



## EXPUNERE DE MOTIVE

### **la proiectul Deciziei privind completarea Deciziei președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații nr.136/2002 pentru aprobarea Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice**

Potrivit prevederilor art.1 alin.(3) din Legea nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice, ANRC „asigură promovarea concurenței, precum și protecția drepturilor și intereselor utilizatorilor finali, astfel încât aceștia să obțină un maximum de beneficii în condițiile unei piețe concurențiale, în ceea ce privește diversitatea ofertei, tarifele și calitatea serviciilor.” În vederea atingerii acestor obiective, ANRC identifică piețele relevante specifice cu amănuntul, analizează piețele identificate și desemnează, acolo unde este cazul, furnizorii cu putere semnificativă pe aceste piețe, putându-le impune acestora, în mod corespunzător, una sau mai multe dintre obligațiile prevăzute la art.15, 16 și 18 din Legea nr.304/2003.

## **1. ETAPELE DEFINIRII PIEȚELOR RELEVANTE SPECIFICE CU AMĂNUNTUL**

### **1.1. Segmentarea sectorului comunicațiilor electronice**

Conform dispozițiilor Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice, aprobat prin Decizia președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații nr.136/2002, completată prin Decizia președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații nr.174/2003, definirea pieței relevante a produsului pornește de la segmentarea sectorului comunicațiilor electronice în funcție de următoarele distincții:

- rețele publice de comunicații electronice și servicii de comunicații electronice destinate publicului/rețele și servicii de comunicații electronice furnizate pentru nevoi proprii;
- piețe cu amănuntul/piețe de gros;
- furnizare de rețele și servicii de comunicații electronice/furnizare de infrastructură asociată;
- furnizare la puncte fixe/furnizare la puncte mobile;
- servicii de telefonie destinate publicului/alte servicii;
- servicii oferite consumatorilor/servicii oferite celorlalți utilizatori finali.

Astfel, următoarele segmente din sectorul serviciilor de comunicații electronice cu amănuntul au fost supuse, la data de 27 august 2003, unei *consultări publice preliminare privind identificarea piețelor cu amănuntul din sectorul comunicațiilor electronice* (consultare încheiată la data de 15 aprilie 2004), în vederea stabilirii piețelor relevante specifice:

1. *Accesul la rețeaua publică de telefonie fixă;*

2. *Apelurile locale furnizate la puncte fixe;*
3. *Apelurile naționale furnizate la puncte fixe;*
4. *Apelurile internaționale furnizate la puncte fixe;*
5. *Apelurile fix – mobil;*
6. *Accesul de tip dial-up și ISDN la Internet;*
7. *Accesul la Internet în bandă largă;*
8. *Furnizarea serviciilor de linii închiriate.*

În cadrul procesului de definire a piețelor relevante cu amănuntul, ANRC a cercetat, pentru fiecare segment de piață în parte, necesitatea separării în funcție de utilizatorii-persoane fizice și utilizatorii-persoane juridice.

Având în vedere că România a adoptat noul acquis comunitar în domeniul comunicațiilor electronice, segmentarea propusă de ANRC a luat în considerare piețele definite în Recomandarea Comisiei Europene C(2003)497/11.02.2003 privind piețele relevante ale produselor și serviciilor din sectorul comunicațiilor electronice susceptibile de a fi reglementate ex-ante în conformitate cu Directiva 2002/21/CE privind cadrul comun de reglementare a rețelelor și serviciilor de comunicații electronice. Conform reglementărilor europene menționate, următoarele piețe cu amănuntul sunt susceptibile de a constitui obiectul aplicării măsurilor de reglementare:

1. *Piața accesului la rețeaua publică de telefonie fixă – persoane fizice;*
2. *Piața accesului la rețeaua publică de telefonie fixă – persoane juridice;*
3. *Piața apelurilor locale și/sau naționale furnizate la puncte fixe – persoane fizice;*
4. *Piața apelurilor locale și/sau naționale furnizate la puncte fixe – persoane juridice;*
5. *Piața apelurilor internaționale furnizate la puncte fixe – persoane fizice;*
6. *Piața apelurilor internaționale furnizate la puncte fixe – persoane juridice;*
7. *Piața furnizării serviciilor de linii închiriate (setul minim).*

Pentru identificarea piețelor relevante specifice cu amănuntul, ANRC a analizat condițiile concrete existente pe piață și a estimat schimbările viitoare în structura și funcționarea pieței, pornind de la caracteristicile și evoluția piețelor din țările europene cu un cadru de reglementare bazat pe principii similare.

În vederea obținerii unor informații complete și corecte, care să reflecte cu acuratețe realitatea pieței românești de comunicații electronice, ANRC a realizat studii de piață atât în rândul utilizatorilor finali<sup>1</sup>, cât și în rândul furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> În perioada ianuarie – martie 2004, prin intermediul S.C. Daedalus Consulting S.R.L., au fost realizate 4 studii de piață în rândul utilizatorilor finali:

– *Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe, în cazul utilizatorilor persoane fizice* (un studiu calitativ realizat în perioada 13 – 26 ianuarie 2004, pe un număr de 12 focus-grupuri în București, Constanța, Iași, Brașov și Timișoara, și un studiu cantitativ realizat în perioada 14 – 21 februarie 2004, pe un eșantion reprezentativ la nivel național de 1044 persoane fizice - utilizatori ai serviciilor de telefonie, cu vârsta mai mare de 18 ani) [http://www.anrc.ro/ro/sdpr\\_tf.htm](http://www.anrc.ro/ro/sdpr_tf.htm);

– *Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe, în cazul utilizatorilor persoane juridice* (studiu cantitativ realizat în perioada 26 – 31 ianuarie 2004, pe un eșantion de 681 persoane juridice) [http://www.anrc.ro/ro/sdpr\\_tj.htm](http://www.anrc.ro/ro/sdpr_tj.htm);

– *Studiu privind utilizarea Internetului, în cazul utilizatorilor persoane fizice* (studiu cantitativ realizat în perioada 8 – 18 februarie 2004, pe un eșantion reprezentativ la nivel național de 1068 de persoane fizice - utilizatori de Internet din mediul urban, cu vârsta cuprinsă între 15 și 50 ani) [http://www.anrc.ro/ro/sdpr\\_if.htm](http://www.anrc.ro/ro/sdpr_if.htm);

– *Studiu privind utilizarea Internetului, în cazul utilizatorilor persoane juridice* (studiu cantitativ realizat în perioada 26 ianuarie – 13 februarie 2004, pe un eșantion reprezentativ la nivel național de 650 de persoane juridice – utilizatori de Internet) [http://www.anrc.ro/ro/sdpr\\_ij.htm](http://www.anrc.ro/ro/sdpr_ij.htm);

<sup>2</sup> În perioada 23 februarie – 19 martie 2004, ANRC a realizat un studiu calitativ la nivelul furnizorilor și al asociațiilor de furnizori de rețele și servicii de comunicații electronice, pentru a determina caracteristicile segmentelor pieței cu amănuntul din domeniul comunicațiilor electronice, substituibilitatea ofertei pentru diferite categorii de servicii și gradul de concurență pe aceste segmente. ANRC a avut întâlniri cu un număr de 30 de furnizori și asociații ale furnizorilor, incluși într-un eșantion reprezentativ la nivelul industriei.

## **1.2. Identificarea piețelor relevante ale produsului și identificarea piețelor geografice relevante**

În conformitate cu prevederile Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice, definirea piețelor relevante presupune **identificarea pieței relevante a produsului și identificarea pieței geografice relevante.**

*Piața relevantă a produsului* reprezintă acea piață a produselor considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și a prețului.

*Piața geografică relevantă* reprezintă zona în care sunt localizați furnizorii produselor din piața relevantă a produsului, zonă în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate fi delimitată de arii geografice vecine datorită unor condiții concurențiale diferite.

Definirea pieței relevante a produsului se realizează pe baza criteriilor substituibilității cererii și substituibilității ofertei, criterii prin care se pot determina constrângerile concurențiale asupra comportamentului de stabilire a tarifelor de către furnizorii de servicii. În procesul definirii piețelor relevante ale produsului, ANRC a analizat două tipuri de constrângeri concurențiale: măsura în care consumatorii pot substitui, într-un timp scurt (de regulă, 1 an), serviciile analizate cu alte servicii, asumându-și costurile schimbării (substituibilitatea cererii), și măsura în care un furnizor de servicii poate crește producția, poate extinde aria de furnizare a serviciilor sau poate să furnizeze serviciile analizate, într-o perioadă rezonabilă de timp și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile, în cazul unei creșteri a tarifelor.

Evaluarea substituibilității cererii și a ofertei se poate realiza pe baza testului monopolistului ipotetic. Un produs sau un grup de produse va determina o piață separată dacă un unic furnizor ipotetic al produsului sau grupului de produse ar putea impune o creștere mică, dar semnificativă și de durată, a tarifelor, fără a pierde un volum de vânzări care să conducă la scăderea profiturilor obținute. În cazul în care creșterea tarifelor ar fi neprofitabilă, datorită faptului că utilizatorii vor substitui produsele cercetate cu alte produse, atunci piața va fi extinsă prin includerea în cadrul acesteia a produselor cu care vor fi substituite.

Identificarea piețelor relevante ale produsului s-a realizat pornind de la un produs sau un grup de produse, la care au fost adăugate alte produse, utilizându-se criteriile *substituibilității cererii și substituibilității ofertei.*

---

De asemenea, în perioada 1 – 31 ianuarie 2004, ANRC a cules date statistice de la furnizorii de rețele și servicii de comunicații electronice, în conformitate cu prevederile Deciziei președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații nr.1332/2003 privind raportarea unor date statistice de către furnizorii de rețele și servicii de comunicații electronice.

### **1.3. Identificarea piețelor relevante specifice**

Identificarea piețelor relevante specifice s-a realizat pe baza analizării următoarelor criterii:

- a) barierele la intrarea pe piață;
- b) dinamica pieței, adică măsura în care evoluția către o concurență efectivă este posibilă fără a fi necesară adoptarea unor reglementări ex-ante;
- c) eficiența dreptului concurenței.

## **2. DEFINIREA PIETELOR RELEVANTE SPECIFICE CU AMĂNUNTUL PENTRU FURNIZAREA SERVICIILOR DE TELEFONIE DESTINATE PUBLICULUI**

### **2.1. Identificarea piețelor relevante ale produsului**

Pornind de la segmentarea prezentată la pct.1.1. și pe baza criteriilor prevăzute la pct.1.2., ANRC a analizat dacă:

- a) nevoile și comportamentul de consum ale diferitelor categorii de utilizatori finali impun o segmentare între utilizatorii-persoane fizice și utilizatorii-persoane juridice;
- b) apelurile de tip VoIP de la un aparat telefonic către un alt aparat telefonic fac parte din piața apelurilor furnizate la puncte fixe;
- c) furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie fixă determină o piață separată de furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie mobilă;
- d) piața apelurilor este diferită de piața furnizării accesului la o rețea publică de telefonie fixă;
- e) piața apelurilor locale (furnizate la un punct fix) este diferită de piața apelurilor naționale (furnizate la un punct fix);
- f) piața apelurilor furnizate la un punct fix este diferită de piața apelurilor furnizate la un punct mobil;
- g) piața apelurilor originare la un punct fix către o rețea publică de telefonie mobilă este diferită de piața apelurilor locale sau naționale (furnizate la un punct fix);
- h) este necesară segmentarea pieței apelurilor internaționale (furnizate la un punct fix) în funcție de destinația apelului.

#### **a) Segmentarea în funcție de utilizatorii-persoane fizice și utilizatorii-persoane juridice**

##### **Substituibilitatea cererii**

Conform datelor rezultate din studiul de piață<sup>3</sup>, 94,8% dintre persoanele juridice înregistrate în Pagini Aurii utilizează servicii de telefonie fixă furnizate de S.C. Romtelecom S.A. De asemenea, majoritatea persoanelor juridice au acces la servicii de telefonie mobilă (87,6%), în timp ce gradul de penetrare al serviciilor de tip VoIP este foarte scăzut (3,9%). În cazul persoanelor juridice care au mai multe puncte de lucru, 72,2% dintre acestea au acces la servicii de telefonie fixă, iar 61,3% la servicii de telefonie mobilă. Numărul de linii telefonice fixe furnizate de S.C. Romtelecom S.A. este de cel puțin două linii pentru 43,4% dintre persoanele juridice chestionate, iar în 60,3% din cazuri există instalate cel puțin două aparate telefonice fixe (tehnologie PSTN).

În ceea ce privește cheltuielile medii lunare cu serviciile de telefonie, atât fixă cât și mobilă, cu abonament, se observă din studiu că valoarea lor crește semnificativ odată cu numărul de angajați ai persoanei juridice, precum și în funcție de cifra de afaceri și domeniul de activitate al persoanei juridice. Astfel, valoarea medie a cheltuielilor lunare cu serviciile de telefonie fixă, cu abonament, este de 55 USD în cazul microîntreprinderilor (persoane juridice cu mai puțin de 10 angajați), de 123 USD, în cazul întreprinderilor mici (persoane juridice

<sup>3</sup> Studiu cantitativ privind folosirea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe în cazul utilizatorilor persoane juridice

având între 10 și 49 de angajați), și de 306 USD în cazul întreprinderilor mijlocii și mari (persoane juridice cu cel puțin 50 de angajați). Pentru cheltuielile cu serviciile de telefonie mobilă, cu abonament, microîntreprinderile alocă, în medie, lunar, 98 USD, întreprinderile mici, 269 USD, iar întreprinderile mijlocii și mari, 921 USD. De asemenea, persoanele juridice cu o cifră de afaceri mai mică de 50.000 USD cheltuiesc, în medie, 46 USD cu serviciile de telefonie fixă, cu abonament, și 75 USD pentru serviciile de telefonie mobilă, persoanele juridice cu cifra de afaceri între 50.000 și 200.000 USD plătesc 88 USD, și, respectiv, 182 USD, iar persoanele juridice cu cifra de afaceri peste 200.000 USD, 192 USD, și respectiv, 467 USD.

Analiza comportamentului de utilizare a serviciilor de telefonie, precum și a ofertei existente pe piață, demonstrează faptul că, la nivelul tuturor categoriilor de utilizatori (persoane fizice și persoane juridice), condițiile concurențiale nu sunt omogene. Existența unor diferențe semnificative între utilizatorii-persoane fizice și utilizatorii-persoane juridice în ceea ce privește nevoile și comportamentul de utilizare a serviciilor de telefonie determină diferențe și în ceea ce privește serviciile furnizate și tarifele practicate de furnizori, pentru fiecare categorie în parte.

Pornind de la comportamentul diferit de utilizare a serviciilor de telefonie al celor două categorii de utilizatori, furnizorii de servicii de telefonie destinate publicului au prezentat oferte diferite din punct de vedere al tarifelor și al serviciilor. Astfel, în cazul utilizatorilor-persoane juridice, deși tarifele de acces la rețea sunt mai mari (un abonament la S.C. Romtelecom S.A., fără minute incluse, pentru persoane fizice costă, în prezent, 3,01 Euro/lună, iar, pentru persoane juridice, 4,91 Euro/lună), pachetele tarifare conțin facilități și reduceri în funcție de volumul traficului, care nu se aplică și persoanelor fizice (de exemplu, S.C. Romtelecom S.A. oferă reduceri pentru apelurile internaționale, dacă valoarea facturii pentru apelurile internaționale efectuate prin rețeaua de telefonie fixă clasică de la posturi de abonat în rețele manuale și automate depășește 44 Euro, valoare pe care o un client-persoană fizică, în mod obișnuit, nu o realizează). Discriminarea în funcție de tarife se datorează disponibilității persoanelor juridice de a plăti mai mult pentru o gamă diversificată de servicii, fiind o consecință firească a nevoilor de consum mai mari și mai variate pe care aceștia le au. De asemenea, existența unor nevoi mari de servicii de telefonie, care depășesc nevoile similare ale persoanelor fizice, are ca rezultat un consum ridicat din partea utilizatorilor-persoane juridice și, deci, sume mai mari plătite pentru serviciile de telefonie. Astfel, un utilizator-persoană fizică cheltuiește lunar, în medie, 490.300 lei (inclusiv TVA) pentru serviciile de telefonie fixă, 275.880 lei (inclusiv TVA) pentru serviciile de telefonie mobilă furnizate prin intermediul cartelelor preplătite și 283.056 lei (inclusiv TVA) pentru servicii de telefonie mobilă cu abonament, în timp ce un utilizator-persoană juridică cheltuiește lunar, în medie, 3.663.000 lei (exclusiv TVA) pentru serviciile de telefonie fixă, 353.100 lei (exclusiv TVA) pentru serviciile de telefonie mobilă furnizate prin intermediul cartelelor preplătite și 8.976.000 lei (exclusiv TVA) pentru serviciile de telefonie mobilă, cu abonament. De asemenea, structura cheltuielilor cu serviciile de telefonie este diferită între utilizatorii finali-persoane fizice și utilizatorii finali-persoane juridice, astfel: 39,1% din valoarea facturii utilizatorilor finali-persoane fizice o reprezintă cheltuielile cu abonamentul, în timp ce acest procent pentru persoanele juridice este de 12,1%.

În acest fel, cea mai mare parte a veniturilor furnizorilor de servicii de telefonie destinate publicului sunt asigurate de utilizatorii-persoane juridice, aceștia reprezentând categoria de utilizatori cea mai profitabilă, ceea ce a determinat apariția unor oferte numeroase și atractive pentru utilizatorii din această categorie. Astfel, intrarea pe acest

segment de piață este mai atractivă decât pe segmentul de piață pentru utilizatori-persoane fizice, determinând intensificarea concurenței, cu efecte benefice directe asupra tarifelor, diversității și calității serviciilor adresate persoanelor juridice.

Ca urmare a diferențelor tarifare existente (tarifele pentru accesul la rețeaua S.C. Romtelecom S.A. pentru persoanele juridice sunt cu **63%** mai mari decât tarifele pentru accesul furnizat persoanelor fizice), este puțin probabil ca un utilizator-persoană fizică să substituie un serviciu adresat utilizatorilor-persoane fizice, cu un serviciu corespunzător adresat persoanelor juridice, în cazul unei creșteri cu 10% a tarifelor. Totodată, pe termen scurt, nevoile diferite ale persoanelor juridice (în funcție de volum, calitate, diversitate, disponibilitate, siguranță) vor reprezenta un obstacol important în alegerea serviciilor adresate utilizatorilor-persoane fizice, în cazul unei creșteri cu 10% a tarifelor.

### **Substituibilitatea ofertei**

Caracteristicile celor două categorii de utilizatori sunt suficient de diferite astfel încât, dacă un furnizor de servicii de telefonie destinate persoanelor juridice dorește să ofere aceleași servicii și persoanelor fizice (a căror caracteristică principală este „sensibilitatea” ridicată la tarife), acesta va fi nevoit să ofere pachete tarifare diferite, care să atragă persoanele fizice pe termen scurt, și va înregistra, în plus, costuri semnificative cu marketingul, pentru a-și face cunoscute ofertele în rândul acestora. În plus, venitul mediu determinat de un utilizator-persoană fizică este mult mai mic decât venitul mediu determinat de un utilizator-persoană juridică, astfel încât, în cazul unei creșteri mici, dar semnificative a tarifului pentru serviciile de telefonie destinate utilizatorilor-persoane juridice, ținând cont de costurile necesare, un furnizor nu va considera atractivă, din punct de vedere al profitabilității, furnizarea serviciilor unor utilizatori cu un consum redus.

Un argument în plus în favoarea segmentării pieței în funcție de categoria de utilizatori este localizarea diferită a acestora. Astfel, în cazul furnizării accesului, localizarea geografică diferită a celor două categorii de utilizatori va reduce gradul de substituibilitate a ofertei, deoarece, în cazul în care un furnizor de acces la o rețea pentru persoane juridice dorește să intre pe piață și să concureze un furnizor de acces la o rețea pentru persoane fizice, acesta ar înregistra costuri nerecuperabile semnificative și ar avea nevoie de un timp îndelungat pentru a-și construi o rețea.

*În concluzie, ANRC va defini piețe relevante diferite pentru utilizatorii-persoane fizice și utilizatorii-persoane juridice, în cazul serviciilor de telefonie destinate publicului.*

### **b) Apelurile de tip VoIP originare de la un aparat telefonic către un alt aparat telefonic sunt incluse în piața apelurilor furnizate la puncte fixe**

Un factor important ce influențează piața cu amănuntul a apelurilor îl reprezintă dezvoltarea rețelelor prin tehnologie IP, care permit implementarea de noi aplicații în domeniul comunicațiilor electronice, telefonia prin tehnologie IP fiind una dintre acestea.

Există mai multe posibilități de a realiza un apel utilizând telefonia IP, ce ar putea substitui un apel utilizând telefonia clasică: apeluri de la un calculator către un alt calculator,

apeluri de la un calculator către un aparat telefonic și apeluri de la un aparat telefonic către un alt aparat telefonic.

Totuși, apelurile de la un calculator către un alt calculator și apelurile de la un calculator către un aparat telefonic implică, din partea utilizatorului, accesul la un calculator, instalarea unui program corespunzător și accesul la Internet. Aceste considerente, precum și cele privind neîndeplinirea unor standarde de calitate, sunt suficiente pentru ca aceste modalități de comunicare să nu fie incluse în piața apelurilor furnizate la un punct fix.

În ceea ce privește apelurile de la un aparat telefonic către un alt aparat telefonic utilizând serviciile de tip VoIP prin intermediul cartelelor preplătite sau serviciile de tip VoIP prin intermediul abonamentelor, acestea sunt incluse în piața apelurilor datorită faptului că nu implică pentru utilizator investiții suplimentare și, mai mult, acesta reușește să-și satisfacă nevoia de comunicare la tarife competitive.

În prezent, în România există furnizori care oferă servicii de telefonie IP, fie prin acces indirect furnizat pe piața de gros, fie prin dezvoltarea propriilor rețele de acces (aproximativ 30 de furnizori oferă apeluri internaționale prin intermediul serviciilor de tip VoIP).

*În concluzie, ANRC va include apelurile de tip VoIP, originare de la un aparat telefonic către un alt aparat telefonic, în piața apelurilor furnizate la un punct fix.*

### **c) Furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie fixă determină o piață diferită de furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie mobilă**

*Furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie presupune punerea la dispoziția utilizatorilor finali a echipamentelor și serviciilor necesare, astfel încât aceștia să poată beneficia în mod permanent de servicii de telefonie destinate publicului. Din punctul de vedere al utilizatorilor, accesul la o rețea publică de telefonie este echivalent cu posibilitatea de a primi și origina apeluri.*

În prezent, există următoarele modalități de acces la rețelele publice de telefonie:

A. Accesul la rețelele publice de telefonie fixă:

- prin linii analogice;
- prin linii digitale ISDN BRA;
- prin linii digitale ISDN PRA;
- prin cablu coaxial;
- prin unde radio;
- prin fibră optică;

B. Accesul la rețelele publice de telefonie mobilă:

- prin rețele mobile terestre;
- prin satelit.

### **Substituibilitatea cererii**

Din punct de vedere al mediului de transmisie utilizat pentru asigurarea accesului la rețelele publice de telefonie, nu există caracteristici funcționale care să determine necesitatea segmentării pieței în funcție de acesta. Astfel, indiferent de mediul de transmisie utilizat (fire metalice torsadate, unde radio, cablu coaxial, fibră optică etc.) se poate asigura o calitate a serviciilor de telefonie destinate publicului suficientă pentru ca utilizatorii să poată substitui mediul de transmisie având în vedere doar tariful acestor servicii.



Pe de altă parte, având în vedere caracteristicile fizice specifice și funcționalitatea fiecărei modalități de acces, precum și serviciile diferite la care utilizatorii pot avea acces prin intermediul diferitelor modalități tehnice, în scopul determinării pieței relevante a produsului, ANRC a analizat dacă **furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie fixă este diferită de furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie mobilă.**

Din punct de vedere al percepției generale, telefonul fix este asociat unei locații fixe (este considerat telefonul casei, al familiei), în timp ce telefonul mobil este perceput ca fiind personal, și presupune o reducere a distanței în raport cu ceilalți. Majoritatea utilizatorilor nu consideră serviciile de telefonie mobilă perfect substituibile cu serviciile de telefonie fixă și, de aceea, nu renunță la abonamentul la serviciile de telefonie fixă în momentul achiziționării serviciilor de telefonie mobilă. Relevante în acest sens sunt datele statistice din ultimii ani și informațiile rezultate din studiul de piață efectuat de S.C. Daedalus Consulting S.R.L. Astfel, la sfârșitul anului 2003, procentul gospodăriilor care au instalat un aparat telefonic fix a crescut (52,7%<sup>4</sup>) față de anul 2002 (aproximativ 51,5%) și față de anul 2001 (aproximativ 50%). Creșterea rapidă a numărului utilizatorilor de servicii de telefonie mobilă în ultimii ani (32,5%<sup>5</sup> la sfârșitul anului 2003, față de 24%<sup>6</sup> în anul 2002 și aproximativ 18%<sup>7</sup> în anul 2001) s-a reflectat într-o creștere a numărului de gospodării care au acces atât la servicii de telefonie fixă cât și la servicii de telefonie mobilă – 34,4%, în timp ce numărul de gospodării (în care cheltuielile sunt suportate de utilizator) cu acces doar la servicii de telefonie mobilă reprezintă aproximativ 10% din totalul gospodăriilor. În plus, în 52,9% din gospodăriile din România, nici unul din membri nu utilizează servicii de telefonie mobilă.

La nivelul utilizatorilor, un procent redus (14,5%) dintre utilizatorii serviciilor de telefonie, au acces doar la servicii de telefonie mobilă, iar numai 2,9% dintre utilizatorii de servicii de telefonie au renunțat la serviciile de telefonie fixă în favoarea serviciilor de telefonie mobilă. 15,7% dintre utilizatorii care au acces numai la serviciile de telefonie mobilă motivează acest lucru prin faptul că nu sunt disponibile în zonă linii telefonice fixe. În prezent, 36,25% dintre utilizatorii serviciilor de telefonie de la domiciliu au acces atât la servicii de telefonie fixă, cât și la servicii de telefonie mobilă. De asemenea, este important de observat că, din totalul utilizatorilor de servicii de telefonie prin intermediul cartelelor preplătite (2.712.036), 70% au acces de acasă la servicii de telefonie fixă, iar în aproximativ jumătate din gospodăriile care au acces numai la serviciile de telefonie mobilă (49%), cel puțin o persoană utilizează cartele preplătite pentru telefoane publice. Ansamblul datelor de mai sus sugerează faptul că serviciile de telefonie mobilă sunt privite de utilizatori ca fiind complementare serviciilor de telefonie fixă. Mai mult, prezența, în continuare, a unui număr mare de persoane pe listele de așteptare ale S.C. Romtelecom S.A. pentru furnizarea accesului la rețeaua publică de telefonie fixă reprezintă un argument în plus că utilizatorii nu substituie accesul la o rețea publică de telefonie fixă cu accesul la o rețea publică de telefonie mobilă, deși accesul la serviciile de telefonie mobilă este mult mai ușor de obținut. Așa cum rezultă din studiile efectuate, imaginea celor două categorii de servicii de telefonie destinate publicului este diferențiată din perspectiva utilizatorilor. Serviciile de telefonie

---

<sup>4</sup> Procentul reprezintă numărul de abonați persoane fizice la 100 de gospodării și a fost calculat pe baza datelor oferite de furnizorii de servicii de telefonie fixă.

<sup>5</sup> Procentul reprezintă numărul de utilizatori la 100 de locuitori și a fost calculat pe baza datelor oferite de furnizorii de servicii de telefonie mobilă.

<sup>6</sup> IBM 3rd Report on Monitoring of EU Candidate Countries

<sup>7</sup> PriceWaterHouseCoopers 1<sup>st</sup> Report on Monitoring of EU Candidate Countries

mobilă sunt privite ca fiind mult mai complexe, oferind beneficii raționale și emoționale suplimentare în comparație cu serviciile de telefonie fixă: modalități alternative de comunicare (mesaje scrise), prezentarea identității apelantului, accesibilitatea la orice locație, controlul costurilor și posibilitatea utilizării facilităților aparatului telefonic, sentimentul intimității și al controlului, toate acestea reprezentând principalele avantaje ale serviciilor de telefonie mobilă. De cealaltă parte, avantajele serviciilor de telefonie fixă, enumerate de respondenți, au fost: „nu dăunează sănătății”, „presupun o investiție inițială redusă”, „are acoperire aproape oriunde în țară”, iar în cazul utilizatorilor-persoane juridice: asigură stabilitate, continuitate și siguranță în relațiile cu clienții (94,8% dintre persoanele juridice chestionate utilizează serviciile de telefonie fixă, iar în 51,8% dintre persoanele juridice, toți angajații au acces la serviciile de telefonie fixă).

În analiza gradului de substituibilitate dintre cele două modalități de acces trebuie să avem în vedere și diferențele existente privind acoperirea teritorială a rețelelor. Astfel, nici una dintre rețelele publice de telefonie nu are acoperire pe întreg teritoriul țării, ceea ce susține faptul că, în prezent, în zonele unde nici o rețea publică de telefonie mobilă nu are acoperire, serviciile de telefonie fixă nu pot fi substituite cu serviciile de telefonie mobilă, și invers.

Considerentele de mai sus reprezintă primele indicii ale faptului că între serviciile de telefonie fixă și cele de telefonie mobilă există un potențial de substituibilitate foarte redus, acestea mai mult completându-se reciproc. Apariția nevoii unui utilizator pentru o modalitate de acces sau alta este dependentă de o serie de factori cum ar fi: accesibilitatea, comoditatea, disponibilitatea de a plăti mai mult, urgența comunicării cu persoana apelată.

Un alt argument în favoarea definirii unor piețe separate pentru furnizarea accesului, în funcție de rețeaua utilizată, privește faptul că, deși furnizarea accesului și apelurile sunt servicii diferite, aparținând unor segmente diferite de piață, accesul și originarea sunt interdependente. În consecință, o persoană nu poate „cumpăra” apeluri fără a achiziționa mai întâi accesul la rețeaua publică de telefonie, deci nu poate origina apeluri de la un punct fix (pentru a beneficia de tarifele mai mici în anumite situații) prin intermediul accesului la o rețea publică de telefonie mobilă. Un utilizator care va alege serviciile de telefonie mobilă în locul serviciilor de telefonie fixă, pentru a origina apeluri, va fi taxat la tarife corespunzătoare rețelelor publice de telefonie mobilă. Astfel, pentru cea mai mare parte a utilizatorilor care au acces la ambele tipuri de servicii de telefonie (36,2%), nivelul tarifelor va reprezenta principalul criteriu avut în vedere atunci când vor alege varianta de apelare.

O analiză comparativă a planurilor tarifare ale S.C. Romtelecom S.A. și ale furnizorilor de servicii de telefonie mobilă au evidențiat faptul că apelurile originare de la un punct mobil sunt semnificativ mai scumpe decât apelurile originare de la un punct fix, mai ales în orele de vârf. Astfel, pentru pachete de servicii comparabile, tarifele apelurilor originare de la un punct mobil depășesc tarifele S.C. Romtelecom S.A. cu 43% până la 71%<sup>8</sup>.

În ceea ce privește accesul la rețeaua publică de telefonie fixă operată de S.C. Romtelecom S.A., tariful include taxa inițială de instalare a unui aparat telefonic (*tariful de conectare*) și o taxă lunară fixă de utilizare a liniei (*abonament*). Dacă un unic furnizor ipotetic ar crește tariful furnizării accesului, utilizatorii care doresc să folosească serviciile de

---

<sup>8</sup> Procentele au fost calculate pe baza unui coș de consum al serviciilor de telefonie fixă pentru utilizatorii persoane fizice, la care s-au aplicat ulterior tarifele abonamentelor de telefonie mobilă care se adresează persoanelor fizice. Coșul de consum a fost determinat pe baza datelor privind structura apelurilor efectuate de la un punct fix (144 minute pentru apeluri locale, 31 minute pentru apeluri naționale, 3 minute în cazul apelurilor internaționale și 7 minute pentru apelurile fix-mobil) și cheltuielile medii lunare cu serviciile de telefonie fixă, așa cum au rezultat din studiul Daedalus. Apelurile locale au fost considerate apeluri în aceeași rețea, apelurile naționale au fost considerate apeluri către alte rețele de telefonie mobilă, apelurile fix-mobil au fost considerate apeluri mobil-fix.

telefonie vor lua în considerare celelalte variante de acces existente. Cel mai probabil, aceștia vor substitui cu accesul la o rețea publică de telefonie mobilă. În ceea ce privește rețeaua publică de telefonie mobilă, pentru a avea acces, este nevoie de o cartelă SIM și un aparat telefonic compatibil, al cărui preț minim este semnificativ mai mare decât al unui aparat telefonic fix. Important de analizat este măsura în care disponibilitatea unei alte modalități de acces, respectiv accesul la o rețea publică de telefonie mobilă, poate influența tariful accesului la o rețea publică de telefonie fixă.

La data efectuării analizelor de piață, taxa de instalare a unui aparat telefonic fix era de 7,8 Euro (exclusiv TVA) (aproximativ 315.000 lei), iar tariful de acces la rețeaua publică de telefonie fixă era de 3,01 euro (exclusiv TVA) (aproximativ 125.000 lei), reprezentând un abonament fără impulsuri incluse, de care beneficiază 9,6% dintre utilizatori.

Tariful furnizării accesului la o rețea publică de telefonie mobilă depinde de tipul serviciului achiziționat de către utilizator: abonament lunar fără minute incluse, abonament lunar cu minute incluse sau cartele preplătite. Tariful celui mai ieftin abonament fără minute incluse este de 4 USD (exclusiv TVA) (Orange Inedit – aproximativ 132.000 lei), iar tariful cel mai scăzut al unui abonament cu minute incluse este de 7 USD (exclusiv TVA) (Connex standard 20, cu 20 de minute incluse), respectiv de 10 USD (exclusiv TVA) (Zapp 30, cu 30 de minute incluse) și de 6 USD (exclusiv TVA) (abonament Orange cu 15 minute incluse).

Clienții care doresc să beneficieze, în principal, numai de posibilitatea de a primi apeluri oriunde s-ar afla (adică numai de acces), pot opta pentru un pachet preplătit, al cărui tarif, plătit o singură dată, are o valoare mult mai mică (6 USD, inclusiv TVA cu un credit inițial de 5 USD pentru Connex Go și Orange Prepaid), în cazul în care nu se efectuează apeluri (și astfel nu este necesară reîncărcarea cartelei), decât dacă s-ar opta pentru un abonament standard la rețeaua publică de telefonie fixă pentru o perioadă de un an, atât timp cât este valabilă cartela preplătită (fără a lua în considerare costul unui aparat telefonic mobil). Astfel, procentul mare de utilizatori de servicii de telefonie prin intermediul cartelelor preplătite (61,2%), care plătesc în medie, lunar, 8,36 USD (aproximativ 270.000 lei) reprezintă un alt indiciu al faptului că serviciile de telefonie mobilă sunt complementare serviciilor de telefonie fixă, pentru utilizatorii pentru care este importantă posibilitatea de fi contactat oriunde și cea de a putea origina apeluri de urgență, în timp ce, pentru majoritatea apelurilor, aceștia utilizează serviciile de telefonie fixă (70% dintre utilizatorii de servicii de telefonie prin intermediul cartelelor preplătite au acces în gospodărie la serviciile de telefonie fixă). Mai mult, numărul total al gospodăriilor care dețin un abonament social<sup>9</sup> la S.C. Romtelecom S.A., pentru a beneficia doar de acces, și a celor care dețin un abonament fără impulsuri incluse este mic (10,5%).

Accesibilitatea (din punct de vedere financiar) este diferențiată astfel: pentru a origina un apel către o rețea publică de telefonie fixă, este mai convenabil tariful pentru serviciile de telefonie fixă decât cel pentru serviciile de telefonie mobilă, fiind accesibil mai multor categorii de utilizatori cu venituri diferite (80% dintre gospodăriile cu un venit net pe membru de familie mai mic de 100 USD au acces la serviciile de telefonie fixă), în timp ce, în privința costurilor periodice, serviciile de telefonie fixă sunt percepute ca fiind mai costisitoare decât serviciile de telefonie mobilă, în anumite situații.

Diferențele semnificative între tarifele serviciilor de telefonie fixă și cele ale serviciilor de telefonie mobilă reprezintă un motiv în plus pentru a nu considera accesul la o rețea publică de telefonie fixă substituibil cu accesul la o rețea publică de telefonie mobilă. Un

---

<sup>9</sup> Acest tip de abonament a fost retras.

indiciu în acest sens îl reprezintă și faptul că, la o creștere cu 10% a tarifelor pentru abonamentele la serviciile de telefonie fixă, doar 6,2% dintre utilizatorii-persoane fizice și 4,5% dintre utilizatorii-persoane juridice ar renunța la serviciile de telefonie fixă, elasticitatea în funcție de tarif a cererii pentru accesul la rețeaua publică de telefonie fixă fiind de -0,65 pentru persoane fizice și de -0,45 pentru persoane juridice.

Conform studiului de piață, dintre utilizatorii care au acces numai la servicii de telefonie fixă, doar 17,8% intenționează să achiziționeze servicii de telefonie mobilă în următoarele 12 luni, iar dintre persoanele de cel puțin 18 ani care nu au acces nici la servicii de telefonie fixă, nici la servicii de telefonie mobilă, de acasă, 4,9% doresc să achiziționeze servicii de telefonie mobilă, în comparație cu 23,2% care intenționează să achiziționeze servicii de telefonie fixă, în următoarele 12 luni.

Datele prezentate mai sus confirmă faptul că o creștere cu 5-10% (corespunzătoare testului monopolistului ipotetic) a tarifelor pentru accesul la serviciile de telefonie fixă nu ar avea ca efect renunțarea definitivă la serviciile de telefonie fixă și utilizarea exclusivă a serviciilor de telefonie mobilă, ci doar înlocuirea acestora în funcție de ora și destinația apelului. Procentul redus al utilizatorilor care ar renunța la serviciile de telefonie fixă, în cazul creșterii cu 10% a tarifului pentru accesul la rețea, nu este suficient de mare pentru a face neprofitabilă această creștere pentru un unic furnizor ipotetic.

### **Substituibilitatea ofertei**

Din punct de vedere al ofertei, este important de analizat dacă un furnizor care nu deține o rețea de telefonie fixă ar putea intra pe piață, construind și dezvoltând, într-un timp relativ scurt (1 an), propria sa rețea de acces. Astfel, dintre furnizorii de servicii de telefonie destinate publicului deja existenți pe piața românească, ofertanții potențiali sunt furnizorii de servicii de telefonie mobilă, precum și furnizorii care operează rețele de transmisiuni de lungă distanță (care pot oferi apeluri prin accesul direct). În ambele cazuri, investițiile ridicate pe care le presupune construirea unei rețele de acces (care să permită furnizarea serviciilor de telefonie fixă sau mobilă), precum și existența economiilor de scară și de densitate care sunt specifice unei astfel de rețele, împiedică intrarea pe piață a unor furnizori care doresc să ofere aceste servicii într-o perioadă rezonabilă, corespunzătoare testului monopolistului ipotetic, și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile. Un exemplu în acest sens îl constituie intrarea pe piața serviciilor de telefonie fixă a S.C. Astral Telecom S.A. și S.C. Romania Data Systems S.A., care, deși dețineau o rețea de acces dezvoltată, au avut nevoie de 11 luni și, respectiv, 15 luni pentru a lansa o ofertă comercială de servicii de telefonie fixă. De asemenea, S.C. Atlas Telecom Network Romania S.R.L. și-a lansat oferta comercială de servicii de telefonie fixă, la nivelul municipiului Oradea, după aproape 9 luni de la data liberalizării pieței.

*În concluzie, ANRC consideră că furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie fixă nu este substituibilă cu furnizarea accesului la o rețea publică de telefonie mobilă.*

#### **d) Piața apelurilor este diferită de piața furnizării accesului la o rețea publică de telefonie fixă**

Din punct de vedere al substituibilității cererii, funcționalitatea diferită a celor două servicii reprezintă argumentul de bază în a nu considera apelurile un substitut al furnizării accesului.

Așa cum am prezentat în cazul analizei substituibilității ofertei furnizării accesului la o rețea publică de telefonie fixă, un furnizor care oferă numai apeluri, fără a deține o rețea de acces (deci, prin intermediul accesului indirect), nu poate influența tariful pe care un operator al unei rețele publice de telefonie fixă îl practică pentru furnizarea accesului. Pe de altă parte, un operator care deține o rețea de acces va putea să furnizeze cel puțin apeluri între utilizatorii săi conectați la același comutator și, în mod particular, va putea să furnizeze întreaga gamă de apeluri, incluzând apeluri naționale, internaționale și apeluri către o rețea publică de telefonie mobilă, prin interconectarea cu alte rețele publice de telefonie.

ANRC consideră că apelurile furnizate la un punct fix nu se află în aceeași piață cu furnizarea accesului, datorită condițiilor concurențiale diferite existente în cazul celor două servicii. Posibilitatea furnizorilor de a oferi apeluri prin intermediul accesului indirect, inclusiv apeluri locale, fără a deține propria rețea de acces, reprezintă un indiciu al faptului că barierele la intrarea pe acest segment de piață sunt mai reduse (având în vedere măsurile impuse pe piețele de gros corespondente) decât în cazul furnizării accesului și, astfel, gradul de concurență este mai ridicat.

#### **e) Piața apelurilor locale (furnizate la un punct fix) este diferită de piața apelurilor naționale (furnizate la un punct fix)**

##### **Substituibilitatea cererii**

Din punct de vedere al cererii, un utilizator care dorește să origineze un apel național nu va putea substitui, sub nici o formă, acest apel cu un apel local, fiind constrâns în alegerea variantei de apelare de locația unde se află persoana apelată.

În general, furnizorii apelurilor originare la un punct fix nu stabilesc tarife diferite în funcție de identitatea persoanei apelate, ci în funcție de destinația apelului - local, național, internațional sau către o rețea publică de telefonie mobilă. În funcție de costurile diferite pe care le implică, există diferențe semnificative de tarife între apeluri, în funcție de criteriul „destinație” (de exemplu, în cazul S.C. Romtelecom S.A., apelurile naționale sunt de aproximativ 2,66 ori mai scumpe decât apelurile locale). Structura apelurilor efectuate de persoanele fizice care au acces la servicii de telefonie fixă cuprinde 75,1% apeluri locale și 14,7% apeluri naționale. În cazul persoanelor juridice, din suma totală lunară pe care acestea o plătesc pentru servicii de telefonie, suma ce revine apelurilor locale este cea mai mare. În consecință, tarifele pentru cele două tipuri de apeluri nu constituie obiectul unei constrângeri comune de tarif: utilizatorii, la o creștere a tarifelor cu 10% pentru un apel local, nu vor putea substitui acest apel cu un apel național, fiind posibilă cel mult o reducere a numărului apelurilor locale în numărul total de apeluri. Aceeași situație se regăsește și în cazul unei creșteri cu 10% a tarifelor apelurilor naționale. Conform studiului Daedalus, în cazul unei creșteri cu 10% a tarifelor pentru un apel local, 23,3% dintre utilizatorii-persoane fizice și 14,9% dintre utilizatorii-persoane juridice ar limita aceste apeluri, fără a le substitui.

În mod similar, în cazul unei creșteri a tarifului pentru apeluri naționale, 23,8% dintre utilizatorii-persoane fizice și 15,4% dintre utilizatorii-persoane juridice ar limita aceste apeluri, fără a le substitui.

Pe de altă parte, în delimitarea unei piețe relevante, un factor determinant îl reprezintă condițiile concurențiale care se manifestă în cazul fiecărui segment analizat, adică măsura în care există substituibilitatea ofertei.

### **Substituibilitatea ofertei**

În prezent, în România, majoritatea furnizorilor alternativi nu oferă decât posibilitatea efectuării de apeluri naționale. Furnizorii alternativi nu pot furniza în mod eficient apeluri locale decât dacă sunt interconectați cu rețeaua S.C. Romtelecom S.A. la nivelul comutatoarelor locale sau dacă dețin propria rețea de acces. În prezent, nici un furnizor nu este interconectat la nivel local cu fostul monopolist. Prin practicarea unor tarife mai ridicate decât cele ale S.C. Romtelecom S.A., furnizarea unor astfel de servicii devine neprofitabilă. În plus, între tarifele practicate de către fostul monopolist și cele practicate de către furnizorii alternativi (care se adresează unui număr redus de utilizatori) pentru apelurile naționale, există diferențe semnificative. Prin urmare, între apelurile locale și cele naționale, condițiile concurențiale nu sunt omogene, utilizatorii beneficiind de tarife stabilite pe baze concurențiale doar în cazul apelurilor naționale.

În aceste condiții, un furnizor care dorește să intre pe piața apelurilor locale și să ofere în mod profitabil aceste servicii trebuie să-și construiască o rețea de acces. Nici un alt furnizor nu va fi capabil să ofere într-un interval de timp rezonabil (corespunzător testului monopolistului ipotetic) aceste servicii, având în vedere investițiile majore, riscurile mari de nerecuperare a acestora și timpul îndelungat de punere în funcțiune sau de îmbunătățire a unei rețele de acces.

Așadar, ANRC consideră cele două tipuri de apeluri ca nefiind substituibile din punct de vedere al cererii și al ofertei și definește două piețe diferite: piața apelurilor locale și piața apelurilor naționale. În piața apelurilor locale vor fi incluse și serviciile fax și serviciile de tip dial-up clasic și ISDN pentru acces la Internet, așa cum se va arăta în analiza efectuată pe piața serviciilor de acces la Internet (capitolul 3).

### **f) Piața apelurilor furnizate la un punct fix este diferită de piața apelurilor furnizate la un punct mobil**

#### **Substituibilitatea cererii**

Apelurile originate la un punct fix pot avea ca destinație o rețea publică de telefonie fixă sau o rețea publică de telefonie mobilă. Prin urmare, vom analiza substituibilitatea existentă între:

a) un apel originat de la un punct fix către un alt punct fix, cu un apel originat de la un punct mobil către un punct fix sau cu un apel originat de la un punct mobil către un alt punct mobil;

b) un apel originat de la un punct fix către un punct mobil și un apel originat de la un punct mobil către un alt punct mobil.

Analiza gradului de substituibilitate dintre un apel originat de la punct fix către alt punct fix și un apel originat de la un punct mobil (către un punct fix sau către un punct mobil), trebuie să ia în considerare mai multe aspecte.

În primul rând, substituibilitatea este probabil să se manifeste dacă utilizatorul apelant are acces atât la servicii de telefonie fixă cât și la servicii de telefonie mobilă (în prezent, 42,1% dintre gospodăriile care utilizează cel puțin un serviciu de telefonie au acces atât la cele fixe cât și la cele mobile), caz în care își bazează alegerea pe tariful marginal al apelului. Pentru aceleași motive prezentate la pct.c), este puțin probabil ca persoanele care au acces în gospodărie la servicii de telefonie fixă să le înlocuiască complet cu serviciile de telefonie mobilă, mai ales dacă utilizează telefonul fix și pentru accesul la Internet (9,5% din totalul gospodăriilor cu acces la servicii de telefonie fixă beneficiază de acces la Internet prin linia telefonică fixă).

Rezultatele studiului evidențiază faptul că este mai simplu pentru utilizatorii-persoane fizice de servicii de telefonie să beneficieze de ambele modalități de acces și să le folosească alternativ, deci să le substituie, în funcție de tarif și destinație. Astfel, din totalul utilizatorilor care au acces la servicii de telefonie fixă și folosesc și serviciile de telefonie mobilă, aproape toți respondenții obișnuiesc să efectueze un apel de la un punct fix către alt punct fix, atunci când doresc să comunice cu o persoană din același județ. În același timp, aproximativ trei din patru respondenți obișnuiesc să efectueze un apel de la un punct mobil către alt punct mobil din aceeași rețea, atunci când apelează o persoană din același județ. Situațiile cel mai des enumerate de respondenți în care sunt utilizate serviciile de telefonie mobilă în locul serviciilor de telefonie fixă au fost: „pentru a suna în aceeași rețea” (71,6%), „pentru a apela anumite numere pentru că este mai ieftin decât de pe fix” (45,4%) sau „pentru a folosi minutele gratuite incluse în abonament înainte de a expira” (42%). De asemenea, pentru 37,2% dintre respondenți este „mai ieftin să apeleze de pe telefonul mobil în anumite momente ale zilei decât de pe cel fix”, iar aproape 70% dintre utilizatorii de servicii de telefonie mobilă nu apelează un abonat al unei rețele publice de telefonie fixă utilizând aparatul telefonic mobil personal. În plus, 49,1% dintre utilizatori au doar acces la servicii de telefonie fixă, iar în 49% dintre gospodăriile care au acces numai la serviciile de telefonie mobilă, cel puțin un membru al familiei utilizează cartele preplătite pentru telefoanele publice, acest lucru dovedind că utilizatorii nu substituie serviciile de telefonie fixă cu serviciile de telefonie mobilă.

În al doilea rând, este important de analizat dacă măsura în care serviciile de telefonie fixă sunt substituite cu serviciile de telefonie mobilă este destul de mare pentru a putea constrânge nivelul tarifelor apelurilor furnizate la un punct fix.

Mărimea diferențelor tarifare existente între apelurile furnizate la un punct fix și apelurile furnizate la un punct mobil depinde de o serie de factori, dintre care cel mai important este tipul de pachet utilizat – cu minute incluse în abonament sau cu credit (deci cu apeluri gratuite în schimbul plății unei sume fixe lunare) sau fără minute incluse. Atunci când utilizatorii beneficiază de apeluri gratuite, costul marginal al unui apel este perceput ca fiind 0, încurajând utilizarea serviciilor de telefonie mobilă în locul celor de telefonie fixă. Totuși, și în acest caz, substituibilitatea are un caracter limitat, dacă numărul apelurilor gratuite incluse în abonament este mic, în comparație cu volumul de apeluri efectuate de la un punct fix. Tendința de optimizare continuă a costurilor cu serviciile de comunicații, specifică utilizatorilor din România, a generat algoritmul de originare a apelurilor, respectând regula bazată pe obținerea unei valori ridicate, dar cu costuri minime de apelare. Din acest

motiv, se apelează predominant în aceeași rețea (aproximativ 90% din totalul apelurilor originare la un punct fix sunt apeluri către utilizatori ai rețelei publice de telefonie fixă, în timp ce trei din patru apeluri originare de la un punct mobil sunt în aceeași rețea), iar atunci când nu există acces la serviciile de telefonie fixă la domiciliu, sunt utilizate cartelele preplătite la un telefon public (în aproape jumătate din gospodăriile care au acces doar la servicii de telefonie mobilă se utilizează cartele preplătite ale S.C. Romtelecom S.A.).

Aceeași situație se regăsește și în cazul apelurilor internaționale. Din perspectiva utilizatorului, apelurile internaționale originare dintr-o rețea publică de telefonie fixă nu sunt substituite cu apelurile originare dintr-o rețea publică de telefonie mobilă, deoarece acestea din urmă sunt considerabil mai mari (tarifele diferă în funcție de pachetul de servicii ales).

Astfel, pentru un abonat al S.C. Mobifon S.A. sau al S.C. Orange România S.A., un apel la tarife reduse în Europa, SUA sau Canada costă cu 25% mai mult decât un apel utilizând serviciile de telefonie fixă a S.C. Romtelecom S.A. și aproape de 3 ori mai mult decât un apel folosind servicii de tip VoIP. Trebuie menționat că, pentru a beneficia de tarife reduse din partea furnizorilor de servicii de telefonie mobilă, utilizatorii trebuie să suporte un cost suplimentar de 2 USD. Mai mult, pentru utilizatorii de servicii de telefonie mobilă prin intermediul cartelelor preplătite, care reprezintă 61,4% din totalul utilizatorilor de servicii de telefonie mobilă, tariful unui apel către Europa, SUA sau Canada este de aproape 3 ori mai mare decât un apel utilizând serviciile de telefonie fixă clasică și de peste 6 ori mai mare decât un apel folosind servicii de tip VoIP.

Ca urmare, o creștere cu 5-10% a tarifului practicat de către un unic furnizor ipotetic nu ar avea ca rezultat renunțarea din partea utilizatorilor la efectuarea de apeluri de la un punct fix și substituirea acestora cu apeluri având aceeași destinație, originare de la un punct mobil.

În concluzie, chiar dacă în anumite situații (pentru apelurile originare în afara orelor de vârf sau pentru apelurile efectuate în aceeași rețea) tarifele apelurilor furnizate la un punct mobil sunt comparabile cu tarifele apelurilor furnizate de S.C. Romtelecom S.A., existența unui nivel general ridicat al tarifelor pentru a efectua apeluri de la un punct mobil sugerează faptul că acestea din urmă nu pot influența tarifele apelurilor originare de la un punct fix către un alt punct fix.

În funcție de rețeaua de destinație a apelului originat la un punct fix, trebuie analizat și în ce măsură un apel originat de la un punct fix către un punct mobil poate fi substituit cu un apel originat de la un punct mobil către un alt punct mobil, în cazul în care utilizatorul are acces la servicii de telefonie mobilă. Mărimea diferenței dintre tarifele celor două variante de apelare depinde de destinație, și anume de la un punct mobil către un alt punct mobil în aceeași rețea sau în afara rețelei. Din considerente strategice, furnizorii de servicii de telefonie mobilă practică tarife mai mici pentru apelurile în aceeași rețea (în comparație cu cele în afara rețelei), care pot concura ușor cu tarifele serviciilor S.C. Romtelecom S.A. Tarifele apelurilor efectuate în afara rețelei variază între 0,10 USD și 0,60 USD, în funcție de tipul de serviciu de telefonie mobilă (abonament sau cartelă preplătită) și de planul tarifar corespunzător, în timp ce un apel originat din rețeaua S.C. Romtelecom S.A. către o rețea publică de telefonie mobilă costă în prezent 0,15 Euro (aproximativ 5100 lei). În consecință, un apel originat de la un punct fix către un punct mobil este substituit cu un apel originat de la un punct mobil către un alt punct mobil numai în anumite situații, în care utilizatorul poate beneficia de existența unor tarife avantajoase pentru apelurile originare de la un punct mobil (se apelează preponderent în aceeași rețea, iar atunci când în gospodărie nu există un aparat telefonic fix, sunt utilizate cartelele preplătite la un telefon public).



Pe lângă considerentele de mai sus, este important de subliniat și că tarifele pentru serviciile de telefonie fixă se caracterizează printr-o cunoaștere incompletă din partea utilizatorilor, astfel încât aceștia își bazează alegerea, respectiv substituie serviciile de telefonie, pe bază de speculații, iar nu pe bază de informații concrete. Astfel, nu sunt clare pentru utilizatorii finali: intervalele orare aferente orelor de vârf și celor din afara orelor de vârf și tarifele corespunzătoare, costurile pentru apelurile naționale sau pentru cele originare de la un punct fix către un punct mobil.

Chiar dacă utilizatorii serviciilor de telefonie mobilă sunt dispuși să plătească mai mult, în anumite situații, pentru a obține beneficii suplimentare, mai ales de natură emoțională, substituibilitatea completă a serviciilor (atât de acces, cât și de apeluri) furnizate prin intermediul unei rețele publice de telefonie fixă este limitată atât timp cât tarifele serviciilor de telefonie mobilă vor fi menținute la un nivel ridicat.

### **Substituibilitatea ofertei**

Având în vedere tarifele mai mari și funcționalitățile diferite ale serviciilor de telefonie mobilă, probabilitatea ca, în cazul unei creșteri cu 5-10% a tarifelor pentru apelurile furnizate la puncte fixe, utilizatorii să le substituie cu apeluri furnizate la puncte mobile într-o măsură suficient de mare, astfel încât creșterea tarifelor să fie neprofitabilă pentru furnizorii de servicii de telefonie fixă, este foarte mică.

Din punct de vedere al ofertei, este important de analizat și măsura în care un furnizor care nu deține o rețea publică de telefonie fixă ar putea intra pe piață într-un timp relativ scurt (1 an), oferind servicii care să concureze serviciile similare oferite de S.C. Romtelecom S.A. Astfel, dintre furnizorii de servicii de telefonie destinate publicului deja existenți pe piață, ofertanții potențiali de apeluri furnizate la punct fix sunt furnizorii de servicii de telefonie mobilă, furnizorii care operează rețele de transmisiuni de lungă distanță, care pot oferi apeluri prin intermediul accesului indirect (prin utilizarea procedurii de preselecție sau selecție a transportatorului cu/fără ton intermediar), precum și operatorii unor rețele de acces care folosesc ca suport cablul coaxial, fibra optică sau undele radio.

Existența unor bariere la intrarea pe piață, cum ar fi întârzierea implementării acordurilor de interconectare, amânarea de către S.C. Romtelecom S.A. a implementării procedurii de selecție a transportului fără ton intermediar în toate localitățile din motive de ordin tehnic, imposibilitatea originării de apeluri de la telefoanele publice utilizând cartelele preplătite ale furnizorilor alternativi de servicii de telefonie fixă și inexistența unei obligații impuse S.C. Romtelecom S.A. de a oferi serviciul de preselecție a transportatorului au întârziat intrarea pe piață a noilor furnizori și, implicit, dezvoltarea unei concurențe eficiente de care să beneficieze, în primul rând, utilizatorii finali. Dacă aceste obstacole vor fi înlăturate, ANRC estimează intensificarea concurenței pe piața apelurilor furnizate la punct fix, astfel încât utilizatorul va putea alege dintr-o gamă variată de servicii cu aceleași caracteristici și funcționalități.

Pe baza criteriului substituibilității cererii și a criteriului substituibilității ofertei, ANRC consideră că *apelurile furnizate la un punct fix* nu fac parte din aceeași piață relevantă ca și apelurile furnizate la un punct mobil.

## **g) Piața apelurilor originate la un punct fix către rețele publice de telefonie mobilă este diferită de piața apelurilor locale sau naționale (furnizate la un punct fix)**

### **Substituibilitatea cererii**

În funcție de modalitatea de acces utilizată (atât de apelanți, cât și de apelați), un substitut al unui apel originat de la un punct fix către un punct mobil poate fi un apel originat de la un punct fix către un alt punct fix sau un apel originat de la un punct mobil către un alt punct mobil.

Așa cum am prezentat mai sus, în momentul în care este analizat gradul de substituibilitate între un apel originat de la un punct fix către un punct mobil și un apel originat de la un punct mobil către un alt punct mobil trebuie luat în considerare faptul că substituibilitatea este cu atât mai probabil să se manifeste, cu cât utilizatorul care dorește să origineze un apel are acces atât la servicii de telefonie fixă, cât și la servicii de telefonie mobilă. Pentru 36,2% dintre utilizatorii de peste 18 ani care se află în această situație, respectiv pentru 42,1% dintre gospodăriile care au acces atât la serviciile de telefonie fixă cât și la serviciile de telefonie mobilă, un factor important în alegerea modalității de apelare îl va reprezenta costul marginal al apelului, astfel încât opțiunea se va realiza în funcție de o serie de factori cum ar fi: momentul din zi, destinația, tipul de abonament (cu minute incluse sau fără minute incluse).

În ceea ce privește substituirea unui apel originat de la un punct fix către un punct mobil cu un apel originat de la un punct fix către un alt punct fix, este puțin probabil ca un furnizor care oferă apeluri originate de la un punct fix către un punct mobil să fie influențat, atunci când stabilește tarifele, de nivelul tarifelor pentru apelurile originate de la un punct fix către un alt punct fix. În general, tariful unui apel originat de la un punct fix către un punct mobil este substanțial mai mare decât tariful unui apel originat de la un punct fix către un alt punct fix, chiar și în orele de vârf, ceea ce susține faptul că cele două alternative de apelare nu sunt supuse aceluiași constrângeri tarifare. Menținerea unui nivel ridicat al tarifelor pentru un apel originat de la un punct fix către un punct mobil se datorează în parte și faptului că șansele de a contacta o persoană prin rețeaua publică de telefonie mobilă sunt mult mai mari în comparație cu contactarea acesteia prin rețeaua publică de telefonie fixă. Atunci când se știe cu siguranță că persoana căutată se află la o locație fixă, ea va fi apelată la un punct fix. În caz contrar, singura alternativă de a contacta persoana respectivă este apelul la un punct mobil. Practicarea unor tarife mari pentru apelurile originate de la un punct fix către un punct mobil poate fi justificată și de faptul că situațiile în care este probabil să contactezi persoana căutată, apelând-o prin intermediul rețelei publice de telefonie fixă, nu sunt atât de des întâlnite astfel încât să determine un grad relevant de substituibilitate între apelurile originate de la un punct fix către un punct mobil și cele originate de la un punct fix către un alt punct fix.

### **Substituibilitatea ofertei**

Având în vedere disponibilitatea pe piața de gros a serviciului de terminare a apelurilor într-o altă rețea decât rețeaua proprie, un furnizor care oferă utilizatorilor săi, pe piața cu

amănuntul, apeluri către o anumită rețea, va putea oferi apeluri și către alte rețele, dacă achiziționează serviciul de gros corespunzător. Astfel, un unic furnizor ipotetic care furnizează servicii de apelare către o anumită rețea nu va putea crește semnificativ tariful acestora fără să nu determine intrarea pe aceeași piață (n.n. piața apelurilor către o anumită rețea) și a altor furnizori care, inițial, ofereau servicii de apelare către alte rețele, ceea ce ar putea indica oportunitatea definirii unei piețe mai largi. Totuși, condițiile concurențiale omogene existente la nivelul furnizării cu amănuntul a apelurilor originare de la un punct fix către un punct mobil impun definirea unei singure piețe, respectiv *pieța apelurilor către rețelele publice de telefonie mobilă*.

## **h) Piața apelurilor internaționale cuprinde apelurile către toate destinațiile disponibile**

### **Substituibilitatea cererii**

La pct.f), am arătat că serviciile de telefonie fixă și serviciile de telefonie mobilă nu sunt incluse în aceeași piață cu amănuntul.

În continuare, vom delimita piața apelurilor internaționale, în funcție de destinație.

În ceea ce privește cererea de apeluri internaționale, ar trebui analizat în ce măsură un apel către o destinație poate fi substituit cu un apel către o altă destinație. Este foarte puțin probabil ca un apel București – Paris, ca urmare a unei creșteri mici, dar semnificative și de durată, a tarifelor unui unic furnizor ipotetic, să fie substituit cu un apel Timișoara – Paris sau un apel București – Rio de Janeiro să fie substituit cu un apel București – Londra. Totuși, abordarea pe „orașe-perechi” (conform testului monopolistului ipotetic) nu se justifică, pentru că nu ar permite o analiză exhaustivă a condițiilor concurențiale existente pe această piață. Din această cauză, considerăm oportună abordarea dintr-o perspectivă mai largă a pieței relevante, care să ia în considerare ofertele comerciale pentru efectuarea unor apeluri internaționale.

### **Substituibilitatea ofertei**

Criteriul substituibilității ofertei este foarte important în procesul de identificare a *pieței apelurilor internaționale*. Substituibilitatea ofertei pentru fiecare destinație în parte este posibilă dacă există disponibilitatea serviciilor corespunzătoare la nivel de gros pentru toți furnizorii nou-intrați, la tarife fundamentate în funcție de costuri.

Pentru a oferi apeluri internaționale către o anumită țară, un furnizor trebuie să achiziționeze de pe piața de gros corespunzătoare servicii de terminare a apelurilor în rețeaua unui operator din țara de destinație. Datorită substituibilității ofertei la nivel de gros, piața apelurilor internaționale este mai cuprinzătoare decât abordarea „orașe-perechi”. Astfel, luând ca exemplu un apel București – Paris, un furnizor din România, care a încheiat un acord de terminare a apelurilor în Franța cu un operator, va putea să ofere ușor apeluri de oriunde din România către Paris sau oriunde în Franța. De asemenea, un furnizor din România, având încheiate acorduri de terminare a apelurilor în Brazilia și Marea Britanie, poate oferi apeluri de oriunde din România (ex. București) către oriunde în Brazilia (ex. Rio de Janeiro) sau Marea Britanie (ex. Londra).

Majoritatea furnizorilor nou-intrați pe piața românească oferă apeluri internaționale pentru fiecare dintre cele 231 de destinații din oferta S.C. Romtelecom S.A., ceea ce

demonstrează disponibilitatea serviciilor corespunzătoare la nivel de gros pentru fiecare destinație în parte.

În concluzie, *piața apelurilor internaționale* cuprinde apelurile către toate destinațiile disponibile.

### **Piețe relevante ale produsului identificate:**

1. *Piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane fizice;*
2. *Piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane juridice;*
3. *Piața apelurilor locale pentru persoane fizice;*
4. *Piața apelurilor locale pentru persoane juridice;*
5. *Piața apelurilor naționale pentru persoane fizice;*
6. *Piața apelurilor naționale pentru persoane juridice;*
7. *Piața apelurilor internaționale pentru persoane fizice;*
8. *Piața apelurilor internaționale pentru persoane juridice;*
9. *Piața apelurilor către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane fizice;*
10. *Piața apelurilor către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane juridice.*

## **2.2. Identificarea piețelor geografice relevante**

Pe piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie, există un singur furnizor de acces la nivel național și nu există zone geografice în care condițiile de concurență să fie substanțial diferite de cele la nivel național, condiții care să impună definirea unei piețe geografice mai restrânse decât teritoriul național. Singurele localități în care este disponibilă o ofertă alternativă pentru acces la rețea sunt: București, Arad, Brașov, Brăila, Cluj-Napoca, Constanța, Craiova, Galați, Iași, Oradea, Sibiu și Timișoara. Cu toate acestea, având în vedere perioada scurtă de timp de când au fost lansate ofertele alternative, nu se pot, deocamdată, analiza efectele concurențiale rezultate.

În cazul furnizării serviciilor de apeluri, condițiile concurențiale sunt similare pe întreg teritoriul țării, astfel încât, din punct de vedere geografic, nu se justifică delimitarea unor arii geografice diferite.

În concluzie, dimensiunea geografică a piețelor relevante ale produselor definite mai sus este dată de *teritoriul național*.

## **2.3. Identificarea piețelor relevante specifice pentru serviciile de telefonie fixă**

### **a) Bariere la intrarea pe piață**

Ușurința cu care un nou furnizor poate intra pe piață poate fi influențată de disponibilitatea accesului la utilizatorul final, chiar dacă lipsa oricăror restricții privind instalarea de infrastructură asociată rețelei și cadrul de autorizare transparent sunt indicatori care contribuie la dezvoltarea unei piețe concurențiale.

Există mai multe modalități pentru furnizorii alternativi de a „ajunge” la utilizatorul final. Astfel, furnizorii pot utiliza propria infrastructură sau, în lipsa acesteia, infrastructura S.C. Romtelecom S.A., utilizând accesul indirect, prin intermediul procedurii de selectare sau preselectare a transportatorului sau prin accesul la bucla locală.

Intrarea unor noi furnizori de acces este limitată de mărimea investițiilor necesare, de timpul îndelungat de punere în funcțiune a unei rețele de acces, precum și de costurile considerabile necesare duplicării la nivel național a rețelei existente. De asemenea, există bariere structurale care constau în existența unor economii de scară, scop și densitate, avantaje de care beneficiază fostul monopolist.

Având în vedere că, până la 1 ianuarie 2003, S.C. Romtelecom S.A. era singurul operator care avea dreptul să instaleze, să opereze și să întrețină o rețea publică de telefonie fixă, numărul rețelelor de comunicații electronice care pot permite furnizarea serviciilor de telefonie prin realizarea unor investiții reduse este foarte mic. Necesitatea dezvoltării sau îmbunătățirii unor rețele existente care să permită furnizarea serviciilor de telefonie s-a dovedit a fi o barieră importantă la intrarea pe piață pentru noii operatori. Astfel, deși o parte dintre operatori au început modernizarea și extinderea rețelelor cu mult înainte de liberalizarea pieței, doar trei dintre aceștia au reușit să lanseze o ofertă comercială pentru furnizarea serviciilor de telefonie, ofertă valabilă numai în anumite localități.

În cazul apelurilor furnizate la punct fix, amânarea implementării procedurii de selectare a transportatorului fără ton intermediar în toate localitățile, neimpunerea obligației de furnizare a serviciului de preselectare a transportatorului și întârzierea furnizării accesului la bucla locală reprezintă bariere importante la intrarea pe piață. De asemenea, imposibilitatea efectuării de apeluri utilizând cartele preplătite de la telefoanele publice constituie un alt obstacol la intrarea pe piața apelurilor pentru furnizorii care nu dețin o rețea proprie de acces, iar întârzierile înregistrate în implementarea serviciilor de interconectare cu rețelele publice de telefonie mobilă au avut ca efect imposibilitatea furnizării de apeluri originate de la un punct fix către un punct mobil.

În concluzie, în lipsa unor reglementări ex-ante de tipul celor adoptate deja de către ANRC pe piețele de gros corespondente, barierele existente pe aceste piețe nu pot fi eliminate și piețele nu pot evolua spre o concurență efectivă prin forțe proprii.

### **b) Dinamica pieței**

Ținând cont de natura barierelor la intrarea pe piață și de evoluția de până acum a pieței privind accesul la o rețea publică de telefonie fixă (există un număr redus de oferte alternative, acestea fiind direcționate, în special, către utilizatorii-persoane juridice, iar capacitatea noilor-intrați de a conecta utilizatorii este redusă) este evident că dinamica

acestui segment de piață nu va reuși să elimine aceste bariere, în lipsa unor măsuri de reglementare pe piața cu amănuntul sau pe piețele de gros corespondente. Deși reglementările existente la nivel de gros pot avea ca efect dezvoltarea concurenței la nivelul pieței cu amănuntul, aceasta se află într-o fază incipientă și nu există indicii clare și sigure că efectele reglementării vor fi resimțite, pe termen scurt, în rândul utilizatorilor finali.

În cazul apelurilor furnizate la un punct fix, au existat bariere ridicate la intrarea pe piață, astfel încât, din momentul liberalizării pieței de comunicații electronice până în prezent, evoluția piețelor relevante ale apelurilor a cunoscut o dinamică lentă, efectele concurenței fiind puțin resimțite, cu excepția pieței de apeluri internaționale unde, datorită tehnologiilor noi care implică costuri reduse și permit practicarea unor tarife competitive, numărul furnizorilor care oferă apeluri internaționale a ajuns la aproximativ 40.

În acest sens, ANRC consideră că, în lipsa unor măsuri de reglementare ex-ante care să elimine aceste bariere, piața serviciilor de telefonie fixă nu poate evolua spre o concurență eficientă prin forțe proprii.

### **c) Eficiența dreptului concurenței**

Consiliul Concurenței poate acționa în domeniul comunicațiilor electronice, în vederea combaterii practicilor anticoncurențiale sau a abuzului de putere dominantă, prin aplicarea art.5 și 6 din Legea nr.21/1996 a concurenței, cu modificările și completările ulterioare. În cazul piețelor de gros, Consiliul Concurenței poate aplica Instrucțiunile privind modul de aplicare a regulilor de concurență acordurilor de acces din sectorul de comunicații electronice – cadru general, piețe relevante și principii, puse în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr.61/2004.

În cazurile de practici anticoncurențiale, singura modalitate de a interveni a Consiliului Concurenței este prin intermediul amenzilor, neputând impune alte măsuri pentru a remedia încălcarea legii. De asemenea, în cazul abuzurilor de poziție dominantă, sancțiunea aplicabilă este amenda, Consiliul Concurenței neputând impune alte măsuri pentru a remedia încălcarea legii. Totuși, în cazul abuzului de poziție dominantă, dacă măsurile luate, în exercitarea atribuțiilor de control sau prin aplicarea unei sancțiuni, nu au determinat restabilirea situației și prevenirea repetării abuzului, dacă este afectat grav un interes public major, Consiliul Concurenței poate cere Curții de Apel București luarea următoarelor măsuri:

a) invalidarea unor contracte sau a unor clauze contractuale prin intermediul cărora se exploatează abuziv poziția dominantă;

b) invalidarea actului sau a actelor de realizare a unei concentrări creatoare de poziție dominantă, chiar atunci când prin actul sau actele juridice în cauză s-ar fi constituit o nouă persoană juridică;

c) limitarea sau interdicția accesului pe piață;

d) vânzarea de active;

e) restructurarea prin divizare a agentului economic.

Așadar, Consiliul Concurenței nu poate ordona luarea acestor măsuri, iar instanța nu poate ordona alte măsuri decât cele solicitate de Consiliul Concurenței. Măsurile pe care le poate ordona nu trebuie să determine creșterea prețurilor sau afectarea executării obligațiilor asumate față de terți de către agentul economic.

Obligațiile ce pot fi impuse de ANRC în temeiul art.15-18 din Legea nr.304/2003, privesc tocmai combaterea unor probleme specifice din sectorul comunicațiilor electronice, ce nu pot fi soluționate în temeiul Legii nr.21/1996.

**În concluzie**, ANRC identifică următoarele piețe ca fiind piețe relevante specifice cu amănuntul:

**1. a) Piața relevantă a produsului**

Piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane fizice;

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**2. a) Piața relevantă a produsului**

Piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane juridice;

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**3. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor locale pentru persoane fizice, care cuprinde originarea apelurilor locale pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii dial-up și ISDN pentru acces la Internet și servicii fax, pentru persoane fizice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**4. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor locale pentru persoane juridice, care cuprinde originarea apelurilor locale pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii dial-up și ISDN pentru acces la Internet și servicii fax, pentru persoane juridice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**5. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor naționale pentru persoane fizice, care cuprinde originarea apelurilor naționale pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii fax, pentru persoane fizice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**6. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor naționale pentru persoane juridice, care cuprinde originarea apelurilor naționale pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii fax, pentru persoane juridice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**7. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor internaționale pentru persoane fizice, care cuprinde originarea apelurilor internaționale pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii fax, pentru persoane fizice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**8. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor internaționale pentru persoane juridice, care cuprinde originarea apelurilor internaționale pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii fax, pentru persoane juridice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României



**9. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane fizice, care cuprinde originarea la un punct fix a apelurilor către rețele publice mobile din România pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii fax, pentru persoane fizice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**10. a) Piața relevantă a produsului**

Piața apelurilor către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane juridice, care cuprinde originarea la un punct fix a apelurilor către rețele publice mobile din România pentru serviciile de telefonie destinate publicului, inclusiv servicii fax, pentru persoane juridice

Piața identificată este o piață cu amănuntul, supusă prevederilor Legii nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice.

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României.

Aceste piețe vor fi incluse în lista piețelor relevante specifice prevăzute în Anexa la Regulamentul privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice.

### **3. DEFINIREA PIETELOR RELEVANTE SPECIFICE CU AMĂNUNTUL PENTRU FURNIZAREA SERVICIILOR DE ACCES LA INTERNET**

#### **3.1. Identificarea piețelor relevante ale produsului**

Internetul este un mijloc de comunicare utilizat atât în mediul de afaceri, cât și în viața personală. Procentul persoanelor cu vârsta cuprinsă între 15 și 50 ani, care utilizează Internetul în mediul urban este de 18%, iar dintre aceștia, 7,5% utilizează Internetul de acasă. Persoanele care nu au acces la Internet în gospodărie îl accesează, de cele mai multe ori, de la un Internet Cafe sau de la școală/serviciu. Indiferent de unde este accesat, Internetul este utilizat, în special, pentru e-mail (88,7% dintre utilizatorii de Internet) și divertisment (74,4% dintre utilizatorii de Internet).

Utilizatorul poate avea acces la Internet printr-o conexiune în bandă îngustă sau printr-o conexiune în bandă largă. Lățimea de bandă exprimă cantitatea maximă de informație (sub forma biților) care poate trece, teoretic, printr-un mediu de comunicații într-un interval de timp. În cazul conexiunii de tip dial-up, lățimea de bandă este limitată la 56 Kbps, ceea ce nu permite dezvoltarea unor comunicații vizuale care ar necesita o lățime de bandă mai mare. Tehnologia de tip ISDN permite transmiterea simultană atât a vocii, cât și a fluxului de date, și chiar imagini în mișcare, prin fire telefonice, datorită partajării canalelor de comunicații. Lățimea de bandă a tehnologiei de tip ISDN este de maxim 128 Kbps (la care se adaugă un canal de semnalizare de 16 Kbps), atunci când sunt folosite ambele canale de comunicații. Pentru a putea utiliza o conexiune de tip dial-up (clasic sau ISDN) este necesar un modem analogic sau un modem ISDN.

Conexiunea la Internet în bandă îngustă este cea mai utilizată formă de acces la Internet în rândul utilizatorilor. Astfel, 81,4% dintre gospodăriile și 72,5% dintre persoanele juridice care au acces la Internet folosesc o conexiune de tip dial-up.

În ceea ce privește accesul la Internet prin conexiuni dedicate, 20,7% dintre gospodăriile care au acces la Internet utilizează o conexiune dedicată, 35% din acestea având o lățime de bandă minim garantată de 128 Kbps, iar 37,6% dintre persoane juridice folosesc conexiuni dedicate, 23,9% dintre acestea având o lățime de bandă minim garantată de cel puțin 128 Kbps. Principalul tip de conexiune dedicată utilizat, atât în cazul persoanelor fizice, cât și în cazul persoanelor juridice, este cablul coaxial, acesta având o pondere de 16,1% și, respectiv, 17,5% din totalul conexiunilor, alte tipuri de conexiuni utilizate fiind fibra optică, undele radio, liniile închiriate de la S.C. Romtelecom S.A. (cu modem standard sau xDSL) sau V-Sat.

#### **a) Piața serviciilor de acces la Internet în bandă largă este diferită de piața serviciilor de acces la Internet în bandă îngustă**

##### **Substituibilitatea cererii**

Din analiza comportamentului utilizatorilor și a ofertelor existente pe piață, putem concluziona că, la nivelul tuturor categoriilor de utilizatori (persoane fizice sau persoane juridice), există o substituibilitate redusă între serviciile de acces la Internet în bandă largă și serviciile de acces la Internet în bandă îngustă.

Astfel, caracteristicile tehnico-funcționale (viteza de transfer a datelor, lungimea maximă a circuitului fizic care permite furnizarea în condiții optime a serviciului, aplicațiile care pot fi rulate și simetria comunicațiilor) ale celor două tipuri de servicii sunt diferite ceea ce determină și un mod diferit de utilizare al acestora:

- o conexiune în bandă largă este, în general, de trei ori mai rapidă decât o conexiune de tip dial-up, existând chiar și conexiuni în bandă largă ce permit o viteză mult mai mare. O conexiune în bandă largă presupune o lărgime de bandă de cel puțin 128 Kbps, ceea ce permite rularea unor aplicații care ar fi imposibil de rulat prin accesarea Internet-ului prin dial-up;

- accesul la Internet printr-o conexiune în bandă largă este permanent, caracteristică ce nu se poate asigura printr-o conexiune de tip dial-up;

- accesul la Internet printr-o conexiune în bandă largă nu implică ocuparea liniei telefonice, situație înregistrată în cazul accesării Internetului printr-o conexiune de tip dial-up.

Gradul de substituibilitate între cele două tipuri de servicii depinde de disponibilitatea utilizatorilor, în funcție de nevoile pe care le au, de a plăti mai mult pentru serviciile de acces la Internet în bandă largă, ținând cont că există diferențe semnificative de tarife între cele două tipuri de acces la Internet.

În majoritatea cazurilor, utilizatorii finali nu substituie serviciile de acces la Internet în bandă largă cu serviciile de acces la Internet în bandă îngustă, deoarece există aplicații care nu funcționează corespunzător în cazul unei lărgimi reduse de bandă.

Conexiunile la Internet în bandă îngustă sunt utilizate în general de către utilizatorii care accesează Internetul cu o frecvență mai redusă și pentru perioade mai scurte de timp, în timp ce conexiunile la Internet în bandă largă sunt utilizate de către persoane fizice și juridice care accesează Internetul cu o frecvență mai mare și pentru activități multiple, care necesită o rată de transfer mai mare. Persoanele fizice care au acces la Internet printr-o conexiune de tip dial-up accesează Internetul, în medie, 6,09 ore pe săptămână, iar persoanele juridice care beneficiază de o conexiune de tip dial-up accesează Internetul, în medie, 11,28 ore pe săptămână.

Principale activități pentru care sunt utilizate serviciile de acces la Internet în bandă îngustă, de către persoanele juridice, sunt: email (98,5%), Internet browsing (67,8%) și transfer de fișiere (61,2%). Comparativ cu persoanele juridice care dețin o conexiune de tip dial-up la Internet, persoanele juridice care utilizează conexiuni dedicate accesează Internetul semnificativ mai mult pentru următoarele activități: Internet browsing, transfer de fișiere, găzduire a paginilor de Internet, chat/conversații, VoIP (calculator - calculator) și VoIP prin VPN.

Așa cum a rezultat din studiul de piață, 41,1% dintre persoanele juridice care utilizează în prezent conexiuni de tip dial-up, probabil sau sigur, vor achiziționa o conexiune dedicată în următoarele 12 luni, iar dintre acestea aproximativ o treime (32,8%) doresc o lărgime de bandă de cel puțin 128 Kbps pentru conexiunea viitoare. Principalele motive pentru care doresc schimbarea sunt: rata de transfer mai mare (74,8%), accesul permanent la serviciile on-line (61,2%), conexiunea fără întreruperi (52,5%).

Dintre utilizatorii persoane fizice care au acces la Internet în bandă îngustă, 10,3% au declarat că vor achiziționa în mod categoric o conexiune dedicată în următoarele 12 luni, iar 26,7% au declarat ca probabilă o astfel de achiziție. Dintre cei care vor achiziționa cu siguranță o conexiune dedicată, 60,7% doresc o conexiune de cel puțin 128 Kbps. Principalele motive pentru achiziționarea serviciilor de acces la Internet în bandă largă sunt

viteza de acces mai mare (77,9%), accesul permanent la Internet (64,9%), descărcarea mai rapidă a fișierelor (64,6%).

Ținând cont de caracteristicile diferite și funcționalitatea fiecărui tip de conexiune, un utilizator nu va putea substitui cele două tipuri de conexiuni. O viteză mai mare permite accesul utilizatorilor, de exemplu, la servicii audio-vizuale interactive, oferă posibilitatea de a efectua cumpărături de acasă sau de a accesa servicii video la cerere. Dezvoltarea unor aplicații care necesită o conexiune la Internet în bandă largă fac imposibilă substituirea dintre acest tip de conexiune și o conexiune în bandă îngustă.

Persoanele juridice solicită, în general, o conexiune la Internet în bandă largă care să le permită o rată de transfer mai mare și utilizarea anumitor servicii la parametri mai buni, în vederea satisfacerii necesităților mult mai complexe. Conexiunile în bandă largă sunt adesea utilizate de către persoanele juridice, de exemplu, pentru a-și conecta rețeaua internă la Internet, permițând astfel unui număr mai mare de utilizatori să folosească aceeași conexiune, care, de cele mai multe ori, este permanentă („always-on”), ceea ce va oferi utilizatorilor mai multă flexibilitate și control.

Intenția de creștere a lărgimii de bandă atât în rândul persoanelor fizice cât și în rândul persoanelor juridice este determinată, în mare măsură, de beneficiile suplimentare pe care le oferă o conexiune în bandă mai largă. Nevoia de conexiuni în bandă largă este mult mai mare în rândul persoanelor juridice, întrucât Internet-ul este un instrument de afaceri care trebuie să funcționeze la o viteză de transfer potrivită, la un tarif convenabil și să ofere servicii de relații cu clienții care să asigure continuitatea afacerii. În concluzie, pornind de la nevoile pe care le au utilizatorii și funcționalitățile diferite ale unei conexiuni în bandă îngustă și, respectiv, în bandă largă, utilizatorii-persoane fizice și persoane juridice nu vor substitui cele două modalități de acces la Internet.

Un alt factor extrem de important în determinarea gradului de substituibilitate a cererii între accesul la Internet în bandă largă și accesul la Internet în bandă îngustă este **nivelul tarifelor** practicat pentru cele două modalități de acces. Un utilizator care dorește să achiziționeze o conexiune în bandă largă trebuie să cheltuiască în medie **700 USD** pe lună (exclusiv TVA și taxele percepute pentru conectare și echipamente terminale necesare), în timp ce o conexiune în bandă îngustă costă, în medie, pe lună, **30 USD** pentru o conexiune de tip ISDN (la care se adaugă abonamentul lunar BRA-ISDN la S.C. Romtelecom S.A., de aproximativ 12,5 USD) sau **10 USD** pentru o conexiune de tip dial-up cu abonament (acces nelimitat) (la care se adaugă cheltuielile cu serviciul de telefonie pentru acces la Internet - în medie 9,46 USD, conform studiului S.C. Daedalus Consulting S.R.L.).

Diferențele semnificative între tarifele pentru cele două modalități de acces reprezintă un motiv în plus pentru a nu considera accesul la Internet în bandă largă substituibil cu accesul la Internet în bandă îngustă. La o creștere cu 10% a tarifului pentru o conexiune în bandă largă, un utilizator care deține o conexiune în bandă largă nu va substitui acest tip de conexiune cu o conexiune la Internet în bandă îngustă, întrucât aplicațiile pe care le desfășoară necesită o viteză mai mare decât cea care este asigurată printr-o conexiune în bandă îngustă, prin urmare nu sunt supuse aceluiași constrângeri de tarife.

Dintre persoanele fizice care dețin conexiuni clasice, de tip dial-up, 46,4% consideră costul suplimentar aferent unei conexiuni de tip ISDN ca fiind mult prea mare. De asemenea, 26,5% dintre persoanele fizice nu consideră oportună trecerea la o conexiune în bandă largă, întrucât costul suplimentar aferent unei lărgimi de bandă de cel puțin 128Kbps este mult prea ridicat și nu se justifică, lărgimea de bandă deținută în prezent fiind suficientă pentru nevoile existente ale utilizatorului. În rândul persoanelor juridice, 34,6% dintre acestea nu

sunt dispuse să plătească mai mult pentru o conexiune în bandă mai largă. Astfel, din motive financiare, un utilizator nu va fi dispus să suporte diferențele tarifare semnificative care există între cele două tipuri de conexiuni.

### **Substituibilitatea ofertei**

Pentru a oferi servicii de acces la Internet, un furnizor trebuie să-și construiască o rețea care să permită furnizarea de astfel de servicii sau să cumpere servicii de acces de pe piața de gros corespunzătoare.

Furnizarea de servicii de acces la Internet în bandă largă pentru utilizatorii finali constă în asigurarea unei rețele de acces de la și către punctele de prezență ale acestora și furnizarea serviciilor de acces la Internet. Investițiile ridicate pe care le presupune construirea unei rețele care să permită furnizarea serviciilor de acces la Internet, precum și existența economiilor de scară și de densitate care sunt specifice unei astfel de rețele, împiedică intrarea pe piața relevantă a unor furnizori care doresc să ofere acest tip de servicii, într-o perioadă rezonabilă și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile. Astfel, majoritatea furnizorilor de servicii de acces la Internet care au răspuns la chestionarul studiului calitativ realizat de ANRC consideră investițiile necesare o barieră semnificativă la intrarea pe piață.

În cazul serviciilor de acces la Internet în bandă largă, furnizorii trebuie să realizeze o conexiune directă cu utilizatorul sau să achiziționeze o astfel de conexiune de pe o piață de gros corespondentă. Construirea unei rețele de acces la utilizatori și echiparea acesteia presupune investiții mari, furnizorul asumându-și un risc ridicat de nerecuperare a investițiilor în cazul în care utilizatorul renunță la serviciile furnizate de către acesta.

Furnizarea serviciilor de acces la Internet presupune existența unui canal de comunicații capabil să transmită date în ambele direcții și la viteze de transfer corespunzătoare. Pentru a furniza servicii de acces la Internet în bandă îngustă printr-o conexiune de tip dial-up sau ISDN, un furnizor are nevoie doar de o legătură de acces la rețeaua operată de S.C. Romtelecom S.A. (prin interconectare sau achiziționând o legătură de tip ISDN) și de alocarea unor resurse de numerotație care să permită conectarea utilizatorilor finali la serverul său. Astfel, furnizorul poate avea acces la toți abonații S.C. Romtelecom S.A. dintr-o anumită arie geografică fără a realiza investiții semnificative, rețeaua de acces la utilizatori fiind exploatată și configurată de S.C. Romtelecom S.A. Furnizarea serviciului poate fi realizată și fără a exista o relație contractuală directă între furnizorul de servicii de acces la Internet și utilizatorul final (prin intermediul cartelelor preplătite), cunoașterea locației utilizatorului final nefiind necesară.

Astfel, este foarte puțin probabil ca, în cazul creșterii cu 10% a tarifelor pentru serviciile de acces la Internet în bandă largă, un furnizor care oferă acces la Internet în bandă îngustă să poată furniza servicii de acces la Internet în bandă largă într-o perioadă de timp scurtă și la un volum care să constrângă stabilirea tarifelor de către furnizorii existenți pe piață.

Ținând cont că un utilizator nu poate accesa Internetul printr-o conexiune în bandă îngustă de tip dial-up sau ISDN fără existența unei linii telefonice și realizarea unui apel local (utilizatorii care accesează Internetul prin conexiuni de tip dial-up sau ISDN folosesc aceeași rețea de acces ca și pentru serviciile de telefonie), ANRC consideră oportună introducerea serviciilor de tip dial-up sau ISDN pentru accesul la Internet în piața apelurilor locale realizate la puncte fixe.

Pe baza criteriului substituibilității cererii și a criteriului substituibilității ofertei, ANRC identifică *piața serviciilor de acces la Internet în bandă largă* ca piață relevantă.

### **3.2. Identificarea pieței geografice relevante**

ANRC definește această piață la nivel național în scopul monitorizării evoluției gradului de concurență pe piață. Dacă în urma analizelor de piață viitoare se va constata existența unor zone geografice mai restrânse, în care condițiile de concurență sunt diferite față de condițiile existente la nivel național, ANRC va segmenta geografic această piață și va impune măsuri de reglementare ex-ante numai în acele zone în care se constată existența unui furnizor cu putere semnificativă pe piață.

### **3.3. Identificarea pieței relevante specifice pentru furnizarea serviciilor de acces la Internet**

#### **a) Barierele la intrarea pe piață**

Intrarea unor noi furnizori de servicii de acces la Internet este limitată de mărimea investițiilor, de timpul îndelungat de punere în funcțiune a unei rețele de acces care să permită furnizarea de servicii de acces la Internet în bandă largă, precum și de existența unor economii de scară și de scop.

#### **b) Dinamica pieței**

Ținând cont de reglementările impuse la nivelul piețelor de gros corespunzătoare, în ciuda barierelor structurale ridicate existente la intrarea pe piață, ANRC consideră că aceste reglementări pot determina dezvoltarea concurenței pe piața cu amănuntul și că efectele reglementărilor vor fi resimțite în rândul utilizatorilor finali.

Având în vedere faptul că nu sunt îndeplinite cele trei criterii pentru definirea piețelor relevante specifice și că se urmărește minimizarea intervenției prin măsuri de reglementare pe piețele nou-apărute, în dezvoltare și cu o dinamică accelerată, reglementarea focalizându-se pe facilitarea dezvoltării acestor piețe, piața relevantă de mai sus nu este identificată ca fiind o piață relevantă specifică. ANRC va recurge la măsuri de reglementare destinate a promova concurența pe piața serviciilor de acces la Internet în bandă largă numai atunci când vor exista indicii că puterea de piață acaparată de furnizorii intrați pe piață împiedică dezvoltarea concurenței eficiente.