



**STANOWISKO CP TELECOM
(OPERATORA CARREFOUR MOVA)
W DEBACIE UKE DOTYCZĄCEJ ASYMETRII MTR**

Warszawa 23 czerwca 2009

- CP Telecom jest Operatorem Carrefour Mova
- Carrefour Mova wystartowała 9 kwietnia 2008 roku
- Oferta dostępna jest w sieci sklepów Carrefour
- Usługi świadczone są w oparciu o sieć dostępową Polkomtel S.A.
- CP Telecom korzysta z własnej platformy billingowej, usługowej, systemu CRM, self-care, call center.



- Wysoki poziom stawek MTR powiązany z asymetrią dla wybranych przedsiębiorstw telekomunikacyjnych
- Regulacje wspierające wybrany model MVNO tzw. full MVNO

- Wysoki poziom stawek MTR oraz asymetria stawek MTR dla wybranych przedsiębiorców stwarza znaczące bariery rozwoju dla Carrefour Mova,
- Aktualne warunki w zakresie asymetrii i wysokości stawek MTR powodują, że wybrane przedsiębiorstwa telekomunikacyjne otrzymują od Regulatora premię, która dodatkowo wspiera ich rozwój,
- Nowi gracze MVNO w tym Mova z uwago na brak premii regulacyjnej musi ponosić dodatkowe koszty prowadzenia biznesu (biorąc pod uwagę aktualne stawki oraz strukturę ruchu jest to koszt kilku groszy).

REGULACJE WSPIERAJĄCE WYBRANY MODEL MVNO tzw. FULL MVNO



- Prezes UKE deklaruje chęć wspierania wszystkich MVNO bez względu na model funkcjonowania,
- Model funkcjonowania MVNO powinien być podejmowany w oparciu o decyzje biznesowe - wszystkie MVNO posiadają taką samą infrastrukturę teleinformatyczną, różnią się sposobem jej pozyskania (Mova posiada własny system billingowy, platformę usługową, CRM, CC, itp.- korzysta natomiast z sieci Polkomtel w tym także tzw. punktów styków),
- Regulacje mają krytyczne znaczenie dla funkcjonowania i rozwoju MVNO zarówno co do ich przewidywalności jak i równego traktowania wszystkich nowych graczy.

- Mova podobnie jak inni MVNO wnoszą dodatkową wartość na rynku telekomunikacyjnym, której nie są w stanie dostarczyć operatorzy MNO,
- MVNO zwiększają konkurencyjność rynku, dostarczamy wyróżniki charakterystyczne tylko dla MVNO(np. minuty za zakupy) ,
- Poza atrakcyjną ceną budujemy dodatkowe usługi i integrujemy systemy telekomunikacyjne z własnymi usługami/programami (np. uczestnicy programu lojalnościowego Carrefour Rodzyinka poprzez odpowiedni kod mogą wymieniać punkty programu na minuty),
- MVNO zwiększają atrakcyjność, innowacyjność i nowoczesność rynku telekomunikacyjnego.

MVNO POTRZEBUJE SILNIEJSZEGO WSPARCIA REGULATORA

- MVNO budowane są w oparciu o niskie koszty funkcjonowania w porównaniu do „wielkich” operatorów (zdecydowanie niższe budżety marketingu),
- MVNO musi dostarczyć atrakcyjną cenę, atrakcyjny „wyróżnik”, wysoką jakość usług przy jednoczesnym budowaniu wiarygodności i rozpoznawalności marki,
- Biznes MVNO obarczony jest więc dużym ryzykiem - wysoka bariera wejścia i wyjścia z biznesu (pierwsi operatorzy zrezygnowali, inni nie uruchomili oferty),
- Krytyczna jest więc rola Regulatora, aby wszyscy nowi gracze posiadali takie same warunki wejścia, rozwoju i konkurowania oraz znana była strategia zmian regulacyjnych