

REGULAMENT PRIVIND IDENTIFICAREA PIETELOR RELEVANTE DIN SECTORUL COMUNICATIILOR ELECTRONICE

1. INTRODUCERE

1.1. Scopul Regulamentului

Regulamentul privind identificarea pietelor relevante din sectorul comunicatiilor electronice identifica acele piete ale produselor sau serviciilor ale caror caracteristici pot justifica impunerea de catre Autoritatea Nationala de Reglementare in Comunicatii, denumita in continuare *ANRC*, a unor obligatii specifice furnizorilor de retele sau servicii de comunicatii electronice cu putere semnificativa pe piata.

Definirea pietei presupune identificarea si definirea granitelor concurentei intre furnizorii de retele si servicii de comunicatii electronice. Definirea pietei relevante se realizeaza prin identificarea intr-un mod sistematic a constrangerilor concurentiale la care trebuie sa faca fata furnizorii de retele si servicii de comunicatii electronice. Obiectivul definirii pietei produselor sau serviciilor si a pietei geografice este identificarea acelor concurenti reali sau potentiali care sunt capabili sa exercite constrangeri asupra comportamentului altor furnizori de retele si servicii de comunicatii electronice si sa previna un comportament independent al acestora printr-o presiune concurentiala eficienta.

Definirea pietei relevante permite calcularea cotelor de piata ale furnizorilor de retele si servicii de comunicatii electronice. Informatiile privind cota de piata sunt esentiale pentru efectuarea analizelor de piata in scopul desemnarii furnizorilor de retele si servicii de comunicatii electronice cu putere semnificativa pe piata. Analizele de piata se vor face pe baza *Regulamentului pentru efectuarea analizelor de piata si determinarea puterii semnificative pe piata*, care va fi aplicat de *ANRC* in stransa legatura cu prezentul Regulament.

Regulamentul privind identificarea pietelor relevante din sectorul comunicatiilor electronice stabileste criteriile si instrumentele care vor fi utilizate de *ANRC* in scopul identificarii pietelor relevante din sectorul comunicatiilor electronice ale caror caracteristici pot justifica impunerea unor obligatii specifice furnizorilor de retele sau servicii de comunicatii electronice cu putere semnificativa pe piata.

1.2. Cadrul legal

- Ordonanta de urgenta a Guvernului nr.79/2002 privind cadrul general de reglementare a comunicatiilor;

- Ordonanta Guvernului nr.34/2002 privind accesul la retelele publice de comunicatii electronice si la infrastructura asociata, precum si interconectarea acestora, aprobata cu modificari si completari prin Legea nr.527/2002;
- Legea concurentei nr.21/1996.

PARTEA I

2. CRITERII PENTRU DEFINIREA PIETELOR RELEVANTE

In temeiul prevederilor Ordonantei Guvernului nr.34/2002 privind accesul la retelele publice de comunicatii electronice si la infrastructura asociata, precum si interconectarea acestora, aprobata cu modificari si completari prin Legea nr.527/2002, ANRC poate impune obligatii *ex ante* operatorilor cu putere semnificativa pe piata la nivelul pietelor de gros. In prezentul Regulament, pietele cu amanuntul vor fi examinate numai in scopul definirii pietelor de gros, fara discriminari in functie de tehnologia, reseaua sau infrastructura utilizata pentru a asigura servicii de comunicatii electronice.

Reglementarea *ex ante* urmareste prevenirea problemelor pe care este probabil ca noii intrati pe piata sa le intampine in obtinerea accesului la retelele existente ale altor operatori in scopul de a servi utilizatorii inclusiv in negocierea unor conditii de interconectare care sa le permita furnizarea competitiva a serviciilor de comunicatii electronice.

O piata relevanta cuprinde un produs sau un grup de produse si aria geografica pe care acestea se produc sau se comercializeaza. Piata relevanta are doua componente: piata produsului sau serviciului si piata geografica.

2.1. Criterii de definire a pietei relevante a produselor/serviciilor

Piata relevanta a produselor sau serviciilor este acea piata a produselor sau serviciilor care sunt considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorita caracteristicilor, pretului si utilizarii date acestora.

Criteriile de definire a pietei relevante a produselor se aplica si in cazul pietei relevante a serviciilor. Din motive de simplificare a terminologiei, in prezentul Regulament este folosita notiunea de "piata relevanta a produsului."

2.1.1. Substituibilitatea cererii

Criteriul substituibilitatii cererii va fi utilizat de catre ANRC pentru a determina produsele sau a lantul de produse pe care consumatorul le poate substitui cu usurinta in cazul unei cresteri relative a pretului pe piata.

In scopul determinarii existentei substituibilitatii cererii *ANRC* va examina comportamentul consumatorilor relativ la fluctuatia din trecut a pretului produselor potential concurente. De asemenea, va examina schimbarea preferintelor consumatorilor catre alte produse ca raspuns la cresterea pretului unui produs sau al unei grupe de produse.

Determinarea produselor care sunt considerate substituibile de catre consumatori se va face pe baza "testului pietei relevante". Acesta este un experiment ce presupune o crestere mica, semnificativa si netranzitorie a pretului. Prin modificare mica, dar semnificativa, a pretului se intelege o modificare a pretului cu 5-10%.

Pornind de la un produs sau de la un grup de produse, vor fi incluse in sau excluse din definirea pietei produsului alte produse, in functie de gradul in care acestea influenteaza pe termen scurt pretul produselor existente pe piata.

In cazul in care, in ipoteza unei cresteri mici, semnificative si netranzitorii a pretului pe piata, consumatorii se vor orienta catre produsele substituibile disponibile sau furnizorii localizati pe alte piete vor intra pe piata relevanta, produsele substituibile vor fi incluse in piata relevanta.

2.1.2. Substituibilitatea ofertei

Criteriul substituibilitatii ofertei va fi utilizat de catre *ANRC* pentru stabilirea existentei furnizorilor de retele si servicii de comunicatii electronice care se pot decide sa intre pe o piata, intr-o perioada de timp rezonabila si fara costuri considerabile, in cazul unei cresteri mici, dar semnificative, a pretului pe piata.

In definirea pietei, oferta substituibila este luata in considerare in acele situatii in care efectele sale sunt echivalente cu cele ale cererii substituibile in ceea ce priveste influenta si actiunea directa asupra stabilirii pretului pe piata. Aceasta presupune ca furnizorii sunt capabili sa comercializeze produsele respective pe piata relevanta, in termen scurt si fara asumarea unor costuri sau riscuri suplimentare semnificative, in cazul unei cresteri mici, semnificative si netranzitorii a pretului pe piata.

Piata relevanta a produselor va cuprinde toate produsele care sunt substituibile din punct de vedere al cererii sau ofertei, iar suma vanzarilor curente ale acestor produse va determina valoarea totala sau volumul pietei.

Atunci cand substituibilitatea ofertei necesita modificari semnificative ale facilitatilor de retea existente, investitii suplimentare importante sau un timp indelungat, aceasta oferta nu va fi inclusa in piata relevanta.

2.1.3. Testul pietei relevante

"Testul pietei relevante" este un instrument experimental folosit pentru identificarea substituibilitatii cererii si a ofertei in scopul de a examina constrangerile de pret asupra unui furnizor de retele sau servicii de comunicatii electronice. Acesta consta in a analiza daca, in

situatia in care toti furnizorii produselor sau serviciilor luate in considerare majoreaza preturile cu 5-10%, profiturile lor colective cresc. Daca profiturile colective cresc, piata respectiva constituie o piata relevanta, separata si distincta.

Din punct de vedere al cererii, testul pietei relevante determina daca exista produse alternative disponibile pentru consumator pe care acesta le poate achizitiona, fara un efort sau o cheltuiala suplimentara, in cazul unei cresteri de pret mici, semnificative, si netranzitorii a pretului pe piata. Daca consumatorii au posibilitatea sa substituie produsele existente in cazul unei cresteri a pretului cu 5-10% cu alte produse, atunci acestea din urma vor fi incluse in piata relevanta. Testul este repetat pentru noul grup de produse pana cand in cadrul pietei nu mai pot fi incluse alte produse.

Pentru a evalua substituibilitatea cererii si a ofertei trebuie luati in considerare urmatoorii factori:

- modul in care clientii sau furnizorii au reactionat la modificarile anterioare ale preturilor;
- masura in care consumatorii vor fi dispusi sa-si asume costurile schimbarii unui produs cu altul si timpul necesar realizarii acestui schimb;
- masura in care furnizorii isi bazeaza deciziile de afaceri pe reactia consumatorilor la cresterea preturilor.

Daca nivelul pretului pietei este prea mare, ca rezultat al unei concurente ineficiente pe piata produsului, evaluarea substituibilitatii cererii pornind de la acest nivel de pret poate conduce la introducerea in piata relevanta a unor produse care nu ar fi substituibile daca pretul initial ar fi stabilit pe principii concurentiale.

Daca nivelul pretului pietei este prea mic, ca rezultat al existentei unor reglementari sau a unor practici neconcurentiale pe piata produsului, evaluarea substituibilitatii cererii pornind de la acest nivel de pret poate conduce la excluderea din piata relevanta a unor produse care ar fi substituibile daca pretul initial ar fi stabilit pe principii concurentiale. In astfel de situatii, ANRC va decide daca criteriul substituibilitatii cererii ramane relevant pentru definirea pietei relevante.

Testul se aplica similar si in cazul ofertei, analizandu-se reactia operatorilor care nu ofera dar au posibilitatea de a oferi produse similare intr-un timp scurt si fara asumarea unor cheltuieli si riscuri considerabile.

2.1.4. Criterii suplimentare utilizate pentru definirea pietelor relevante

Analiza in vederea definirii pietei relevante se face in scopul evaluarii oportunitatii impunerii de masuri de reglementare *ex ante* si porneste de la o evaluare cuprinzatoare a structurii si functionarii pietei in viitor.

In scopul de a determina daca o piata este relevanta din perspectiva necesitatii impunerii de masuri de reglementare *ex ante*, la criteriile substituibilitatii cererii si al ofertei se adauga urmatoarele criterii:

A. Barierele de intrare pe piata

Acest criteriu evalueaza daca pe o piata exista bariere de intrare ridicate. Prezenta unor bariere de intrare ridicate, desi o conditie necesara, nu este si suficienta pentru a garanta identificarea unei pietee relevante pentru scopurile prezentului Regulament. Dat fiind caracterul dinamic al pietelor de comunicatii electronice va fi luata in considerare posibilitatea ca piata sa tinda catre o concurenta eficienta, in ciuda unor bariere de intrare pe piata ridicate.

Potrivit acestui criteriu, exista doua tipuri de bariere care impiedica intrarea pe piata si dezvoltarea concurentei: bariere structurale si bariere legale (sau de reglementare).

Barierele structurale

O bariera structurala la intrare pe piata exista atunci cand nivelul tehnologiei, costul infrastructurii asociate si nivelul cererii sunt in masura sa creeze conditii discriminatorii intre operatorii vechi si noii intrati pe piata, care sa duca la impiedicarea sau intarzierea intrarii pe piata a acestora din urma.

Bariere structurale pot exista atunci cand piata este caracterizata de economii substantiale de scara, scop si densitate, sau de costuri fixe nerecuperabile mari.

Economiile de scara apar atunci cand costul total mediu al unui operator scade odata cu cresterea vanzarilor. Acestea sunt influentate de factori tehnologici, rezultand din scaderea costurilor fixe pe unitatea de produs ca urmare a cresterii volumului vanzarilor.

Economiile de scop apar ca urmare a avantajului de cost pe care il are un operator care realizeaza doua sau mai multe produse legate fata de operatorii care furnizeaza un singur produs. Economii de scop pot exista separat sau impreuna cu economiile de scara.

Economiile de densitate apar ca urmare a avantajului de cost pe care il are un operator ce beneficiaza de o densitate ridicata a utilizatorilor.

Costurile fixe nerecuperabile sunt acele costuri fixe care nu pot fi recuperate sau evitate chiar in cazul incetarii totale a productiei.

Barierele legale (de reglementare)

Barierele legale la intrare pe piata nu se refera la conditiile economice, ci rezulta din dispozitiile legale care au un efect direct asupra conditiilor de intrare si a pozitiiilor operatorilor pe piata relevanta.

O bariera legala semnificativa poate sa existe atunci cand intrarea pe o anumita piata este considerata neviabila ca urmare a reglementarilor in vigoare, estimandu-se ca aceasta situatie va persista o perioada indelungata.

B. Dinamica pietei

Al doilea criteriu urmareste daca exista sau nu caracteristici ale pietei care sa determine evolutia acesteia catre o concurenta eficienta, in ciuda existentei unor bariere ridicate la intrarea pe piata, fara a fi nevoie de reglementari *ex ante*.

Barierele de intrare pe piata pot deveni mai putin relevante pe pietele caracterizate de un progres tehnic rapid. Pe asemenea pieti, constrangerile concurențiale apar adesea din presiunile inovative venite din partea competitorilor care nu sunt in acel moment pe piata. Pe pietele puternic influentate de inovatie, exista o concurenta potentiala pe termen lung, intre operatori care nu sunt considerati concurenti pe o piata "statica".

C. Eficienta normelor generale de concurenta

In identificarea unei pieti care poate justifica impunerea de masuri de reglementare *ex ante* se va evalua, complementar primelor doua criterii, masura in care legislatia generala a concurentei, poate sa conduca la o competitie eficienta, in absenta masurilor de reglementare *ex ante*.

Masurile de reglementare *ex ante* se vor aplica pentru a completa legislatia generala a concurentei in conditiile in care experienta acumulata pe piata nationala si internationala dovedeste ca aceasta nu reuseste sa asigure o piata concurențiala.

D. Existenta unor drepturi exclusive

Existenta unor drepturi exclusive pentru furnizarea anumitor servicii de comunicatii electronice impune examinarea pietelor acestor servicii si definirea pietelor de gros corespunzatoare lor ca relevante pentru scopurile reglementarii *ex ante*.

Masura in care se justifica interventia ANRC depinde de existenta unor drepturi exclusive in prezent sau in trecutul apropiat, de persistenta unor bariere de intrare ridicate, de dinamica pietei si de eficienta aplicarii legislatiei generale a concurentei.

Daca pe baza unei analize de piata ANRC stabileste ca pe piata relevanta exista concurenta efectiva, ea nu va impune nici una dintre masurile de reglementare *ex ante* sau le va retrage in cazul in care acestea exista.

Daca pe baza unei analize de piata ANRC stabileste ca pe piata relevanta respectiva nu exista concurenta efectiva, ea va identifica furnizorii de retele sau de servicii de comunicatii electronice care au putere semnificativa pe piata si va putea impune acestora, in mod corespunzator, una sau mai multe masuri de reglementare *ex ante* sau va mentine ori va modifica aceste masuri, acolo unde acestea exista deja.

2.2. Piata geografica

Piata geografica relevanta cuprinde zona in care sunt localizati agentii economici implicati in furnizarea de retele si servicii de comunicatii electronice, in care conditiile de concurenta sunt suficient de omogene si care poate fi delimitata de arii geografice vecine datorita unor conditii concurentiale diferite.

Pentru definirea pietei geografice nu este necesar ca intre operatori sa existe conditii concurentiale perfect omogene. Este de ajuns ca acestea sa fie similare sau suficient de omogene si doar acele arii in care conditiile concurentiale sunt eterogene vor fi eliminate din piata geografica.

Pentru a defini limitele geografice ale pietei produsului, este necesar a identifica masura in care apropierea unor potentiali concurenti poate impune constrangeri concurentiale.

Procesul de delimitare a pietei geografice este similar celui de delimitare a pietei produsului pornind de la evaluarea a substituibilitatii cererii si ofertei ca efect al unei cresteri relative de pret.

In legatura cu substituibilitatea cererii, ANRC va evalua preferintele consumatorilor si comportamentul de cumparare in spatiul geografic.

In ceea ce priveste substituibilitatea ofertei, ANRC va evalua masura in care operatorii care nu fac parte din piata geografica considerata pot decide sa intre pe aceasta piata in scurt timp..

PARTEA II

Identificarea pietelor relevante de gros din sectorul comunicatiilor electronice – urmeaza sa fie supusa consultarii publice in scurt timp.