



ROMÂNIA
AUTORITATEA NAȚIONALĂ DE REGLEMENTARE ÎN COMUNICAȚII
B-dul Libertății 14, sector 5, 050706 București www.anrc.ro
Tel.: +40 21 307 54 00 | +40 21 307 54 01 | Fax: +40 21 307 54 02 | e-mail: anrc@anrc.ro

PROIECT DE DECIZIE
privind desemnarea furnizorilor cu putere semnificativă
pe piețele relevante specifice cu amănuntul

Autor	ANRC
Persoană de contact	Dana Sima
Cod document	2004/13/1/RO
Data publicării inițiale	28 septembrie 2004
Data ultimei modificări	-
Data încheierii procesului de consultare publică	28 octombrie 2004
Statut	Proiect
Acțiune așteptată	Răspuns

EXPUNERE DE MOTIVE
la proiectele deciziilor președintelui Autorității Naționale de Reglementare în
Comunicații privind desemnarea furnizorilor cu putere semnificativă
pe piețele relevante specifice cu amănuntul identificate
prin Decizia președintelui ANRC nr.1124/2004

(Concluziile analizelor de piață realizate pe piețele relevante specifice cu amănuntul)

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.

Conform prevederilor art.33 alin.(1) 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, „*Un furnizor de rețele sau de servicii de comunicații electronice este considerat ca având putere semnificativă pe o anumită piață dacă, individual sau împreună cu alți asemenea furnizori, se bucură pe piața respectivă de o poziție echivalentă unei poziții dominante.*” Prin poziție dominantă pe o anumită piață se înțelege situația în care „*un furnizor de rețele sau de servicii de comunicații electronice este capabil, într-o măsură apreciabilă, să se comporte independent față de concurenți, clienți sau consumatori.*”

În analiza situației concurențiale și în determinarea eventualilor furnizori cu putere semnificativă pe piețele relevante specifice cu amănuntul identificate, ANRC a luat 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) mărirea 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.

Piețele relevante specifice cu amănuntul supuse analizei sunt:

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 la puncte fixe pentru persoane fizice;
4. Piața apelurilor locale la puncte fixe pentru persoane juridice;
5. Piața apelurilor naționale la puncte fixe pentru persoane fizice;
6. Piața apelurilor naționale la puncte fixe pentru persoane juridice;
7. Piața apelurilor internaționale la puncte fixe pentru persoane fizice;
8. Piața apelurilor internaționale la puncte fixe pentru persoane juridice;
9. Piața apelurilor la puncte fixe către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane fizice;
10. Piața apelurilor la puncte fixe către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane juridice.

Datorită unor similitudini existente între caracteristicile piețelor apelurilor definite mai sus, analiza va cuprinde două părți – analiza piețelor accesului și analiza piețelor apelurilor.

1. Analiza piețelor furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane fizice, respectiv pentru persoane juridice

1.1. Structura piețelor

Furnizarea accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie presupune punerea la dispoziția utilizatorilor finali a echipamentelor și furnizarea 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 iniția apeluri.

S.C. „Romtelecom” – S.A. a beneficiat, până la data de 31 decembrie 2002, de dreptul exclusiv de a furniza servicii de telefonie vocală fixă destinate publicului și, în prezent, este principalul furnizor de servicii de acces la un punct fix la o rețea publică de telefonie, având în vedere inclusiv resursele de numerotație utilizate și numărul de abonați. După liberalizarea pieței de comunicații electronice, până la data de 20 septembrie 2004, și-au manifestat intenția de a furniza servicii de telefonie fixă 202 furnizori, dintre care 144 pentru apeluri locale, 149 pentru apeluri naționale (interjudețene) și 165 pentru apeluri internaționale. Dintre aceștia, 54 sunt titularii unor licențe de utilizare a resurselor de numerotație.

În urma analizării informațiilor disponibile¹ a rezultat faptul că, în România, în prezent, pe piață acționează 23 de furnizori de servicii de acces la un punct fix la o rețea publică de

¹ Date statistice raportate de către furnizorii de rețele și servicii de comunicații electronice conform Deciziei președintelui ANRC nr.1332/2003 privind raportarea unor date statistice de către furnizorii de rețele și servicii de comunicații electronice.

telefonie, ale căror cote de piață, în funcție de numărul utilizatorilor finali la sfârșitul anului 2003, sunt prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 1

FURNIZORI	COTA DE PIAȚĂ LA SFÂRȘITUL ANULUI 2003	
	PERSOANE FIZICE	PERSOANE JURIDICE
S.C. „Romtelecom” – S.A.	99,99%	99,38%
Alți furnizori	0,01%	0,62%

Astfel, S.C. „Romtelecom” – S.A. deține cea mai mare cotă de piață, de 99,99%, în cazul utilizatorilor - persoane fizice, respectiv 99,38% în cazul utilizatorilor - persoane juridice.

Furnizorii serviciului de acces la un punct fix care utilizează rețele de comunicații electronice având ca suport cablul coaxial nu dețin o rețea cu acoperire la nivel național și, prin urmare, pot furniza serviciul respectiv doar pe zone restrânse, cota lor de piață înregistrând valori mai mari numai în anumite zone.

Existența a 23 de furnizori care oferă servicii de acces la un punct fix poate reprezenta un indiciu al concurenței efective pe piață. Cu toate acestea, gradul de concentrare a pieței, determinat cu ajutorul indicelui **Herfindahl-Hirschman**², este foarte mare (HHI = 9998 pentru persoane fizice și HHI = 9876 pentru persoane juridice), ceea ce indică faptul că S.C. „Romtelecom” – S.A. domină piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie.

Conform *Regulamentului pentru efectuarea analizelor de piață și determinarea puterii semnificative pe piață*, aprobat prin Decizia președintelui ANRC nr.137/2002, cota de piață, mai mare de 40%, stabilă în timp, deținută de S.C. „Romtelecom” – S.A. reprezintă un prim indiciu pe baza căruia aceasta poate fi identificată ca având putere semnificativă pe piața analizată.

1.2. Economii de scară; economii de scop; gradul de diversificare a produselor; existența unei rețele dezvoltate de distribuție; controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate greu de duplicat; costurile nerecuperabile mari

Prezumția de putere semnificativă a S.C. „Romtelecom” – S.A. pe piața furnizării accesului la un punct fix la rețeaua publică de telefonie este susținută și de capacitatea redusă pe care o au furnizorii nou-intrați pe această piață de a concura eficient furnizorul fost monopolist, având în vedere barierele ridicate existente la intrarea pe piață. Un indiciu în acest sens este reprezentat de gradul redus de penetrare a pieței înregistrat până în prezent de către aceștia, așa cum rezultă din Tabelul 1.

² Acest indice se utilizează pentru determinarea gradului de concentrare a pieței și se calculează prin însumarea pătratelor cotelor de piață deținute de furnizorii de pe acea piață. Dacă $HHI < 1000$, gradul de concentrare a pieței este mic; dacă $1000 < HHI < 1800$, gradul de concentrare a pieței este moderat; dacă $HHI > 1800$, gradul de concentrare a pieței este mare; dacă $HHI = 10.000$, pe piață există un monopol.

În același timp, un furnizor de mari dimensiuni precum S.C. „Romtelecom” – S.A. poate obține și menține în timp anumite avantaje față de concurenții săi, provenite din *economii de scară* (înregistrate datorită numărului mare de utilizatori), *economii de scop* (S.C. „Romtelecom” – S.A. înregistrează costuri comune generate de furnizarea unei game foarte largi de servicii de telefonie fixă), *gradul ridicat de diversificare a serviciilor*, *puterea financiară* și *rețeaua de distribuție extinsă la nivel național*. În plus, economiile de scară și de scop creează asimetrii între furnizorul fost monopolist și furnizorii nou-intrați reprezentând avantaje de piață pentru S.C. „Romtelecom” – S.A. și, în același timp, acționând ca bariere la intrarea pe piață.

O parte dintre furnizorii nou-intrați pe piață, cum ar fi grupul S.C. Romania Cable Systems S.A. & S.C. Romania Data Systems S.A. și S.C. Astral Telecom S.A., și-au dezvoltat rețelele de acces în principal în marile orașe, în timp ce alți furnizori vor intra numai pe acele segmente ale pieței unde veniturile estimate vor putea acoperi investițiile și cheltuielile determinate de furnizarea serviciilor. Astfel, segmentul de piață cel mai vizat este cel al persoanelor juridice, 93,5% din numărul total al abonaților furnizorilor nou-intrați fiind reprezentat de utilizatorii-persoane juridice. Chiar și în aceste condiții, puterea financiară a furnizorilor nou-intrați nu este suficientă pentru a susține în continuare dezvoltarea rapidă a rețelei, chiar și în zonele profitabile ale pieței.

Barierile ridicate existente la intrarea pe piață, cum ar fi controlul unei rețele de acces greu de duplicat, a cărei punere în funcțiune necesită o perioadă îndelungată de timp și costuri ridicate, precum și riscul nerecuperării investiției inițiale în cazul construirii unei astfel de rețele descurajează intrarea noilor furnizori pe piață, indicând faptul că S.C. „Romtelecom” – S.A. deține avantaje competitive față de noii intrați și își poate menține în timp cotele de piață înregistrate în prezent. Indicii asupra stabilității în timp a cotelor de piață rezultă, de asemenea, din cunoașterea într-o măsură redusă de către utilizatori a altor furnizori de servicii de telefonie fixă în afara S.C. „Romtelecom” – S.A., precum și din interesul scăzut manifestat pentru ofertele lor atât de către utilizatorii - persoane fizice, cât și de către utilizatorii - persoane juridice. Astfel, deși conform studiilor S.C. Daedalus Consulting S.R.L., 30,9% dintre respondenții persoane fizice au cunoștință de alți furnizori de servicii de telefonie fixă și 46,6% dintre aceștia ar fi interesați să schimbe furnizorul actual cu un alt furnizor de servicii de telefonie fixă, practic, datorită barierelor existente la schimbarea furnizorului și a lipsei de informare, numărul celor care utilizează serviciile furnizorilor nou-intrați este foarte mic (0,62% dintre utilizatorii - persoane juridice și 0,01% dintre utilizatorii - persoane fizice). De asemenea, în rândul utilizatorilor - persoane juridice, notorietatea noilor furnizori de servicii de telefonie fixă este foarte scăzută – 80,9% dintre respondenți nu au știut să menționeze nici un alt furnizor, în afara S.C. „Romtelecom” – S.A.

1.3. Integrarea pe verticală

Integrarea pe verticală a unui furnizor poate afecta negativ concurența pe piețele adiacente, datorită controlului pe care acesta îl are asupra piețelor din aval și din amonte. În prezent, S.C. „Romtelecom” – S.A. furnizează servicii de acces atât la nivelul pieței cu amănuntul, cât și la nivelul pieței de gros. Puterea semnificativă pe care o deține pe piața de gros poate fi folosită ca mijloc de a împiedica sau descuraja intrarea pe piața cu amănuntul a furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie a altor furnizori, prin practicarea unor tarife necorelate cu costurile reale pentru serviciul de gros corespunzător. De asemenea, S.C. „Romtelecom” – S.A. este un furnizor a cărui activitate este integrată pe orizontală, furnizând o gamă diversificată de servicii pe care le poate oferi sub formă de pachet (de exemplu, acces și servicii de voce sau acces la Internet și servicii de voce), la un tarif mai scăzut decât dacă le-ar comercializa separat. Astfel, S.C. „Romtelecom” – S.A. beneficiază de un avantaj competitiv față de concurenții săi care, datorită lipsei serviciilor-resurse corespunzătoare la nivel de gros, nu pot oferi clienților aceleași facilități într-un timp scurt și în mod eficient.

Singurii furnizori care pot oferi pachete de servicii (telefonie, acces la Internet, retransmisie a programelor audiovizuale) la un tarif competitiv, concurând S.C. „Romtelecom” – S.A. în mod eficient, în zonele în care sunt prezenți, sunt furnizorii care dețin o rețea pe suport de cablu coaxial bidirecțională și care beneficiază, astfel, de avantajul economiilor de scop.

1.4. Absența concurenților potențiali / Ușurința intrării pe piață

Analiza concurenței potențiale sau perspectiva intrării pe piață a unor noi furnizori într-un interval de timp scurt, ca urmare a unei creșteri ipotetice a tarifului la serviciul de acces, este influențată, în primul rând, de nivelul barierelor existente la intrarea pe piață (bariere structurale, legale sau de reglementare).

Controlul unei resurse greu de duplicat (rețeaua de acces), dar care este esențială activității desfășurate pe piață de către un furnizor, reprezintă o barieră absolută³ în calea intrării pe piață a altor furnizori, în timp ce tarifele serviciilor de telefonie fixă (prin practicarea subvenționării încrucișate), rețeaua de distribuție extinsă la nivel național, realizarea unor investiții ridicate în infrastructură sau capitalul de imagine de care beneficiază furnizorul fost monopolist sunt bariere strategice⁴ impuse de S.C. „Romtelecom” – S.A. Costurile nerecuperabile înregistrate inițial în cazul construirii unei rețele de acces pot fi, de asemenea, bariere importante la intrarea pe piață. Furnizorul fost monopolist, interesat numai de recuperarea costurilor operaționale cu furnizarea serviciilor, ar putea stabili tarife sub costurile totale (incluzând și costurile nerecuperabile) înregistrate de furnizorii nou-intrați, astfel încât aceștia nu își pot recupera cheltuielile și nu pot concura eficient pe piață. Astfel, motivația de a intra pe piață a furnizorilor este diminuată de existența unor indicii descurajante privind nivelul tarifelor practicate și al profiturilor pe care un furnizor le poate obține la un moment dat pe un anumit segment de piață. Furnizorii nou-intrați pe piață nu vor fi în măsură să dubleze întreaga infrastructură a S.C. „Romtelecom” – S.A. într-o perioadă scurtă de timp. Aceștia vor încerca să

³ Barierele absolute la intrarea pe piață există atunci când un furnizor are acces în mod exclusiv la unele resurse esențiale, care nu sunt disponibile la fel de ușor potențialilor concurenți.

⁴ Barierele strategice la intrarea pe piață apar datorită comportamentului strategic al unui furnizor care acționează pe o anumită piață, utilizând instrumente cum ar fi politica de preț, investițională, promoțională sau de distribuție, pentru a împiedica sau a limita intrarea pe acea piață a concurenților săi.

intre pe segmentele de piață care asigură obținerea unor venituri mai mari decât costurile determinate de furnizarea serviciilor. Investițiile considerabil mai mari necesare furnizării serviciului de acces în zonele rurale, precum și existența unei cereri potențiale mici în aceste zone, susțin faptul că un furnizor nou–intrat va fi atras să investească și să ofere servicii cu precădere în mediul urban, unde puterea de cumpărare a utilizatorilor este mai mare, iar marja de profit pe care o poate obține este mai atractivă. Astfel se explică gradul de penetrare al serviciilor de telefonie fixă mai ridicat în zona urbană (peste 80%) și apariția primelor oferte alternative pentru furnizarea serviciilor de acces la un punct fix la o rețea publică de telefonie în marile orașe, adresate, în special, utilizatorilor - persoane juridice.

Costurile și barierele existente la schimbarea furnizorului reprezintă un factor determinant în evaluarea concurenței potențiale pe piață. Nivelul concurenței pe piață este influențat de măsura în care utilizatorii întâmpină dificultăți în momentul în care doresc să schimbe furnizorii ale căror servicii le utilizează în prezent, ca răspuns la diferențele tarifare existente între aceleași servicii oferite pe piață. Astfel, o piață este cu atât mai puțin probabil să fie concurențială cu cât există bariere semnificative în calea schimbării de către utilizatori a furnizorului actual. Având în vedere rezistența destul de ridicată a utilizatorilor la schimbare, aceștia vor putea fi atrași de către furnizorii nou–intrați prin practicarea unor tarife mai mici, prin programe de fidelizare sau prin oferirea unor servicii noi, complexe.

Argumente în acest sens oferă și studiile de piață realizate de S.C. Daedalus Consulting S.R.L. Astfel, nivelul tarifelor este principalul motiv de insatisfacție față de S.C. „Romtelecom” – S.A. (80,6% dintre utilizatorii - persoane fizice și 61,1% dintre utilizatorii - persoane juridice sunt nemulțumiți, în special, de tarifele pentru abonamente), ceea ce determină ca aproape jumătate dintre persoanele fizice și mai mult de jumătate dintre persoanele juridice să se gândească la înlocuirea acestuia cu alți furnizori⁵. În același timp, 43% dintre respondenții persoane fizice sunt deranjați de lipsa unui sistem de recompensare a loialității, astfel încât aceștia ar fi cei mai interesați în a înlocui S.C. „Romtelecom” – S.A. cu un alt furnizor, dacă noul furnizor ar oferi tarife mai mici, în general, precum și programe atractive de recompensare a clienților fideli. În cazul persoanelor juridice, motivele care ar determina utilizatorii să analizeze posibilitatea de a renunța la actualul furnizor de servicii de telefonie fixă sunt tarifele prea mari pentru apelurile internaționale (40,8%).

De asemenea, dificultatea schimbării furnizorului poate fi rezultatul gradului scăzut de cunoaștere de către utilizatori a serviciilor oferite și a planurilor tarifare practicate de S.C. „Romtelecom” – S.A., precum și a alternativelor existente pe piață la ofertele actualului furnizor. Astfel, aceștia nu pot evalua corect ofertele și nu pot lua o decizie informată. Conform studiilor realizate de S.C. Daedalus Consulting S.R.L., majoritatea utilizatorilor - persoane fizice nu cunosc intervalele orare în care tarifele S.C. „Romtelecom” – S.A. sunt reduse și nu cunosc tarifele pentru apeluri, în funcție de destinație⁶. Aproape 70% dintre utilizatorii - persoane fizice nu cunosc nici un alt furnizor de servicii de telefonie fixă în afara S.C. „Romtelecom” – S.A.⁷ În ceea

⁵ S.C. Daedalus Consulting S.R.L. - Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag.57, S.C. Daedalus Consulting S.R.L. - Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane juridice, pag.84.

⁶ S.C. Daedalus Consulting S.R.L. - Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag.47.

⁷ S.C. Daedalus Consulting S.R.L. - Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag.55.

ce privește notorietatea furnizorilor de servicii de telefonie fixă clasică în rândul persoanelor juridice, 99,4% dintre respondenți au menționat spontan S.C. „Romtelecom” – S.A., iar 22,1% au menționat diferiți furnizori de servicii de telefonie de tip VoIP, și nu de telefonie clasică. În același timp, marea majoritate a respondenților nu a știut să menționeze spontan nici un furnizor de servicii de telefonie de tip VoIP. Din punct de vedere al interesului manifestat de utilizatorii - persoane juridice față de alți furnizori de servicii de telefonie fixă, a rezultat faptul că mai mult de jumătate dintre aceștia (56,5%) au luat în considerare posibilitatea de a schimba actualul furnizor de servicii de telefonie fixă. Este important de subliniat și faptul că, pentru respondenții persoane fizice care nu au un post telefonic fix instalat în gospodărie, S.C. „Romtelecom” – S.A. rămâne de departe prima opțiune în alegerea furnizorului de servicii de telefonie fixă, cu toate că pe piață acționează în prezent și furnizori alternativi.⁸

Barierile la schimbarea furnizorului pot rezulta și ca urmare a înregistrării unor costuri suplimentare de către utilizatori în momentul în care decid să folosească serviciile de telefonie fixă ale unui alt furnizor. Existența unui tarif mare la conectarea într-o nouă rețea, necesitatea instalării unui echipament terminal compatibil cu noua rețea publică de telefonie, presupunând astfel investiții inițiale ridicate din partea utilizatorului, va intensifica gradul de inerție a utilizatorilor la schimbare. În cazul serviciului de acces la un punct fix, furnizarea unui nou serviciu care presupune schimbarea conexiunii fizice între locația utilizatorului și rețea sau schimbarea numărului de telefon, în lipsa portabilității numerelor, descurajează utilizatorii să ia în considerare și alte opțiuni existente pe piață. De asemenea, tarifele diferențiate, mai mari, practicate de furnizorul fost monopolist pentru apelurile către alte rețele publice de telefonie fixă, față de cele practicate pentru apelurile în propria rețea, pot reprezenta o barieră în calea utilizatorilor S.C. „Romtelecom” – S.A. de a apela abonații din alte rețele publice de telefonie fixă.

1.5. Puterea de contracarare a utilizatorilor

În ceea ce privește *puterea de contracarare a utilizatorilor*, 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 volumul serviciilor achiziționate, cu efecte directe asupra categoriilor de servicii furnizate și asupra tarifelor practicate de furnizori, pentru fiecare categorie de utilizatori în parte.

Astfel, un utilizator - persoană fizică achiziționează un volum neglijabil din volumul total al serviciilor furnizate de S.C. „Romtelecom” – S.A., ceea ce indică faptul că puterea de piață a acestuia nu poate fi diminuată de puterea de contracarare a utilizatorilor - persoane fizice.

Situația este diferită în cazul persoanelor juridice. Astfel, cea mai mare parte a veniturilor furnizorilor de servicii de telefonie fixă destinate publicului sunt asigurate de utilizatorii - persoane juridice, aceștia reprezentând categoria de utilizatori cea mai profitabilă. Așadar, aceștia dispun, cel puțin teoretic, de o putere de contracarare mai mare decât utilizatorii -

⁸ S.C. Daedalus Consulting S.R.L. - Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag.13.

persoane fizice. Practic, în prezent, puterea de contracarare a persoanelor juridice este probabil să se manifeste mai intens în cazul piețelor de apeluri, având în vedere gradul mai mare de concurență care există în cazul furnizării acestor servicii.

În concluzie, în urma analizării condițiilor concurențiale existente pe piață, ANRC consideră necesară desemnarea S.C. „Romtelecom” – S.A. ca furnizor cu putere semnificativă pe piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane fizice și pe piața furnizării accesului la un punct fix la o rețea publică de telefonie pentru persoane juridice, pe baza următorilor factori:

- cota de piață mai mare de 40% și stabilitatea acesteia în timp;
- existența unor bariere ridicate la intrarea pe piață determinate de costurile mari înregistrate pentru construirea și dezvoltarea unei rețele de acces, precum și de perioada îndelungată necesară punerii în funcțiune a unei astfel de rețele;
- gradul ridicat de integrare pe verticală;
- puterea scăzută de contracarare a utilizatorilor;
- economiile de scară și de scop, reprezentând avantaje competitive ale S.C. „Romtelecom” – S.A. față de ceilalți furnizori prezenți pe piață;
- existența unei rețele dezvoltate de distribuție.

2. Analiza piețelor apelurilor locale, apelurilor naționale, apelurilor internaționale și apelurilor către rețele publice mobile, pentru persoane fizice și pentru persoane juridice

2.1. Volumul și structura piețelor de apeluri

Structura piețelor de apeluri în funcție de volum, pentru anul 2003, este prezentată în tabelul de mai jos.

Tabelul 2

FURNIZORI	Volumul apelurilor (minute)	Cota de piață
	Apeluri locale la puncte fixe	
S.C. „Romtelecom” – S.A.	6.874.871.976	99,90%
Alți furnizori	6.941.777	0,10%
TOTAL	6.881.813.753	100,00%
Indicele de concentrare a pieței (HHI)		9980
Apeluri naționale la puncte fixe		
S.C. „Romtelecom” – S.A.	1.075.283.322	99,70%
Alți furnizori	3.240.921	0,30%
TOTAL	1.078.524.243	100,00%
Indicele de concentrare a pieței (HHI)		9940
Apeluri internaționale la puncte fixe		
S.C. „Romtelecom” – S.A.	144.530.927	75,56%
Alți furnizori	46.744.254	24,44%
TOTAL	191.275.181	100,00%
Indicele de concentrare a pieței (HHI)		5799
Apeluri la puncte fixe către rețele publice mobile		
S.C. „Romtelecom” – S.A.	808.305.375	98,83%
Alți furnizori	9.562.305	1,17%
TOTAL	817.867.680	100,00%
Indicele de concentrare a pieței (HHI)		9768

Cotele de piață mai mari de 40% deținute de S.C. „Romtelecom” – S.A. pe piețele apelurilor și stabilitatea lor în timp sunt primele indicii ale puterii semnificative pe piață a S.C. „Romtelecom” – S.A.

Existența unui număr de 13 furnizori care oferă servicii de apeluri locale la puncte fixe, 11 furnizori care oferă apeluri naționale la puncte fixe, 24 furnizori care oferă apeluri internaționale la puncte fixe și 9 furnizori care oferă apeluri la puncte fixe către rețele publice mobile poate reprezenta un indiciu al concurenței efective pe piață. Cu toate acestea, gradul de concentrare a pieței, determinat cu ajutorul indicelui **Herfindahl-Hirschman**, este foarte mare (vezi Tabelul 2), ceea ce indică faptul că S.C. „Romtelecom” – S.A. domină piața furnizării acestor servicii.

2.2. Controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate greu de duplicat; costurile nerecuperabile mari

Existența unor bariere semnificative care împiedică intrarea pe piața apelurilor a unor noi furnizori limitează apariția concurenței, având drept consecință directă oferirea posibilității S.C.

„Romtelecom” – S.A. de a practica tarife peste nivelul competitiv în lipsa unor reglementări la nivelul piețelor cu amănuntul. Pentru a putea furniza servicii de apeluri la un punct fix pe piața cu amănuntul, o persoană trebuie să dețină o rețea de acces sau să cumpere servicii de pe piața de gros corespunzătoare. Astfel, modalitățile de intrare pe piețele apelurilor sunt prin utilizarea propriei infrastructuri, prin intermediul accesului indirect (utilizând procedura de selectare sau preselectare a transportatorului), prin achiziționarea accesului la infrastructura (bucla locală) S.C. „Romtelecom” – S.A. sau prin revânzarea de servicii pe piața cu amănuntul.

Controlul asupra unei infrastructuri greu de duplicat într-un interval de timp scurt, așa cum este rețeaua de telefonie fixă, precum și costurile nerecuperabile mari înregistrate în cazul construirii unei astfel de rețele, sunt specifice sectorului comunicațiilor electronice și reprezintă principalele bariere la intrarea pe piața apelurilor. În mod normal, costurile rezultate ca urmare a investițiilor realizate de un furnizor nou–intrat pentru a oferi în mod eficient servicii de acces și de apeluri, precum și costurile aferente furnizării efective a acestor servicii, se recuperează din veniturile obținute din vânzarea serviciilor. Pe de altă parte, fostul monopolist, în comparație cu furnizorul nou–intrat, a realizat deja investițiile necesare și va acționa pe piață urmărind să-și recupereze doar costurile operaționale. În acest fel, un furnizor de mari dimensiuni precum S.C. „Romtelecom” – S.A. poate exploata avantajul de piață pe care îl deține prin practicarea unor tarife inferioare costurilor totale înregistrate de furnizorul nou–intrat, fiind practic greu de concurat de către acesta din urmă. Intrarea pe piață a noilor furnizori este, astfel, descurajată.

În lipsa unei infrastructuri proprii și pentru a evita barierele la intrarea pe piață menționate anterior, furnizorii alternativi pot oferi servicii de apeluri utilizatorului final prin următoarele modalități: accesul la infrastructura S.C. „Romtelecom” – S.A. (accesul direct la bucla locală) sau utilizând procedura de selectare sau preselectare a transportatorului (acces indirect). Având în vedere amânarea implementării procedurii de selectare a transportatorului fără ton intermediar, întârzierea furnizării accesului la bucla locală și nereglementarea procedurii de preselectare a transportatorului, furnizorii nou–intrați s-au confruntat cu bariere importante la intrarea pe piețele apelurilor. De asemenea, o barieră importantă la intrarea pe piață a fost determinată de imposibilitatea efectuării de apeluri utilizând cartele preplătite de la posturile publice.

Furnizorii nou–intrați au avut practic trei posibilități de a intra pe piața apelurilor: construirea unei rețele, furnizarea de servicii prin intermediul procedurii de selectare a transportatorului cu ton intermediar și furnizarea de apeluri prin intermediul cartelelor preplătite utilizând serviciile ISDN furnizate de către S.C. „Romtelecom” – S.A.

Începând cu luna iunie 2004, S.C. „Romtelecom” – S.A. a pus la dispoziția furnizorilor de servicii de telefonie destinate publicului serviciul de interconectare în vederea originării apelurilor prin intermediul procedurii de selectare a transportatorului fără ton intermediar.

Serviciile de apeluri locale au fost furnizate numai de către furnizorii de servicii care dețin o rețea de comunicații electronice, marja disponibilă⁹ rezultată ca diferență între tarifele cu amănuntul pentru apelurile locale practicate de S.C. „Romtelecom” – S.A. și tarifele de gros pentru serviciile de interconectare în vederea originării și terminării apelurilor fiind practic insuficientă pentru a permite intrarea eficientă pe piață a unor noi furnizori pe baza serviciilor de gros de interconectare în vederea originării și terminării apelurilor. Pentru serviciile de apeluri

⁹ Inexistența unor puncte de interconectare la nivel local a făcut practic imposibilă furnizarea serviciilor de apeluri locale prin intermediul serviciilor de selectare a transportatorului sau a cartelelor preplătite, marja fiind negativă.

locale numai 0,01% dintre utilizatorii – persoane fizice și, respectiv, 0,62% dintre utilizatorii – persoane juridice au putut beneficia de o alternativă la oferta S.C. „Romtelecom” – S.A.

În cazul apelurilor internaționale, diferența existentă între tarifele cu amănuntul practicate de S.C. „Romtelecom” – S.A. și tarifele de gros pentru serviciile de interconectare în vederea originării apelurilor a atras intrarea pe piață a unui număr semnificativ de furnizori (24 de furnizori la sfârșitul anului 2003), în comparație cu celelalte piețe de apeluri. 21 de furnizori au utilizat propria rețea pentru furnizarea acestor servicii și 17 furnizori au preluat apeluri din rețeaua S.C. „Romtelecom” – S.A. prin intermediul procedurii de selectare a transportatorului sau prin intermediul cartelelor preplătite. Conform datelor de piață disponibile, 63,21% din traficul internațional realizat de furnizorii nou-intrați a fost originat în rețeaua S.C. „Romtelecom” – S.A. În același timp, fostul monopolist are putere semnificativă pe piața de gros a accesului la rețelele publice de telefonie fixă în vederea originării, terminării și tranzitului apelurilor, astfel încât poate exploata avantajul de piață pe care îl deține prin impunerea unor bariere strategice noilor-intrați care utilizează rețeaua S.C. „Romtelecom” – S.A.

În ceea ce privește celelalte tipuri de apeluri (apelurile naționale și apelurile la puncte fixe către rețelele publice mobile) numărul furnizorilor care oferă astfel de servicii prin intermediul cartelelor preplătite și a procedurii de selectare a transportatorului este foarte redus, S.C. „Romtelecom” – S.A. neavând practic o concurență reală pe aceste piețe.

Dezvoltarea de către furnizorii de servicii de telefonie mobilă a serviciilor de telefonie fixă prin oferirea de soluții profesionale utilizatorilor – persoane juridice (fluxuri E1 conectate direct în centralele clienților sau servicii de tip Premicell) influențează situația existentă pe piața apelurilor către rețelele publice de telefonie mobilă pentru persoane juridice. Pe acest segment, furnizorii de servicii de telefonie mobilă, beneficiind de puterea semnificativă deținută pe piața de gros a accesului la propriile rețele publice de telefonie mobilă în vederea terminării apelurilor, oferă apeluri la puncte fixe către propriile rețele de telefonie mobilă la tarife foarte mici, uneori chiar mai mici decât tariful de interconectare în vederea terminării la puncte mobile a apelurilor. Astfel, pentru a beneficia de tarife reduse pentru apelurile către toate rețelele de telefonie mobilă, utilizatorii ar trebui să încheie contracte cu toți cei 4 furnizori de servicii de telefonie mobilă, situație profitabilă numai în cazul persoanelor juridice care realizează un volum mare de apeluri către rețelele publice mobile.

Dacă în urma monitorizării periodice a pieței apelurilor la puncte fixe către rețelele publice de telefonie mobilă se va constata că situația pe această piață s-a schimbat în mod semnificativ, ANRC va realiza o nouă analiză de piață, urmând să adopte măsuri corespunzătoare situației existente.

2.3. Prezența economiilor de scară, densitate și scop

Economiile de scară și densitate determinate de volumul mare al vânzărilor, respectiv de densitatea ridicată a utilizatorilor, reprezintă, de asemenea, avantaje ale fostului monopolist, permițându-i acestuia să ofere apeluri la un cost total mai mic decât cel înregistrat de un furnizor nou-intrat. În aceste condiții, pentru a fi competitiv pe piață, noul-intrat trebuie să

câștigate o cotă mare de piață prin practicarea unor tarife mai mici decât cele practicate de fostul monopolist, dar care va îngreuna astfel recuperarea investițiilor inițiale. Mai mult, ca urmare a comercializării unei game largi și diversificate de servicii de comunicații electronice, S.C. „Romtelecom” – S.A. înregistrează costuri comune cu furnizarea lor, astfel încât acesta beneficiază în plus și de avantajul *economiilor de scop*.

2.4. Integrarea pe verticală

În procesul de analiză a piețelor relevante specifice ale apelurilor trebuie luat în considerare și faptul că *integrarea pe verticală* a unui furnizor poate afecta negativ concurența pe piețele din aval sau din amonte. Faptul că S.C. „Romtelecom” – S.A. furnizează atât servicii de telefonie la nivelul pieței cu amănuntul, cât și servicii corespunzătoare la nivelul pieței de gros, precum și puterea semnificativă a acestuia pe piața de gros, pot reprezenta un mijloc de a împiedica intrarea unor noi furnizori pe piețele cu amănuntul ale apelurilor, prin practicarea unor tarife pentru serviciile de gros peste costurile reale sau practicarea unor tarife de ruinare pe piețele cu amănuntul. În același timp, un furnizor integrat pe verticală, punând la dispoziție o gamă diversificată de servicii, așa cum este S.C. „Romtelecom” – S.A., poate oferi servicii sub forma unui pachet (de exemplu, acces și servicii de voce sau acces la Internet și servicii de voce), la un tarif mai scăzut decât dacă le-ar comercializa separat. Astfel, acesta beneficiază de un avantaj competitiv față de ceilalți furnizori care, datorită lipsei serviciilor – resurse corespunzătoare pieței de gros, nu pot oferi clienților aceleași facilități într-o perioadă de timp redusă și în mod eficient. Singurii furnizori care mai pot oferi pachete integrate de servicii (telefonie, acces la Internet, retransmisie a programelor audiovizuale) la un tarif competitiv, având posibilitatea să concureze cu S.C. „Romtelecom” – S.A. în mod eficient, sunt cei care dețin o rețea de cablu coaxial și care beneficiază, astfel, de avantajul *economiilor de scop*.

Controlul asupra unei infrastructuri greu de duplicat, costurile nerecuperabile mari, integrarea pe verticală în amonte, coroborate cu economiile de scară, scop și densitate de care beneficiază S.C. „Romtelecom” – S.A., constituie bariere importante în calea dezvoltării unei concurențe eficiente pe piața apelurilor și susțin prezumția de putere semnificativă pe piață a S.C. „Romtelecom” – S.A.

2.5. Costuri și bariere specifice piețelor apelurilor

Intrarea pe piața apelurilor poate fi mai facilă dacă furnizorii nou–intrați beneficiază de avantajul *economiilor de scop* – așa cum este cazul furnizorilor de rețele de televiziune prin cablu care oferă o gamă diversificată de servicii – sau dacă furnizorul nou–intraț utilizează rețeaua fostului monopolist – S.C. „Romtelecom” – S.A., furnizând apeluri prin intermediul accesului indirect la rețea sau prin revânzarea de trafic sau capacități. În aceste cazuri, barierele la intrarea pe piața furnizării apelurilor sunt mai mici, având în vedere că noul–intraț nu mai este nevoit să investească considerabil în construirea unei rețele, costurile nerecuperabile fiind, astfel, evitate. Activitatea de piață a furnizorilor care oferă apeluri prin intermediul accesului indirect depinde de măsurile de reglementare din domeniu, care să permită obținerea de servicii

de gros corespunzătoare: originare și terminare de apeluri din/în rețeaua S.C. „Romtelecom” – S.A., la tarife fundamentate pe costuri¹⁰.

Probabilitatea ca o piață să fie concurențială, în condițiile în care există costuri și bariere semnificative la schimbarea de către utilizatori a furnizorului actual, este foarte redusă. Pentru a câștiga din cota de piață a fostului monopolist, un furnizor nou–intrat este nevoit, cel mai probabil, să ofere reduceri substanțiale la tarife sau servicii diferențiate (în ceea ce privește calitatea și funcționalitatea) ori cu valoare adăugată. Argumente în susținerea celor menționate anterior constituie faptul că tarifele (pentru apelurile fix-fix, fix-mobil, apeluri internaționale) reprezintă principalul motiv de insatisfacție față de S.C. „Romtelecom” – S.A., determinând aproape jumătate dintre utilizatorii – persoane fizice și mai mult de jumătate dintre utilizatorii – persoane juridice să se gândească la înlocuirea acestuia cu alți furnizori¹¹. În același timp, 43% dintre respondenții – persoane fizice sunt nemulțumiți de lipsa unui sistem de recompensare a loialității.

În continuare, aceste motive sunt susținute și de faptul că principalii determinanți ai schimbării furnizorului actual de telefonie fixă în cazul utilizatorilor – persoane fizice sunt „tarifele mai mici în general”, precum și „programele atractive de recompensare a clienților fideli”. Aceeași situație se înregistrează și în cazul utilizatorilor – persoane juridice: „tarifele mai mici în general” și „tehnologia mai avansată” sunt elemente care ar putea influența decizia de schimbare a furnizorului de servicii de telefonie fixă¹². Luând în considerare aceste aspecte, practic, veniturile obținute în urma aplicării unor strategii care să ia în considerare factorii de mai sus pot fi insuficiente pentru a acoperi costurile intrării pe piață sau ieșirii (în caz de insucces al activității) de pe piață. Atragerea utilizatorilor de către furnizorii nou–intrați va fi cu atât mai dificilă cu cât există costuri la schimbarea furnizorului, cum ar fi folosirea unui echipament terminal compatibil numai cu o anumită rețea de telefonie fixă (utilizatorii sunt constrânși să achiziționeze un nou terminal/modem). Mai mult, în cazul apelurilor efectuate prin intermediul accesului indirect, plata a două facturi diferite poate descuraja utilizatorii să ia în considerare alte variante existente pe piață.

O categorie specifică de bariere la intrarea pe piață în cazul piețelor apelurilor o reprezintă necesitatea formării un număr mai mare de cifre (un prefix) înaintea apelului propriu-zis sau înregistrarea unor costuri suplimentare în cazul nereușitei apelului realizat prin accesul indirect la rețea. Prin urmare, există indicii conform cărora utilizatorii vor migra într-un număr redus către surse alternative de achiziționare a serviciilor de apeluri.

De asemenea, inerția utilizatorilor față de schimbarea furnizorului fost monopolist cu un furnizor nou-intrat, precum și lipsa de informare, pot acționa ca bariere importante în calea pătrunderii sau extinderii noilor intrați pe piața furnizării apelurilor la un punct fix. Conform

¹⁰ Piețele relevante de gros din sectorul comunicațiilor electronice, identificate de ANRC, includ și piața accesului la rețelele publice de telefonie fixă în vederea originării, terminării și tranzitului apelurilor; pe această piață, S.C. „Romtelecom” – S.A. a fost identificată ca având putere semnificativă, fiindu-i impuse o serie de obligații menite să remedieze lipsa concurenței pe această piață, printre care obligația de a ține evidența contabilă separată a serviciilor oferite la nivelul pieței de gros, obligația de fundamentare a tarifelor în funcție de costuri eficiente, precum și obligația de a pune la dispoziția oricărui operator care solicită interconectare toate serviciile și informațiile necesare în vederea realizării interconectării.

¹¹ S.C. Daedalus Consulting S.R.L. – Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag.57, S.C. Daedalus Consulting S.R.L – Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane juridice, pag. 81.

¹² S.C. Daedalus Consulting S.R.L. – Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag.61, S.C. Daedalus S.R.L. – Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane juridice, pag. 86.

studiilor realizate de S.C. Daedalus Consulting S.R.L., un procent important dintre utilizatorii – persoane fizice (70%) nu are cunoștințe despre existența altor furnizori de servicii de telefonie fixă, în afara S.C. „Romtelecom” – S.A. În ceea ce privește notorietatea furnizorilor de telefonie fixă clasică în rândul persoanelor juridice, 99,4% dintre respondenți au menționat în mod spontan S.C. „Romtelecom” – S.A., iar 22,1% au menționat diferiți furnizori de telefonie prin tehnologie IP, și nu de telefonie clasică. În același timp, marea majoritate a respondenților nu a știut să menționeze spontan nici un furnizor de servicii de telefonie de tip VoIP.

Un aspect deosebit este faptul că în alegerea unui furnizor de servicii de telefonie fixă beneficiile așteptate sunt, în afară de practicarea unor tarife scăzute, corectitudinea facturilor și calitatea serviciilor de relații cu clienții, în cazul utilizatorilor – persoane fizice, respectiv acoperirea teritorială, calitatea serviciilor de relații cu clienții, calitatea sunetului și tehnologia folosită, în cazul utilizatorilor – persoane juridice. În același timp, dificultatea schimbării furnizorului poate fi rezultatul gradului scăzut de cunoaștere de către utilizatori a serviciilor și planurilor tarifare ale S.C. „Romtelecom” – S.A., precum și a alternativelor existente pe piață la ofertele S.C. „Romtelecom” – S.A., astfel încât aceștia nu pot evalua corect ofertele și nu pot lua o decizie informată. Conform studiilor realizate de S.C. Daedalus Consulting S.R.L., majoritatea utilizatorilor – persoane fizice nu cunoaște intervalele orare în care tarifele S.C. „Romtelecom” – S.A. sunt diferențiate sau care sunt tarifele pentru apeluri, în funcție de destinație¹³.

2.6. Puterea de contracarare a utilizatorilor

Puterea de contracarare și structura utilizatorilor de pe piață pot exercita constrângeri asupra puterii pe care o deține pe piață un furnizor. Puterea de piață ar fi diminuată de puterea de contracarare a unui utilizator dacă, în absența acesteia din urmă, tarifele serviciilor oferite de către furnizor ar fi mai mari. Puterea de contracarare a unui utilizator se manifestă, de regulă, atunci când utilizatorul cumpără un volum important din totalul produselor oferite de furnizor, este bine informat în legătură cu ofertele alternative existente pe piață, poate migra, cu costuri reduse, către surse alternative de achiziționare a produselor respective sau ar putea realiza/furniza el însuși produsele/serviciile respective.

În cazul utilizatorilor – persoane fizice, serviciile de apeluri achiziționate de către aceștia reprezintă un procent scăzut din volumul total al vânzărilor S.C. „Romtelecom” – S.A., ceea ce nu le conferă puterea de a contracara puterea de piață a fostului monopolist.

Pe de altă parte, utilizatorii – persoane juridice beneficiază din partea furnizorilor de oferte mai diversificate, adaptate nevoilor lor de consum; existența mai multor variante de alegere oferă posibilitatea de negociere, puterea de cumpărare a utilizatorilor – persoane juridice crescând cu atât mai mult cu cât numărul de furnizori capabili să ofere toate serviciile de telefonie solicitate este mare. Astfel, în cazul piețelor apelurilor, puterea de cumpărare a utilizatorilor – persoane juridice este mai mare, dat fiind numărul mai mare de furnizori care pot intra pe aceste piețe în comparație cu numărul celor care pot intra pe piețele accesului. Cu toate acestea, în prezent, nu există indicii clare asupra modalității prin care puterea de piață a S.C. „Romtelecom” – S.A. poate fi diminuată de puterea de contracarare a utilizatorilor, fie ei și persoane juridice.

¹³ S.C. Daedalus Consulting S.R.L. – Studiu privind utilizarea telefoniei fixe și impactul telefoniei mobile asupra telefoniei fixe – persoane fizice, pag. 47.

2.7. Numărul concurenților existenți pe piață

Deși pe piața apelurilor locale la puncte fixe acționează 13 furnizori, iar pe piața apelurilor naționale la puncte fixe 11 furnizori, până în prezent furnizorii nou-intrați nu au reușit să câștige semnificativ din cota de piață deținută de S.C. „Romtelecom” – S.A., astfel încât aceasta continuă să domine piețele apelurilor locale și naționale la puncte fixe.

În cazul pieței apelurilor internaționale la puncte fixe, liberalizarea pieței de comunicații electronice a avut un impact mai accentuat asupra nivelului concurenței. Folosind tehnologia IP, care presupune costuri reduse și permite practicarea unor tarife foarte mici, și vizând în principal utilizatorii – persoane juridice (al căror volum de apeluri efectuate reprezintă un procent semnificativ din volumul total de apeluri al unui furnizor), în prezent, pe piața apelurilor internaționale la puncte fixe acționează aproximativ 24 de furnizori. Această situație a determinat beneficii imediate pentru utilizatorii finali, ce constau în scăderea tarifelor pentru apelurile internaționale la puncte fixe și în diversificarea ofertelor existente pe piață. Cu toate acestea, ținând cont de caracteristicile pieței apelurilor internaționale la puncte fixe prezentate mai sus, ANRC consideră că nu sunt îndeplinite condițiile corespunzătoare manifestării unei concurențe efective. ANRC va monitoriza piața apelurilor internaționale la puncte fixe, astfel încât, dacă în urma analizelor de piață viitoare se vor constata modificări ale situației concurențiale, se vor adopta măsuri corespunzătoare. .

În concluzie, ANRC consideră necesară desemnarea S.C. „Romtelecom” – S.A. ca fiind furnizor cu putere semnificativă pe următoarele piețe specifice cu amănuntul:

1. Piața apelurilor locale la puncte fixe pentru persoane fizice, respectiv pentru persoane juridice;
2. Piața apelurilor naționale la puncte fixe pentru persoane fizice, respectiv pentru persoane juridice;
3. Piața apelurilor internaționale la puncte fixe pentru persoane fizice, respectiv pentru persoane juridice;
4. Piața apelurilor la puncte fixe către rețele publice de telefonie mobilă pentru persoane fizice, respectiv pentru persoane juridice.