



**Persbericht**  
**29 september 2009**

## **KPN Group Belgium reageert op het persbericht van het Auditoraat Raad voor de Mededinging over misbruik van dominante positie door Belgacom**

**Brussel, 29 september 2009. KPN Group Belgium (BASE) en KPN Belgium (TELE2) hebben vandaag kennis genomen van het persbericht van het Auditoraat bij de Raad voor de Mededinging waarin laatstgenoemde aangeeft dat Belgacom haar dominante positie op de telecommarkt heeft misbruikt via haar Happy Time-tariefformule. Dit rapport is het zoveelste bewijs van het constante patroon in het gedrag van de Belgacom-groep waarbij zij al jaren probeert om de concurrentie op de Belgische telecom markt op ongeoorloofde wijze in de kiem te smoren. Na het eerder weerhouden misbruik op de mobiele bedrijvenmarkt, waarbij Proximus door de Raad voor de Mededinging werd veroordeeld tot een boete van 66 miljoen €, bevestigt het Auditoraat nu dat Belgacom haar dominantie eveneens heeft misbruikt op de vaste consumentenmarkt.**

De rechtszaak Happy Time draait rond de succesformule van Belgacom die op 1 juni 2005 werd gelanceerd, voor gratis nationale (vaste) oproepen tusschen 17u en 8u (off peak, terwijl off peak tot dan bij Belgacom maar begon om 19u). Binnen de 7 maanden had Belgacom 1.000.000 Happy Time klanten. De markt interpreteerde Happy Time als een voor Belgacom uitzonderlijk agressief en voordelig aanbod. De indruk werd gewekt dat Belgacom een zeer competitief en voordelig aanbod in de markt had gelanceerd.

In werkelijkheid bleek Happy Time echter de alternatieve operatoren uit de markt te duwen, zoals het geval was met TELE2, dat tot op dat moment nog zeer succesvol was als low cost operator. Op basis van de wholesale-tarieven die zij aan Belgacom diende te betalen voor het gebruik van het Belgacom-netwerk, kon TELE2 immers enkel concurreren met het Happy Time-tarief als zij bereid was om haar diensten met verlies te verkopen ('margin squeeze'). Vermits TELE2 als alternatieve operator voor een groot deel afhankelijk was van het netwerk van Belgacom voor het aanbieden van haar diensten, had dit onvermijdelijk een enorme negatieve impact op de resultaten van TELE2.

TELE2 besloot 2 acties te ondernemen na analyse van het dossier. Eerst vroeg het tussentijdse maatregelen aan de Raad voor de Mededinging wegens misbruik van dominante positie door Belgacom door het toepassen van een margin squeeze. Het Auditoraat oordeelde op 19 augustus 2005 dat TELE2 wel degelijk benadeeld werd. De Raad zelf oordeelde echter op 1 september 2006 dat er geen tussentijdse maatregelen nodig waren. TELE2 ging hiertegen in



beroep en op 18 december 2007 oordeelde het Hof van Beroep dat TELE2 gelijk had in zijn pleidooi.

Met dat arrest van het Hof van Beroep in de hand, startte TELE2 vervolgens een procedure ten gronde voor misbruik van dominante positie door Belgacom (“margin squeeze”), enerzijds door op 18 april 2008 een vordering tot schadevergoeding in te dienen bij de Rechtbank van Koophandel in Brussel en anderzijds door een klacht ten gronde neer te leggen bij het Auditoraat. De Rechtbank van Koophandel heeft nog geen uitspraak gedaan, de pleidooien hiervoor sluiten in de loop van deze week.

Het rapport dat het Auditoraat vandaag heeft bekend gemaakt, heeft betrekking op de klacht ten gronde van TELE2. Dit rapport wordt thans overgemaakt aan de Raad voor de Mededinging die hieromtrent een finale beslissing zal nemen.

Het misbruik van Belgacom inzake Happy Time heeft onmiskenbaar een negatieve invloed gehad op de groei van TELE2 en haar ambities om in België concurrentie te creëren op niveau van de vaste telefonie. Het rapport van vandaag toont aan dat de mededingingsautoriteiten in België opnieuw hun rol spelen als orgaan om vrije concurrentie in België ooit mogelijk te maken. Tegen de achtergrond van de boete van 66 miljoen € die de Raad voor de Mededinging recentelijk heeft opgelegd aan Proximus, vertrouwen KPN Group Belgium en KPN Belgium erop dat de Raad haar verantwoordelijkheid opnieuw zal opnemen en dat zij de conclusies van het rapport van het Auditoraat zal overnemen in haar finale besluit.

KPN Group Belgium n.v./s.a. is een 100% dochterbedrijf van KPN Mobiel N.V., de mobiele divisie van Koninklijke KPN N.V. KPN biedt mobiele spraak- en datadiensten aan in Duitsland (E-Plus), België (BASE) en Nederland (KPN, Hi en Telfort). Op het einde van maart 2009, had KPN Group Belgium 573 mensen in dienst, en een marktaandeel in klanten van ca. 24%. In 2008 had KPN Group Belgium een jaaromzet van 647 miljoen euro. Het bedrijf heeft zijn hoofdzetel in Brussel en positioneert zich als innovator in producten en diensten via een gesegmenteerde aanpak. KPN Group Belgium commercialiseert de merken BASE, Ay Yildiz, Simyo, Zoniq & BASE business.

Voor meer informatie:

KPN Group Belgium, Bart Vandesompele  
E-mail: bart.vandesompele@kpngroup.be