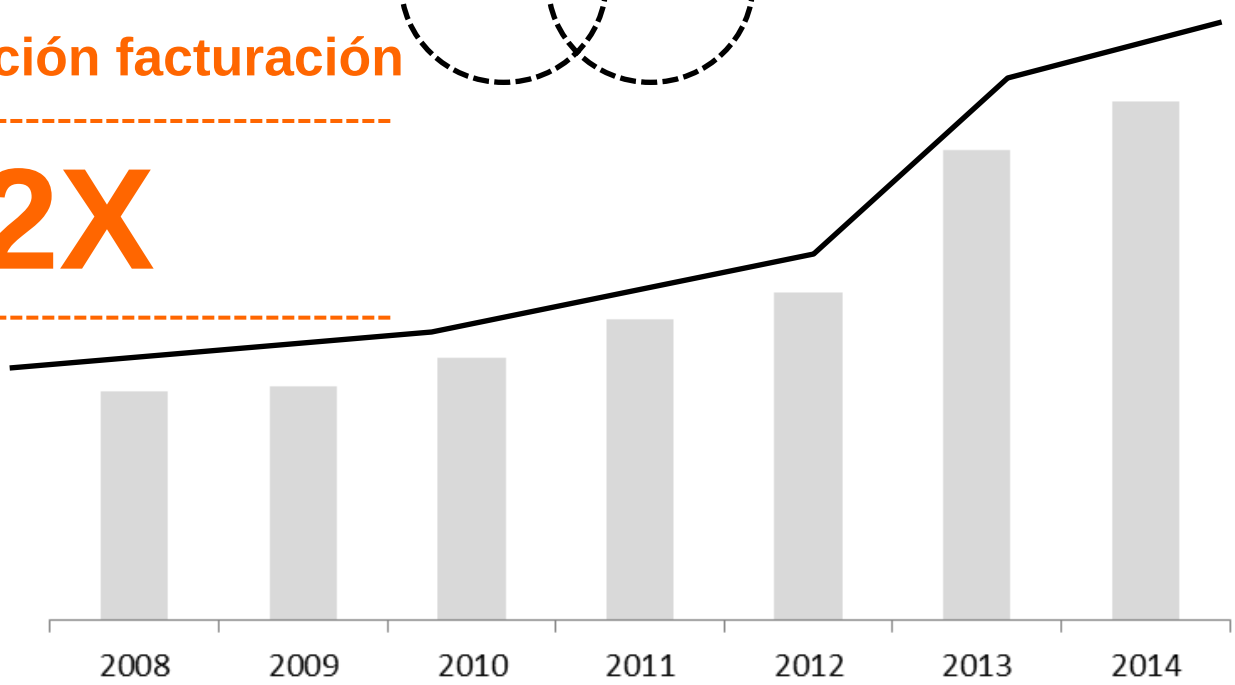
Nuevos mercados

Mejora de procesos



Evolución facturación

2X



Una clara visión comercial en servicios mayoristas móviles

Nuestra visión

El desarrollo del negocio común entre un OMV y su host, requiere una relación de colaboración estrecha entre ambos, en un contexto de “win win”, enmarcado en un modelo de relación basado en reglas claras, con perspectiva de largo plazo, amparada por la coherencia y consistencia con el transcurso del tiempo

Nuestra propuesta de valor

Esas fueron nuestras premisas al lanzar el primer OMV del mercado español en 2006 y esas siguen siendo hoy nuestras prioridades

Orange y sus clientes OMVs hoy

Alojamos 15 OMVs en nuestra red y 12 marcas

Con más de 3, 8 millones de clientes activos. Aprox 47% de ms

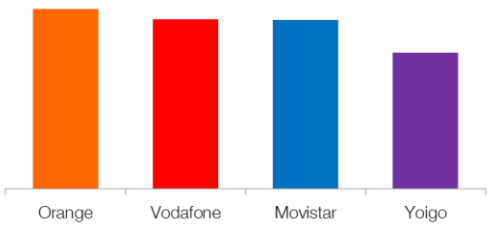
Soportando todos los modelos de OMVs, arquitecturas y tipos de servicios

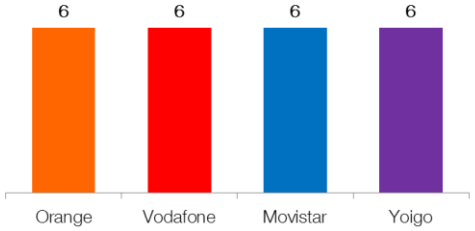
Con 5 acuerdos en marcha para Servicio 4G

Orange lidera la cobertura 4G en poblaciones de mas de 50.000 habitantes, y somos segundos en el resto…

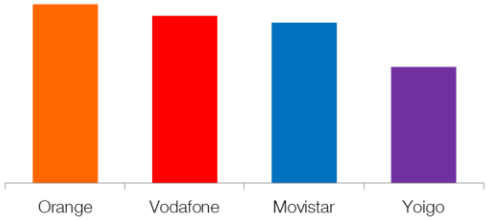
Estimated # sites 4G | **# Municipalities 4G**

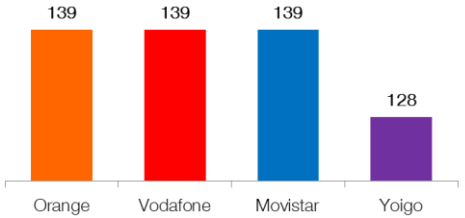
> 500 K hab



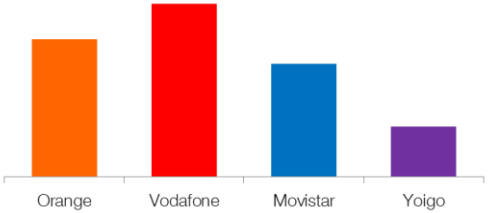


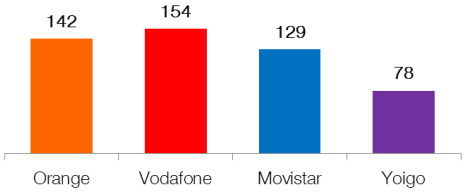
50- 500 K hab





25- 50 K hab





…. red 4G de la que disfrutan todos nuestros clientes finales y mayoristas en las mismas condiciones de calidad y capilaridad…

Confidential Orange – Steerco LTE

el mercado español

Ofertas convergentes

- **Las ofertas convergentes lideran el crecimiento del mercado:** el ratio de altas móviles convergente/no-convergente ha evolucionado en el segmento residencial de un 50%/50% (1T 2014) al actual de 70%/30%.

- La regulación impone la **obligación de replicabilidad**, tanto técnica como económica, de las **ofertas del operador dominante.**

- A pesar de esta obligación de replicabilidad, **Telefónica lanzó sus ofertas Fusión, incluyendo el servicio de TV gratis**

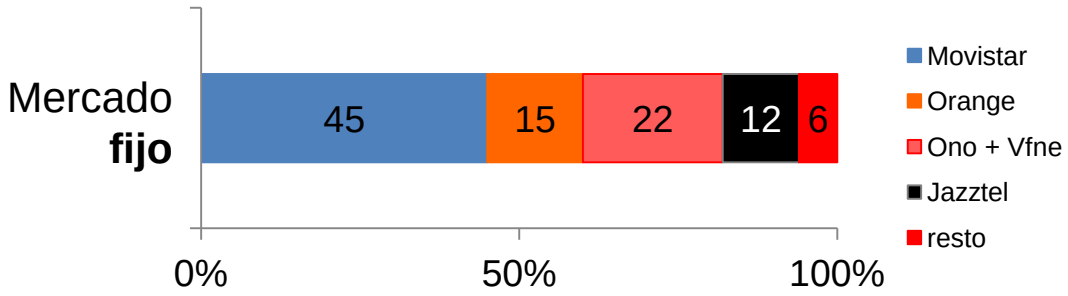
- Siendo además el **único operador con una red de fibra desplegada** inaccesible para terceros

- **El acceso a los contenidos TV** es un elemento esencial para construir una oferta convergente sólida. DTS y Telefónica controlan los derechos de contenidos más relevantes.

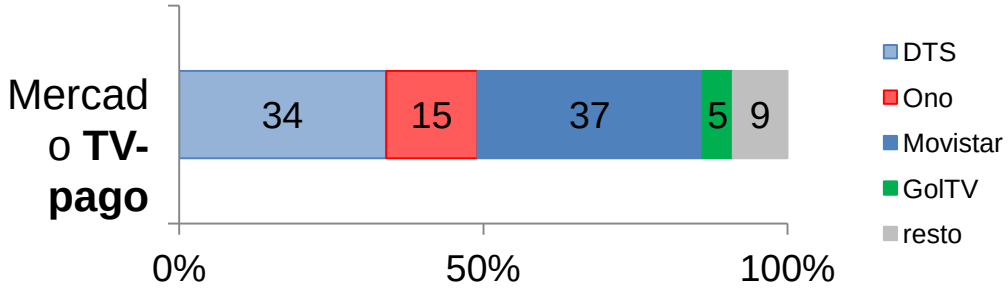
- Tras el **proceso de concentración Telefónica-DTS** no hay garantías suficientes de emular las ofertas de TV. La oferta que Telefónica está presentando confirma que hay razones para preocuparse por la sostenibilidad competitiva del mercado

Resumen del mercado español

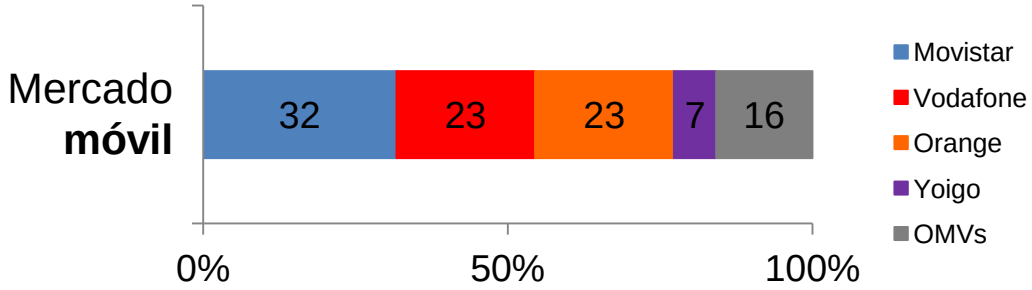
CONVERGENCIA



- **Dominancia de Telefónica**
- Rápida evolución hacia la fibra, despliegue de los principales operadores.
- **Despliegue dominante de Telefónica**
  - Cobertura FTTH del 50% al final de 2014 => 10 M de UUII
  - En la actualidad más de 1,3 M de clientes.



- **Concentración Telefónica + DTS** con **71%** de los clientes.
- Clientes **TV pago** suponen hasta el **30% de los clientes de banda ancha**.
- **Telefónica-DTS con exclusividad en el contenido premium.**



- 4 operadores de red y **30 OMVs**
- **OMVs lideran la captación** en el mercado.
- **Inversiones masivas en redes de nueva generación 4G**.
  - 1.500 M€ en espectro
  - 2.000 M€ en inversión de red

¿qué necesitamos para garantizar sostenibilidad del mercado?

Claras asimetrías en la regulación de los servicios en paquetes convengentes

- **Acceso mayorista a fibra actualmente**:
  - No hay servicio disponible superior a 30 Mbps.
  - Sólo disponible a nivel regional y no local.
  - Se permite lanzamiento de servicios minoristas sin garantizar la previa replicabilidad de los mismos

- **Debe garantizarse replicabilidad técnica y económica:**
  - La metodología que utiliza la CNMC tiene limitaciones al infravalorar algunos costes comerciales asociados a las contrataciones móviles, lo que puede dar “falsos negativos” en tests de squeeze.
  - Valoración de los costes de contenidos de TV en función de los de Telefónica y no de los competidores.
  - Garantizar adecuación de los test de análisis de ofertas a las distintas dominancias del mercado. No es lo mismo dominancias individuales que dominancias colectivas. Un tratamiento igual introduciría distorsiones competitivas indeseadas.

… con especial preocupación por el acceso a contenidos

- Telefónica controla **el 86% del mercado de TV de pago**

- La entidad resultante controlará la mayoría de los contenidos, consecuencia de sus acuerdos con las Majors y la adquisición de derechos audiovisuales de fútbol, a la vez que **fomenta el servicio de TV mediante su inclusión gratuita en los productos Fusión**.

- La **contaminación** de la dominancia en el mercado de TV de pago **hacia los mercados de comunicaciones electrónicas es palpable** y debe ser atajada de forma preventiva y no hay ninguna medida específica en este sentido.

- La CNMC **aprobó la operación** aceptando los **compromisos de Telefónica**, a todas luces **insuficientes**

- La oferta mayorista que Telefónica pondrá en el mercado de manera inminente será sin duda un anticipo