



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

președintele AUTORITĂȚII NAȚIONALE de REGLEMENTARE în COMUNICAȚII

emite prezenta.

DECIZIE
privind aprobarea Regulamentului pentru efectuarea analizelor de piață și determinarea puterii semnificative pe piață

Articol unic. - Se aprobă Regulamentul pentru efectuarea analizelor de piață și determinarea puterii semnificative pe piață, prevăzut în anexa care face parte integrantă din prezenta decizie.

PREȘEDINTE,

ION SMEEIANU

București, 12 decembrie 2002
Nr.137.

ANEXĂ

REGULAMENT PRIVIND EFECTUAREA ANALIZELOR DE PIAȚĂ ȘI DETERMINAREA PUTERII SEMNIFICATIVE PE PIAȚĂ

CAPITOLUL I Dispoziții generale

Art.1. – (1) Prezentul regulament conține regulile pe baza cărora Autoritatea Națională de Reglementare în Comunicații, denumită în continuare *ANRC*, efectuează analiza piețelor identificate potrivit Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice și determină dacă unul sau mai mulți furnizori de rețele sau de servicii de comunicații electronice au putere semnificativă pe o anumită piață relevantă specifică.

(2) În cuprinsul prezentului regulament sunt aplicabile definițiile prevăzute la art.2 din Regulamentul privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice.

Art.2. – (1) Un furnizor este considerat ca având putere semnificativă pe o anumită piață relevantă specifică dacă, individual sau împreună cu alți furnizori, se bucură pe piața respectivă de o poziție echivalentă unei poziții dominante.

(2) Prin *poziție dominantă pe o anumită piață* se înțelege situația în care un furnizor este capabil, într-o măsură apreciabilă, să se comporte independent față de concurenți, clienți sau consumatori.

(3) Un furnizor cu putere semnificativă pe o anumită piață poate fi considerat a avea putere semnificativă și pe o piață aflată în strânsă legătură cu cea dintâi, dacă legăturile dintre cele două piețe permit ca puterea de piață să fie utilizată și pe piața adiacentă.

(4) În evaluarea puterii semnificative a unui furnizor pe o anumită piață relevantă specifică se va lua în considerare puterea pe acea piață a întregului grup din care acesta face parte.

CAPITOLUL II Criterii pentru determinarea puterii semnificative

Art.3. – (1) Pentru determinarea puterii semnificative pe o piață relevantă specifică ANRC va lua în considerare unul sau mai multe dintre următoarele criterii:

- a) cota de piață și stabilitatea acesteia;
- b) integrarea pe verticală;
- c) numărul concurenților;
- d) puterea de contracarare a utilizatorilor;

- e) evoluția prețurilor și nivelul profiturilor;
- f) gradul de diversificare a produselor;
- g) mărimea furnizorilor;
- h) absența concurenților potențiali;
- i) controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate, greu de duplicat;
- j) economiile de scară;
- k) economiile de scop;
- l) avantajul tehnologic;
- m) accesul facil sau privilegiat la resurse financiare;
- n) existența unei rețele dezvoltate de distribuție.

(2) Lista prevăzută la alin.(1) este neexhaustivă, iar alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante specifice.

Art.4. – (1) Dacă pe o piață relevantă specifică există un singur furnizor, acesta este prezumat a avea putere semnificativă pe piața respectivă și va fi desemnat în acest sens de ANRC.

(2) Un furnizor cu o cotă de piață mai mare sau egală cu 40% va fi considerat a avea putere semnificativă pe piața relevantă specifică dacă, în urma aplicării celorlalte criterii prevăzute la art.3, ANRC nu constată contrariul.

(3) Un furnizor cu o cotă de piață mai mică de 40% va fi considerat a nu avea putere semnificativă pe piața relevantă specifică dacă, în urma aplicării celorlalte criterii prevăzute la art.3, ANRC nu constată contrariul.

Art.5. – (1) Principalele criterii ce pot fi utilizate pentru determinarea cotelor de piață ale furnizorilor sunt:

- a) cifra de afaceri;
- b) numărul de utilizatori;
- c) volumul traficului;
- d) capacitatea instalată;
- e) valoarea traficului.

(2) Lista prevăzută la alin.(1) este neexhaustivă, iar alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante specifice.

Art.6. – (1) Stabilitatea în timp a cotei de piață oferă un indiciu ce conduce către existența puterii semnificative pe piață, în timp ce fluctuațiile cotelor de piață pot indica absența unui furnizor cu putere semnificativă pe piață.

(2) Scăderea treptată a cotei de piață a unui furnizor cu putere semnificativă sugerează că piața devine mai competitivă, dar nu determină în mod necesar pierderea puterii semnificative pe piața relevantă specifică.

Art.7. – În analiza piețelor relevante specifice se va avea în vedere că integrarea pe verticală, în aval sau în amonte, a unui furnizor cu putere semnificativă pe o piață relevantă specifică poate afecta negativ concurența pe piețele adiacente.

Art.8. – La efectuarea analizelor de piață se va ține cont de numărul furnizorilor existenți pe piață, precum și de raportul dintre cotele de piață ale acestora. Un număr mare de furnizori poate constitui un indiciu al concurenței efective pe piață.

Art.9. – (1) Puterea de piață a unui furnizor poate fi diminuată de puterea de contracarare a utilizatorilor.

(2) Puterea de contracarare a unui utilizator se manifestă, de regulă, atunci când sunt îndeplinite una sau mai multe dintre următoarele condiții:

a) utilizatorul cumpără un volum important din totalul produselor oferite de furnizor;

b) utilizatorul poate migra, cu costuri reduse, către surse alternative de achiziționare a produselor respective;

c) utilizatorul ar putea produce el însuși produsele respective.

(3) Puterea de contracarare a utilizatorului crește când valoarea achizițiilor de produse oferite de furnizor reprezintă o parte importantă din cheltuielile totale ale unui utilizator sau când furnizorul a realizat investiții considerabile pentru a oferi produsele respective.

Art.10. – În efectuarea analizelor de piață se va ține seama dacă prețurile sunt stabilite pe baza mecanismelor concurențiale sau dacă acestea sunt determinate de politica de prețuri a furnizorului cu putere semnificativă pe piață, ceilalți concurenți raportându-și politica de prețuri la aceasta.

Art.11. – Nivelul profitului unui furnizor poate indica, de asemenea, gradul de concurență pe piața relevantă specifică. Deși profiturile mari se pot datora unei activități eficiente a furnizorului, acestea pot indica inexistența unei concurențe efective și prezența unor bariere ridicate la intrarea pe piață.

Art.12. – În efectuarea analizelor de piață ANRC va lua în considerare faptul că un furnizor care oferă o gamă diversificată de produse își poate consolida poziția pe piață prin oferirea acestora în pachet.

Art.13. – În efectuarea analizelor de piață se ține seama de faptul că un furnizor de mari dimensiuni, comparativ cu concurenții săi, poate obține și menține în timp anumite avantaje față de aceștia, provenite din economiile de scară, puterea financiară, puterea de negociere în relațiile cu furnizorii săi, capacitatea de producție, rețeaua de distribuție și politica de marketing.

Art.14. – (1) Absența concurenților potențiali poate indica existența unor bariere ridicate la intrarea pe piață.

(2) Concurenții potențiali sunt acei furnizori care, în circumstanțele economice date, au capacitatea de a intra pe piața relevantă specifică cu produse pe care le furnizează pe alte arii geografice sau prin adaptarea rapidă a tehnologiei de care dispun, în condiții acceptabile de eficiență.

Art.15. – Controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate, pe care un concurent le poate duplica numai într-un timp îndelungat și cu costuri considerabile, poate reprezenta o barieră ridicată la intrarea pe piață.

Art.16. – 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.

Art.17. – 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.

Art.18. – Deținerea de către un furnizor a unui avantaj tehnologic permite acestuia să obțină costuri reduse, putând constitui în același timp o barieră la intrarea pe piață pentru concurenții potențiali.

Art.19. – Situația în care furnizorii au acces facil sau privilegiat la resurse financiare poate împiedica intrarea unor noi concurenți pe piața relevantă specifică.

Art.20. – Un sistem de distribuție dezvoltat, care poate fi realizat numai într-un timp îndelungat și cu costuri considerabile, reprezintă un avantaj competitiv pentru furnizorul care îl deține.

CAPITOLUL III

Puterea semnificativă colectivă

Art.21. – (1) Pentru ca doi sau mai mulți furnizori să se bucure în comun de putere semnificativă pe o piață relevantă specifică (putere semnificativă colectivă), este necesar ca aceștia să fie independenți din punct de vedere juridic și economic și să se comporte față de utilizatori și concurenți ca o singură entitate care are putere semnificativă pe piața relevantă specifică.

(2) Pentru asimilarea comportamentului față de utilizatori și concurenți a doi sau mai mulți furnizori cu acela al unei singure entități este necesară îndeplinirea în mod cumulativ a următoarelor condiții:

a) să nu existe concurență efectivă pe piața relevantă specifică între furnizorii în cauză;

b) furnizorii în cauză să adopte pe piața relevantă specifică un comportament uniform sau o politică unitară.

Art.22. – În scopul determinării existenței puterii semnificative colective pe o piață relevantă specifică, ANRC trebuie să analizeze cumulativ:

a) dacă există caracteristici ale pieței care să favorizeze o coordonare tacită a comportamentului pe piață a doi sau mai mulți furnizori;

b) dacă o astfel de coordonare este viabilă, prin aceea că:

- nici unul dintre participanți nu este capabil sau nu este motivat să abordeze un comportament divergent, având în vedere faptul că ceilalți participanți sunt capabili și motivați să aplice măsuri de contraatac, și

- concurenții și utilizatorii nu sunt capabili sau motivați să se opună rezultatului acestei coordonări.

Art.23. – (1) În efectuarea analizei prevăzute la art.22 ANRC va aplica unul sau mai multe dintre următoarele criterii:

a) concentrarea pieței – o concentrare ridicată a pieței poate indica existența puterii semnificative colective;

b) transparența pieței – puterea semnificativă colectivă poate apărea în situația în care furnizorii pot obține cu ușurință informații despre prețurile și clienții concurenților;

c) gradul de maturitate a pieței – un grad ridicat de maturitate a pieței relevante specifice îngreunează intrarea pe piață și atragerea de noi clienți;

d) stagnarea sau creșterea moderată a cererii – o creștere rapidă a cererii stimulează concurența pe piața relevantă specifică, furnizorii având posibilitatea de a-și mări cota de piață și profiturile;

e) elasticitatea scăzută a cererii – dacă cererea nu se modifică în mod considerabil ca răspuns la schimbările de preț, există o motivație scăzută a furnizorilor de a reduce prețurile în scopul creșterii cotei lor de piață;

f) omogenitatea produselor – cu cât omogenitatea produselor este mai mare sau este percepută de către utilizatori în acest sens, cu atât va crește motivația furnizorilor de a adopta un comportament similar pe piață, în scopul de a evita o concurență a prețurilor și o scădere a profiturilor;

g) structura asemănătoare a costurilor – la un preț dat, o structură asemănătoare a costurilor va determina un nivel similar al profiturilor, putând conduce la înțelegeri între furnizori asupra prețurilor;

h) cotele de piață similare – adoptarea unui comportament similar pe piață de către furnizori poate fi favorizată de existența unor cote de piață asemănătoare;

i) lipsa inovațiilor tehnice și maturitatea tehnologiei – cu cât maturitatea tehnologiei este mai ridicată, cu atât competiția prin inovație tehnologică scade;

j) absența capacităților în exces – existența capacităților în exces poate împiedica apariția sau menținerea unor înțelegeri între furnizori, aceștia fiind stimulați să utilizeze capacitățile suplimentare în scopul măririi profiturilor;

k) barierele ridicate de intrare pe piață – existența puterii semnificative colective pe o piață relevantă specifică este favorizată de barierele ridicate la intrarea pe piață;

l) lipsa puterii de contracarare a utilizatorilor – o putere de contracarare ridicată a utilizatorilor poate împiedica apariția puterii semnificative colective pe o piață relevantă specifică;

m) lipsa concurenților potențiali – perspectiva intrării pe piața relevantă specifică a unor noi concurenți limitează posibilitatea apariției puterii semnificative colective pe acea piață;

n) diferitele tipuri de legături informale între furnizorii susceptibili de a avea putere semnificativă colectivă – deși stabilirea unor legături informale între furnizori poate avea scopul legitim de a rezolva unele probleme comune ridicate de activitatea acestora, existența unor asemenea legături poate indica o acțiune concertată pe piață;

o) existența mecanismelor de contraatac – furnizorii vor fi încurajați să mențină înțelegerile de pe piață dacă se pot aștepta la aplicarea unor măsuri de contraatac din partea concurenților în cazul încălcării acestor înțelegeri;

p) lipsa concurenței sau gradul redus de concurență la nivelul prețurilor – în cazul în care furnizorii anticipează o concurență puternică la nivelul prețurilor, aceștia pot încerca să evite concurența efectivă între ei prin înțelegeri asupra prețurilor de pe piață.

Existența acestui tip de înțelegeri poate fi indicată de stabilitatea sau de fluctuația redusă a prețurilor în timp.

(2) Lista prevăzută la alin.(1) este neexhaustivă, iar alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante specifice.

CAPITOLUL IV

Dispoziții finale

Art.24. – (1) Acolo unde legea cere ca impunerea, menținerea, modificarea sau retragerea unor obligații să se efectueze în urma unei analize de piață realizate în condițiile legii, ANRC va stabili dacă pe piața relevantă există concurență efectivă pe baza analizei de piață realizate în conformitate cu prevederile prezentului regulament.

(2) Dacă pe baza analizei de piață astfel realizate ANRC stabilește că pe piața relevantă specifică există concurență efectivă, aceasta nu va impune furnizorilor nici una dintre obligațiile menționate la alin.(1) sau le va retrage în cazul în care acestea există.

(3) Dacă pe baza analizei de piață astfel realizate ANRC stabilește că pe piața relevantă specifică nu există concurență efectivă, aceasta va identifica, aplicând prevederile prezentului regulament, furnizorii care au putere semnificativă pe piață, îi va desemna în acest sens și le va putea impune, în mod corespunzător, una sau mai multe dintre obligațiile menționate la alin.(1) sau va menține ori va modifica aceste obligații acolo unde acestea există deja.

(4) Măsurile prevăzute la alin.(2) și (3) pot fi luate numai în urma parcurgerii procedurii prevăzute la art.50 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.25. – Furnizorii au obligația de a pune la dispoziție 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.