



ROMÂNIA

AUTORITATEA NAȚIONALĂ DE REGLEMENTARE ÎN COMUNICAȚII

Bd. Libertății 14, Sector 5, 70060 București

www.anrc.ro

Tel.: +40 21 312 49 39 | +40 21 312 49 09 | Fax: +40 21 312 56 96 | e-mail: anrc@anrc.ro

În temeiul prevederilor art.32 alin.(1) lit.a) și ale art.38 alin.(1), (3) și (5) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.79/2002 privind cadrul general de reglementare a comunicațiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.591/2002,

președintele AUTORITĂȚII NAȚIONALE de REGLEMENTARE în COMUNICAȚII

emite prezenta decizie.

DECIZIE

privind aprobarea Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice

Articol unic. - Se aprobă Regulamentul privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice, prevăzut în anexa care face parte integrantă din prezenta decizie.

PREȘEDINTE,

ION SMEEIANU

București, 12 decembrie 2002
Nr.136

ANEXĂ

REGULAMENT PRIVIND IDENTIFICAREA PIETELOR RELEVANTE DIN SECTORUL COMUNICAȚIILOR ELECTRONICE

Capitolul I Dispoziții generale

Art.1. - Prezentul regulament are ca scop stabilirea criteriilor și a instrumentelor de identificare a piețelor de produse și servicii din sectorul comunicațiilor electronice, ale căror caracteristici pot justifica impunerea de către Autoritatea Națională de Reglementare în Comunicații, denumită în continuare *ANRC*, a unor obligații specifice în sarcina furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice cu putere semnificativă pe piață, precum și identificarea acestor piețe, denumite în continuare *piețe relevante specifice*.

Art.2. - În înțelesul prezentului regulament, următorii termeni se definesc astfel:

- a) **produs** – un produs sau serviciu din sectorul comunicațiilor electronice;
- b) **furnizor** – un furnizor de rețele sau de servicii de comunicații electronice, în înțelesul Ordonanței de urgență a Guvernului nr.79/2002 privind cadrul general de reglementare în comunicații, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.591/2002, sau un operator, în înțelesul Ordonanței Guvernului nr.34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.527/2002, care oferă un produs;
- c) **piață relevantă a produsului** – acea piață a produselor considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului;
- d) **piață geografică relevantă** – zona în care sunt localizați furnizorii produselor din piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate fi delimitată de arii geografice vecine datorită unor condiții concurențiale diferite;
- e) **piață relevantă** – piața obținută prin raportarea pieței relevante a produsului la piața geografică relevantă;
- f) **piață relevantă specifică** – piața relevantă din sectorul comunicațiilor electronice, ale cărei caracteristici pot justifica impunerea de către *ANRC* a unor obligații specifice în sarcina furnizorilor cu putere semnificativă pe acea piață;
- g) **concurență efectivă** – situația în care mecanismele concurențiale ale pieței conduc la alocarea eficientă a resurselor și la un nivel ridicat al beneficiilor sociale;
- h) **piață cu amănuntul** – piața produselor destinate utilizatorilor finali;
- i) **piață de gros** – piața produselor destinate a fi utilizate în scopul revânzării de către alți furnizori;
- j) **rețea publică de telefonie fixă** – rețeaua de comunicații electronice prin intermediul căreia se furnizează serviciul de telefonie destinat publicului la puncte fixe;

k) **rețea publică de telefonie mobilă** – rețeaua de comunicații electronice prin intermediul căreia se furnizează serviciul de telefonie destinat publicului la puncte mobile (nonfixe).

Capitolul II

Identificarea pieței relevante a produsului

Art.3. – (1) Analiza pieței relevante a produsului pornește de la segmentarea sectorului comunicațiilor electronice în funcție de următoarele distincții:

a) rețele publice de comunicații electronice și servicii de comunicații electronice destinate publicului/rețele și servicii de comunicații electronice furnizate pentru nevoi proprii;

b) piețe cu amănuntul/piețe de gros;

c) furnizare de rețele și servicii de comunicații electronice/furnizare de infrastructură asociată;

d) furnizare la puncte fixe/furnizare la puncte mobile;

e) servicii de telefonie destinate publicului/alte servicii;

f) servicii oferite consumatorilor/servicii oferite celorlalți utilizatori finali.

(2) În cadrul fiecărui segment al sectorului comunicațiilor electronice, identificat potrivit alin.(1), *ANRC* va identifica piețele relevante ale produsului pornind de la un produs sau un grup de produse, la care vor fi adăugate alte produse utilizând criteriile prevăzute la art.4. Ținând seama de convergența tehnologiilor în sectorul comunicațiilor electronice, *ANRC* va determina situațiile în care produse ce aparțin unor segmente diferite pot face parte din aceeași piață relevantă a produsului.

Art.4. – Identificarea pieței relevante a produsului se realizează pe baza următoarelor criterii:

a) substituibilitatea cererii;

b) substituibilitatea ofertei.

Art.5. – (1) Criteriul substituibilității cererii este utilizat pentru determinarea produselor considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului.

(2) Substituibilitatea cererii se determină pe baza comportamentului utilizatorilor în situația unei fluctuații a prețului în trecut și a comportamentului probabil al utilizatorilor în cazul unei fluctuații ipotetice a prețului.

(3) Evaluarea substituibilității cererii va ține cont de măsura în care consumatorii vor fi dispuși să își asume costurile schimbării unui produs cu altul și timpul necesar realizării acestui schimb.

(4) Piața relevantă a produsului va cuprinde toate produsele care sunt substituibile din punct de vedere al cererii.

Art.6. – (1) Criteriul substituibilității ofertei este utilizat pentru determinarea produselor considerate sau care ar putea fi considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și

prețului, ce pot fi oferite de furnizori care pot intra pe piața relevantă în cauză, într-o perioadă rezonabilă și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile.

(2) Substituibilitatea ofertei va fi luată în considerare atunci când efectele sale asupra stabilirii prețului pe piață sunt echivalente cu cele ale substituibilității cererii.

(3) În cazul în care oferirea unor produse substituibile necesită modificări semnificative ale rețelei sau infrastructurii asociate existente, investiții suplimentare importante sau un timp îndelungat, aceste produse nu vor fi incluse în piața relevantă.

(4) Piața relevantă a produsului va cuprinde toate produsele care sunt substituibile din punct de vedere al ofertei.

Capitolul III **Identificarea pieței geografice relevante**

Art.7. – (1) Identificarea pieței geografice relevante se realizează pe baza următoarelor criterii:

- a) aria acoperită de rețea sau de elementele infrastructurii asociate;
- b) existența unor limite geografice impuse prin lege sau prin acte administrative;
- c) analiza acordurilor de acces și interconectare.

(2) Aplicarea criteriilor prevăzute la alin.(1) se va completa, acolo unde este cazul, cu aplicarea următoarelor criterii:

- a) substituibilitatea cererii;
- b) substituibilitatea ofertei.

Art.8. – (1) Aria acoperită de rețea sau de elementele infrastructurii asociate, după caz, circumscrie, de regulă, zona în care este oferit produsul a cărui furnizare depinde de suportul rețelei sau al infrastructurii asociate în cauză.

(2) Aria acoperită de rețea sau de elementele infrastructurii asociate coincide, de regulă, cu limitele geografice impuse prin lege sau prin acte administrative.

(3) Analiza acordurilor de acces și interconectare poate oferi indicii privind extinderea zonei în care este oferit produsul a cărui furnizare depinde de suportul unei anumite rețele sau infrastructuri asociate.

Art.9. – (1) Criteriul substituibilității cererii este utilizat pentru determinarea zonei în care sunt oferite produsele considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului.

(2) Prevederile art.5 alin.(2) și (3) sunt aplicabile în mod corespunzător.

(3) Piața geografică relevantă va cuprinde toate zonele în care sunt localizați furnizorii produselor care sunt substituibile din punct de vedere al cererii.

Art.10. (1) Criteriul substituibilității ofertei este utilizat pentru determinarea zonei în care sunt localizați furnizorii care pot intra pe piața relevantă în cauză, într-o perioadă de timp rezonabilă și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile, cu produse considerate sau care ar putea fi considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului.

(2) Prevederile art.6 alin.(2) și (3) sunt aplicabile în mod corespunzător.

(3) Piața geografică relevantă va cuprinde toate zonele în care sunt localizați furnizorii produselor care sunt substituibile din punct de vedere al ofertei.

Capitolul IV

Testul monopolistului ipotetic

Art.11. (1) Evaluarea substituibilității cererii și a ofertei se poate realiza pe baza testului monopolistului ipotetic.

(2) Testul monopolistului ipotetic analizează dacă un ipotetic unic furnizor al unui produs poate aplica în mod profitabil o creștere mică, dar semnificativă și de durată a prețului, în condițiile în care prețurile tuturor celorlalte produse nu se modifică. Prin creștere mică, dar semnificativă a prețului se înțelege o creștere a prețului cu 5-10%. Dacă această creștere de preț nu ar fi profitabilă, datorită faptului că produsul ar fi substituit, din punct de vedere al cererii sau al ofertei cu alte produse, atunci aceste produse, precum și zonele în care sunt localizați furnizorii lor vor fi incluse în piața relevantă. Procedul este repetat pentru noul grup de produse și noua arie geografică până când în cadrul pieței relevante nu mai pot fi incluse alte produse sau alte zone.

Art.12. (1) De regulă, testul monopolistului ipotetic este relevant și va fi aplicat în cazul produselor al căror preț este determinat în mod liber, fiind stabilit pe baze concurențiale și nefiind supus unui regim de reglementare.

(2) Astfel, dacă nivelul prețului este prea mare ca rezultat al exercitării puterii de piață de către un furnizor sau grup de furnizori, evaluarea substituibilității cererii sau a ofertei pornind de la acest nivel de preț prin aplicarea testului monopolistului ipotetic poate conduce la introducerea în piața relevantă a unor produse care nu ar fi substituibile dacă prețul inițial ar fi stabilit pe baze concurențiale. Invers, dacă nivelul prețului pieței este prea mic ca efect al reglementării sau al unor practici anticoncurențiale, evaluarea substituibilității cererii sau a ofertei pornind de la acest nivel de preț prin aplicarea testului monopolistului ipotetic poate conduce la excluderea din piața relevantă a unor produse care ar fi substituibile dacă prețul inițial ar fi stabilit pe baze concurențiale.

(3) În situații de tipul celor prevăzute la alin.(2), ANRC va analiza dacă testul monopolistului ipotetic poate fi aplicat pentru definirea pieței relevante.

Capitolul V

Identificarea pieței relevante specifice

Art.13. – Pentru identificarea piețelor relevante specifice se vor avea în vedere atât condițiile concrete existente pe piața relevantă, cât și estimarea globală a evoluțiilor viitoare în structura și în funcționarea pieței, pornindu-se de la caracteristicile și evoluția piețelor din țările europene cu un cadru de reglementare bazat pe principii similare.

Art.14. – Pornindu-se de la piața relevantă, identificarea pieței relevante specifice se realizează în principal pe baza următoarelor criterii:

a) barierele la intrarea pe piață;

- b) dinamica pieței;
 - c) eficiența dreptului concurenței.
- (2) Alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante.

Art.15. – (1) Existența unor bariere ridicate la intrarea pe piață reprezintă un indiciu pentru identificarea pieței relevante în cauză ca fiind o piață relevantă specifică. Prezența unor asemenea bariere nu este însă suficientă pentru identificarea unei piețe relevante specifice. Datorită caracterului dinamic al sectorului comunicațiilor electronice va fi luată în considerare posibilitatea ca piața relevantă în cauză să tindă către o concurență efectivă, în ciuda unor bariere ridicate la intrarea pe piață.

(2) Barierele la intrarea pe piață sunt de două tipuri:

- a) bariere structurale;
- b) bariere legale.

Art.16. – (1) Există bariere structurale la intrarea pe piață atunci când nivelul tehnologiei, structura costurilor asociate acestora și nivelul cererii sunt în măsură să creeze condiții neechilibrate între furnizorii existenți și concurenții lor potențiali, capabile să conducă la împiedicarea sau la întârzierea intrării pe piața relevantă a acestora din urmă.

(2) Barierele structurale pot consta în existența pe piață a unor economii substanțiale de scară, scop și densitate, precum și în costurile fixe nerecuperabile ridicate pe care le presupune intrarea pe piață.

(3) Economii de scară apar atunci când costul total mediu pe unitatea de produs al unui furnizor scade odată cu creșterea vânzărilor, pentru un nivel al producției corelat cu nivelul cererii pe piață. Economii de scară sunt influențate de factori tehnologici și manageriali și rezultă din scăderea costurilor fixe pe unitatea de produs ca urmare a creșterii volumului vânzărilor.

(4) Economii de scop apar ca urmare a avantajului de cost pe care îl are un furnizor care realizează două sau mai multe produse, utilizând aceleași mijloace, față de cei care realizează un singur produs. Economii de scop pot exista separat sau împreună cu economii de scară.

(5) Economii de densitate apar ca urmare a avantajului de cost pe care îl are un furnizor ce beneficiază de o densitate ridicată a utilizatorilor.

(6) Costurile fixe nerecuperabile sunt acele costuri fixe care nu pot fi recuperate sau evitate, chiar în cazul încetării totale a producției.

Art.17. – (1) Barierele legale la intrarea pe piață rezultă din dispozițiile legilor sau ale actelor administrative care au un efect direct asupra condițiilor de intrare și a poziției furnizorilor pe piața relevantă, nedepinzând de condițiile economice.

(2) O barieră legală semnificativă poate să existe atunci când intrarea pe o anumită piață devine neviabilă ca efect al unor măsuri impuse prin lege sau prin acte administrative, estimându-se totodată că această situație va persista o anumită perioadă de timp.

(3) Existența în trecut a unor bariere legale, precum unele drepturi speciale sau exclusive, poate amplifica impactul unor bariere structurale, cum ar fi economii de scară sau de scop, integrarea pe verticală, controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate, greu de duplicat, controlul asupra unor standarde tehnice la care concurenții trebuie să se adapteze, practicarea unor subvenții încrucișate între servicii sau inerția utilizatorilor.

Art.18. – (1) Criteriul dinamicii pieței urmărește dacă piața relevantă prezintă sau nu caracteristici care să determine evoluția acesteia către o concurență efectivă, fără a fi necesară adoptarea unor reglementări *ex ante* (cu caracter preventiv), chiar în condițiile existenței unor bariere ridicate la intrarea pe piață.

(2) Impactul barierelor la intrarea pe piață poate deveni mai redus pe piețele caracterizate de un progres tehnic rapid, întrucât pe aceste piețe există o presiune puternică din partea concurenților potențiali.

(3) Ca regulă, nu vor fi identificate ca piețe relevante specifice piețele relevante nou formate, în dezvoltare și cu o dinamică accelerată. Identificarea unor asemenea piețe ca fiind piețe relevante specifice va avea loc atunci când există indicii că puterea de piață dobândită de primii furnizori intrați pe piață poate împiedica dezvoltarea concurenței efective în viitor.

Art.19. – (1) În identificarea unei piețe relevante specifice se va evalua măsura în care dreptul concurenței poate determina o concurență efectivă în absența reglementărilor *ex ante*.

(2) Reglementările *ex ante* se vor aplica complementar legislației generale a concurenței, în condițiile în care experiența acumulată pe piața națională și internațională dovedește ca aceasta nu reușește să asigure existența unei concurențe efective pe piață. Astfel reglementările *ex ante* intervin atunci când este necesară impunerea unor măsuri complexe pe piața relevantă, care pot implica, de exemplu, realizarea unei evidențe contabile separate, implementarea unui anumit sistem de contabilitate a costurilor sau monitorizarea unor parametri tehnici, ori atunci când intervenția frecventă sau promptă pe piața relevantă este indispensabilă.

Art.20. – Piețele relevante specifice, identificate potrivit prevederilor prezentului regulament vor corespunde, de regulă, piețelor relevante definite potrivit dreptului concurenței, datorită utilizării unei metodologii similare. Cu toate acestea, faptul că estimarea globală a evoluțiilor viitoare în structura și în funcționarea pieței stă întotdeauna la baza identificării piețelor relevante specifice poate conduce la unele deosebiri între aceste piețe și piețele relevante definite potrivit dreptului concurenței. În toate cazurile însă, piețele relevante specifice nu aduc atingere piețelor definite prin aplicarea dreptului concurenței de către autoritățile competente.

Art.21. – Furnizorii au obligația de a pune la dispoziția ANRC, la cererea motivată a acesteia, toate informațiile necesare în vederea aplicării prezentului regulament, sub sancțiunea prevăzută la art.56 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.79/2002 privind cadrul general de reglementare a comunicațiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.591/2002.

Art.22. – (1) Piețele relevante specifice, identificate de ANRC în conformitate cu dispozițiile prezentului regulament, sunt prevăzute în anexă.

(2) ANRC va revizui piețele prevăzute în anexă pentru a ține seama de evoluția sectorului comunicațiilor electronice din România, în sensul modificării piețelor identificate sau al adăugării unor noi piețe ale căror caracteristici pot justifica impunerea unor obligații specifice furnizorilor cu putere semnificativă pe aceste piețe.

(3) Anexa face parte integrantă din prezentul regulament.

ANEXĂ
la regulament

Piețele relevante specifice

1. a) Piața relevantă a produsului

Piața accesului la rețelele publice de telefonie fixă în vederea originării, terminării și tranzitului apelurilor, care cuprinde accesul la rețelele publice de telefonie fixă în vederea originării la puncte fixe, terminării la puncte fixe și tranzitului comutat al apelurilor pentru serviciile de telefonie destinate publicului și pentru serviciile dial-up, ISDN și fax.

Piața identificată este o piață de gros, supusă prevederilor Ordonanței Guvernului nr.34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.527/2002.

b) Piața geografică relevantă

Piața națională determinată de teritoriul României

2. a) Piața relevantă a produsului

Piața accesului la rețeaua publică de telefonie mobilă operată de Societatea Comercială „Cosmorom” - S.A. în vederea terminării apelurilor, care cuprinde accesul la această rețea în vederea terminării la puncte mobile a apelurilor pentru serviciile de telefonie destinate publicului, care sunt originare în alte rețele.

Piața identificată este o piață de gros, supusă prevederilor Ordonanței Guvernului nr.34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.527/2002.

b) Piața geografică relevantă

Piața națională determinată de teritoriul României

3. a) Piața relevantă a produsului

Piața accesului la rețeaua publică de telefonie mobilă operată de Societatea Comercială „Mobifon” - S.A. în vederea terminării apelurilor, care cuprinde accesul la

această rețea în vederea terminării la puncte mobile a apelurilor pentru serviciile de telefonie destinate publicului, care sunt originare în alte rețele.

Piața identificată este o piață de gros, supusă prevederilor Ordonanței Guvernului nr.34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.527/2002.

b) Piața geografică relevantă

Piața națională determinată de teritoriul României

4. a) Piața relevantă a produsului

Piața accesului la rețeaua publică de telefonie mobilă operată de Societatea Comercială „Orange România” - S.A. în vederea terminării apelurilor, care cuprinde accesul la această rețea în vederea terminării la puncte mobile a apelurilor pentru serviciile de telefonie destinate publicului, care sunt originare în alte rețele.

Piața identificată este o piață de gros, supusă prevederilor Ordonanței Guvernului nr.34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.527/2002.

b) Piața geografică relevantă

Piața națională determinată de teritoriul României

5. a) Piața relevantă a produsului

Piața accesului la rețeaua publică de telefonie mobilă operată de Societatea Comercială „Telemobil” - S.A. în vederea terminării apelurilor, care cuprinde accesul la această rețea în vederea terminării la puncte mobile a apelurilor pentru serviciile de telefonie destinate publicului, care sunt originare în alte rețele.

Piața identificată este o piață de gros, supusă prevederilor Ordonanței Guvernului nr.34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr.527/2002.

b) Piața geografică relevantă

Piața națională determinată de teritoriul României